



Informationen und Wissenswertes rund um die **WOHNENRW-TAGE 2023**



1 Die Tage für die öffentliche Wohnraumförderung

Die **WOHNENRW-Tage** sind ein Gemeinschaftsprojekt der Landesregierung Nordrhein-Westfalen zusammen mit Wohnungsunternehmen, Genossenschaften, privaten Investoren, Städten und Gemeinden, den Verbänden der Bauindustrie und der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen, dem Mieterbund, der NRW.BANK kurzum, der Allianz für mehr Wohnungsbau in Nordrhein-Westfalen. Gemeinsam werden die Türen geöffnet, um zu zeigen, was öffentliche Wohnraumförderung in Nordrhein-Westfalen bedeutet. Mit diesem Handbuch, einer Rahmenkommunikation sowie der erforderlichen überörtlichen Öffentlichkeitsarbeit stehen wir unterstützend zur Seite.

Idee und Aufgabe

Die **WOHNENRW-Tage** für die öffentliche Wohnraumförderung sind ein bundesweit einmaliges Gemeinschaftsprojekt:

Gemeinsam stark in der Krise – Nordrhein-Westfalen geht voran für bezahlbares, zukunftsgerechtes Wohnen! Hohe Qualitäten, Innovationsbereitschaft und Technologieoffenheit, Klimagerechtigkeit, Generationenfestigkeit und Bezahlbarkeit sind keine Gegensätze, sondern die Leitlinien der öffentlichen Wohnraumförderung und der landesweiten Wohnungspolitik in Nordrhein-Westfalen.

Neue Technologien, spannende Projekte, Erfolge in schnelleren Genehmigungsverfahren gilt es nun, sichtbar zu machen und Botschaften zu transportieren. Dies alles sollte zeitlich und räumlich unabhängig an drei aufeinanderfolgenden WOHNENRW-Tagen in Nordrhein-Westfalen erfolgen. Werden Sie zum Wohninfluencer und zeigen Sie spannende neue Techniken, neue Baumaterialien, herausragende Architekturen, soziales Engagement für Bewohnerinnen und Bewohner. Gehen Sie Live mit spannenden Talks vor Ort, die in ganz Nordrhein-Westfalen erlebbar werden.

Im Jahr 2020 entstand die Idee, die Erfolge der öffentlichen Wohnraumförderung und die Information über Aufgabe und Umsetzung einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Gesagt – getan: In diesem Jahr finden die WOHNENRW-Tage vom 9. bis 11. August 2023 statt.

Wohnen ist Daseinsvorsorge und damit elementarer Bestandteil einer Politik, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Dabei ist die öffentliche Wohnraumförderung der Länder und des Bundes ein Versprechen: Attraktiven Wohnraum zu schaffen für die, die über einen kleinen Geldbeutel verfügen.

Die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern war und ist heute mehr denn je ein zentraler Faktor für eine erfolgreiche Gebietsentwicklung: Über die Inhalte des Erfolgskonzepts der öffentlichen Wohnraumförderung besteht allerdings immer noch verstärkter



Aufklärungsbedarf bei Bürgerinnen und Bürgern sowie weiteren Akteuren. Lassen Sie uns deshalb reden: Über die Vorteile der öffentlichen Wohnraumförderung für Nordrhein-Westfalen. Lassen Sie uns vor allem die Erfolge der öffentlichen Wohnraumförderung den Bürgerinnen und Bürgern in Nordrhein-Westfalen auch zeigen. Und auf diese Weise auch die Zukunft dieses Instruments nachhaltig zu sichern.

Die WOHNENRW-Tage zeigen die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten für eine lokale Wohnungs- und Baupolitik auf, die die Menschen in den Blick nimmt, die – aus welchen Gründen auch immer – über wenig Einkommen verfügen. Die öffentliche Wohnraumförderung ist damit zugleich Politik für die Gestaltung einer Gesellschaft, in der die GEMEINSAMKEIT großgeschrieben wird.

