



7 Öffentlichkeitsarbeit

Strategische Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit

Die zentralen Botschaften der projektbegleitenden Kommunikation lauteten: Mit dem Entwicklungskonzept 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. Schon während der Planungsphase werden erste kleinere Projekte umgesetzt.

Die Öffentlichkeitsarbeit für das Entwicklungskonzept knüpfte inhaltlich und im Erscheinungsbild an die bereits für die Zukunftskonferenz entwickelten PR-Maßnahmen an. Den Bürgerinnen und Bürgern sollten die Vielzahl der Planungen, Planungsebenen und Projekte im Hamburger Osten weiter unter der verbindenden Dachmarke „Schau nach Osten“ vermittelt werden. Durch die kontinuierliche Kommunikation unter der klar profilierten Marke wuchs im Verlauf des Planungsprozesses die Identifikation der Beteiligten mit dem Projekt. Der Begriff „Schau nach Osten“ wird mittlerweile von vielen Beteiligten als Projekttitel aktiv verwendet.

Ein zweites wichtiges Ziel der PR bestand darin, für den wachsenden Kreis der interessierten und engagierten Bürger größtmögliche Transparenz hinsichtlich des Verfahrens, der Beteiligungsmöglichkeiten sowie der Planungen herzustellen. Mit der wachsenden Zahl an Arbeitsgruppen, Projekten und Teilgebieten musste zum einen die Komplexität der Planungsaktivitäten immer wieder neu erläutert oder sinnvoll reduziert werden. 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. Auf einer Pressekonferenz für die hamburgweite Presse werden voraussichtlich im Juni 2008 die Ergebnisse des Entwicklungskonzeptes im Billstedt-Center präsentiert.

Aktionszelt auf der BilleVue mit Mitmach-Aktion

In einem großen Aktionszelt präsentierte sich das Projekt „Schau nach Osten“ am 29. und 30. September 2007 auf der BilleVue, dem mit rund 200.000 Besuchern größten Kultur- und Stadtteilstadtteil in Hamburgs Osten. Das im Zelt eingerichtete Café fungierte als Anlauf- und Treffpunkt für alle am Prozess beteiligten Akteure sowie für interessierte Bürger. Die Projektinhalte wurden in Form einer Ausstellung visuell aufbereitet und zentrale Projekte in einem Luftbild des Hamburger Ostens dargestellt und erläutert. Während der zwei Aktionstage besuchten mehrere hundert Bürger das Info-Café, zudem wurden rund 1.000 Stadtteil-Zeitungen an Passanten ver-



teilt. Als Publikums-Magnet erwies sich die Mitmach-Aktion „Ein Herz für Billstedt-Horn“, bei der 250 Lebkuchen-Herzen an Bürger verteilt wurden, die im Gegenzug 250 Ideen für den Hamburger Osten zu Papier brachten. Die Ergebnisse der Aktion wurden schriftlich ausgewertet und dem Bezirk zur Verfügung gestellt.

Internetauftritt als zentrales Informations- und Imagemedium

Der zur Zukunftskonferenz geschaffene Internetauftritt wurde kontinuierlich weiter ausgebaut und hat sich zum zentralen Informationsmedium für den Planungsprozess entwickelt, das die Planungsaktivitäten umfassend abbildet. 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.

Flächendeckende Information als verbindendes Element: die Zeitung

Zur flächendeckenden Information der Bürgerinnen und Bürger erschienen im Sommer 2007 und Frühjahr 2008 zwei weitere Ausgaben der zur Zukunftskonferenz entwickelten Stadtteil-Zeitung. In dem Blatt werden die jeweils aktuellen Themen und Projekte journalistisch aufbereitet und in einer Auflage von 45.000 Exemplaren an alle Haushalte und Läden im Entwicklungsraum verteilt. Die Zeitung wird insbesondere von den engagierten Bürgern sehr geschätzt. Deshalb soll das Blatt künftig um einen von Bürgern in Eigenregie redaktionell betreuten Teil erweitert werden. Das von einer Bürgergruppe initiierte Projekt „Stadtteil-Redaktion“ wird in enger Zusammenarbeit mit der Agentur SUPERURBAN dann vier der insgesamt zwölf Seiten erarbeiten.

