

# Konzept Öffentlichkeitsarbeit

## Instrumente und Medien

Zielgruppe / Medium	Inhalt	Bemerkungen
<b>regelmäßig</b>		
Themen-Broschüre	- Mehrseitiges Druckerzeugnis zur umfassenden und informativen Darstellung bestimmter Themen oder zur aktuellen Information über den Planungsstand zu einem Thema, z.B. "Busbahnhof", "Bahnhofsplatz", "Verkehr", "Einzelhandel" usw.	ca. 4-6-p.a., Auflage > 1.000 Stck.
"Zeitung" (Baustellenzeitung)	- Vier- bis max. achtseitiges Informationsheft im "Boulevardzeitungsstil", sehr plakativ bis provokativ und bebildert, mit Interviews, Kommentaren, Umfragen, Leserbriefen usw., auch bauinformationen, Umleitungen usw., Alternativ: → <i>Info-Broschüre</i>	ca. 3-4 x p.a., Auflage 3.000 - 5.000 Stck., Verteilung ist zu klären
Info-Broschüre	- Mehrseitiges Druckerzeugnis zur umfassenden und sachlich-informativen Darstellung des aktuellen Gesamtplanungsstandes, Alternativ:→ <i>Zeitung</i>	ca. 4-6 x p.a., Auflage 3.000 - 5.000 Stck., Verteilung ist zu klären
Flyer	- handliches Faltblatt (A 4) zur Darstellung eines bestimmten Themas, besonders geeignet zur Einladung oder als Auslage bei Veranstaltungen	ca. 4 x p.a., veranstaltungsbezogen, ca. 300 - 500 Stck.
<b>begleitend</b>		
Ausstellung	- Großformatige Ausstellungstafeln auf einem möglichst mobilen Trägersystem  - Aufbau veranstaltungsbezogen, ansonsten ständig im → <i>Infopavillon</i> verfügbar, konzipiert als ständig erweiterbares und aktualisierbares System durch Anfügen aktueller oder veranstaltungsbezogener Tafeln	Beginn mit mind. 8-10 Tafeln, laufende Erweiterung

Zielgruppe / Medium	Inhalt	Bemerkungen
Info-Pavillon	- Wiedereröffnung des Infopavillons am Busbahnhof, verbunden mit Stadtinformation und WSW-Info	laufend mit bestimmten Öffnungszeiten mit Personal (WSW)
DöppersbergForum	- Einrichtung eines regelmäßigen Informationsabends mit Podium unter einem "Namen" ("DöppersbergForum", "Döppersberg aktuell", "Impulse", ...) - Die Foren sollten unter ein Schwerpunktthema gestellt werden (z.B. März: "Der neue Busbahnhof", Juni: "Die Ergebnisse des Wettbewerbs" usw.), dem anschließend eine offene Diskussionsrunde folgen kann.	regelmäßig, ca. 2 -4 x p.a.(auch abhängig vom Baufortschritt)
Vortrag	- Vorstellung des Planungsstandes bei Verbänden oder Interessengruppen (auf Einladung bzw. auf Nachfrage), Diskussionsangebot	nach Bedarf
Fotodokumentation	- Beauftragung einer professionellen Fotodokumentation der Veränderungen am Döppersberg (flexible, regelmäßige Dokumentation und Panoramafotos jeweils vom gleichen Standort, gfs. auch Befliegung)	regelmäßig, nach Baubeginn ca. 3-4 x p.a. (abhängig vom Baufortschritt), gfs. auch durch Medienzentrum Stadt
Internet	- Ausbau und Aktualisierung der vorhandenen Internetpräsenz <a href="http://www.doeppersberg.de">www.doeppersberg.de</a> , Integration eines Chatrooms	regelmäßige Pflege notwendig! (Projektteam)
Presseinfo	- Regelmäßige Information an ausgesuchte Pressevertreter, abgestimmt auf das übrige Layout!	regelmäßig monatlich
Baustellenführungen	- Führungen zu bestimmten, wiederkehrenden Zeitpunkten nach Beginn der Bauarbeiten	regelmäßig, z.B. jeden 1. Samstag im Monat ab 12 Uhr

