

Inhaltsverzeichnis

<i>Christoph Kühberger/Andreas Pudlat</i> Vergangenheitsbewirtschaftung – Geschichte, Wirtschaft und Ethik. Einleitung	7
<i>Christoph Kühberger</i> Geschichtsmarketing als Teil der Public History. Einführende Sondierungen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft	14
<i>Jörn Lindner</i> „Wir machen hier Marketing und keine Wissenschaft“. Akteure und ihre Handlungsspielräume am Beispiel des „History Marketing“	54
<i>Felix Ackermann</i> Corporate Historical Responsibility. Geschichte als soziale Verantwortung von Unternehmen	70
<i>Jürgen Bauer/Elfriede Windischbauer</i> History Marketing als Strategie einer nach innen gerichteten Unternehmenskommunikation	88
<i>Manfred Grieger</i> Zur Hybridisierung der Unternehmensgeschichte durch Verwissenschaftlichung, Marketingisierung und Eventisierung: das Beispiel Volkswagen	96
<i>Stefanie Samida</i> Medialisierte Archäologie: Inszenierung – Kommerzialisierung – Pornografisierung	120
<i>Andrea Brait</i> Museale Einrichtungen als Wirtschaftsfaktor. Eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsgesellschaft	139
<i>Sybille Frank</i> Der Mauer um die Wette gedenken	159

<i>Hanno Hochmuth</i> HisTourismus. Public History und Berlin-Tourismus	173
<i>Claudia Schütze</i> Narrativ konstituierte Unternehmensidentitäten. Erzählungen bei der Vergangenheitsbewirtschaftung eines Unternehmens	183
<i>Konrad J. Kuhn/Béatrice Ziegler</i> Heimatfilme und Denkmäler für Grippetote: Geschichtskulturelle Reflexionen zur wirtschaftlichen Nutzbarmachung des Ersten Weltkriegs in der Schweiz	199
Autorinnen und Autoren	216