

Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes im Förderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ Baumschulenstraße-Köpenicker Landstraße (LZQ)

Auftragszeitraum 31.03.2023-30.11.2023

Die Erstellung des Kommunikationskonzept wurde mit Landes- und Bundesmitteln aus dem Städtebauförderprogramm Lebendige Zentren und Quartiere gefördert.



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen



**STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG**

von Bund, Ländern und
Gemeinden

Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung,
Bauen und Wohnen

Bezirksamt
Treptow-Köpenick

BERLIN



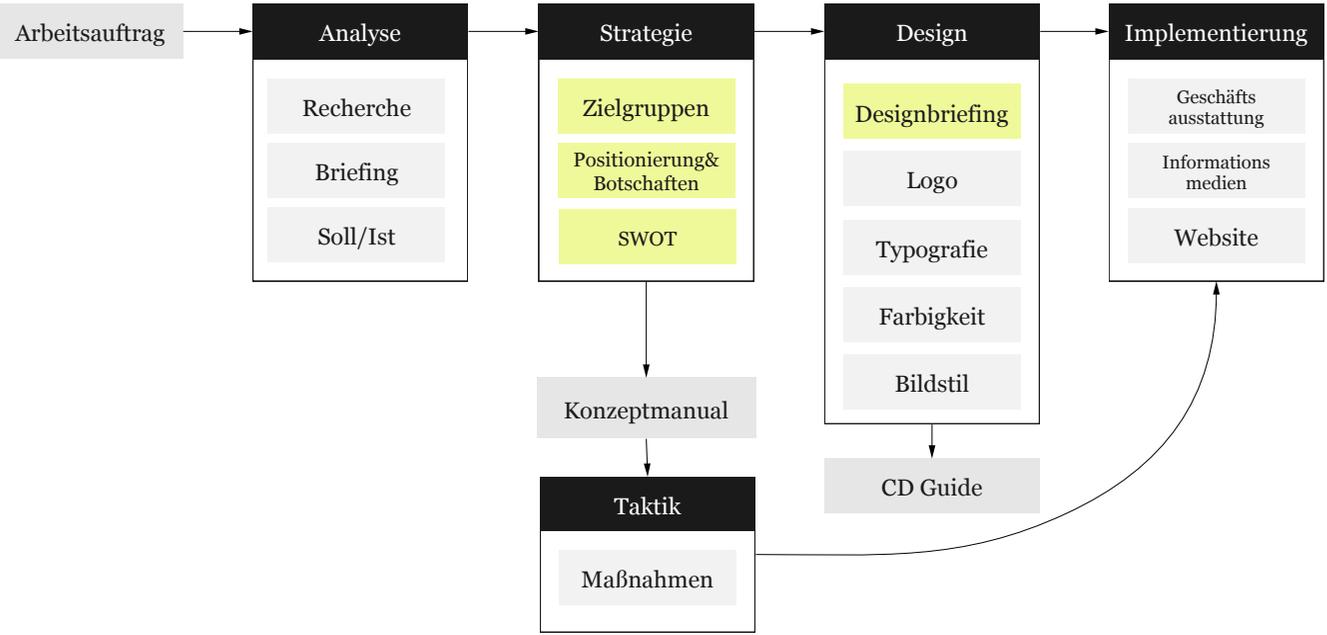
Inhaltsverzeichnis

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Überblick über den Prozess	2
Rebriefing	3
Status Quo	4
Auftragsklärung	5
Painpoints	6
Projektziele	7
Zielgruppen und Positionierungen	9-23
Übersicht	10
Zielgruppen	11-14
Positionierung	15-18
SWOT Analyse	19-32
Übersicht	20-22
Stärken	23
Schwächen	24
Chancen	25
Risiken	26
Staretische Ziele	27-28
Strategien & Maßnahmen	29-32
Maßnahmen	33-50
Übersicht	33
Maßnahmenkatalog	34-50
Zusammenfassung	34
Wirkungsebenen	35-36
Überblick kommunikative Maßnahmen	37
Empfehlungen	38-48
Kommunikativer Ablauf	49
Maßnahmenplanung	50
Erscheinungsbild	51-53
Designbriefing	52
Corporate Design	53
Website	54-64
Sitemap	55-56
Screendesign	57
Kernfunktionen-Detail	58-64
Impressum	65
Anhang	66
CD-Manual	
Handbuch Website	

Überblick über den Prozess

Detail



Rebriefing

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Wie ist die Situation im Moment?

Wir starten in das Projekt mit dem Status Quo: Wer agiert in welcher Rolle? Was sind die Rahmenbedingungen? Welche Gruppen sind beteiligt, sitzen aber nicht mit am Tisch? Welcher Erwartungshaltung seitens der Öffentlichkeit begegnen wir? Mit der Kenntnis über Auftrag, Auftraggeberin und Wirkungsbereich sind wir in der Lage nach vorn zu blicken. Let the fun begin.

Der Berliner Senat hat in Abstimmung mit dem Bezirksamt Treptow-Köpenick die Einrichtung des Fördergebietes im Städtebauförderprogramm "Lebendige Zentren und Quartiere" (LZQ) beschlossen, um eine zeitgemäße und funktionierende öffentliche Infrastruktur in den Ortsteilen Baumschulenweg und Plänterwald zu bewältigen. In einem integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) ist aufgeführt, wie in den nächsten zehn Jahren dieses Vorhaben bearbeitet wird. Die Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes ist dabei eine grundlegende Maßnahme.

Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes

Wo entsteht Frust?

Fehlen einer Strategie

Bisher fehlen strategische Überlegungen für eine zukünftige Imagebildung und Öffentlichkeitsarbeit.

Grundlegende Bausteine der Außenkommunikation, wie ein CD und eine Website, stehen aktuell noch aus.

Personalmangel

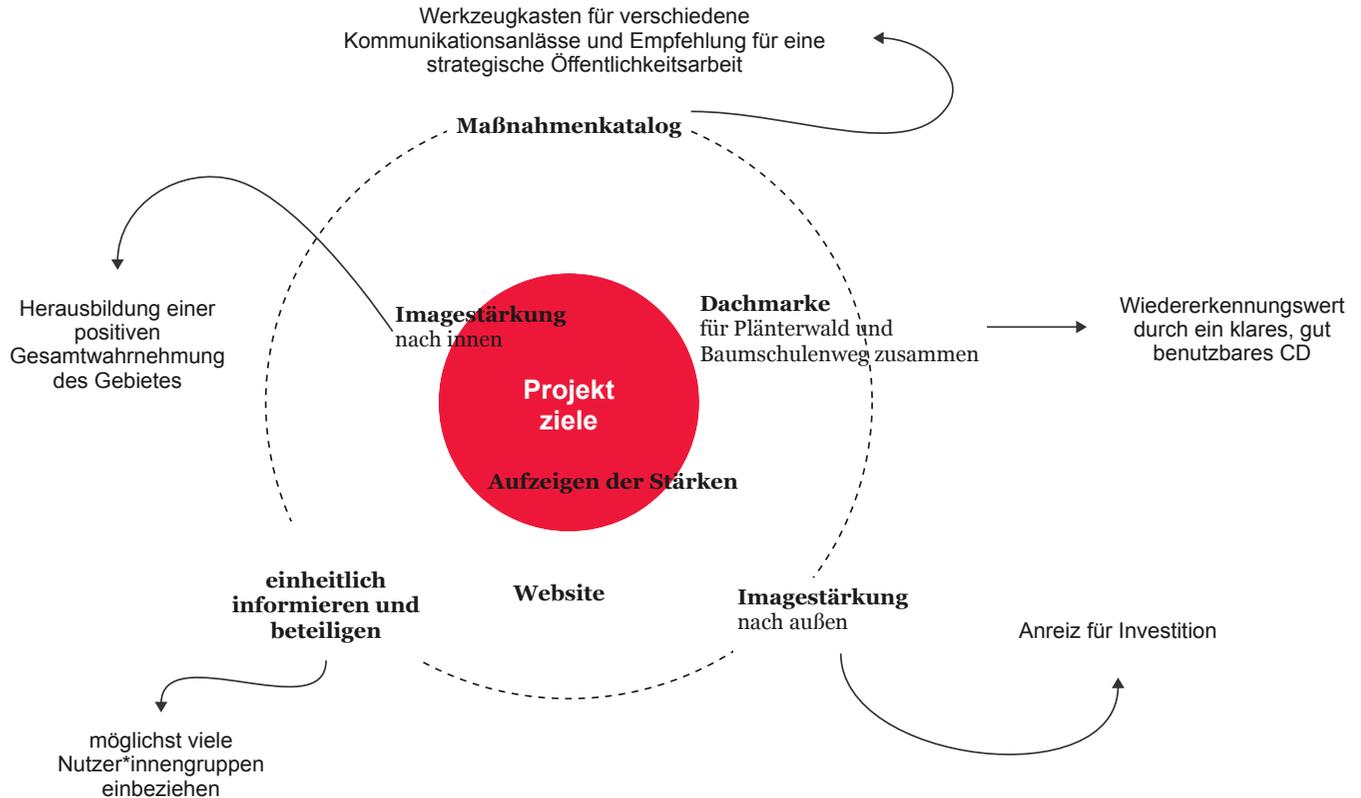
Das Fehlen eines Gebietsbeauftragten erschweren die praktische Arbeit vor Ort. Auch die Gründung eines Gebietsgremiums liegt noch in der Zukunft.