Ziele der Tage der öffentlichen Wohnraumförderung

WOHNENRW



Einer breite Öffentlichkeit informieren über Aufgaben, Umsetzung, Ergebnisse sowie Erfolge der öffentlichen Wohnraumförderung vor Ort

WOHNENRW



Stärkung und Würdigung des Engagements in der öffentlichen Wohnraumförderung durch bundesweit einmalige und jährlich wiederkehrende Tage für die öffentliche Wohnraumförderung

WOHNENRW



Erhöhung der Akzeptanz für die öffentliche Wohnraumförderung in der breiten Öffentlichkeit

WOHNENRW



Motivation für die Mitwirkung und Gewinnung weiterer Zukunftsbauer in der öffentlichen Wohnraumförderung



Unterstützende des WOHNENRW-Tages



Landesverband
Nordrhein-Westfalen



Haus & Grund[®]
Eigentum. Schutz. Gemeinschaft.
Nordrhein-Westfalen

Die Wohnungswirtschaft
im Westen



Haus & Grund[®]
RHEINLANDWESTFALEN

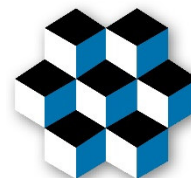


Deutscher Mieterbund
Nordrhein-Westfalen e.V.

ALLIANZ
für mehr
WOHNUNGSBAU
NORDRHEIN-WESTFALEN



Architektenkammer
Nordrhein-Westfalen



BAUVERBÄNDE.NRW

BAUINDUSTRIE
Nordrhein-Westfalen

Städtetag
Nordrhein-Westfalen



Städte- und Gemeindebund
Nordrhein-Westfalen



LANDKREISTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN



NRW.BANK
Wir fördern Ideen



Hintergrund – die öffentliche Wohnraumförderung des Landes Nordrhein-Westfalen und des Bundes

Im April 1950 wurde das Erste Wohnungsbaugesetz der noch jungen Bundesrepublik Deutschland verabschiedet: In den damaligen Westzonen waren nach dem Zweiten Weltkrieg 2,3 Millionen Wohnungen – dies entsprach einem Anteil von rund 21 % – völlig zerstört. Eine annähernd gleiche Anzahl von Wohnungen war schwer beschädigt. In der Sowjetischen Besatzungszone lag der Anteil der zerstörten Wohnungen bei rund 10 %.

Mit dem Ersten Wohnungsbaugesetz wurden erstmals unverzinsten Baudarlehen aus Mitteln des Bundeshaushaltes und der Länderhaushalte in Verbindung mit 30- bis 35-jährigen Tilgungsfristen vergeben: hierdurch gelang es, umfangreiches privates Kapital für eine Belebung des Wohnungsbaus zu gewinnen. Im Gegenzug wurde der Investor verpflichtet, für die Laufzeit dieser Darlehen nur an Haushalte zu vermieten, die bestimmte Einkommensgrenzen nicht überschreiten. Die Miethöhe richtete sich später nach der sogenannten Kostenmiete, die aus statischen und dynamischen Elementen bestand. Nach Rückzahlung der Darlehen entfielen die Bindungen.

Im Jahr 1956 wurde das Zweite Wohnungsbaugesetz verabschiedet. Hiermit wurde der Grundstein für die Eigentumsförderung auch in der Sozialen Wohnraumförderung gelegt.

1965 wurde die – bis heute – zentrale Säule in der sozialen Wohnraumförderung eingeführt: das Wohngeld.

Seit Ende der 1990er Jahre entwickeln sich wohnungswirtschaftliche Märkte auseinander: auf der einen Seite Regionen mit einer stagnierenden oder rückläufigen Einwohnerzahl, auf der anderen Seite prosperierende Regionen mit einem länger anhaltenden Einwohnerwachstum.

Hinzu kommt der demographische Wandel: Umbaubedarfe von bestehendem Wohnraum, ein wachsender Bedarf an Pflege- und Unterstützungsangeboten sowie an betreutem Wohnen. Diese Trends setzen sich bis heute fort.

Die Versorgung mit ausreichend bezahlbarem Wohnraum für Bürgerinnen und Bürger ist eine der zentralen Zukunftsaufgaben in der Bundesrepublik Deutschland und auch in unserem Bundesland. Lassen Sie uns gemeinsam zeigen, was Sie dazu beitragen.



Was bieten die WOHNENRW-Tage den Akteurinnen und Akteuren vor Ort?



Weiter Spielraum, ihren Tag der öffentlichen Wohnraumförderung nach den individuellen Möglichkeiten und Anliegen vor Ort zu gestalten



Akzeptanzsteigerung für öffentliche Wohnraumförderung, konkrete Gebietsentwicklungen und Bauprojekte



Motivation für andere, sich in der öffentlichen Wohnraumförderung vor Ort zu engagieren



Höhere Aufmerksamkeit für die einzelne Veranstaltung durch die Einordnung in den größeren Kontext einer landesweiten Dachmarke



Präsentation der eigenen Projekte vor Ort vor einer breiten Öffentlichkeit und der Stadtgesellschaft



Rahmenkommunikation und Kommunikationshilfen durch das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Digitalisierung



2 Ihr(e) Tag(e) der öffentliche Wohnraumförderung

Die **WOHNENRW-Tage lassen** sich von den Teilnehmenden ganz individuell nach den jeweiligen Schwerpunkten, Zielen, Rahmenbedingungen und finanziellen Möglichkeiten gestalten.

