

Inhaltsverzeichnis:

Verzeichnis der Anhänge	IX
Verzeichnis der Abbildungen.....	X
Verzeichnis der Tabellen.....	XI
Verzeichnis der Übersichten	XVI
Abkürzungsverzeichnis	XVIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	4
1.2 Gang der Untersuchung	6
2 Begriffsinhaltliche Grundlagen.....	8
2.1 Allgemeine Begriffsbestimmungen	8
2.1.1 Ziel	9
2.1.1.1 Die Zieldimensionen	10
2.1.1.2 Zielrelationen.....	14
2.1.2 Aufgabe.....	17
2.1.3 Motiv.....	20
2.1.4 Zweck.....	22
2.2 Der Betrieb.....	23
2.2.1 Betriebsbegriffe im Überblick.....	23

2.2.2	Der Betriebsbegriff Gutenbergs als Grundlage der Untersuchung.....	27
2.2.2.1	Die systemindifferenten Bestimmungsfaktoren Gutenbergs.....	28
2.2.2.1.1	Die Kombination von Produktivfaktoren zur Erstellung der Betriebsleistungen	28
2.2.2.1.2	Das Prinzip der Wirtschaftlichkeit.....	30
2.2.2.1.3	Das Prinzip des finanziellen Gleichgewichts	32
2.2.2.2	Die systemimmanenten Bestimmungsfaktoren Gutenbergs.....	32
2.2.2.2.1	Autonomieprinzip versus Organprinzip	33
2.2.2.2.2	Erwerbswirtschaftliches Prinzip versus Prinzip plandeterminierter Leistungserstellung versus Angemessenheitsprinzip	34
2.2.2.2.3	Prinzip der Alleinbestimmung versus Prinzip der Mitbestimmung	35
2.2.2.2.4	Die systemimmanenten Bestimmungsfaktoren Gutenbergs im marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftssystem.....	37
2.3	Das Museum.....	40
2.3.1	Die Definitionen des ICOM und der AAM.....	42
2.3.2	Die vergleichende Analyse der Definitionen.....	43
2.3.2.1	Die museale Institution	44
2.3.2.2	Museale Objekte	48
2.3.2.3	Die Empfänger von Museumsleistungen	49

2.3.2.4	Die museumsspezifischen Aufgaben im engeren Sinne ...	50
2.3.2.5	Die museumsspezifischen Aufgaben im weiteren Sinne ..	52
2.3.3	Die Ableitung einer Arbeitsdefinition.....	54
2.3.3.1	Die Arbeitsdefinition 1. Grades auf Basis der Schnittmenge der Definitionen des ICOM und der AAM	56
2.3.3.2	Die Arbeitsdefinition 2. Grades auf Basis der Arbeitsdefinition 1. Grades und der Einbeziehung von zusätzlichen Merkmalen der Definitionen des ICOM und der AAM.....	57
2.3.3.3	Die Arbeitsdefinition 2. Grades als Arbeitsdefinition der vorliegenden Untersuchung.....	59
2.3.4	Museumsarten	63
2.3.4.1	Die Typisierung nach den Sammlungsinhalten und die Häufigkeitsverteilung der gefundenen Museumstypen	64
2.3.4.2	Die Typisierung nach Trägerschaften und die Häufigkeitsverteilung der gefundenen Museumstypen	68
3	Betriebliche Merkmale des Museums	71
3.1	Die Ausprägungen betrieblicher Bestimmungsfaktoren im Museum.....	72
3.1.1	Die Ausprägung der systemindifferenten Bestimmungsfaktoren	72
3.1.1.1	Die Kombination von Produktivfaktoren zur Erstellung der Betriebsleistungen.....	73
3.1.1.2	Das Prinzip der Wirtschaftlichkeit	75
3.1.1.3	Das Prinzip des finanziellen Gleichgewichts	77

