

1.2 Öffentlichkeitsarbeit

Strategische Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit

Allgemeine Ziele

In der Konzeptphase von 2006 bis 2008 war es eine zentrale Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit, den Bürgern die Vielzahl an Planungen, Planungsebenen und Projekten im Hamburger Osten unter der verbindenden Dachmarke „Schau nach Osten“ zu vermitteln. Durch die kontinuierliche Kommunikation unter der klar profilierten Marke wuchs im Verlauf des Planungsprozesses die Identifikation der Beteiligten mit dem Entwicklungsraum. Der Begriff „Schau nach Osten“ wird mittlerweile von vielen Beteiligten als Projekttitle aktiv verwendet.

Eine zweite Aufgabe war es, für den Kreis der besonders interessierten und engagierten Bürger größtmögliche Transparenz hinsichtlich des Verfahrens, der Beteiligungsmöglichkeiten sowie der Planungen herzustellen. Mit der wachsenden Zahl an Arbeitsgruppen, Projekten und Teilgebieten wurde zum einen die Komplexität der Planungsaktivitäten immer wieder neu erläutert oder sinnvoll reduziert. Zum anderen wurden je nach Aufgabe räumlich und thematisch begrenzte Zielgruppen angesprochen.

Pressearbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit konzentrierte sich auf die Information der lokalen Presse in Billstedt-Horn, da während der Ausarbeitung des Entwicklungskonzeptes keine Projekte mit überregionalem Nachrichtenwert planerisch ausgearbeitet wurden. Im Bearbeitungszeitraum wurden zwölf Pressemitteilungen an die Presse versendet. Inhaltlich standen der Verfügungsfonds, kleinere Projekte sowie Terminankündigungen im Mittelpunkt. Die Resonanz war mit insgesamt 23 fast ausschließlich positiven Beiträgen zu den Aktivitäten unter dem Dach „Schau nach Osten“ äußerst erfreulich.

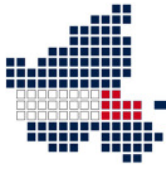
Aktionszelt mit Mitmach-Aktion

BilleVue 2007

In einem großen Aktionszelt präsentierte sich „Schau nach Osten“ auf der BilleVue 2007. Das im Zelt eingerichtete Café fungierte als Anlauf- und Treffpunkt. Die Arbeitsergebnisse waren mit einer Ausstellung visuell aufbereitet, zentrale Projekte wurden in einem Luftbild des Hamburger Ostens dargestellt und erläutert. Während der zwei Aktionstage besuchten mehrere hundert Bürger das Info-Café. Als Publikums-Magnet erwies sich die Mitmach-Aktion „Ein Herz für Billstedt-Horn“, bei der 250 Lebkuchen-Hezen an Bürger verteilt wurden, die im Gegenzug 250 Ideen für den Hamburger Osten zu Papier brachten.

Stadtteilstadt Horn 2008

Hier gab es ein Infozelt, in dem die Arbeitsergebnisse im Entwicklungsraum anschaulich präsentiert waren. Integriert waren das Entwicklungsquartier Horner Geest mit der Darstellung seines Entwicklungskonzeptes und das derzeit prominenteste Projekt in Horn, das „Stadtteilhaus Horn“, welches mit einer sehr anschaulichen Perspektivzeichnung auf einem großen Plakat dargestellt war.



Darüber hinaus waren die Besucher unter dem Motto „Die Hot Spots im Hamburger Osten“ am Stand eingeladen, ihre Geheimtipps im Hamburger Osten zu benennen. Ein Illustrator setzte die Ortsbeschreibungen sofort in kleine Zeichnungen um. Im Laufe des Tages kamen rund 150 Vorschläge zusammen, von denen während des Festes bereits 35 Geheimtipps in eine „Schatzkarte“ umgesetzt wurden.

Internetauftritt

Der zur Zukunftskonferenz geschaffene Internetauftritt wurde kontinuierlich weiter ausgebaut und hat sich zum zentralen Informationsmedium für den Planungsprozess entwickelt. Termine werden laufend aktualisiert, und alle zwei bis drei Wochen werden kurze Berichte und Bilder zu aktuellen Themen oder Projekten veröffentlicht. Bildergalerien der wichtigsten Veranstaltungen sowie das wachsende Archiv aller Pressemeldungen und Presseberichte runden das Angebot ab.

