

Herbert Pfaff-Schley (Hrsg.)

Stadtmarketing und kommunales Audit

Chance für eine ganzheitliche
Stadtentwicklung

Mit 42 Abbildungen und 11 Tabellen



Springer

Inhalt

Stadtmarketing: Chance zur ganzheitlichen Stadtentwicklung Irene Kuron	1
Marketing für Städte - Schlüssel zur dauerhaften Entwicklung Michael Bertram	15
Leitfaden zum Stadtmarketing Markus Fußhöller	25
Stadtmarketing - Planung, Konzept, Konkretisierung, Realisierung Daniel Zerweck	37
Rechtliche Rahmenbedingungen für ein kommunales Audit Wolfgang Baumann	55
Modellkonzeption für die Planung und für die Durchführung kommunaler Öko-Audits Wolfgang Baumann	73
Die Institutionalisierung von Stadtmarketing Rolf Beyer	85
Stadtmarketing am Beispiel der Stadt Überlingen Robert Schuster	95
Stadtmarketing und Imagegewinn als Triebfeder für die Durchführung eines Audits in einem kommunalen Unternehmen? Dirk Vogeley	117
Stadtmarketing durch kommunales Energiemanagement am Beispiel der Stadt/Stadtwerke Unna GmbH Christian Jänig	129

Systematische Aufbereitung und Umsetzung eines Stadtmarketingprojektes (Marketinghandbuch) am Beispiel der Stadt Bergisch Gladbach	175
Susanne Schlösser, Martin Westermann	
Stadtmarketing Gelsenkirchen: Erfolgreiches Instrument für eine moderne Stadt - Das „Gelsenkirchener Modell“ der Organisation von Stadtmarketing	189
Gerhard Teulings	
Innerstädtisches Abfallwirtschaftskonzept in Itzehoe als wichtiger Baustein eines modernen Stadtmarketings	195
Hauke Zins	
Stadtentwicklung durch regionalen und umweltschonenden Tourismus	207
Matthias Behrens Egge	
Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Stadtmarketingprojekten in ost- und westdeutschen Städten	211
Thomas Lepping	
Einmischung durch Kooperation - Dialogorientierte Stadtentwicklung durch Stadtmarketing	217
Hardo Kendschek	