

# Einladung

## bcsd-Frühjahrstagung mit Erfahrungsaustausch

### Stadtmarketing und Kultur – Zwangsehe oder fruchtbare Beziehung

### 18. bis 20. April 2010 in Essen

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

das Verhältnis zwischen Kultur und Stadtmarketing ist ein spannendes Thema für die Stadt. Und zwar deshalb, weil sich beide Funktionen in den letzten Jahren deutlich aufeinander zubewegt haben.

Auf Seiten des Stadtmarketings sind eine zunehmende Professionalisierung und der Einsatz kultureller Bausteine im Sinne der Stadtinszenierung erkennbar. Und die Kultur begreift sich zunehmend als harter Standortfaktor. Die Förderung der Kreativwirtschaft wird als wesentliche Aufgabe kommunaler Kulturpolitik begriffen und hierzu werden professionelle Methoden des Marketings eingesetzt.

Damit haben sich zwischen Stadtmarketing und Kultur neue Konflikt- aber auch Kooperationsfelder herausgebildet. Stadtmarketing und Kultur arbeiten teils nebeneinander, teils gegeneinander und teils miteinander in den Städten. Wie - so lautet daher die spannende Frage - arbeiten diejenigen, die ein Bild oder ein Image der Stadt verbreiten sollen, mit denen zusammen, deren Selbstverständnis gerade darin besteht, festgefügte Stadtbildern zu misstrauen und auf der Dynamik der Stadtentwicklung durch Diskurs zu bestehen. Wo sind Stadtmarketing und Kultur grundsätzlich verschieden? Wo berühren sie sich und wo hilft das Eine dem Anderen? Welche Partnerschaft von Kultur und Stadtmarketing ist für eine vitale Stadtentwicklung richtig?

Diesen Fragen möchten wir uns nicht irgendwo stellen, sondern in der europäischen Hauptstadt der Kultur. In Essen werden wir vom 18. - 20. April 2010 die Frühjahrstagung der BCSD veranstalten. Und wir werden wie immer zahlreiche Beispiele erleben, wie Kultur und Stadtmarketing neue Wege in der Zusammenarbeit gegangen sind - nicht nur im Ruhrgebiet.

Wir freuen uns auf Sie! Herzlich Willkommen in Essen!

Mit kollegialen Grüßen

gez. Michael Gerber  
Der Vorstand der bcsd

Eva Sunderbrink  
Geschäftsführerin

Karl-Heinz König  
Geschäftsführer  
Essen Marketing GmbH

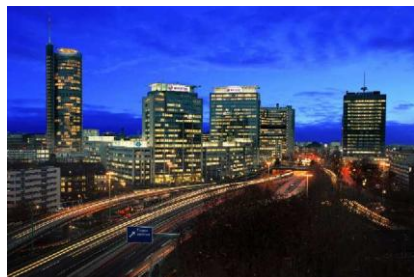
# Der Tagungsort Essen – Ruhr 2010

Im Jahr 2010 kommt der Stadt Essen, im Herzen der Metropole Ruhr gelegen, eine besondere Bedeutung für das gesamte Ruhrgebiet zu. Als Bannerträgerin der Europäischen Kulturhauptstadt unter dem Motto 2010 „Essen für das Ruhrgebiet“, ist sie in diesem Jahr Anlaufstelle für viele nationale und internationale Besucher. Rund vier Millionen erwartete Gäste könnten die zahlreichen kulturellen Angebote und geplanten Veranstaltungen nutzen. Diese zu vermarkten stellt Stadt, Stadtmarketing und die RUHR.2010 GmbH vor eine neue Herausforderung.



Still steht sie nie: In ihrer Geschichte hat die Stadt Essen immer wieder unter Beweis gestellt, wie wandlungsfähig sie ist. Dabei hat Essen in den zurückliegenden Jahrhunderten eine atemberaubende Entwicklung durchschritten. Als Bischof Altfred um 850 ein Stift für Damen des Hochadels gründete, war nicht absehbar, dass sich die mittelalterliche Siedlung an der Ruhr später zu einem der weltweit bedeutendsten Zentren der Montanindustrie entwickeln würde: Die pulsierende Metropole zog Menschen aus allen Teilen Europas an, die ihre eigene Kultur mitbrachten. Ende des 19. Jahrhunderts zählte der Schmelztiegel im Herzen des Reviers zu den deutschen Großstädten. Und auch im 20. Jahrhundert wuchs die Stadt rasant weiter: Zurzeit zählt Essen rund 570.000 Einwohner und gehört damit zu den zehn größten Städten der Bundesrepublik.

