

Vom Stadtmarketing zur Stadtkonzeption

von

Prof. Dr. Ursula Funke

VERLAG W. KOHLHAMMER

Inhalt

1.	Wie verhalten sich Stadtmarketing und Stadtkonzeption zueinander?	1
2.	Weshalb braucht eine Stadt eine Gesamtkonzeption?	2
3.	Können für die Wirtschaft entwickelte Instrumente sinnvoll auf den kommunalen Bereich übertragen werden?	5
4.	Was gehört zu einer Stadtkonzeption?	8
5.	Wie entwickelt man eine Stadtkonzeption?	16
	5.1. Situationsanalyse	17
	5.2. Stadtleitbild und Oberziele	27
	5.3. Teilziele, Strategien und Maßnahmen	31
	5.4. Umsetzung und Kontrolle	35
6.	Wie motiviert man die Verwaltung im Sinne des Marketing nach Innen?	36
7.	Wo liegen die Schwierigkeiten und Grenzen, wo der Nutzen einer Stadtkonzeption?	39
8.	Anmerkungen	41
9.	Ausgewählte Literatur	44
10.	Glossarium	46
11.	Anhang	53
	11.1. Leitbild einer Stadt	54
	11.2. Fragebogen Imageanalyse für eine Stadt	59
	11.3. Fragebogen Analyse der Unternehmen einer Stadt	79
	11.4. Fragebogen Imageanalyse für eine Region	85