

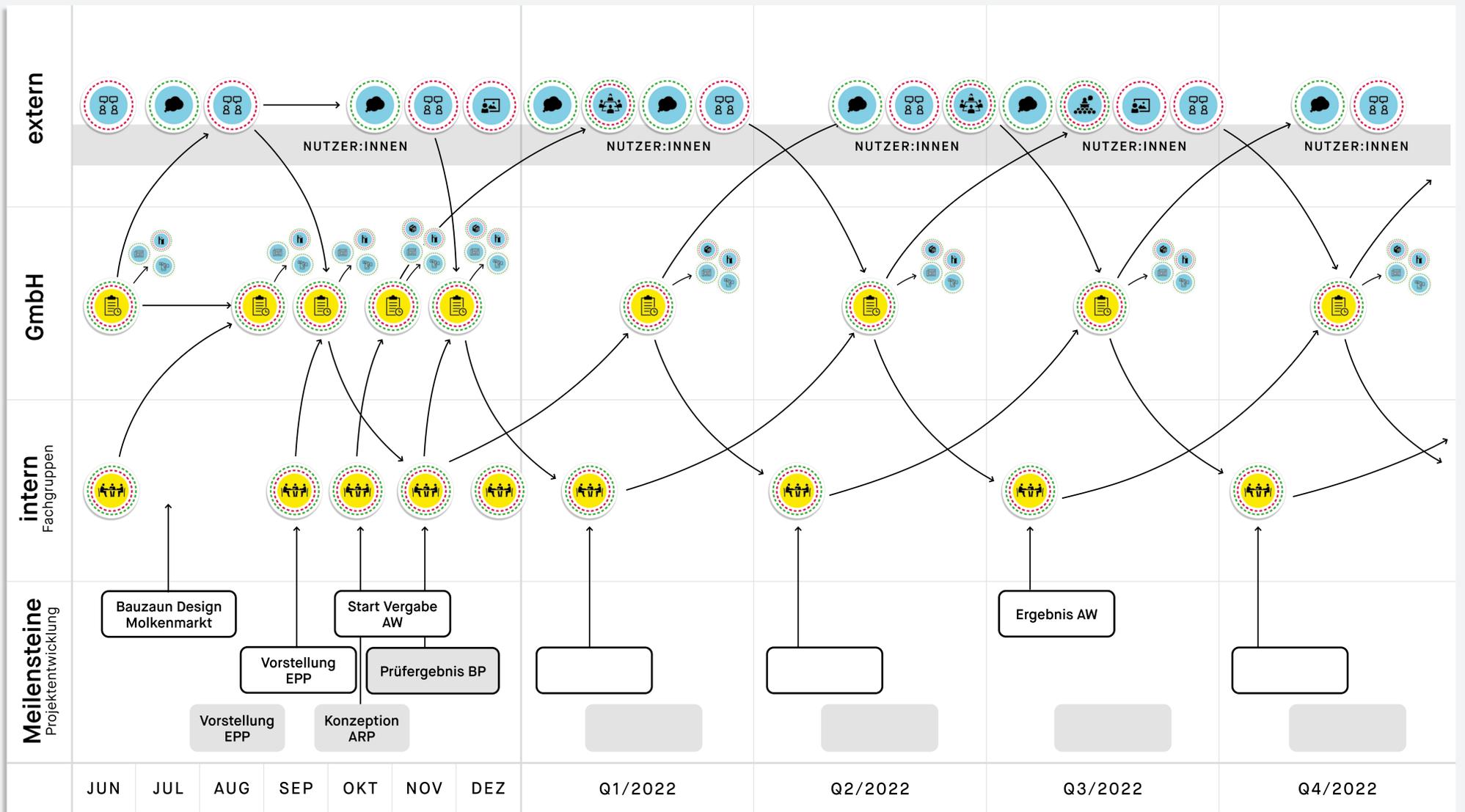
Alte Münze Kommunikations-Kompass

Multiplicities

Prozess-Fahrplan

Der Prozess-Fahrplan zeigt das Prinzip des Kommunikations-Kompasses, das von drei wesentlichen Kommunikationsebenen in der Darstellung ausgeht: intern – GmbH – extern. Nach Ingangsetzung sollte sich der Prozess in einem stetigen Rhythmus von Abstimmungen (Jour Fixes, interne Fachgruppe), Formaten und Maßnahmen (jeweils differenziert in Online und Offline) ein-

spielen, welche sich anlass-, bedarfs- und sachbezogen aus der Ebene der Projektentwicklung der Alten Münze ergeben ('Meilensteine'). In 'Format-Steckbriefen' werden fünf vorgeschlagene Formatvorschläge zusammengefasst als Basis für die mögliche Weiterentwicklung.



