



Compania Media (Hg.)  
**Handbuch Museumsberatung**  
Akteure – Kompetenzen –  
Leistungen

Januar 2000, 468 Seiten,  
kart., 78 DM  
ISBN 3-933127-41-6

Während sich bis vor kurzem neben den öffentlichen Beratungseinrichtungen nur eine kleine Zahl freier Beratungsunternehmen im Museumsumfeld betätigte, diversifizierte sich die Beraterlandschaft im deutschsprachigen Raum zu- sehends. Damit Museen aller Größen von den neuartigen Beratungsangeboten profitieren können, werden folgende Fragen behandelt:

- Welche Beratungsangebote gibt es, und wie finden Museen die Beratung, die sie brauchen?
- Welche Formen der Beratung sind wirtschaftlich machbar und langfristig sinnvoll?
- Worauf sollten Museen bei der Kooperation mit Beratern be- sonders achten?

Konkret finden Sie Informationen zu Beratungsleistungen und -angeboten in den folgenden Bereichen:

Organisationsentwicklung, Managementberatung, Strukturberatung, Besucherorientierung, Evaluation, Ausstellungsgestaltung, Museumspädagogik, Museums- marketing, Öffentlichkeitsarbeit (PR), Museumsdokumentation, Neue Medien, Visuelle Kommuni- kation, Konservierung



**Hartmut John (Hg.)**  
**Shops und kommerzielle Warenangebote**  
Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität

Mai 2000, 132 Seiten,  
kart., 39.80 DM  
ISBN 3-933127-55-6

Die Beiträge des Tagungsbandes vermitteln anschaulich verschiedene Zugänge zur Problematik von Museumsshops und unterstützen Museen beim Aufbau eines kommerziellen Warenangebots.

Zwar bieten auch in Deutschland immer mehr Museen ihren Besuchern den Service eines hauseigenen Museumsshops; gerade bei Um- und Neubauten gehört der Museumsladen fast schon zur Regelausstattung. Dennoch besteht hier nach wie vor ein großer Informationsbedarf, und den Entscheidungsträgern in den Museen stellen sich bei der Einrichtung eines Shops zahlreiche Fragen, etwa nach der besten Betriebsform oder dem passenden Verkaufs- sortiment. Die Beiträge des vorliegenden Tagungsbandes sollen bei der Entscheidungsfindung helfen und vermitteln anschaulich verschiedene Zugänge zur Problematik von Museumsshops und des Aufbaus eines kommerziellen Warenangebots.

Der Band bildet die ideale Ergänzung zu dem Handbuch »Der Museumsshop«, das 1999 bei transcript erschienen ist.



## Abteilung Museumsberatung und Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler des Rheinischen Archiv- und Museumsamtes

Abtei  
Brauweiler

### Schriften des Rheinischen Museumsamtes:

Nr. 57 **Neue Strukturen für Museen?**  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1993  
Rheinland-Verlag, Pulheim 1994,  
160 S., Abb., kart., 14,80 DM

Nr. 61 **Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone**  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1994  
Verlag Leske + Budrich, Opladen 1996,  
204 S., kart., 28,00 DM

### Publikationen der Abteilung Museumsberatung:

Nr. 1 **Das besucherorientierte Museum**  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1995  
Rheinland-Verlag, Pulheim 1997,  
139 S., Abb., kart., 18,00 DM

Nr. 7 **Die Lust zu Wohnen –  
Das Rote Haus in Monschau**  
Wienand Verlag, Köln 1998,  
190 S., Abb., kart., 49,00 DM

Nr. 2 **Dem »Zahn der Zeit« entrissen!**  
Neue Forschungen und Verfahren zur  
Schädlingsbekämpfung im Museum  
Rheinland-Verlag, Pulheim 1997,  
186 S., Abb., kart., 25,00 DM

Nr. 8 **Shops und kommerzielle Warenangebote**  
Tagungsband zur gleichnamigen Veranstaltung des  
Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler 1998  
transcript Verlag, Bielefeld 2000,  
130 S., Abb., kart., 39,80 DM

Nr. 3 **Der Salamander – ein gar furchterliches Thier**  
Zur Natur- und Kulturgeschichte des Feuersalamanders  
Katalog zur gleichnamigen Ausstellung  
Rheinland-Verlag, Pulheim 1997,  
96 S., Abb., kart., 25,00 DM

Nr. 9 **Besucher zu Stammgästen machen!**  
Neue und kreative Wege zur Besucherbindung  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium des  
Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler 1998  
transcript Verlag, Bielefeld, erscheint Sommer 2000,  
ca. 180 S., kart., ca. 40 DM

Nr. 4 **Zum Bedeutungswandel der Kunstmuseen.**  
Positionen und Visionen zu Inszenierung,  
Dokumentation, Vermittlung  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1996  
Verlag für moderne Kunst, Nürnberg 1998,  
198 S., Abb., kart., 45,00 DM

Nr. 10 **euphorie digital?**  
Aspekte der Wissensvermittlung in Kunst,  
Kultur und Technologie  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1998  
des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler und des  
Heinz Nixdorf MuseumsForums Paderborn  
transcript Verlag, Bielefeld, erscheint Sommer 2000,  
ca. 180 S., kart., ca. 40 DM

Nr. 5 **Süßes Rheinland**  
Zur Kulturgeschichte des Zuckers  
Katalog zur gleichnamigen Ausstellung 1998  
Bouvier Verlag, Bonn 1998,  
120 S., Abb., kart., 24,80 DM

Nr. 11 **Museen und Sammlungen im Rheinland**  
(Museumsführer)  
erscheint 2000

Nr. 6 **»Farbfehler!« Gegen das Verschwinden  
der Farbfotografie**  
Tagungsband zum gleichnamigen Kolloquium 1997  
Verlag Rundbrief Fotografie, Sonderheft Nr. 5,  
Stuttgart 1998, 200 S., Abb., kart., 29,50 DM

**Bestelladresse:** Landschaftsverband Rheinland, Rheinisches Archiv- und Museumsamt  
Abteilung Museumsberatung und Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler  
Ehrenfriedstraße 19, D-50259 Pulheim  
Tel.: 02234/9854-302 oder -313, Fax: 02234/9854-202  
e-mail: t.martini@mail.lvr.de, Internet: <http://www.lvr.de>

