

Öffentlichkeitsarbeit der Rennbahngemeinde Hoppegarten

Bestand · Handlungsbedarf · Zielbild

**Kommunikation
sichtbar machen.
Informationen besser
ordnen.
Digitale Reichweite
aufbauen.**

Arbeitsstand · September 2026

Ausgangspunkt / Bestandsaufnahme

Die Bestandsaufnahme trennt deshalb drei Fragen:

1 WAS IST DA?

Bestehende Kanäle, Inhalte und Leistungen

2 WAS HEMMT?

Unübersichtlichkeit, altes CMS, Übergangsphase in der ÖA und fehlendes Konzept für zeitgemäße ÖA.

3 WAS FOLGT?

Prioritäten, realistische Schritte und messbare Verbesserungen festlegen.

Es ist bereits eine breite Kommunikationsbasis vorhanden

Website

Zentraler digitaler Informations- und Servicekanal

Pro Hoppegarten

Etablierte redaktionelle Gemeindezeitung

Amtsblatt

Amtliche Veröffentlichungen und Rechtssicherheit

Ratsinformation

Gremien, Vorlagen, Beschlüsse und Transparenz

Veranstaltungen

Kommunale und lokale Termine

Bürgermeister

Sprechstunden, Ansprachen und Rückblicke

Fachinformationen

Planung, Verkehr, Umwelt, Bildung, Soziales

Vor-Ort-Kanäle

Rathaus, Einrichtungen, Auslagen und Veranstaltungen

Befund: Das Defizit liegt nicht in fehlenden Themen, sondern in ihrer Bündelung, Priorisierung und Reichweite.

Die Website ist ein umfangreicher Informationsspeicher

STÄRKEN

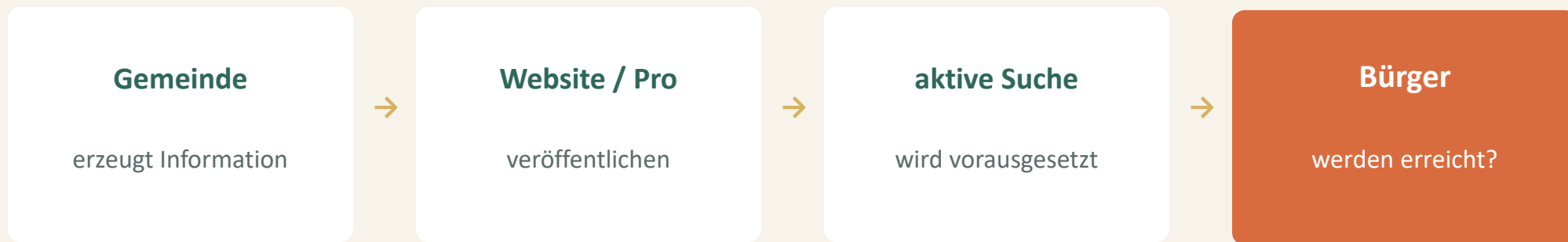
- große Informationstiefe
- viele Verwaltungs- und Serviceinhalte
- aktuelle Meldungen und Termine
- zielgruppenspezifische Bereiche
- etablierter zentraler Webauftritt

HEMMNISSE

- sehr breite und tiefe Navigation
- geringe redaktionelle Gewichtung
- Fachlogik statt Lebenslagenlogik
- uneinheitliche Aktualität
- technisch und gestalterisch begrenzendes CMS
- veraltetes Design

Die Information ist häufig vorhanden – aber für Bürgerinnen und Bürger nicht immer schnell genug auffindbar.

Das Kernproblem liegt zwischen Veröffentlichung und Wahrnehmung



Website, Zeitung und Amtsblatt sind überwiegend Pull-Kanäle: Menschen müssen gezielt zu ihnen kommen.

Ein kommunaler Social-Media-Auftritt ergänzt diese Basis als aktiver Push- und Dialogkanal.

Social Media braucht einen kontrollierten Aufbau

- | | | | |
|----|---|-----------------|--|
| 01 | — | Ziele | Welche Informationen und Zielgruppen? |
| 02 | — | Rahmen | Verantwortung, Freigabe, Datenschutz, Moderation |
| 03 | — | Pilot | Ein Hauptkanal, klare Formate, fester Rhythmus |
| 04 | — | Lernen | Reichweite, Rückfragen und Aufwand auswerten |
| 05 | — | Ausbauen | Nur bei tragfähigen Ressourcen erweitern |

Grundsatz: Social Media ist kein Zusatz-Schaufenster, sondern ein redaktioneller Prozess.

