

Tipps für die Kommunikation

Um das Interesse möglichst vieler Menschen an Ihrer Veranstaltung zum Tag der Städtebauförderung zu wecken, ist eine frühzeitige und begleitende Kommunikation wichtig. Neben einem gelungenen Format bedarf es einer vorausschauenden Kommunikationsplanung mit ansprechend gestalteten Informationsmaterialien und gut vernetzten Partnerinnen und Partnern.

Informieren Sie rechtzeitig und über verschiedene Kanäle über Ihre Veranstaltung und das Projekt, das Sie präsentieren möchten. Nutzen Sie Ihre eigene Website und die sozialen Medien, informieren Sie die Presse und erstellen Sie Informationsmaterialien zum Aktionstag in Ihrer Stadt oder Gemeinde.

Die bundesweite Kommunikation zum Tag der Städtebauförderung wird über die Pressestelle des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) und die Begleitagentur abgedeckt. Zentrale Kommunikationsplattform ist hier vor allem die Website zum Tag der Städtebauförderung. Deshalb ist es für Ihr Projekt vor allem sinnvoll, lokale und regionale Medien sowie Multiplikatoren anzusprechen und in Ihre Kommunikationsarbeit einzubeziehen.

Nachfolgend finden Sie Tipps und Vorschläge für die begleitende Öffentlichkeitsarbeit zum Tag der Städtebauförderung. Praktische Downloads und weitere Materialien sind außerdem hier verfügbar:

www.tag-der-staedtebaufoerderung.de/service/downloads

Bei Fragen rund um die Kommunikation zum Aktionstag steht Ihnen die Begleitagentur gerne zur Verfügung.

Agentur für den Tag der Städtebauförderung 2022

sbca

Prinzenstraße 84.2, 10969 Berlin

Telefon: +49 30 / 69 53 70 8-14

kontakt@tag-der-staedtebaufoerderung.de

Ansprechpartnerin: Sarah Reiche

Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit

Informationsmaterialien

Machen Sie durch ein ansprechend gestaltetes Plakat und/oder einen Veranstaltungs-Flyer auf Ihren Tag der Städtebauförderung aufmerksam. Formatvorlagen und Gestaltungsbeispiele finden Sie im Download-Bereich auf www.tag-der-staedtebaufoerderung.de. Selbstverständlich können Sie auch eigene Vorlagen nutzen und mit dem zur Verfügung gestellten Logo und Slogan (Claim) versehen. Idealerweise orientieren Sie sich bei der Gestaltung Ihrer eigenen Informationsmaterialien am Corporate Design des Aktionstages, dies ist jedoch nicht verpflichtend.

Webseite

Informieren Sie auf Ihrer kommunalen Webseite über Termin, Ort und Veranstaltungsthema zum Tag der Städtebauförderung. Platzieren Sie die Veranstaltungsinformation ggf. auch an unterschiedlichen Stellen, z. B. auf der Startseite, auf der Seite des Stadtplanungsamtes oder auf der Seite des jeweiligen Stadtteils. Verweisen Sie dabei auf www.tag-der-staedtebaufoerderung.de, um Ihre Aktivitäten in den Kontext des bundesweiten Aktionstages einzuordnen.

Veranstaltungskalender

Kündigen Sie Ihre Veranstaltung zum Tag der Städtebauförderung in Online-Terminkalendern, städtischen oder Stadtteil-Kalendern oder regionalen bzw. lokalen Monatsmagazinen an.

Persönliche Einladungen

Laden Sie relevante Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Verwaltung und Stadtgesellschaft direkt zu Ihrer Veranstaltung ein. Aber auch all die Projektbeteiligten, ehrenamtlich Tätigen sowie Anwohnerinnen und Anwohner erreichen Sie über eine persönliche Ansprache. Ein gutes Instrument mit großer Breitenwirkung ist ein Brief der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters oder anderer namhafter Akteurinnen und Akteure.

Beziehen Sie lokale oder regionale Akteurinnen und Akteure ein, die einen Bezug zur Städtebauförderung und zu Stadtentwicklungsthemen haben - beispielsweise Einzelhandel, Handwerk, Wohnungsunternehmen oder Nachbarschaftsvereine. Loten Sie aus, wie sich diese am Aktionstag beteiligen und/oder als Multiplikatoren Informationen zum Tag der Städtebauförderung weitertragen können.

Medienpartnerschaften

Lokale und regionale Medien – ob Radio, Fernsehen, Zeitungen, Blogs oder Online-Magazine – können Partner Ihrer Veranstaltung werden, wenn der Inhalt für sie relevant ist. Als Gegenleistung können Sie unter anderem eine Logo-Präsenz auf Ihren Publikationen zum Tag der Städtebauförderung vorschlagen.

Pressemitteilungen

Eine erste Pressemitteilung nach erfolgter Anmeldung zum Tag der Städtebauförderung sollte Ihre Teilnahme am bundesweiten Aktionstag ankündigen und einen Überblick über Ihr Vorhaben geben. Im Idealfall kann diese Erstinformation bereits das Interesse einer Redaktion wecken, sich ausführlicher über die Projekte der Städtebauförderung Ihrer Kommune zu informieren.

Eine zweite Pressemitteilung rund vier Wochen vor dem Aktionstag sollte alle Details zu Ihren geplanten Aktivitäten enthalten. So können sich die Redaktionen im Vorfeld ein Bild machen und Ihre Veranstaltung in ihre Planung aufnehmen.

Für monatlich erscheinende Medien sollte eine Pressemitteilung im Februar/März versandt werden, damit Ankündigungen im April/Mai erscheinen. Tagesaktuelle Medien sollten am besten 14 Tage vor dem Ereignis über die Veranstaltung informiert werden. Ein Nachhaken per Telefon oder eine Erinnerungsmail zwei Tage vorher sind durchaus legitim und erhöhen die Chancen einer Presseberichterstattung.