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 gestaltet, gedruckt und in den entsprechenden Zielgebieten oder im gesamten Entwicklungsraum verteilt bzw. ausgehängt.

Für eine geplante Dauerausstellung „Schau nach Osten“ im Billstedt-Center mit einem Modell des Hamburger Ostens entwickelte SUPERURBAN eine Konzeptskizze. Die in Kooperation mit dem ECE-Center-Management konzipierte Ausstellung soll ggf. im Jahr 2009 umgesetzt werden.

Die Ergebnisse des Entwicklungskonzeptes werden in Form eines Posters von einem professionellen Zeichner in populärer Weise dargestellt und für jeden verständlich aufbereitet. Das In-



formationsposter wird die zentralen Inhalte des Entwicklungskonzeptes kurz zusammenfassen und kann in öffentlichen Einrichtungen, aber auch in privaten Haushalten aufgehängt werden.

Ausblick: Öffentlichkeitsarbeit für die Umsetzungsphase

Die während der Konzeptphase begonnene Öffentlichkeitsarbeit sollte 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. Um die Glaubwürdigkeit des Projektes nicht zu gefährden, sollte die Planungen weiter professionell begleitet werden.

In der Umsetzungsphase wird die Konkretisierung von Projektideen den Nachrichtenwert der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erhöhen – und damit auch stärker außerhalb von Billstedt und Horn wahrgenommen werden. Die geplanten attraktiven Einzelprojekte, wie z. B. die Themenspielfläche entlang der U3, sollten gezielt für die Imagebildung außerhalb des Hamburger Ostens eingesetzt werden.

Eine wichtige Aufgabe wird in der klugen Verknüpfung der planungsbegleitenden PR unter der Marke „Schau nach Osten“ mit den geplanten Image-Aktivitäten für den Hamburger Osten liegen. Im Zuge der Konzeptentwicklung für die Imagekampagne muss geprüft werden, wie die etablierte Marke „Schau nach Osten“ sowie die bislang eingesetzten Medien (Zeitung, Internetauftritt etc.) in die auch überregional ausgerichtete Kampagne integriert oder entsprechend weiterentwickelt werden können.

Die mittlerweile etablierten Medien Internetauftritt und Zeitung „Schau nach Osten“ bergen das Potenzial, sich von rein planungsbegleitenden Medien zu attraktiven Medien 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 etc. Analog zur Stadtteil-Redaktion der Infozeitung könnten engagierte Bürger diese Seiten über Redaktionssysteme eigenständig pflegen.

Insgesamt sollte das Engagement der an dem Projekt besonders interessierten Bürger noch stärker in die professionellen PR-Aktivitäten eingebunden werden. Beispielhaft steht dafür das Projekt „Stadtteil-Redaktion“, in dem die Zusammenarbeit mit den Bürgern erprobt werden wird.

Der Kreis der stark am Projekt interessierten Bürger und Institutionen ist mittlerweile auf deutlich mehr als 400 Personen angewachsen. Diese Gruppe stellt auch für die Umsetzungsphase das größte Potenzial dar und sollte noch intensiver als bislang in den Prozess mit einbezogen werden. Ein vom Sprecherrat des Forums vorgeschlagener monatlicher E-Mail-Newsletter mit Kurzmeldungen zu aktuellen Aktivitäten könnte den Informationsfluss noch einmal verbessern.



Eine weitere Aufgabe liegt in der dauerhaften Information der breiten Bevölkerung, die den Prozess bislang kaum oder gar nicht wahrnimmt. Hier kommt der geplanten Dauerausstellung „Schau nach Osten“ im Billstedt-Center in Kooperation mit dem Center-Management eine besondere Bedeutung zu. 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 Eventfläche im Billstedt-Center zur Verfügung zu stellen.