

# IV. Literatur- und Quellenverzeichnis

- Abschlussbericht 2005–2009 der Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas Organisations GmbH.
- Ackermann, Felix / Boroffka, Anna / Lersch, Gregor H. (Hg.): Partizipative Erinnerungsräume. Dialogische Wissensbildung in Museen und Ausstellungen, Bielefeld 2013.
- Allgemeiner Deutscher Automobil Club e. V. (Hg.): Barrierefreier Tourismus für Alle. Eine Planungshilfe für Tourismuspraktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote, München 2003.
- Amon, Ingrid: Die Macht der Stimme. Persönlichkeit durch Klang. Volumen und Dynamik, 6. Aufl., München 2011.
- A. T. Kearney: Die Kunst, Kultur zu managen. Kulturinstitutionen brauchen neue Strategien für lukrative Einnahmequellen, Düsseldorf 2006.
- Aulinger, Barbara: Kunstgeschichte und Soziologie. Eine Einführung, Berlin 1992.
- Barrierefreiheit in Hotellerie und Gastronomie. Handbuch zur Zielvereinbarung für die standardisierte Erfassung, Bewertung und Darstellung barrierefreier Angebote in Hotellerie und Gastronomie, Berlin 2010.
- Baumgarth, Carsten [u. a.]: Markenaudit für Kulturorganisationen. Ganzheitliches Tool zur Analyse und Professionalisierung der Markenführung im Kultursektor, Wiesbaden 2014.
- Baur, Joachim: Die Musealisierung der Migration, Bielefeld 2009.
- Becker, Christoph / Höcklin, Susanne: Museumsmanagement. In: Dreyer Axel (Hg.): Kulturtourismus. 2. Aufl., München 2000, 299–323.
- Becker, Christoph: Kulturtourismus: Eine Einführung. In: Kulturtourismus in Europa – Wachstum ohne Grenzen, Bd. 2, (ETI-Studien), Trier 1993, 7–9.
- Becker, Jochen: Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Management, München 2013.
- Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid / Trommershausen, Anke: Kulturbranding. Lassen sich Kulturinstitutionen zu Marken aufbauen? In: Strebinger, Andreas [u. a.] (Hg.): Werbe- und Markenforschung, Wiesbaden 2006, 213–244.
- Bendix, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: Tourismus und Regionalkultur. Volkskundetagung in Salzburg 1992, Wien 1994, 57–83.
- Benkert, Wolfgang: Kulturfinanzierung. In: Rauhe, Hermann / Demmer, Christine [u. a.] (Hg.): Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst, Berlin 1994.
- Betts, Raymond F.: A history of popular culture. More of everything, faster, and brighter, New York 2004.
- Black, Graham: The Engaging Museum – Developing Museums for Visitor Involvement, London / New York 2005.
- Blohm, Ivo / Sieber, Eva [u. a.]: Delphi-Studie Crowdfunding 2020 – Komplement oder Substitut für die Finanzindustrie, Norderstedt 2015.
- Brock, Bazon: Die Warenwunder tut die Madonna erst im Museum. In: Fliedl, Gottfried [u. a.] (Hg.): Wa(h)re Kunst: Der Museumsshop als Wunderkammer: Theoretische Objekte, Fakes und Souvenirs, Frankfurt a. M. 1997, 79–104.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Geschäftszahl 608.030/33-V/81/1987 und Geschäftszahl 608.030/23-V/12/1990.
- Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft: Alternativfinanzierungsgesetz. Möglichkeiten und Chancen für die Tourismusfinanzierung in Österreich.

- Cave, Adrian: Museums and Art Galleries. Making Existing Buildings Accessible. RIBA Publishing, London 2007.
- Dreyer, Axel: Einführung in die Thematik des Kulturtourismus. In: Kulturtourismus. Dreyer Axel (Hg.), 2. Aufl., München 2000, 55–48.
- Deutscher Museumsbund: Das inklusive Museum – Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion, Berlin 2013.
