

Difu-Fortbildung

Praxis-Wissen- Erfahrungsaustausch

Stadtmarketing: Kontinuität oder Neuorientierung?

Seminar für Führungs- und Fachpersonal aus den Bereichen Stadtmarketing, Citymanagement, Wirtschaftsförderer, Stadtentwickler, Ratsmitglieder, Vertreter aus Einzelhandelsverbänden und anderen Interessengruppen

Stadtmarketing hat sich in vielen Städten als feststehende Größe etabliert. Dabei zeichnet sich seit einigen Jahren bei den Stadtmarketingaktivitäten eine stärker pragmatische und umsetzungsorientierte Vorgehensweise ab. Der ökonomische Anspruch und die ökonomischen Erfordernisse in den meisten Projekten sind gewachsen. Dies zeigt sich u.a. darin, dass der Ansatz einer umfassenden und kooperativen Stadtentwicklung, der ganz verschiedene Akteure (z.B. Handel, Vereine, Kammern, Bürger) einbezieht, in vielen Städten im Stadtmarketing, entgegen dem allgemeinen Trend in der Stadtentwicklung, eine geringere Rolle spielt als noch vor einigen Jahren.

Stadtmarketing muss zeigen, ob es in Zeiten der Veränderung wichtiger Rahmenbedingungen ein leistungsfähiges strategisches und zugleich umsetzungsorientiertes Instrument der Stadtentwicklung bleiben kann. Eine wichtige Aufgabe ist es dabei, das Thema „Kommunikation“ mit den verschiedenen Akteursgruppen wieder stärker auszubauen. Das Verhältnis zur Stadtentwicklungsplanung, aber auch zu Wirtschaftsförderung/Standortmarketing und anderen Fachbereichen muss dabei erneut diskutiert und definiert werden.

Im Seminar sollen der aktuelle Stand des Stadtmarketing, aber auch seine Perspektiven vorgestellt und erörtert werden. Dabei geht es um folgende Fragen:

- Wie hat sich Stadtmarketing in den letzten Jahren entwickelt? Wo steht es heute?
- Wie kann eine klarere Profilierung von Stadtmarketing aussehen?
- Welche (neuen) Themen sollten im Stadtmarketing „angepackt“ werden?
- Wie füllt Stadtmarketing seine Kommunikationsfunktion aus? Warum und wie sollte Stadtmarketing die verschiedenen Zielgruppen – Politik, Bürger, Presse, Wirtschaft – ansprechen?
- Können sich Stadtmarketing und integrierte Stadtentwicklung ergänzen? Wie könnte eine Arbeitsteilung gestaltet werden?
- Welche Strukturen braucht Stadtmarketing, um seine Aufgaben wahrnehmen zu können und langfristig und flexibel zu agieren?

Hinweis:

Selbstverständlich erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung. Mitglieder der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen können für die Teilnahme **Fortbildungspunkte** erhalten, ebenso die Mitglieder der Architekten- und Ingenieurkammer von Schleswig-Holstein sowie der Architektenkammer des Saarlandes. Bitte kontaktieren Sie uns frühzeitig, wenn Sie die Veranstaltung bei anderen Kammern anerkennen lassen wollen, so dass wir dies für Sie prüfen können.

13.–14. März 2014 in Berlin

Donnerstag, 13. März 2014

10.30 Begrüßung und Seminareinführung

Dr. Beate Hollbach-Grömig

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Bereich Wirtschaft und Finanzen, Deutsches Institut für Urbanistik (Difu), Berlin

Dr. Elke Becker,

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Bereich Fortbildung, Difu, Berlin

10.45 Stadtmarketing zwischen Werbung, Vision und Stadtentwicklung

Dr. Sebastian Zenker,

Assistenzprofessor, Erasmus School of Economics, Erasmus Universität, Rotterdam

11.45 Kommunikationsanforderungen an Stadtmarketing – wie mit wem reden?

Prof. Dr. Ulrike Röttger,

Geschäftsführende Direktorin, Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster, Münster

12.45 Mittagspause

13.45 „Wir machen uns die Stadt, wie sie uns gefällt“- Stadtmarketing und Bürgerkommunikation am Beispiel Hildesheim

Lothar Meyer-Mertel,

Geschäftsführer Hildesheim Marketing, Hildesheim

14.45 „Rede; dass ich Dich sehe“... – Bürgerkommunikation und kommunale Identität

Bernadette Spinnen,

Leiterin Münster Marketing, Münster

15.45 Kaffeepause

16.00 Erfahrungsaustausch in Arbeitsgruppen

In den Arbeitsgruppen sollen – nach Gemeindegrößen – die Themen des Tages (Kommunikation, Kooperation, Identität, Einbeziehung und Rolle von Bürgern...) vertieft und diskutiert werden. Darüber hinaus ist Raum, Fragen aus der Arbeit im Stadtmarketing in der eigenen Stadt zur Diskussion zu stellen und mit den Fachkolleginnen und -kollegen Handlungs- und Lösungsansätze zu erörtern.

