



Einladung

bcsd-Herbsttagung mit Erfahrungsaustausch

Conference Center Bremerhaven, Am Strom 1, 27568 Bremerhaven

Thema: Virtuell, viral, wirkungsvoll -

**Neue Medien und Methoden im Stadtmarketing
online und offline**

8. bis 10. November 2009 in Bremerhaven

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

wissen Sie, welche Filme Ihre Stadt in You Tube darstellen? Was in Internetforen oder über Twitter verbreitet wird? Ob es Ihre Stadt bei Second Life gibt? Anders gefragt: Sind die Neuen Medien in Ihrem Stadtmarketing angekommen?

Es gibt sie schon: erfolgversprechende Versuche, das Internet und andere Medien für die Bewerbung der Stadt zu nutzen. Und wer früh eine neue Methode nutzt, hat die Chance, mehr Aufmerksamkeit zu erzielen. Aber, natürlich ist nicht jedes neue Medium für jede Kommunikationsaufgabe einer Stadt geeignet. Und es gibt auch im viralen Marketing Spielregeln, die man vor dem Einsatz kennen sollte.

Wie immer werden wir diese Themen umfassend beleuchten, kontrovers diskutieren und hierbei Wissenschaft und Praxis zu Wort kommen lassen. Wir präsentieren eine Vielzahl von Beispielen, wo im Stadtmarketing erfolgreich neue Medien eingesetzt wurden, werden aber auch Referenten einladen, die die Grenzen des virtuellen Stadtmarketings exemplarisch erläutern.

Zu diesem Thema haben wir mit Bremerhaven einen herausragenden Tagungsort ausgewählt, der zeigen wird, weshalb es sich lohnt, eine Stadt durch Netzwerke, Produkte & Leistungen mit und ohne Neue Medien zu profilieren. Bremerhaven beeindruckt mit den Ergebnissen eines nachhaltig positiven Standort- und Stadtentwicklungsprozesses in den letzten Jahren.

Wir freuen uns auf Sie! Herzlich Willkommen in Bremerhaven!

Mit kollegialen Grüßen

gez. Michael Gerber
Der Bundesvorstand der bcsd

gez. Werner Michael
CITY SKIPPER Bremerhaven e. V.

Der Tagungsort Bremerhaven

Bremerhaven ist als Oberzentrum im nördlichen Elbe-Weser-Dreieck die einzige deutsche Großstadt direkt an der Nordsee. Die Stadt mit ihren rd. 116.000 Einwohnern ist Teil der europäischen Metropolregion Bremen/Oldenburg am Scheitelpunkt zur Metropolregion Hamburg. Zusammen mit der 60 Kilometer südlich liegenden Stadt Bremen bildet sie das Land Freie Hansestadt Bremen.

Bremerhaven ist seit ihrer Gründung 1827 eine Stadt am und mit dem Wasser – im täglichen Leben ebenso wie in Wirtschaft, Wissenschaft und Tourismus. Das Überseehafengebiet ist eines der Größten Europas und ein wichtiges Exportzentrum Deutschlands. Der Fischereihafen in Bremerhaven ist - trotz einer sehr bewegten Vergangenheit – nicht nur heute noch der führende Standort für Fischverarbeitung und -produktion mit dem Schwerpunkt Tiefkühl-Produktion in Europa, sondern sucht nach biotechnologischen Anwendungen in der Lebensmittelwirtschaft und profiliert sich als touristische Destination. Als bedeutender Standort für Wissenschaft und Forschung wurde Bremerhaven zusammen mit der Stadt Bremen vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft 2005 mit dem Titel "Stadt der Wissenschaft" ausgezeichnet.



Im Tourismus hat die Stadt ein neues Kapitel ihrer Geschichte aufgeschlagen: Mit den „Havenwelten Bremerhaven“ ist im Zuge eines beispielhaften Stadtentwicklungsprozesses in den letzten Jahren direkt in der Stadtmitte auf einem mehr als 60 Hektar großen ehemals hafenwirtschaftlich genutzten Areal rund um die bisherigen Attraktionen Zoo am Meer, Deutsches Schifffahrtsmuseum und U-Boot „Wilhelm Bauer“ ein maritimes Tourismuszentrum mit einzigartigen Attraktionen mit dem Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost, dem Deutschen Auswandererhaus® Bremerhaven, dem ATLANTIC Hotel SAIL City, dem MEDITERRANEO, der Lloyd Marina und dem Wohnen am Deich entstanden.