- Ecoplus: Demografie-Leitfaden für die touristische Praxis, St. Pölten 2015.
- Eschenbach, Rolf: Museums-Management: Ein Weg aus der Museumskrise, dargestellt am Beispiel des Technischen Museums Wien, Wien 1991.
- Fetz-Lugmayr, Dagmar: Kundinnen- und Kundenorientierung – vom Ziel zur Wirkung. Eine soziologische Analyse im Kontext der öffentlichen Verwaltung, Linz 2007.
- Finnish National Gallery Art Museum: Open Doors. How to make cultural venues and exhibitions accessible, Helsinki 2000.
- Fischer, Joachim / Meuser, Philipp: Barrierefreie Architektur. Handbuch und Planungshilfe, Berlin 2009.
- Fischer, Manfred: Behinderte Menschen, Nr. 1 / 2008, Graz 2008.
- Firlinger, Beate: Buch der Begriffe; Integration Österreich, Wien 2003.
- Fröhlich, Romy: Zur Problematik der PR-Definition(en). In: Fröhlich, Romy / Szyska, Peter / Bentele, Günter: Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, 3. Aufl., Berlin 2015.
- Furger, Regina / Nagel, Martin: Wo ist hier? Orientierung im Dunkeln. Schriftliche Prüfungsarbeit Bachelor Prüfung. Studiengang Kommunikationsdesign, HTWG Konstanz, Februar 2007.
- Gajek, Esther: Museum und Kaufhaus. Ein weites Feld. In: Kleindorfer-Marx, Bärbel / Löffler, Klara: Museum und Kaufhaus. Warenwelten im Vergleich, Regensburg 2000, 9–26.
- Gander, Robert / Rudigier, Andreas: Museum und Gegenwart. Verhandlungsorte und Aktionsfelder für soziale Verantwortung und gesellschaftlichen Wandel, Bielefeld 2015.
- Gerlach-March, Rita / Hausmann, Andrea (Hg.): Kulturfinanzierung. Kunst und Kulturmanagement, Wiesbaden 2010.
- Gesser, Susanne / Handschin, Martin (Hg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld 2012.
- Girst, Thomas: Rückkehr des Realen. In: Kulturtourismus 2030 neu denken. 13. April 2015 im Literaturhaus München, München 2015, 15–18.
- Glogner-Pilz, Patrick / Föhl, Patrick S. (Hg.): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde empirischer Forschung, 2. Aufl., Wiesbaden 2011.
- Gottschalk, Ingrid: Kulturökonomik: Probleme, Fragestellungen und Antworten, Wiesbaden 2006.
- Gutbrod, Jochen: Management von Kunstmuseen in Deutschland. Von der objektbezogenen Verwaltung zum besuchorientierten Museum, Bamberg 1994.
- Günter, Bernd / Hausmann Andrea (Hg.): Kulturmarketing, Wiesbaden 2009.
- Günter, Bernd / Hausmann, Andrea: Kulturmarketing. 2. Aufl., Wiesbaden 2012.
- Günter, Bernd: Integration von Museumsshops in das Marketingkonzept von Museen. In: John, Hartmut: Shops und kommerzielle Warenangebote. Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität. Tagungsband zur gleichnamigen Veranstaltung des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler Rheinisches Archiv- und Museumsamt im Von-der-Heydt-Museum, Wuppertal, am 17. und 18. September 1998, Bielefeld 2000, 69–78.

- Hachtmann, Rüdiger: Tourismus-Geschichte. In: Hettling, Manfred [u. a.] (Hg.): Grundkurs neue Geschichte, Göttingen 2007, 43–47.
- Hampel Annika: Der Museumsshop als Schnittstelle von Konsum und Kultur, Hamburg 2010.
- Hausmann, Andrea: Kunst- und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis, Wiesbaden 2011.
