

Neue Impulse für die Flächen-Kommunikation:

Entwicklung der bundesweiten Informations- und Kommunikationsplattform „Aktion Fläche“



Dr. Michael Melzer

Raum & Energie

Institut für Planung, Kommunikation
und Prozessmanagement GmbH

www.raum-energie.de

25. November 2015

Referenzen *Institut Raum & Energie*

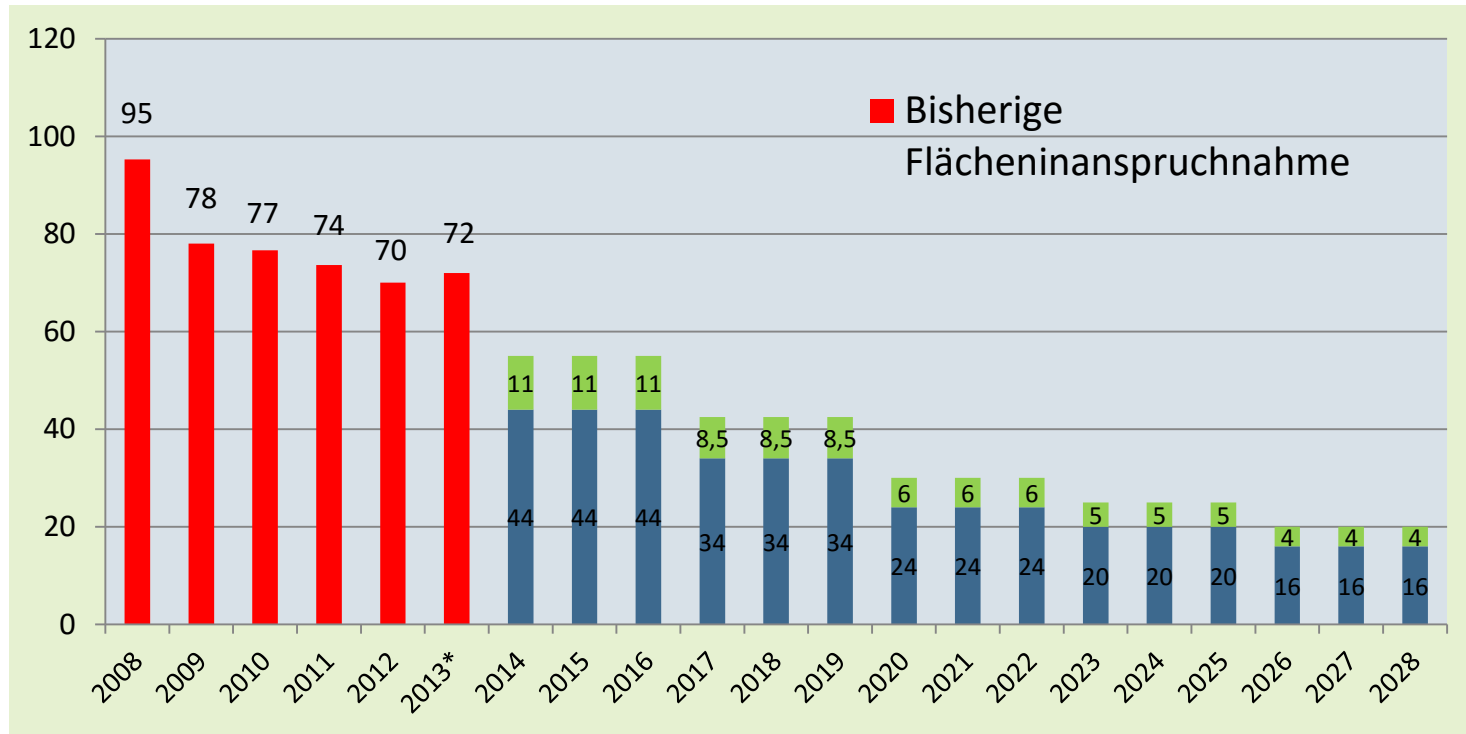
- **Modellvorhaben der Raumordnung**
 - „Raumentwicklungsstrategien Klimawandel“
 - Demografie und Infrastrukturanpassung
- **Bewusstseinswandel im Flächenverbrauch der Metropolregion Hamburg**
- **Planspiel Flächenhandel**
- **Dialogorientierte Entwicklungsstrategien für Kommunen und Regionen → z.B. Rheinisch-Bergischer Kreis**
- **Bürgerbeteiligung / Mediation in Planungsprozessen**



Ziel

Reduzierung der Neufächeninanspruchnahme:

- **Schrittweiser Rückgang auf bundesweit 30 Hektar pro Tag bis 2020**
(30-Hektar-Ziel der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie)



Quelle: IW Köln, Statistisches Bundesamt; * Eigene Schätzung auf Basis der Bautätigkeit

Ausgangsthese

Fläche ist kein Thema!

Fläche hat keine Lobby!

**Fläche ist ausschließlich
problemorientiert!**

Mit „Fläche“ gibt es keine Gewinner!

