

# Einladung – Programm

## bcsd-Herbsttagung mit Erfahrungsaustausch

### Stadt ohne Handel? Handel ohne Stadt?

#### Neue Ansätze für die Innenstadt

**25. – 27. September 2011 in Kiel**

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

der Einzelhandel als wichtigster Frequenzbringer für die Innenstadt war immer zentraler Partner für Citymanagement und Stadtmarketing. Doch die Strukturen im Handel wandeln sich. Online-Shopping, Flagship-Stores, die Eroberung der Mittelstädte durch Einkaufszentren sowie die flächendeckende Ansiedlung von Discountern mit temporärem Vollsortiment ändern die Spielregeln.

Wie kann Stadtmarketing und Citymanagement hierauf reagieren? Welche Rolle wird das Thema Handel bei der Profilierung von Städten spielen, wenn die Expansion der globalen Filialisten zur Austauschbarkeit von 1A-Lagen führt? Welche alternativen Strategien ohne Handel sind für die Innenstädte erfolversprechend? Und welche Angebote gehören auch in Zukunft zum Standardrepertoire eines Citymanagements?

Diesen Fragen wollen wir uns in unserer nächsten Herbsttagung stellen. Und zwar in Kiel, wo in den letzten Jahren mehrere Handels Großprojekte intensiv diskutiert wurden. Darüber hinaus ist die „KIEL.SAILING CITY“ auf jeden Fall eine Reise wert und wird mit einem attraktiven Rahmenprogramm die Tagung bereichern.

Wir werden wie immer zahlreiche Beispiele erleben, wie City-Management, Stadtmarketing und Handelskonzepte neue Wege in der Kooperation gegangen sind.

Wir freuen uns auf Sie! Herzlich Willkommen in Kiel!

Mit kollegialen Grüßen

gez. Michael Gerber

Der Vorstand der bcscd

gez. Uwe Wanger

Geschäftsführer des Kiel Marketing e.V.

# Der Tagungsort – KIEL.SAILING CITY

„Das Meer ist unser Element“, sagen Kieler Urgesteine und Zugereiste voller Stolz! Dieses klare Bekenntnis zeigt, was KIEL.SAILING CITY als Marke der Stadt ausmacht: Expandierende Häfen, modernste Kreuzfahrterterminals, Traditionsegler und hochmoderne Hightec Yachten, international anerkannte Klima- und Meeresforschung, hochspezialisierte Marine und Weltklasse-Wassersport. Die Kieler Woche ist mit rund 5.000 Seglern die größte Segelsportveranstaltung der Welt und zugleich das größte Sommerfest in Nordeuropa. Über drei Millionen Gäste aus aller Welt tauchen jährlich in das bunte, facettenreiche Kieler-Woche-Leben mit rund 2.000 Veranstaltungen ein.



Mit ihrer einzigartigen Lage rund um die Kieler Förde geht die Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins auf Tuchfühlung mit dem Wasser wie kaum eine andere Ostsee-Metropole. Kiel das ist Handel, Wirtschaft, Wissenschaft und Lebensqualität im Einklang mit dem Meer.

## Shopping am Meer

Während riesige Skandinavienfähren, imposante Kreuzfahrtschiffe, luxuriöse Yachten, kleine Segelboote und traditionelle Windjammer in der Innenförde für maritimes Flair sorgen, laden vis-à-vis moderne Einkaufszentren, individuelle Boutiquen, gemütliche Cafés und ein vielfältiges Kulturangebot zu einem persönlichen Kiel-Erlebnis ein. Spätestens, wenn die Besucher mitten in der ältesten Fußgängerzone Deutschlands – der Holstenstraße – oder am Alten Markt stehen und eines der gigantischen Kreuzfahrtschiffe vorbeiziehen sehen, werden sie das maritime Flair der Landeshauptstadt spüren.



## Eine starke Marke

Kiel ist Sitz der Landesregierung Schleswig-Holsteins und wichtigstes Dienstleistungs- und Bildungszentrum. Über 238.000 Einwohnerinnen und Einwohner leben derzeit in Kiel, davon sind ca. 12% Studenten. Kiel trägt stolz den Titel „Stadt der jungen Forscher 2011“ und untermauert damit die Stärke als Wissenschaftsstandort.

