

**Literaturhinweise zu den Themen**

**Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Besucherbindung, Urheberrecht**

Beckmeier-Feuerhahn, Sigrid: Museumsbranding in Deutschland. Empirische Studie der Universität Lüneburg. Mai 2007.

Bendixen, Peter: Einführung in das Kultur- und Kunstmanagement. 3. Auflage, Wiesbaden 2006.

Bentele, Günter, u.a. (Hg.): Handbuch der Public Relations: wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. 2., korrigierte und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2008.

Bischof, Roland: Wie Profis Sponsoren gewinnen. Basiswissen und Leitfaden für die Praxis, Göttingen 2004.

Bogula, Werner: Leitfaden Online-PR. Konstanz 2007.

Brauer, Gernot: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Handbuch, Konstanz 2005.

Brömmling, Ulrich (Hg.): Nonprofit-PR. Wiesbaden 2007.

Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 8., überarbeitete Auflage, München 2007.

Bruhn, Manfred: Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Konzepte – Instrumente, 4., überarb. Auflage, Stuttgart 2005.

Bürger, Joachim H.: Arbeitshandbuch Presse und PR. Tips und Tricks eines PR-Profis. 3. Aufl., Essen 1998.

Deg, Robert: Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden 2005.

Gerlach, Laura: Der Schirnerfolg. Bielefeld 2007.

Hamburger Kunsthalle (Hg.): Kultur als Wirtschafts- und Imagefaktor. Die Caspar David Friedrich-Ausstellung in Hamburg, Hamburg 2007.

Hausmann, Andrea / Helm, Sabrina: Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden 2006.

Heinze, Thomas: Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für , Wiesbaden 2008.

## Deutscher Museumsbund

# Arbeitskreis Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Heinze, Thomas (Hg.): Kommunikationsmanagement. Wissen und Kommunikation in Bildung, Kultur und Tourismus, Wiesbaden 2003.

John, Hartmut / Günter, Bernd: Das Museum als Marke. Branding als strategisches Managementinstrument für Museen, Bielefeld 2007.

John, Hartmut /Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld 2008.

Kirchberg, Volker: Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Makro-, meso- und mikrosoziologische Perspektiven. Wiesbaden 2005.

Klein, Armin: Kultur-Marketing: das Marketingkonzept für Kulturbetriebe. 2., aktualisierte Auflage, München 2005.

Klein, Armin (Hg.): Starke Marken im Kulturbetrieb. Baden-Baden 2007.

Knieß, Katharina: Kunst in die Öffentlichkeit. PR-Handbuch für Künstler und Galerien, Museen und Hochschulen, Bremen 2010.

Kunstverein Bremen (Hg.): Camille und die Monet-Kampagne. Marketingstrategien und Erfolgszahlen, Bremen 2006.

Kunstverein Bremen (Hg.): Van Gogh. Marketingdokumentation, Bremen 2003.

Kunstverein Bremen (Hg.): Der Blaue Reiter in der Kunsthalle Bremen. Marketingdokumentation, Bremen 2000.

Mandel, Birgit: PR für Kunst und Kultur. Frankfurt 2004.

Meyer, Jens-Uwe: Kreative PR. Konstanz 2007.

Pfennig, Gerhard: Digitale Bildverarbeitung und Urheberrecht. Institut für Museumskunde der Staatlichen Museen zu Berlin, Opladen 1998.

Rath, Irene: Struktur, Vermarktung und Probleme der Freilichtmuseen in Deutschland: Eine Studie zur Verbesserung der Marktposition. Mering 2008.

Scheurer, Hans (Hg.): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Kultureinrichtungen. Ein Praxisführer, Bielefeld 2001.

Schulze-Brudoehl, Norbert: Die PR- und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit, Frankfurt a. M. 2008.

Wiese, Rolf, Dreyer, Matthias (Hg.): Museumsmanagement. Eine ausgewählte Bibliografie. 2. Aufl., Ehestorf 2010.

Zurstiege, Guido: Werbeforschung. Konstanz 2007.