

- 3 | Gerd Kolbe
**„Treffpunkt Dortmund“:
 Ein Werbeslogan wird zur Aufgabenbeschreibung**
 Die Arbeit des Informations- und Presseamts
 der Stadt Dortmund von 1967 bis 1991
- 10 | Werner Danneborn
**Öffentlichkeitsarbeit und Werbung im Amt
 für Wirtschafts- und Strukturförderung**
- 12 | Oliver Volmerich
Zwischen PR und Pressearbeit
 Die „Ära Schackmann“ im Urteil der Medien
- 18 | Christel Rolland-Sendt
„Wo fährt ihr denn hin?“
 Die Anfänge der Stadtrundfahrten in Dortmund
- 20 | Gerd Kolbe
„Ein intelligentes Spiel aus einer intelligenten Stadt“
 Zum Imagefaktor Schach
- 24 | Gerd Kolbe
**Fan-Treffs und Public Viewings –
 ein Dortmunder Modell**
 Ein weltweites Erfolgsrezept wird 25 Jahre
- 27 | Oliver Schmidt im Gespräch mit Eugen Schackmann
**Erinnerungen an 24 Jahre
 Amtsleitung (1967–1991)**
- 32 | Eugen Schackmann
Das DO-Emblem
 Werben für Dortmund – Werben für unsere Stadt
- 36 | Katrin Minner
**„Ruß, dreckige Häuserfassaden,
 Kumpelatmosphäre, miese Maloche“?**
 Imagewandel und Selbstdarstellung westfälischer Städte
 in Stadtwerbefilmen zwischen 1950 und 1980
- 38 | Paul Hofmann
**„Solange ich laufen kann, werde ich
 natürlich Filme drehen ...“**
 Die Dortmunder Filmchronistin Elisabeth Wilms
- 40 | Daniela Fleiß
Die Stadt und ihr Bild
 Stadtwerbung in Bottrop, Duisburg und Essen
 in Zeiten von Kohle- und Stahlkrise