

Andrea Hausmann
Laura Murzik (Hrsg.)

Neue Impulse im Kulturtourismus



Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
<i>Albrecht Steinecke</i>	
„Was besichtigen wir morgen?“ – Trends und Herausforderungen im Kulturtourismus.....	11
<i>Bernd Günter</i>	
Kulturbetrieb TM – Qualitätssicherung durch Markenbildung?	35
<i>Stefan Brüggerhoff</i>	
Gütesiegel, Zertifikat und Akkreditierung – Wie erreicht man echte Qualität?	49
<i>Laura Murzik</i>	
Der Markt der Älteren – Besonderheiten einer wachsenden Zielgruppe im Kulturtourismus.....	65
<i>Andrea Hausmann</i>	
Zur Bedeutung personalpolitischer Maßnahmen für den Erfolg touristischer Strategien von Kulturbetrieben	91
<i>Patrick S. Föhl / Yvonne Pröbstle</i>	
Kooperationen als Wesenselement des Kulturtourismus	111
<i>Karin Drda-Kühn / Dietmar Wiegand</i>	
Netzwerke und Kooperationen – das kulturtouristische Potential im ländlichen Raum	139
<i>Martina Dillmann / Matthias Dreyer</i>	
„Fisch sucht Fahrrad“ – Partnerschaften zwischen Kultur und Tourismus aus Sicht der Transaktionskostentheorie.....	155

Birgit Mandel

**Kulturelle Lernorte im (Massen-)Tourismus? Potentiale
und Strategien kultureller Bildung von Musentempel bis Disneyland 175**

Hubert Bratl / Patrick Bartos

**Kulturdestinationen als Wettbewerbssysteme –
Good Practice in Europa 199**

Heinz Buri

**Kulturelle Einrichtungen als kulturtouristische Akteure –
Strategische Ausrichtung und Praxis im touristischen Marketing
am Beispiel der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten
Berlin-Brandenburg 237**

Oliver Scheytt

RUHR.2010 – eine neue Marke im Kulturtourismus 255

Christian Antz

**Lernen von den Frühaufstehern –
Best-Practices des Kulturtourismus in Sachsen Anhalt 271**

Gabriele Crepaz

**König Laurin versetzt Berge. Von der Destination zur Marke:
Kultur und Tourismus in Südtirol – ein Praxisbeispiel..... 285**

Patricia Paulus

**Erfolgsfaktor Qualität – Einführung von
Qualitätsmanagement im *Museum am Strom* 305**

Autorenverzeichnis 325