

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Vorwort zur 3. Auflage..... | V |
| Vorwort zur 2. Auflage..... | VI |
| Vorwort zur 1. Auflage..... | VII |
| Inhaltsverzeichnis | IX |
| Abbildungsverzeichnis | XIII |
| Tabellenverzeichnis | XV |
| 1 Grundbegriffe des Marketing..... | 1 |
| 1.1 Wozu Marketing im öffentlichen Sektor? | 1 |
| 1.2 Entwicklungsstufen des Marketing..... | 7 |
| 1.3 Systematisierungsansätze des Public Marketing..... | 10 |
| 1.4 Stadtmarketing als Antwort auf den Städtewettbewerb..... | 12 |
| Exkurs: Die „kreative Klasse“ als zentrale Zielgruppe im Stadtmarketing | 13 |
| 1.4.1 Stadtmarketing-Prozess..... | 16 |
| 1.4.2 Erfolgsfaktoren im Stadtmarketing..... | 19 |
| 2 Marketing Konzeption | 22 |
| 2.1 Situationsanalyse | 23 |
| 2.1.1 Stärken-Schwächen-Analyse..... | 24 |
| 2.1.2 Chancen-Risiken-Analyse | 25 |
| Exkurs: Auswirkungen des demografischen Wandels auf die Kommunen | 27 |
| 2.2 Ableitung von Zielen..... | 31 |
| 2.2.1 Leitbild | 31 |
| 2.2.2 Corporate Identity | 34 |
| 2.2.3 Unternehmensziele | 36 |
| 2.2.4 Marketing-Ziele | 37 |
| 2.2.4.1 Marketingziel Kundenzufriedenheit..... | 39 |
| Kritische Anmerkungen zum „Bürger als Kund:in“ | 42 |
| Bürgernähe als Leitziel einer kundenorientierten Verwaltung..... | 42 |
| 2.2.4.2 Marketingziel Imageverbesserung | 42 |
| 2.3 Marktforschung als Basis der Situationsanalyse und Zielbildung..... | 46 |
| 2.3.1 Definitionsphase..... | 47 |
| 2.3.2 Designphase | 48 |
| 2.3.2.1 Auswahl der Erhebungseinheiten | 49 |
| 2.3.2.2 Arten von Stichproben | 50 |
| 2.3.2.3 Umfang der Stichprobe | 51 |

| | | |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.3.2.4 | Gütekriterien | 51 |
| 2.3.2.5 | Operationalisierung..... | 52 |
| 2.3.2.6 | Auswahl der Erhebungsmethoden..... | 53 |
| 2.3.2.7 | Kundenzufriedenheitsanalyse | 62 |
| 2.3.2.8 | Image-Analysen | 68 |
| 2.3.3 | Datenanalyse und Dokumentation | 70 |
| 2.4 | Marketing-Strategien..... | 73 |
| 2.4.1 | Konkurrenzorientierte Strategien | 74 |
| 2.4.2 | Abnehmerorientierte Strategien..... | 77 |
| 2.4.2.1 | Marktstimulierungsstrategie | 78 |
| 2.4.2.2 | Marktparzellierungsstrategie | 80 |
| | Exkurs: Theorie des Konsumentenverhaltens..... | 84 |
| | Lebensstil | 87 |
| | Soziale Milieus | 88 |
| 2.4.2.3 | Segmentierung, Targeting und Positionierung (STP) | 93 |
| 2.4.3 | Ausgewählte Methoden der strategischen Planung | 96 |
| 2.5 | Marketing-Instrumente | 102 |
| 2.5.1 | Produktpolitik..... | 102 |
| 2.5.1.1 | Produktdefinitionen | 102 |
| | Grundnutzen und Zusatznutzen | 104 |
| | Wesensmerkmale von Dienstleistungen | 105 |
| 2.5.1.2 | Maßnahmen der Produktpolitik | 107 |
| | Innovationsmanagement | 107 |
| | Produktgestaltung | 111 |
| | Markenpolitik/ Branding | 117 |
| | Markendefinitionen | 117 |
| | Funktionen von Marken..... | 118 |
| | Markenaufbau | 119 |
| | Markenimage..... | 123 |
| | Markenname und Markenzeichen..... | 124 |
| | Markenstrategien | 127 |