- Hausmann, Andrea: Kultur und Tourismus — Marketingimplikationen für eine erfolgreiche strategische Allianz. In: John, Hartmut [u. a.]: Museen und Tourismus. Wie man Tourismusmarketing wirkungsvoll in die Museumsarbeit integriert. Bielefeld 2010, 75–83.
- Herwig, Oliver: Universal Design. Lösungen für einen barrierefreien Alltag, Basel / Boston / Berlin 2008.
- Hinz, Hans-Martin: Museum und Touristen: Enjoying without Destroying. In: Museen und Denkmäler — Historisches Erbe und Kulturtourismus (Internationales Bodensee-Symposium ICOM Deutschland), Bd. 2, Berlin 2010, 11–22.
- Hilgers-Sekowsky, Julia: Besucherorientierung durch Marketing-Kooperationen von Museen. In: Hausmann, Andrea / Helm, Sabrina (Hg.): Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen — Innovative Konzepte — Praktische Umsetzung, Wiesbaden 2006, 185–201.
- Hoffmeister, Eva: Museumsläden in NRW. In: John, Hartmut: Shops und kommerzielle Warenangebote. Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität. Tagungsband zur gleichnamigen Veranstaltung des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler Rheinisches Archiv- und Museumsamt im Von-der-Heydt-Museum, Wuppertal, am 17. und 18. September 1998, Bielefeld 2000, 31–58.
- Hollein, Max: Unternehmen Kunst. Entwicklungen und Verwicklungen, Regensburg 2006.
- Hoppe, Bernhard M. / Heinze, Thomas: Einführung in das Kulturmanagement — Themen — Kooperationen — Gesellschaftliche Bezüge, Wiesbaden 2016.
- Huber, Andreas: Akteursnetzwerke und Dialogstrukturen regionaler Kooperationen im Kulturbereich. In: Föhl, Patrick S. / Neisener, Iken (Hg.): Regionale Kooperationen im Kulturbereich. Theoretische Grundlagen und Praxisbeispiele, Bielefeld 2009, 159–175.
- Hummel, Marlies / Berger, Manfred: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur, Berlin 1988.
- Hütter, Hans-Walter / Schulenburg, Sophie: Museumsshops — ein Marketinginstrument von Museen, Berlin 2004.
- Hütter, Hans-Walter: Merchandising als Bestandteil eines integrierten Museumskonzeptes. In: John, Hartmut: Shops und kommerzielle Warenangebote. Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität. Tagungsband zur gleichnamigen Veranstaltung des Fortbildungszentrums Abtei Brauweiler Rheinisches Archiv- und Museumsamt im Von-der-Heydt-Museum, Wuppertal, am 17. und 18. September 1998, Bielefeld 2000, 15–30.
- Hütter, Hans-Walter: Kultur und Kommerz — Chance oder Widerspruch? In: Bendixen, Peter: Handbuch Kultur-Management. Die Kunst, Kultur zu ermöglichen, Düsseldorf 1997, 1–30.
- ICOM Deutschland, Schweiz, Österreich (Hg.): Ethische Richtlinien für Museen von ICOM, 2010.
- IFADE: Insider — Outsider. Bilder, ethnisierte Räume und Partizipation im Migrationsprozess, Bielefeld 2005.
- Ionides, Julia / Howell, Peter: Another Eyesight. Multi-Sensory Design in Context. The Dog Rose Press; Ludlow England, 2005.
- Jäckel, Michael: Einführung in die Konsumsoziologie, Wiesbaden 2004.
- Jelinek, Rainer: Der Kultur-Urlauber. Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung 2013 / 2014 (Oberösterreich Tourismus), Linz 2014.

- Jenewein, Stefan / Schneider, Friedrich [u. a.]: Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der Ausgaben im Kulturbereich — Eine Studie im Auftrag des Amtes der Oberösterreichischen Landesregierung, Innsbruck 2016.