Ausgangsthese

Instrumente und Strategien zum „Flächensparen“ liegen vor

- Informationen sind zu komplex und verwissenschaftlicht
- Informationen fehlt emotionaler Wert
- Instrumente und Strategien bzw. deren Handhabbarkeit sind nicht bekannt

Grundüberlegung „Flächen-Kommunikation“

- Für das Thema Fläche sensibilisieren
- „The winner is“ – die Chancen für Politik, Kommune und die BürgerInnen betonen
- Verständliche Argumente mit emotionalem Wert bereitstellen
- Mit guten Beispielen überzeugen
- Das Netzwerk von „Flächenakteuren“ stärken



Mittendrin ist in!

KURZE WEGE MACHEN SCHULE!
Argumente und Hinweise für eine qualitätvolle Innenentwicklung

metropolregion hamburg   

Beispiel: Kommunikationsstrategie der MRH „Mittendrin ist in!“

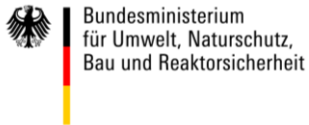
„Informations- und Kommunikationsplattform Fläche“ ||



Auftraggeber / Initiator:



Umweltbundesamt



Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Gutachterteam



Raum & Energie

Institut für Planung, Kommunikation und Prozessmanagement



Gröschel_Geheeb_ Responsible Branding GmbH



DEMOS

Gesellschaft für E-Partizipation mbH

Herangehensweise

Leitgedanken

- Es gibt eine Vielzahl sehr guter Argumente, Beispiele und auch Handlungsempfehlungen für eine sparsame Flächenpolitik.
- Es gibt auch eine Vielzahl von Informationsangeboten (Internet und Print).
- Die überwiegende Zahl der verantwortlichen Akteure befürwortet auch „im Prinzip“ eine sparsame Flächenpolitik.
- Warum schaffen wir es dann nicht, die Neuflächeninanspruchnahme deutlich zu reduzieren?

Grundüberlegungen

Zielgruppe

- kommunale Verwaltung und Politik
 - Bereits sensibilisierte kommunale Akteure benötigen praxisnahe Info- und Beratungsangebote sowie Instrumente.
 - Noch themenferne, aber interessierte kommunale Akteure sollen für den Schutz der Ressource Fläche sensibilisiert werden

Positionierung

- strategische Verknüpfung zwischen
 - der Sensibilisierung für das Thema Fläche durch *Botschaften, Dialogelemente und kurze Teaser (Kampagnenansatz)*
 - mit vertieften *Hintergrundinformationen, Werkzeugen und Praxisbeispielen (Fachmagazin / Journal)*.

Grundüberlegungen

Format:

- Aufbereitung weitestgehend vorhandener Informationen in Kurzform und Verweis auf Originalquelle für weitere/vertiefte Informationen
- Dialog- und Beteiligungsformen

Öffentlichkeitsarbeit / Kampagne

- Öffentlichkeitswirksame Einführung
- Bundesweite Medienoffensive

Kernbotschaften und Inhalte

Positionierung

Drei Zielsetzungen:

1. kompaktes Informations- und Praxisangebot mit hoher Nutzenorientierung für Kommunen:

- Zugeschnitten auf kommunale Flächenakteure
- Kontinuierliche Aktualisierung und Erweiterung der Angebote
- Konzentration auf praxisrelevante Themen, Instrumente und Beispiele

2. prägnante Botschaften zur Sensibilisierung:

- Formulierung von Zielen, die eine Identifikation der Zielgruppe erlauben
- markenartige Konzentration auf wenige, eingängige Botschaften mit Handlungscharakter („Veränderung zu einer nachhaltigen Flächenpraxis“)
- Verdichtung der Botschaften in einem Aktionslabel (Slogan, Motto)

3. Aktive Einbindung der Zielgruppe und Community:

- Dialog- bzw. Beteiligungsformen
- Formate zum gegenseitigen Erfahrungs- und Wissensaustausch

Kernbotschaften

- **Ökonomische Dimension: „Fläche sparen lohnt sich“**
nachhaltige Flächenpolitik reduziert (Folge-)Kosten für Kommunen und öffentliche Haushalte
- **Ökologische Dimension (inkl. Klimawandel): „Freie Flächen schützen unsere Lebensgrundlagen“**
Verständnis als gesamtgesellschaftliche Ressource und Wert, Freiflächen und ihre Bedeutung für Umwelt- und Bodenschutz, Erholung und Tourismus, Klimaschutz und Klimaanpassung
- **Soziale Dimension: „Innenentwicklung verbessert unsere Lebensqualität“**
Wiederbelebung von Innenstädten und Dörfern durch Erschließen von Potenzialen in Zentren, Reduzierung von Verkehr und damit verbundenen Belastungen für Mensch und Umwelt
- **Rahmenbotschaft: „Nicht mehr als 30 Hektar“**
gemeinsames Engagement für Erreichung des 30-Hektar-Ziels (ist zwar ein wichtiges politisches Ziel, aber auch abstrakt)

Inhalte: Themenschwerpunkte

Drei Themenbereiche

- Startseite
- **Flächenmanagement**
- Werkzeuge
- Aus der Praxis

Weitere Formate

- Dialog
- Service
- Initiative

- **Flächensparen jetzt**
 - Zielsetzung
 - Veranstaltungen / Termine / „aktuelle“ Inhalte
- **Hintergrund Flächenverbrauch**
 - Flächenverbrauch BRD
 - Herausforderungen
 - Argumente / Nutzen von Innenentwicklung
 - 30ha-Ziel des Bundes
- **Themenfelder**
 - Innenentwicklung
 - Flächenrecycling
 - Kosten und Nutzen
 - Klimaschutz und -anpassung
 - Umweltschutz

