

1. Vorwort	Seite 5
2. Grundlegende Gedanken	7
3. Brauchen Museen Management	10
4. Marketing als Managementfunktion im Museum	17
4.1 Die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Museum	20
4.2 Die Öffentlichkeiten der Museen	23
4.3 Museen und Images	25
4.4 Medien als Instrumente der Öffentlichkeit	26
5. Analyse der gegenwärtigen Situation des Museums Burg Ranis	31
5.1 Stellenwert des Museums	31
5.2 Geschichte des Museums	32
5.3 Museal genutzte Räumlichkeiten	34
5.4 Eine kritische Analyse der bisherigen Museumsarbeit	35
6. Zukünftige Planung für das Museum Burg Ranis	39
6.1 Museumsprofil (Corporate Image)	40
6.2 Museumskultur (Corporate Culture)	40
6.3 Museal genutzte Räumlichkeiten	41
6.4 Grundsätze der musealen Arbeit bzgl. der zukünftigen Planung	45
6.5 Öffentlichkeitsarbeit des Museums Burg Ranis	52
6.6 Personalbedarf	67
7. Zusammenfassung	71
8. Abkürzungsverzeichnis	73
9. Literatur- und Quellenverzeichnis	75
10. Selbständigkeitserklärung	83
11. Anlagen	
11.1 Grundrisse	