

**An die Kolleginnen und Kollegen der
bcsd-Mitgliedsstädte
in Schleswig-Holstein**

Kiel, 01.09.2015

Protokoll: Treffen des Landesverbandes am 26. August 2015 in Norderstedt**Teilnehmer:**

Hauke Borchart, Norderstedt Marketing
 Marie-Kathrin Weidner, Norderstedt Marketing
 Kai Jörg Evers, Stadtpark Norderstedt
 Jürgen van Schöll, Wirtschaft und Touristik Kappeln
 Renate van Schöll, Wirtschaft und Touristik Kappeln
 Holger Heinke, Stadtmarketing Niebüll
 Michael Keller, Citymanagement Neumünster
 Eva-Jana Manke, Citymanagement Neumünster
 Christina Teetzen, Citymanagement Neumünster
 Jenni Knapp, Stadtmarketing Kellinghusen
 Uwe Wanger, Kiel-Marketing e.V. und GmbH
 Johannes Hesse, Kiel-Marketing e.V.
 Janne Borchers, Kiel-Marketing e.V.

TOP 1: Begrüßung durch Stadtmarketing Norderstedt

Hauke Borchart begrüßt die Teilnehmer und übergibt die Sitzungsleitung an Johannes Hesse, der die Tagesordnungspunkte vorstellt. TOP 4 „Stadtmarketingtag 2016“ wird durch das Thema MakS ersetzt, da die Planung seitens der IHK derzeit auf Eis liegen. Kai Evers und Marie-Kathrin Weidner stellen das Tourismus- und Stadtmarketing in Norderstedt vor. Wichtiger Baustein der tagestouristischen Nutzung (meist aus HH) ist der Stadtpark. Die erfolgreiche Nachnutzung der LGS wird darüber hinaus an Unternehmen als Plattform vermarktet (z.B. MICE; Kombination von Wassersport und Seminaren; Promotionaktionen). Zurzeit sind die Übernachtungszahlen bereits gut, aber noch ausbaubar. Hier wird noch um mehr Unterstützung der Hoteliers geworben. Ab November wird Besuchern eine Touristinfo zur Verfügung stehen. Johannes Hesse dankt für die Gastfreundlichkeit und die offenen Worte der Gastgeber. Zum Protokoll der vorhergehenden Sitzung gibt es keine Anmerkungen.

Vorstand:

Michael Gerber (Bundesvorsitzender)
 Bernadette Spinnen
 Norbert Käthler
 Gerold Leppa
 Georg Bandarau
 Stefan Nöthen
 Tanja Ulmer

Geschäftsstelle:

Jürgen Block (Geschäftsführer)
 Tieckstraße 38
 10115 Berlin
 Telefon: 030 / 28042671
 Fax: 030 / 28042673
 E-Mail: office@bcsd.de
 www.bcsd.de

Finanzamt für Körperschaften I Berlin
 Steuernummer 27/620/55619
 USt.-ID Nr.238 769 633
 VR München 15748
 Volksbank an der Niers eG
 BLZ 320 613 84
 Konto Nr. 430 2222 024

TOP 2: Kurzer Bericht aus Berlin

Johannes Hesse berichtet stellvertretend für Jürgen Block aus Berlin. Tanja Ulmer ist neu im bcsd-Bundesvorstand. Die Webpräsenz des bcsd wurde erneuert (verbesserte Gliederung, suchmaschinenoptimiert) (siehe dazu Präsentation). Johannes Hesse wirft die Frage in den Raum, welche Themen bei der erweiterten Vorstandssitzung am 9. November 2015 in Frankfurt am Main behandelt werden sollen. Das Thema bcsd-Jubiläum im April 2016 in Berlin steht bei der Vorstandssitzung im Vordergrund. Es herrscht Einigkeit, dass rückgestellte Vereinsmittel der bcsd für einen großen öffentlichkeitswirksamen Aufschlag bei der Jubiläumstagung eingesetzt werden sollten. Regierungskreise, Politik und Medien müssen intensiv eingebunden und ein Empfang, der das passende Parkett bietet, ausgerichtet werden. Uwe Wanger schlägt als möglichen Tagungsinhalt vor, das zukunftsweisende Marketing der dänischen Stadt Kolding zu behandeln. Unabhängig vom konkreten Thema sind die Anwesenden der Meinung, dass die Frage „Wo sind wir und wo geht es hin?“ bzw. „Visionen des künftigen Stadtmarketings“ ein passender Themenschwerpunkt der Jubiläumstagung wären.