- John, Hartmut: Museen und Tourismus — Partner einer (fast) idealen Allianz. In: John, Hartmut / Schild, Hans-Helmut / Hieke, Katrin (Hg.): Museen und Tourismus. Wie man Tourismusmarketing wirkungsvoll in die Museumsarbeit integriert, Bielefeld 2010, 9–50.
- John, Hartmut [u. a.] (Hg.): Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch, Bielefeld 2007.
- Karmasin, Matthias: PR im Stakeholder-Ansatz. In: Fröhlich, Romy / Szyska, Peter / Bentele, Günter: Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, 3. Aufl., Berlin 2015.
- Keim, Gerhard: Magic moments. Ethnographische Gänge in die Konsumwelt, Frankfurt a. M. 1999.
- Kern, Anton [u. a.]: Salz-Reich — 7000 Jahre Hallstatt. Veröffentlichungen der Prähistorischen Abteilung 2, Wien 2008.
- Keuchel, Susanne / Kelb, Viola: Diversität in der Kulturellen Bildung, Bielefeld 2015.
- Keuchel, Susanne: Das Kulturpublikum in einer gesellschaftlichen Dimension. Ergebnisse empirischer Studien. In: Mandel, Birgit (Hg.): Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft, Bielefeld 2005, 51–61.
- Kirchberg, Volker: Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven, Wiesbaden 2005.
- Klein, Armin: Kulturmarketing: Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, 3. Aufl., München 2011.
- Klein, Armin: Der exzellente Kulturbetrieb, 3. Aufl., Wiesbaden 2011.
- Knava, Irene: Warum, wen, was, wie und wann fragen? Besucherforschung als Grundlage strategischer Management-Entscheidungen. In: Neues museum. die österreichische Museumszeitschrift. 1 / 2012, 23–30.
- Koch, Anne: Museumsmarketing. Ziele – Strategien – Maßnahmen; mit einer Analyse der Hamburger Kunsthalle, Bielefeld 2002.
- Könneker, Carsten: Wissenschaft kommunizieren. Ein Handbuch mit vielen praktischen Beispielen, Weinheim 2012.
- Köstlin, Konrad: Die Sammlervitrine und das Lebensmuseum. In: Innovation und Wandel. Festschrift für Oskar Moser zum 80. Geburtstag, Graz 1994, 199–212.
- Kotler, Philip [u. a.]: Marketing Management. Strategien für wertschaffendes Handeln. 12. Aufl., München 2007.
- Kotler, Neil / Kotler, Philip: Museum Strategy and Marketing. Designing missions — Building audiences — Generating revenue and resources, San Francisco 1998.
- Krall, Rotraut / Prenn, Doris: Mit Händen Bilder sehen. In: Neues Museum 15-1 / 2, Graz, 72–75.
- Kriegner, Edith: Kooperationen zwischen Museen und Tourismus. Status, Ziele und Potentiale — am Beispiel ausgewählter Museen in Oberösterreich, Dissertation, Linz 2004.
- Kultururlaub Analysebericht. Kultur ist mehr als Kultur, Wien, Dezember 2013. (Tourismusforschung der Österreich Werbung).
- Lakoff, George / Wehling, Elisabeth: Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht. 4. Aufl., Heidelberg 2016.
- Leitfaden für Museum & Tourismus. Verbund Oberösterreichischer Museen (Hg.), Leonding 2006.

- Lenhard, Stefanie: Was ist Kulturtourismus? Kultur und Tourismus — eine Spurensuche. In: Museen und Denkmäler — Historisches Erbe und Kulturtourismus (Internationales Bodensee-Symposium ICOM Deutschland), Bd. 2, Berlin 2010, 33–40.
- Lenk, Carsten: Museum, Kaufhaus, Freizeitpark — Die gesellschaftliche Konstruktion von Erlebnisräumen. In: Kleindorfer-Marx, Bärbel / Löffler, Klara: Museum und Kaufhaus. Warenwelten im Vergleich, Regensburg 2000, 49–66.