Medienpartner

PUBLIC MARKETING

Partner

Handelsverband BAG
DER VERBAND DES EINZELHANDELS AM WIRTSCHAFTSSTANDORT STADT





bcsd

Wir bringen Leben in die Städte!

bundesvereinigung city-und stadtmarketing deutschland e. V.

Das Programm

bcsd-Herbsttagung mit Erfahrungsaustausch

Thema: Virtuell, viral, wirkungsvoll – Neue Medien im Stadtmarketing online und offline

8. – 10. November 2009 in Bremerhaven

Das Thema

Wir wollen – soweit es dies im Zuge der stetig voranschreitenden technologischen Entwicklung möglich ist – alle aktuellen Facetten des Internets und der sonstigen Medien in ihren Anwendungsmöglichkeiten beleuchten und dafür auch gemeinsam einen „Sprung“ in die Zukunft unternehmen. Zugleich wollen wir natürlich konkrete erfolversprechende Beispiele diskutieren.

Der Erfahrungsaustausch

In unserem Erfahrungsaustausch beleuchten wir die Methoden und Instrumente der Neuen Medien für das Stadtmarketing und Praktiker stellen ihre Best-Practice-Beispiele vor. Hierbei wird deutlich, welche „Tools“ sich für welche Kommunikationsaufgaben eignen, welche Voraussetzungen (finanzielle, materielle und personelle Ressourcen) für eine erfolgreiche Nutzung erforderlich sind, welche Spielregeln & Grenzen es gibt. Insgesamt zwölf Workshops bieten Gelegenheit zur Diskussion.

Das Rahmenprogramm

Auf der weltweit einzigartigen Fahrt durch die Hafensareale und entlang der Seemeile Bremerhaven mit dem **HafenBus** wird deutlich werden, dass Bremerhaven eine Stadt am und mit dem Wasser ist – im täglichen Leben ebenso wie in Wirtschaft, Wissenschaft und Tourismus. Neben dem Nationalmuseum Deutsches Schifffahrtmuseum und dem Europäischen Museum des Jahres 2007, dem Deutschen Auswandererhaus® Bremerhaven, gehört das am 27. Juni 2009 eröffnete weltweit einmalige **Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost** zu der Kernattraktion des neu geschaffenen Tourismusresorts „Havenwelten Bremerhaven“, genauso wie der Zoo am Meer, der kleinste und modernste Zoo Deutschlands. Die Stadtführung „**Die Einkaufswelt am Meer**“ und „**Bremerhaven wächst am Meer**“ werden jeweils auf ihre Art & Weise zeigen, weshalb die Bremerhavener Stadtmitte zu einem unverwechselbaren Quartier zwischen Weser und Geeste geworden ist. Dass Bremerhaven sich nach wie vor in einem Prozess des Strukturwandels befindet, wird die Stadtführung „**Quartiersentwicklung am Beispiel Lehe**“ aufzeigen, einem von hoher Arbeitslosigkeit, Armut und Kriminalität geprägten Stadtteil. Welche Entwicklung ein vormals als Fischereihafen geprägtes Areal nehmen kann, wird die Stadtführung „**Strategische Ausrichtung eines multifunktionalen Gewerbegebietes**“ zeigen. Für die stärker kulturell Interessierten bieten wir einen „**Literarischen Stadtrundgang**“ an. Freuen Sie sich auf Speis & Trank an Bord der Dreimastbark Seuten Deern und den Abendempfang in der **Captains Lounge im ATLANTIC Hotel SAIL City** - ein ganz spektakuläres Ambiente mit Panoramablick in 74 m Höhe.