Stadtteil-Zeitung

Zur flächendeckenden Information der Bürger erschienen im Sommer 2007 und Frühjahr 2008 zwei weitere Ausgaben der zur Zukunftskonferenz entwickelten Stadtteil-Zeitung mit 45.000 Exemplaren Auflage, die an alle Haushalte und Läden im Entwicklungsraum verteilt werden. Die Zeitung wird insbesondere von den engagierten Bürgern sehr geschätzt.

Weitere Aktivitäten

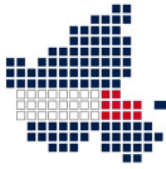
Eine Ausstellungstafel mit dem Luftbild des Hamburger Ostens und aktuelle Informationsmaterialien wurden im Oktober 2007 anlässlich von Eltern-Informationsgesprächen eine Woche lang dem Kurt-Körper-Gymnasium zur Verfügung gestellt. Von Dezember 2007 bis Januar 2008 wurde für eine Dauer von acht Wochen die Ausstellung „Schau nach Osten“ in der Bücherhalle Billstedt präsentiert. Für ca. 20 Veranstaltungen, von Quartiersbeiräten über Arbeitsgruppensitzungen bis zu Workshops und Foren, wurden individuelle Plakate erstellt und verbreitet.

Handlungsempfehlungen und Schlüsselprojekte

Übergeordnete Ziele

Die während der Konzeptphase begonnene Öffentlichkeitsarbeit wird auch in der Umsetzungsphase kontinuierlich fortgesetzt werden, um die positive Wirkung der eingeführten Marke „Schau nach Osten“ weiter auszuschöpfen. Auch für die planungsbegleitende Kommunikation gilt, dass der Erfolg der Arbeit erst nach einem Zeitraum von fünf bis zehn Jahren deutlich spürbar werden wird. Die umfassende Kommunikation in den vergangenen eineinhalb Jahren hat maßgeblich dazu beigetragen, in den Quartieren das nötige Vertrauen in den Prozess aufzubauen und Orientierung zu schaffen.

Die Öffentlichkeitsarbeit für den Entwicklungsprozess knüpft inhaltlich und im Erscheinungsbild an die bisherigen PR-Maßnahmen unter dem Slogan „Schau nach Osten“ an. Die bisherige planungsbegleitende PR unter der Marke „Schau nach Osten“ soll dabei mit den geplanten Image-Aktivitäten für den Hamburger Osten eng verzahnt werden. Im Zuge der Konzeptentwicklung für die Imagekampagne wird geprüft, wie sich die etablierte Marke „Schau nach Osten“



und die bislang eingesetzten Medien (Zeitung, Internetauftritt etc.) in eine Imagekampagne integrieren oder entsprechend weiterentwickelt lassen.

Die zentralen Botschaften der künftigen Kommunikation lauten: Mit der Arbeit auf der Basis des Entwicklungskonzeptes wird der Hamburger Osten bis 2020 als Wohnstandort insbesondere für Familien mit Kindern an Attraktivität gewinnen. An den Planungen werden die lokalen Institutionen und Bewohner so umfassend wie möglich beteiligt. Eine Vielzahl an Einzelprojekten verbessert in der Summe spürbar die Lebensqualität im Hamburger Osten.

Pressearbeit

In der Umsetzungsphase wird die Konkretisierung von Projektideen den Nachrichtenwert der Pressearbeit erhöhen. Die Umsetzung größerer Projekte wird voraussichtlich auch zu einer stärkeren Wahrnehmung des Prozesses unter der Dachmarke „Schau nach Osten“ in der Hamburger Presse führen. Die geplanten attraktiven Einzelprojekte, wie z. B. das Stadtteilhaus Horn, sollen dabei gezielt für die Pressearbeit eingesetzt werden.