Die Stadt Essen ist mit zahlreichen Hauptsitzen international tätiger Unternehmen und einer großen Anzahl an Dienstleistungsunternehmen ein wichtiges Handelszentrum der Metropolregion. In den letzten Jahrzehnten ist der zweitgrößten Stadt im Ruhrgebiet der Sprung von einer ehemaligen Kohle- und Stahlstadt hin zu einer Wissenschafts-, Kultur- und Designstadt gelungen. Essen stellt mit seinen Firmensitzen der größten deutschen Energielieferanten RWE, E.ON Ruhrgas und Evonik, sowie zahlreichen Sehenswürdigkeiten wie z.B. dem UNESCO Welterbe Zeche Zollverein, dem Ruhr Museum und dem Museum Folkwang einen wirtschaftlichen und kulturellen Knotenpunkt für die gesamte Region dar.



<b>Vorprogramm am Sonntag, 18. April 2010 bcsd-Frühjahrstagung in Essen</b>	
<b>Bis 14.30 Uhr</b>	<b><i>Einchecken im Hotel</i></b>
<b>15.00 Uhr</b>	<b><i>Transfer zur Zeche Zollverein ab Rathaus Essen</i></b>
15.30 – 16.30 Uhr	<p><b>Visitor Center Zollverein</b></p> <p>Ankunft auf dem Gelände des UNESCO-Welterbes Zollverein. Anschließend gemeinsamer Besuch des Kulturhauptstadt Visitor Center Zollverein in der Anlage der ehemaligen Kohlenwäsche. Über Deutschlands längste freistehende Rolltreppe (55 m) gelangen Sie auf die 24-Meter-Ebene ins Visitor Centre, wo Sie an multimedialen Stationen zahlreiche Informationen über die Kulturhauptstadt, die Route der Industriekultur und die Zeche erhalten werden. Von hier aus beginnen im Anschluss die drei Führungen.</p>
16.30 – 19.00 Uhr	<p><b>Zollverein</b></p> <p>- drei geführte Rundgänge über das UNESCO-Welterbe Zollverein</p> <p><b>Es lebe die Tradition!</b></p> <p>- <b>Steigerführung mit Püttgeschichten</b></p> <p>Ehemalige Kumpel berichten bei einer Führung durch die Übertageanlagen des Schachtes XII aus erster Hand über ihre Arbeit über und unter Tage. Spannende und humorvolle Anekdoten kommen hier nicht zu kurz.</p> <p><b>Kultur durch Wandel</b></p> <p>- <b>Besuch des Ruhr Museums</b></p> <p>Das am 10. Januar 2010 neu eröffnete Ruhr Museum bietet mit seiner Dauerausstellung einen Einblick in die Historie des Ruhrgebiets. Dabei zeigt es die beeindruckende Natur- und Kulturgeschichte der Region auf drei Etagen anhand von 5.000 Exponaten und 1.000 Leihgaben der bedeutendsten Museen des Ruhrgebiets, aus den Bereichen Geologie, Archäologie, Geschichte und Fotografie. Eingeteilt ist die Sammlung in die Bereiche Gegenwart – Gedächtnis – Geschichte.</p> <p><b>Designcluster in Essen</b></p> <p>- <b>Besuch des red dot design museum und Zollverein School</b></p> <p>Auf 4.000 Quadratmetern zeigt das Red Dot Design Museum die größte Ausstellung zeitgenössischen Designs weltweit. Anschließend geht es weiter zur Zollverein School of Management and Design, in der seit 2005 junge Designer in einem MBA-Studiengang ausgebildet werden. Besuchen und erkunden Sie den beeindruckenden Sichtbeton Kubus der Tokioer Architekten Kazuyo Sejima und Ryue Nishizawa vom Büro SANAA.</p> <p><b><i>Bitte vermerken Sie auf dem Anmeldeformular an welcher der drei Führungen Sie teilnehmen möchten.</i></b></p>
ab 19.00 – 22.00 Uhr	<p><b>Abendessen im Kokerei Café auf der Kokerei Zollverein</b></p> <p>Nach Beendigung der drei Rundgänge treten alle Teilnehmer gemeinsam den Weg von der Zeche zur Kokerei an. Genießen Sie bei einem ruhrgebietstypischen Abendbuffet die Atmosphäre der 1993 stillgelegten Kokerei Zollverein, in der zu Hochzeiten 365 Tage im Jahr gearbeitet wurde. Das Abendbuffet servieren wir im Kokerei Café, welches modernes Design mit technischer Ausstattung verknüpft.</p>
<b>22.00 Uhr</b>	<b><i>Es besteht die Möglichkeit um 22.00 Uhr den Shuttle-Transfer zurück zum Rathaus zu nutzen.</i></b>