Inhalte: Themenschwerpunkte

Drei Themenbereiche

- Startseite
 - Flächenmanagement
 - **Werkzeuge**
 - Aus der Praxis
-
- **Planung**
 - **Information**
 - **Ökonomische Anreizinstrumente**
 - **Kommunikation und Aktivierung**

Weitere Formate

- Dialog
- Service
- Initiative

Inhalte: Themenschwerpunkte

Drei Themenbereiche

- Startseite
 - Flächenmanagement
 - Werkzeuge
 - **Aus der Praxis**

- **Beispiele zur Flächenpraxis von Kommunen**
 - Planung
 - Information
 - Kosten und Nutzen
 - Kommunikation und Aktivierung
- **Kommunen im Portrait**
- **Bundesweiter Flächen-Atlas**

Weitere Formate

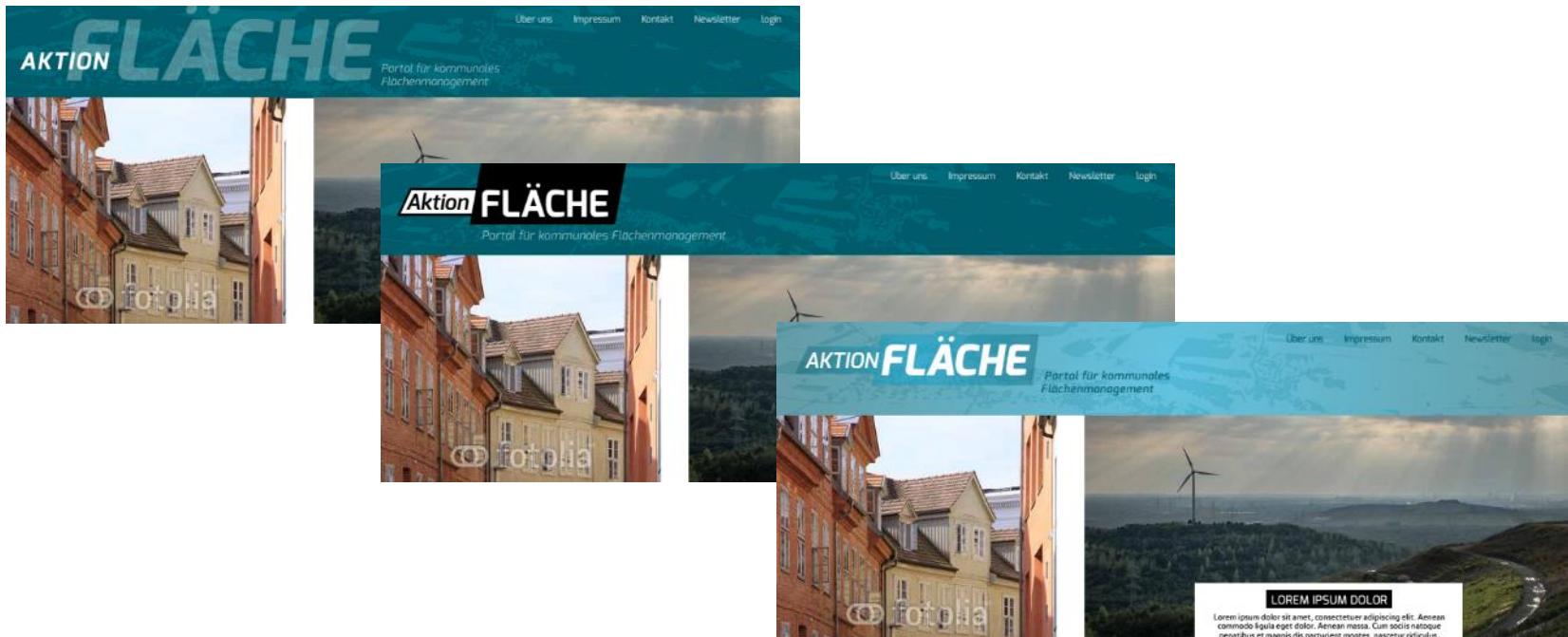
- Dialog
- Service
- Initiative

Domain und Label

Domain und Label

Bewertung der Domain mit Blick auf Positionierung

- www.aktion-flaeche.de - Portal für kommunales Flächenmanagement
 - Aktionscharakter wird reklamiert; dieses ‚Versprechen‘ gilt es zu füllen
 - Kurz und einprägsam
 - Als Label für spätere Kampagnen geeignet



Gestaltung und Anordnung der Seiten

Konzeption

Gestaltung und Auftritt

- Aufgaben des Design:
 - Vermittlung der Positionierung des Portals
 - (Wieder-)Erkennbarkeit des Angebots

- Gestaltungslinie
 - Großzügiges, flächiges Layout
 - Magazinartige Aufbereitung (Bild, Headline plus Kurztext als „Anreißer“ für Beitrag)

- Bildsprache
 - Aufmacher-Bilder für Kernthemen (s. Startseite)
 - Fotografie mit Reportage-Charakter (Magazinstil)

