

Inhalt

City Marketing – Current Developments An Overview <i>Busso Grabow, Beate Hollbach-Grömig und Florian Birk</i>	5
Stadtmarketing – Aktuelle Entwicklungen im Überblick <i>Busso Grabow, Beate Hollbach-Grömig und Florian Birk</i>	19
Ziele, Aktivitäten und Erfolgsfaktoren von Stadtmarketing <i>Busso Grabow und Beate Hollbach-Grömig</i>	35
Stadtmarketingelemente und Typen von Stadtmarketing <i>Busso Grabow und Beate Hollbach-Grömig</i>	61
Stadtmarketing in Österreich und der Schweiz <i>Götz Datko</i>	81
Beispiel Münster Kommunikation, Kooperation und Strategie – Stadtmarketing als langfristige Arbeit am Stadtprofil <i>Bernadette Spinnen und Thomas Hauff</i>	115
Beispiel Konstanz Stadtmarketing am Beispiel der Stadtmarketing Konstanz GmbH <i>Friedhelm Schaal und Christoph Albrecht</i>	139
Beispiel Leipzig Stadtmarketing als strategischer Partner für Leipzigs Weg zurück zu einer Stadt mit europäischer Geltung <i>Lutz Thielemann und Bernd Rittmeier</i>	153

Beispiel Fürth Hochaktiv, bürgerfreundlich und imagefördernd: Der Stadtmarketingverein Vision Fürth e.V. <i>Thomas Schier</i>	171
Beispiel Dortmund StadtbezirksMarketing <i>Andrea Bausmann (verantwortlich) und Kerstin Wilmes</i>	185
Beispiel Region Südosten von Niedersachsen Innovative Wege für zielorientiertes Regionenmarketing: Der Südosten von Niedersachsen auf dem Weg zum europäischen Wirtschaftsstandort <i>Manfred B. Geisler</i>	203
Organisationsformen von Stadtmarketing <i>Friedhelm Schaal und Christoph Albrecht</i>	213
Stadtmarketing als Ansatz kooperativer Stadtentwicklung – Funktionen und Instrumente <i>Frank Heinze</i>	221
Stadtmarketing als Element der kooperativen Demokratie im Blick der Politikwissenschaft <i>Florian Birk und Alexander Wegener</i>	239
Stadtmarketing und die Stadt als Ereignis – Zur strukturellen Bedeutung symbolischer Politik <i>Ilse Helbrecht</i>	263
Strategisches Management für Kommunen: Stadtmarketing als gelenkte Selbstorganisation strategischer Initiativen in der kooperativen Stadtentwicklung <i>Florian Birk und Roland Dumont du Voitel</i>	279
Stadtmarketing – Der falsche Begriff für die richtige Sache? Hoffnungen, Mythen, Realitäten und Perspektiven <i>Florian Birk, Busso Grabow und Beate Hollbach-Grömig</i>	309
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	319