- Lin-Hi, Nick: Code of Conduct. In: Winter, Eggert (Hg.): Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden, o. J.
- Löw, Carmen: Die Stakeholder-Values der Hallstatt-Forschung. Archäologie aus der Perspektive von Öffentlichkeit, Wirtschaft und Politik. In: Archäologische Informationen 39, Heidelberg 2016, 69–76.
- Löw, Carmen / Poppenwimmer, Fiona / Reschreiter, Hans: Der Stiegenblog — Ein Weblog der Hallstatt-Forschung. In: Archäologie Österreichs 27 / 2016, Heft 1, 36–43.
- Maaz, Bernard: Das Museum der Zukunft. In: Kulturtourismus 2030 neu denken. 13. April 2015 im Literaturhaus München, München 2015, 19–22.
- Magdowski, Iris: Jenseits der Leuchttürme. Museumsentwicklung als Gesellschaftspolitik. In: John, Hartmut / Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld 2008, 211–220.
- Mainual. Handbuch Barrierefreie Öffentlichkeit. MAIN\_ Medienarbeit Integrativ, Wien 2005.
- Mandel, Birgit: (Massen-) Tourismus als Chance für Audience Development und Kulturelle Bildung? In: Kulturtourismus 2030 neu denken. 13. April 2015 im Literaturhaus München, München 2015, 32–34.
- Mandel, Birgit: PR für Kunst und Kultur. Handbuch für Theorie und Praxis. 2. Aufl., Bielefeld 2009.
- Matt, Gerald / Flatz, Thomas [u. a.]: Kultur und Geld, Wien 2001.
- Märkte und Marktstrategien. Märkte mit dem größten Potenzial für „Urlaub in Österreich“. Handbuch 2016 (Österreich Werbung), Wien 2016.
- „Memorandum“. In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Geschäftszahl 608.030/33-V/8a/1987.
- Meffert, Heribert [u. a.]: Markenmanagement, Wiesbaden 2002.
- Munro, Patricia [u. a.]: Wegweiser Evaluation. Von der Projektidee zum bleibenden Ausstellungserlebnis, München 2009.
- Museen — eine Bestandsaufnahme. In: Museum aktuell, Februar 2005, 26.
- Neumann, Peter: Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle. Eine Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (Hg.), Münster / Berlin 2003.
- Nussmayr, Katrin: Das Match um die Kulturspende. In: Die Presse. 10. 1. 2016.
- Nous Guide No. 1/2007: Art revisited! Wien 2007.
- Oeckl, Albert: Handbuch der Public Relations Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt, München 1964.
- Ostermann, Wilhelm: Das Interesse. Eine psychologische Untersuchung, Paderborn 1907.
- Österreich Werbung (Hg.): T-Mona Gesamtbericht Kultururlauber in Österreich. T-Mona Urlauberbefragung 2013 / 14.
- Österreichisches Bundeskanzleramt (Hg.): Standards der Öffentlichkeitsbeteiligung, Wien 2009.
- Padberg, Martina / Schmitt, Martin: Die Magie der Geschichte. Zur Einführung. In: Padberg, Martina / Schmitt, Martin (Hg.): Die Magie der Geschichte. Geschichte und Geschichtskultur im Museum, Bielefeld 2010 (Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler 3), 11–22.
- PANTOS Werbeagentur GmbH GWA: Museum und Marketing. Die Ergebnisse der Pantos-Studie, unveröffentlicht, München 2002.

- Pellengahr, Astrid: Stadtmuseen in der Dynamikfalle? Der mühsame Weg vom Hort eines bildungs-bürgerlichen Geschichtsgedächtnisses zum Ort diskursiver Vielfalt. In: Die Stadt und ihre Identität(en). Über Potenzial und Zukunft der Stadtmuseen. 23. Internationale Fachtagung bayerischer, böhmischer, oberösterreichischer und sächsischer Museumsfachleute, 21.–23. September 2014 in Ried im Innkreis, Leonding 2016 (Museum Bulletin), 31–40.
