

KIEL.SAILING.CITY

# Dokumentation

## Markenwerkstatt

**02. November 2016**



## Das Programm

<b>13:00 Uhr</b>	Begrüßung Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer
<b>13:10 Uhr</b>	Impulsvortrag: Standortmarketing unter der neuen Dachmarke
<b>13:30 Uhr</b>	Workshop-Phase 1
<b>14:45 Uhr</b>	Pause
<b>14:55 Uhr</b>	Workshop-Phase 2
<b>16:10 Uhr</b>	Präsentation der Ergebnisse
<b>16:50 Uhr</b>	Abschluss und Ausblick
<b>17:00 Uhr</b>	Ausklang

## Die Markenwerkstatt







## Die Workshops

In Gruppenarbeiten entwickelten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Projektideen in acht Themenfeldern, die die Marke inhaltlich mitbestimmen: Arbeitsplatzattraktivität, Wissenschaft und Bildung, Kultur und Kreativwirtschaft, Lebensqualität im Norden, Vielfalt und Integration, Wirtschaftsstandort, Tourismus und Kulinarik, Sprache und Sprachbilder.

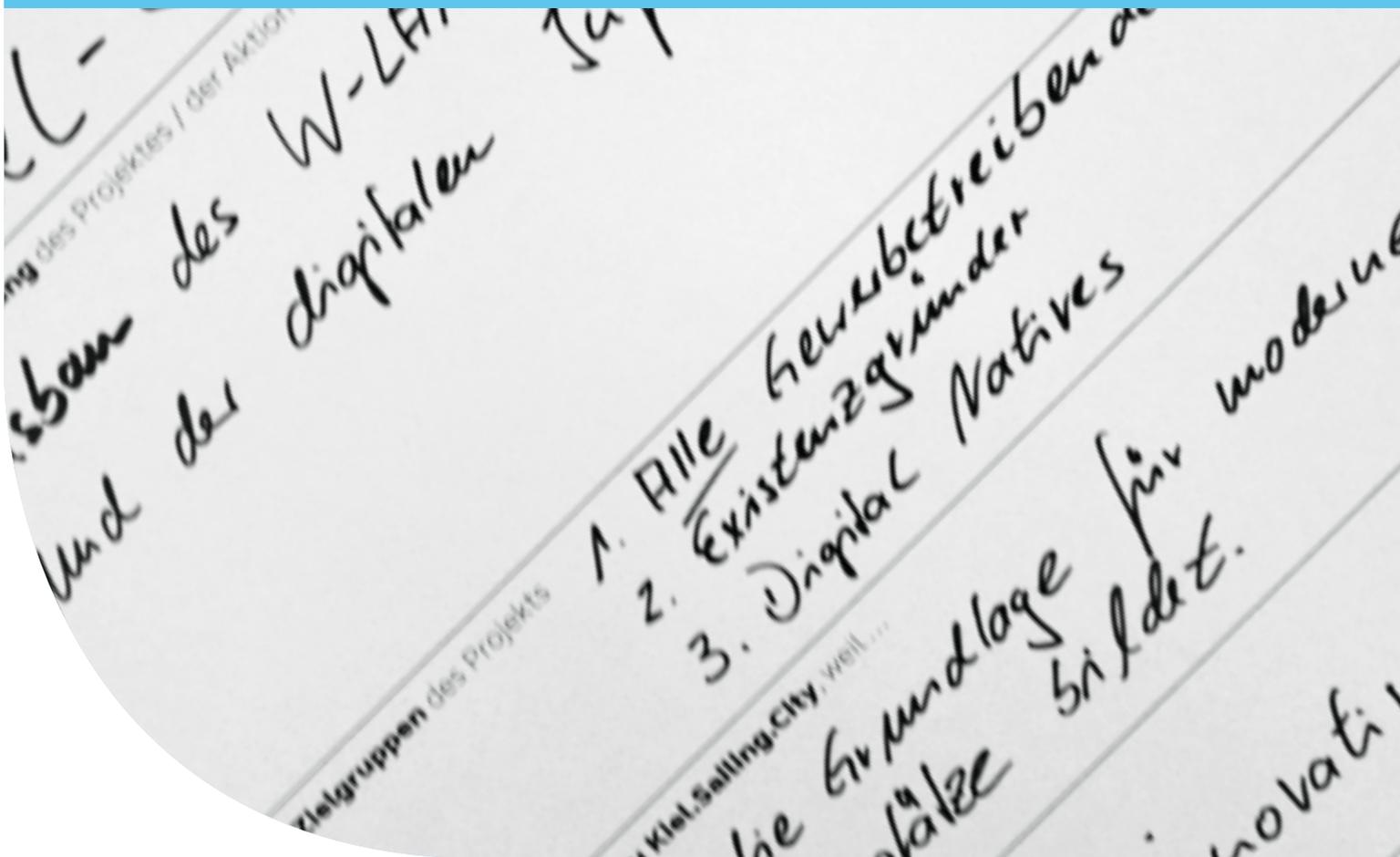
„Welche attraktiven Projekte gibt es schon in meinem Themenfeld? Was wirkt nach außen? Was können wir noch beitragen? Was können wir daraus für die neue Dachmarke beitragen und sie somit auch inhaltlich mit Leben füllen?“ Diese Leitfragen bestimmten zunächst das Brainstorming und im nächsten Schritt die Auswahl von ein bis drei Projekten, die dann in Kleingruppen anhand eines Leitfadens weiterentwickelt wurden. Aspekte wie die Imagewirkung für die ganze Stadt und der inhaltliche Bezug zur Marke spielten dabei ebenso eine Rolle wie die Überlegung, welche Personen/ Institutionen für die künftige Umsetzung verantwortlich sein sollen.

Zur Präsentation aller Projektideen versammelten sich alle wieder im Ratssaal, wo jede Gruppe ihr Ergebnis kurz vorstellte. Um schließlich messen zu können, welche Projekte für die Teilnehmenden die höchste Priorität haben, wurden die Entwürfe am Ende mit Spielgeld bewertet. Dabei konnten sie eine Summe einsetzen, die Geld/Zeit/Einsatz von Sponsoren (rote Scheine) bzw. Eigeninitiative symbolisiert sowie eine Summe, die für Geld/Zeit/ Einsatz der Stadt (blaue Scheine) steht. Schon während der Präsentation entwickelten sich spontan Zusammenschlüsse von Projekten, bei denen es viele Gemeinsamkeiten gibt. Der große Zuspruch zeigte sich in der Bewertungsrunde dann auch in entsprechend hohen Summen.