Vorlagen für Ihre Pressemitteilungen zum Tag der Städtebauförderung finden Sie in unserem „Kommunikationspaket“ im Download-Bereich auf www.tag-der-staedtebaufoerderung.de.

Umfang und Aufbau einer Pressemitteilung

Ihre Pressemitteilungen sollten in der Regel einen Umfang von einer DIN-A4-Seite haben. Länger als zwei Seiten sollte eine Mitteilung mit Hintergrundinformationen nicht ausfallen. Achten Sie darauf, die wichtigsten Informationen so kompakt wie möglich direkt am Anfang der Pressemitteilung zu platzieren, falls Ihr Text redaktionell gekürzt werden sollte. Ihre Pressemitteilung sollte die W-Fragen (Was? Wer? Wo? Wann? Wie? Warum?) beantworten und wie folgt aufgebaut sein:

- Überschrift
- Unterzeile (optional)
- Anreißer / Teaser
- Ort, Datum – Nachricht
- Fließtext / Hintergrundinformationen (optional)
- Pressekontakt
- Bild (gesondert, optional)

Presse- und Medienarbeit

Presseeinladung

Laden Sie Redakteurinnen und Redakteure oder auch freie Journalistinnen und Journalisten eine Woche vor der Veranstaltung direkt und möglichst namentlich ein. Eine Bitte um Zu- oder Absage ist legitim. Ein Anruf in der Redaktion ein bis zwei Tage vor der Veranstaltung ist durchaus sinnvoll, denn die Presse erhält täglich zahlreiche Einladungen und eine persönliche Erinnerung kann Ihre Veranstaltung nochmal ins Gedächtnis rufen.

Presseinformationen vor Ort

Stellen Sie am Tag der Städtebauförderung Presseinformationen zur Verfügung, etwa in Form einer Pressemappe. Folgende Informationen sollten bereitgehalten werden:

- Veranstaltungsablauf
- Informationen zu Beteiligten, Rednerinnen und Rednern bzw. Referierenden
- Hintergrundinformationen zum Tag der Städtebauförderung (z. B. Flyer)
- konkrete Fördermaßnahme in einem der Städtebauförderprogramme
- Kontaktdaten aller relevanten Ansprechpartnerinnen und -partner
- Downloadlink für Bildmaterial mit Nennung der Projekte und Fotografen

Information

Die Kommunikation in den sozialen Medien kann Ihnen dabei helfen, Ihre Veranstaltung bekannter zu machen, zusätzliche Zielgruppen anzusprechen und Bürgerinnen und Bürger zur Beteiligung zu motivieren. Nutzen Sie Ihre Social-Media-Profile, um im Vorfeld des Aktionstages auf Ihre Veranstaltung aufmerksam zu machen, über die Städtebauförderung in Ihrer Kommune zu informieren und den Aktionstag online zu dokumentieren. Markieren Sie Ihre Beiträge mit dem offiziellen Hashtag #Tds2022, um eine möglichst große Verbreitung und Präsenz zu erreichen. Teilen Sie auch Beiträge Dritter, etwa des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB), des Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), der kommunalen Spitzenverbände oder der Begleitagentur, um von der bundesweiten Öffentlichkeit des Aktionstages zu profitieren.

Netzwerkarbeit

Sollten Sie keine eigenen Social Media-Profile betreiben oder zusätzliche Reichweite erzielen wollen, bitten Sie Projektpartnerinnen und -partner um die Bekanntmachung Ihrer Veranstaltung über ihre Kanäle. Hierfür ist es sinnvoll, Textbausteine mit allen wichtigen Fakten und/oder Bildmaterial zur Verfügung zu stellen, um den Aufwand für die Partnerinnen und Partner möglichst gering zu halten.

Dialogplattform

Der Tag der Städtebauförderung ist ein Thema, das sich gut für Social Media eignet, denn die Projekte sprechen viele Menschen auf unterschiedlichen Ebenen an. Behalten Sie im Blick, was Bürgerinnen und Bürger in den sozialen Medien zur Städtebauförderung, zu den verwandten Themen oder konkret zum Tag der Städtebauförderung in ihrer Kommune posten. Nehmen Sie sich nach Möglichkeit Zeit, die Beiträge zu „ liken“, zu kommentieren oder teilen Sie diese sogar auf Ihren eigenen Profilen.

Der Tag der Städtebauförderung auf Instagram

Vernetzen Sie sich mit der Begleitagentur zum Tag der Städtebauförderung auf Instagram und nutzen Sie die Multiplikationseffekte der offiziellen Hashtags zum Aktionstag.

- Instagram: @staedtebaufoerderung
- Hashtags: #Tds2022, #WirImQuartier, #staedtebaufoerderung, #stadtentwicklung

Textlängen und Bildgrößen in den sozialen Medien

Instagram: max. 2.200 Zeichen – es ist jedoch darauf zu achten, dass im Benutzer-Feed nur die ersten drei Zeilen des Textes angezeigt werden / Fotos: 1.080 x 1.080 Pixel / Stories: 1.080 x 1.920 Pixel

Twitter: max. 280 Zeichen für einen Tweet / In-Stream-Foto: 1.024 x 512 Pixel / empfohlenes Seitenverhältnis: 16:9.

Facebook: max. 63.206 Zeichen – die optimale Textlänge für Posts beträgt durchschnittlich jedoch zwischen 40 und 120 Zeichen / Shared Image: 1.200 x 630 Pixel / Event Image: 1.920 x 1.080 Pixel