Verhältnis Stärken-Schwächen

Die lange Beschäftigung mit und die Arbeit im Gebiet verstellt oft den Blick für die Stärken.

Projektziele

Überblick



Zielscheibe

Im Zuge des Kick-Offs wurden die Projektziele priorisiert.

Wo soll es hingehen?

Imagestärkung

Das Image der Ortsteile Plänterwald und Baumschulenweg soll langfristig nach innen gestärkt werden. Anwohnende und Gewerbetreibende sollen ein positiveres Lebensgefühl in ihrem Kiez wahrnehmen. Die Stärken der Viertel sollen vermehrt aufgezeigt werden.

Die Stärkung des Images nach außen zur Schaffung von Investitionsanreizen hat nachgeordnete Priorität im Projekt.

Ein gut benutzbares CD

Eine Dachmarke, die die Ortsteile Plänterwald und Baumschulenweg zusammenfasst, soll die Voraussetzung für einen einheitlichen Öffentlichkeitsauftritt darstellen. Das Corporate Design soll klar und gut benutzbar sein und einen hohen Grad an Wiedererkennung schaffen. Die genauen Parameter dafür werden im Designbriefing festgelegt.

Eine funktionierende Website

Es soll eine Website erarbeitet werden, die als Grundkomponente der Öffentlichkeitsarbeit im Fördergebiet funktioniert. Das CMS soll für die Auftraggeberin und die zukünftigen Benutzer*innen einfach zu bedienen sein.

Maßnahmen

Es soll ein Katalog an Kommunikationsmaßnahmen erarbeitet werden, um die Vorhaben des ISEK in der Gebietsöffentlichkeit zu kommunizieren. Außerdem soll er als Werkzeugkasten für die strategische Öffentlichkeitsarbeit dienen und Instrumente für verschiedene Kommunikationsanlässe bereithalten.

Zielgruppen und Positionierung

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Zielgruppen und Positionierung

Was ist das zentrale Leitmotiv?

Was sind die Bedürfnisse der Zielgruppen? Welche Botschaften sollen vermittelt werden? Die Positionierung bündelt alle bisherigen Erkenntnisse und fasst sie zusammen. Dieses Fazit bildet den Kern der Strategie.

Zielgruppen

Priorisierung



Bei der Arbeit an den Fokusgruppen wurden vielschichte Milieus betrachtert, daraus kristallisieren sich jedoch zwei Hauptgruppen heraus als besonders relevant für die weitere Arbeit: Anwohnende und Gewerbetreibende.

Positionierung

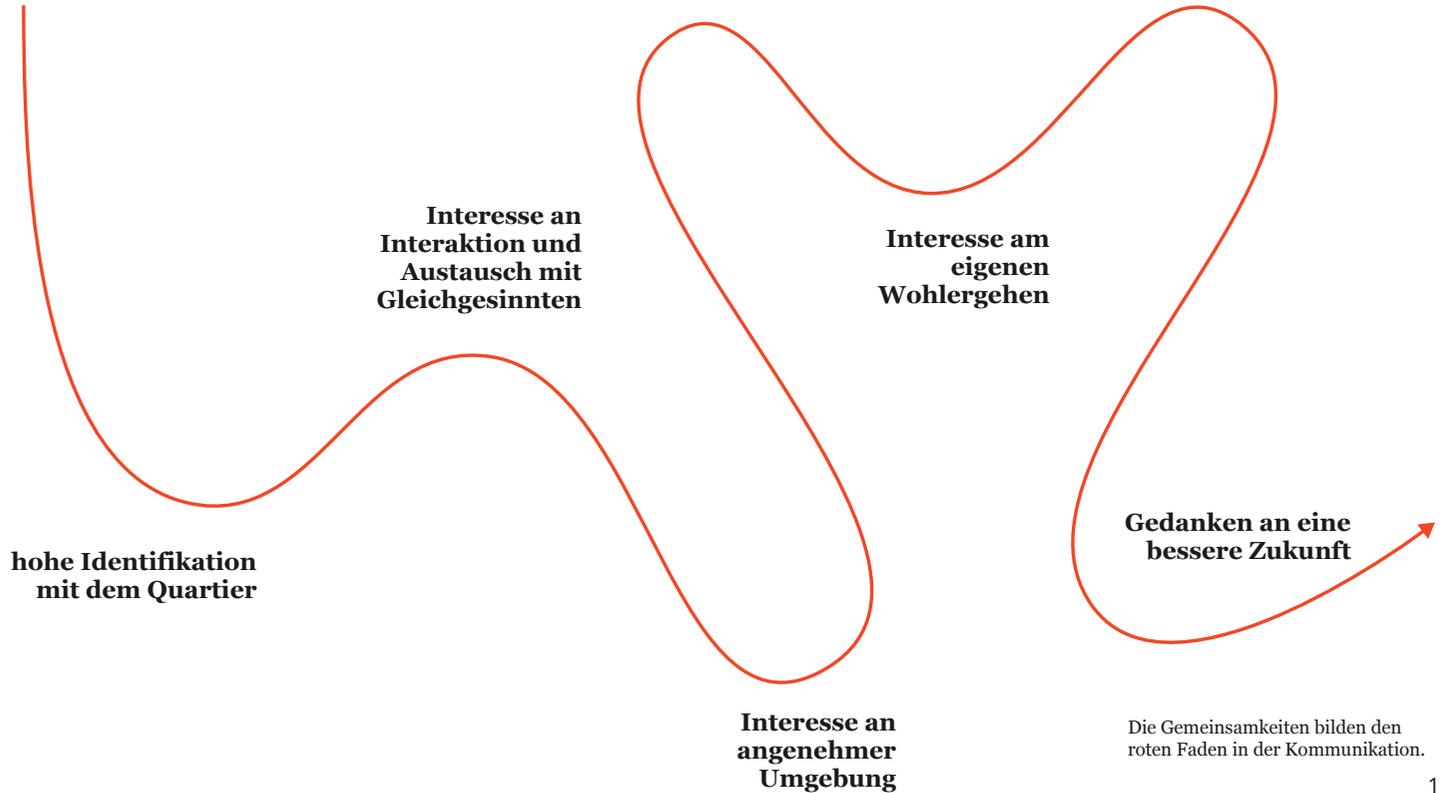
Workshop



Workshop Positionierung und Botschaften
am 4.5.2023 im Vor-Ort-Büro in der
Glanzstraße

Positionierung

Was haben die Zielgruppen gemeinsam?



Das Gebiet Baumschulenstraße/Köpenicker-Landstraße ist ein **lebendiges Quartier** mit **steigender Lebensqualität**. Die Besonderheiten liegen in der herausragende **ÖPNV Anbindung** und dem günstigen Kontrast aus **urbaner Infrastruktur und Naherholungsgebiet**: die Bedarfe des täglichen Lebens können am Wohnort erledigt werden; das große Angebot an Grün- und Waldflächen sowie der Zugang zum Wasser bieten enormes **Wohlfühlpotential**. Im Gebiet befindet sich noch am Beginn der Gentrifizierung. Sozial ist es **sehr divers**, man kann auf engagierte Menschen mit sehr unterschiedlichen Interessen treffen.

