

## Inhaltsverzeichnis

Einführung - Benutzerhinweise .....	1
1. Das Problem: Anforderungen an die Stadtentwicklungspolitik.....	3
1.1. Die Ursachen für ein neues Steuerungsinstrument der Stadtentwicklung ..	3
1.2. Sondersituation in den neuen Bundesländern: Die Notwendigkeit der Revitalisierung .....	4
2. Grundlagen: Was ist Stadtmarketing .....	9
2.1. Begriff .....	9
2.2. Definition .....	10
2.3. Handlungsfelder .....	11
3. Der Stadtmarketing-Prozeß.....	19
3.1. Kritische Erfolgsfaktoren .....	21
3.2. Der Verlauf .....	25
3.2.1. Anschubphase.....	25
3.2.2. Analysephase.....	31
3.2.3. Leitbildphase.....	35
3.2.4. Handlungsempfehlungen und Umsetzungen.....	40
3.2.5. Fortführung .....	44
4. Serviceteil .....	47
4.1. Wer kann Hilfestellung leisten?.....	47
4.2. Mitwirkung externer Berater .....	47
4.2.1. Ausschreibung .....	49
4.2.2. Prüfung der Angebote .....	50
4.2.3. Präsentation .....	50
4.2.4. Vertragsgestaltung.....	51

Anhang

Literaturhinweise

Autorenverzeichnis