

# **INHALT**

HARTMUT JOHN, HANS-HELMUT SCHILD, KATRIN HIEKE

Vorwort ..... 7

HARTMUT JOHN

Museen und Tourismus –

Partner einer (fast) idealen Allianz ..... 9

## **A KULTURTOURISMUS – GRUNDLAGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN**

ALBRECHT STEINECKE

Was sollten Museen über Tourismus wissen?

Strukturen, Einflussfaktoren und Trends

des bundesdeutschen Tourismusmarktes ..... 53

ANDREA HAUSMANN

Kultur und Tourismus – Marketingimplikationen

für eine erfolgreiche strategische Allianz ..... 75

HANS JOACHIM KLEIN, NORA WEGNER

Touristen im Museumspublikum – Befunde empirischer

Untersuchungen aus Museumsperspektive ..... 85

## **B DAS KULTURTOURISTISCHE PRODUKT –**

### **VON DER IDEE BIS ZUR ERFOLGREICHEN POSITIONIERUNG**

#### **AUF DEM MARKT**

KATRIN HIEKE

Schritte zur kulturtouristischen Positionierung eines

stadtgeschichtlichen Museums –

ein fiktives Fallbeispiel ..... 113

## **C ZUSAMMENARBEIT MACHT STARK.**

### **WIE AUCH KLEINERE MUSEEN KULTURTOURISTISCHE POTENZIALE NUTZEN KÖNNEN – BEST-PRACTICE-BEISPIELE**

HANS-HELMUT SCHILD

»CROSSART« – erfolgreiche touristische Kooperation  
in der Region mit einem kulturellen Leitthema ..... 155

HANS-HELMUT SCHILD

Das Ausstellungsprojekt »Konstantin der Große« –  
lokale Museumskooperation mit überregionalen  
touristischen Effekten ..... 167

GABRIELE PIEKE

Das Segment »Tourismus« mit minimalem Budget  
wirkungsvoll erreichen – das Beispiel Ägyptisches Museum  
der Universität Bonn ..... 181

## **D SERVICETEIL**

Akteure – Adressen – Partner ..... 199

Literatur ..... 231

Autorinnen und Autoren ..... 233