
Vorwort zur 1. Auflage

Marketing – der falsche Name für die richtige Sache! Diese Rückmeldung erhielt ich häufig nach Vorträgen und Workshops über Marketing im öffentlichen Sektor. Mit dem Begriff verbinden viele zunächst nur aggressive Verkaufskonzepte. Die wertvollen Anknüpfungspunkte, die ein umfassend verstandenes Marketing-Denken für den Reformprozess im öffentlichen Sektor bereithält, wurden erst nach entsprechender Vermittlung erkannt.

Diese Vermittlung eines die Besonderheiten des öffentlichen Sektors berücksichtigenden Marketing-Management ist Aufgabe des vorliegenden Lehrbuchs. Es beschreibt in komprimierter Form die Grundlagen des Marketing und zeigt auf, wo eine Anwendung auch in nicht erwerbswirtschaftlichen Branchen sinnvoll ist. Denn mehr Kunden- bzw. Bürgernähe bietet die Chance, öffentliche Leistungen nachhaltig zu verbessern.

Anhand von vielen Praxisbeispielen werden einerseits strategische Fragen wie SWOT-Analyse, Leitbild, Corporate-Identity oder Zielgruppensegmentierung behandelt, andererseits konkrete Maßnahmen wie die Planung von Kommunikationskampagnen oder Kundenbefragungen.

Das Buch richtet sich an Studierende ebenso wie an Praxisvertreter. Für Studierende wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Studiengänge ist es als einführendes Lehrbuch gedacht. Entscheidungsträgern aus öffentlichen Institutionen oder Nonprofit-Organisationen soll es einen schnellen und praxisorientierten Überblick über die Anwendungsmöglichkeiten des Marketing vermitteln.

Bei der Erstellung dieses Buches haben mir viele Personen geholfen, denen ich an dieser Stelle danken möchte. Mein besonderer Dank gilt Horst Böhm für seine vielfältigen Anregungen und die „bis zur Unbarmherzigkeit genaue“ Korrektur des Manuskriptes sowie meinen Eltern für die unzähligen Babysitter-Stunden für unseren Sohn Lorenz.

Dank auch an Jutta Hinrichsen und Walburga Himmel vom Gabler-Verlag für die kompetente und freundliche Unterstützung.

Stefanie Hohn



<http://www.springer.com/978-3-658-02131-3>

Public Marketing

Marketing-Management für den öffentlichen Sektor

Wesselmann, S.; Hohn, B.

2017, XV, 198 S. 56 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02131-3