Ein neues CMS ist die technische Voraussetzung

Der Wechsel vom alten CMS ist kein reines Designprojekt. Er soll die tägliche Kommunikation einfacher, schneller und verlässlicher machen.

Redaktion

einfach pflegen, terminieren und aktualisieren

Struktur

Inhalte nach Anliegen und Lebenslagen ordnen

Mobil

konsequent für Smartphone-Nutzung gestalten

Barrierefreiheit

Zugänge, Kontraste, Sprache und Dokumente mitdenken

Schnittstellen

Termine, Formulare und externe Systeme sauber anbinden

Governance

Rollen, Freigaben, Archivierung und Zuständigkeiten klären

Altlandsberg bietet ein geeignetes Referenzmodell

WAS AUFFÄLLT

- drei klare Hauptbereiche
- Services früh sichtbar
- Aktuelles als eigener Nachrichtenbereich
- Veranstaltungen visuell priorisiert
- direkte Einstiege in häufige Anliegen

WAS ÜBERTRAGBAR IST

- reduzierte Hauptnavigation
- klare Startseiten-Hierarchie
- Service- und Lebenslagenlogik
- modulare Inhaltsbausteine
- modernes, responsives Erscheinungsbild

WAS EIGEN BLEIBT

- Marke Rennbahngemeinde
- drei Ortsteile und Gemeindeteile
- Pro Hoppegarten
- lokale Themen und Bildwelt
- eigene Verwaltungsprozesse

Orientierung am Prinzip – keine Kopie des Auftritts.

Zielbild: ein zusammenhängendes Kommunikationssystem



Ein Thema wird einmal redaktionell geklärt und passend für mehrere Kanäle aufbereitet.

So entstehen weniger Parallelwelten, klarere Verantwortlichkeiten und höhere Reichweite.

Die Inhalte brauchen eine erkennbare Ordnung

HOPPEGARTEN AKTUELL

wichtige Meldungen und Hinweise

HOPPEGARTEN ERKLÄRT

Verwaltung und Entscheidungen verständlich

HOPPEGARTEN VOR ORT

Ortsteile, Projekte und Bürgermeister

HOPPEGARTEN ERLEBEN

Kultur und Veranstaltungen

HOPPEGARTEN ENGAGIERT

Vereine, Feuerwehr und Ehrenamt

HOPPEGARTEN MORGEN

Planung, Mobilität und Entwicklung

Wiederkehrende Formate erleichtern Planung, Wiedererkennung und kanalübergreifende Nutzung.

Vorgeschlagene Prioritäten für die Umsetzung für 2027

0–3 Monate

Bestand & Regeln

Inhalte inventarisieren · Verantwortlichkeiten klären · Redaktionsplan starten

3–6 Monate

Konzept & Beschluss

Website-Anforderungen · Social-Media-Konzept · Ressourcen und Vergabe klären

6–12 Monate

Pilot & Migration

Social-Media-Pilot · CMS beschaffen · Inhalte bereinigen und neu strukturieren

12–18 Monate

Relaunch & Lernen

neue Website veröffentlichen · Nutzung messen · Prozesse nachsteuern

Die Reihenfolge verhindert, dass neue Technik alte Unordnung lediglich moderner abbildet.

Woran Fortschritt sichtbar wird

Auffindbarkeit

Wichtige Anliegen sind mit wenigen Klicks erreichbar.

Aktualität

Veraltete Inhalte werden systematisch erkannt und entfernt.

Reichweite

Mehr Menschen sehen relevante Informationen aktiv.

Verständlichkeit

Inhalte sind klar, bürgernah und kanalgeeignet formuliert.

Verlässlichkeit

Zuständigkeiten und Freigaben funktionieren im Alltag.

Aufwand

Kanäle bleiben mit vorhandenen Ressourcen dauerhaft pflegbar.

Erfolg ist nicht die Zahl neuer Kanäle, sondern bessere Information für die Menschen in Hoppegarten.

Die Grundlage ist vorhanden.

**Jetzt geht es darum, Informationen
zielgerichteter, übersichtlicher und aktiver
zu den Menschen zu bringen.**

Website modernisieren · Social Media aufbauen · Redaktion stärken

Rennbahngemeinde Hoppegarten