



Internationalisierung der kommunalen Wirtschaftsförderung – Wie können Städte von Marketing-, Markterschließungs- und Vernetzungsaktivitäten im Ausland profitieren?

Seminar für Dezernenten, Führungs- und Fachpersonal aus den zuständigen kommunalen Einrichtungen, aus Kammern und Verbänden sowie für Ratsmitglieder

Im Zeitalter der Globalisierung spielt ein internationales Standortmarketing für viele Wirtschaftsstandorte eine immer größere Rolle. Auch in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise sind die außenwirtschaftlichen Beziehungen der Unternehmen vor Ort und deren Einbindung in die internationalen Märkte von großer Bedeutung. Immer mehr Akteure der Wirtschaftsförderung beginnen, den eigenen Standort auch im Ausland als Wirtschaftsstandort bekannter zu machen und die Betriebe vor Ort bei ihren Aktivitäten auf ausländischen Märkten zu unterstützen. Großstädte haben vielfach schon langjährige Erfahrungen, inzwischen versuchen jedoch auch immer mehr kleinere Städte, ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen und internationale Wirtschaftskontakte zu knüpfen. Dabei soll diskutiert werden, welche Anforderungen an die Internationalisierung von Wirtschaftsförderung zu stellen sind, welche Maßnahmen sich für welche Stadt eignen und wie bei aller Konkurrenz Städte bei ihren internationalen Wirtschaftsförderaktivitäten auch kooperieren können.

Erfahrungen, Lösungsansätze und gute Beispiele sollen u.a. zu folgenden Einzelthemen vorgestellt und diskutiert werden:

- Welche Strategien und Instrumente stehen kommunalen Wirtschaftsförderern bei der Internationalisierung ihrer Aktivitäten zur Verfügung? Welche setzen sie ein?
- Wie lassen sich Städtepartnerschaften für das Standortmarketing und Markterschließungsaktivitäten nutzen?
- Welche Zielmärkte und Technologiefelder bieten sich für internationale Aktivitäten an?
- Wie können vorhandene Ansätze und Institutionen der innovationsorientierten Wirtschaftsförderung (Clusterinitiativen, Technologie- und Gründerzentren) international vernetzt werden?
- Wann sind Städte als Immobilienstandort für ein internationales Publikum attraktiv?
- Auf welche Angebote für internationale Wirtschaftsförderungsaktivitäten der EU, des Bundes und der Länder können Kommunen zurückgreifen?



Internationalisierung der kommunalen Wirtschaftsförderung - Wie können Städte von Marketing-, Markterschließungs- und Vernetzungsaktivitäten im Ausland profitieren?

18. bis 19. Oktober 2010 in Berlin

Montag, 18. Oktober 2010

Einführung und Überblick

10.00 Begrüßung und Seminareinführung

Daniel Zwicker-Schwarm, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin

10.30 Internationalisierung kommunaler Wirtschaftsförderung: welche Strategien, Instrumente und Erfahrungen gibt es?

Michael Hass, Geschäftsführer PM & Partner Marketing Consulting GmbH, Frankfurt/Main

12.00 Mittagspause

Erfahrungsberichte aus der kommunalen Praxis

13.00 Internationalisierung der Wirtschaftsförderung: neue Perspektiven für kleinere Großstädte - das Beispiel Oldenburg

Roland Hentschel, Leiter Regionalentwicklung/Internationale Beziehungen, Stadt Oldenburg

14.00 Umwelt(-technologien) als Standortfaktor und Zielmarkt - das Beispiel „Green City“ Freiburg i.Br.

Dr. Bernd Dallmann, Geschäftsführer Freiburg Wirtschaft Tourismus und Messe GmbH & Co. KG

15.00 Kaffeepause

15.30 Erfahrungsaustausch in Arbeitsgruppen

Welche Herausforderungen gibt es bei der Internationalisierung kommunaler Wirtschaftsförderung?

Welche Handlungsansätze haben sich in der kommunalen Praxis bewährt?