Maßnahmen & Formate

- Bedarfsplanung
- Architektenwettbewerb
- offline
- online
- intern
- extern

- Video-Botschaft**
Einladungs- und Nachrichten-Format zur Ankündigung wichtiger Updates, Initiativen, Veranstaltungen, Einsatz in Social-Media-Kanälen (Video-Statement oder Interview)
- Dialog Atelier**
Vor-Ort Format für informellen Austausch, Workshops, Diskurs – "Raum für Dialog" (zeitlich & räumlich) am Ort und mit Menschen des Geschehens
- Konferenz**
Öffentliche Konferenz der Alten Münze mit thematischem Fokus – Konzeption als Stadtforum für Berlin und/oder internationales Symposium („Premium-Format“)
- Ausstellung**
Ausstellung am Ort des Geschehens für Menschen des Geschehens; informierend und Dialog fördernd; Kommunikation im Raum & Leitsystem
- Info-Toolkit**
Inhaltliche Konzeption und gestalterische Entwicklung eines Info-Tool-Kits unter Berücksichtigung des CI: als integriertes, medienübergreifendes, wachsendes Set
- Jour Fixe**
Interne, ressortübergreifende Besprechung; Zielsetzung: gegenseitiges Update & Ausblick, Entscheidungs-Generator & Redaktionssitzung
- Interne Fachgruppe**
Interne, interdisziplinäre Besprechung der Fachgruppe (SenKE, SenSW, BIM, Bezirk, Denkmalschutz etc); Zielsetzung: Fachinterne Beratung & Vorbereitung von Entscheidungen
- Pressekonferenz**
Pressekonferenz (online oder analog) vor oder im direkten zeitlichen Umfeld von relevanten Veranstaltungen und Aktivitäten
- Pressemitteilung**
Pressemitteilung (online) vor und im direkten zeitlichen Umfeld von relevanten Entscheidungen, Veranstaltungen, Aktivitäten mit Querverlinkung zu Website/Social
- Pressebericht/Report**
Presseberichte und Reporting nach relevanten Veranstaltungen und Aktivitäten mit Verlinkung zu Website-Dokumentation/Social/ Foto- und Filmdokumentationen
- Website/Social Media**
Weiterentwicklung der Website & Social Media sowie regelmäßige Aktualisierung & Pflege (z.B. Entwicklung weiterer Online-Formate, z.B. Podcast)
- Newsletter/Posting**
Regelmäßige E-Newsletter mit laufender Information und Verlinkung zu Website, Social-Media, Veranstaltungs- und Informationsangeboten