Natürlich setzen die WOHNENRW-Tage darauf, dass durch innovative und öffentlichkeitswirksam durchgeführte Veranstaltungen ein eigenständiges Profil entsteht und der Tag für eine gute und effektive Information und Kommunikation steht.

Nachfolgend ein paar Aspekte, die Ihre Tage der öffentlichen Wohnraumförderung zu einem Erfolgserlebnis werden lassen können.

Grundsätze

- Öffentliche Veranstaltungen für einen breiten Teilnehmerkreis durchführen
- Starke Bezug zum konkreten Projekt herstellen, um das Interesse der Öffentlichkeit zu wecken
- Öffentlichkeitsarbeit einen hohen Stellenwert einräumen
- Ergebnisse dokumentieren und offline und online veröffentlichen

2.1 Die Planung der Veranstaltung

Wie so häufig: Die vorbereitende Planung ist für eine Veranstaltung von zentraler Bedeutung. Mit der Beantwortung einiger Fragen lässt sich das Konzept einer Veranstaltung verlässlich vorbereiten.

- Was möchten Sie mit der Veranstaltung erreichen?
- Welches Projekt möchten Sie vorstellen?
- Möchten Sie Themen zur Diskussion stellen?
- Welche Personen möchten Sie ansprechen?
- Welcher Zeit- und Ablaufplan besteht?
- Wer ist in dem Prozess für was verantwortlich?



Mögliche Ziele für Ihre **WOHNENRW-Tage**



Das Neue feiern: Ein mit der öffentlichen Wohnraumförderung gestaltetes Bauprojekt ist fertig, ein Meilenstein wurde erreicht – Häuser und Wohnviertel öffnen sich und laden zum Entdecken ein



Mehrere Partner, die vor Ort in der öffentlichen Wohnraumförderung engagiert sind, informieren gemeinsam über das Erreichte und weitere Ziele



Stadt und Kreis machen mit: Gemeinsam mit Stadt- und Kreisverantwortlichen Gebietsentwicklungen, Pläne vorstellen und über die Entwicklungen auf dem örtlichen Wohnungsmarkt informieren



Ein Wohnviertel feiert gemeinsam: Zusammen mit Mieterinnen und Mietern den Tag gestalten



Modernisierung von Wohnraum mithilfe der öffentlichen Wohnraumförderung: Generationenfeste Wohnungen und Wohnungsumfelder entdecken



Nordrhein-Westfalen macht's effizienter: Über die Win-Win-Win-Situation mit der Modernisierungsförderung informieren – alte Häuser bekommen junge Technik – bezahlbare Mieten – nachhaltig CO2 sparen und Umwelt schonen



Wohnen für die, die am Anfang ihres Berufslebens stehen: Wohnheime für Auszubildende und Studierende mithilfe der öffentlichen Wohnraumförderung



Und: Was könnten Ihre Ziele für die **WOHNENRW-Tage** sein?



2.2 Die Konzeption

Am Anfang steht natürlich die Frage, mit welchem Projekt, mit welchem Vorhaben Sie an den **WOHNENRW-Tagen** teilnehmen möchten. Grundsätzlich gilt die Frage: Welche Veranstaltung passt zu Projekt und Ziel?

In die **WOHNENRW-Tage** können Sie bereits geplante Veranstaltungen aus laufenden Prozessen integrieren: Steht also im laufenden Projekt ohnehin eine öffentlichkeitswirksame Veranstaltung an, könnten Sie diese auf den Zeitraum der WOHNENRW-Tage legen.

Insbesondere die Ergebnisse von bereits abgeschlossenen Projekten können an diesen Tagen präsentiert werden. Schließen Sie vielleicht ein Projekt passend im Sommer 2023 ab, können Sie die Präsentation auf die Tage der öffentlichen Wohnraumförderung legen. So lässt sich zusätzliche Aufmerksamkeit für das Projekt erzeugen und die Bedeutung herausstellen.

Die Tage der öffentlichen Wohnraumförderung können sehr individuell und vielfältig gestaltet werden.

Sie möchten mit Ihrem Projekt teilnehmen: Bitte melden Sie sich unter Wohne@mhkbd.nrw.de mit Ihrem Projekt für den landesweiten Mitmach-Tag an.