Konzeption

Tonalität und Sprache

- Praxisnahe und prägnante Ansprache der Zielgruppe
 - Klare Strukturierung der Inhalte
 - Einsatz von erzählerischen Elementen (Story-Telling)
 - Lebensnahe, sympathische Sprache
 - Haltung zeigen

Layout und Erschließungswege der Plattform

Erschließung

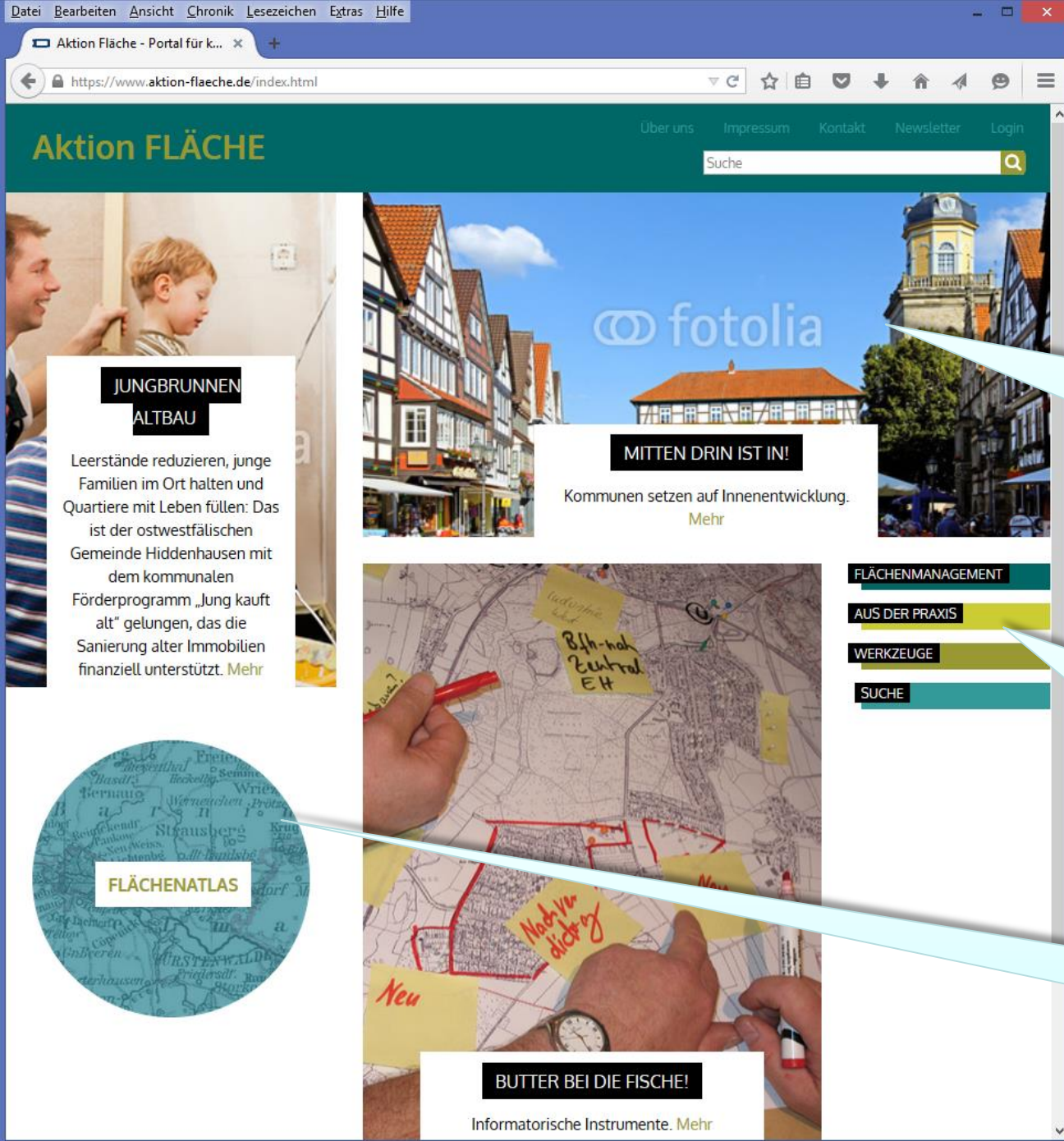
Erschließung der Seite über

- Startseite
- Einzelartikel und weiterführende Artikel
- Karte
- Themenbereich
- Suche

A) Erschließung über Startseite

www.aktion-flaeche.de

- z.B. durch Bekanntmachung in Printmedien



JUNGBRUNNEN ALTBAU

Leerstände reduzieren, junge Familien im Ort halten und Quartiere mit Leben füllen: Das ist der ostwestfälischen Gemeinde Hiddenhausen mit dem kommunalen Förderprogramm „Jung kauft alt“ gelungen, das die Sanierung alter Immobilien finanziell unterstützt. [Mehr](#)

MITTEN DRIN IST IN!

Kommunen setzen auf Innenentwicklung. [Mehr](#)

FLÄCHENATLAS

FLÄCHENMANAGEMENT

AUS DER PRAXIS

WERKZEUGE

SUCHE

BUTTER BEI DIE FISCH!

Informatorische Instrumente. [Mehr](#)

Aktuelle Artikel der 3 Themenbereiche

„Menüleiste“ der 3 Themenbereiche

Flächenatlas o.ä.