Aktionszelt mit Mitmach-Aktion

Anknüpfend an den großen Erfolg des Aktionszertes „Schau nach Osten“ auf der letzten BilleVue sowie des Infozertes auf dem Stadtteilstfest in Horn wird angestrebt, auch 2009 ein vergleichbares Angebot auf einem zentralen Event des Hamburger Ostens zu machen. Die genaue inhaltliche Ausgestaltung hängt vom Stand des Entwicklungsprozesses im Sommer 2009 und dem konkreten Event ab.

Internet

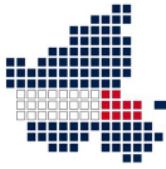
Der Internetauftritt birgt das Potenzial, sich vom rein planungsbegleitenden Medium zum umfassenderen Info-Medium für die Bewohner der Stadtteile zu entwickeln. In den Internetauftritt könnten sukzessive weitere Servicefunktionen für die Stadtteile integriert werden, wie z. B. Veranstaltungs- und Kulturkalender, Adressen und Ansprechpartner von Einrichtungen. Engagierte Bürger könnten die Seiten über ein Redaktionssystem eigenständig pflegen. Das Fachamt wird entsprechende Voraussetzungen im Rahmen der Vorgaben des Bezirksamtes prüfen.

Stadtteil-Zeitung

Insgesamt wird das Ziel verfolgt, das Engagement der an der Entwicklung Billstedt-Horns besonders interessierten Bürger noch stärker in die professionellen PR-Aktivitäten einzubinden. Beispielhaft steht dafür das Projekt „Stadtteil-Redaktion“, in dem die Zusammenarbeit mit den Bürgern erprobt werden wird. Eine eigenständige Redaktionsgruppe erstellt - mit professioneller Unterstützung - künftig eine 4 – 8 Seiten starke Beilage für die Zeitung. Darin wird der Prozess der Stadtteilentwicklung aus Sicht der engagierten Bewohner dargestellt.

Weitere Aktivitäten

Die Ergebnisse des Entwicklungskonzeptes werden in Form eines Posters von einem professionellen Zeichner in populärer Weise dargestellt und für jeden verständlich aufbereitet. Das Informationsposter wird das **Entwicklungskonzept als anschauliche Vision** zeigen und die zentralen Inhalte des Entwicklungskonzeptes kurz zusammenfassen.



Eine **Dauer-Präsentation** „**Schau nach Osten**“ im Billstedt-Center in Kooperation mit dem Center-Management soll die breite Bevölkerung über das Projekt informieren. Über einen Zeitraum von mehreren Jahren werden in einem Modell des Hamburger Ostens die geplanten und verwirklichten Projekte dargestellt – und damit die Vielzahl und Breite der Aktivitäten sichtbar gemacht. Das Center-Management ist bereit, für das Modell und begleitende aktuelle Ausstellungen oder Veranstaltungen eine größere Event-Fläche im Billstedt-Center zur Verfügung zu stellen. Die in Kooperation mit dem ECE-Center-Management konzipierte Ausstellung soll ab dem Jahr 2009 umgesetzt werden.

Schlüsselprojekte

Zum Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit im Entwicklungsraum wird künftig monatlich ein **E-Mail-Newsletter** (Projekt Nr. 1.2.02) erscheinen, der an den Kreis der bisher rund 500 interessierten Bürger und Institutionen versendet wird. Der Newsletter berichtet in Kurzmeldungen über die aktuellen Aktivitäten und Termine im Entwicklungsraum und soll den Informationsfluss für die Interessierten – zwischen den Ausgaben der Zeitung – spürbar erhöhen. Dadurch wird der Entwicklungsprozess zukünftig kontinuierlich im Bewusstsein der Empfänger verankert. Es werden zeitnah immer wieder Anknüpfungspunkte und Beteiligungsmöglichkeiten am gesamten Prozess, an einzelnen Aktionen und an Projekten angeboten. Mit diesen Informationen wird den Aktivisten eine konkrete Möglichkeit geboten, durch die Kommunikation der vielen Ideen und Projekte in ihre jeweilige Nachbarschaft den gesamten Prozess bekannter zu machen und letztlich auch die Entwicklung im Stadtteil werbewirksam nach Außen zu vertreten.