17.30 Ende des ersten Seminartages

19.00 Fakultativ: „Lokaltermin“ - Fortsetzung der Gespräche in einem Berliner Lokal

Dienstag, 19. Oktober 2010

Kooperationspartner und Zielgruppen

9.00 Standortmarketing und Markterschließung - wie kann die kommunale Wirtschaftsförderung von den Aktivitäten auf Bundesebene profitieren?

Dr. Robert Hermann, Fachbereichsleiter Investorenwerbung, Germany Trade & Invest, Berlin

10.00 Kaffeepause

10.30 MIPIM und Co.: Internationales Marketing für den Immobilienstandort - Einschätzungen aus Analystensicht

Dr. Thomas Beyerle, Head of Global Research, Aberdeen Immobilien Kapitalanlagegesellschaft mbH, Frankfurt/Main

11.30 Städtepartnerschaften wirtschaftlich nutzen

Ralf J. Meurer, Geschäftsführer, Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg mbH

12.30 Mittagspause

Grenzüberschreitende und transnationale Vernetzung

13.30 Wirtschaftsförderung durch grenzüberschreitendes Clustermanagement - das Beispiel Region Aachen

Ralf P. Meyer, Leiter Wissensmanagement und Standortentwicklung, Aachener Gesellschaft für Innovation und Technologietransfer AGIT mbH

14.30 Vernetzung von Technologieparks - das Beispiel Wissenschaftsstadt Adlershof (Berlin)

Hardy R. Schmitz, Geschäftsführer WISTA Management GmbH, Berlin

15.30 Internationalisierung kommunaler Wirtschaftsförderung: Möglichkeiten und Grenzen?

Schlussdiskussion mit Statements ausgewählter Referenten

16.30 Ende der Veranstaltung

**Seminarleitung: Dipl.-Verw. Wiss. Daniel Zwicker-Schwarm, Dr. Beate Hollbach-Grömig,
Organisation: Sylvia Bertz**

Tagungsort

Deutsches Institut für Urbanistik, Zimmerstraße 13-15, 10969 Berlin

Hotelreservierung und Anfahrt

Eine Hotel- und Verkehrsverbindungsliste wird mit der Anmeldebestätigung zugesandt.

Seminargebühr

Für Mitarbeiter/innen aus den Stadtverwaltungen, städtischen Betrieben und Ratsmitglieder gelten:

- 230,- Euro für Teilnehmer/innen aus Difu-Zuwenderstädten
- 320,- Euro für Teilnehmer/innen aus den Bereichen des Deutschen Städtetages, des Deutschen Landkreistages und des Deutschen Städte- und Gemeindebundes
- 410,- Euro für alle übrigen Teilnehmer/innen

Mittagessen und Pausenbewirtung sind in der Gebühr enthalten, die Kosten für die Unterkunft müssen selbst getragen werden.

Anmeldung (bitte nur schriftlich)

Sylvia Bertz
Deutsches Institut für Urbanistik GmbH,
Zimmerstraße 13-15, 10969 Berlin,
Telefon: 030/39001-258, Telefax: 030/39001-268, E-Mail: bertz@difu.de

Änderungsvorbehalte

Bei zu geringer Beteiligung behalten wir uns vor, Veranstaltungen abzusagen. Die Gebühr wird in diesem Fall selbstverständlich erstattet. Jegliche Ersatz- und Folgekosten der Teilnehmer wegen Ausfall von Veranstaltungen oder Verschiebung von Terminen sind ausgeschlossen. Aus wichtigen inhaltlichen oder organisatorischen Gründen kann es im Einzelfall erforderlich werden, Programmänderungen vor oder während der Veranstaltung vorzunehmen.

Absagen

Bei Abmeldung bis zu drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn werden 50 Prozent der Teilnahmegebühr fällig. Bei späterer Abmeldung oder Nichtteilnahme wird die volle Teilnahmegebühr berechnet. Selbstverständlich können Ersatzteilnehmer/innen benannt werden.

Deutsches Institut für Urbanistik GmbH, Sitz Berlin, AG Charlottenburg, HRB 114959 B

Geschäftsführer: Univ.-Prof. Dr.-Ing. Klaus J. Beckmann