

## **P r o t o k o l l**

### **Erste Sitzung KP2 „Kommunikation“**

Ort: KLIMA\*HAVEN, Schifferstr. 36 – 40, 27568 Bremerhaven

Am: 12.08.2013, von 15:00 - 17:00 Uhr

Anwesende:

- Wilfried Allers (IHK)
- Michael Arzenheimer (campamedia, Arbeitsgruppensprecher)
- Heinfried Becker (energiekonsens)
- Oliver Brandt (Kreishandwerkerschaft Bremerhaven-Wesermünde)
- Torsten von Haaren (SPD)
- Nina Jüchtern (b.i.t.)
- Franziska Kaufmann (IHK)
- Raymond Kiesby (Erlebnis Bremerhaven GmbH)
- Uwe Kiupel (BIS)
- Anke Krein (Umweltdezernentin)
- Marc Liedtke (Klimastadt Bremerhaven)
- Kira Reck (Erlebnis Bremerhaven GmbH)
- Meinhard Schulz-Baldes (Klimastadt Bremerhaven)
- Helmut Stapel (Pressesprecher Magistrat)

### **Tagesordnung**

Top 1. Kurze Einführung in das Klimastadtprojekt

Top 2. Konstituierung der Gruppe Kommunikation

- Was ist Zielsetzung der Gruppe?
- Teilnehmerkreis
- Tagungsfrequenz

Top 3. Themen:

- Markenführung / Branding der Klimastadt
- Einbindung in das Stadtmarketing / Tourismusmarketing
- Vernetzung der einzelnen Institutionen, gemeinsame Veranstaltungen / Aktionen
- Veranstaltungskalender
- Einbindung der Industrie / des Handwerks
- Erhöhung der Aktivität auf der Internetseite, Zuarbeit zur Internetseite
- Pressekampagnen

Top 4. Wahl des Gruppensprechers

Top 5. Verschiedenes / Termine

### **Top 1:**

Herr Schulz-Baldes gibt einen kurzen Überblick über das Klimastadtprojekt.

### **Top 2:**

Die verschiedenen relevanten Zielgruppen benötigen zunächst ein stärkeres Verständnis dafür, was die „Klimastadt Bremerhaven“ überhaupt ist. Die Klärung dieser Frage ist eine existentielle Voraussetzung dafür, die Marke „Klimastadt“ verständlich zu kommunizieren und in den Printmedien und/oder auf Veranstaltungen zu bewerben.

#### 1. Aufgabe der Arbeitsgruppe:

- Sammlung von Informationen, die dem Aufbau der Marke dienen
- Weiterentwicklung von Leitbild und Branding der Klimastadt (Meilensteine definieren)
- Definition und Abstimmung: Welche Botschaft wollen wir mit der Marke „Klimastadt“ verbinden?

#### 2. Fragen:

- Wer darf unter welchen Prämissen das Klimastadt-Logo benutzen?
  - o Ist die „Klimastadt“ ein Gütesiegel? Eine ISO-Norm? Ist ein Siegel überhaupt notwendig?
- Was hat die Stadt davon?
- Sind wir in der Lage, dem Bürger in fünf Sätzen die Klimastadt zu erläutern?
  - o Warum ist Bremerhaven noch nicht Klimastadt?
  - o Wann hat die Stadt das Ziel erreicht?

#### 3. Wichtig:

- Status:
  - o Bisher wurde die Klimastadt Bremerhaven lediglich als Submarke benutzt
- Kräfte bündeln:
  - o Nicht alle Klimaschutzaktivitäten der einzelnen Institutionen sind unter der Dachmarke „Klimastadt“ vereint
- Dachmarkenstrategie:
  - o Die Dachmarke muss zuerst gedacht werden, wobei nicht erwartet werden darf, dass alle Partnerinstitutionen bereit sind, ihre eigene Identität aufzugeben
- Vorteilsargumentation:
  - o Es muss deutlich werden, dass die Klimastadt ein Weg ist, den sich zu gehen lohnt
  - o Antworten müssen jeweils Bremerhaven-spezifisch sein

### **Beschlüsse:**

- Es gibt vorerst keine Erweiterung des Teilnehmerkreises
- Die Gruppe wird sich alle vier Monate treffen

### **Top 3:**

#### 1. Das Klimastadt-Logo:

- Das Klimastadt-Logo ist derzeit kein Siegel
  - o In der Zielprojektion soll es eher wie der Slogan „Atomkraft? Nein Danke!“ verwendet werden

#### 2. Mögliche Maßnahmen:

- Information:
  - o Allen Akteuren regelmäßig einen kurzen Abriss über Neuigkeiten aus der Klimastadt geben (Newsletter, RSS-Feed, Blog, etc.)
- Austausch untereinander:
  - o Akteure besser miteinander vernetzen
- Einsatz verschiedener Medien:
  - o Imagefilm über die Klimastadt erstellen (evtl. mit simpleshow, vergl. Initiative „Deutschland summt“ auf youtube)
  - o Bildarchiv anlegen (Umsetzung wäre sofort möglich; BIS hat jede Menge Bilder, die Stadt ebenfalls; Rechtklärung notwendig)
- Wiedererkennung:
  - o Key Visuals für die einzelnen AG's der Klimastadt entwickeln

#### 3. Wer macht was:

Herr Stapel bietet an, intern zu klären, ob die unter [www.bremerhaven.de](http://www.bremerhaven.de) verwendeten Bilder der Stadt zu diesem Zweck benutzt werden dürfen.

### **Top 4:**

Herr Schulz-Baldes schlägt Herrn Arzenheimer von der Mediaagentur campamedia als künftigen Gruppensprecher vor.

- Die Anwesenden stimmen zu und wählen Herrn Arzenheimer einstimmig als Gruppensprecher.
  - o Herr Arzenheimer nimmt die Wahl an.

### **Top 5:**

Hinweis:

2014 findet wieder ein Energieforum in Bremerhaven statt. Daran sollte sich die AG in geeigneter Form beteiligen.

--

Protokoll: Marc Liedtke, 17.02.2014

Anhang

Liste mit E-Mail Adressen der Teilnehmer

### Teilnehmerliste der AG „Kommunikation“:

Wilfried Allers	ihk Bremerhaven	allers@bremerhaven.ihk.de
Michael Arzenheimer	campamedia	fmarzenheimer@campamedia.de
Heinfried Becker	energiekonsens	becker@energiekonsens.de
Oliver Brandt	Kreishandwerkerschaft	brandt@kreishandwerkerschaft-bremerhaven.de
Torsten von Haaren	Umweltpolitischer Sprecher SPD	torsten_haaren@bremerhaven.de
Nina Jüchtern	b.i.t.	webmaster@bremerhaven.de
Raymond Kiesbye	Erlebnis Bremerhaven	kiesbye@stadthalle-bhv.de
Uwe Kiupel	BIS	Kiupel@BIS-Bremerhaven.de
Anke Krein	Umweltdezernentin	anke.krein@magistrat.bremerhaven.de
Marc Liedtke	Klimastadt	mliedtke@klimastadt-bremerhaven.info
Kira Reck	Erlebnis Bremerhaven	reck@stadthalle-bhv.de
Prof.Dr. Meinhard Schulz-Baldes	Klimastadt	mschulzbaldes@klimastadt-bremerhaven.info
Helmut Stapel	Magistrat Bremerhaven	pressesprecher@magistrat.bremerhaven.de