- Pellengahr, Astrid / Spantig, Martin: Checkliste. In: Sehenswert! Museen als touristisches Angebot. 18. Bayerischer Museumstag 8.–10. Juli 2015 in Kulmbach, München 2015, 12–13.
- Prenn, Doris: Kultur- und Kunstgeschichte als Erlebnis für alle – taktiler Eferdinger Kirchenführer. In: Neues Museum 2006/2, Linz, 47–48.
- Prenn, Doris: Universal Design. Sind Museen wirklich für alle? In: museum.ch 4 / 2009; hier + jetzt, Baden 2009.
- Pröbstle, Yvonne: Kulturtouristen. Eine Typologie, Wiesbaden 2014.
- Puhan-Schulz, Franziska: Museen und Stadtimagebildung. Amsterdam – Frankfurt a. Main – Prag. Ein Vergleich, Bielefeld 2015.
- Ranegger, Rudolf: Barrierefreier Tourismus in Österreich. Analyse des Reiseverhaltens und den dabei auftretenden Problemen entlang der touristischen Servicekette von Menschen im Rollstuhl aus Österreich. Diplomarbeit, Krems 2006.
- Rantamo, Eeva: Das ACCU-Projekt Zugang zum Kulturerbe. In: Antje Bernier (Hg.): Blind Date mit Architektur – Zugang für alle geplant. Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Wismar Business School, Protokoll einer Konferenz in der Hochschule, Sonderheft 02, Wismar am 17. Mai 2006, Wismar 2008, 19.
- Renz, Thomas: Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld 2016.
- Reschreiter, Hans [u. a.]: Hallstatt goes online – Die Website der Hallstatt Forschung. In: Archäologie Österreichs 26 / 2015, Heft 1, 23.
- Reussner, Eva Maria: Publikumsforschung für Museen. Internationale Erfolgsbeispiele, Bielefeld 2010.
- Reussner, Eva Maria: Die Öffnung von Museen für ihr Publikum. Erfolgsfaktoren wirksamer Publikumsforschung, Berlin 2009.
- Richter, Günter: Erfolgreich kommunizieren im Tourismus. So treffen Sie immer den richtigen Ton! Berlin 2007.
- RNIB: Talking Images Guide. Museums, galleries and heritage sites: improving access for blind and partially sighted people 2003.
- Rump, Oliver: Preispolitik und Zielgruppenorientierung von Museen. In: Dreyer, Matthias / Wiese, Rolf (Hg.): Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden. Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, Rosengarten-Ehesdorf 2004, 604.
- Schenker, Philipp: Ökonomie und Management von Kunstinstitutionen, Basel 1990.
- Scheytt, Oliver: Nicht nur wenn es regnet. Plädoyer für ein neues Selbstbewusstsein der Museen als professionelle Tourismuspartner. In: Sehenswert! Museen als touristisches Angebot. 18. Bayerischer Museumstag, 8.–10. Juli 2015 in Kulmbach, München 2015, 25–28.
- Schindler, Marie-Christine / Liller, Tapio: PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis, 2. Aufl., Köln 2012.
- Schnell, Uta: „Lücken schließen“ – oder Bedingungen und Kriterien professioneller Kulturvermittlung. In: Mandel, Birgit (Hg.): Kulturvermittlung zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft, Bielefeld 2005, 115–121.

- Schmözl-Kroiß, Beate: Kulturtourismus in Österreich erlebbar gemacht — ein Unterrichtskonzept für PädagogInnen an der Höheren Lehranstalt für Tourismus, Masterarbeit, Linz 2015.
- Schneede, Uwe M.: Museum 2000 — Erlebnispark oder Bildungsstätte? Köln 2000.
- Schneede, Uwe M.: Es ist notwendig, sich vom Staat zu lösen. In: Prager, Heinz-Günter [u. a.]: Das Museum der Zukunft. Eine Artikelserie. Museumskunde, Jg. 64, Heft 2, 1999, 101.