Format-Steckbriefe

1. Video Botschaft	2. Dialog Atelier (AT)	3. Konferenz	4. Ausstellung	5. Info Tool-Kit
<p>Intro/Kurzbeschreibung Die Video-Botschaft ist ein Einladungs- und Nachrichten-Format für die Ankündigung wichtiger Updates, Initiativen, Veranstaltungen rund um die Alte Münze für den Einsatz in Social-Media-Kanälen (ca. 2 min, Statement oder Interview, anschluss- und reifenfähig). Diese wirkt – in persönlicher Umsetzung durch den Kultursenatorin – als direkte Ansprache mit dem Verweis auf weiterführende Information ("Teaser-Film").</p> <p>Kommunikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingangsetzung der Kommunikation, im Fokus: Online-Kommunikation • Digitalen Resonanzraum schaffen als Basis für vertrauensvolle und transparente Kommunikation und Information <p>Themenbezüge & Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtiges Kurz-Update/Statement zum Status Quo & Themen • Inhalt & Themen-Fokus wird nach Aktualität, Relevanz & Bedarf gesetzt <p>Anzahl Teilnehmende Unbegrenzt</p> <p>Frequenz ca. quartalsweise</p>	<p>Intro/Kurzbeschreibung „Der Jourfix der Alten Münze“: Dialog am Ort des Geschehens und mit Menschen/Akteuren des Geschehens und potenzielle externe Expertise/Impulsgebendes, informierend und Dialog fördernd, kontinuierliches, wiederkehrendes Angebot: variabel einsetzbar und skalierbar und ressourcensensibel (in Aufwand & Kosten, perspektivisch: wachsend)</p> <p>Kommunikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auftaktveranstaltung = Ingangsetzung der Kommunikation vor Ort • Resonanzraum, als "Raum für Wider-halt, Raum für Gesprächige (zeitlich und räumlich) schaffen als Basis für vertrauensvollen & transparenten Dialog <p>Themenbezüge & Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Update zu Themen • Themen-Fokus wird nach Aktualität, Relevanz & Bedarf gesetzt • Wechselnde Fragestellung <p>Anzahl Teilnehmende ca. 25 bis 40, perspektivisch wachsend, Schnittstelle zur Website & Social Media</p> <p>Frequenz Halbjährlich bis quartalsweise</p>	<p>Intro/Kurzbeschreibung Konferenz der Alten Münze mit thematischem Fokus (z.B. „Bedeutung von Kreativ- und Kulturquartieren für Berlin und international“, „Jeweils Orte für zeitgenössische improvisierte Musik“ etc.) – Konzeption als Stadtforum für Berlin und/oder internationales Symposium</p> <p>Kommunikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtstädtisches Update zur Alten Münze im Kontext der Stadtentwicklungspläne Berlins • Überregionale Wirksamkeit/Reichweite • Internationale Wirksamkeit/Reichweite <p>Themenbezüge & Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesamt-Update im städtischen und internationalen Kontext • Themen-Fokus wird z.B. als Jahresthema gesetzt <p>Anzahl Teilnehmende Ca. 200 bis 300, perspektivisch wachsend</p> <p>Frequenz Jährlich, Pilot im Herbst 2022</p>	<p>Intro/Kurzbeschreibung Ausstellung am Ort des Geschehens für Menschen des Geschehens sowie Nachbar*innen und Besucher*innen; informierend und Dialog fördernd; kontinuierliches, auffindbares Angebot für Information und Kommunikation im Raum. Prinzip: "Vom Bauzaun, zur Infobox bis zum Quartiers-Management (in Aufwand & Kosten, wachsendes Format)".</p> <p>Kommunikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingangsetzung der Information & Kommunikation vor Ort/ im urbanen Raum • Informationsort mit Wiedererkennungswert und als Orientierungshilfe (Leitsystem) schaffen <p>Themenbezüge & Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laufende Updates zu Orten & Themen der AM • Themen-Fokus wird nach Relevanz & Bedarf gesetzt, erweiterbar z.B.: Integration einfacher Umfragen mit Schnittstelle zu Website/Social <p>Anzahl Teilnehmende Unbegrenzt</p> <p>Frequenz Fortlaufend wachsend, Pilot: Ende 2021</p>	<p>Intro/Kurzbeschreibung Inhaltliche Konzeption und gestalterische Entwicklung eines Info-Tool-Kits unter Berücksichtigung des CI: als integriertes, medienübergreifendes Set aus Broschüre, Themen-Engeln, Info-Flyer, Einladungsseiten, Presseapp sowie Infografiken & „Veröffentlichungszeichnungen“ (skalierbares, wachsendes Format)</p> <p>Kommunikationsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leicht verfügbare und inhaltlich zugängliche Informationsangebote • Inhaltliche Übersicht und Orientierung im komplexen Projektprozess und Gebäudeensemble <p>Themenbezüge & Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtüberblick und laufende Updates zu den Orten & Themen der Alten Münze • Themen-Fokus wird anlass-, sach- und bedarfsorientiert gesetzt • Integration einfacher Umfragen mit Schnittstelle zu Website/Social <p>Anzahl Teilnehmende Unbegrenzt</p> <p>Frequenz Ausschreibung für Start ab Herbst 2021</p>