

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

I. Einführung und Einordnung der Beiträge	7
Ansatzpunkte für Marketing im kommunalen Bereich	8
<i>Armin Töpfer, Günther E. Braun</i>	
II. Marketing für eine Kommune	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>	
III. Marketing von kommunalen Verkehrs- und Versorgungsunternehmen	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>	
IV. Marketing von Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitsbereichs	169
Die Kliniken der Landeshauptstadt Wiesbaden: Marketing und Corporate Identity	170
<i>Peter Jäger</i>	

Mehr Spaß und Erlebnis: Marketing für öffentliche Bäder	194
<i>Richard Preusser</i>	

V. Marketing von kulturellen Einrichtungen 205

Marketing des Münchener Kulturzentrums „Gasteig“	206
<i>Eckard Heintz</i>	

Bücher als Mittel zur Information und Freizeitgestaltung: Marketing für öffentliche Bibliotheken	218
<i>Ute Klaassen</i>	

Marketing für die Kölner Museen: Aspekte eines Beschaffungs- und Absatzmarketing	233
<i>Hugo Borger</i>	

Marketing für Theater — Erfahrungen und Beobachtungen	245
<i>Jürgen-Dieter Waidelich</i>	

documenta 8: Eine Kunstausstellung kommuniziert mit ihrer Zielgruppe	261
<i>Andreas Knierim</i>	

Marketing einer mittelstädtischen Volkshochschule	286
<i>Jörg Talanow</i>	

VI. Marketing für eine Region 301

Wirtschaftsförderung als spezielles Marketing für den Kreis Unna	302
<i>Hans-Peter Nustede</i>	

Das Ruhrgebiet: Ein starkes Stück Deutschland	315
<i>Wolfgang Rühl</i>	

Literaturverzeichnis	333
-----------------------------------	------------

Autoren-Kurzbiographien	342
--------------------------------------	------------

Stichwortverzeichnis	345
-----------------------------------	------------