Die Markenkraft einer Stadt ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Wettbewerb mit anderen Städten und Regionen. Der Stadtmarken-Monitor 2010, eine repräsentative Studie der Brandmeyer Markenberatung aus Hamburg zeigt, wie gut die Top 10 Stadt Kiel im Vergleich zu anderen Gross- und Landeshauptstädten aufgestellt ist. Spitzenwerte erreicht Kiel demnach in Sympathie, gutem Ruf und liegt bei der Attraktivität als Ziel für eine Städtereise an Platz acht. Außerdem wird Kiel als sehr „attraktiv für Familien“ beurteilt, belegt hier sogar Platz 4. Bei den Städten unter 500.000 Einwohnern belegt Kiel hinter Potsdam sogar den 2. Platz unter den stärksten Stadtmarken!



<b>Vorprogramm am Sonntag, 25.09.2011 BCSD-Herbsttagung</b>	
Bis 14.00	<b>Einchecken im Hotel</b>
14.30 – 15.00	<p><b>Kiel – die Innenstadt am Hafen</b></p> <p>Das im Oktober 2010 eröffnete 46m hohe Terminalgebäude Schwedenkai ist ein architektonisches Wahrzeichen der Landeshauptstadt Kiel. In einzigartiger Weise verbindet es die Hafenfunktion mit urbanen Funktionen in erstklassiger Innenstadtlage. Auf Augenhöhe mit den Großfähren der Stena Line erhalten Sie Insiderblicke in das Herz des Seehafens und werden mit Expertenwissen zur Entwicklung des erfolgreichen Kreuzfahrtstandortes begleitet.</p> <p>Im Anschluss an diese etwa 30 minütige Einführung haben Sie die Wahl (Abfahrt jeweils am Seehafen Kiel):</p>
15.00 – 17.00	<p><b>1) Hafentrundfahrt für „Wasserratten“</b></p> <p>Die Entdeckungstour mit der Seehafen-eigenen MB „Sprott“ knüpft hautnah an die zuvor gesammelten Eindrücke an Land an. Mit der charmanten Motorbarkasse (Baujahr 1967) erleben Sie Kiel von der Seeseite. Spüren Sie die Vielseitigkeit der Stadt und bestaunen Sie die Fortschritte auf den über 100 Jahre alten Werften. Die "Gorch Fock", das U-Boot U995 von 1943 und das Marine-Ehrenmal in Laboe erzählen von der bewegten und noch immer lebendigen Marinegeschichte Kiels. Auch hier soll es nicht an Expertenwissen fehlen, unterhaltsam verknüpft mit dem ein oder anderen Schwank des Kapitäns.</p> <p><b>2) Stadtrundfahrt für „Landratten“</b></p> <p>Auch wenn Sie sicheren Boden unter den Füßen bevorzugen, werden Sie sich nie weit vom Wasser entfernen. Auf Ihrer Rundfahrt durch die Fördestadt fangen Sie die unvergleichbare Atmosphäre des Kreuzfahrthafens ein und erfahren anknüpfend an die zuvor am Hafen gesammelten Eindrücken viel Wissenswertes über Kiel. Sie erkunden die Uferpromenade, vorbei am Schifffahrtsmuseum bis hin zum Nord-Ostsee-Kanal. Hier lernen Sie das das Kieler Tor zur Welt kennen, die Holtener Schleuse.</p> <p>Hinweis: Die MB „Sprott“ ist auf 28 Personen begrenzt. Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt. Bitte wählen Sie bei Ihrer Anmeldung zwischen Wasser- und Landrundfahrt.</p>
17.30	<b>Transfer zum Hotel</b>
19.00	<p><b>Abendempfang in der Offenen Kirche St. Nikolai zu Kiel, Alter Markt</b></p> <p>St. Nikolaikirche ist eine Marktkirche für alle Bürgerinnen und Bürger, sie versteht sich als (nicht nur) spirituelles Gasthaus und wird ihr Kirchenschiff an diesem Abend im Wortsinn für einen geselligen Abend bei rustikalem Buffet und leckeren Getränken öffnen. Pastor Dr. Matthias Wünsche wird Sie als Gastgeber begrüßen und über die Strategie der Integration der Stadtkirche in das urbane Innenstadtleben informieren.</p>

Hinweis:

Die Teilnahme für das Vorprogramm bitte auf der Anmeldung ankreuzen.

Kosten für das Vorprogramm: 55 EUR zzgl. MwSt..

