

1. Record Nr.	UNINA9910720509703321
Autore	Ebert Christian
Titolo	Identitaetsorientiertes Stadtmarketing : Ein Beitrag zur Koordination und Steuerung des Stadtmarketing // Christian Ebert
Pubbl/distr/stampa	Bern : , : Peter Lang International Academic Publishing Group, , 2004
Descrizione fisica	1 online resource (297 pages)
Disciplina	910
Soggetti	Geography Marketing research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Im Vergleich zum unternehmerischen Marketing sieht sich das Stadtmarketing auf der Subjekt- und Objektebene einer besonderen Komplexitat ausgesetzt. Hieraus resultieren mit der internen Koordination der heterogenen Akteure und der externen Steuerung der vielfaltigen Angebotskomponenten zwei zentrale Herausforderungen an die Stadtmarketing-Fuhrung. Geleitet von der Hypothese, dass das interdisziplinär diskutierte Identitätskonstrukt einen Beitrag zur Losung dieses Problems leistet, entwickelt der Autor mit dem identitätsorientierten Stadtmarketing ein Referenzkonzept für die Stadtmarketing-Fuhrung. Das theoriegestutzte Konzept erfährt eine empirische Fundierung auf der Basis einer bundesweiten Befragung zum Selbst- und Fremdbild der Städte Bielefeld, Dortmund und Munster.</p>