Kommunikative Bedürfnisse der Zielgruppen

Information

Das Gebiet Baumschulenstraße/Köpenicker Landstraße soll weiterentwickelt werden. Dafür stehen Fördergelder zur Verfügung und es existiert ein Plan was wann verändert werden soll. Wir informieren Sie über den zeitlichen Ablauf. Mit dem Vor-Ort-Büro in der Glanzstraße bekommen Sie ein lokales Infozentrum rund um die Entwicklung im Gebiet. Das kann auch der Anlaufpunkt für Ihr Engagement sein. Sprechen Sie uns an.

Zugewinn

Der Standort wird attraktiver, die Aufenthaltsqualität wird verbessert und das Wohlfühlgefühl gesteigert.

Teilhabe

Wir haben nicht für jedes Problem eine Lösung, aber wir versuchen viel. Alles was wir tun braucht Zeit, aber wir arbeiten dran. Alle Veränderungen im Gebiet machen wir für Sie. Dafür wollen wir auch weiterhin mit Ihnen in den Dialog treten. Dafür steht das Vor-Ort-Büro in der Glanzstraße als Treffpunkt zur Verfügung.

SWOT Analyse

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Workshop 08.06.2023

Wie können Chancen Schwächen ausgleichen und Stärken vor Risiken schützen?

Mittels einer Stärken-Schwächen-Analyse loten wir die noch ungenutzten Potentiale des Fördergebietes aus. Wie lassen sich Chancen zunutze machen? Wie können potenzielle Gefahren minimiert werden? Unser Fazit richtet sowohl den Blick nach innen, als auch von außen und bildet die Grundlage für die Strategie.

SWOT Analyse



SWOT Analyse am 8.6.2023 im Vor-Ort-Büro in der Glanzstraße

SWOT Analyse

der Blick nach innen

Stärken

Was sind positive und für die Kommunikation nutzbare oder förderliche Faktoren des Fördergebietes?

Schwächen

Was sind negative und für die Kommunikation schwierige oder hinderliche Faktoren des Fördergebietes?

der Blick nach außen

Chancen

Was sind förderliche Faktoren (soziale, gesellschaftliche, ökonomische, rechtliche, politische, und technologische) im Umfeld des Fördergebietes, die Potenziale für die Kommunikation erkennen lassen?

Risiken

Was sind hinderliche Faktoren (soziale, gesellschaftliche, ökonomische, rechtliche, politische, und technologische) im Umfeld des Fördergebietes, die mögliche Risiken für die Kommunikation erkennen lassen?

SWOT Analyse - der Blick nach innen

Bestehende Grundlagen für ein funktionierendes Quartier

hervorragende ÖPNV Anbindung

Vorhandensein einer gewachsenen Geschäftsstraße

nahezu flächendeckend Nahversorgungsangebote & Waren des täglichen Bedarfs

Grundausstattung mit Gastronomie, Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen sowie einzelhandelsnahen Dienstleistungen

vielfältiges Angebot an sozialen, bildungs- und gesundheitsbezogenen Dienstleistungen, auch abseits der Geschäftsstraße

Vorhandensein von Engagement und Infrastruktur um das Gebiet zu fördern und entwickeln

motiviertes und kompetentes GSM

Vorhandensein eines Quartiersladen

Vorhandensein eines Gebietsgremiums und zukünftiges Vorhandensein eines Gebietssteuerers

Ausrichtung der Kunstmeile

Bestehen von, für das Quartier engagierte, Interessengruppen und Vereine

Vorhandensein von diversen Hashtags zu den Gebieten, d.h. bestehendes Interesse der Menschen das Gebiet darzustellen

gewachsene Nachbarschaften und stabile Wohnverhältnisse, hoher Zuzug von Familien

Existenz von Orten an denen identitätsstiftende Momente stattfinden können

wichtige Grün- und Freiflächen sowie Naherholungsgebiete in und um das Gebiet

Vorhandensein einer VHS, Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Standorte der öffentlichen Verwaltung und vielfältige öffentliche Sportstätten

viele öffentliche Betreuungs- und Bildungseinrichtungen für alle Altersgruppen

SWOT Analyse - der Blick nach innen

physische Barrieren

harte Barrieren zwischen
Teilräumen des LZQ-Gebietes

fehlende Orientierung/fehlendes
Wegeleitsystem

fehlende Orte an denen Kommunikation stattfinden kann

Plänterwald hat kein Zentrum

wenig Verweilqualität/
Aufenthaltsqualität & Flair in der
Baumschulenstraße

sonstige Schwächen

generell lang dauernde Prozesse

GSM ist nur befristet eingesetzt

Fehlen einer Übersicht der
vorhandenen Möglichkeiten

Fehlen einer Interessenvertretung
von Gewerbetreibenden

alteingesessene und neue
Gewerbetreibende haben wenig
Kontakt; ebenso wenig Kontakt
zwischen alteingesessenen und
neuhinzugezogenen Bürger*innen

SWOT Analyse der Blick nach außen

Vorhandensein einer **Finanzierung**

Möglichkeit zum Stellen von
Förderanträgen

Vorhandensein von
Veränderungspotenzial und
Gestaltungsspielraum

beginnende
Gentrifizierungsprozesse: **Zuzug**,
neue Zielgruppen, anderes
Engagement

Klimadebatte: **Radwegausbau** ist
gesellschaftsfähig

generelle Suche der Menschen nach
Naherholung in der Stadt

SWOT Analyse der Blick nach außen

fehlendes Vertrauen in
Berliner Behörden

**Wegbrechen von
Engagement** über die Länge des
Prozesses

Unmut durch Baustellen

beginnende
Gentrifizierungsprozesse:
steigende Mieten und
damiteinhergehende
Verdrängungsprozesse

Strategische Ziele

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

SWOT Analyse

Wie kann man sich die Chancen mithilfe der Stärken zu Nutzen zu machen?

1. Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers

Wie kann man sich durch Stärken vor Risiken schützen?

2. Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities

3. Aktivierung und Beteiligung von Anwohner*innen und Gewerbetreibenden an den Maßnahmen

4. Schaffung von Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Wie kann man mithilfe der Chancen die Schwächen ausgleichen?

Wie können potenzielle Gefahren minimiert werden?

Überblick

- 1. Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers**
- 2. Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities**
- 3. Aktivierung und Beteiligung von Anwohner*innen und Gewerbetreibenden an den Maßnahmen**
- 4. Schaffung von Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen**

Die SWOT Analyse hat diese vier Strategischen Ziele ergeben. Die Umsetzung dieser Ziele ergibt die Strategie, die mit den nachfolgend dargestellten Maßnahmen erreicht werden kann.

Strategisches Ziel 1

Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers

Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie

1.1 Werbemedien

- 1.1.1 Social Media Kanäle
- 1.1.2 Postkarten
- 1.1.3 Imagebilder
- 1.1.4 Imagetrailer

1.2 Aktionen

- 1.2.1 Durchführung von Gebietsrundgängen
z.B. im Format Instawalks

Strategisches Ziel 2

Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities

Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie

2.1 Zelebrieren des Vorhandenen, Zelebrieren von Erfolgen und Teilerfolgen

2.1.1 Präsent sein auf bereits bestehenden Veranstaltungen

2.2 Schaffung von identitätsstiftenden Momenten

2.2.1 Initiieren von ortsbelebenden Formaten

- a) Feste, Märkte, Sportevents
z.B. Stadtteilstadt, Kneipentour, Wochenmarkt, Weihnachtsmarkt, Sportfest, Parkrun

2.2.2 Initiieren von Kooperationen zwischen Einzelinitiativen und Kultureinrichtungen

- a) Fotowettbewerbe
z.B. „der beste Kiezmoment“ zur Kunstmeile oder digital auf Instagram

- b) Ausstellungen

z.B. „Kiezdialog“ als Open Air Bauzaunausstellung: Befragung von Bewohner*innen
„Mein Baume Ecke Köpenicker ist...“

Strategisches Ziel 3

Aktivierung und Beteiligung von Anwohner*innen und Gewerbetreibenden an den Maßnahmen

Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie

3.1 Aufruf zum Stellen von Förderanträgen

3.2 Etablierung neuer Orte und Markierung vorhandener Orte

3.2.1 Kommunikation der Maßnahmen auf der digitalen Karte der Website

Strategisches Ziel 4

Schaffung von Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie

4.1 immobile Kommunikation im Straßenraum

- 4.1.1 Beschilderungen
- 4.1.2 schwarzes Brett
- 4.1.3 Schaukästen

4.2 mobile Kommunikation im Quartier

- 4.2.1 Hausaushänge
- 4.2.2 Newsletter

4.3 Dialogformate

- 4.3.1 Gewerbetreffs

4.4 Weiterführung bereits bestehender Öffentlichkeitsarbeit

- 4.4.1 Plakate
- 4.4.2 Flyer
- 4.4.3 Pressemitteilungen
- 4.4.4 Website

Maßnahmen

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Worüber werden wir sichtbar?