*Änderungen vorbehalten*

<b>Programm am Montag, 26.09.2011</b> <b>BCSD-Herbsttagung</b>	
11.00 - 12.30	<p><b>1) Innenstadtrahmenplanung mit Schwerpunkt Einzelhandelsentwicklung</b></p> <p>Die Kieler Holstenstraße ist Deutschlands älteste Fußgängerzone mit unverwechselbarem maritimem Großstadtfair. Auf einer Länge von 1,3 km verbindet sie die Altstadt im Norden und das Einkaufscenter „Sophienhof“ im Süden. Thema der Führung sind auch ein in Bau befindliches Handelshaus und eine geplante weitere innerstädtische Centeransiedelung.</p> <p><i>Um die Gruppen klein zu halten, werden bis zu drei parallele Exkursionen angeboten</i></p> <p><i>Peter Todeskino, Bürgermeister</i> <i>Florian Gosman, Leiter Stadtplanungsamt</i> <i>Matthias Koep, Innenstadtspezialist Stadtplanungsamt</i></p> <p><b>2) Kiel maritim</b></p> <p>Die ganz besondere Küstenlage prägt seit Jahrhunderten die Entwicklung der Stadt und der Region, trennt das Ost- vom Westufer bis in die Hörn. Der natürliche Tiefwasserhafen ermöglicht es Segelyachten, Traditionsseglern und Kreuzfahrtschiffen bis ins Herzen der Stadt zu fahren.</p> <p><i>Wolfgang Wiemers</i></p> <p><b>3) Kulturcluster Kieler Altstadt</b></p> <p><b>„Museen am Meer“ die maritime Museumsmeile in der Kieler Innenstadt</b></p> <p>Kernpunkt ist die fußläufige "Museumsmeile", welche die einmalige Lage der Stadt am Meer und die Vielfalt der Sammlungsbestände aus Naturkunde und Kulturgeschichte hervorhebt. Gezeigt werden unter anderem das Schifffahrtsmuseum, die Kunsthalle, die Medizin- und Pharmaziehistorische Sammlung und das Aquarium des Leibniz-Instituts für Meereswissenschaften.</p> <p><i>Manuela Junghölter</i></p>
12.30 - 13.00	<p><b>Mittagsimbiss</b></p> <p><b>Eröffnung der Begleitausstellung</b></p>
13.00 - 13.25	<p><b>Begrüßung durch die BCSD, Michael Gerber, Bundesvorsitzender der bcscd</b> <b>und die Stadt Kiel, Cathy Kietzer, Stadtpräsidentin</b> <b>und den Landesverband Schleswig-Holstein der bcscd, Manuela Kase, Landesbeauftragte</b></p>
13.25	<b>Handelsclip 1</b>
13.30 - 14.10	<p><b>Bestandsaufnahme I: Von den Händlergemeinschaften zum integrierten Innenstadtmaking</b></p> <p>Vierzig Jahre City-Marketing haben die Schnittstelle zwischen Stadtmarketing, Stadtplanung und Einzelhandel professionalisiert. Wichtige Faktoren für ein erfolgreiches Citymanagement und eine kritische Reflexion aktueller Prozesse wie z.B. das „Weißbuch Innenstadt“ stehen im Zentrum des Vortrags.</p> <p><i>Prof. Dr. Franz Pesch, Städtebau Institut, Universität Stuttgart</i></p>
14.10 - 14.20	<p><b>Bestandsaufnahme II:</b> <b>Auswertung der BCSD-Umfrage „Handlungsfelder im City-Management“:</b></p> <p>Dargestellt werden Instrumente und Methoden des Citymanagements und eine aktuelle Bewertung aus Sicht der Praxis.</p> <p><i>Lothar Meyer-Mertel, Geschäftsführer Hildesheim Marketing GmbH u. Mitglied im bcscd-Vorstand</i></p>
14.20 - 14.50	<p><b>Kaffeepause</b></p> <p><b>Begleitausstellung</b></p>

