

I.	Absatz und Produkte	
	Marktchancen für Museen:	
	Kontroverse Perspektiven	7
	<i>Inken Bößert, Anja Dauschek, Matthias Dreyer, Oliver Rump</i>	
	Management · Museen · Megatrends	33
	<i>Hans-Jürgen Brockmeyer</i>	
	Identität, Image und Standort.	
	Zur Positionierung von Museen am Freizeitmarkt	65
	<i>Birgit-Katharine Seemann</i>	
II.	Synergieeffekte durch Kooperation	
	Synergie-Effekte im Museums-Verbund.	
	Das Beispiel der Museen der Stadt Nürnberg	91
	<i>Franz Sonnenberger</i>	
	“Die Genossenschaft verbindet Menschen”	113
	<i>Burchard Bösche</i>	
III.	Beschaffungsmarkt	
	Hintergründe der Kulturpolitik	
	der Europäischen Union	133
	<i>Barbara Loer</i>	
	Die zivile Bürgergesellschaft –	
	Was haben Stiftungen damit zu tun?	147
	<i>Rupert Graf Strachwitz</i>	
	Erbschaftsfundraising für Museen	177
	<i>Maren Spitzenberger</i>	
	Markt der Möglichkeiten	196
	Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg	199