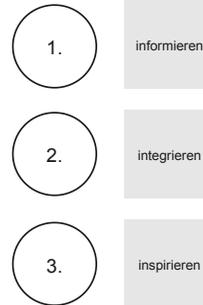
Wir haben eine Leitidee formuliert und einen roten Faden gesponnen. Jetzt können wir die Taktik entwickeln. Es werden konkrete Maßnahmen formuliert. Wir schätzen den Aufwand, die Zeit und das Geld ein. Daraus entsteht ein realisierbarer Plan. Wir bringen ungewöhnliche Ideen mit vorhandenen Ressourcen in Einklang.

Zusammenfassung

Unter Maßgabe der Projektziele ergab die SWOT Analyse 4 strategischen Ziele:

1. Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers
2. Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities
3. Aktivierung und Beteiligung von Anwohner*innen und Gewerbetreibenden an den Maßnahmen
4. Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Die durch die SWOT Analyse abgeleiteten Maßnahmen zur Erreichung der strategischen Ziele sollten sich auf den drei Wirkungsebenen - die auf der folgenden Seite erläutert sind - abspielen: informieren, integrieren und inspirieren. Dadurch ist gesichert, dass die Bedürfnisse der Zielgruppen erreicht werden.



Wirkungsebenen

Informieren: In dieser Ebene geht es darum Menschen des LZQ-Gebietes über die geplanten Vorhaben aufzuklären. Seien Sie dabei so konkret wie möglich. Nennen Sie Zahlen und Fakten. Die Menschen möchten wissen was geschieht.

Integrieren: In dieser Ebene geht es darum, die Menschen des LZQ-Gebietes Teil des Prozesses werden zu lassen. Geben Sie ihnen die Möglichkeit mit Ihnen in den Dialog zu treten, ihre Meinung zu sagen und sich aktiv einzubringen.

Inspirieren: In dieser Ebene geht es darum die Menschen im LZQ-Gebiet zu begeistern. Reden Sie nichts schön, aber verstecken Sie das Schöne nicht. Feiern Sie Erfolge, auch kleine.

Wirkungsebenen

Die nachfolgende Darstellung zeigt eine Zuordnung der Maßnahmen zu den drei Ebenen. Die Maßnahmen sind als 1. etablierte, 2. empfohlene und 3. objektiv betrachtet sinnvolle, aber unter den projektspezifischen Gegebenheiten nicht realistisch erscheinende Maßnahmen markiert.

Maßnahmenkatalog

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Überblick kommunikative Maßnahmen

informieren	Pressemitteilungen	Plakate & Flyer	Website	Hausaushänge	Schwarzes Brett	Schaukästen	Aufbau Social Media Kanäle	Newsletter
integrieren	Quartiersbeirat	Gewerbetreff	Märkte	Aufruf zum Förderantrag	Fotowettbewerb	Präsentsein auf Veranstaltungen	Instawalks	Ausstellungen
inspirieren	Imagekampagne: Postkarten	Imagebilder	Imagetrailer					

■ Wirkungsebene ■ bereits etabliert ■ empfohlen ■ sinnvoll aber z.Z. unrealistisch in Anbetracht der Ressourcen

Empfehlung

Aufgrund der finanziellen und personellen Ressourcen empfehlen wir die nachfolgenden Maßnahmen. Der Maßnahmenkatalog ist fokussiert auf neu zu etablierende Maßnahmen.

Maßnahmen, die bereits eingeführt sind und auch in der weiteren Arbeit vorgesehen sind, finden hier keine Berücksichtigung. So empfehlen wir das Weiterführen der aktuell bereits stattfindenden Öffentlichkeitsarbeit: Beispielsweise werden der Einsatz der Website und der Einsatz von Printmedien (Plakate und Flyer) zum Ankündigen von Aktionen und Maßnahmen und generell zum Sicherstellen eines transparenten Informationsflusses für die Gebietsöffentlichkeit werden dringend empfohlen.

1.1.2 Postkarten

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers

Stattgefundenene gebietsverändernde Maßnahmen werden in einer Postkartenserie der Anwohnerschaft kommuniziert. Es werden die Stärken des Gebietes und der ISEK Maßnahmen betont. Hierbei steht nicht der Informationsfluss im Vordergrund sondern das Betonen eines (positiven) Zustandes.

Beispielsweise kann der Abschluss einer Maßnahme von einer Postkartenserie begleitet werden, um diesen Milestone positiv zu belegen und für eine bewusste Wahrnehmung zu sorgen. D.h. die allgemeine Empfehlung liegt hier in der gezielten Begleitung einer ISEK Maßnahme durch eine Kampagne. Die Öffentlichkeitsarbeit sorgt nicht nur für transparente Informationen, sondern belegt die Maßnahme zudem positiv.

Zielgruppe

Anwohnende, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer*innen

Was wird benötigt?

Imagebilder

Key Visual & Slogan

Satz und Layout

Druck

Wer macht's?

Fotograf*in
Grafiker*in

Fertig bis?

Planung Frühjahr 2024

Beauftragung Fotograf Frühjahr 2024

Layout: Juni 2024

Druck: Juni 2024

Diese Maßnahme wird als Auftakt empfohlen, um die Marke Baume Ecke Köpenicker im Gebiet das erste Mal anzuteasern und sie langfristig zu etablieren. Unbedingt wird sie aber auch empfohlen, um damit abgeschlossene Maßnahmen zu zelebrieren.

Kostenschätzung

Fotograf*in: 2.500€ siehe Maßnahme Imagebilder (diese Kosten fallen nicht an, wenn Sie bereits entsprechende Bilder haben)

Gestaltung: 500€

Druck: 250€ / 4 Motive á 250Stk.

Partner*innen

Der Bürgerverein Baumschulenweg und der Verein Pro Plänterwald können als Unterstützung bei der Verteilung angefragt werden. Die Gewerbetreibenden können mit ihren Unternehmen als Standorte dienen, in denen man die Postkarten auslegt. Die Partner*innen bekommen dadurch ein involvierendes Gefühl, an der Umsetzung der Maßnahme beteiligt zu sein und sich positiv in das Gesamtvorhaben einbringen zu können. Dadurch dass sie auf diese Weise etwas für ihr Quartier tun, kann ein Gefühl von Verbundenheit entstehen.

Skizze



Beispiel-Postkartenserie "Hannover eine Stadt" zur Visualisierung

1.1.3 Imagebilder

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Stärkung des positiven Selbstbildes des Quartiers

Produktion von Imagebildern, die die Stärken des Gebietes hervorheben. Bilder sowohl von Orten an denen Maßnahmen stattfinden oder stattgefunden haben, als auch von Straßenszenen. Die Fotos werden sowohl für die Arbeit auf der Website als auch in der fortlaufenden Öffentlichkeitsarbeit von Relevanz sein.

Was wird benötigt?

Eine Übersicht, welche Gebiete mit den Fotos abgedeckt werden sollen und müssen. Eine Storyline (ein Erzählstrang), welche mit den Fotos erzählt werden soll.

Kostenschätzung

Honorar Fotograf*in: 2.500€ (2 Tagessätze, 20 Bilder)

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

Wer macht's?

Fotograf*in

Fertig bis?

Planung Januar 2024

Beauftragung Frühjahr 2024

Umsetzung Mai 2024

Diese Maßnahme wird als regelmäßige Maßnahme empfohlen, beispielsweise einmal im Jahr nach Abschluss der ISEK Maßnahmen, zur Dokumentation der Ergebnisse.

Zielgruppe

Anwohnende und Gewerbetreibende

2.1.1 Präsent sein auf bereits bestehenden Veranstaltungen

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities

Nutzung von bereits bestehenden, etablierten Veranstaltungen, um für Fragen und Antworten und ggf. Aktivierung der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stehen. Durch Ihre Präsenz kann die Gebietsöffentlichkeit direkt in einen mündlichen Austausch mit Ihnen gelangen. Misstrauen gegenüber Behörden kann dadurch abgebaut werden und Verständnis für die Unwegbarkeiten der Maßnahmenumsetzung – wie Baustellen – geweckt werden. Durch wiedererkennbare Icons wird zusätzlich die Marke Baume Ecke Köpenicker etabliert. Geeignet dafür scheinen Gewerbetreffs und Märkte oder z.B. die Eröffnungsveranstaltung der Kunstmeile.