<b>Programm am Montag, 26.09.2011 BCSD-Herbsttagung</b>	
14.50	<b>Handelsclip 2</b>
14.55 - 15.40	<p><b>Neue Ansätze I:</b> <b>International experience in managing the changing city - some ideas from abroad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redefining approaches to city management</li> <li>• Rethinking the identity of the city and its quarters</li> <li>• Re-engaging the public and private sectors to influence change</li> <li>• Developing strategies and activities beyond events</li> <li>• Learning from the mistakes and successes of others</li> </ul> <p><i>Simon Quin, Director, Institute of Place Management, London</i></p>
15.40	<b>Handelsclip 3</b>
15.45 - 16.10	<p><b>Neue Ansätze II</b> <b>Vom Einkaufszentrum zur Wohlfühlcity – der Funktionswandel unserer Innenstädte</b></p> <p>Was in USA und England seit Jahren zu beobachten ist, zeigt sich zunehmend auch in Deutschland. Einkaufszentren und Innenstädte wandeln sich immer schneller. Shoppingmalls brauchen Nachnutzungskonzepte. Manche Innenstadt erlebt eine Renaissance als funktionsgemischter Raum mit urbanen Qualitäten. Der Vortrag zeigt, wie der Funktionswandel gelingen kann.</p> <p><i>Prof. Alex Wall, Karlsruher Institut für Technologie (KIT); Urban Design Studio, Stuttgart</i></p>
16.10 - 16.40	<p><b>Kaffeepause</b> <b>Begleitausstellung</b></p>
16.40	<b>Handelsclip 4</b>
16.45 - 17.45	<p><b>Neue Ansätze III:</b> <b>„Stuck in the Mittelzentrum“ – Herausforderungen und Perspektiven für mittelgroße Städte – Podiumsdiskussion mit Beratern</b></p> <p>Kaufkraftabfluss aus der Innenstadt, Leerstand und Trading Down treffen besonders mittelgroße Städte. Als neue Herausforderungen wirken sich zunehmend die demografische Entwicklung, der Internethandel und immer professionellere Expansionstrategien der Filialisten aus. Thema des Podiums sind Szenarien für Innenstädte mit und ohne Handel wie z.B. Tourismus, Regionale Produkte, Green City oder Slow City.</p> <p><i>Frank Heinze, Heinze und Partner, Dortmund</i>  <i>Jens Imorde, Geschäftsführer, Imorde Projekt &amp; Kulturberatung GmbH, Münster</i>  <i>Mario Mensing, Geschäftsführer, Cima Beratung + Management GmbH, Lübeck</i>  <i>Dr. Stefan Leuninger, Prokurist u. Niederlassungsleiter Büro München, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, München</i>  <i>Bernadette Spinnen, stellvertretende Bundesvorsitzende der bcSD, Münster</i>  <i>Moderation: Yvonne Wodzak, Chefredakteurin, Public Marketing, Hamburg</i></p>
17.45 - 19.00	<b>Pause</b>
19.00	<p><b>Abendempfang auf dem Raddampfer Freya</b></p> <p>Begrüßung durch Ulrich Schöne, Geschäftsführender Vorstand Kiel-Marketing e.V.</p> <p>An Board empfehlen wir sportlich/lässige Garderobe</p>
Ab ca. 22.00	Das Tanzbein kann in der legendären <i>Astor Bar</i> über den Dächern Kiels geschwungen werden

<b>Programm am Dienstag, 27.09.2011</b> <b>BCSD-Herbsttagung</b>			
09.00 - 09.45	<p><b>Wo sich Handel konzentriert – und wie Handel geplant und konzipiert wird</b></p> <p>Zentrenkonzepte und Einzelhandelsentwicklungspläne galten lange Zeit als erfolgversprechende Instrumente zur Stärkung der innerstädtischen Handelsstrukturen. Doch sind diese Stadtentwicklungsinstrumente noch effizient im Kampf gegen schwierigere rechtliche Rahmenbedingungen und zunehmende Randsortimente bei Möbelmärkten und Baumarktsiedlungen? Der Vortrag zeigt, unter welchen Voraussetzungen sich Innenstädte planend schützen lassen.</p> <p><i>Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach</i></p>		
09.45 - 10.30	<p><b>Trends im internationalen Retailing - Highlights und Newcomer</b></p> <p>Einkaufen oder bestellen – 2020, 2030, 2040 – die Spielregeln ändern sich. Der Vortrag gibt einen Einblick in die Handelsformen für die nächste Generation: Märkte, emotionales Einkaufen, FOCs, DOCs und Flagship-Stores – von Primark bis zu Rewe-City. Auch beleuchtet wird, wie Social Media und Online-Shopping unser Einkaufsverhalten beeinflusst.</p> <p><i>Wolf Jochen Schulte-Hillen, CEO SHSelection Beratungsgesellschaft mbH &amp; Co. KG, Laer</i></p>		
10.30 - 11.00	<p><b>Kaffeepause</b> <b>Begleitausstellung</b></p>		
11.00 - 11.30	<p><b>Was macht die Marke Kiel erfolgreich?</b></p> <p>Mit welchen Phasen wird die Markenbildung angegangen? Welche Erfolgskriterien gelten im Prozess? Und wie wird dies auf Basis einer Markenanalyse fortgeschrieben?</p> <p><i>Uwe Wanger, Geschäftsführer, Kiel Marketing GmbH</i></p>		
<b>Workshops</b>	<b>A Best Practice – Instrumente im City Management</b>	<b>B Best Practise - Profilierung als Einkaufsstadt</b>	<b>C Management Know How für City-Marketing</b>
11.30 - 12.00	<p><b>1 2D-Codes im Stadtmarketing</b></p> <p>Mobiles Stadtinformationssystem in Hildesheim</p> <p><i>Sibylle Böckmann, Hildesheim Marketing GmbH</i></p>	<p><b>2 Die Jahresmarketing-Umlage des Kieler Einzelhandels</b></p> <p>Erfahrungen aus Kiel</p> <p><i>Johannes Hesse, Geschäftsleiter Stadt- und Citymanagement, Kiel-Marketing e.V.</i></p>	<p><b>3 Wie funktioniert Shoppingtourismus?</b></p> <p>Was können Innenstädte und Einzelhandel tun, um am Shoppingtourismus zu partizipieren?</p> <p><i>Mario Mensing, Geschäftsführer, Cima Beratung + Management GmbH, Lübeck</i></p>
12.00 - 13.15	<p><b>Mittagspause</b> <b>Begleitausstellung</b></p>		
13.15 - 13.45	<p><b>4 Lust und Leid mit den Gestaltungsrichtlinien für die Altstadt</b></p> <p>Das Beispiel Esslingen am Neckar</p> <p><i>Michael Metzler, Geschäftsführer, Stadtmarketing und Tourismus GmbH</i></p>	<p><b>5 Lübeck – die Wohlfühlhauptstadt</b></p> <p>Eine ganze Stadt als Wohnzimmer</p> <p><i>Andrea Gastager, Geschäftsführerin, Lübeck und Travemünde Marketing GmbH</i></p>	<p><b>6 Bitte ein BID</b></p> <p>Erfolge und Misserfolge eines Instruments zum City-Marketing</p> <p><i>Jens Imorde, Geschäftsführer, Imorde Projekt &amp; Kulturberatung, Münster</i></p>