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 01

## Arbeitsplatzattraktivität

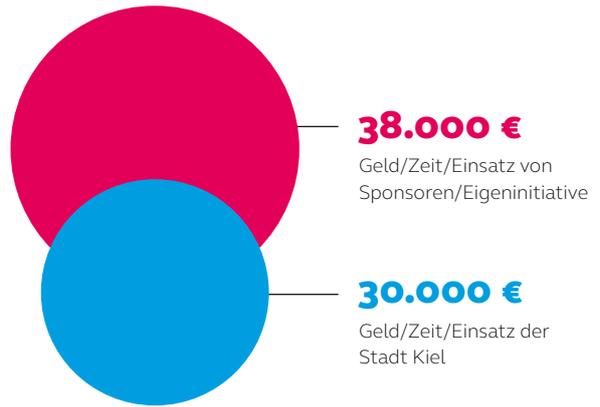




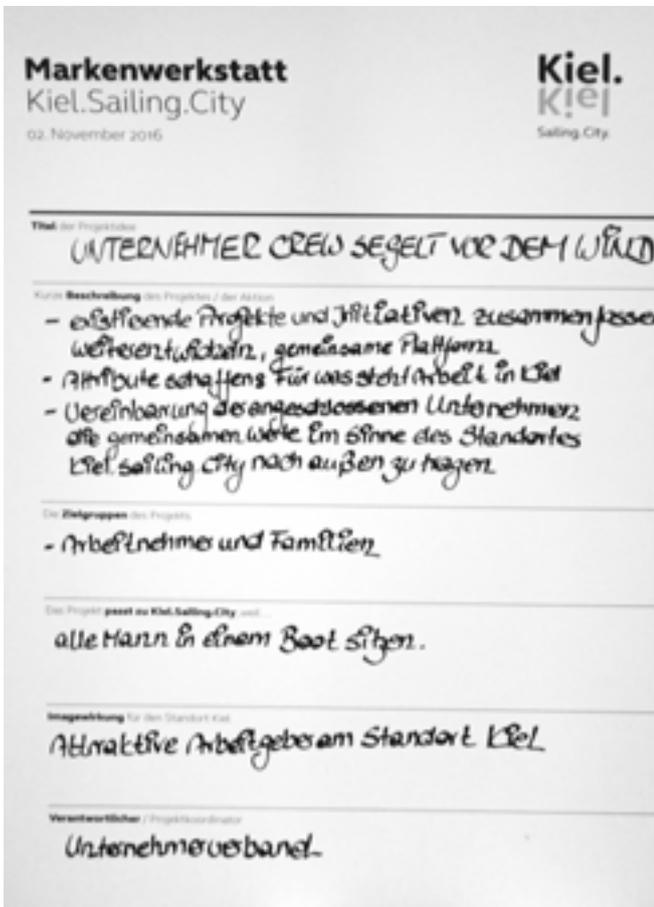
### Kiel - Die digitale Stadt

Kiel schafft die Grundvoraussetzung für zukunftsfähige Arbeitsplätze, ein interdisziplinäres Netzwerk sorgt dafür, dass Kiel als Innovationsmotor des Nordens immer die Nase vorn hat.

### Budgetverteilung



zusammen bewertet mit Kiel - Kompetenzzentrum für Digitale Arbeit



### Unternehmercrew segelt vor dem Wind

Unternehmen und Initiativen definieren „Arbeiten in Kiel“ und kommunizieren Werte und Attribute auf einer gemeinsamen Plattform.

### Budgetverteilung





### Balance your Life

Eine App greift den Markenkern „Balance und Dynamik am Meer“ auf, indem sie zu allen Orten führt, die in Kiel zu einer guten Work-Life-Balance beitragen können.

### Budgetverteilung



### Begleitende Lebens-/Berufsplanung

Mentoren aus dem Kreis der Wirtschaft, der Wirtschaftsförderung und der Hochschulen entwickeln ein Beratungsprogramm, das Arbeitnehmer beim lebenslangen Lernen begleitet.

### Budgetverteilung



## Weitere Ideen aus dem Brainstorming

- Vernetzung mit der Wissenschaft
- Aus-, Fort- und Weiterbildung
- Familienfreundlich (Betreuung, Wohnraum etc.)
- Wohnraum (Lebenshaltung, Immobilienpreise etc.)
- Preis- Leistungs-Verhältnis
- Kitas und Schulen
- Image der Stadt
- Perspektive
- Gesundheit und Sicherheit
- Leistungsfähigkeit
- Innovation
- Tradition

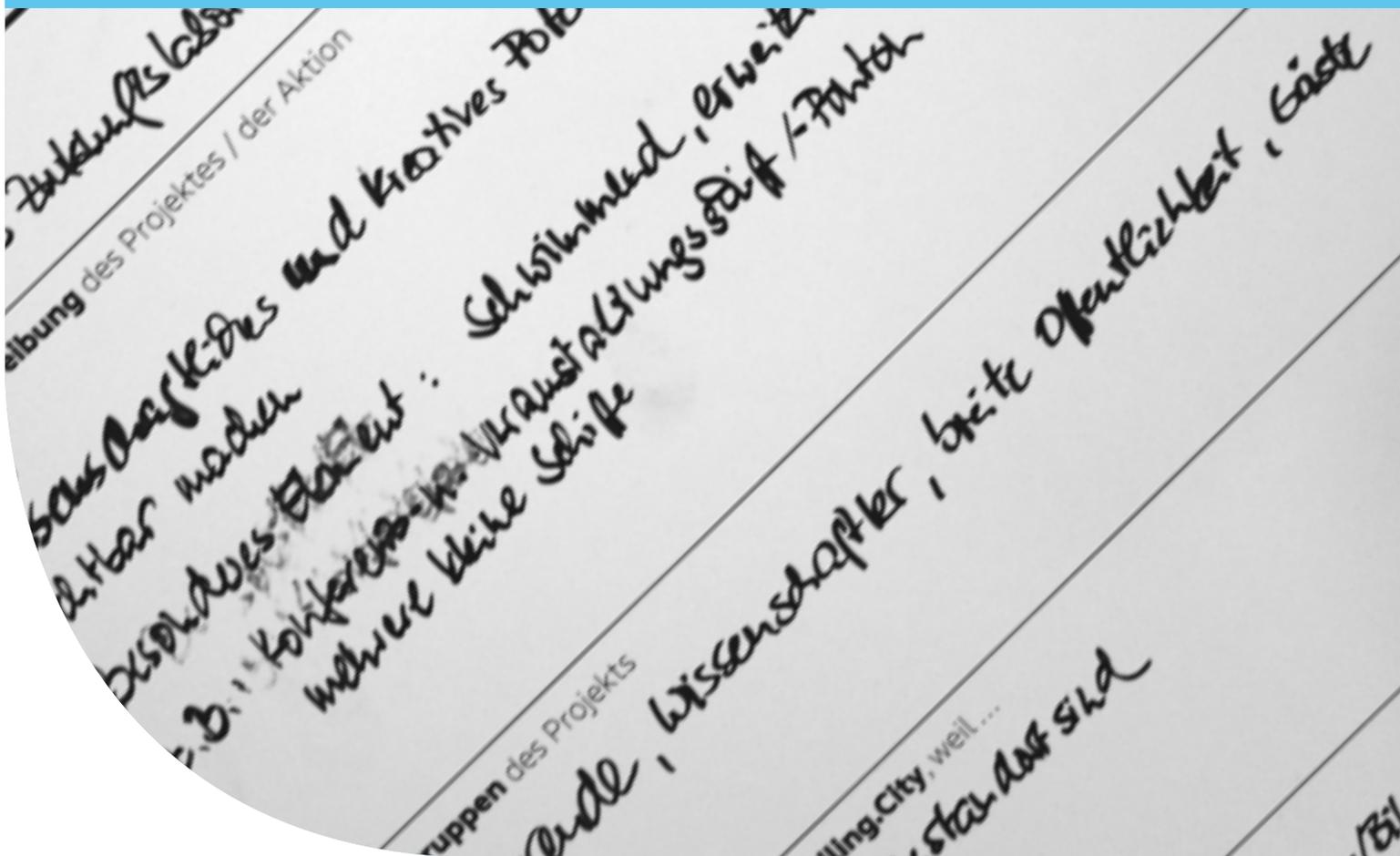
- Flexibilität
- kurze Wege zu Entscheidungsträgern
- mehr Freizeit
- Internet-Vernetzung (Zusammenarbeit)
- Infrastruktur und Erreichbarkeit
- Work-Life-Balance
- Segelkurs für neue Kieler Arbeitgeber
- Sport-, Freizeit- und Kulturprogramm

- Einkaufsmöglichkeiten
- Kommission für Berufsbildung
- Digitalisierung
- Breitband
- Junge Stadt
- Kommune- Stadt als Treiber des Themas
- Neue Arbeitsformen
- Quartierentwicklung
- Bürgerbeteiligung
- offene Prozesse

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 02

## Wissenschaft und Bildung

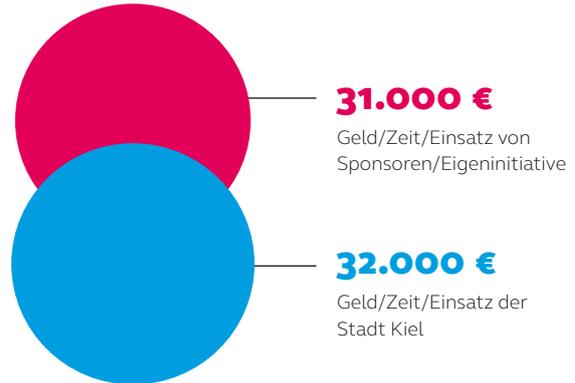




## Maritimes Zukunftslabor

Wissenschaft und Forschung sind immer in Bewegung und auch in die Zukunft gerichtet. Ein Schiff wird zum Hotspot für interdisziplinäre Zusammenarbeit mit verschiedensten Playern Kiels.