2.3 Die Zielgruppen der Veranstaltungen

Auch über die Zielgruppe, die Sie mit Ihrer Veranstaltung an den WOHNENRW-Tagen ansprechen wollen, sollte im Vorfeld Klarheit bestehen:

- Richtet sich die Veranstaltung oder Ihr Projekt an die Bürgerinnen und Bürger eines bestimmten Wohnviertels oder einer ganzen Stadt?
- Gibt es Interessengruppen, denen die Inhalte Ihrer Veranstaltung besonders am Herzen liegen?
- Welche Gäste und Mitwirkende sollten Sie frühzeitig – z.B. mit einem Save-the-date – über Ihre Veranstaltung informieren – die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister, die Mitglieder des Wohnungs- oder Planungsausschusses, Mitglieder des Landtags, die Bürgervereine aus der Nachbarschaft Ihres Projekts?

2.4 Der passende Ort

Im besten Fall hat der passende Ort einen Bezug zu Ihrem Projekt oder steht in anderer Hinsicht mit dem Veranstaltungsthema oder -titel in Verbindung. Bitte planen Sie ein, dass es ggf. auch einen Schutz vor einem Sommerregen oder bei starker Hitze gibt und ihre Veranstaltung auch dann stattfinden kann.



2.5 Veranstaltungskonzept verfassen und -programm ausgestalten

Konzeption gedacht, Zielgruppen definiert, passender Ort gefunden: Dann kann es mit dem Verfassen des Veranstaltungskonzeptes losgehen. In einem ersten Entwurf können Anlass und Ziel festgehalten werden. Und schon haben Sie den Rahmen für die weitere Ausgestaltung, in dem Sie die einzelnen Schritte auf dem Weg zum Ziel definieren können.

Jede Veranstaltung lebt von ihrem Programm. In der Programmgestaltung soll all das Berücksichtigung finden, was den Zielen dient, Ihre Zielgruppe anspricht und den Budgetrahmen entspricht. Präsentationen, Ausstellungen, Diskussionsveranstaltungen, Führungen, kulturelle Darbietungen, ein Wohnviertel stellt sich vor und vieles mehr ist hier denkbar. Denken Sie bei der Programmerstellung offline wie online. Wenn Ihnen die entsprechenden technischen Möglichkeiten zu Verfügung stehen, können Sie Teile des Programms zum Beispiel durch ein Livestreaming auch zusätzlich ins Internet stellen, umso eine noch breitere Öffentlichkeit zu erreichen.

Wenn Sie beispielsweise den Tag mit Ihrer örtlichen Stadtverwaltung planen, um über den lokalen Wohnungsmarkt insgesamt und die öffentliche Wohnraumförderung im Besonderen zu informieren, können Sie auch die örtlichen Stadtverantwortlichen und/oder Mandatsträgerinnen und Mandatsträger aus Europa, dem Bund oder aus dem Land Nordrhein-Westfalen einladen. Anfragen lohnt sich.

Auch Programmteile für Kinder und Familien oder für Lebensältere können das Konzept mit Leben füllen: Inbetriebnahme von Hochgärten als Mietergärten mit gemeinsamen Bepflanzen, das größte Straßenbild, was Kinder in Ihrer Stadt jemals auf die Straße gemalt haben oder Sie nutzen den Tag zusammen mit anderen um beispielsweise für mehr energetische Gebäudesanierungen – auch bei Eigenheimbesitzerinnen und -besitzern – zu werben und gleichzeitig darüber zu informieren.

2.6 Interne Organisation

Wer macht was wann? Die eine zentrale Frage bei der Planung jeder Veranstaltung. Zu Beginn sollte eine Hauptverantwortliche oder ein Hauptverantwortlicher bestimmt werden; sie oder er koordiniert und ist nach innen und außen Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner.

Dadurch werden Informationsverluste und die doppelte Aufgabenerledigung vermieden. Ein Organisationsteam, je nach Größe der von Ihnen angedachten Veranstaltung, ist erfahrungsgemäß hilfreich: Ein Zeitplan, regelmäßige Planungstreffen, klare Aufgabenverteilung und Aufgabenzuständigkeiten helfen in der weiteren Vorbereitung.



2.7 Kommunikation

Eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Veranstaltung ist, dass sie öffentlich wahrgenommen wird.

Dies gilt in der Vorbereitung ebenso wie in der Nachbereitung. Darum muss sie gezielt beworben werden. Um die vorgesehene Zielgruppe zu erreichen, sollte zudem mit den passenden Kommunikationsmitteln gearbeitet werden. Mehr Tipps haben wir für Sie im Kapitel 3 zusammengestellt.