Vorprogramm Sonntag, 8. November 2009
bcsd-Herbsttagung in Bremerhaven

bis 14.30	Einchecken im Hotel
14:30 – 16.00	<p>HafenBus – Mit dem Doppeldecker entlang der Seemeile Bremerhaven</p> <p>Was in allen anderen Hafenstädten der Welt aus Sicherheitsgründen so nicht möglich ist, wurde in Bremerhaven erreicht: Mit dem HafenBus durch die Überseehäfen, über das beeindruckende Container-Terminal, das Auto-Terminal und die Lloyd Werft im Norden der Stadt zu fahren. Einer der faszinierendsten Bereiche des Hafens mit den Containerbrücken und Van-Carriern ist aus nächster Nähe zu bestaunen.</p>
16:00– 18.15	<p>Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost</p> <p>Alle reden vom Wetter. Doch welche Faktoren bestimmen das Klima? Das am 27. Juni 2009 eröffnete Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost, das in diesen Tagen seinen 200.000 Besucher empfing, gibt darauf ebenso fundierte wie faszinierende Antworten. Der Geschäftsführer der Klimahaus® Betriebsgesellschaft mbH, Arne Dunker, wird Ihnen einen Einblick in das rd. 11.500 m² umfassende Ausstellungskonzept geben. Und Sie werden Gelegenheit haben, sich einen ersten Eindruck von der facettenreichen Wissens- und Erlebniswelt zu verschaffen, die Sie mit Rauminszenierungen, Sinnes-Stationen, Multimedia-Installationen, fremdartigen Tieren und Pflanzen und vielem mehr begeistern und bewegen wird.</p> <p>www.klimahaus-bremerhaven.de</p> <p><i>Im Anschluss steht ein Shuttle zur Verfügung, um bis zum Abendessen noch einmal kurz zu den Hotels zurückzukehren.</i></p>
ab 19.00	<p>„Seute Deern“ Bremerhaven</p> <p>Die "Seute Deern" ist heute der größte hölzerne Frachtsegler der Welt, der im Original erhalten geblieben ist (Länge über alles: 75,50 m). Erleben Sie Ambiente und ein maritimes 3-Gänge Menü im Bauch der Dreimastbark im Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums.</p> <p><i>Um 23.00 Uhr besteht die Möglichkeit, mit dem Shuttle zu den Hotels zurückzukehren.</i></p>



Programm am Montag, 9. November 2009 bcsd-Herbsttagung in Bremerhaven	
	Vormittag zur freien Verfügung z. B. für den Besuch des Klimahauses® Bremerhaven 8° Ost, des Deutschen Auswandererhauses® Bremerhaven, dem Deutschen Schifffahrtsmuseum oder dem Zoo am Meer. Tickets erhältlich bei der BIS Bremerhaven Touristik
12:00- 13:00	Mittagsimbiss Eröffnung der Teilnehmer- und Begleitausstellung
13:00- 13:15	Begrüßung durch die bcsd Michael Gerber, Vorsitzender bcsd und die Stadt Bremerhaven Arthur Beneken, Stadtverordnetenvorsteher der Stadt Bremerhaven
13.15 – 14.00	Neue Medien im Stadtmarketing Chancen und Grenzen im Umgang mit der neuen Internetkultur <i>Dr. Michael Mangold, Zentrum für Kunst und Medientechnologie - ZKM, Karlsruhe</i> <i>Dr. Michael Mangold ist Autor von: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus: Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen; Die digitale Herausforderung: Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation; Vom Betrachter zum Gestalter: Neue Medien in Museen - Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung</i>
14.00- 14.45	Twitter, Youtube & Co. jenseits von Hype und Buzzword Bingo Herausforderungen und Strategien für das Stadtmarketing <i>Björn Ognibeni, freier Berater, Hamburg</i>
14.45- 15.15	Kaffeepause mit Teilnehmer- und Begleitausstellung
15.15- 16.00	Communities und Social Networks Wie Methoden des sozialen Marketings konkret umgesetzt werden <i>Prof. Dr. Ralf Schengber, FH Münster Westfalen</i>
16.00 – 16.30	Meer erleben - Das Tourismusmarketing von Bremerhaven als Teil des Stadtmarketing Profilierung durch Netzwerke, Produkte & Leistungen mit und ohne Neue Medien <i>Jochem Schöttler, Abteilungsleiter BIS Bremerhaven Touristik, Bremerhaven</i>
16.30 – 17.00	Kaffeepause mit Teilnehmer- und Begleitausstellung
17.00- 19.00	Stadtführungen: 1. Die Einkaufswelt am Meer Die Bremerhavener Innenstadt wurde 2002 städtebaulich aufgewertet und mit den Havenwelten verbunden. Die Tour führt entlang einer revitalisierten Horten-Immobilie sowie Shopping & Kultur & Wissenschaft.

