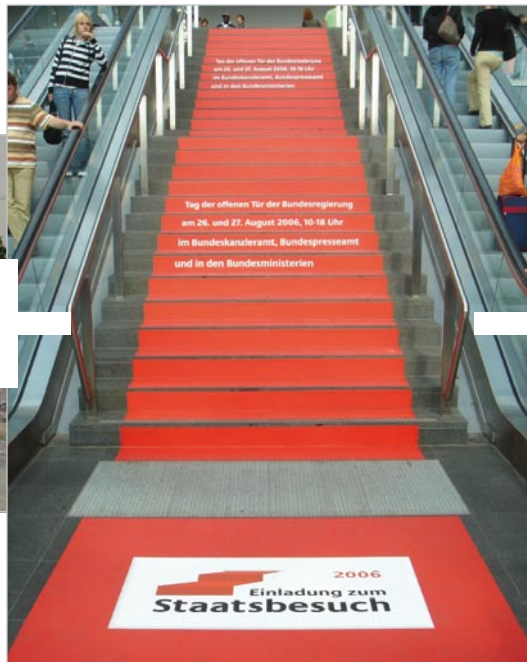




Von Politikverdrossenheit keine Spur:  
Lange Warteschlangen vor dem Kanzleramt.



Nicht zu übersehen: Die Einladung zum Staatsbesuch  
im neuen Hauptbahnhof.



Mit Bürgern im Dialog: Engagierte Promotoren  
informieren über den Tag der offenen Tür.

## Zu Besuch bei der Großen Koalition – der Tag der offenen Tür der Bundesregierung 2006

Corporate Social Responsibility  
Issues Management  
Krisenkommunikation  
**Public Affairs**  
Campaigning  
Corporate Communications

**Der Tag der offenen Tür der Bundesregierung ist zu einer festen Größe in den Veranstaltungskalendern Berlins geworden. 2006 lud die Regierung bereits zum achten Mal Bürgerinnen und Bürger zum Staatsbesuch in das Bundeskanzleramt, das Bundespresseamt und die Ministerien ein. Das Großereignis ist für die Bürger die ideale Gelegenheit, selbst hinter die Kulissen der Macht zu blicken. Für die Regierung bietet der Tag der offenen Tür die Chance, Politik im direkten Dialog zu vermitteln.**

Kommunikationsmittel:

- + Veranstaltungen
- + Werbung
- + Medienarbeit

Kunde:

Presse- und Informationsamt der  
Bundesregierung

Projekt:

Tag der offenen Tür der Bundesregierung

Jahr:

2006

Die Ausgangslage

Die im Herbst 2005 gebildete Große Koalition führte den Tag der offenen Tür der Bundesregierung im Jahr 2006 zum ersten Mal in ihrer Regierungszeit durch. Durch das zweitägige Event sollten sich die Besucherinnen und Besucher einen persönlichen Eindruck vom politischen Selbstverständnis der Regierenden machen. Auch die Medien blickten gespannt darauf, wie sich die Große Koalition präsentieren würde. Für die neue Regierung bot das Ereignis die Chance, erstmals in einem größeren Rahmen und im direkten Gespräch mit den Bürgern über ihre politischen Vorhaben und Entscheidungen zu informieren.

Die Strategie

Leitgedanke des Veranstaltungskonzepts von Johanssen + Kretschmer war, eine Regierung zu präsentieren, die auf Augenhöhe mit den Bürgern kommuniziert und handelt. Dafür wurde eine persönliche „Einladung zum Staatsbesuch“ textlich und grafisch als Motto in den Mittelpunkt gestellt. Die so gezeigte Bescheidenheit im Auftreten sollte das Politikverständnis der neuen Regierung versinnbildlichen: Politik als Arbeit für die Menschen. Getreu diesem Anspruch wurde ein ausgewogenes Programm aus Information, Edutainment und Unterhaltung konzipiert. Das Ziel der Regierung, politische Inhalte zu vermitteln, und die Erwartung der Bürger, Einblicke in den Regierungsalltag zu erhalten, wurden dabei miteinander verknüpft.



Bei ihrem Eintreffen im Kanzlerpark wird Angela Merkel von Autogrammjägern umringt.



Kinderpressekonferenz: Die Familienministerin steht den jungen Besuchern im Bundespresseamt Rede und Antwort.