D) Erschließung über Themenbereich

www.aktion-flaeche.de/flaechenmanagement

- z.B. durch Google-Suche zum Stichwort „Flächenmanagement“
- z.B. Klick auf Menü „Flächenmanagement“

Flächenmanagement



Mitten drin ist IN!

Kommunen setzen auf Innenentwicklung

Was macht man, wenn Innenstädte und Ortskerne veröden, immer mehr Geschäfte und Häuser Leer stehen? Wie können Kommunen diese ‚Kern-Flucht‘ stoppen oder womöglich sogar eine Trendwende einleiten? [Mehr](#)



Jungbrunnen Altbau

Hiddenhausen fördert Innenentwicklung

Leerstände reduzieren, junge Familien im Ort halten und Quartiere mit Leben füllen: Das ist der ostwestfälischen Gemeinde Hiddenhausen mit dem kommunalen Förderprogramm „Jung kauft alt“ gelungen, das die Sanierung alter Immobilien finanziell unterstützt. [Mehr](#)



Butter bei die Fische!

Informatorische Instrumente

Nachhaltige Siedlungs- und Flächenpolitik lebt von den Informationen über Entwicklungspotentiale und einer Transparenz der Folgekosten von Projekten. Wie erhält man ein solides Fakten-Gerüst für die Planung? Welche Folgekosten sind zu berücksichtigen? [Mehr](#)

FLÄCHENMANAGEMENT

AUS DER PRAXIS

WERKZEUGE

SUCHE

Listung relevanter Seiten mit Bild und Kurztext

B) Erschließung über Einzelartikel

www.aktion-flaeche.de/jungbrunnen-altbau

- z.B. Verlinkung von anderen Webseiten
- z.B. interne Verlinkungen etc.

File Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

Aktion Fläche - Portal für k... x Aktion Fläche - Portal für k... x +


https://www.aktion-flaeche.de/detail-artikel.html

Über uns Impressum Kontakt Newsletter Login

Aktion FLÄCHE

Suche

Jungbrunnen Altbau



Hiddenhausen fördert Innenentwicklung

Leerstände reduzieren, junge Familien im Ort halten und Quartiere mit Leben füllen: Das ist der ostwestfälischen Gemeinde Hiddenhausen mit dem kommunalen Förderprogramm „Jung kauft alt“ gelungen, das die Sanierung alter Immobilien finanziell unterstützt.

Wie stoppt man den Wegzug junger Einwohner und den Leerstand in Altimmobilien? Die Gemeinde Hiddenhausen (rund 20.000 Einwohner) hat darauf bereits im Jahr 2007 mit einem innovativen Förderprogramm geantwortet: „Jung kauft alt“ bietet jungen Paaren und Familien lukrative

Anreize, um vor Ort eine Bestandsimmobilie zu erwerben und zu sanieren. Zusätzlich wird die Erstellung eines Altbau-Gutachtens gefördert, um die häufig bestehende Unsicherheit über den Sanierungsaufwand älterer Immobilien zu mindern. Mit dem Förderprogramm soll das Interesse „weg vom Neubau – hin zum Altbau“ gelenkt werden.

Jung kauft alt: 9000 EUR pro Familie

- Junge Familien erhalten beim Erwerb einer mindestens 25 Jahre alten Immobilie oder für den Abbruch eines Altbaus und die Errichtung eines Ersatzneubaus an gleicher Stelle eine maximale Förderung von 9.000 Euro, verteilt auf 6 Jahre.

Die Maßnahme hat dazu beigetragen, die Leerstände von Altimmobilien im Ort zu reduzieren. Insbesondere junge Familien haben ältere Häuser erworben und gewachsene Quartiere wieder belebt. Die vorhandene Infrastruktur - Kindergärten und Schulen eingeschlossen – wird wieder besser ausgelastet und die voranschreitende Alterung in der

Einordnung
Blickpunkt Praxis >> Kosten und Nutzen

Schlagworte
Beispiel
Kosten
Innenentwicklung

Redaktion
Anna Müller

Veröffentlicht
13.3.2015

FLÄCHENMANAGEMENT

AUS DER PRAXIS

WERKZEUGE

SUCHE

Inhaltsseite

- Großzügiges, flächiges Layout
- Magazinartige Aufbereitung

Titel

Teaser

Bild

Text

Die Maßnahme hat dazu beigetragen, die Leerstände von Altimmobilien im Ort zu reduzieren. Insbesondere junge Familien haben ältere Häuser erworben und gewachsene Quartiere wieder belebt. Die vorhandene Infrastruktur - Kindergärten und Schulen eingeschlossen – wird wieder besser ausgelastet und die voranschreitende Alterung in der Kommune abgemildert. Zwischen 2007 und 2012 förderte Hiddenhausen den Erwerb von 180 Altbauten sowie die Erstellung von 23 Altbaugutachten. Das Programm sorgte dafür, dass nicht nur junge Familien im Ort gehalten, sondern auch junge Neubürger gewonnen wurden: 62 Prozent der geförderten Haushalte sind zugezogen. Das Projekt wurde mehrfach ausgezeichnet und gilt als Vorbild für viele Kommunen in Deutschland.

