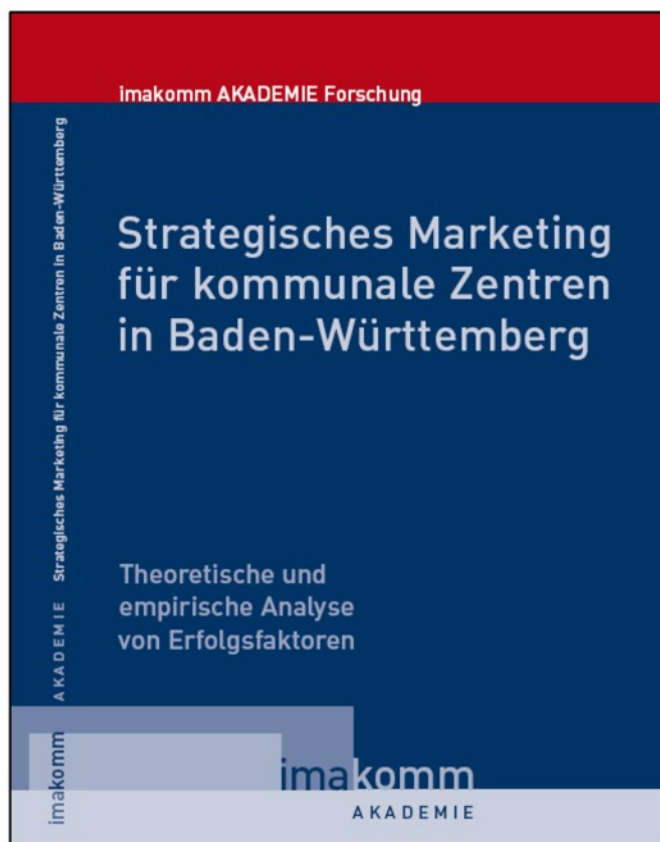


# Strategisches Marketing für kommunale Zentren in Baden-Württemberg



Initiativen zur Stärkung kommunaler Zentren – bspw. Citymarketing – sind mittlerweile etabliert. Nicht selten scheitern die Initiativen jedoch, v. a. weil eine systematische Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Zentrums nicht erfolgt. Gleichzeitig finden sich erfolgreiche Initiativen – und zwar in nahezu sämtlichen Stadt- beziehungsweise Gemeindegrößen – denen der Aufbau von Wettbewerbsvorteilen gelingt. Der Unterschied in den Initiativen scheint in dem jeweiligen strategischen Vorgehen zu liegen. In der empirischen Forschungsstudie „Strategisches Marketing für kommunale Zentren in Baden-Württemberg“ wurden die Erfolgsfaktoren dieser Initiativen untersucht. Es handelt sich dabei um die Dissertation von Peter Markert, Geschäftsführer der imakomm AKADEMIE GmbH, Aalen, im Rahmen eines Promotionsverfahrens an der Universität Tübingen. 169 Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg ab 5.000 Einwohnern liefern umfassende Ergebnisse zu der Frage, was besonders erfolgreiche Initiativen zur Stärkung der kommunalen Zentren anders oder besser machen als weniger erfolgreiche Initiativen. Anhand von drei Fallbeispielen – Stadt Heidenheim a. d. Brenz, Stadt Nagold und Stadt Hüfingen – werden die Ergebnisse konkretisiert. Die Studie liefert Handlungsempfehlungen, wie eine bestehende oder aber eine neue Initiative zur Stärkung des kommunalen Zentrums strategisch ausgerichtet werden kann.

Hiermit bestelle ich



Exemplar/e

## Strategisches Marketing für kommunale Zentren in Baden-Württemberg für je 29,90 Euro

Preise jeweils inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten

imakomm AKADEMIE GmbH  
Institut für Marketing und  
Kommunalentwicklung  
Ulmer Straße 130  
73431 Aalen

Telefon 07361 52829-0  
Telefax 07361 52829-20

info@imakomm-akademie.de  
www.imakomm-akademie.de

Name

Institution | Kommune | Unternehmen

Straße

PLZ Ort

E-Mail

Telefon Fax

Datum Unterschrift