- Schober, Christian / Pervan, Ena: Greiner, Stefanie: Evaluierung der ausgeweiteten steuerlichen Spendenabsetzbarkeit in Österreich. Effekte auf das Privatpendenvolumen. Wirkungen auf das Unternehmensspendenverhalten, Wien 2015.
- Schrenk, J. Christian: Barrierefrei in Ausstellungen und Museen, In: Neues Museum 2004 / 4, Wien, 50–55.
- Schuck-Wersig, Petra / Wersig, Gernot: Museen und Marketing: Marketingkonzeptionen amerikanischer Großstadtmuseen als Anregung und Herausforderung. Institut für Museumskunde, Berlin 1988.
- Schumacher, Marc: Was ist eine gelungene Dramaturgie und wie entsteht eine gute Geschichte? Einblicke in andere Disziplinen — Werbung. In: Stapferhaus Lenzburg: Lichtensteiger, Sibylle / Minder, Aline / Vögeli, Detlef (Hg.): Dramaturgie in der Ausstellung. Begriffe und Konzepte für die Praxis, Bielefeld 2014, 43.
- Schwab, Lilian: Wer und wohin steuert die lokale Kulturpolitik? Public Private Partnerships in der Kulturfinanzierung. In: Klein, Ansgar / Rohweder, Jan [u. a.] (Hg.): Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Jg. 18, Heft 3. Stuttgart 2005, 53.
- Seeborn, Joachim: Corporate Design. Gabler Kompakt-Lexikon Werbepaxis: 1.400 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden, 3. Aufl., Wiesbaden 2005.
- Shannon, Claude Elwood: A Mathematical Theory of Communication. In: The Bell System Technical Journal 27, 1948, 379–423, 623–656.
- Simm, Cornelia: Besucherorientiertes Museumsmarketing. Hintergründe und Finanzierung, Saarbrücken 2006.
- Simon, Nina: The Participatory Museum, Santo Cruz 2010.
- Spantig, Martin: Erfolgsfaktor Kooperation: Museen und touristische Destinationen. In: Sehenswert! Museen als touristisches Angebot. 18. Bayerischer Museumstag 8.–10. Juli 2015 in Kulmbach, München 2015, 21–24.
- Spanting, Martin: Wie reisen wir in Zukunft. In: Kulturtourismus 2030 neu denken. 13. April 2015 im Literaturhaus München, München 2015, 3–6.
- Starke, Julia: Zur Bedeutung der Barrierefreiheit in österreichischen Landesmuseen. Masterarbeit, Klagenfurt 2015.
- Staudenmayer, Ruth: Die strategische Perspektive: Zielgruppenorientiertes Museumsmanagement. In: Dreyer, Matthias / Wiese, Rolf (Hg.): Zielgruppen von Museen. Mit Erfolg erkennen, ansprechen und binden, Ehestorf 2004, 39–54.
- Steinecke, Albrecht / Hausmann, Andrea (Hg.): Management und Marketing im Kulturtourismus. Basiswissen — Praxisbeispiele — Checklisten, Wiesbaden 2013.
- Steinecke, Albert: Was sollten Museen über Touristen wissen? Strukturen, Einflussfaktoren und Trends des bundesdeutschen Tourismusmarktes. In: John, Hartmut / Schild, Hans-Helmut / Hieke Katrin (Hg.): Museen und Tourismus. Wie man Tourismusmarketing wirkungsvoll in die Museumsarbeit integriert, Bielefeld 2010, 53–73.
- Steinecke, Albrecht: Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven, München / Wien 2007.

- Steinecke, Albert: Steinecke: Kulturtourismus in der Erlebnisgesellschaft. Trends — Strategien Erfolgsfaktoren. In: Geographie und Schule, 24 / 135, Hallbergmoos 2002, 10—14.