Hiddenhausener Jungbrunnen

Informieren Sie sich über das Hiddenhausener Förderprogramm „Jung kauf alt“ unter: <http://www2.hiddenhausen.de/Hiddenhausen/Wohnen/Bauen/Jung-kauf-Alt>

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Homburg
Gemeinde Hiddenhausen
Rathausstraße 1
32120 Hiddenhausen
Tel.: (05221) 96 42 52
Email: a.homburg@hiddenhausen.de

Weiterführende Informationen

Quellen und weiterführende Informationen

Mitten drin ist IN!



Kommunen setzen auf Innenentwicklung

Was macht man, wenn Innenstädte und Ortskerne veröden, immer mehr Geschäfte und Häuser leer stehen? Wie können Kommunen diese ‚Kern-Flucht‘ stoppen oder womöglich sogar eine Trendwende einleiten? [Mehr](#)

Warum wir weniger Fläche verbrauchen sollten



Innenentwicklung bietet zahlreiche Vorteile für Kommunen und Bevölkerung

Mit gezielter Innenentwicklung schont man die Umwelt, steigert die Lebensqualität der Menschen und spart Kosten. Davon haben alle was – Kommunen und Bevölkerung. [Mehr](#)

Butter bei die Fische!



Informatorische Instrumente

Nachhaltige Siedlungs- und Flächenpolitik lebt von den Informationen über Entwicklungspotentiale und einer Transparenz der Folgekosten von Projekten. Wie erhält man ein solides Fakten-Gerüst für die Planung? Welche Folgekosten sind zu berücksichtigen? [Mehr](#)

Aktivierung tut not



Mehr Action für Innenentwicklung



Crailsheim fördert "Abbrecher"





Wohnungsmangel bekämpfen und Flächen sparen



In vielen Ballungsgebieten lastet auf Kommunen ein erheblicher Siedlungsdruck. Mieten und Bodenpreise steigen immer weiter. Wohnungsmangel bekämpfen und Flächen sparen – lässt sich das miteinander vereinbaren?

Die demografische Entwicklung verläuft in Deutschland regional sehr unterschiedlich. Während in einigen Regionen die Bevölkerung schrumpft und Leerstände zunehmen, „leiden“ andere Regionen an Bevölkerungswachstum und

Wohnungsmangel. Dies betrifft vor allem größere Städte und Ballungsräume, auf die sich dank ihres wirtschaftlichen Wachstums auch der Zuzug von Menschen konzentriert. Das führt in vielen Fällen zu einem starken Siedlungsdruck – mit steigenden Mieten und Grundstückspreisen. Um den Wohnungsmangel zu bekämpfen, müssen neue Wohnungen gebaut werden.

Nachverdichtung ist der Schlüssel

Häufig ist zur Bekämpfung des Wohnungsmangels keine Bebauung von Freiflächen nötig: Nachverdichtung macht's möglich!

So können bestehende Gebäude erweitert werden, zum Beispiel durch den Ausbau von Dachgeschossen. Der Wohnungsbestand kann auch durch größere Neubauten oder eine insgesamt dichtere Bebauung vergrößert werden. Außerdem finden sich in vielen Städten und Gemeinden Konversionsflächen, die sich zur Wohnnutzung eignen.

Ein Paradebeispiel für diese Art der Nachverdichtung ist die Stadt Pfaffenhofen an der Ilm, ein beliebter Wohnort für Pendler nach München und Ingolstadt. Der Stadt mit knapp 25.000 Einwohnern ist es in den letzten Jahren gelungen, in Baulücken und auf größeren Brachflächen 450 Wohneinheiten für 1.000 bis 1.300 Einwohner zu schaffen.

Flächensparen in Neubaugebieten

Und wenn die Möglichkeiten für die Innenentwicklung ausgereizt sind und neue Baugebiete nicht zu vermeiden sind? Dann gilt es, die wertvollen Neubauflächen bestmöglich zu nutzen, auch damit die Preise bezahlbar bleiben. Neue Siedlungen (und ebenso Gewerbegebiete) müssen flächensparend geplant werden - aus ökonomischen und ökologischen Gründen.

Möglichkeiten dafür gibt es viele: Reihen- und Doppelhäuser oder familiengerechte Mehrfamilienhäuser eignen sich als flächensparende Bauformen. Der Erschließungsaufwand kann durch gemeinsam angelegte Stellplätze oder den Bau von Tiefgaragen verringert werden. Gleichzeitig erleichtert ein verdichtetes Bauen mit einer gebündelten Erschließung einen effizienten Anschluss an das ÖPNV-Netz.

Einordnung

[Blickpunkt Praxis >> Kosten und Nutzen](#)

Schlagworte

[Beispiel](#)
[Kosten und Nutzen](#)
[Innenentwicklung](#)

Redaktion

Anna Müller

Veröffentlicht

13.3.2015

FLÄCHENMANAGEMENT

AUS DER PRAXIS

WERKZEUGE

SUCHE

Quellen und weiterführende Informationen

Mitten drin ist IN!



Kommunen setzen auf Innenentwicklung

Was macht man, wenn Innenstädte und Ortskerne veröden, immer mehr Geschäfte und Häuser leer stehen? Wie können Kommunen diese ‚Kern-Flucht‘ stoppen oder womöglich sogar eine Trendwende einleiten? [Mehr](#)

Warum wir weniger Fläche verbrauchen sollten



Innenentwicklung bietet zahlreiche Vorteile für Kommunen und Bevölkerung

Mit gezielter Innenentwicklung schont man die Umwelt, steigert die Lebensqualität der Menschen und spart Kosten. Davon haben alle was – Kommunen und Bevölkerung. [Mehr](#)

Butter bei die Fische!