<b>Programm am Dienstag, 27.09.2011</b> <b>BCSD-Herbsttagung</b>			
<b>Workshops</b>	<b>A Best Practice – Instrumente im City Management</b>	<b>B Best Practise - Profilierung als Einkaufsstadt</b>	<b>C Management Know How für City-Marketing</b>
13.50 - 14.20	<b>7 Sicheres Nightlife in Karlsruhe</b> City-Management und Stadt kooperieren erfolgreich zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt <i>Sascha Binoth, Prokurist und Citymanager, Stadtmarketing Karlsruhe GmbH</i>	<b>8 Von der Rheingalerie zur Innenstadt</b> Verknüpfung eines neuen Einkaufszentrums in Ludwigshafen <i>Yann Fürst, City-Management LUKOM GmbH, Ludwigshafen</i>	<b>9 Immobilienpooling als Instrument im Flächenmanagement</b> <i>Chancen, Risiken, Nutzen</i> <i>RA Andreas Schriefers, Anwaltskontor Schriefers Rechtsanwälte, Düsseldorf</i>
14.20 - 14.45	<b>Kaffeepause</b> <b>Begleitausstellung</b>		
14.45 - 15.15	<b>10 Frequenzzählung und Passantenzufriedenheit in der Innenstadt</b> Die Kombination aus Zählung und Befragung bringt wichtige Erkenntnisse <i>Prof. Thomas Vogler, HAW, Ingolstadt</i>	<b>11 Schatzkammer Rendsburg</b> Einkaufs- und Kulturführer zur Identitätsstiftung <i>Peter Feuser, Vorstand RD-Marketing e. V.</i>	<b>12 Die Innenstadt als Investitionsraum</b> Alles Zufall oder Ergebnis eines strategischen Standortmanagements ? <i>Dr. Stefan Leuninger, Prokurist u. Niederlassungsleiter Büro München, GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH</i>
15.15 - 15.45	<b>13 Fortbildung in Sachen Stadtmarketing</b> Der IHK-Zertifikatslehrgang 'Citymanager/Quartiersmanager' <i>Björn Ipsen, Geschäftsführer, IHK zu Kiel</i>	<b>14 Welche Zielgruppen sind tatsächlich in meiner Innenstadt?</b> Projekte zur Imagewerbung für soziale Milieus in Bremen <i>Dr. Jan-Peter Halves, Geschäftsführer, CityInitiative Bremen Werbung e.V.</i>	<b>15 Profilierung von Cityquartieren</b> Vom Schlagwort zum Konzept <i>Frank Heinze, Heinze und Partner, Dortmund</i>
15.45 - 16.00	<b>Verabschiedung und Ausblick</b> <i>Michael Gerber, Bundesvorsitzender bcSD</i>		

Änderungen vorbehalten