## Budgetverteilung



zusammen bewertet mit Denk-Schiff



## Wissenschaftsfestival

Ein monothematisches Festival spricht eine breite Öffentlichkeit an und wird zum festen Termin im Veranstaltungskalender Kiels.

## Budgetverteilung



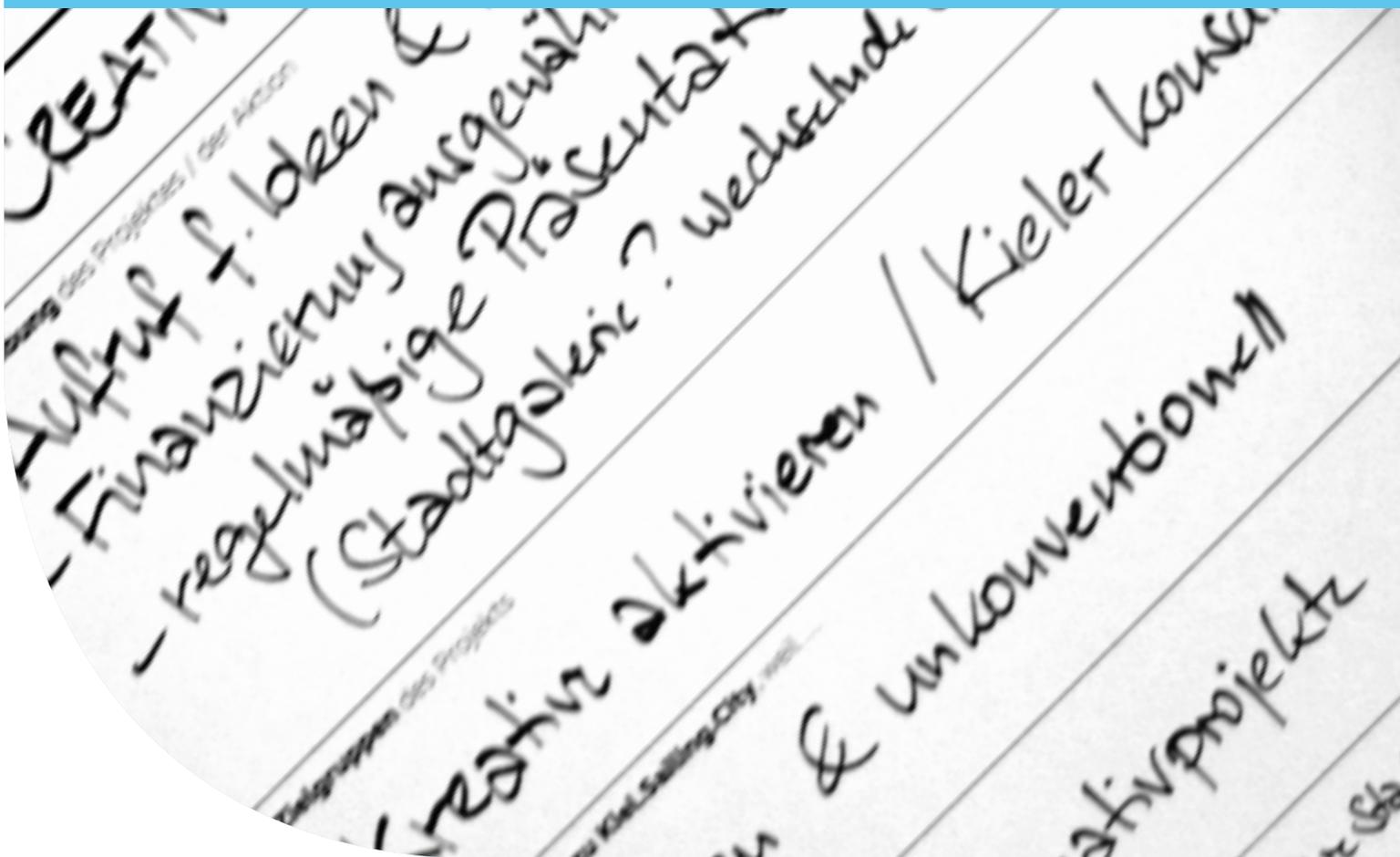
## Weitere Ideen aus dem Brainstorming

- Unterwasser Sightseeing
- Wohnen auf dem Wasser
- Pendelboote
- autonome Fahrten
- Treffpunkt, Konferenzort, Co-Working, Gläserne Labore
- intern. Schule
- Offenes Cafe Nobelpreisträger
- Konferenzschiff
- Kiel= Campus für Innovation: Wissenschaft und Wirtschaft
- Musikfestivals
  
- Kiel= Treffpunkt/Zielhafen/  
Heimathafen
- weltoffener nordischer Campus
- Tagung aller HS
- Beteiligung der HS an relevanten öffentlichen Themen
- Science Dialog Kiel
- Einbindung der Jugendlichen ins Netzwerk
- Messen- Master, Bachelor, Fachkräfte
- Wissenschaftregeln (gemischte Teams; Teambildung)
  
- Nobelpreisträger in Residenz
- Stadtschild Wissenschaftsstadt
- Fest am Meer mit Preisverleihung
- bekannte Künstler bauen Schwimmbauten
- Öffnung gegenüber Aufgabenstellungen aus dem Mittelstand

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 03

## Kultur und Kreativwirtschaft





### Creative Sailing

Ein offener Wettbewerb für Kiels Künstler und Kreative, Kiel.Sailing.City zu inszenieren. Die Stadt unterstützt die Umsetzung prämierter Konzepte.

### Budgetverteilung



### Kommunikationsplattform Kultur - und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ebenso vielfältig wie aktiv. Ein Onlineportal sorgt künftig für Transparenz, Bündelung und Öffentlichkeitswirksamkeit aller Projekte, Veranstaltungen und Kreativ-Orte.

