

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