

Auf der Suche nach Orientierung? Ein Blick auf die anhaltende Begierde nach Geschichte.	1
Alfons Kenkmann	
Christine zieht in die Hanse. Zum Verhältnis zwischen Stadtmarketing und Stadtgeschichte	21
Bernadette Spinnen	
Stadtgeschichte verkauft sich gut und gibt den Städten Kraft.	29
Gerold Leppa	
Zukunft braucht Geschichte – Stadtmarketing und Geschichte. Positionspapier	39
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.	
Historische Forschungsthemen in der Öffentlichkeit – Ein Vermittlungskonzept von lokaler bis nationaler Reichweite	43
Viola van Melis	
Public History – Die Wissenschaft auf dem Weg in die Öffentlichkeit	59
Irmgard Zündorf	
Geschichte im Superlativ. Zur langen Ahnenreihe des Stadtmarketings	75
Gerd Althoff	
Stadtidentität als organisches Element der Stadtentwicklung	87
Karl Jasper	
Nürnberg als „Stadt des Friedens und der Menschenrechte“ – Transformationen von Stadtimage und lokaler Geschichtskultur	99
Charlotte Bühl-Gramer	
Leipzig – Stadt der Friedlichen Revolution. Zur Etablierung einer Marke	117
Frank Britsche	

Vom Heimatfest zum Stadtevent. Die Veränderung der urbanen Festkultur in Berlin zwischen 1950 und 2000	141
Cornelia Kühn	
Magdeburg – die Ottostadt	157
Matthias Puhle	