Zielgruppe

Anwohnende und Gewerbetreibende, je nach Veranstaltungsart bzw. Thema über das informiert wird.

Was wird benötigt?

Standmaterial

Wiedererkennbares Objekt: unsere Empfehlung eine Sitzcke, um das Thema Ecke aufzugreifen.

Tape: um auf dem Boden sichtbar die Ecke abzuleben und den Stand zu mappen.

Wer macht's?

Gebietssteuerer*in
Geschäftsstraßenmanagement
Gestalter*in
Tischler*in

Fertig bis?

Planung: Frühjahr 2024

Umsetzung: Sommer 2024

Seien Sie mindestens zweimal im Jahr auf einer bestehenden Veranstaltung präsent. Mindestens jedoch im Zusammenhang mit einer aktuellen, in Umsetzung befindlichen ISEK Maßnahme.

Kostenschätzung

Miete Standmaterial: Stand/Stehtisch, Pavillon (Miete): 500€/Stück

Beachflag/Aufsteller (Gestaltung): 500€/Stück

Beachflag/Aufsteller (Herstellung): 250€/Stück

Herstellung mobile Sitzcke in leichtbauweise: 5.000€

Tape neon: 7,99€/Rolle

Partner*innen

Der Bürgerverein Baumschulenweg und der Verein pro Plänterwalt können als Multiplikatoren herangezogen werden. Ggf. kann ein Stand gemeinsam betreiben werden. So besteht die Möglichkeit, dass interessierte Menschen, die selbst aktiv werden möchten, direkte Ansprechpartner*innen finden.

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

2.2.1 Initiieren von ortsbelebenden Formaten

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities

Um als Community zu funktionieren braucht es identitätsstiftende Momente, Orte und Ereignisse an denen Menschen zusammen kommen können. Märkte können ein solches Format sein. Märkte sind Orte an denen Menschen kommunizieren und Themen verhandeln. Märkte beleben Orte und führen dazu, dass Orte regelmäßig aufgesucht werden. Das schafft Verbindung. Seien Sie Initiator*in z.B. für einen Wochenmarkt. Das ist nicht nur von der Gebietsöffentlichkeit bereits als Wunsch formuliert, das ist auch in Anbetracht der Anpassung der Städte an klimaneutrale Prozesse sinnvoll: Regionale Produkte können direkt von Produzierenden angeboten werden. Im Zuge der ISEK Maßnahme werden ggf. auch Maßnahmen umgesetzt die zeitweise zur beeinträchtigten Nutzung des Gebietes durch Baustellen führen. Steuern Sie dem entgegen in dem Sie für bessere Lebensqualität im Gebiet sorgen. Ein Wochenmarkt ist ein oft formulierter Wunsch, damit kommen Sie der Öffentlichkeit entgegen.

Zielgruppe

Anwohnende in erster Instanz, Gewerbetreibende profitieren in zweiter Instanz von Menschen die der Markt anzieht.

Was wird benötigt?

Eine geeignete Veranstaltungsfläche.

Wer macht's?

Gebietssteuerer*in
Marktveranstalter*in z.B. Deutsche Marktgilde eG

Fertig bis?

Planungen (Genehmigungen): Herbst 2024

Konkretisierung (Marktveranstalter): Frühjahr 2025

Umsetzung: ab Sommer 2025

Kostenschätzung

Werbe- und Organisationskosten trägt die Marktveranstalter*in selbst. Es gibt verschiedene Kostenmodelle; u. a. ein Modell, bei dem die Kommune einen Beitrag zahlt und im Gegenzug durch die Vermietung der Marktfläche Mieteinnahmen generiert. Empfohlen wird eine Beratung bei der Marktgilde eG

Nutzen Sie aber auch diese Gelegenheit, um präsent zu sein (siehe Punkt 2.1.1 Präsent sein auf Veranstaltungen).

Skizze



Moodbild zur Visualisierung

2.2.2 Initiieren von Kooperationen zwischen Einzelinitiativen und Kultureinrichtungen

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Stärkung und Aufbau von Zugehörigkeit und Communities

Ein Fotowettbewerb zum Thema "Mein Kiez ist..." kann eine stark inkludierende, mit dem Gebiet verbindende Wirkung haben. Ebenso kann durch die Darstellung des Gebietes durch die Augen der Anwohnenden das Image des Gebietes positiv beeinflusst werden, dadurch dass ein "privater Blick" öffentlich wird. Es wird eine Innensicht gezeigt, die eine Verbundenheit, mindestens aber eine Auseinandersetzung mit der eigenen Umgebung hervorruft. Gefühle von Zugehörigkeit werden so hervorgerufen oder gestärkt. Indem Momente geschaffen werden, in denen Gleichgesinnte – z.B. (Hobby)-Fotograf*innen – aufeinandertreffen können, entstehen Möglichkeiten der Communitybildung.

D.h. zur Kunstmeile wird parallel ein Fotowettbewerb ausgerufen an dessen Ende z.B. eine Ausstellung in der VHS stattfinden kann.

Zielgruppe

Anwohnende

Was wird benötigt?

Projektinitiator*in (z.B. Gebietssteuerer*in)
Kooperationspartner*innen
Call to Action
Aufbauhelfer*innen
Öffentlichkeitsarbeit
Sieger*innenpreis

Wer macht's?

Unsere Empfehlung: Finden Sie Verbündete, die sich dieser Maßnahme annehmen – z. B. der Bürgerverein Baumschulenweg in Kooperation mit der VHS.

Fertig bis?

Planungen: Januar 2026
Aufruf zum Wettbewerb: Mai 2026
konkrete Vorbereitungen für die Kunstmeile: Juli 2026
Umsetzung: September 2026

Kostenschätzung

Plakat: Gestaltung (500€) und Druck (250€)
Postkarte: Gestaltung (500€) und Druck (250€)
Ausstellungsgrafik: Gestaltung (1.500€) und Druck (1.000€)

Partner*innen

Der Bürgerverein Baumschulenweg als Veranstalterin der Kunstmeile und die VHS als Partnerin einer Foyerausstellung. Beide Partnerinnen werden so aktiv involviert und erhalten dadurch Öffentlichkeit.

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

3.1 Aufruf zum Stellen von Förderanträgen

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Aktivierung und Beteiligung von Anwohner*innen und Gewerbetreibenden an den Maßnahmen

Die Existenz des Quartiersfonds und seine Möglichkeiten sollen den Gewerbetreibenden aktiv kommuniziert werden.

Was wird benötigt?

Informationen zum Gebietsfond
ein Slogan/eine Botschaft
ein Key Visual
Satz von Flyer und Plakat
Druck

Kostenschätzung

Flyer pro Jahr
Gestaltung: 780€
Übersetzung: 140€
Druck: 250€

Plakat pro Jahr
Gestaltung: 780€
Übersetzung: 70€
Druck: 250€
Verteilung: 200€

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

Wer macht's?

Das Bezirksamt Treptow-Köpenick als geldgebende Institution und das GSM als ausführende Institution.

Zielgruppe

Gewerbetreibende,
Immobilieeigentümer*innen

Fertig bis?

2023, fortlaufend in Abhängigkeit zur Verfügbarkeit des Quartiersfonds

4.1.2 Schwarzes Brett

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Ein schwarzes Brett dient als fester Anhaltspunkt für Informationen im Quartier. Bürger*innen können Informationen erhalten, aber auch selbst hinterlassen. Das schwarze Brett ist deutlich markiert als nicht zur Umgebung gehörendes Element und ist gestaltet im CD des Fördergebietes. Der Ort des schwarzen Brettes ist relevant: es sollte zentral und gut erreichbar und vor Witterung geschützt sein. Die VHS erscheint ein möglicher Ort. Die Installation eines schwarzen Brettes ist ein Schritt auf die Bürger*innen zu, zeugt vom Willen zur Transparenz und regt zum Austausch an. Neben der Möglichkeit Gesuche zu hinterlassen, kann mit dem schwarzen Brett auch das Entstehen von verschiedenen Formen der Nachbarschaftshilfe gefördert werden. D.h. das schwarze Brett kann zusätzlich auch ein integrierendes Element in der Kommunikation sein.