2.8 Sicherheit und Ordnung

Die Veranstalterin oder der Veranstalter hat für die Sicherheit der Besucherinnen und Besucher Sorge zu tragen. Im Vorfeld der Veranstaltung sollten darum die entsprechenden rechtlichen Vorschriften und der Versicherungsschutz geklärt werden. Es gilt auch, die passenden Genehmigungen einzuholen und Sicherheitsmaßnahmen vorzubereiten.

Es ist sinnvoll, diese zentrale Aufgabe bereits im Vorfeld zu delegieren. Alle Informationen zu den Diensten von Feuerwehr, Polizei, Krankentransporten und vielem mehr lassen sich beim zuständigen Ordnungsamt erfragen und in einem frühzeitigen Gespräch mit den genannten Stellen erörtern.

2.9 Veranstaltungsdurchführung

Je nach Veranstaltungsformat können unterschiedliche Hilfsmittel und Medien zum Einsatz kommen. Es sollte deshalb frühzeitig abgeklärt werden, welche Veranstaltungstechnik gebraucht wird, ob diese am Veranstaltungsort vorhanden und nutzbar ist oder ob sie selbst organisiert und mitgebracht werden muss. Es muss außerdem geprüft werden, ob eine ausreichende Stromversorgung vorhanden ist. Licht und Ton sollten zudem immer an separate Leitungen angeschlossen werden. Nichts ist unangenehmer, als wenn plötzlich Licht und Ton ausgehen und alle im Dunkeln stehen. Für Onlineformate ist zudem eine stabile Internetverbindung erforderlich.

Um die Rechte von Musikern und Musikschaftern zu schützen, muss die öffentliche Wiedergabe von Musik bei der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (**GEMA**) angemeldet und entsprechend bezahlt werden. Das Urheberrechtsgesetz sieht vor, dass die Wiedergabe eines Werkes dann öffentlich ist, wenn sie für eine Mehrzahl von Mitgliedern der Öffentlichkeit bestimmt ist.

Soll im Rahmen Ihrer Veranstaltung am Tag der öffentlichen Wohnraumförderung Musik genutzt werden, so ist dies im Vorfeld der Veranstaltung anzumelden. Die Höhe der Lizenzgebühr richtet sich nach mehreren Faktoren wie Art, Dauer und Umfang der



Musiknutzung. Die GEMA bietet für die unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten von Musik abgestimmte Tarife an. In vielen Fällen sind sogar reduzierte Tarife möglich. Die zuständige GEMA-Bezirksdirektion hält diesbezüglich Informationen bereit. Adressen und Kontaktdaten der GEMA-Bezirksdirektion sowie weitere Informationen zur GEMA, Anmeldung und Lizenzierung sind auf der Internetseite www.gema.de zu finden.

Für die weitere Öffentlichkeitsarbeit und zur Dokumentation der Veranstaltung sollte ein professioneller Fotograf beauftragt werden. Auch ein Film, der in das Video-Portal „YouTube“ eingestellt werden kann, ist gut geeignet, um den Verlauf einer Veranstaltung zu dokumentieren.

Bei **Film- und Fotoaufnahmen** ist generell das Recht des Fotografen und der abgebildeten Personen zu beachten.



3 Tipps für die Aufbereitung Ihrer Kommunikation

Informieren Sie über Ihre Veranstaltung und das Projekt, das Sie präsentieren möchten, rechtzeitig über verschiedene Informationskanäle. An den **WOHNENRW-Tagen** stehen die Erfolge im Mittelpunkt. Nutzen Sie Ihre eigene Website und die sozialen Medien, informieren Sie die Presse und erstellen Sie Informations-Flyer zu den **WOHNENRW-Tagen**. Für die sozialen Medien steht der Hashtag #wohnenrw zur Verfügung. All ihre Aktivitäten in den sozialen Medien können Sie unter diesem Hashtag veröffentlichen. Damit garantieren Sie, dass eine möglichst breite Öffentlichkeit auch im Internet von ihren Aktivitäten erfährt. Verfolgen Sie nach der Veröffentlichung in den Sozialen Medien die anschließende Kommentierung durch die Nutzerinnen und Nutzer. Beantworten Sie Fragen und ordnen Sie mögliche Kritik sachlich ein.

