

Die ReferentInnen:



Christoph Engl, Managing Director bei der Brand Trust GmbH, Brand Strategy Consultants, mit Sitz in Nürnberg, Kolumnist für FOCUS und Rechtswissenschaftler

Vom Stadtmarketing zur Stadt als Marke

"Regionen, Städte, Destinationen: jeder kann sie auf Landkarten finden und mittels Navigationssystemen auch den Weg dorthin. Selbst wenn sie vom Namen her sehr bekannt wären, würde dies als Motiv nie ausreichen, damit Menschen drei ihrer knappsten Güter – Aufmerksamkeit, Zeit und Geld – dafür investieren würden. Dafür braucht man nicht Geografie und Bekanntheit, sondern Attraktivität und Bedeutung. Welches sind die Attraktivitätstreiber für Städte, wenn diese mit ihrer Bedeutung in den Köpfen der Menschen verankert werden sollen? Welches sind die

Erfolgsvoraussetzungen dafür, dass auch Städte von austauschbaren Produkten zu begehrlichen Marken werden? Was schafft für eine Stadt den Abstand zu anderen?

Destination Branding hat zur Aufgabe, aus Geografie Bedeutung zu machen. In gesättigten Märkten ist Relevanz die neue Erfolgswährung."



Mag. Claudia Brandstätter, Geschäftsführerin bmm, Brandstätter Matuschkowitz Marketing GmbH

Starke Marken haben starke Leitbilder

Lebenswerte Städte der Zukunft sind für viele Bereiche und unterschiedliche Zielgruppen attraktiv. Erwerbstätigkeit, Kultur, Religion, Gesundheit und Infrastruktur spielen dabei eine entscheidende Rolle. Was bringt ein Leitbild für Innovationskraft und Stärke und für Wertschätzung und Wertschöpfung? Welche Möglichkeiten gibt es in diesem Leitbildprozess positive Energien freizusetzen? Und was macht den Unterschied zwischen formulierten und gelebten Leitbildern? Ein Leitbild ist Impulsgeber für Position und Profil; aber auch städtische Marken entstehen auf Basis eines Leitbildes. Leitbildprozesse sind auch das Sichtbar, Hörbar und Spürbar machen

von Vision bei gleichzeitiger Motivation aller. Starke Menschen leben in starken Städten mit Strahlkraft - und eben Leitbildern. Leitbildprozesse transformieren aber auch qualitative und quantitative Daten in städtisch relevante Informationen. Und Information schafft Wissen und dieses Wissen wiederum schafft Bewusstsein – das macht langfristig den Unterschied!



Mag. Roland Gruber, MBA, Mitbegründer und Partner von nonconform, Architekt, Kulturmanager und Redakteur

Miteinander weiter denken!

Innovative Bürgerbeteiligung ist der Schlüssel zum erfolgreichen Entwickeln von Zukunftsräumen in Städten und Gemeinden

Ein gelungener Planungsprozess schafft nicht nur hervorragende Baukultur, sondern ein langfristig lebendiges Umfeld. Die Entwicklung von Dorf- und Stadtkernen ist in der Regel der Motor für eine umfassende Veränderung der Orte. Die Kunst ist es, zwischen den Bedürfnissen der Bürgerinnen und Bürger und den Möglichkeiten des Raums zu navigieren. Mit der nonconform ideenwerkstatt® hat das Architekturbüro nonconform ein demokratisches Planungsmodell entwickelt, bei dem die Bürger*innen und Nutzer*innen direkt miteinbezogen werden. Der Clou dabei: Die Architekten verlassen ihr Büro und

bauen direkt vor Ort ihre Schreibtische und Laptops auf. In nur drei Tagen voller Ideen, Interviews und Inspirationen wird eine Zukunftslösung erarbeitet und präsentiert.

EINLADUNG ZUR DENKWERKSTADT V

LEI(D) – BILD –STADT– MARKE



Letztes Jahr ging es um die Identität einer Stadt. Dieses Jahr beschäftigen wir uns damit, wie diese Identität der Stadt in die Welt kommt.

Dazu braucht es **Marke, Leitbild und partizipative Prozesse.**

Stadtmarketing Austria

DENKWERKSTADT

Moderation und Vortrag „Über die DNA einer Stadt“:



Michael Kerbler
Studium der Publizistik und Psychologie
ORF-Chefredakteur, Radio

Bevor Michael Kerbler 1976 seine Laufbahn beim ORF begann, war er als freier Wirtschaftsjournalist zum Beispiel für die Tageszeitung "Die Presse" oder die "Neue Kronen Zeitung" tätig. Ab 1994 war er zuerst ORF-Chefredakteur der Radioinformation, danach stellvertretender Intendant des ORF-Auslandsradios ROI. Als Leiter des Ö1-Formats "Im Gespräch" diskutierte er mit mehr als 330 Gästen aus Kunst, Kultur, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft. Im Juli 2013 wurde dem Wahlpinzgauer für seine journalistischen Leistungen das Goldene

Ehrenzeichen der Republik Österreich verliehen.

Programm:

Tag 1: Mittwoch, 28. September 2016

Vormittag 10:00 bis 11:00 Uhr	Anreise
11:00 bis 12:00 Uhr	Willkommensrunde mit den Teilnehmern (Fragerunde nach Erwartungen und Inhalten, die besprochen werden müssen.) Moderation: Michael Kerbler
12:00 bis 12:30 Uhr	Impulsreferat 1 Christoph Engl: „Vom Stadtmarketing zur Stadt als Marke“
12:30 bis 14:00 Uhr	Mittagspause
Nachmittag 14:00 bis 16:30 Uhr	Themenblock 1 Workshop in Kleingruppen (angeleitet durch die o.a. Referenten)
16:30 bis 17:00 Uhr	Netzwerken und Kaffee
17:00 bis 18:15 Uhr	Präsentation der Workshop-Ergebnisse im Plenum
19:00 bis 20:30 Uhr	Abendessen
20:30 Uhr	Generalversammlung

Tag 2: Donnerstag, 29. September 2016

Morgen 7 bis 8:00 Uhr 8 bis 9:00 Uhr	• Walken oder Joggen • Frühstück
Vormittag 9:00 bis 09:45 Uhr 10.00 bis 12.30 Uhr	Impulsreferat 2 Roland Gruber: „Miteinander weiter denken!“ Themenblock 2 Workshop in Kleingruppen (angeleitet durch die o.a. Referenten)
12.30 bis 16.00 Uhr	Freizeitprogramm: Gemeinsame Wanderung
Nachmittag 16.30 bis 17.45 Uhr	Präsentation der Workshop-Ergebnisse im Plenum
18:00 bis 18:30 Uhr	Impulsreferat 3 Claudia Brandstätter: „Starke Marken haben starke Leitbilder“
19.00 bis 20.30 Uhr	Abendessen
20.30 bis 21.30 Uhr	Abendliche Lesung am Kamin mit Michael Kerbler

Tag 3: Freitag, 30. September 2016

Morgen 7 bis 8:00 Uhr 8 bis 9:00 Uhr	• Walken oder Joggen • Frühstück
09:00 bis 11:00 Uhr	Themenblock 3 Workshop in Kleingruppen (angeleitet durch die o.a. Referenten)
11:15 bis 12:30 Uhr	Präsentation der Workshop-Ergebnisse im Plenum
12:30 bis 13:00 Uhr	Referat Michael Kerbler: Über die DNA einer Stadt"
13:00 bis 14:00 Uhr	Conclusio/ Feedbackrunde zu den Erwartungen, Ablauf und zu ReferentInnen