Zielgruppe

Anwohnende, Gewerbetreibende

Was wird benötigt?

ein Ort zum Installieren (z.B. Foyer der VHS)
ggf. eine Genehmigung

Gestaltung und Ausführungsplanung

Zeit für regelmäßige Bestückung und ggf. Instandhaltung

Wer macht's?

Gebietssteuerer*in
Gestalter*in
Produzent*in (z.B. Tischler*innen in Abhängigkeit zur Gestaltung)

Fertig bis?

Planung Januar 2024
Gestaltungsentwurf Mai 2024
Ausschreibung Bau Juli 2024
Beauftragung Bau August 2024
Installation und Inbetriebnahme September 2024
Betrieb: fortlaufend

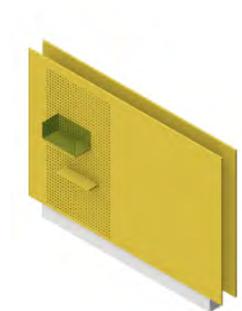
Kostenschätzung

Gestaltung: 1.150€
Realisierung: 2.500€
Kampagne: 5.000€
Instandhaltung: 50€/Jahr

Partner*innen

Unsere Empfehlung ist die VHS als Ort, wo das Schwarze Brett installiert werden könnte; die Vereine Bürgerverein Baumschulenweg und Pro Plänterwalt können eingeladen werden, regelmäßig die Bespielung des Schwarzen Brettes zu nutzen.

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

4.1.3 Schaukästen

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Auch Schaukästen können als feste Orte für Informationsübermittlung im Quartier etabliert werden.

Dort können Bürger*innen allerdings nur Informationen erhalten, nicht aber selbst hinterlassen.

Um klar erkennbar zu machen, dass die Schaukästen von Baume Ecke Köpenicker genutzt werden, soll das Corporate Design des Fördergebietes verwendet werden. Die Schaukästen sollen sich visuell deutlich von anderen Schaukästen unterscheiden. Der Vorteil von Schaukästen ist ihr häufiges Vorkommen und ihre Verteilung im Quartier.

Zielgruppe

Anwohnende

Was wird benötigt?

Übersicht der zur Verfügung stehenden Schaukästen (anzufragen bei den Vereinen Pro Plänterwald und Bürgerverein Baumschulenweg)

Genehmigungen der Hausverwaltungen/Eigentümer*innen der Schaukästen

Gestaltung

Wer macht's?

Gebietssteuerer*in
Gestalter*in

Fertig bis?

Planungen: Herbst 2024

Ausführung: Frühjahr 2025

Betrieb: fortlaufend

Kostenschätzung

Gestaltung: 500€

Druck/Beklebung: entweder Selbstdruck analog zu Hausaushängen oder eine Art äußere Gestaltung durch Beklebung ca. 200€/Schaukasten

Verteilung der Informationen (bei Aushängen): 200€/pro Aktion

Partner*innen

Die Hausverwaltungen können als Partner*innen angefragt werden, ob für sie eine Benutzung der – oft in ihrem Eigentum befindlichen – Schaukästen durch das Bezirksamt Treptow-Köpenick in Frage kommt.

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

4.2.1 Hausaushänge

Was passiert und wozu?

Übergeordnetes Ziel: Information und Transparenz in Bezug auf die anstehenden Maßnahmen

Jede Information rund um eine Maßnahme, die Anwohnende unmittelbar betrifft, wird mit einem Hausaushang kommuniziert. Die Information kommt zu den Menschen, sie müssen dafür keine Orte (analog oder digital) extra aufsuchen.

Zielgruppe

Anwohnende

Was wird benötigt?

Template Hausaushang

ggf. Übersetzung

Verteilung

Wer macht's?

Gestalter*in
Studentische Hilfskraft

Fertig bis?

fortlaufend bzw. immer dann, wenn es eine Information gibt, die dringend an Anwohnende kommuniziert werden muss (wie z.B. Baustellen).

Kostenschätzung

Kosten pro Aktion, Kosten können je nach Einzugsgebiet, das Sie erreichen wollen variieren

ggf. Übersetzung: 70€

Gestaltung: 250€

Druck: 50€

Verteilung: 200€ (Studentische Hilfskraft)

Partner*innen

Die Hausverwaltungen können als Partner*innen angefragt werden, ob für sie eine regelmäßige Bespielung der Hausflure in Frage kommt.

Skizze



Moodbilder zur Visualisierung

Maßnahmenkatalog

Beispielhafter Kommunikationsablauf

ISEK Maßnahme:
Ergänzung von
Sitzgelegenheiten im
öffentlichen Raum
entsprechend der
Konzeption
"Bankoffensive"

	Ziel	Umsetzung	konkrete Maßnahmen			Zeitraum	
1.	informieren	Schaffung von Transparenz	Öffentlichkeitsarbeit	Pressemitteilungen	Website	Schwarzes Brett	vor Maßnahmebeginn
2.	integrieren	Community-building	Dialogformate	Gebietsrundgänge	Schwarzes Brett		während der Maßnahme
3.	inspirieren	Stärkung des positiven Selbstbildes	Zelebrieren von Erfolgen	Imagebilder	Imagekampagne: Postkarten		nach Abschluss der Maßnahme

Erscheinungsbild

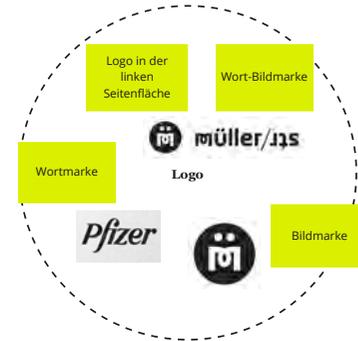
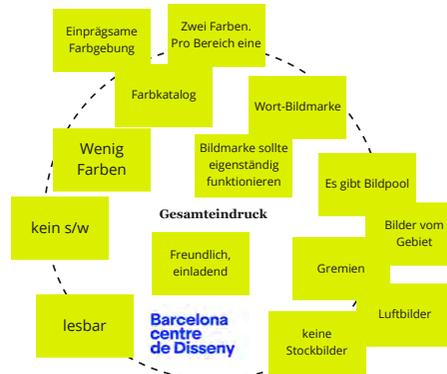
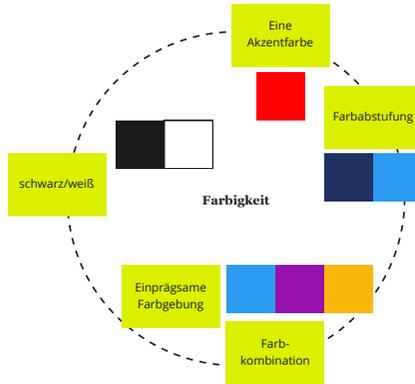
Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin

Wo soll die Reise hingehen?

