

# Inhaltsübersicht

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Konzeptionelle Grundlagen</b> .....	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>Bezugsrahmen für eine Strukturanalyse</b> .....	<b>63</b>
<b>4</b>	<b>Strukturanalyse für Freilichtmuseen</b> .....	<b>83</b>
<b>5</b>	<b>Empirische Untersuchung und Analyse der Ergebnisse</b> .....	<b>127</b>
<b>6</b>	<b>Zusammenführung der Ergebnisse aus Theorie und Praxis</b> .....	<b>227</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung, kritische Würdigung und weiterer Forschungsbedarf</b> .....	<b>241</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsübersicht</b> .....	I
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	VI
Tabellenverzeichnis.....	VII
<b>1 Einleitung</b> .....	1
1.1 Problemstellung und Abgrenzung.....	1
1.2 Stand der Forschung.....	4
1.3 Zielsetzung der Untersuchung.....	9
1.4 Wissenschaftliche Methodik.....	9
1.5 Gang der Untersuchung.....	11
<b>2 Konzeptionelle Grundlagen</b> .....	13
2.1 Museumswissenschaften.....	13
2.1.1 Sammeln.....	14
2.1.2 Bewahren.....	15
2.1.3 Forschen.....	15
2.1.4 Präsentieren.....	17
2.1.5 Vermitteln.....	17
2.2 Museumspädagogik.....	18
2.2.1 Historie.....	21
2.2.2 Umsetzung.....	22
2.3 Marketing.....	24
2.3.1 Dienstleistungsmarketing.....	24
2.3.2 Marketing für den Nonprofit-Bereich.....	30
2.3.3 Eventmarketing.....	33
2.3.4 Museumsmarketing.....	38
2.4 Exkurs: Living History.....	45
2.5 Kundenbindungsmanagement.....	54
<b>3 Bezugsrahmen für eine Strukturanalyse</b> .....	63
3.1 Kernbegriffe.....	63
3.1.1 Museum.....	63
3.1.2 Freilichtmuseum und Abgrenzung zu anderen Museen.....	65
3.2 Freilichtmuseen.....	67
3.2.1 Ziele.....	67
3.2.2 Spezielle Aufgaben der Freilichtmuseen.....	69
3.3 Museumslandschaft in Deutschland.....	72
3.3.1 Einzugsgebiete.....	73
3.3.2 Aufbauprinzipien.....	75
3.3.3 Darstellungsprinzipien.....	76
3.3.4 Denkmal-Gattungen.....	77
3.4 Historische Entwicklung.....	79
3.4.1 Historie der Museen.....	79
3.4.2 Historie der Freilichtmuseen.....	80

<b>4</b>	<b>Strukturanalyse für Freilichtmuseen</b>	<b>83</b>
4.1	Marktanalyse	83
4.1.1	Wettbewerbsanalyse	87
4.1.2	Finanzierung und rechtliche Stellung der Freilichtmuseen	95
4.2	Umfeldanalyse	103
4.2.1	Struktur des Primärmarktes	107
4.2.2	Regionale Struktur	109
4.2.3	Kulturelle Struktur	111
4.2.4	Touristische Struktur	114
4.3	Stadtmarketing	118
4.3.1	Verwaltungsmarketing	122
4.3.2	Standortmarketing	123
4.3.3	Tourismusmarketing	124
4.3.4	Citymarketing	125
<b>5</b>	<b>Empirische Untersuchung und Analyse der Ergebnisse</b>	<b>127</b>
5.1	Entwicklung eines Hypothesengerüsts	127
5.2	Empirische Untersuchung	133
5.2.1	Zielsetzung und Ablauf der empirischen Untersuchung	133
5.2.2	Konzeption des Untersuchungsdesigns	134
5.2.2.1	Vorbemerkungen zur Konzeption	134
5.2.2.2	Konstruktion des Fragebogens	136
5.2.3	Abgrenzung der Grundgesamtheit	138
5.2.4	Auswahl der Befragten	138
5.2.5	Durchführung der Datenerhebung und Rücklaufquote	139
5.3	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	142
5.3.1	Ergebnisse der deskriptiven Statistik und Hypothesenprüfung	142
5.3.2	Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung und Diskussion ihrer Auswirkungen	204
<b>6</b>	<b>Zusammenführung der Ergebnisse aus Theorie und Praxis</b>	<b>227</b>
6.1	Managementempfehlungen	227
6.2	„Modelltyp“ eines optimalen Freilichtmuseums unter Berücksichtigung der konzeptionellen und empirischen Untersuchungsergebnisse	235
6.2.1	Strukturelle Anforderungen	235
6.2.2	Personelle Anforderungen	238
6.2.3	Organisatorische Anforderungen	239
6.3	Strukturpolitische Anregungen	240
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung, kritische Würdigung und weiterer Forschungsbedarf</b>	<b>241</b>
7.1	Zusammenfassung	241
7.2	Kritische Würdigung	243
7.3	Weiterer Forschungsbedarf	244
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>245</b>
	Monografien	245
	Sammelbände	250
	Zeitungen und Zeitschriften	257
	Internet-Quellen	259
	Sonstiges	259
	<b>Anhang</b>	<b>261</b>