### Budgetverteilung



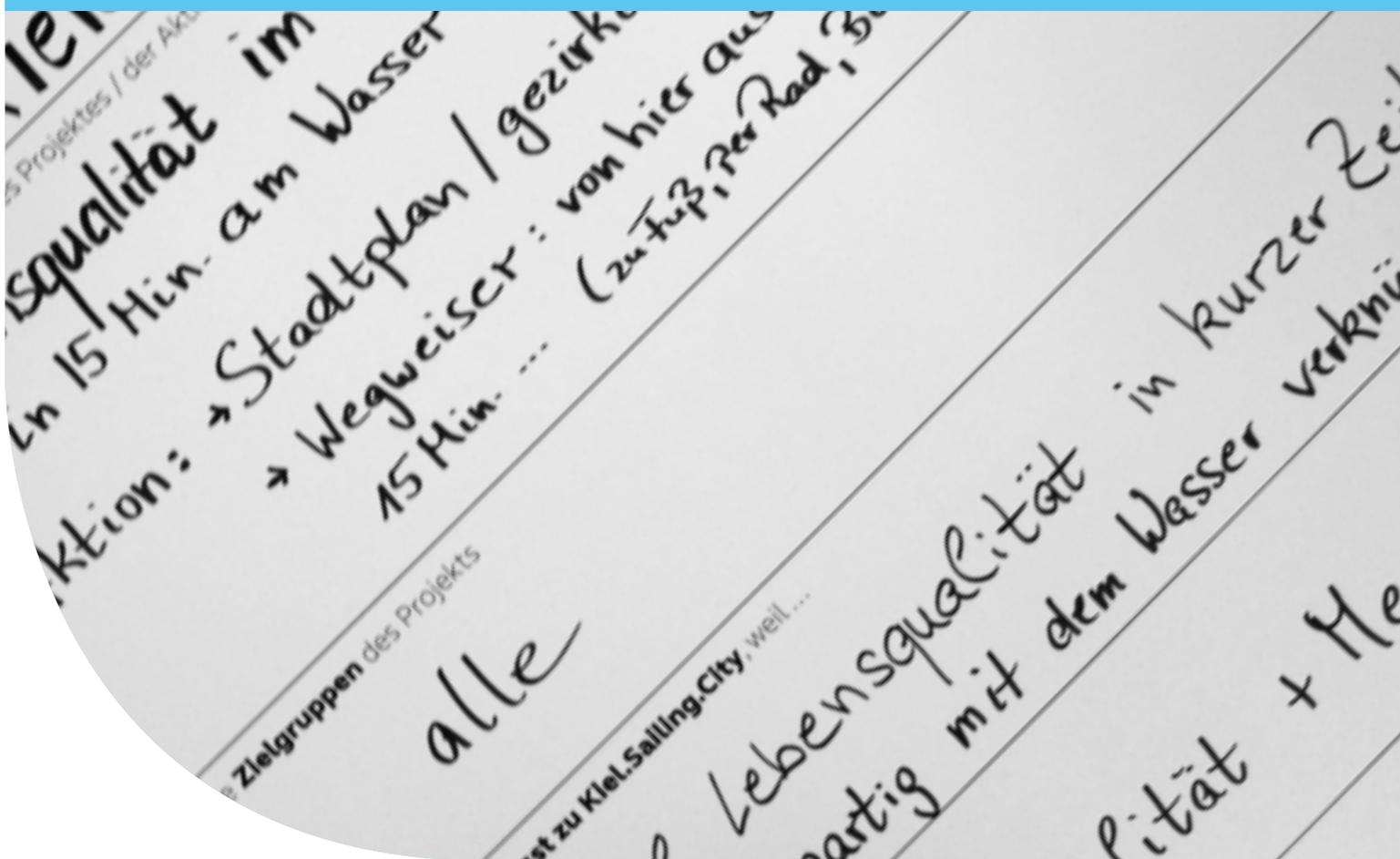
## Weitere Ideen aus dem Brainstorming

- Sailing.City. Brotbox
- Sailing.City. Bike- Fahrradstationen
- Marke in die Flächen (was brauchen alle)
- lecker Kieler Sailing City Gericht...kann man essen
- Theaterstück Kiel.Sailing.City
- Begrüßungspaket Neukieler
- touristische Pakete schicken
- grenzübergreifende Aktionen
  
- Craftbierday-Skandinavien
- Kreative Auseinandersetzung mit Sailing.City
- das reichhaltige Kulturangebot besser kommunizieren
- Kommunikation: Deutlichere Sicherheit über das, was läuft
- ungewöhnliche Aktionen von prominenten Köpfen
- Alte MU-Schule neu entwickeln (Zukunft)
  
- Arbeit der MKH sichtbar machen
- Co-Working Spaces fördern
- Matrosenaufstand- Das historische Datum
- Neue Arbeit und Konferenz
- Kiel 2020 Ostseestadt der Kultur
- Innovationswoche
- Tag der offenen Startups
- Göteborg-Kiel

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 04

## Lebensqualität im Norden

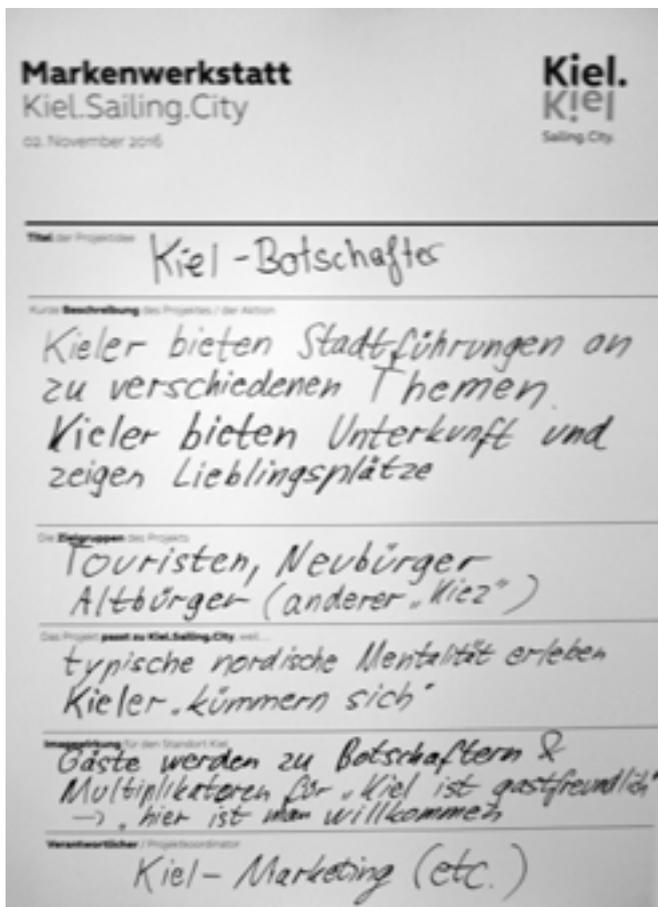




## Kieler Viertel

Ein Stadtplan mit Viertelstundenmaß: In Kiel sind viele attraktive Orte/ Aktivitäten gerade mal eine viertel Stunde voneinander entfernt, z.B. kann man vor der Arbeit mal eben schwimmen gehen und vieles mehr.

## Budgetverteilung



## Kiel-Botschafter

Kieler zeigen Touristen und Neubürgern ihre Lieblings-ecken, -kneipen, und -plätze und werden so zu Botschaftern der Stadt.

## Budgetverteilung



**Markenwerkstatt**  
Kiel.Sailing.City  
02. November 2016

**Kiel.**  
Kiel  
Sailing City

---

**Titel** der Projektides **IDEEN LOTSE**

---

**Kurz Beschreibung** des Projektes / der Aktion  
Idee / Innovation  
↓  
Stemium f. schnelle Bewertung-Entscheid.  
Koordination

---

**Die Zielgruppen** des Projekts  
Wirtschaft / Veranstalter / Bürger

---

Das Projekt **passt zu Kiel.Sailing.City** weil  
innovativ, offen, fördert Kreativität  
+ Lebensqualität

---

**Image Wirkung** für den Standort Kiel  
Offen für Neues

---

**Verantwortlicher** / Projektkoordinator  
LH-Kiel

## Ideen-Lotse

Viele Menschen haben gute, innovative Ideen für Kiel. Der Ideen-Lotse bündelt diese und lotst Ideengeber auf dem Weg durch Verwaltung und Institutionen.