Machen Sie die öffentliche Wohnraumförderung erlebbar

Vermitteln Sie, was die öffentliche Wohnraumförderung für die Menschen vor Ort leistet und wie sich deren Umfeld positiv verändert hat bzw. verändern wird. Machen Sie die Veränderungen erlebbar und beschreiben Sie die sich daraus ergebenden Vorteile. Knüpfen Sie an den Alltag der Menschen an und konzentrieren Sie sich auf das Interesse der Zielgruppe(n).

Halten Sie Inhalte einfach und bürgernah

Bilden Sie kurze und prägnante Sätze. Halten Sie fachliche Erläuterungen kurz und konzentrieren Sie sich auf die Zielgruppe(n). In bürgernaher Sprache wecken Ihre Informationen eher ein breites Interesse als in komplizierter Fachsprache.

Veranschaulichen Sie Informationen

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte: Nutzen Sie bei Ihren Erläuterungen Schaubilder, Renderings, Abbildungen, Fotos, Videos, Prozessgrafiken, Diagramme oder auch interaktive Grafiken. Auf diese Weise wird der abstrakte Begriff der öffentlichen Wohnraumförderung konkret sowie die Leistungen und das Wirken der öffentlichen Wohnraumförderung für die Entwicklung Ihrer Stadt nachvollzogen.

Anbei finden Sie zwei Textbausteine, die Sie zur Vermittlung der öffentlichen Wohnraumförderung und Ihres Projekts vor Ort gerne auf Ihrer Website oder in weiteren Informationsmedien übernehmen können. Selbstverständlich können Sie diese auch abwandeln oder lediglich Auszüge nutzen:



Textbaustein „Öffentliche Wohnraumförderung“

Städte müssen laufend neue Aufgaben und Herausforderungen bewältigen: Im Rahmen der öffentlichen Wohnraumförderung unterstützen das Land Nordrhein-Westfalen und der Bund die Wohnungsgesellschaften, Genossenschaften, Investorinnen und Investoren finanziell dabei, bezahlbaren Wohnraum für Menschen mit kleinen Geldbeutel zu schaffen oder zu erhalten.

Unterschiedliche Schwerpunkte zeigen wie vielfältig die Ziele der öffentlichen Wohnraumförderung sind. Generell geht es um die Entwicklung bzw. Stärkung unserer Städte und Gemeinden, um die Herstellung nachhaltiger städtebaulicher Strukturen mit hoher Lebensqualität, aber auch um die Beseitigung von Missständen in benachteiligten Quartieren. Öffentliche Wohnraumförderung kann viel bewegen – im Kleinen wie im Großen.

Textbaustein „Projekt vor Ort“

In STADTTEIL tut sich was. Im neuen „PROJEKTNAME“ entstehen attraktive Wohnungen für Familien, Singles, Seniorinnen und Senioren. Durch die öffentliche Wohnraumförderung des Landes können viele Wohnungen zu besonders günstigen Mieten angeboten werden. Insgesamt werden XXX Mio. Euro für das „PROJEKTNAME“ investiert. Rund YYY Mio. Euro davon stammen aus Mitteln der Wohnraumförderung. Damit konnten folgende Maßnahmen umgesetzt werden [...].

3.1 Plakate und Flyer

Um weitere Materialien und Informationen zum Aktionstag zu erhalten, melden Sie sich bitte per E-Mail unter Wohne@mhkbd.nrw.de an. Nach Anmeldung erhalten Sie einen Link, über den Vorlagen heruntergeladen werden können, die zur Gestaltung des individuellen Plakats oder Flyers genutzt und bei jeder Druckerei in Druck gegeben werden können.

Tipps für die Gestaltung eines Veranstaltungsflyers

Im Folgenden ein paar Gestaltungstipps für Ihren Flyer, erläutert anhand des nebenstehenden Gestaltungsbeispiels:

1. Für das Titelbild wählen Sie eine für Ihr Veranstaltungsprogramm passende und aussagekräftige Abbildung. Zusätzlich sollte die erste Seite die wichtigsten Informationen über Veranstaltungsart und -titel sowie zu Ort und Zeit beinhalten.



2. Zu Beginn können Sie einen der zuvor dargestellten Textbausteine einfügen, der zu Ihrem Projekt oder Ihrer Veranstaltung passt. Auf diese Weise wird die öffentliche Wohnraumförderung mit dem Alltag der Bürgerinnen und Bürger verknüpft.
3. Anschließend sollten Informationen zu Ihrer Veranstaltung folgen. Beherzigen Sie dabei die zuvor genannten Hinweise zur Aufbereitung von Kommunikationsmedien sowie die Hinweise zur Vermittlung des Mehrwerts der Wohnraumförderung.
4. An dieser Stelle könnten Informationen zum Projekt stehen, zum Beispiel in Form des Textbausteins „Projekt vor Ort“. Gerne können Sie diesen Text beliebig verändern und ergänzen.
5. Am Ende des Flyers sollten Ihre Kontaktdaten stehen. Verweisen Sie an dieser Stelle auch auf Ihre Website. Sollten Sie über Kanäle in den sozialen Medien verfügen, nehmen Sie diese auch mit auf. So bleiben Sie mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt.

