
Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	23
1 Problemstellung und Aufbau der Arbeit	23
2 Kulturinstitution Museum	27
II. Grundlagen der Museumsfinanzierung	43
1 Finanzierungsquellen im Überblick	43
2 Förderung durch die öffentliche Hand	53
3 Formen privater Förderung	117
III. Museumsfinanzierung in Niedersachsen im Spiegel einer empirischen Erhebung	189
1 Einleitende Bemerkungen zur Untersuchung	189
2 Darstellung und Analyse der Befragungs- ergebnisse	196
IV. Perspektiven und Empfehlungen für die Museumsfinanzierung - Museen zwischen Administration und Markt	297
1 Flexible Trägerschaftsstrukturen	299
2 Professionelle Zusammenarbeit zwischen öffentlicher und privater Förderung	306
3 Resümee und Ausblick	313
Anmerkungen	319
Anhang	377
Literaturverzeichnis	407

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	23
1 Problemstellung und Aufbau der Arbeit	23
2 Kulturinstitution Museum	27
2.1 Historischer Abriss	27
2.2 Museumsbegriff	28
2.3 Funktionen der Museen	31
2.4 Museumsboom	36
II. Grundlagen der Museumsfinanzierung	43
1 Finanzierungsquellen im Überblick	43
2 Förderung durch die öffentliche Hand	53
2.1 Theoretische Analyse möglicher Gründe für staatliche Interventionen	53
2.1.1 Spezifika der Produktion	54
2.1.2 Museen als Anbieter öffentlicher Güter	57
2.1.3 Externe Effekte	59
2.1.3.1 Externe Effekte der Konsumtion	60
2.1.3.2 Externe Effekte der Produktion	66
2.1.4 Meritorische Güter und Informationsdefizite	73
2.1.5 Zusammenfassende Bemerkungen	77

2.2 Formen öffentlicher Förderung	78
2.2.1 Institutionelle Rahmenbedingungen	81
2.2.2 Direkte Förderung	85
2.2.2.1 Traditionelle Fördermechanismen	85
2.2.2.2 Ineffizienzen, "performance excellence", "rent-seeking" und Staatsversagen - mögliche Folgen öffentlicher Museumsausgaben	88
2.2.2.3 Effizienzorientierte Modifikation tradiierter Fördermechanismen	99
2.2.2.3.1 Museums-Gutscheine.....	99
2.2.2.3.2 Matching-funds	107
2.2.3 Indirekte Förderung.....	109
2.2.4 Zusammenfassende Bemerkungen.....	114
3 Formen privater Förderung	117
3.1 Mäzenatentum, Sponsoring und Public-Private-Partnerships aus der Sicht der Anreiz-Beitrags-Theorie	117
3.1.1 Rechtfertigung und Notwendigkeit der professionellen Einbindung privater Fördermittel.....	117
3.1.2 Konzeption der Anreiz-Beitrags-Theorie.....	120
3.1.3 Mäzenatentum - "Austauschbeziehung im Stillen"	122
3.1.4 Sponsoring	128
3.1.4.1 Museumssponsoring als innovative Finanzierungsquelle	128
3.1.4.2 "Geschäft auf Gegenseitigkeit"	130
3.1.5 Public-Private-Partnerships.....	138
3.1.5.1 Partnerschaften im Spannungsfeld von Kultur, Staat und Wirtschaft	138

3.1.5.2 Mäzenatisch-orientierte Partnerships.....	139
3.1.5.3 Erwerbswirtschaftlich-orientierte Partnerships.....	143
3.1.5.4 Chancen und Risiken für die Museen	148
3.1.6 Möglichkeiten und Grenzen privater Museumsför- derung - zwischen Euphorie und Understatement	150
3.2 Museumsmarketing als Grundlage der Finanzierung durch eigene Einnahmen	155
3.2.1 Ansatzpunkte für Marketing in Museen.....	155
3.2.2 Basisstrategien	160
3.2.2.1 Marktsegmentierung	161
3.2.2.2 Kooperation	167
3.2.3 Instrumentalstrategien.....	169
3.2.3.1 Produktpolitik	170
3.2.3.2 Entgeltpolitik	175
3.2.3.3 Kommunikationspolitik	178
3.2.3.4 Distributionspolitik.....	181
3.2.4 Perspektiven des Museumsmarketings - Herausforderung und Akzeptanzbarrieren.....	184
III. Museumsfinanzierung in Niedersachsen im Spiegel einer empirischen Erhebung	189
1 Einleitende Bemerkungen zur Untersuchung	189
1.1 Ziele	189
1.2 Methodik und Ablauf	192

2 Darstellung und Analyse der Befragungsergebnisse	196
2.1 Niedersächsische Museumslandschaft im Überblick	196
2.2 Haushalte der Museen	206
2.2.1 Ausgabestrukturen	206
2.2.2 Einnahmestrukturen	211
2.2.2.1 Öffentliche Zuschüsse	211
2.2.2.2 Private Zuschüsse und eigene Einnahmen.....	221
2.2.3 Einschätzung der zukünftigen budgetären Lage	237
2.3 Private Museumsförderung.....	242
2.3.1 Formen und Ausgestaltung	242
2.3.2 Partnerschaften mit Unternehmen.....	257
2.4 Marketingbemühungen zur Steigerung der eigenen Einnahmen.....	262
2.4.1 Besucherforschung.....	262
2.4.2 Kooperation	266
2.4.3 Produktpolitik	274
2.4.4 Entgeltpolitik	280
2.4.5 Kommunikations- und Distributionspolitik	291
2.5 Zusammenfassende Bemerkungen	293
 IV. Perspektiven und Empfehlungen für die Museumsfinanzierung - Museen zwischen Administration und Markt	 297
1 Flexible Trägerschaftsstrukturen	299

2 Professionelle Zusammenarbeit zwischen öffentlicher und privater Förderung	306
3 Resümee und Ausblick	313
 Anmerkungen	 319
Anhang	377
Literaturverzeichnis	407
Schriftenverzeichnis des Freilichtmuseums am Kiekeberg	 453