

**HARTMUT JOHN**

**Vorwort**

**11**

**HANS WALTER HÜTTER**

**Merchandising als Bestandteil eines integrierten  
Museumskonzeptes**

**15**

Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland

**EVA HOFFMEISTER**

**Museumsläden in NRW**

**31**

Praktische Organisation und Marketingkennzahlen

**BRIGITTE VOSWINKEL**

**Erfolgreiche Museumsshops**

**59**

Anmerkungen zu Management und Produktentwicklung

**BERND GÜNTER**

**Integration von Museumsshops in das Marketing-  
konzept von Museen**

**69**

**CLAUS PETER PITHAN**

**Steuerpflicht für Museumsshops**

**79**

<b>ANTONIUS J. DOMMERS</b>	
<b>Organisations- und Trägerschaftsmodelle</b>	
<b>für Museumsshops</b>	<hr/> <b>93</b>
Formen betriebswirtschaftlicher Ausgliederung	
<b>GABRIELE UELSERG</b>	
<b>Der Museumsshop in Trägerschaft eines</b>	
<b>Fördervereins</b>	<hr/> <b>103</b>
<b>ULRICH LÖBER</b>	
<b>Die GmbH als Museumsshop-Betreiber</b>	<hr/> <b>111</b>
<b>Autoren</b>	<hr/> <b>127</b>
<b>Bildnachweis</b>	<hr/> <b>129</b>