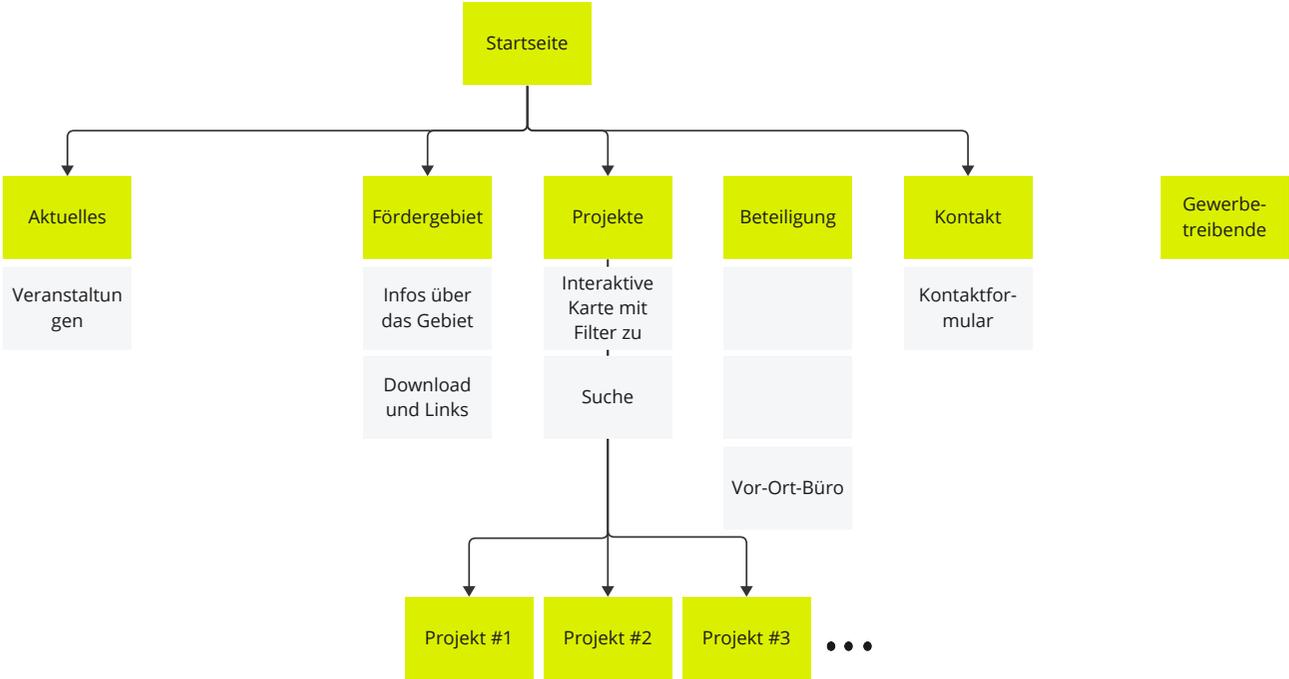
Wir werfen die Ideenmaschine an. Wir generieren ein wenig kreatives Chaos und arbeiten methodisch konzentriert auf eine Reihe von überraschenden Ansätzen hin. Leichtigkeit, Spaß und Entscheidungsfreude sind hier gefragt.

Corporate Design

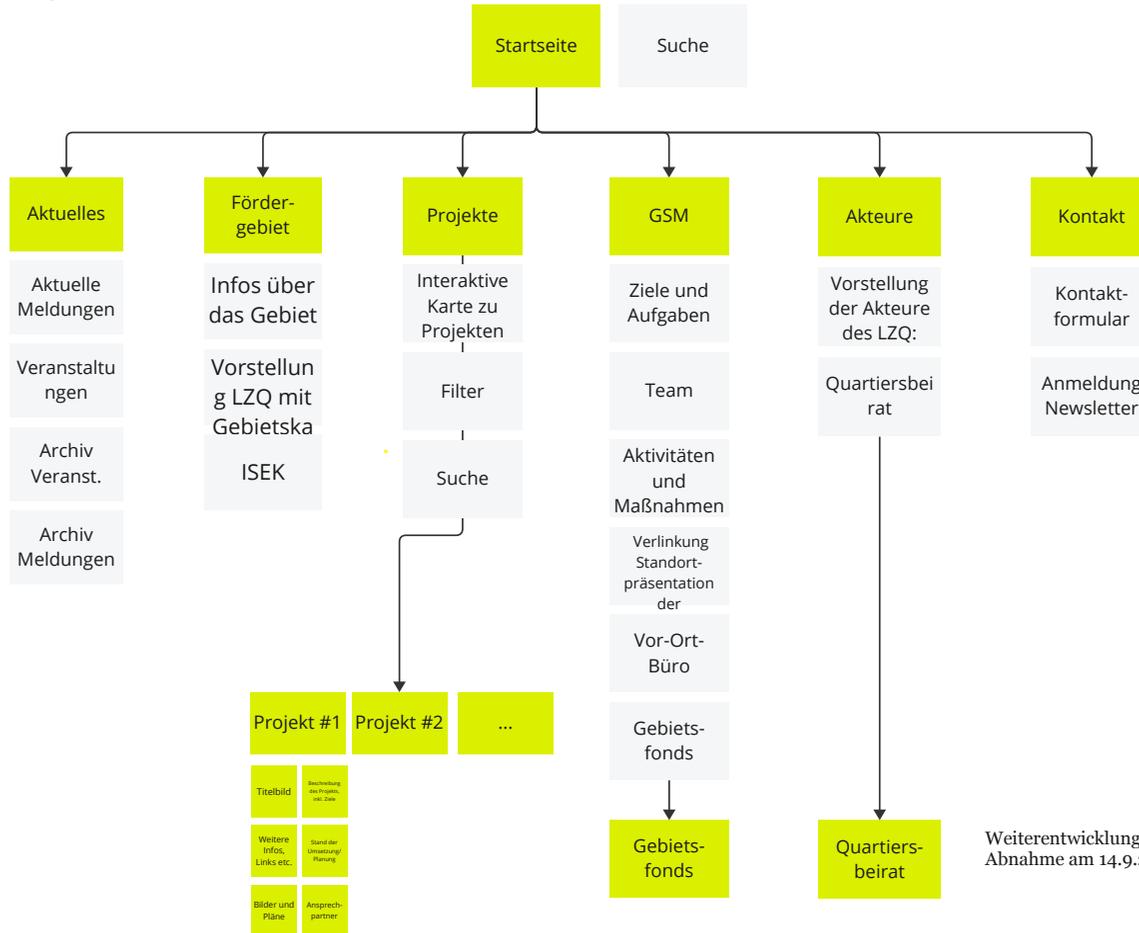
Wie soll das Corporate Design sein? Wie soll es auf jeden Fall nicht sein?



Sitemap



Weiterentwicklung Sitemap



Weiterentwicklung Sitemap. Stand
Abnahme am 14.9.2023

Website

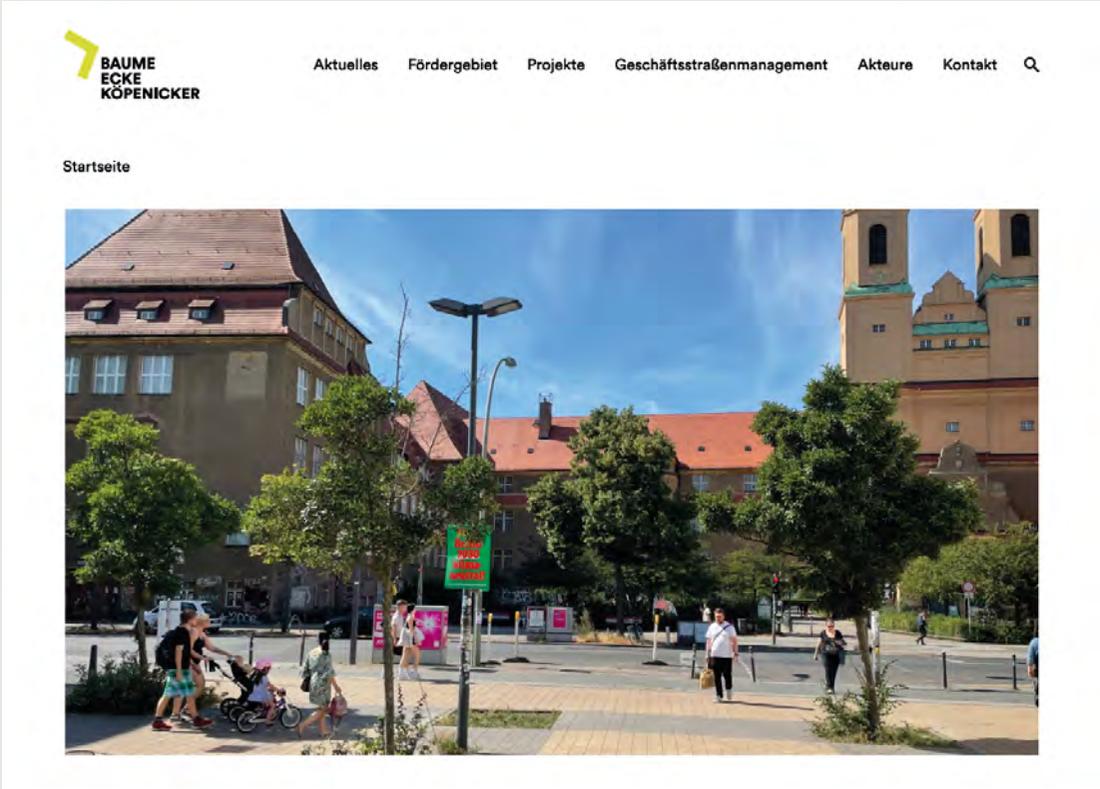
Wireframing



Beispielhafte Wireframes um den Seitenaufbau zu veranschaulichen.