Informatorische Instrumente

Nachhaltige Siedlungs- und Flächenpolitik lebt von den Informationen über Entwicklungspotentiale und einer Transparenz der Folgekosten von Projekten. Wie erhält man ein solides Fakten-Gerüst für die Planung? Welche Folgekosten sind zu berücksichtigen? [Mehr](#)

Aktivierung tut not



Überzeugende Strategien stärken Innenentwicklung

Im Bestand gibt es genügend Baulücken und Nachverdichtungspotenziale, genutzt werden aber nur die wenigsten. Meist fehlt es an Informationen über die Absichten der Grundstückseigentümer. Zudem ist die Entwicklung im Innenbereich mit hohem Beratungs- und Planungsaufwand verbunden. [Mehr](#)

Mehr Action für Innenentwicklung



Erfolgreiche Handlungshilfen für Kommunen

Baulücken und Nachverdichtungspotenziale gibt es viele – nur an der Aktivierung hapert es. Dieses Problem kennen die meisten Kommunen in Deutschland. Für eine Trendwende sorgen die ‚Handlungshilfen für eine aktive Innenentwicklung‘, die in vier baden-württembergischen und bayerischen Kommunen entwickelt wurden. [Mehr](#)

Crailsheim fördert "Abbrecher"

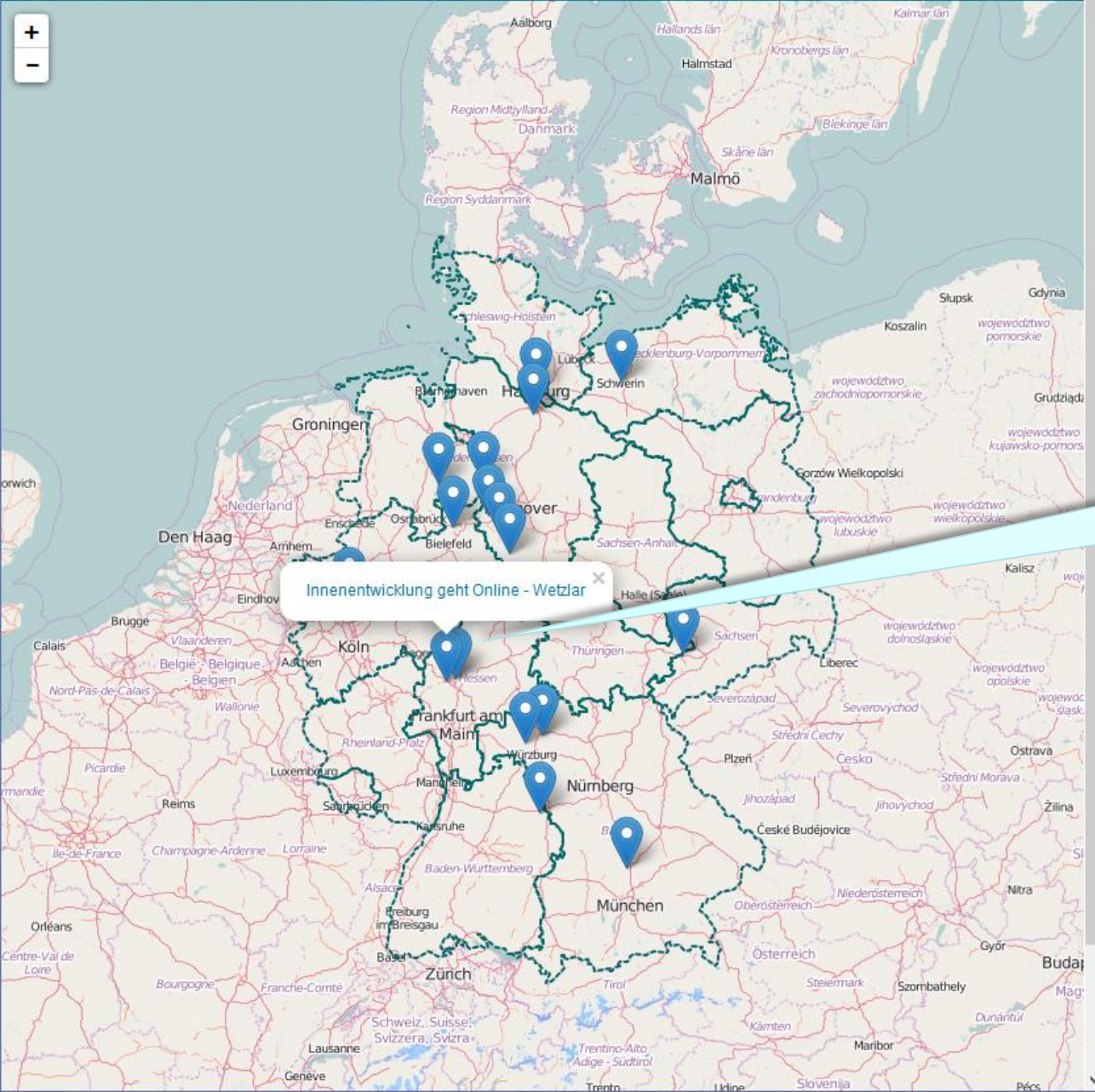


Innenentwicklungsumlage finanziert Abbruchkosten

Abbruchkosten hemmen eine neue Bebauung vieler Entwicklungsflächen im Innenbereich. Daher bezuschusst die Stadt Crailsheim den Abriss von Altimmobilien – finanziert durch eine ‚Innenentwicklungsumlage‘, die beim Kauf von Grundstücken im Außenbereich erhoben wird. [Mehr](#)

