

}essentials{

Thomas Breyer-Mayländer

Marketing für Kommunalverwaltung und Kommunalpolitik

Kommunikations- und
Partizipationsstrategien
für das Gemeinwohl vor Ort



Springer Gabler

essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Thomas Breyer-Mayländer

Marketing für Kommunalverwaltung und Kommunalpolitik

Kommunikations- und
Partizipationsstrategien für das
Gemeinwohl vor Ort

 Springer Gabler

Thomas Breyer-Mayländer
Hochschule Offenburg
Offenburg, Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-24559-7

ISBN 978-3-658-24560-3 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-24560-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Eine Sachstandsanalyse zur Attraktivität von Kommunalverwaltung (KV) und Kommunalpolitik (KP)
- Erklärungen für das geringe Interesse an den unmittelbaren kommunalen Lebensbereichen
- Stakeholderanalysen der kommunal relevanten Bezugsgruppen
- Analyse und Erklärungen für den kommunalen Marketingmix (inkl. der Ebene der „Produkte“)
- Analyse und Erklärungen zur Kommunikation (Kommunikationskanäle und -inhalte für KV und KP)

Vorwort

Dieses *essential* entstand vor dem Hintergrund praktischer Erfahrungen und Projekte, die in dieser Ausarbeitung mit den theoretischen Grundlagen verbunden werden und so eine systematische Erarbeitung des Themas ermöglichen. Das sind die Erfahrungen als Fraktionsvorsitzender im Stadtrat von Ettenheim bei der Anwerbung von Kandidat/inn/en für kommunale Gremien. Darüber hinaus sind es Workshops und Beratungsprojekte mit den deutschsprachigen Hochschulen für öffentliche Verwaltung zur Ansprache von Studieninteressierten oder mit dem Städtetag Baden-Württemberg und mit einzelnen Kommunen zur Steigerung der Attraktivität der Berufsbilder im Bereich der Kommunalverwaltung, sowie die Erfahrungen mit dem Kandidatenfeld für Kommunal- und Bürgermeisterwahlen, die in dieses *essential* Eingang gefunden haben. Diese Erfahrungen haben mich dazu bewogen, den neuen spezifischen Aufgaben der Kommunen u. a. im Bereich Marketing und Kommunikation Rechnung zu tragen und diese Ausarbeitung zum Marketing für Kommunalverwaltung und Kommunalpolitik zu erstellen. In diesem Zusammenhang möchte ich mich bei allen Gesprächs- und Kooperationspartnern aus Wissenschaft und Praxis bedanken, deren Input mit in diese Zusammenstellung einfließen konnte. Darüber hinaus gilt mein besonderer Dank Beate Ritter, meiner Ehefrau, die in diesem Fall einmal mehr das Erstlektorat für eine meiner Publikationen übernommen hat. Weiterhin möchte ich mich bei Anette Villnow und Imke Sander-Petry von Springer Gabler für die professionelle Unterstützung der Publikation bedanken.

Thomas Breyer-Mayländer