

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung

Perspektiven für das Stadtmarketing von morgen	3
Andreas Reiter	
Stadtmarketing denken, planen, machen	11
Jürgen Block	

Teil II Themen- und Kompetenzfelder

Integrierte Stadtentwicklung	29
Beate Hollbach-Grömig und Martin zur Nedden	
Kommunale Strukturen: Grundlagen, Partizipation, Moderation	39
Roland Wölfel	
Grundlagen des (Stadt-)Marketings	53
Helmut Schneider	
Die Stadt als Marke	69
Sebastian Zenker	
Recht im Stadtmarketing	77
Andreas Schriefers und Alexandra Schriefers	
Finanzierung	105
Jan-Peter Halves und Thomas Severin	
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	119
Christina Borrmann	
Projektmanagement	139
Hannah Nölle	

Stadtszenierung durch Veranstaltungen	155
Norbert Käthler	
Handel und Innenstadt	173
Michael Karutz	
Citymanagement	191
Michael Gerber	
Wirtschaftsförderung und Standortmarketing	205
Peter Markert	
Tourismus	225
Bettina Bunge	
Integration und Willkommenskultur	243
Andreas Vlašić	
Die digitale Stadt	257
Andreas Haderlein	
Stadtthemen mit Zukunftspotenzial: Kultur, Geschichte und Wissenschaft	271
Bernadette Spinnen	
„Wir brauchen Mut zur ständigen Veränderung“ – Stadtmarketing und digitale Transformation	283
<i>Interview mit Frank Tentler</i>	
 Teil III Zusammenführung und Bestimmung des Berufsbildes	
„Stadtmarketing ist mehr als ein Job“	297
<i>Interview mit Gerold Leppa</i>	