## Budgetverteilung



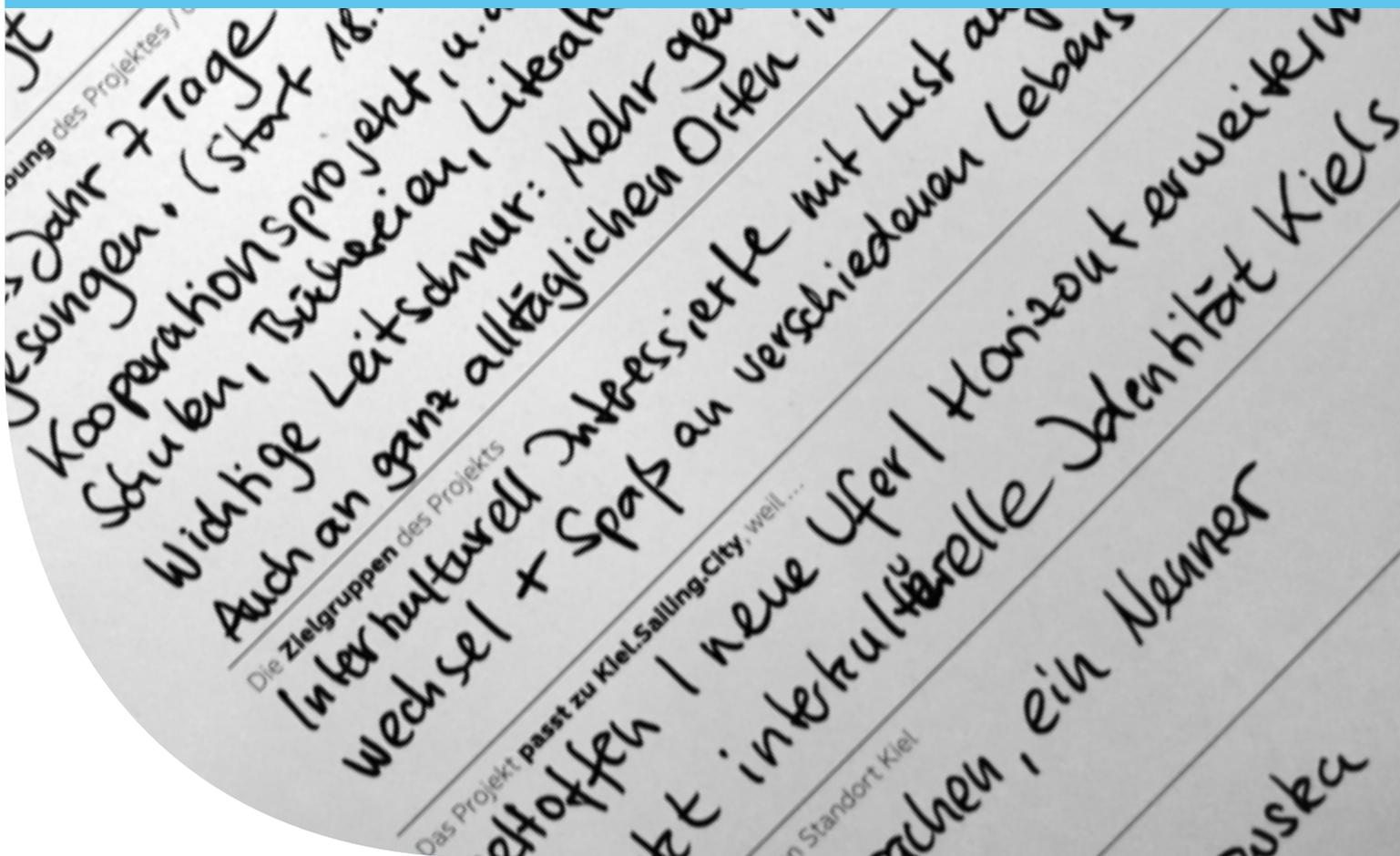
## Weitere Ideen aus dem Brainstorming

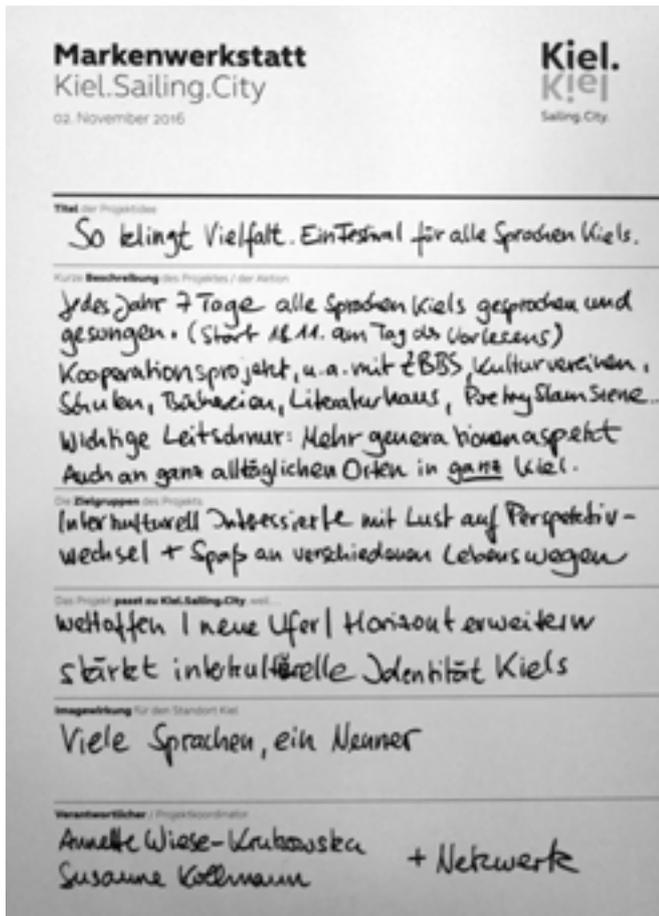
- Meer
  - 24std Stand-Up Paddeling
  - ganze Stadt geht anbaden
  - Fußball auf dem Wasser
  - verrückte Sportevents
  - Segeln
  - Neubürgermappe (Gutschein fürs Segeln)
  - Walk and Explore Trip
  - saubere Luft
  - via Airbnb wohnen bei Kielern
- 
- ein Stadtteil lädt die ganze Stadt ein
  - Tauziehen über der Förde
  - Nachmittage für Kinder (z.B. Geomar)
  - Wassertaxi
  - Wasserlage stärker nutzen
  - kein Stau
  - kurze Wege
  - Radfahren
  - Laufen
- 
- Kiel ist sportlich
- „typisch Kiel“
  - lässig und fair
  - Stadtstrand
  - Erlebniswelt/Aufenthaltsqualität
  - Brainpool
  - Kiel Botschafter, die Kieler Gastgeber

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 05

## Vielfalt und Integration





## So klingt Vielfalt. Ein Festival für alle Sprachen Kiels.

Kiel ist reich an Sprachen. Auf dem Vorlese- und Literaturfestival für alle Generationen sind sie jedes Jahr eine Woche lang zu erleben.