*Matthias Pautzke, Stadtplaner
BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH*

2. Bremerhaven wächst am Meer

Bremerhavens Keimzelle wurde zum Impulsgeber für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt und es entstand eine vielfältige Mischung attraktiver Tourismus- und Freizeiteinrichtungen. Und zugleich ist die City in einem konzentrierten Prozess der Stadtentwicklung wieder ans Wasser herangewachsen.

*Ute Bartels, Landschaftsarchitektin
BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH*

3. Quartiersentwicklung am Beispiel Lehe

Gezeigt werden beispielhafte öffentliche Entwicklungsimpulse in einem durch viele kleine Läden, lokale Dienstleistungsbetriebe und Leerstand geprägten Stadtteil, dessen Quoten von Arbeitslosigkeit, Armut und Kriminalität deutlich über dem städtischen Durchschnitt liegen.

Norbert Friedrich, Abteilungsleiter, Stadtplanungsamt der Stadt Bremerhaven

4. Strategische Ausrichtung eines multifunktionalen Gewerbegebietes

Im Fischereihafen hat sich ein beispielhafter Strukturwandel vollzogen. Nicht nur in der traditionsreichen Fischwirtschaft wurden neue lukrative Betätigungsfelder im Bereich der Tiefkühl- und Fertiggerichte entwickelt. Gezeigt wird ein vielfältiges Gewerbegebiet mit maritimer Prägung, das mit Unterstützung der EU eine eigene touristische Erlebniswelt mit dem Schaufenster Fischereihafen bekommen hat.

*Sebastian Gregorius, Corporate Management
Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH*

5. Literarischer Stadtrundgang

Der Rundgang führt zu 10 historischen Orten im Stadtgebiet und es wird aus Romanen, Gedichten, Erinnerungen und Reiseberichten aus 170 Jahren vorgelesen.

Dr. Burkhard Hergesell

**19.00 –
20.00**

PAUSE

Ein Shuttle bringt alle Teilnehmer rechtzeitig zum Abendempfang.

20.00

**Abendempfang in der Captains Lounge im ATLANTIC Hotel SAIL City.
Der runde Veranstaltungsraum in der 19. Etage in 74 m Höhe verspricht ein ganz besonderes Ambiente mit Panoramablick über die Wesermündung.**

**Begrüßung durch Horst G. Winkel, Vorstandsvorsitzender des
CITY SKIPPER Bremerhaven e. V.**

Um 24.00 Uhr besteht die Möglichkeit, mit dem Shuttle zu den Hotels zurückzukehren.

