1. Record Nr. UNINA9910367586603321

Titolo	Shops und kommerzielle Warenangebote : Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität / Hartmut John
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2015 2015, c2000
ISBN	9783839400555 3839400554
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (132)
Collana	Schriften zum Kultur- und Museumsmanagement
Classificazione	AK 86700
Soggetti	Museum Kulturmanagement Cultural Management Museumsmanagement Museum Management Practical Museography Praktische Museumskunde
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter 1 Inhalt 7 Vorwort 11 Merchandising als Bestandteil eines integrierten Museumskonzeptes 15 Museumsladen in NRW 31 Erfolgreiche Museumsshops 59 Integration von Museumsshops in das Marketingkonzept von Museen 69 Steuerpflicht fur Museumsshops 79 Organisations- und Tragerschaftsmodelle fur Museumsshops 93 Der Museumsshop in Tragerschaft eines Fordervereins 103 Die GmbH als Museumsshop-Betreiber 111 Autoren 127 Bildnachweis 129 Backmatter 130
Sommario/riassunto	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 Verkaufssortiment. 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.

»Die Autoren um Hartmut John machen eines klar: die Bedenken, Kultur dürfe keine kommerziellen Gedanken verfolgen, muten im internationalen Vergleich antiquiert an. Ein gut geführter Museumsshop sollte vielmehr in das Gesamtkonzept einer Kultureinrichtung einfließen.«

»Der Museumsshop bleibt damit nach wie vor im Gespräch. Letztlich, das zeigt auch diese Publikation, werden die richtige Wahl des Betreibermodells, die Lösung der Personalfrage und eine gute Hand bei Gestaltung und Wareneinkauf über Erfolg oder Mißerfolg eines solchen Instruments zur Steigerung der Museumsattraktivität entscheiden.«