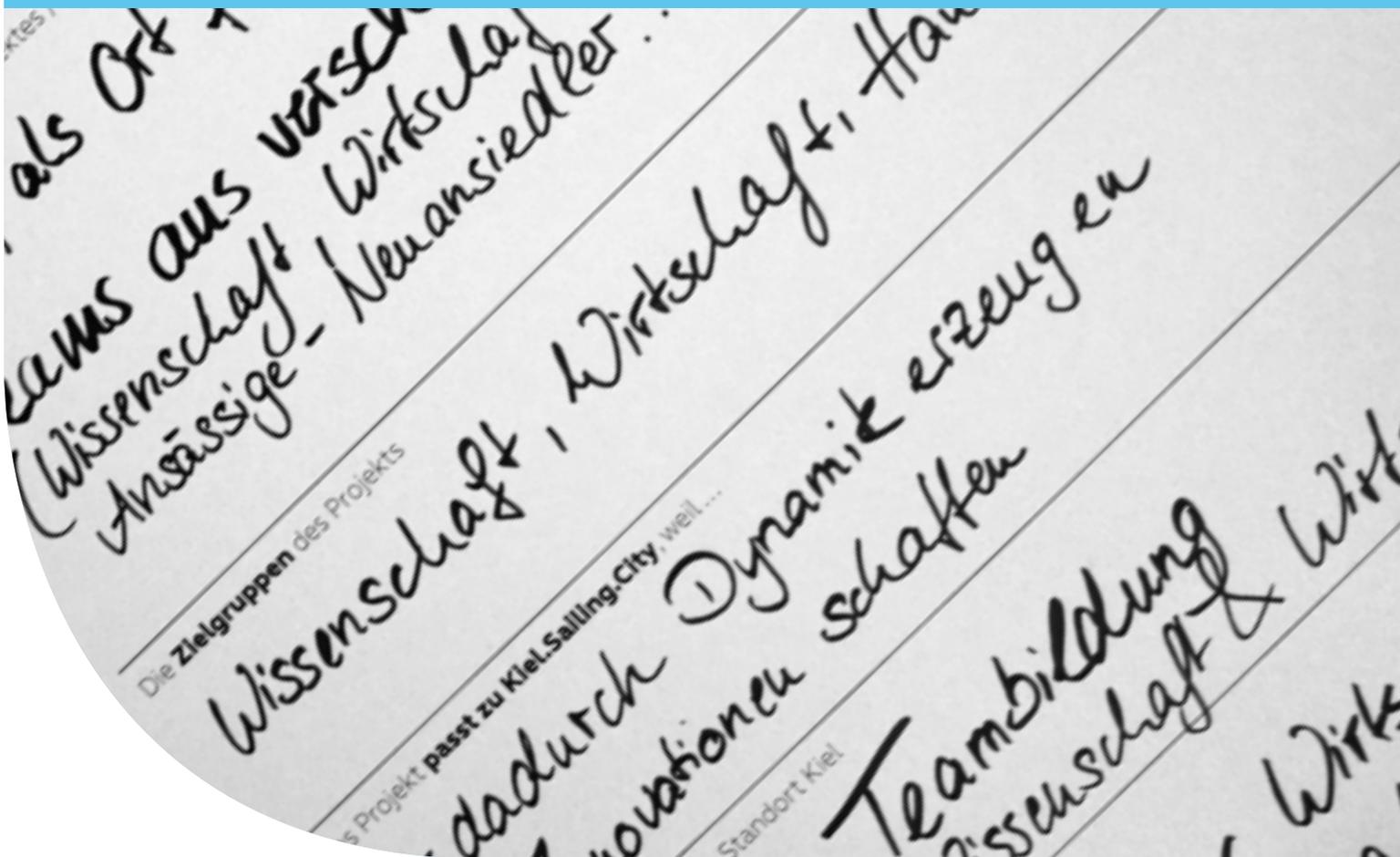
## Budgetverteilung



DIE ERGEBNISSE

# Workshop 06

## Wirtschaftsstandort

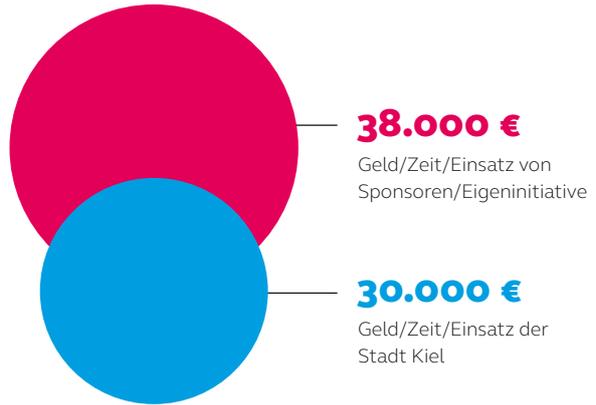




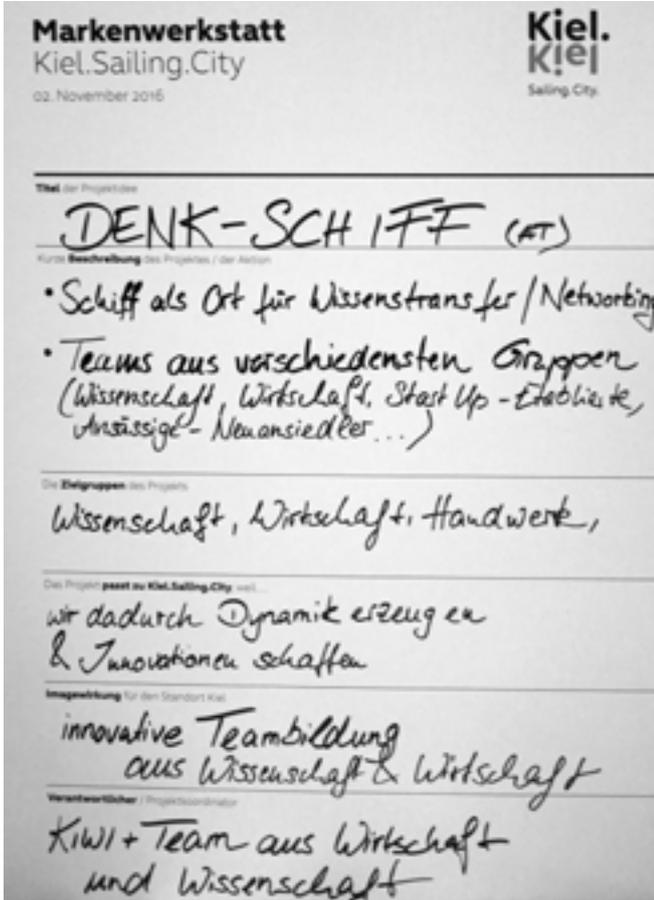
### Kiel - Kompetenzzentrum für Digitale Arbeit

Kiel schafft die Grundvoraussetzung für zukunftsfähige Arbeitsplätze, ein interdisziplinäres Netzwerk sorgt dafür, dass Kiel als Innovationsmotor des Nordens immer die Nase vorn hat.

#### Budgetverteilung



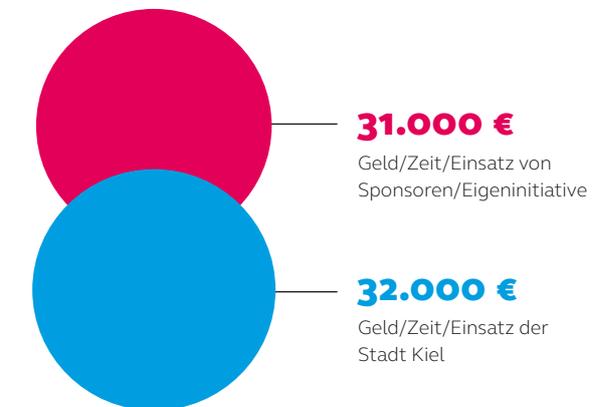
zusammen bewertet mit Kiel - Digitale Stadt



### Denk-Schiff

Wissenschaft und Forschung sind immer in Bewegung und auch in die Zukunft gerichtet. Ein Schiff wird zum Hotspot für interdisziplinäre Zusammenarbeit mit verschiedensten Playern Kiels.

#### Budgetverteilung



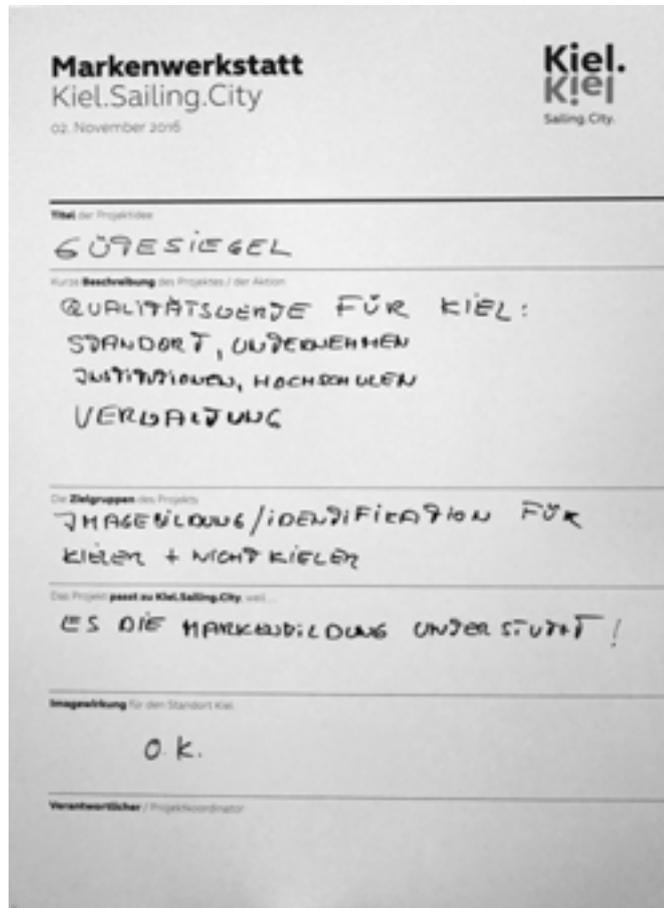
zusammen bewertet mit Maritimes Zukunftslabor



## Internationaler Business Cup

Das neue Format knüpft an die branchen- und institutionenübergreifende Energie der Olympiabewerbung an: Wirtschaft und Wissenschaft ziehen auch zukünftig an einem Strang.

### Budgetverteilung



## Gütesiegel

Das Siegel zeichnet Orte, Unternehmen und Institutionen aus, die die Werte des Wirtschaftsstandorts Kiel.Sailing.City repräsentieren.