Website

Detail Kernfunktionen



Startscreen mit Menü und Suchfunktion

Detail Kernfunktionen



The screenshot shows a website header with a logo on the left consisting of a green stylized tree icon and the text 'BAUME ECKE KÖPENICKER'. On the right is a search bar with the placeholder text 'GEBIETSINFOS' and a magnifying glass icon. Below the header, the text 'Startseite' is visible. The main content area features the section title 'Infos über das Gebiet' followed by two paragraphs of text. At the bottom of the content area is a button labeled 'ZUM BEITRAG'.

BAUME
ECKE
KÖPENICKER

GEBIETSINFOS

Startseite

Infos über das Gebiet

Das Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße ist ein förmlich festgelegtes Fördergebiet im Bund-Länder-Programm Lebendige Zentren und Quartiere (LZQ).

Das rund 260 ha große Fördergebiet Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße liegt im Nordwesten des Bezirks Treptow-Köpenick und umfasst die beiden Ortsteile Baumschulenweg und Plänterwald. Beide Ortsteile weisen stark differenzierte Funktionen und räumliche Merkmale auf.

ZUM BEITRAG

aktivierte Suchfunktion

Detail Kernfunktionen

Kommende Veranstaltungen

9.
Sept

Einladung zum „Behringstraßenfest“

Wir freuen uns, Sie in diesem Jahr zum ersten „Behringstraßenfest“ einzuladen, das am 9. September 2023 stattfinden wird. Diese Veranstaltung ist eine Gelegenheit für alle Bürger:innen sowie für alle Akteur:innen im Gebiet, zusammenzukommen und gemeinsam eine gute Zeit fernab des sonstigen Alltags zu erleben. Hier kommen Sie zum Flyer mit allen wichtigen Informationen im Überblick!

Das Nachbarschaftsfest bietet Aktivitäten und Attraktionen für Jung und Alt. Von akustischer Live-Musik und kulturellen Darbietungen über kleine kulinarische Köstlichkeiten bis hin zu Spaß und Spiel für die Kleinen – es ist für jeden etwas dabei.



BU Lorem Ipsum

Wir laden nicht nur die Bewohner:innen aus dem Gebiet ein, sondern auch alle Akteur:innen in der Umgebung – Unternehmen, Vereine, Schulen und Organisationen. Dieses Fest ist auch eine großartige Gelegenheit, sich zu präsentieren, neue Kontakte zu knüpfen und Ihr Engagement für die Gemeinschaft vor Ort zu zeigen. Das Fest im Kiez wird am 9. September 2023 von 13-18 Uhr im vorderen Teil der Behringstraße stattfinden. Den Abschluss der Veranstaltung bildet die feierliche Eröffnung der „Kunstmäile in Baumschulenweg“ 2023, die in diesem Jahr im Zeitraum vom 9. September bis 11. Oktober unter der Schirmherrschaft des Bezirksbürgermeisters von Berlin Treptow-Köpenick Herrn Oliver Igel steht. Das Behringstraßenfest wird im Rahmen des Förderprogramms „Lebendige Zentren und Quartiere Baumschulenstraße – Köpenicker Landstraße“ gefördert. Für weitere Informationen, über wenden Sie sich bitte an den Bürgerverein Baumschulenweg e.V. unter info@burgerverein-baumschulenweg.de.

Auch das Geschäftstraßenmanagement steht unter gm@lokation-s.de für Auskünfte zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihr zahlreiches Erscheinen!



BU Lorem Ipsum



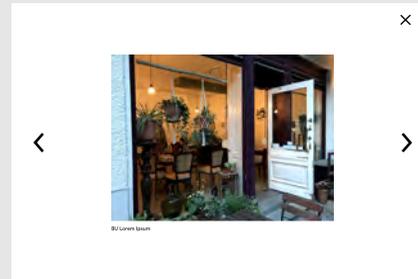
BU Lorem Ipsum



BU Lorem Ipsum

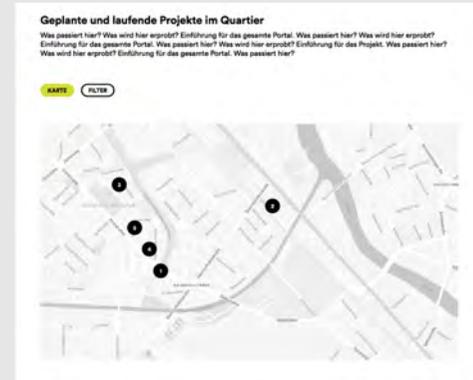
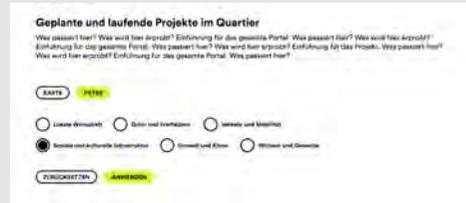
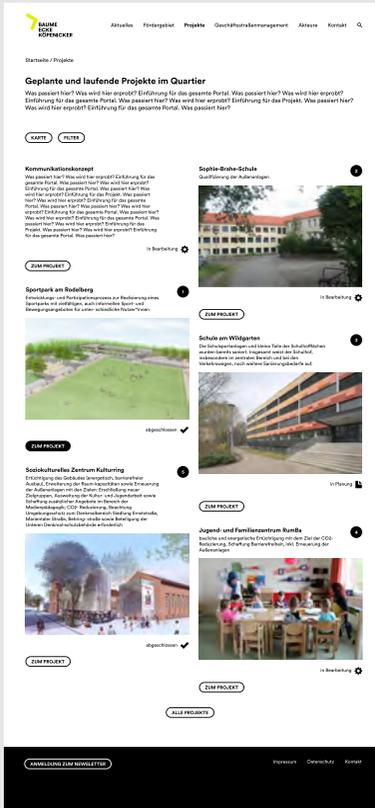
WENIGER

Hier könnte ein
Downloadlink stehen
[Lorem ipsum dolor sit amet](#)



Aktivierte Ausklappfunktion um den gesamten Beitrag anzuzeigen.

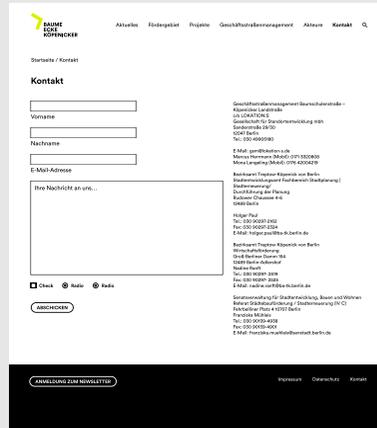
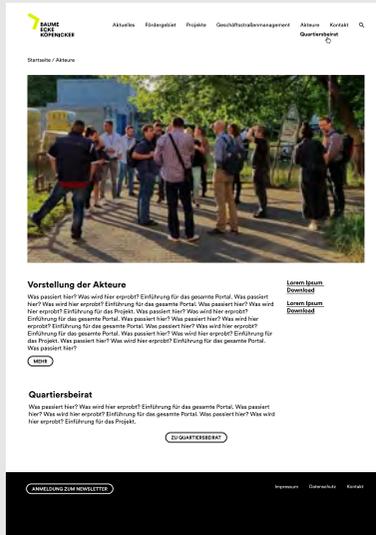
Detail Kernfunktionen



Projektübersicht mit Detailsicht Filterfunktion und Kartenansicht.

Website

Detail Kernfunktionen



links: Startscreen "Akteure" mit Teasertexten und Sprunglinkfunktion; Downloadbereich und Footer mit Newsletteranmeldung.
rechts: Kontaktformular Detailansicht

Detail Kernfunktionen Mobilscreen



Ansicht Burgermenü Mobilscreen

anschlaege.de

Studio für Design

Lagé, Schuhmann, Watkinson & Watzke, GbR

Sewanstraße 122

10319 Berlin

Germany

+49 (0)30 29 77 888-01

studio@anschlaege.de

www.anschlaege.de

Alle Inhalte dieses Heftes wurden bei Vertragsanbahnung vertraulich zur Ansicht überlassen. Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von Konzepten / Gestaltungen sind vor Einwilligung nicht gestattet und verletzen Urheberrechte bzw. das Wettbewerbsrecht (§18 UWG). Ohne abweichende Vereinbarung erfolgt die Bereitstellung gegen übliches Entgelt.