C) Erschließung über Karte

www.aktion-flaeche.de/karte



Verortung und Verlinkung aller Beispiele

E) Erschließung über Suche

www.aktion-flaeche.de/suche?q=Kosten

Aktion FLÄCHE

Ihre Suche nach **Kosten** ergab 4 Treffer.

Filtern nach Schlagworten



Butter bei die Fische!

Informatorische Instrumente

Nachhaltige Siedlungs- und Flächenpolitik lebt von den Informationen über Entwicklungspotentiale und einer Transparenz der Folge **kosten** von Projekten. Wie erhält man ein solides Fakten-Gerüst für die Planung? Welche Folge **kosten** sind zu berücksichtigen? [Mehr](#)

- Aktion Fläche
- Baurecht
- Flächenverbrauch
- Umweltschutz
- Kosten und Nutzen
- Planung
- Aktivierung
- Flächenrecycling
- Werkzeug
- Kommune im Portrait

Anwenden Zurücksetzen

FLÄCHENMANAGEMENT

AUS DER PRAXIS

WERKZEUGE

SUCHE



Warum wir weniger Fläche verbrauchen sollten

Innenentwicklung bietet zahlreiche Vorteile für Kommunen und Bevölkerung

Mit gezielter Innenentwicklung schont man die Umwelt, steigert die Lebensqualität der Menschen und spart **Kosten**. Davon haben alle was – Kommunen und

Bevölkerung. [Mehr](#)



Crailsheim fördert "Abbrecher"

Innenentwicklungsumlage finanziert Abbruch **kosten**

Abbruch **kosten** hemmen eine neue Bebauung vieler Entwicklungsflächen im Innenbereich. Daher bezuschusst die Stadt Crailsheim den Abriss von Altimmobilien – finanziert durch eine „Innenentwicklungsumlage“, die beim Kauf von Grundstücken im Außenbereich erhoben

wird. [Mehr](#)



Kalkulieren statt Experimentieren

Folge **kosten** Schätzer rechnet für Kommunen

Wie viele Bauplätze brauchen wir wirklich? Wie teuer wird die Infrastruktur für das geplante Baugebiet, und welche Folge **kosten** belasten Kommune, Bürger und Grundstückseigentümer dauerhaft? Zellingen rechnet mit der innovativen Software Folge **kosten** Schätzer nach.

Liste relevanter Artikel mit Überschrift, Kurzttext und Bild

Eigenschaften der Plattform

Aus Redakteurssicht

- Meine Leser erschließen die Artikel primär über verwandte Inhalte.
- Thematische Navigation und Suche stehen eher im Hintergrund.
- Die Plattform passt sich an inhaltliche Fokusveränderungen dynamisch an.

Aus Nutzersicht

- Ich steige zunächst über Inhalte ein. Bei Bedarf nutze ich Suche und Navigation.
- Die Plattform bietet mir überwiegend Inhalte an, die zu meinem Fokus passen.
- Bei Interesse habe ich schnell Zugriff auf Originalquellen.

Medienoffensive

Zielsetzung

Minimalziel

- Einführung u. Bekanntmachung der neuen Informations- und Kommunikationsplattform www.aktionflaeche.de
- Vermittlung des Informations- und Praxisangebots zum Thema Fläche

Basisziel

- Sensibilisierung bzw. Aktivierung von Kommunen und kommunalen Stakeholdern, sich für Flächensparen einzusetzen
- Kommunikation von überregionalen Flächenaktionen, wie z.B. Aktion Flächensparen oder Flächenzertifikate

Plus

- Einbindung von Kommunen und kommunalen Stakeholdern in die Öffentlichkeitsarbeit der Medienoffensive

Module für Medienoffensive

- **Modul „Minimal“**

Maßnahmen ermöglichen eine Bekanntmachung und Bewerbung der Plattform für jeweilige Zielgruppen – bei Einsatz von begrenzten Mitteln

- **Modul „Basis“**

Umfassendere Bekanntmachung und Bewerbung der Plattform über unterschiedliche Formate sowie über Social-Media (erster Einbezug von Flächenakteuren)

- **Modul „Plus“**

Maßnahmen verstärken die Bekanntmachung und Bewerbung der Plattform und ermöglichen (überregionale) Sensibilisierung und Einbindung von Flächenakteuren

- **Aktion „Woche der Fläche“**

Aktivierung und Einbindung von Flächenakteuren steht hier im Vordergrund; zur Einführung und Etablierung als regelmäßiges Format ist zunächst höherer Aufwand, Personaleinsatz und Finanzmittel erforderlich

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Raum & Energie

Institut für Planung, Kommunikation
und Prozessmanagement GmbH

Dr. Michael Melzer

www.raum-energie.de