### Budgetverteilung



DIE ERGEBNISSE

# Workshop 07

## Tourismus und Kulinarik

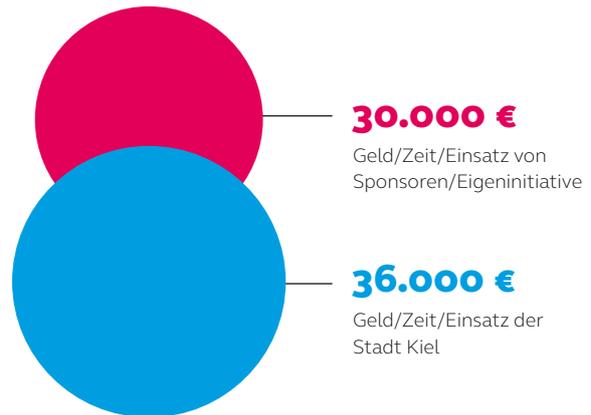




## Augmented Kiel

Eine völlig neue Wahrnehmung von Kieler Orten, Plätzen und Geschichte(n) auf einer virtuellen Stadtführung nicht nur für Touristen.

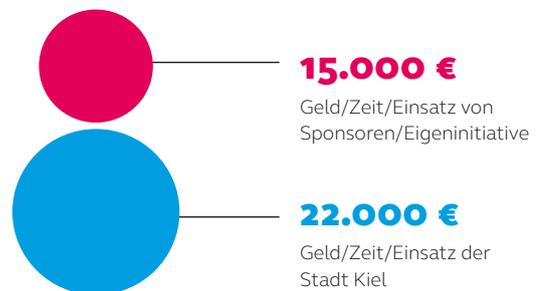
## Budgetverteilung

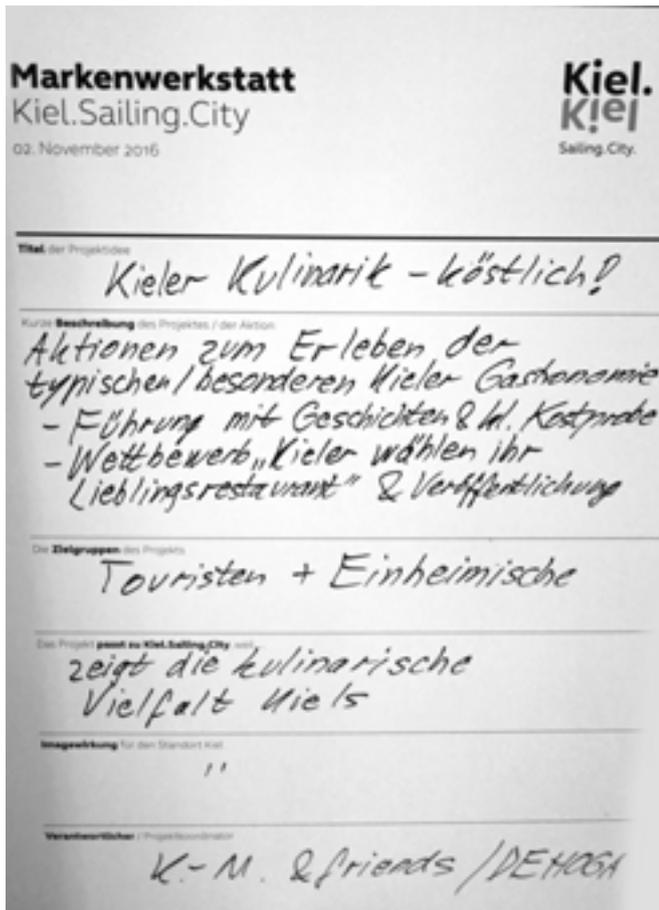


## Maritimes Erlebnis - und Konferenzzentrum

Mit einem neuen, multifunktionellen Zentrum in Förde-lage wird Kiel zum Tagungsstandort ausgebaut.

## Budgetverteilung





## Kieler Kulinarik - Köstlich!

Geschichte, Macher, Rezepte und mehr: Touren hinter die Kulissen und an die Herde der Kieler Gastronomie-Szene.

## Budgetverteilung



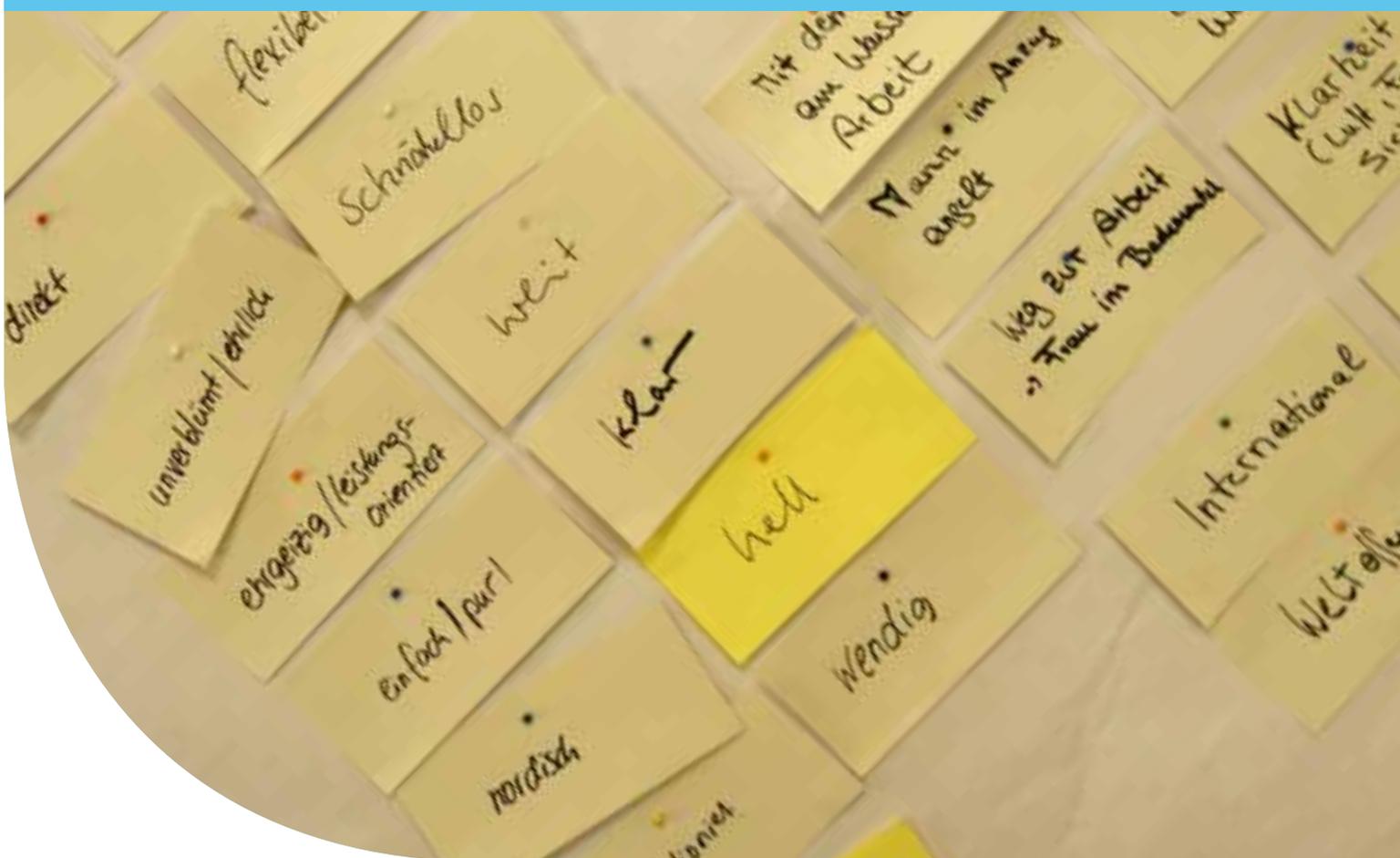
## Weitere Ideen aus dem Brainstorming

- Konferenzzentrum und Infrastruktur auf der Förde
- Blaue Linie ausbauen
- App mit augmented reality
- Kulinarische Geschichten
- Internetpräsenz bei Suchmaschinen optimieren
- Tote Innenstadt
  