## Einladung zum Staatsbesuch: Politik im Dialog

Johanssen + Kretschmer konzipierte und organisierte bereits zum vierten Mal den Tag der offenen Tür für das Bundeskanzleramt und das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Die Agentur koordinierte und realisierte außerdem die häuserübergreifenden Kommunikations- und Werbeaktivitäten, die Erstellung des Programmhefts sowie die Sponsorengewinnung.

### Bewerbung und Medienarbeit

Banner und City-Light-Poster stimmten ganz Berlin auf den Tag der offenen Tür ein. In Form eines persönlichen Einladungsschreibens von Angela Merkel sprachen diese die potentiellen Besucher direkt an. Im Berliner Hauptbahnhof lenkten „rote Teppiche“ auf den Treppenstufen sowie ein überdimensionaler Einladungsbrief der Bundeskanzlerin die Blicke auf sich.

Aufsehen erregte auch die Promotion mit zwei Meter hohen „Regierungsmosaiks“ auf stark frequentierten Plätzen Berlins. Unter dem Motto „Vorbereitung auf den Staatsbesuch“ konnten Passanten ihr Wissen über die Regierung unter Beweis stellen. Die Internetseite [www.einladung-zum-staatsbesuch.de](http://www.einladung-zum-staatsbesuch.de) bot auch nach Druckschluss des Programmhefts aktuelle Informationen. Die Bewerbung der Veranstaltung wurde durch Medienarbeit unterstützt. Sie sorgte für eine vielfältige Vorfeldberichterstattung, Sonderseiten sowie Live-Berichte rund um das Event. Die Kooperation mit dem RBB Fernsehen und radioBERLIN 88,8 gewährleistete eine hohe mediale Präsenz.

### Merkel hautnah im Bundeskanzleramt

Im Kanzlergarten schüttelte die Bundeskanzlerin viele Hände und gab Autogramme. „So könnte man jeden Tag begrüßt werden“, so die Reaktion der Regierungschefin auf den begeisterten Empfang. Großes Interesse zog nicht nur das geöffnete Kanzleramtsgebäude, sondern auch der Kanzlerpark auf sich: In der Zukunftswerkstatt wurde eines der Leitthemen der Regierungsarbeit, Innovation, anschaulich dargestellt. Regierungsinitiativen und Unternehmen präsentierten dort innovative Produkte und Technologien zum Anfassen. Die Ausstellung „Perspektive: Chancengleich“ informierte über das Ziel der Regierung, Menschen unabhängig von Herkunft, Hautfarbe, Alter, körperlichem Zustand oder Geschlecht Perspektiven auf dem Arbeitsmarkt zu eröffnen. Auf der Bühne wurde ein abwechslungsreiches Informations- und Unterhaltungsprogramm für Kinder und Erwachsene geboten. Den Höhepunkt bildete ein Konzert des Deutschen Symphonie-Orchesters Berlin.

Maestro André de Ridder ließ den ersten Besuchstag mit Stücken von Mozart ausklingen.



### Informations- und Presseamt der Bundesregierung

Im Bundespresseamt fanden die Besucher Gelegenheit zum Dialog über die Regierungspolitik sowie Infotainment rund um die Aufgaben des BPA. Bei Kinderpressekonferenzen konnten Kinder die Familienministerin Ursula von der Leyen und den stellvertretenden Regierungssprecher Thomas Steg befragen. Die Ausstellung „Der Weg der Nachricht“ zeigte, welche Stationen eine Meldung innerhalb der Regierung durchläuft, bevor sie als Nachricht in die Öffentlichkeit gelangt.

### Von Politikverdrossenheit keine Spur

Der Tag der offenen Tür der Bundesregierung endete auch 2006 wieder mit einem Besucherrekord: Mit 155.000 Besuchern konnte die Zahl aus dem Vorjahr übertroffen werden. Die Bundesregierung erreichte nicht nur die Besucher vor Ort: In der umfangreichen Medienberichterstattung gelang es ihr, sich auch darüber hinaus positiv und volksnah darzustellen.

Johanssen + Kretschmer  
Strategische Kommunikation GmbH

Berliner Freiheit 2  
Beisheim Center  
D-10785 Berlin

Telefon +49 (0)30 520 00 57-0  
Telefax +49 (0)30 520 00 57-77

[info@jk-kom.de](mailto:info@jk-kom.de)  
[www.jk-kom.de](http://www.jk-kom.de)