

State-of-the-Art Online Communication for Landscape Architecture

Petra SCHOELKOPF and André EIßER

1 Landscape Architecture within the Context of the Evolving Use of the Internet

Only a small number of people can identify what is involved in landscape architecture beyond the laying out of private gardens, let alone know the variety of services that belong to the profession of landscape architecture, or what many positive effects landscape architecture generates in both rural and urban contexts. An innovative supplying of information cannot only increase the social and political relevance of landscape architecture but also improve appreciation of the built environment and the professions which play a role in it.

Connectivity and collaboration are current approaches in product marketing which can also be applied to culture and services marketing. *“The possibility for dialog with and the relationship to the consumer count more than the price of the product”* and *“The creation of value is a by-product of fulfilling the customer’s wishes”* (WIPPERMANN, 2012) are central to the transfer of information. State-of-the-art online communication for Landscape Architecture must acknowledge the evolving means of communication, thereby taking the changes of internet use into account. A new kind of internet access (mobile) and a transformed focus (local) (s. RINGEL & RADNÜZ, 2011) are greatly having an effect on communication in landscape architecture, and improving it.

Today the internet is seen by many experts as the greatest change in the transfer of information since the invention of the printing press. Without doubt, it has an enormous impact on many areas of our daily life. *“The internet is changing from a medium of supplying information to a medium of generating information; that is to say that first through the interaction, the commentary, the evaluation, and with that, an overview of the demand, does a ‘message’ obtain its value.”* (EISSER & SCHRÖDER, 2012). The internet itself is beginning to change in the direction of communication – the “calf and cow configuration” (SEARLS, 2011) as classic server-client communication is starting to dissolve. Web 2.0 social media (s. SCHÜRING, 2011) is the catchphrase for a series of interactive and collaborative elements of the internet. Here, the user not only consumes the contents, rather he also creates through user generated content. Today, it is no longer about using centrally edited – mostly linear and static – websites as information media, rather it is increasingly about the development of uses of the web in which the demands and expectations of the provider of the information (landscape architects and planners) as well as those searching for information are both taken into consideration.

2 **bdla Concept – Online Communication 2012**

The German Association of Landscape Architects (bdla) uses both traditional and new media to present itself. Until now, its web presentation has mainly concentrated on communicating association related news. The presentation of products and services of its members – current landscape architecture projects – is seen only in certain information modules such as on the website for the bdla landscape architecture award. At an online communication workshop, the conclusion was reached that landscape architecture must, including reasons already mentioned, be made more accessible, and that this needs to be done on emotional, personal, human, concrete, and tangible levels. With its concept, Online Communication 2012, the bdla has laid the groundwork for adapting its public relations work and supplying of information to new user behavior and current technological developments.

Important strategic points include:

- generating additional values for users through the means of individual communication components (i.e. culture, tourism)
- establishing an integrated and flexible technical and editorial system with a central project databank for the multiple use of data in a variety of communication components which allows for the involvement of decentralized authors
- platform independent publishing with portability of the software to multiple platforms e.g. in mobile internet devices which meets current standards
- making available position sensitive services
- allowing the development of social relationships and creating opportunities for dialog

Under the motto “Communicating landscape architecture spatially related, emotionally appealing and professionally grounded”, the bdla is striving to develop access to landscape architecture that is open, inclusive of (building) cultures, and possibly offers a low threshold of entry to a variety of target groups.

3 **Components of Online Communication 2012**

3.1 **Component 1: ParcView Portal**

The first component of the new online communication was the launching of the principally (culture) tourist-oriented portal ParcView.de (SCHOELKOPF, 2012) for BERLIN[er] KULTUR[-]LANDSCHAFT[en].

The ParcView portal particularly addresses the cultural meaning of landscape architecture in Berlin. Berlin art, cultural assets, and cultural institutions have always been closely tied to urban open space. They define and inspire each other and mirror their intentions of varied forms of expression and the language of form. The coinciding historic and modern open spaces with their integrative character take on the function of a common experiential space which opens the multitude of cultural facets and attractions to the urban society.

Together they make up a kind of urban cultural landscape, which in Berlin is particularly evident and exciting. The cultural potential that arises from this interaction was formerly

not sufficiently made available in Berlin. The goal of ParcView is therefore to develop a new type of access that is highly informative for the interested layman, whether inhabitant or tourist. Within the context of the trend of garden tourism, presenting the tourist's angle of view is a fitting addition in so far that open spaces are seen to have an important potential for the tourism strategy of the State of Berlin (SENATOR FÜR WIRTSCHAFT, TECHNOLOGIE UND FRAUEN, 2011). Because of its culturally interlinking nature, as well as for other reasons, the portal ParcView is being financially supported through funds from the State of Berlin as well as the European Social Fund for Regional Development from the Program to strengthen and exploit innovative potential in culture (INP).



