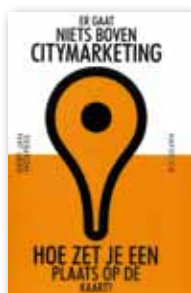




Er gaat niets boven citymarketing: hoe zet je een plaats op de kaart



Hoogleraar city- en regiomarketing Gert-Jan Hospers verdiepte zich in de theorie en de praktijk en ging te rade bij 'Er gaat niets boven Groningen', het citymarketingplan van de stad Groningen. Wat werkt, en wat niet? Een eerste aanzet is het maken van keuzes: merkidentiteit, doelgroep en schaalgrootte bepalen. Daarna inzetten op attenderen, activeren en adviseren. Zeker weten, een handboek boordevol inzichten, voorbeelden en tips voor iedereen die zijn stad of regio

succesvol op de kaart wil zetten.

Auteur: Gert-Jan Hospers

Uitgave: Uitgeverij Haystack, 2011

ISBN 978-94-61260-15-4

Citymarketing voor centrumsteden



Dit handboek fungeert als een soort draaiboek over hoe citymarketing aan te pakken. Een draaiboek dat geen strikt te volgen kader of stramen oplegt, maar eerder een leidraad biedt. Naast de basisconcepten en methodieken vertaalt het ook de ervaring van het project 'Citymarketing voor de centrumsteden Helmond en Mechelen'. Deze publicatie wil een model zijn voor middelgrote centrumsteden die hun aantrekkelijkheid als locatie op hun bewoners, bedrijven en bezoekers willen versterken.

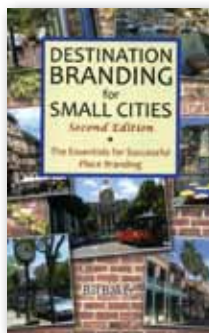
Auteurs: Ivan Landuyt m.m.v. Rik De Keyser, Katrien Bauters, Jeroen Stragier, Thom Ummels en Katrien Tylleman

Uitgave: Gemeente Helmond en de Stad Mechelen, 2008

Onze volledige catalogus vindt u op www.kennisplatformeconomie.be
Zoeken via trefwoorden: 'Citymarketing' en 'Regiomarketing' biedt u de mogelijkheid om ook andere boeken en artikels over het thema te vinden.

In deze rubriek stellen we telkens enkele titels voor uit de collectie van de WES-bibliotheek. In deze uitgave gaat het vooral om publicaties die iets te maken hebben met het dossiernummer

Destination branding for small cities: the essentials for successful place branding



Ook kleine steden hebben nood om zich te profileren en zich te onderscheiden om bezoekers, getalenteerde personen, investeringen en bedrijvigheid aan te trekken. Deze publicatie is een toolkit voor kleine steden, met minder dan 250.000 bewoners. In dit tweede boek biedt de auteur nieuwe en vernieuwde processen, advies, checklists en technieken aan. Branding in moeilijke tijden komt aan bod, alsook interessante inzichten uit de praktijk aangevuld met wereldwijde voorbeelden.

Deze principes en processen kunnen ook worden toegepast op grotere regio's.

Auteur: Bill Baker

Uitgave: Creative Leap Books, 2012

Druk : 2^{de} herziene druk

ISBN 978-0-9849574-0-8

Handmade in Brugge: stad van baanbrekend vakmanschap



De doelstelling van 'Handmade in Brugge' is de stadsprofilering bijsturen en een klimaat creëren voor baanbrekend vakmanschap, geworteld in een eeuwenoude traditie en tegelijk inzetten op creatie en innovatie. Hoe? Door de ambachtslui, rond wie het verhaal is opgebouwd, een platform en label aan te reiken en hierdoor meer zichtbaarheid te geven aan de sector. De portretten van de vijftien Handmade in

Brugge-ambassadeurs zijn het levendige bewijs dat Brugge zo veel meer is dan een pittoreske, historische plek.

Redactie : Geert Souvereyns en Ellen Vandenbulcke

Uitgave: BEN en tapis plein, 2013

Te downloaden via de site van Quartier Bricoléf of via www.kennisplatformeconomie.be

Ook het lezen waard

De muizenval: waarom de volgende crisis onvermijdelijk is



Tweehonderdvijftig jaar geschiedenis van het kapitalisme leert ons dat er wel altijd ergens een crisis was. Leren we niet uit het verleden? Waarom slaagden economen er niet in om de huidige financiële crisis te voorspellen?

In dit boek wordt stapsgewijs uitgelegd waarom de gangbare verklaringen voor de crisis niet volstaan om ons voor te bereiden op een veiligere toekomst. Blijkbaar lijdt de mens aan een hardnekkig onvermogen om te leren uit zijn fouten.

Geert Janssens analyseert de principes en oorzaken achter financiële crisissen. Hij toont aan dat een bredere kijk op deze crisis nodig is om diepliggende lessen te trekken. Daarnaast reikt hij ook een aantal tips aan om het in de toekomst beter te doen en crisissen van deze omvang te voorkomen.

Auteur : Geert Janssens

Uitgave: Davidsfonds Uitgeverij, 2014

ISBN 978-90-5826-999-7