

RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN

From City Marketing to City Branding
An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens

Proefschrift

ter verkrijging van het doctoraat in de
Ruimtelijke Wetenschappen
aan de Rijksuniversiteit Groningen
op gezag van de
Rector Magnificus, dr. F. Zwarts,
in het openbaar te verdedigen op
donderdag 23 oktober 2008
om 13:15 uur

door

Michail Kavaratzis

geboren op 19 april 1973
te Athene, Griekenland

Promotor : Prof. dr. G.J. Ashworth

Beoordelingscommissie : Prof. dr. A. Deffner
Prof. dr. P.H. Pellenbarg
Prof. dr. M. Trueman

ISBN: 978-90-367-3552-0

To Alikj and Pavlos who gave me the boat...

To Andrea who gives me the trip...

To Nikolas who keeps changing the destination...

Table of Contents

	Preface	vii
Chapter 1	Introduction	3
Chapter 2	Methodology of the research	17
Chapter 3	The theoretical framework	31
Chapter 4	Place branding theory	51
Chapter 5	Marketing Amsterdam	65
Chapter 6	Marketing Budapest	83
Chapter 7	Marketing Athens	103
Chapter 8	Revisiting the theory	127
Chapter 9	Conclusions	141
	References	161
	Acknowledgements	173
	Appendices	179
	Summary - Samenvatting - Σύνολο	185