- Steiner, Beate: Eine Bestandsaufnahme der aktuellen Entwicklung und der Rahmenbedingungen von Besucherforschung an österreichischen Museen. In: Neues Museum, Linz 1 / 2012, 31—36.
- Strohschneider-Laue, Sigrid: Aschach — Markt am Strom — Barrierefrei Kultur wandern, In: Kulturbericht Oberösterreich mit ÖÖ Museumsjournal 63 / 1, Linz 2009, 26.
- Sünwoldt, Sabine: Museum und Kaufhaus. Position des Museums. In: Kleindorfer-Marx, Bärbel / Löffler, Klara: Museum und Kaufhaus. Warenwelten im Vergleich, Regensburg 2000, 35—44.
- The Board of the Trustees of the Tate Gallery: Annual Report 2014—2015. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/453197/Tate\\_annual\\_report\\_and\\_accounts\\_2014\\_-\\_15.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/453197/Tate_annual_report_and_accounts_2014_-_15.pdf) [15. 9. 2016].
- Terlutter, Ralf: Lebensstilorientiertes Kulturmarketing. Besucherorientierung bei Ausstellungen und Museen, Wiesbaden 2000, 278—280.
- Tietmayer, Elisabeth (Hg.): Participative Strategies in Collecting the Present, Berlin 2013.
- Tomasi di Lampedusa, Giuseppe: Der Leopard, München 2004.
- Tourismus für Alle. Barrierefreie Kunst- und Kulturangebote. Inklusiv und Innovativ. 2. Aufl., Wien 2015.
- Tuyl, Gijs van: Eine Kollektion muss frisch auf den Tisch. In: Prager, Heinz-Günter [u. a.]: Das Museum der Zukunft. Eine Artikelserie. Museumskunde, Jg. 64, Heft 2, 1999, 95—106.
- Ullrich, Wolfgang: Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur? Frankfurt a. M. 2006.
- Von Römer, Diana: Zielgruppen der Zukunft: Migranten und Senioren. Herausforderungen und Chancen des demografischen Wandels für Kultureinrichtungen am Beispiel von Museen. Masterarbeit, Lüneburg 2014.
- Voswinkel, Brigitte: Erfolgreiche Museumsshops. In: John, Hartmut: Shops und kommerzielle Warenangebote. Publikumsorientierte Instrumente zur Steigerung der Museumsattraktivität. Tagungsband Abtei Brauweiler Rheinisches Archiv- und Museumsamt im Von-der-Heydt-Museum, Wuppertal, am 17. und 18. September 1998, Bielefeld 2000, 59—68.
- Wall, Tobias: Das unmögliche Museum. Zum Verhältnis von Kunst und Kunstmuseen der Gegenwart, Bielefeld 2006.
- Walzl, Christian: Besucherforschung als Management Tool. In: Neues Museum, Linz 1 / 2012, 6—7.
- Wegner, Nora: Besucherforschung und Evaluation in Museen: Forschungsstand, Befunde und Perspektiven. In: Glogner-Pilz, Patrick / Föhl, Patrick S. (Hg.): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung, 2. Aufl., Wiesbaden 2011, 127—181.
- Weinreich, Harald [u. a.]: Not quite the average: An empirical study of Web use. ACM Transactions on the Web 2, 1, Article 5, 1—31.
- Wiedmann, Klaus-Peter: Corporate Identity und Corporate Design. In: Bruhn, Manfred / Esch, Franz-Rudolf / Langer, Tobias (Hg.): Handbuch Kommunikation. Grundlagen — Innovative Ansätze — Praktische Umsetzungen, Wiesbaden 2009.
- Wiegand, Guido: Von erkennbaren Trends profitieren. In: Kulturtourismus 2030 neu denken. 13. April 2015 im Literaturhaus München, München 2015, 23—27.
- Wiese, Rolf: Marktchancen für Museen. Rosengarten-Ehestorf: Freilichtmuseum am Kiekeberg 2000.