*Hinweis: Die Teilnahme für das Vorprogramm bitte auf der Anmeldung ankreuzen*

ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN

<b>Programm am Montag 19. April 2010</b> <b>bcsd-Frühjahrstagung in Essen</b>	
10.00 – 12.00 Uhr	<b>bcsd-Mitgliederversammlung</b>
12.00 – 13.00 Uhr	<b>Mittagsimbiss</b> <b>Eröffnung der Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>
13.00 – 13.20 Uhr	<b>Begrüßung durch die bcsd, Michael Gerber, Bundesvorsitzender der bcsd, Volker Hillebrand, Sprecher des Landesverbands NRW der bcsd, und die Stadt Essen,</b> <i>Reinhard Paß, Oberbürgermeister der Stadt Essen</i>
13.20 Uhr	<b>Kulturbaustein I</b>
13.20 – 14.00 Uhr	<b>Die Kultur der Stadt – oder: Was macht eine Stadt urban?</b> Begriffsklärungen und Deutungen für die Kultur in der Stadt Was meinen wir überhaupt, wenn wir von Kultur sprechen – und wie wird Kultur im Kontext der Stadt definiert? Kultur gehört allen – auch dem Stadtmarketing?! <i>Prof. Walter Siebel, Universität Oldenburg</i>
14.00 Uhr	<b>Kulturbaustein II</b>
14.05 – 14.30 Uhr	<b>Wir erfinden die Stadt neu</b> "Hier spricht das regelmäßig unterschätzte Publikum" - Eine andere Kultur zur Überwindung der neoliberalen Stadtkrise <i>Christoph Schäfer, internationaler Konzeptkünstler, Hamburg</i>
14.30 – 15.00 Uhr	<b>Kaffeepause</b> <b>Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>
15.00	<b>Kulturbaustein III</b>
15.05 – 16.10 Uhr	<b>Podiumsdiskussion</b> Kultur und Stadtmarketing – wie die Beziehung gelingen kann? <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Gerhard Matzig, Redakteur, Süddeutsche Zeitung</i></li> <li>- <i>Prof. Walter Siebel, Universität Oldenburg</i></li> <li>- <i>Frau Kathrin Luz, Neumann Luz Networks, Köln</i></li> <li>- <i>Christoph Schäfer ist ein internationaler Konzeptkünstler, Hamburg</i></li> </ul> <i>Moderation: Henry C. Brinker, Geschäftsführer Brinkermedia, Lehrbeauftragter Universität Leuphanea, Lüneburg</i>
16.10 Uhr	<b>Kulturbaustein IV – Der Imagetrailer zu Ruhr 2010</b>
16.15 – 16.45 Uhr	<b>Ruhr 2011 – ein Jahr nach Ruhr 2010</b> Strukturwandel durch Kultur? Kann Kultur die Transformation von Städten nachhaltig prägen? Essen wird ein Beispiel für andere Städte sein. Doch wie wird die Bewertung durch Kultur, Bürger und Stadtmarketingorganisationen 2011 ausfallen? Der Versuch einer Prognose. <i>Prof. Oliver Scheytt, Geschäftsführer der RUHR.2010 GmbH</i>
16.45 – 17.30 Uhr	<b>Kaffeepause</b> <b>Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>

