

Inhalt

HARTMUT JOHN	
Vorwort	11
<hr/>	
HANS WALTER HÜTTER	
Merchandising als Bestandteil eines integrierten Museumskonzeptes	15
Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland	
<hr/>	
EVA HOFFMEISTER	
Museumsläden in NRW	31
Praktische Organisation und Marketingkennzahlen	
<hr/>	
BRIGITTE VOSWINKEL	
Erfolgreiche Museumsshops	59
Anmerkungen zu Management und Produktentwicklung	
<hr/>	
BERND GÜNTER	
Integration von Museumsshops in das Marketing- konzept von Museen	69
<hr/>	
CLAUS PETER PITHAN	
Steuerpflicht für Museumsshops	79
<hr/>	

ANTONIUS J. DOMMERS

**Organisations- und Trägerschaftsmodelle
für Museumsshops**

93

Formen betriebswirtschaftlicher Ausgliederung

GABRIELE UELSBERG

**Der Museumsshop in Trägerschaft eines
Fördervereins**

103

ULRICH LÖBER

Die GmbH als Museumsshop-Betreiber

111

Autoren

127

Bildnachweis

129

Beiträge