gegen

17.30 Ende des ersten Seminartages

Veranstaltungsleitung:

Dr. Beate Hollbach-Grömig und Dr. Elke Becker,
Deutsches Institut für Urbanistik, (Difu), Berlin

Organisation:

Bettina Leute,
Deutsches Institut für Urbanistik, (Difu), Berlin



Freitag, 14. März 2014

9.00 Begrüßung und Reflektion des ersten Seminartages

Dr. Beate Hollbach-Grömig und Dr. Elke Becker,
Difu, Berlin

9.30 Stadtmarketing – doch das „Dach“?

**Stadtmarketing an der Schnittstelle zu Stadtentwicklung,
Wirtschaftsförderung, Pressearbeit, Tourismus**

Martin Bieberle,
Fachbereich Stadtentwicklung & Bürgerservice, Hanau Marketing GmbH, Hanau

10.30 Kaffeepause

10.45 Erfahrungsaustausch in Arbeitsgruppen/World Café

Es sollen – lösungsorientiert – der Umgang mit Medien/Presse, Politik und Bürgern,
Wirtschaft und weiteren Akteuren diskutiert werden.

12.00 Berichte aus den World-Cafés

12.20 Warum Stadtmarketing? Perspektiven einer „unklaren“ Aufgabe

Michael Reink,
Geschäftsführer Standort und Verkehrspolitik, Handelsverband Deutschland (HDE), Berlin

13.15 Abschlussdiskussion und Seminarfazit

13.30 Mittagsimbiss

14.30 Ende des Seminars

Veranstaltungsort:

Deutsches Institut für Urbanistik, Zimmerstraße 13-15 (Eingang 14-15), 10969 Berlin

Hotelreservierung und Anfahrt:

Eine Hotel- und Verkehrsverbindungsliste wird mit der Anmeldebestätigung zugesandt.



Veranstaltungsort: Deutsches Institut für Urbanistik, Zimmerstraße 13-15 (Eingang 14-15), 10969 Berlin

Anmeldung und Anfragen:

Bitte melden Sie sich schriftlich bis zum **28.02.2014** an.

Für Ihre Anmeldung nutzen Sie bitte folgende Möglichkeiten:

Fax: 030/39001-268 • **E-Mail:** leute@difu.de • **online:** <http://www.difu.de/veranstaltungen>

Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH • Zimmerstraße 13-15 • 10969 Berlin; Bettina Leute, Telefon: 030/39001-148

Ihre Anmeldung ist verbindlich. Die schriftliche Anmeldebestätigung/Rechnung erhalten Sie zeitnah nach Ihrer Anmeldung. Die Teilnahme von Rollstuhlfahrer/innen ist selbstverständlich möglich. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Sie erklären sich als Teilnehmer/in damit einverstanden, dass Ihre Anmeldedaten für die Teilnehmer- und Adressverwaltung gespeichert und verwendet werden. Die Daten unterliegen den gesetzlichen Datenschutzvorschriften und werden nicht an Dritte weitergegeben.

Wir weisen Sie darauf hin, dass im Rahmen einiger Difu-Veranstaltung Foto- und Filmaufnahmen gemacht und veröffentlicht werden.

Gebühr:

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

- 255,- Euro für Teilnehmer/innen aus Difu-Zuwanderstädten
- 385,- Euro für Teilnehmer/innen aus den Bereichen des Deutschen Städtetages, des Deutschen Städte- und Gemeindebundes und Deutschen Landkreistages.

Für alle übrigen Teilnehmer/innen gilt ein Preis von **505,-** Euro.

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

Absagen:

Bei schriftlicher Abmeldung Ihrerseits nach dem **28.02.2014** und bei Nichtteilnahme ist die volle Gebühr fällig. Die Veranstaltungsunterlagen werden Ihnen in diesem Fall zugesandt. Selbstverständlich können Ersatzteilnehmer/innen benannt werden.

Änderungsvorbehalte:

Bei zu geringer Beteiligung behalten wir uns vor, Veranstaltungen abzusagen. Die Gebühr wird in diesem Fall selbstverständlich erstattet. Die Übernahme jeglicher 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.

Mit der Anmeldung werden diese Teilnahmebedingungen von den Teilnehmer/innen anerkannt.

**Anmeldung zum Seminar: „Stadtmarketing: Kontinuität oder Neuorientierung?“,
13.-14. März 2014 in Berlin**

Name, Vorname, Titel _____

Stadt, Amt/Institution _____

Funktion _____

Straße/Postfach _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____ E-Mail _____

abweichende
Rechnungsanschrift _____

Datum, Unterschrift _____