

Reihe: Kleine und mittlere Unternehmen · Band 7

Herausgegeben von Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer, Flensburg

Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer  
Dipl.-Vw. Nicolas Dallmann (Hrsg.)

# Erfolgskontrolle im Standort- und Regionalmarketing

Nutzen für den Mittelstand?

Reader zur Tagung in Berlin am 08. April 2005



## INHALT

I	ANGABEN ZUR TAGUNG .....	1
II	GRÜßWORT UND VORTRÄGE.....	3
1	Grüßwort <i>Reinhold Welina</i> .....	3
2	Erfolgskontrolle im Standortmarketing – Ergebnisse einer Umfrage <i>Nicolas Dallmann / Univ.-Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer</i> .....	5
3	Strategische und operative Nutzen- und Erfolgskontrolle im Standortmarketing <i>Dr. Florian Birk</i> .....	33
4	Regionalmanagement und -marketing: Die Sehnsucht der Praxis nach Evaluierungskonzepten <i>Josef Bühler</i> .....	51
5	Methoden zur Erfolgsmessung im Regionalmarketing <i>Univ.-Prof. Dr. Karlheinz Wöhler</i> .....	69
6	Controlling und Effizienz im Standortmarketing <i>Uwe Mantik</i> .....	91
7	Nutzen und Erfolg von Geschäftsstraßenmarketing <i>Univ.-Prof. Dr. Carsten Busch</i> .....	107
8	Erfolgskontrolle im Standort- und Regionalmarketing – Grundlagen nach ISO 9000 ff. <i>Klaus Graebig</i> .....	125
9	Kompetenzen eines Controllers im Standortmarketing <i>Michael W. Harris</i> .....	135
III	ANGABEN ZU DEN REFERENTEN UND AUTOREN .....	145