**Programm am Dienstag, 10. November 2009
bcsd-Herbsttagung Bremerhaven**

09:00-09:40	<p>Die Welt in 2020 Eine Zukunftsreise zu den weltweit neuesten Trends und Innovationen aus Marketing, Media und Technology bis hin zu den neuesten Lifestyletrends im Stadtmarketing. <i>Nils Müller, Trendone, Hamburg</i></p>		
09:40-11.15	<p>Radical Game Innovationsspiel zur Generierung neuer Konzepte im Team und zur Visualisierung eines Zukunftsbildes. <i>Mit Oliver Puhe, Chang Kim und Nils Müller, Trendone, Hamburg</i></p> <p><i>Monatlich entstehen auf der Welt eine Vielzahl von relevanten Produkt-, Marketing- und Service-Innovationen. Im Radical Game werden die innovativsten und radikalsten Micro-Trends (Radicals) weitergedacht und auf die eigene Branche adaptiert. Dabei erfolgt eine kreative Verknüpfung und Kombination dieser Innovationen, um neue Ideen und Konzepte zu erhalten. Ziel ist es, neue Geschäftsmodelle und Produkte in einer offenen, kreativen Spielsituation zu entwickeln.</i></p>		
11.15-11.45	<p align="center">Kaffeepause mit Teilnehmer- und Begleitausstellung</p>		
11:45 - 12.15	<p>Kultur als Stadtmarketingmotor. Konzept und Wirkung des Deutschen Auswandererhauses Bremerhaven <i>Mit Andreas Heller, Deutsches Auswandererhaus, Bremerhaven</i></p> <p><i>Andreas Heller ist Architekt mit Sitz in Hamburg. Als Generalplaner hat er die Ausstellungskonzeption und die Architektur des Deutschen Auswandererhaus verantwortet. Zugleich ist er Gesellschafter der Betreibergesellschaft Deutsches Auswandererhaus Bremerhaven.</i></p>		
Workshops	A Digitale Angebote	B Online-Marketing	C Netzwerke und neue Authentizität
12.15-12.45	<p>1 Die Digitalisierung des öffentlichen Raums Stadtinformationssysteme und Stadtwerbung der Zukunft <i>Herr Thäsler, Ströer Stadtmöbliering, (angefragt)</i></p>	<p>2 Die Zukunft des Internets im Tourismusvertrieb Worauf ich bei meinem Internetauftritt achten sollte <i>Marco Behrens, Geschäftsführer Internet Concept GmbH, Leer</i></p>	<p>3 Die Clubkarte Karlsruhe Das Instrument zur Netzwerkbildung im Citymanagement <i>Sascha M. Binoth, Citymanager, Stadtmarketing Karlsruhe GmbH</i></p>
12.45 - 13.45	<p align="center">Mittagspause</p>		
13.45 – 14.15	<p>4 Mehr als eine Mio. Online-Kontakte für Duisburg Wie ein Stadtmarketing bereits vor vier Jahren auf das Internet gesetzt hat und jetzt WEB 2.0 plant <i>Petra Schröder, Leitung Kommunikation, Duisburg Marketing Gesellschaft</i></p>	<p>5 Online-Monitoring im Rahmen von Stadtmarketing-Prozessen Erfahrungen mit Befragungsmodulen zur Bürgerbeteiligung, Diskussion über Anwendungsmöglichkeiten neuer Werkzeuge <i>Christian Hörmann, Projektleiter, CIMA GmbH</i></p>	<p>6 Web 2.0 aus rechtlicher Sicht Urheberrechtliche Fragestellungen im Zusammenhang mit den Neuen Medien <i>Markus Degen, Rechtsanwalt Anwaltskontor Schriefers Rechtsanwälte</i></p>
14.15 – 14.45	<p align="center">Kaffeepause Teilnehmer- und Begleitausstellung</p>		

<p>14.45 – 15.15</p>	<p>7 Wolfsburg Wireless Ein flächendeckendes Stadtinformationssystem per W-LAN Henrik Russ, Stellvertretender Projektleiter Wireless Wolfsburg, Wolfsburg AG</p>	<p>8 Qualitätsmanagement im Einzelhandel durch Online-Bewertung Das digitale Gütesiegel in Sonthofen Hans Fili, 1. Vorsitzender ASS Leistungsgemeinschaft Sonthofen</p>	<p>9 Die Flensburg-Botschafter als Makler der Stadt Impulse, Erfolge und Grenzen des Netzwerkes Sieben Jahre Erfahrung in der Marketing-Kooperation mit ehemaligen Bewohnern Isabella von Philippovich Geschäftsführerin Flensburg Fjord Tourismus GmbH</p>
<p>15.20 - 15.50</p>	<p>10 Dachau Maps – Eine Stadt – ein Klick Das Web-basierte Stadtinformationssystem Josef Rother GEFAK Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH, Marburg Stefan Wolf, Leiter Wirtschaftsförderung, Dachau</p>	<p>11 Twitter im Stadtmarketing Erfahrungen aus Braunschweig und anderen Städten Markus Krüger, Braunschweig</p>	<p>12 Slow City – Citta Slow Chancen in der Positionierung als authentische Stadt am Beispiel Überlingen – evtl. andere Thomas Götz, Geschäftsführer Kur und Touristik Überlingen GmbH</p>
<p>15.50 - 16.00</p>	<p>Verabschiedung und Ausblick Michael Gerber, Vorsitzender bcsd</p>		