<p>17.30 – 19.00 Uhr</p>	<p><b>Stadtführungen</b></p> <p><b>1. Kulturpfad und Besichtigung der Essener Philharmonie - Hinter den Kulissen</b> Der etwa vier Kilometer lange Kulturpfad führt entlang aller in der Innenstadt befindlichen wichtigen Kulturstätten und Kunstwerke. Sie erkunden Teile des Kulturpfades und besuchen anschließend die 2004 wiedereröffnete Philharmonie samt Backstagebereich.</p> <p><b>2. Rundgang historische Stadtentwicklung - Besichtigung des Doms, des Burgplatzes und der Synagoge</b> Der Rundgang startet auf dem Burgplatz. Hier besteht die Möglichkeit, den Hohen Dom zu Essen samt Essener Domschatz zu besichtigen. Weiter führt der Weg zur größten freistehenden Synagoge nördlich der Alpen, die zurzeit aufwendig restauriert wird.</p> <p><b>3. Quartiere und Shoppingwelten in der Essener Innenstadt</b> Der Rundgang soll einen Einblick in die Einzelhandelsentwicklung Essens als „Einkaufsstadt“ vermitteln, denn durch das neue innerstädtische Einkaufscenter sind alle Quartiersgemeinschaften Essens noch stärker herausgefordert, das Spezifische ihres Umfeldes heraus zu stellen und zu vermarkten.</p> <p><b>4. Perfekthaus vs. Unperfekthaus</b> Mit 200 Geschäften und einem großen Gastronomieangebot lockt das neue Einkaufszentrum die Kunden. Center Manager Ulrich Schmitz wagt mit Ihnen einen Blick hinter die Kulissen. Anschließend besuchen Sie das nahegelegene Unperfekthaus, das sowohl ein Refugium für Künstler und Kreative wie auch ein WG-Hotel mit Restaurant ist.</p> <p><i><b>Bitte vermerken Sie auf dem Anmeldeformular an welcher der vier Führungen Sie teilnehmen möchten.</b></i></p>
<p>19.00 – 20.00 Uhr</p>	<p><b>Pause</b></p>
<p>20.00 Uhr</p>	<p><b>Abendempfang mit Buffet und Showprogramm</b></p>

ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN



<b>Programm am Dienstag 20. April 2010</b> <b>bcsd-Frühjahrstagung in Essen</b>			
9.00 – 9.45 Uhr	<b>Von Solisten und Symphonien</b> Wie Kultur und Stadtmarketing ihre Kommunikation orchestrieren können – Ansätze und Beispiele aus Sicht der Agentur <i>Stefan Wegner, Geschäftsführer, Scholz &amp; Friends Agenda, Public Relations und Agenda Setting, Berlin</i>		
9.45 Uhr	<b>Kulturbaustein V</b>		
09.50 – 10.20 Uhr	<b>Stadtmarketing als Bestandteil integrierter Stadtentwicklung</b> Leipzig Charta und Stadtmarketing - welche Rolle kann Stadtmarketing für die Entwicklung der Städte einnehmen? Gehört Stadtmarketing zur Kreativwirtschaft, die sich als Motor integrierter Stadtentwicklung versteht? <i>LMR Karl Jasper, Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen</i>		
10.20 – 11.00 Uhr	<b>Kaffeepause</b> <b>Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>		
11.00 Uhr	<b>Kulturbaustein IV</b>		
11.05 – 11.40 Uhr	<b>Kultur und Stadtmarketing – die Organisation einer fruchtbaren Beziehung</b> Wie funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Kultur und Stadtmarketing, so dass Konflikte vermieden werden und Kooperationen entstehen, die wertvolle Synergien zulassen? <i>Eva Sunderbrink, Geschäftsführerin, Essen Marketing</i>		
<b>Workshops</b>	<b>A. Best Practice - Kulturmarketing</b>	<b>B. Kultur als Technik für die Stadtpositionierung</b>	<b>C. Rahmenbedingungen, Sponsoring, Finanzierung</b>
11.45 – 12.15 Uhr	<b>1. Sechzig Jahre Essener Lichtwochen</b> Lichtkunst als Inszenierung einer Innenstadt <i>Karl-Heinz König, Geschäftsführer, Essen Marketing GmbH</i>	<b>2. KulTourStadt Gotha</b> Ein Masterplan für Kultur und Stadtmarketing <i>Mario Schiefelbein, Geschäftsführer, KulTourStadt Gotha GmbH</i>	<b>3. Achtung KulturEvent! Rechtliche Stolpersteine im öffentlichen Raum!</b> Von Sondernutzungsrechten im öffentlichen Raum bis zur KSK <i>Andreas Schriefers, Rechtsbeistand bcsd e.V., anwaltsKONTOR Schriefers Rechtsanwälte, Düsseldorf</i>
12.15 – 13.45 Uhr	<b>Mittagsimbiss</b> <b>Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>		

ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN

<b>Workshops</b>	<b>A. Best Practice - Kulturmarketing</b>	<b>B. Kultur als Technik für die Stadtpositionierung</b>	<b>C. Rahmenbedingungen, Sponsoring, Finanzierung</b>
13.45 – 14.15 Uhr	<b>4. Die Nibelungenfestspiele Worms</b> Werkstattbericht über die Kooperation zwischen Kulturveranstalter und Stadtmarketing-Organisation. <i>Stefan Pruschwitz, Stadtmarketing Nibelungenstadt Worms e.V.</i>	<b>5. Stadtkultur von WEB 2.0 bis Web 3.0</b> Interaktive Kunst und Kultur in Celle <i>Gunnar Duvenhorst, Geschäftsführer, Citymanagement Celle GmbH</i>	<b>6. Braunschweiger Kultur wirbt Touristen</b> Refinanzierung von Beilagenwerbung in Quellmärkten <i>Edgar Werrnhardt, BraunschweigStadtmarketing GmbH</i>
14.15 – 14.40 Uhr	<b>Kaffeepause</b> <b>Teilnehmer- und Begleitausstellung</b>		
14.40 – 15.10 Uhr	<b>7. Die ungewöhnliche Einbettung eines Kulturformats</b> Der Bootshafensommer in Kiel <i>Uwe Wanger, Geschäftsführer, Kiel Marketing</i>	<b>8. Strategisches Marketing für Kultur im ländlichen Raum</b> Beispiel der Destination Teutoburger Wald im Themenjahr „2000 Jahre Varusschlacht“ <i>Dr. Klaus Schafmeister und Herr Günter Weigel, Stadt Detmold, Fachbereich 8 Kultur, Tourismus und Marketing</i>	<b>9. Händel für Halle</b> Beispiel für eine kulturelle Ausrichtung der Corporate Identity einer Stadt <i>Stefan Voss, Geschäftsführer, Halle Marketing</i>
15.15 – 15.45 Uhr	<b>10. Hochkultur als Trojanisches Pferd im Citymanagement</b> Vermarktung von Ausstellungen zur Profilierung des Einzelhandelsstandortes Bremen <i>CityInitiative Bremen Werbung e.V., Dr. Jan-Peter Halves</i>	<b>11. Kulturmarketing mit Künstlern</b> Der ARTORT in Kleve <i>Ute Schulze-Heiming, Geschäftsführerin, Kleve Marketing GmbH</i>	<b>12. Kultur und Kreativität</b> Vom „weichen“ zum „harten Standortfaktor“ <i>Dirk Heinze, geschäftsführender Gesellschafter der Kulturmanagement. Network GbR., Weimar</i>
15.45 – 16.00 Uhr	<b>Verabschiedung und Ausblick</b> <i>Michael Gerber, Bundesvorsitzender der bcsd</i>		

ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN

# Anmeldung zur bcsd-Frühjahrstagung vom 18. bis 20. April 2010 in Essen

## Absender:

Essen Marketing GmbH  
 Frau Marcia Stapleton  
 Rathenaustraße 2  
 45127 Essen  
 E-Mail: [stapleton@emg.essen.de](mailto:stapleton@emg.essen.de)  
 per Fax +49-(0)201-88 72 022  
 Fon: +49(0)201/88 72 026

**Teilnehmer** (pro Teilnehmer eine Anmeldung) BITTE IN DRUCKBUCHSTABEN AUSFÜLLEN

Name, Vorname: .....

Organisation: .....

E-Mail: .....

Telefon: ..... Mobil: .....