3.1.2 Die Ausprägung der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren.....	78
3.1.2.1 Autonomieprinzip und Organprinzip	79
3.1.2.2 Erwerbswirtschaftliches Prinzip, Prinzip der plandeterminierten Leistungserstellung und Angemessenheitsprinzip	82
3.1.2.3 Prinzip des Privateigentums und Prinzip des Gemeineigentums	86
3.1.2.4 Die Ausprägung der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren in den Museumstypen nach „grundsätzlichen Trägerschaftsformen“	89
3.1.2.4.1 Das Museum der öffentlichen Hand.....	93
3.1.2.4.1.1 Der Idealtypus des Museums der öffentlichen Hand.....	95
3.1.2.4.1.2 Das Freilichtmuseum am Kiekeberg als Referenzmuseum für den Idealtypus des Museums der öffentlichen Hand	97
3.1.2.4.1.3 Die Ausprägung der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren im Freilichtmuseum am Kiekeberg	102
3.1.2.4.2 Das verselbständigte Museum.....	104
3.1.2.4.2.1 Der Idealtypus des verselbständigten Museums .	110
3.1.2.4.2.2 Das Nederlands Openluchtmuseum als Referenzmuseum für den Idealtypus des verselbständigten Museums	112
3.1.2.4.2.3 Die Ausprägung der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren im Nederlands Openluchtmuseum	116

3.1.2.4.3 Das private Museum	120
3.1.2.4.3.1 Der Idealtypus des privaten Museums.....	120
3.1.2.4.3.2 Das Automuseum Störy als Referenzmuseum für den Idealtypus des privaten Museums.....	121
3.1.2.4.3.3 Die Ausprägung der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren im Automuseum Störy...	124
3.1.2.4.4 Die Museumstypen und die Ausprägungen der systemimmanenten Bestimmungsfaktoren im Überblick	125
3.2 Das Museum als Dienstleistungsbetrieb	127
3.2.1 Die Leistungen der Museen	127
3.2.1.1 Hauptleistungen.....	130
3.2.1.1.1 Kulturelle Hauptleistungen	131
3.2.1.1.2 Positive externe Effekte	133
3.2.1.1.3 Museumsinterne Vorleistungen	139
3.2.1.2 Nebenleistungen	141
3.2.1.3 Zusatzleistungen.....	141
3.2.2 Der Dienstleistungscharakter der Museumsleistungen	142
3.2.2.1 Das Fehlen des Produktionsfaktors „Werkstoffe“ und die Immaterialität der Museumsleistungen.....	143
3.2.2.2 Der „externe Faktor“ als Folge der Immaterialität	146
3.2.2.3 Die pauschale Kategorisierung der Museumsleistungen als Dienstleistungen im Spiegel der Literatur ...	149
3.2.3 Zusammenfassende Ergebnisse.....	151
4 Das museumsspezifische Zielsystem.....	153

4.1 Ziele der Unternehmung und ihre Bedeutung für Museen	155
4.1.1 Das Erhaltungsziel als Oberziel.....	156
4.1.2 Gewinnerzielung/Kostendeckung.....	159
4.1.3 Bedarfsdeckung.....	166
4.1.4 Wirtschaftlichkeit.....	172
4.1.5 Liquidität.....	179
4.1.6 Flexibilität.....	182
4.1.7 Erfüllen der betriebssozialen Aufgabe.....	185
4.2 Das Leistungswirkungsziel.....	188
4.3 Zusammenfassende Ergebnisse.....	191
5 Ziele der Museen in der Literatur und der Praxis.....	193
5.1 Museumsspezifische Ziele in der Literatur.....	194
5.1.1 Die „strategischen Leistungsziele“ von <i>von Welck/Bentz</i>	194
5.1.2 Die „Ziele der Museumsarbeit“ der <i>KGSt</i>	195
5.1.3 Der Zielkatalog von <i>Weimer/Gogg</i>	196
5.1.4 „Fachziele“ und „übergreifende Ziele“ der Projektgruppe „ <i>Wirkungsvolle Strukturen im Kulturbereich</i> “ der <i>Bertelsmann Stiftung</i>	198
5.1.5 Die neun „Zieltypen“ des <i>Japanese American National Museum</i>	202
5.1.6 Die Zielsystematiken von <i>Reicher</i>	206
5.1.7 Zusammenfassende Ergebnisse.....	209
5.2 Museumsspezifische Ziele in der Praxis.....	211

