

Günther E. Braun/Armin Töpfer (Hrsg.)

# MARKETING im kommunalen Bereich

Der Bürger als „Kunde“ seiner  
Gemeinde

mit Beiträgen von:

Diethard Blombach	Richard Preusser
Günther E. Braun	Hans-Joachim Reh
Hugo Borger	Jochen Riebel
Kurt Damaschke	Wolfgang Rühl
Giselher Dietrich	Johannes Schaffarczyk
Eckard Heintz	Siegfried Stauch
Peter Jäger	Jörg Talanow
Ute Klaasen	Armin Töpfer
Andreas Knierim	Jürgen-Dieter Waidlich
Werner Marzin	Michael Weber
Hans-Peter Nustede	

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inventar-Nr. :	40.698
Abteil-Nr. :	A28/1785
Sachgebiete:	5.3
	00256681

**BONN©AKTUELL**

# Inhalt

<b>I. Einführung und Einordnung der Beiträge</b> .....	7
Ansatzpunkte für Marketing im kommunalen Bereich .....	8
<i>Armin Töpfer, Günther E. Braun</i>	
<b>II. Marketing für eine Kommune</b> .....	29
Image-Untersuchung der Stadt Frankenthal .....	30
<i>Jochen Riebel</i>	
Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität der Stadt Wolfhagen .....	57
<i>Armin Töpfer, Giselher Dietrich</i>	
Fremdenverkehrs-Marketing für Nürnberg .....	71
<i>Michael Weber</i>	
Münchener Messe- und Ausstellungsgesellschaft: Marketing international .	83
<i>Werner Marzin</i>	
„Das Gläserne Rathaus“ —	
Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung Witten .....	91
<i>Günther E. Braun, Kurt Damaschke</i>	
<b>III. Marketing von kommunalen Verkehrs- und Versorgungsunternehmen</b> .....	107
Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr: Marketing im öffentlichen Nahverkehr	108
<i>Diethard Blombach</i>	
Ein großes kommunales Versorgungsunternehmen: Marketing für Strom, Gas und Wasser .....	131
<i>Siegfried Stauch, Hans-Joachim Reh</i>	
Problemloses Heizen: Marketing für Erdgas .....	153
<i>Johannes Schaffarczyk</i>	
<b>IV. Marketing von Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitsbereichs</b> .....	169
Die Kliniken der Landeshauptstadt Wiesbaden: Marketing und Corporate Identity .....	170
<i>Peter Jäger</i>	

Mehr Spaß und Erlebnis: Marketing für öffentliche Bäder ..... 194  
*Richard Preusser*

**V. Marketing von kulturellen Einrichtungen ..... 205**

Marketing des Münchener Kulturzentrums „Gasteig“ ..... 206  
*Eckard Heintz*

Bücher als Mittel zur Information und Freizeitgestaltung:  
Marketing für öffentliche Bibliotheken ..... 218  
*Ute Klaassen*

Marketing für die Kölner Museen:  
Aspekte eines Beschaffungs- und Absatzmarketing ..... 233  
*Hugo Borger*

Marketing für Theater — Erfahrungen und Beobachtungen ..... 245  
*Jürgen-Dieter Waidelich*

documenta 8:  
Eine Kunstausstellung kommuniziert mit ihrer Zielgruppe ..... 261  
*Andreas Knierim*

Marketing einer mittelstädtischen Volkshochschule ..... 286  
*Jörg Talanow*

**VI. Marketing für eine Region ..... 301**

Wirtschaftsförderung als spezielles Marketing  
für den Kreis Unna ..... 302  
*Hans-Peter Nustede*

Das Ruhrgebiet: Ein starkes Stück Deutschland ..... 315  
*Wolfgang Rühl*

**Literaturverzeichnis ..... 333**

**Autoren-Kurzbiographien ..... 342**

**Stichwortverzeichnis ..... 345**