TOP 3: Zwischenbericht zur Initiative „Lass den Klick in S-H“

Johannes Hesse lässt Herrn Hülsmann von REGIOCAST entschuldigen und berichtet zur bereits sieben Wochen laufenden Initiative „Lass den Klick in S-H“ (siehe dazu Präsentation). Über 600 Händler sind bereits angemeldet und promoten ihre Aktionen. Des Weiteren dient die Aktion als Plattform für Stadtmarketing-Aktionen. Jenni Knapp schlägt vor, die Ebene Schleswig-Holstein weiter herunter zu brechen (z.B. direkte Verknüpfung mit Websites der Städte). Es herrscht allgemeiner Konsens, dass R.SH die Kampagne auch aus legitimem Eigenmarketinginteresse heraus betreibt. Uwe Wanger bemängelt den geringen Kundennutzen. Besser wäre eine Plattform, auf welcher der Kunde den Artikel eingeben kann, den er benötigt, woraufhin ihm die vor-Ort-Händler angezeigt werden, die den Artikel führen. Michael Keller sieht den Hauptzweck der Initiative in der Bewusstseinsbildung, die aufgrund der medialen Stärke der Regiocast-Gruppe eine gute Wirkung hat. Das aber nur, wenn die Laufzeit der Kampagne nicht zu kurz bemessen wird. Johannes Hesse schlägt eine verstärkte Nutzung der Kampagne zu Stadtmarketingzwecken vor und bittet darum, im Nachgang zur Sitzung aus den jeweiligen Städten lokale Online/Offline Verkaufsplattformen zusammenzutragen, um im von Jenni Knapp angeregten Sinne, Verknüpfungen zu lokalen Ansätzen real darzustellen.

Vorstand:

Michael Gerber (Bundesvorsitzender)
Bernadette Spinnen
Norbert Käthler
Gerold Leppa
Georg Bandarau
Stefan Nöthen
Tanja Ulmer

Geschäftsstelle:

Jürgen Block (Geschäftsführer)
Tieckstraße 38
10115 Berlin
Telefon: 030 / 28042671
Fax: 030 / 28042673
E-Mail: office@bcsd.de
www.bcsd.de

Finanzamt für Körperschaften I Berlin
Steuernummer 27/620/55619
USt.-ID Nr.238 769 633
VR München 15748
Volksbank an der Niers eG
BLZ 320 613 84
Konto Nr. 430 2222 024

TOP 4: MaKS

Uwe Wanger, 1. Vorsitzender des MaKS e.V., stellt, nachdem die Werkbar aus Zeitgründen verlassen werden musste, in lockerer Runde im Stadtpark die MaKS vor (Marketingkooperation der Städte in Schleswig-Holstein e.V.) (siehe dazu Präsentation). Mit neuen, witzigen und lösungsorientierten Kampagnen sollen die Städte im Land beworben werden (eine Kampagne pro Jahr). Bei den Kampagnen geht es jeweils um medial aufmerksamkeitsstarke Ideen, die vom Mainstream der Stadtdestinationswerbung abweichen. Aktuell wird das Thema MICE durch die Produktion von Videoclips bearbeitet, die in eine Online-Kampagne eingebettet werden sollen. Die neuste Idee ist es, ein kugelförmiges pinkes Zelt in den Innenstadtbereichen zu positionieren, in dem Passanten isoliert vom Trubel „Pink Moments“ erleben können. Diese können dann mit der TASH-Kampagne „Glückswachstumsgebiet S-H“ verknüpft werden. Marie-Kathrin Weidner merkt an, dass sich nicht jede Kampagne für jede Stadt eignet, doch letztlich alle Mitgliedsstädte von der Kooperation profitieren.

TOP 5: Tourismuskampagne SH „Glückswachstumsgebiet“

Aus Zeitgründen wird TOP 5 auf das nächste Treffen verlegt.

TOP 6: Verschiedenes, Termine, nächstes Treffen

Das nächste Treffen des bcsd S-H wird im Frühjahr 2016 in Eutin ausgerichtet, um die LGS kurz vor Eröffnung vorzustellen. Als Themen sind hierfür u.a. die Tourismuskampagne SH „Glückswachstumsgebiet“ sowie der Stadtmarketingtag 2016 vorgesehen. Michael Keller wünscht weitere Einbindung der LV-Mitglieder in die Themenvorbereitung zur Jubiläumstagung in Berlin. Johannes Hesse sichert zu, dass er gemeinsam mit Dirk Matthiessen die Ergebnisse der Vorbereitungssitzung im November schriftlich an den LV weiter geben wird. Sollte hieraus Bedarf für ein weiteres LV-Treffen entstehen, bietet Michael Keller Neumünster als Gastgeberstadt an.

Im Anschluss an den „offiziellen Part“ nimmt die Gruppe an der Preview „ParkFunkeln“ im Stadtpark Norderstedt teil.

Protokollantin:

Janne Borchers, Kiel-Marketing e.V.

Vorstand:

Michael Gerber (Bundesvorsitzender)
Bernadette Spinnen
Norbert Käthler
Gerold Leppa
Georg Bandarau
Stefan Nöthen
Tanja Ulmer

Geschäftsstelle:

Jürgen Block (Geschäftsführer)
Tieckstraße 38
10115 Berlin
Telefon: 030 / 28042671
Fax: 030 / 28042673
E-Mail: office@bcsd.de
www.bcsd.de

Finanzamt für Körperschaften I Berlin
Steuernummer 27/620/55619
USt.-ID Nr.238 769 633
VR München 15748
Volksbank an der Niers eG
BLZ 320 613 84
Konto Nr. 430 2222 024