Tipps für die Gestaltung eines Veranstaltungsplakates

Überladen Sie Ihre Medien nicht. Weniger ist oftmals mehr. Zu viele Bilder und Details verhindern, dass Ihre Hauptbotschaften wahrgenommen werden. Ein Plakat hat nur ein bis drei Sekunden Zeit, um Aufmerksamkeit zu erregen und seine Botschaft zu vermitteln. Zu viele Details lenken ab. Schaffen Sie klare Aufteilungen und lassen Sie Raum, in dem Ihre Hauptinformationen wirken können. Die Vermittlung der fünf „W“s muss im Vordergrund stehen: Wer, Was, Wann, Wo, Warum?

Machen Sie Ihre Leistungen im Rahmen der öffentlichen Wohnraumförderung vor Ort bewusst – zum Beispiel durch Fotos und Grafiken umgesetzter Maßnahmen oder auch mit Visualisierungen bzw. Fotomontagen geplanter Maßnahmen. Sie können auch mit Vorher-Nachher-Bildern arbeiten, die eine Entwicklung deutlich machen. Beachten Sie beim Einsatz von Abbildungen die Urheberrechte und ggf. Persönlichkeitsrechte dargestellter Personen.

Rahmenkommunikation

Auf der Internetseite zum Tag der öffentlichen Wohnraumförderung unter www.mhkbd.nrw/wohnenrw-tag stehen Ihnen weitere Informationen zur Verfügung. Nach Anmeldung über die E-Mail-Adresse Wohne@mhkbd.nrw.de stehen Ihnen Vorlagen zum Download zur Verfügung, die alle Teilnehmenden für ihre Öffentlichkeitsarbeit verwenden können. Dazu gehören offizielle Logos und Icons für den Tag der öffentlichen Wohnraumförderung und natürlich Vorlagen für Plakate und Flyer. Sie ermöglichen es, auf schnelle und nicht allzu schwere Weise einen professionellen Veranstaltungsauftritt zu generieren und sich mit seiner Veranstaltung an ein landesweites Format anzuschließen.



Titel der Veranstaltung

Ein ansprechender Titel motiviert zum Besuch Ihrer Veranstaltung. Der Titel sollte griffig und direkt sein. Hilfreich kann auch ein konkreter Ortsbezug sein. Eine Verknüpfung mit der Marke „**WOHNENRW-Tage**“ im Titel sollte nur erfolgen, wenn es stilistisch passend ist.

Mögliche Slogans

- **Baustellenbesichtigungen**
 - Baustelle – Schaustelle
 - Hier entsteht Stadt
 - In NAME wird Zukunft gebaut
- **(Straßen-)Feste**
 - Zusammen bauen, zusammen leben, zusammen feiern
 - Gefördert – gefeiert
 - Unser Viertel (NAME) – gemeinsam gestalten, gemeinsam feiern
- **Einweihungen**
 - Auf die Plätze, fertig, los!
 - Platz für alle
 - Startschuss für NAME
 - Platz da
 - Auf geht's – neuer Schwung für NAME
- **Führungen oder Rundgänge**
 - Gemeinsam neue Wege gehen
 - Neue Energie für NAME
 - Viertelsafari
 - Wir entdecken NAME
- **Informationsveranstaltungen oder Vorträge**
 - Mein Viertel, mein Talk
 - Gemeinsam für ein schönes Viertel
 - Öffentliche Wohnraumförderung schafft Werte
 - In NAME weißt du mehr.
- **Gestaltungsbeispiele für Tage der Offenen Tür**
 - Schlüsselübergabe (Öffnung eines Gebäudes)
 - (Gebäude) öffne Dich!