- Kreuzfahrttouristen (Angebote für Kiel entwickeln)
- Musik- Festival
- Hostel
- Wellness Hostel
- Fischrestaurant
- lokale Speisen („typisch Kiel“ entwickeln)
- Sailing.City Teller und Becher
- Nachhaltigkeit
- Café-Führer
- Kiellinie gastronomisch nutzen
- Kiel-Tourismus-Stammtisch, Netzwerken, Ideenaustausch

DIE ERGEBNISSE

# Workshop 08

## Sprache und Sprachbilder



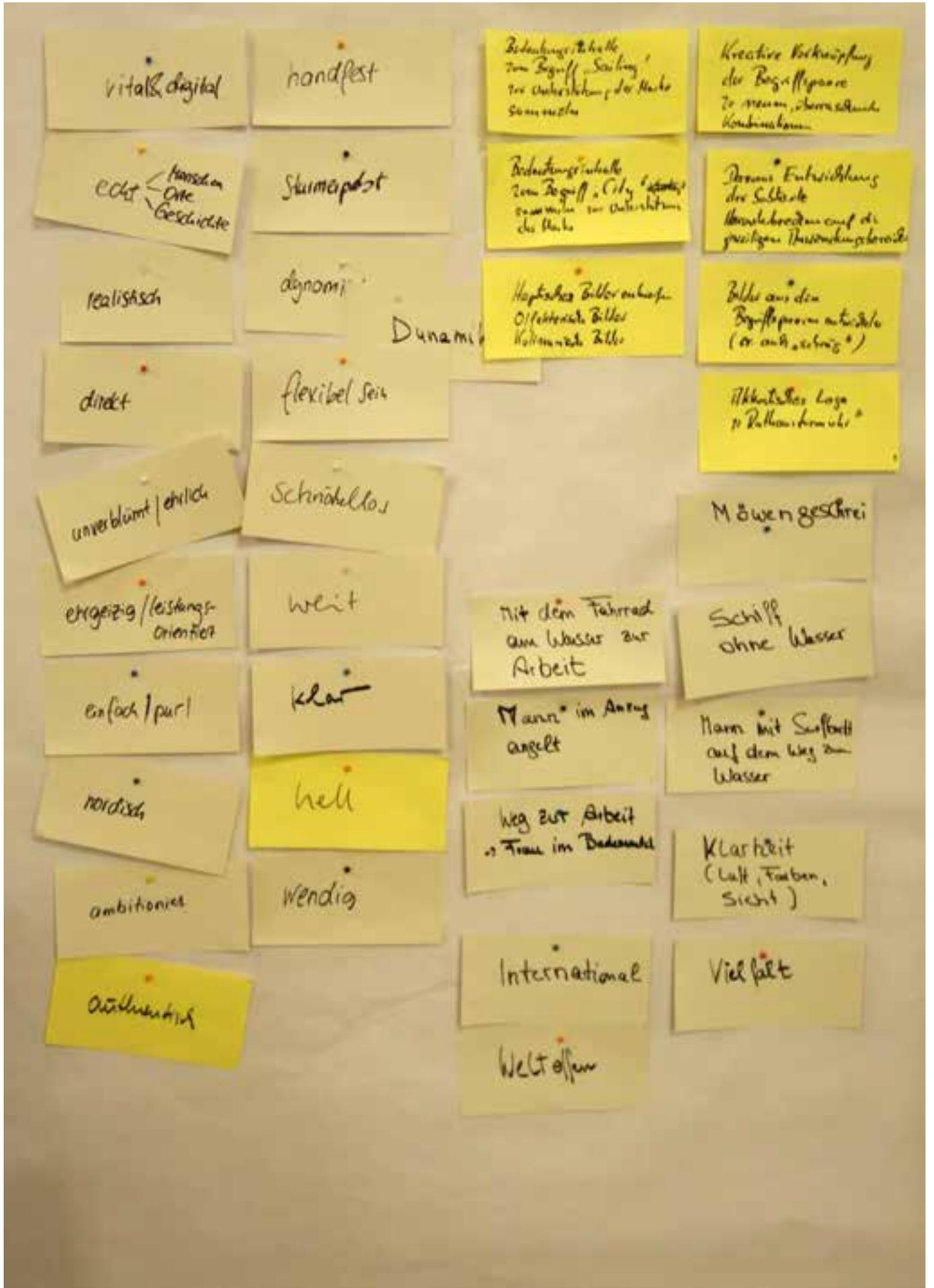


## Sprache und Sprachbilder

Dieser Workshop unterschied sich im Ansatz von den anderen: Hier ging es darum, die Tonalität der Marke zu untersuchen und weiterzuentwickeln sowie (Sprach-) Bilder zu entwickeln, mit denen Kiel.Sailing.City inhaltlich aufgeladen werden kann. Die Gruppe war sich einig, dass der Workshop nur ein erster Schritt für diese Aufgabe war. Sie sammelte darum zusätzliche Felder, auf denen weitere Ansätze fortgeführt werden sollen. Hier könnten sich gute Synergien mit dem Projekt CREATIVE SAILING ergeben. (s. Kultur- und Kreativwirtschaft)

## Budgetverteilung





vital & digital

handfest

Bedeutungsinhalte zum Begriff „Seehing“ zur Unterstützung der Marke Sommerloch

Kreative Verknüpfung der Begriffspaare zu neuen, überraschenden Kombinationen

edelt   
 ↳ handgemacht  
↳ alte  
↳ Geschichte

Sturmgeist

Bedeutungsinhalte zum Begriff „City“ ↳ „stark“ zusammen mit zur Unterstützung der Marke

Daraus Entwicklung der Subtexte   
 ↳ Anknüpfung auf die jeweiligen Themenkomplexe

realistisch

dynamisch

Dynamik

Hauptliches Bilderschema   
 ↳ Offensives Bildes   
 ↳ Kontrast Zelle

Bilder aus dem Begriffspaare entwickeln   
 (z.B. auch „schwarz“)

direkt

flexibel sein

Abstraktes Logo   
 ↳ „Pollen, Korn, etc.“

unverblümt / ehrlich

Schnitzello

Möwengeschrei

ehrgeizig / leistungsorientiert

weit

Mit dem Fahrrad am Wasser zur Arbeit

Schiff ohne Wasser

einfach / pur!

klar

Mann im Anzug angeht

Mann mit Surfbrett auf dem Weg zum Wasser

nordisch

hell

Weg zur Arbeit   
 ↳ Frau im Badeanzug

Klarheit   
 (Luft, Farben, Sicht)

ambitioniert

wendig

International

Vielfalt

Authentisch

Welt offen

## Der Ausblick

Die Wertung der Teilnehmenden geben nicht nur Aufschluss darüber, welche Projekte sie bevorzugen. Sie zeigt auch, wie hoch die Bereitschaft für Eigeninitiative bzw. wie hoch die Erwartung an die Landeshauptstadt Kiel ist, diese Projekte auch umzusetzen.

Als nächstes geht es also darum, die Ergebnisse der Markenwerkstatt genauer zu prüfen, zu gewichten und zu priorisieren. Was lässt sich noch inhaltlich zusammenfassen? Was lässt sich kurzfristig umsetzen, was braucht eine längere Vorbereitung? Welche Kooperationspartner sind für welches Projekt anzusprechen? Bei welchen Projekten ist das Maß an Eigenleistung besonders hoch? Bei welchen sieht sich die Stadt hauptverantwortlich? Unter diesen Aspekten werden die nächsten Schritte vorbereitet.

Was bereits feststeht: Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer wird das Projekt „Digitale Stadt“ mit hoher Priorität verfolgen. Das Projekt „Kommunikationsplattform Kultur- und Kreativwirtschaft“ wird bereits von Seiten der Stadt bearbeitet und jetzt auf Basis der Markenwerkstatt verstärkt vorangebracht.

Die Markenwerkstatt war der Auftakt zu einer übergreifenden Zusammenarbeit für die Stärkung und Profilierung des Standorts Kiel in allen Facetten. Die gute und konstruktive Stimmung und natürlich die Ergebnisse sind ein Beweis dafür, dass die Teilnehmenden den „Karren der Arbeit an und mit der Dachmarke“ selbst in die Hand nehmen. Die Stadt führt diesen Prozess weiter.

Kiel, im November 2016