5.2.1 Die Konzeption der empirischen Erhebung.....	212
5.2.1.1 Die Größenkategorisierung der Museen aufgrund der Erhebung der Anzahl der Mitarbeiter.....	213
5.2.1.2 Die Kategorisierung der Museen als öffentliche oder private Museen.....	214
5.2.1.3 Die Erhebung der Ziele der Museen.....	217
5.2.1.4 Befragungsergebnisse.....	220
5.2.2 Die Kategorisierung der Ziele.....	222
5.2.2.1 Übergeordnete Zielnennungen.....	231
5.2.2.2 Nicht übergeordnete Zielnennungen und ihre Bedeutung.....	236
5.2.2.3 Die Güte der abgegebenen Zielnennungen.....	243
5.2.3 Zusammenhänge zwischen musealen Strukturmerkmalen und den Zielnennungen.....	245
5.2.3.1 Der Chi-Quadrat-Test als Instrument der Abhängigkeitsanalyse von Merkmalen.....	245
5.2.3.2 Die Untersuchung ausgewählter Zusammenhänge.....	247
5.2.3.2.1 Die Existenz von Museumskonzeptionen.....	249
5.2.3.2.2 Die Formulierung von Zielen in der Museumskonzeption.....	253
5.2.3.2.3 Die Verfolgung übergeordneter Zielvorstellungen....	256
5.2.3.2.4 Die Verfolgung nicht übergeordneter Ziele.....	259
5.2.3.2.5 Die Verfolgung positive externe Effekte betreffender Sachziele.....	261
5.2.3.2.6 Die Verfolgung Neben- und Zusatzleistungen betreffender Sachziele.....	264

5.2.3.2.7 Die Verfolgung von Formalzielen.....	266
5.2.3.2.8 Die Verfolgung Umweltbeziehungen betreffender Formalziele	268
5.2.3.2.9 Die Verfolgung ökonomische Aspekte betreffender Formalziele	270
5.2.3.2.10 Die Verfolgung absatzpolitische Aspekte betreffender Formalziele	273
5.2.3.2.11 Die Verfolgung organisatorische Aspekte betreffender Formalziele	277
5.2.3.3 Zusammenfassende Ergebnisse	280
5.3 Ziele aus der Literatur und der Praxis im Spiegel des allgemeingültigen museumsspezifischen Zielsystems	282
6 Schlußbetrachtung und Ausblick.....	293
Anhang.....	299
Literaturverzeichnis	333
Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg.....	347

Verzeichnis der Anhänge:

Anhang 1: Die Verteilung der befragten Museen nach Trägerschaft und Sammlungsschwerpunkt	299
Anhang 2: Die Verteilung des Befragungsrücklaufes nach Trägerschaft und Sammlungsschwerpunkt	300
Anhang 3: Der Fragebogen mit Anschreiben	301
Anhang 4: Übergeordnete Zielnennungen mit mehreren Zielinhalten	305
Anhang 5: Übergeordnete Zielnennungen und ihre Kategorisierung als Sachziele	308
Anhang 6: Übergeordnete Zielnennungen und ihre Kategorisierung als Formalziele	313
Anhang 7: Nicht übergeordnete Zielnennungen und ihre Kategorisierung als Sachziele	314
Anhang 8: Nicht übergeordnete Zielnennungen und ihre Kategorisierung als Formalziele	326
Anhang 9: Codierung der Fragebogenauswertung	331