### Teilnahmegebühr

- |          |                          |                               |                           |
|----------|--------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| Ich bin: | <input type="checkbox"/> | Vollmitglied der bcsd         | 340 Euro zzgl. 19 % MwSt. |
|          | <input type="checkbox"/> | Fördermitglied der bcsd       | 440 Euro zzgl. 19 % MwSt. |
|          | <input type="checkbox"/> | <u>kein</u> Mitglied der bcsd | 540 Euro zzgl. 19 % MwSt. |
|          | <input type="checkbox"/> | Teilnahme am Vorprogramm      | 30 Euro zzgl. 19 % MwSt.  |

Insgesamt können je nach Beitragsklasse 1 bis 3 Teilnehmer zum ermäßigten Teilnehmerbeitrag an der Tagung teilnehmen (Beitragsklasse 1: 1 Teilnehmer, Beitragsklasse 2: 2 Teilnehmer, Beitragsklasse 3: 3 Teilnehmer).

**Anmeldeschluss ist der 15. März 2010.**

<b>Am 18. April 2010 möchte ich am Vorprogramm teilnehmen:</b>	
<input type="radio"/>	<b>15.00 Uhr Transfer zur Zeche Zollverein ab Rathaus Essen</b>
<input type="radio"/>	<b>15.30 – 16.30 Uhr: Visitor Center Zollverein</b>
<input type="radio"/>	<b>Führung 1: 16.30 – 19.00 Uhr: Zollverein Es lebe die Tradition - Steigerführung mit Püttgeschichten</b>
<input type="radio"/>	<b>Führung 2: 16.30 – 19.00 Uhr: Zollverein Kultur durch Wandel - Besuch des Ruhr Museums</b>
<input type="radio"/>	<b>Führung 3: 16.30 – 19.00 Uhr: Zollverein Designcluster in Essen - Besuch des red dot design museum und Zollverein School</b>
<input type="radio"/>	<b>19.00 – 22.00 Uhr: Abendessen im Kokerei Café auf der Kokerei Zollverein</b>
<input type="radio"/>	<b>22.00 Uhr: Shuttle-Bus-Transfer zum Rathaus</b>



**Am 19. April 2010 möchte ich an folgendem Stadtrundgang teilnehmen**

<input type="radio"/>	<b>1. Rundgang: Kulturpfad und Besichtigung der Essener Philharmonie - Hinter den Kulissen</b>
<input type="radio"/>	<b>2. Rundgang: Historische Stadtentwicklung - Besichtigung des Doms, des Burgplatzes und der Synagoge</b>
<input type="radio"/>	<b>3. Rundgang: Quartiere und Shoppingwelten in der Essener Innenstadt</b>
<input type="radio"/>	<b>4. Rundgang: Perfekthaus vs. Unperfekthaus</b>

**Am 20. April werde ich an folgenden Workshops teilnehmen**

<input type="radio"/>	Workshop 1:	<b>Sechzig Jahre Essener Lichtwochen</b>
<input type="radio"/>	Workshop 2:	<b>KulTourStadt Gotha</b>
<input type="radio"/>	Workshop 3:	<b>Achtung KulturEvent! Rechtliche Stolpersteine im öffentlichen Raum!</b>
<input type="radio"/>	Workshop 4:	<b>Die Nibelungenfestspiele Worms</b>
<input type="radio"/>	Workshop 5:	<b>Stadtkultur von WEB 2.0 bis Web 3.0</b>
<input type="radio"/>	Workshop 6:	<b>Braunschweiger Kultur wirbt Touristen</b>
<input type="radio"/>	Workshop 7:	<b>Die ungewöhnliche Einbettung eines Kulturformats</b>
<input type="radio"/>	Workshop 8:	<b>Strategisches Marketing für Kultur im ländlichen Raum</b>
<input type="radio"/>	Workshop 9:	<b>Händler für Halle</b>
<input type="radio"/>	Workshop 10:	<b>Hochkultur als Trojanisches Pferd im Citymanagement</b>
<input type="radio"/>	Workshop 11:	<b>Kulturmarketing mit Künstlern</b>
<input type="radio"/>	Workshop 12:	<b>Kultur und Kreativität</b>

.....  
Ort/Datum

.....  
Unterschrift

**Hinweis:** Veranstalter der bcsd-Frühjahrstagung in Essen ist die bcsd bundesvereinigung city- und stadmarketing deutschland e.V. Die Rechnungslegung erfolgt im Namen und Auftrag der bcsd Finanzamt für Körperschaften I Berlin, Steuernummer: 27/620/55619

