

## HAUS DER TECHNIK e.V.

(gegenüber dem Hauptbhf.)

Hollestraße 1 45127 Essen

Tel. 02 01 / 18 03-1

Fax 02 01 / 18 03-269



Tagung Nr. E - 20 - 355 - 021 - 8

## Wirtschaftsförderung – aktuelle Aspekte Darstellung von Beispielen aus der Praxis

### Termin

Dienstag, 24. März 1998, 9.00 – 16.15 Uhr

### Veranstaltungsort

Haus der Technik, Hollestraße 1, 45127 Essen

### Leitung

Ass. jur. Rolf Nienaber, Hauptgeschäftsführer der IHK Essen, Mülheim, Oberhausen

### Referenten

Ass. jur. Georg Arens, Geschäftsführer der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft (EWG)

Andreas Crüsemann, Geschäftsführer der Essener Marketing GmbH

Walter Esser, Leiter Verwaltung, Personal und PR, Mitsubishi Semiconductor Europe,

Dipl.-Ing. Hans Kühne, Leiter Triple Z, Essen

Dipl.Ök. Adolf Strack, Bereichsdirektor Firmenkunden und Auslandsgeschäfte, Sparkasse Essen

# Wirtschaftsförderung – aktuelle Aspekte

Darstellung von Beispielen aus der Praxis

---

## Warum Sie an dieser Veranstaltung teilnehmen sollten:

Sie erhalten von Fachleuten aus unterschiedlichen Bereichen detaillierte Informationen zu aktuellen Chancen und Möglichkeiten von Betriebsansiedlungen.

Diese Thematik wird anhand von Beispielen aus der Praxis erläutert.

## Die Veranstaltung wendet sich an:

Führungskräfte der Wirtschaft und der kommunalen Verwaltung

## Programmablauf

- 9.00 **Begrüßung und Einleitung**  
Ass. jur. Rolf Nienaber,  
Hauptgeschäftsführer der IHK Essen, Mülheim, Oberhausen
- 9.30 **Public Private Partnership (PPP) als Maxime der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH**  
Ass. jur. Georg Arens, Geschäftsführer der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
- Organisation der EWG-mbH
  - PPP, dargestellt an Einzelprojekten in Essen
  - Zukünftige Herausforderungen für die Wirtschaftsförderung
- 10.15 **Ganzheitliches Stadtmarketing am Beispiel der Stadt Essen**  
Andreas Crüsemann, Geschäftsführer der Essener Marketing GmbH
- Stadtmarketingdefinitionen und diesbezügliche Positionierung von Essen; Marketing mit den Geschäftsfeldern Standortmarketing, Stadtwerbung und Tourismus sowie Zentrenmanagement
  - Prinzip der partnerschaftlichen Kooperation und synergetischen Zusammenarbeit mit am Stadtmarketingprozeß beteiligten Organisationen, Verbänden, Institutionen und Persönlichkeiten
  - Profilierung der Stadt unter ganzheitlichen Aspekten
  - Stärkung des Essener „Wir-gefühls“-Marketing nach innen
- 11.00 Kaffeepause