

**Testfragen zur Klausur im WPF Regionalmarketing
Fachhochschule in Zweibrücken WS 2003/2004
Prof. Dr. Helmut Reichling
*Stand 05.01.2004***

Ziele des Regionalmarketing

Definieren Sie den Begriff „Region“ im Rahmen des Regionalmarketing

Definieren Sie den Begriff „Regionalmarketing“

Nennen Sie die wichtigsten Ziele des Regionalmarketing.

Welches „Oberziel“ verfolgt das Regionalmarketing.

Welche Aufgaben hat eine „Chancen/Risiken-Analyse“ im Rahmen eines Regionalmarketing-Projektes?

Nennen Sie drei Zielgruppen für ein Regionalmarketing-Projekt.

Daten des Regionalmarketing

Nennen Sie die wichtigsten Daten die bei der Vorbereitung eines Regionalmarketing-Projektes zu erheben sind. Unterscheiden Sie dabei in „Primär-Daten“ und „Sekundärdaten“.

Nennen Sie vier Methoden der Ist-Analyse bei der Vorbereitung eines Regionalmarketing-Projektes.

Institutionen des Regionalmarketing

Nennen Sie fünf Institutionen, welche am Regionalmarketing beteiligt sind.

Nennen Sie mindestens drei unterschiedliche Rechtsformen, in denen die Träger von Regionalmarketing-Projekten organisiert sein können?

Nennen Sie drei Aufgaben von Regionalmarketingorganisationen und erläutern Sie diese in Stichworten.

Nennen Sie die drei wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für die für die Maßnahmenumsetzung im Rahmen von Regionalmarketing-Projekten.

Nennen Sie je ein Förderprogramm auf EU- bzw. Bundesebene sowie die Förderfähigen Bereiche und zusätzlich die maximale Förderhöhe.

Instrumente des Regionalmarketing

Welche Bedeutung hat das Marketing-Instrument „Public-Relations“ im Rahmen eines Regionalmarketing-Projektes?

Welche Bedeutung hat das Marketing-Instrument „Personal-Selling“ im Rahmen eines Regionalmarketing-Projektes?

Welche Ziele verfolgt der Einsatz eines „Image-Filmes“ im Rahmen eines Regionalmarketing-Projektes?

Regionalmarketing und Touristik

Nennen Sie ein typisches Marketing-Instrument aus der Praxis für das Tourismus-Marketing im Rahmen eines Regionalmarketing-Projektes.

Welche drei traditionellen Kommunikations-Instrumente werden im Regionalmarketing regelmäßig bei Tourismusprojekten eingesetzt?

Nennen Sie mindestens drei Nutzenaspekte beim Einsatz einer Kunden-Card für das Regionalmarketing.

Schildern Sie in Stichworten die Vorteile und Grenzen des Einsatzes „elektronischer Marktplätze“ im Rahmen von Regionalmarketing-Projekten.

Regionalmarketing und elektronische Marktplätze

Was versteht man unter einem „elektronischen Marktplätzen“ im Rahmen von Regionalmarketing-Projekten?

Nennen Sie drei Voraussetzungen für den Erfolg „elektronischer Marktplätze“ im Rahmen von Regionalmarketing-Projekten.

Regionalmarketing in Strukturschwachen Regionen

Nennen Sie die wichtigsten Ziele von Wirtschaftsförderungs-Organisationen für das Regionalmarketing

Mit welchen Instrumenten kann eine Wirtschaftsförderungsorganisation bestehende Unternehmen an die Region binden und neue Unternehmen ansiedeln.

Nennen Sie mindestens fünf Kriterien die von einem Initiativprojekt im Rahmen der Wirtschaftsförderung erfüllt sein müssen.

Regionalmarketing als Instrument der Wirtschaftsförderung

Einbindung des Regionalmarketing in die Konzepte des Stadtmarketing

Im Stadtmarketing kennt man den Begriff „Stolzobjekte“. Erläutern Sie an drei selbst gewählten Beispielen diesen Begriff.

Erläutern Sie anhand eines Beispiels die Imagepotentiale einer Stadt

Regionalmarketing und Eventmarketing

Was versteht man unter Eventmarketing?

Was sind die Vorteile des Eventmarketing im Rahmen von Regionalmarketingkonzepten?

Beschreiben Sie Optimierungsansätze des Eventmarketings im Rahmen übergreifender Regionalmarketingkonzepte.

Optische Erkennungszeichen als Instrumente des Regionalmarketing

Definieren Sie den Begriff „Logo“ und nennen Sie die wichtigsten Anforderungen an ein Logo im Regionalmarketing.

Erläutern Sie die beiden Hauptfunktionen des Logos im Regionalmarketing

Nennen Sie die wichtigsten Ziele für den Einsatz eines Logos im Regionalmarketing

Sparkassen und Genossenschaftsbanken und Regionalmarketing

Warum spielen Sparkassen und Genossenschaftsbanken im Regionalmarketing eine wichtige Rolle?

Die monetäre Förderung der Region durch Genossenschaftsbanken und Sparkassen ist sehr wichtig, begründet aber nur einen (großen) Teil der wichtigen Rolle dieser Banken im Regionalmarketing. Erläutern Sie einen weiteren nicht monetären Aspekt der Förderung von Regionen durch die Banken.

Welche 3 großen Förderbereiche werden im Förderprogramm (Wirtschafts- und Gesellschaftsbilanz) des DSGV unterschieden?

Nennen Sie drei Förderbereiche des gemeinnützigen Förderengagements der Sparkassen-Finanzgruppe.