| 2.5.2 | Preispolitik | 131 |
| 2.5.2.1 | Grundmodelle der Preistheorie | 132 |
| 2.5.2.2 | Bestimmung des Angebotspreises in betrieblicher Praxis..... | 136 |
| | Kostenorientierte Preisfindung | 136 |
| | Abnehmerorientierte Preisfindung | 137 |
| | Konkurrenzorientierte Preisfindung | 138 |
| 2.5.2.3 | Preisdifferenzierung | 138 |
| 2.5.2.4 | Besonderheiten der Preispolitik bei Dienstleistungen | 139 |
| 2.5.3 | Kommunikationspolitik | 141 |
| 2.5.3.1 | Mediawerbung | 147 |
| | Exkurs: Neuere Erkenntnisse der Hirnforschung als Grundlage für erfolgreiche Kommunikation | 147 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Planung einer Werbekampagne | 150 |
| Bildkommunikation (Imagery-Forschung) | 154 |
| Werbemittel und Werbeträger..... | 155 |
| 2.5.3.2 Internet-Kommunikation und Social Media | 158 |
| 2.5.3.3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Public Relation (PR) | 162 |
| Interne PR | 163 |
| Presse- und Medienarbeit..... | 165 |
| Medienarbeit strategisch planen..... | 166 |
| Pressestelle..... | 167 |
| Kriterien für medienrelevante Meldungen..... | 169 |
| Pressemitteilung..... | 170 |
| Erfolgskontrolle..... | 171 |
| 2.5.3.4 Events | 172 |
| Trend der Erlebnisorientierung..... | 172 |
| Ausprägungsformen von Events | 173 |
| Events im Rahmen der Stadtentwicklung | 175 |
| 2.5.3.5 Integrierte Kommunikation..... | 178 |
| 2.5.3.6 Praxisbeispiel: Image-Kampagne für das Ruhrgebiet..... | 178 |
| 2.5.4 Distributionspolitik | 187 |
| 2.5.4.1 Distributionspolitische Fragestellungen der Verwaltung..... | 190 |
| 2.5.4.2 E-Government | 192 |
| 2.6 Case Study: Imagewandel und Neupositionierung der „Übermorgenstadt Oldenburg“ | 201 |
| 3 Fundraising – Spenden und Sponsoring im Public Marketing | 209 |
| 3.1 Begriffsbestimmungen | 209 |
| 3.2 Umsetzung des Fundraising in der Organisation | 213 |
| 3.2.1 Fundraising-Management..... | 213 |
| 3.2.2 Kein Fundraising ohne Kommunikation | 214 |
| 3.3 Privatpersonen als Zielgruppe im Fundraising | 215 |
| 3.3.1 Geldspenden | 215 |
| 3.3.2 Zeitspenden..... | 218 |
| 3.4 Unternehmenspartnerschaften im Public Marketing | 219 |
| 3.4.1 Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen | 219 |
| 3.4.2 Sponsoring im Public Marketing..... | 221 |
| 4 Qualitätsmanagement | 227 |
| 4.1 Entwicklung des Qualitätsbegriffs | 227 |
| 4.2 Phasen des Qualitätsmanagement..... | 231 |
| 4.2.1 Qualitätsplanung..... | 232 |
| 4.2.2 Qualitätslenkung | 234 |
| 4.2.3 Qualitätsprüfung und Qualitätsverbesserung | 235 |
| 4.2.4 Qualitätsmanagementdarlegung..... | 237 |
| 4.3 EFQM-Modell..... | 238 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.4 Beschwerdemanagement | 242 |
| 4.4.1 Ziele des Beschwerdemanagement | 245 |
| 4.4.2 Beschwerdemanagement-Prozess..... | 246 |
| 4.4.3 Einführungsprozess Beschwerdemanagement | 249 |
| Praxisbeispiele: Beschwerdemanagement in der öffentlichen Verwaltung..... | 251 |
| Literaturverzeichnis | 255 |
| Stichwortverzeichnis..... | 265 |