

Inhaltsübersicht

	Seite
1. Internationaler Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte	1
1.1 Wirtschaftsstandorte.....	1
1.2 Globalisierter Standortwettbewerb.....	3
1.3 Standort Deutschland.....	10
2. Standortentscheidungen der Standortnachfrager	13
2.1 Unternehmerische Standortpolitik	13
2.2 Standortziele und Standortstrategien internationaler Unternehmen	20
2.3 Der Standortentscheidungsprozeß.....	25
2.3.1 Akteure der Standortauswahl.....	25
2.3.2 Die Entscheidungsphasen	28
3. Standortmarketing-Konzept für Standortanbieter	55
3.1 Begriff und Inhalt des Standortmarketing	55
3.2 Der Standort als Objekt und Träger des Standortmarketing.....	59
3.3 Standort-Management-Konzept	63
4. Standortanalyse	72
4.1 Strategische Standortplanung	72
4.2 Methoden der Standortanalyse	76
5. Normatives Standortmanagement	95
5.1 Leitbilder des Standortmarketing.....	95
5.2 Ziele des Standortmarketing.....	111

6.	Strategisches Standortmanagement.....	114
6.1	Standortstrategien	114
6.2	Organisationsstrategien	115
6.3	Leistungs- und Profilierungsstrategien	116
6.4	Marktstrategien	119
7.	Operatives Standortmanagement.....	135
7.1	Instrumente des Standortmarketing	135
7.2	Maßnahmen zur Standortprofilierung	141
7.3	Maßnahmen zur Akquisition von Unternehmen	145
	Literaturverzeichnis	154
	Stichwortverzeichnis	160