- **Kreative, kulturelle und sportliche Aktivitäten**

- Mehr Natürlichkeit: Gemeinsame Pflanzaktion
- Natürlich NAME - wir bepflanzen unser Viertel
- Wir packen es an! Gemeinsame Aktion zur Verschönerung von NAME
- Das größte Straßenbild für NAME: Straßenmal-Aktion für Kinder
- Grau war gestern: Wir gestalten NAME
- Rund um NAME: Spaziergang / Fahrradtour durch unser Viertel

3.2 Kernbotschaften zur Vermittlung der öffentlichen Wohnraumförderung

Die Tage der öffentlichen Wohnraumförderung sollen dazu beitragen, über die diversen Projekte vor Ort den Bürgerinnen und Bürgern die verschiedenen Wirkungsweisen näherzubringen, aber auch Akteurinnen und Akteure anregen, selbst tätig zu werden. Die untenstehenden Kernbotschaften sollen Ihnen dabei helfen, die verschiedenen Effekte, die die öffentliche Wohnraumförderung auf den Alltag hat, am Aktionstag zu vermitteln. Sie können die Kernbotschaften gerne für Ihre Informationsmedien offline wie online nutzen und wenn erforderlich abwandeln.

1. Familien stärken: Familien – in all ihrer Vielfalt – sind ein wichtiger Bestandteil für eine Stadt. Die öffentliche Wohnraumförderung verbessert die Wohn- und Wohnumfeldbedingungen und schafft mit vitalen Wohnvierteln eine lebenswerte Heimat für Menschen mit kleinem Geldbeutel – für Familien bzw. Haushalte mit Kindern, für Alleinstehende, für Menschen mit und ohne Behinderung.
2. Barrieren abbauen: Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, an Arbeit oder Freizeit ist nur dann möglich, wenn Menschen durch Barrieren nicht behindert werden. Die öffentliche Wohnraumförderung unterstützt bei Neubau wie bei Modernisierungsvorhaben Wohnraum barrierefreier bzw. -armer zu gestalten, damit dieser für alle Menschen nutzbar werden.
3. Zusammenhalt fördern: Die öffentliche Wohnraumförderung trägt dazu bei, den Aufbau nachbarschaftlicher und sozialer Netzwerke zum Klima gegenseitiger Akzeptanz und Anerkennung sowie sozialer Teilhabe zu fördern.
4. Stadt entwickeln: Lebensqualität ist facettenreich und individuell. Bestimmt wird sie von nachhaltiger Stadt- und Viertelentwicklung, die durch die öffentliche Wohnraumförderung unterstützt wird.



5. Öffentliche Wohnraumförderung schafft Werte: Energieeffizienzstandards, die Verwendung ökologischer Dämmstoffe, das Bauen mit Holz, die Förderung von Dach- und Fassadenbegründungen, die Unterstützung beim Einsatz von Photovoltaik. Mithilfe der öffentlichen Wohnraumförderung wird CO₂ eingespart und die Gebäude natürlicher gebaut und modernisiert.
6. Mieterinnen und Mieter unterstützen: Die Wohnraumförderung trägt dazu bei, in Städten und Gemeinden mit hoher Wohnungsnachfrage und steigenden Wohnkosten ein Angebot an attraktiven Wohnungen mit zeitgemäßen Standards zu dauerhaft bezahlbaren Preisen zu sichern oder neu zu schaffen.
7. Eigentum ermöglichen: Die Eigentumsförderung im Rahmen der öffentlichen Wohnraumförderung richtet sich an Familien, Alleinstehende und Paare mit mindestens einem Kind oder schwerbehinderten Haushaltsangehörigen, die aufgrund ihres Einkommens auf eine Förderung angewiesen sind.
8. Wohnen und studieren an einem Ort: Mit diesen Förderangeboten der öffentlichen Wohnraumförderung werden sowohl durch Neubau als auch im Rahmen der Bestandertüchtigung neben einer Verbesserung der Wohnsituation für Studierende neue Impulse für Stadtquartiere gesetzt und insgesamt der Hochschulstandort Nordrhein-Westfalen gestärkt werden.

Impressum

Herausgeber

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Digitalisierung
des Landes Nordrhein-Westfalen
Jürgensplatz 1, 40219 Düsseldorf
E-Mail: info@mhkbd.nrw.de
www.mhkbd.nrw

Bildquellenhinweis

Titelfoto: ©sabine hürdler - stock.adobe.com (mitte), ©micromonkey - stock.adobe.com (r.o.), ©Peter Maszlen - stock.adobe.com (r.u.), ©Pixel-Shot - stock.adobe.com (l.u.), ©Halfpoint - stock.adobe.com (l.o.)

Seite 5: ©ArTo – stock.adobe.com

© Juni 2023 / MHKBD NRW

Die Druckfassung kann heruntergeladen werden:
www.mhkbd.nrw.de/broschueren
Veröffentlichungsnummer **W-516**

Diese Publikation wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einfügen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Publikation durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Veröffentlichung der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.