# Allgemeine Informationen

zur bcsd-Frühjahrtagung vom 18. bis 20. April 2010 in Essen

- Veranstalter: bcsd  
bundesvereinigung city- und stadtmaking deutschland e.V.  
Hackescher Markt 4 / Neue Promenade 3  
10178 Berlin
- Veranstaltungsort: **Essen, Rathaus Essen am Porscheplatz 1, 45121 Essen**
- Veranstaltungsdurchführung: **EMG Essen Marketing GmbH**  
**Rathenaustraße 2**  
**45127 Essen**
- Teilnahmegebühren: 340 Euro zzgl. 19 % MwSt. für ordentliche bcsd-Mitglieder  
440 Euro zzgl. 19 % MwSt. für bcsd-Fördermitglieder  
540 Euro zzgl. 19 % MwSt. für Nichtmitglieder  
30 Euro zzgl. 19 % MwSt. Teilnahme am Vorprogramm  
(Besonderheiten vgl. Anmeldeformular)
- Geschäftsbedingungen: Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Teilnehmerplätze werden in der Reihenfolge des Eingangs der Anmeldungen vergeben. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Der Tagungsbeitrag ist sofort ohne Abzug fällig. Spätester Eingangstermin für die Überweisung ist 5 Tage vor der Tagung. Gemäß den Teilnahmebedingungen der bcsd ist die Anmeldung zur Tagung verbindlich. Bei Stornierung bis 30 Tage vor Tagungsbeginn erheben wir eine Stornogebühr von 50 Euro. Bei späteren Absagen wird die gesamte Teilnahmegebühr berechnet. Natürlich kann jederzeit ein Ersatzteilnehmer benannt werden.
- Hotelreservierung: Über die Essen Marketing GmbH können die erforderlichen Hotelreservierungen mit beiliegendem Telefax vorgenommen werden.
- In nachfolgend genannten Hotels ist ein begrenztes Kontingent vorgemerkt, das bis zum 15.03.2010 zu vergünstigten Konditionen über die Essen Marketing GmbH verbindlich gebucht werden kann.

**Essen Marketing GmbH**  
**Frau Marcia Stapleton**  
**Rathenaustraße 2**  
**45127 Essen**

per Fax +49-(0)201-88 72 022  
 e-mail: [stapleton@emg.essen.de](mailto:stapleton@emg.essen.de)

**Anmeldeschluss bis 15.03.2010**

**Quartierbestellung / Hotel accommodation**

**„b c s d Frühjahrstagung“ im Rathaus Essen, Porscheplatz 1, 45121 Essen  
 vom 18. bis 20. April 2010**

	Anreise / arrival: _____
Name / name	
	Abreise / departure: _____
Straße / street	
	Einzelzimmer / single: _____
Postleitzahl, Ort / postal code, city	
	Doppelzimmer / double: _____
Telefon, Telefax / phone, fax	

	Hotel	Einzel / Single	Doppel / Double
<input type="radio"/>	<b>Mövenpick Hotel Essen ****</b> <a href="http://www.moevenpick-essen.com">www.moevenpick-essen.com</a> 7 Min. Fußweg zum Rathaus	<b>110 €</b>	<b>140 €</b>
<input type="radio"/>	<b>InterCityHotel Essen ****</b> <a href="http://www.essen.intercityhotel.de">www.essen.intercityhotel.de</a> 10 Min. Fußweg zum Rathaus <b>inkl. Ticket VRR</b>	<b>89 €</b>	<b>119 €</b>
<input type="radio"/>	<b>Welcome Hotel Essen ****</b> <a href="http://www.welcome-hotel-essen.de">www.welcome-hotel-essen.de</a> Hotel direkt am Rathaus	<b>104 €</b>	<b>124 €</b>

Bitte gewünschte Kategorie ankreuzen. Preis pro Zimmer inkl. Frühstück, Bedienung und Mehrwertsteuer / Prices including breakfast, services and taxes  
 Mit der Reservierung in einem anderen Hotel gleicher Kategorie bin ich einverstanden, falls das von mir gewünschte Haus nicht mehr verfügbar sein sollte.  
 I would accept another hotel categorie if mine is not available.

\_\_\_\_\_  
 Datum / Unterschrift date / signature