Zielgruppe / Medium	Inhalt	Bemerkungen
<b>einmalig</b>		
Info-Stele (Regionale-Stele)	- Produktion eines auffälligen Markierungssignets, das an mehreren Stellen im Stadtgebiet eingesetzt werden kann; gfs. Kooperation nach Vorgaben der Regionale mit besonderen Aspekten des Projekts Döppersberg möglich	mindestens 10 -12 Stelen, laufende Ausstellung für 2-3 Monate
Modell	- Verwendung, gfs. Ausbau des Wettbewerbsmodells (Preisträger)	einmalig, Einsatz bedarfsweise
3-D-Visualisierung	- Produktion einer 3-D-Animation des Wettbewerbsergebnisses (Preisträger)	einmalig, Einsatz bedarfsweise, Realisierung durch R 101.2
Buch	- Professionelles, gebundenes und hochwertiges Druckerzeugnis zur Dokumentation des Planungs- und Umsetzungsprozesses unter Beteiligung verschiedener Autoren (Politik, Ingenieure, ...)	einmalig zu Beginn der Realisierung, Neuauflage einmalig nach Abschluss der Realisierung
InfoPoint (Bahnhof)	- Zusätzlicher Informationsstand im Bahnhof, bestückt mit Plakaten, gfs. Auslagen (→ <i>Broschüre</i> , → <i>Flyer</i> ), zu bestimmten Anlässen personell besetzt	laufend (i.d.R. ohne Personal), in Abstimmung mit DB Station & Service AG
Banner	- Großformatiges Werbeplakat, z.B. mit Reproduktion von geplanten Vorhaben im Maßstab 1:1 als Fassadenvorhang, auch kombiniert mit Baustelleneinrichtung (Einrüstung) möglich	einmalig zu besonderem Anlass
Medienwand / Medienwürfel	- Projektionsanlage an prominenter Stelle mit Videos/Bildern und dynamischer Anzeige (z.B. Veranstaltungshinweise etc.), auch kombinierbar mit Sponsoring und integriertem InfoPoint	einmalig, langfristiger Standplatz
Baustellenfest	- Festveranstaltung mit vielfältigem Rahmenprogramm auf der eingerichteten Baustelle zu einem bestimmten Anlass oder Zeitpunkt (z.B. Grundsteinlegung), mit familienfreundlichem Programm	einmalig nach Beginn der Bauarbeiten am Busbahnhof

Zielgruppe / Medium	Inhalt	Bemerkungen
Videos	- Erstellung eines professionellen Werbefilms im Video/DVD-Standard; sinnvoll einmalig nach Fertigstellung der Planung u.a. zur Vermarktung (ggf. als PPP)	Kosten-Nutzen-Verhältnis beachten
Spots	- Werbespot in TV oder Radio, sinnvoll gfs. als Veranstaltungshinweis (z.B. auf Einweihungsfest)	Kosten-Nutzen-Verhältnis beachten
Messepräsenz	- Präsentation auf Fachmessen (z.B. ExpoReal); sinnvoll nur, wenn mittelfristig keine Investoren gewonnen werden können	Kosten-Nutzen-Verhältnis beachten
<b>zusätzlich</b> (Investoren, Multiplikatoren)		
Vermarktungsbroschüre oder Exposé	- Produktion eines hochwertigen Druckerzeugnisses mit Schwerpunkt zu "Investitionsrahmenbedingungen" (Eigentumsverhältnisse, Erschließung, Baugrenzen, Baurecht, Grundstückspreise, Geschossflächen, Termine) zur Akquisition von Investoren	einmalig
Investorenauswahlverfahren	- Internetgestütztes Auswahlverfahren, Aufforderung zur Bewerbung von Investoren unter Einreichung von Nutzungskonzepten, kombiniert mit → <i>Vermarktungsbroschüre</i>	einmalig, Dauer ca. 2-3 Monate