

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber .....	5
Grußwort Siegfried Zander .....	9
Grußwort Thomas J. Mager .....	11
Geleitwort Klaus Schucht .....	13
<b>Teil I: Theoretische Grundlagen des Stadtmarketings .....</b>	<b>19</b>
Stadtmarketing – Eine Einführung Hans-Günther Meissner .....	21
Marketing für Städte und Regionen – Modeerscheinung oder Schlüssel zur dauerhaften Entwicklung? Michael Bertram .....	29
<b>Teil II: Fallbeispiele zum Stadtmarketing .....</b>	<b>39</b>
Stadtmarketing - eine Herausforderung für die Wirtschaftsförderung? Fallbeispiel Bergisch Gladbach Martin Westermann .....	41
"Runder Tisch Bonn-Bad Godesberg" Rolf Beyer .....	51

Stadtmarketing Hansestadt Greifswald Andreas Hauck .....	63
Stadtmarketing Magdeburg Claus Mangels .....	69
Stadtmarketing Tangermünde Regina Roß .....	77
<b>Teil III: Theoretische Grundlagen des Regionalmarketings</b> .....	<b>83</b>
Grundlagen für das Regionalmarketing – Eine Einführung Hans-Jürgen von der Heide .....	85
<b>Teil IV: Fallbeispiele zum Regionalmarketing</b> .....	<b>97</b>
Regio Rheinland Dieter Noth .....	99
Regionalmarketing in der Region Crimmitschau, Glauchau, Meerane, Werdau, Zwickau Renate Unger .....	103
Tourismusmarketing im Harz Klaus-Hermann Mohr .....	111
Aktion Mitteldeutschland Achim Schaaschmidt .....	115
Das Beispiel Oberfranken Offensiv Wolfgang Weber .....	121
<b>Teil V: Diskussion und Resümee</b> .....	<b>125</b>
Diskussion .....	127
Resümee Rolf Beyer und Irene Kuron .....	139
Autorenverzeichnis .....	145