Fig. 1: The 360° pivoting panorama of the city of Berlin on the start page of ParcView for intuitive viewing (screenshot www.parcview.de)

3.2 Component 2: The Portal Landscape Architecture Today

In contrast to ParcView, the portal www.landschaftsarchitektur-heute.de (*landscape architecture-today*) focuses on the direct presentation of the services of the profession and is oriented primarily to professionally interested target groups. Landscape architecture is seen here in the sense of professional concerns as the linking of all the services offered by landscape architects spanning the spectrum from object planning to landscape planning. The information presented covers the sphere of activity of the association nation-wide and, because of the body of work of its members, projects all over the world. The portal concentrates on three main points: offices, projects and topics. An existing module on the bdla.de webpage for searching for planning offices has been further developed and extended and built into *Landschaftsarchitektur-heute* as the menu item *offices*. Here the user finds an interactive map to be used by means of keywords or by filtering the focus of main activities of the planning office. To present the offices, short portraits, project examples, and contact data are available. Every office can present its projects and through texts supplementing construction data and service information, as well as various media formats, offer a more in-depth view of its planning ideas and the concepts and drafts that belong to them. The projects are shown independently in the category projects. They are also linked to the office profiles as references in the database. Additionally the editors from *LA-heute* can assign the projects to main categories or online exhibition themes in the database and

can publish this in the menu item “Themen” (topics). Regardless from which focal point the user approaches the portal, he will always be referred to other content-related focuses.



Fig. 2: The start page of Landschaftsarchitektur-heute.de offers a stage for current topics of landscape architecture (screenshot www.Landschaftsarchitektur-heute.de)

3.3 Component 3: Information Hub for the Association and Offices

As part of the new online communication, the bdla's website with its 13 subdomains of state chapters is currently being restructured. The new technical structure and editing concept make it possible that all contents can be accessed in all of the different portals Parcview, LA Heute and bdla.de, as well as in the newsletters, using modules for editing. In addition to association specific communication, widgets can be integrated giving access to the central databank for use in various online projects at the regional or state levels. This widget can additionally be used by individual authors and increases the motivation for using the bdla's project databank. The information and photos of the projects will be only included once, and along with the publication on the bdla portals can be shown on the internet site of the individual offices, for example in the form of a lightbox.

4 Added Values, Multipliers and Networking

4.1 Online Exhibitions and Special Modes of Narration

Recognizing that the medium alone does not bring attention, intuitive-playful operability, visual presentations and special modes of narration are incorporated into both portals to waken the interest of the public. “*Only then, do you get clicks*” (MUDRA, 2007).

Topic clusters form the basis of the communication and increase the understanding of landscape architecture through thematic links. They are interpreted in the form of spatially concrete, real and virtually experiential online exhibits. Individual topics are presented and augmented with thematically appropriate projects from the database. To date, four online exhibits have been published on ParcView. The online exhibit Mauerstreifenparks (*wall-strip parks*), for example, shows very different public spaces along the former Berlin Wall which act as a kind of memory for the city. In the portal www.landschaftsarchitektur-heute.de there are initially seven topics and clusters such as urban spaces, developing landscape, and the residential environment. The communication in both portals is supported through special narratives used to enhance the experience of landscape architecture: “gallery”, “story”, and the “tour”, as well as “time transitions”. The “project presentation with gallery” is targeted to the specific behavior of the internet reader. Pages are skimmed over and only apparently important anchor points merit a brief look. Longer texts are of less interest than short precise teasers which encourage one to read more. Following this kind of reading behavior, a concept has been developed which allows for the individual and playful discovering of a place through powerful images and short texts. The use of videos speaks to the emotions of the user and allows one to make one’s own picture of the intentions and working method of the landscape architect. The “story” provides more in-depth information about specific aspects of a place, for example plant use. The spatial context of the information can be presented in the “story” by simple means. The idea of making the invisible seeable in the sense of augmented reality was the inspiration for this kind of narrative. The experience of landscape architecture is the experience of space and spatial relations. The narrative of the “tour” acknowledges this in that the user is given the possibility to virtually move through space. The new kind of presentation of spatial series of pictures demands a special technical handling of the task and requires the borrowing of online game techniques. The “time transitions” places the focus on the development of a place. “Time transitions” bring the user closer to the historic levels, individual construction phases, or the before and after of a planning.

4.2 Mobile Story-Telling and Location-Based Service

Both portals have been combined with a mobile website (mobil.parcview.de; mobil.landschaftsarchitektur-heute.de) which supports all aforementioned information and multimedia formats of the portals. This allows for a flexible and spontaneous access to information on landscape architecture and its spatial and cultural context. “What current examples of landscape architecture are nearby that I can look at?”, “How do I get there?”, “Can I find out more when I’m there?” are typical user needs that are supported by the mobile websites. Using the browser of a smart phone with internet access, one can set up a tour of an area without having had to previously install an app.

For its development strategy, the BDLA has chosen to use the concept of web app. When considering marketing however, it’s certainly advisable that the lifestyle image and the distribution channels of a native app are used. The possibility of a greatly simplified native app will be explored with an “icon install app”.



Fig. 3: Web app mobil.landschaftsarchitektur-heute.de (Perspektivmedien UG)

4.3 Cultural and Tourism Partnerships and Social Media

To increase awareness of the new information services offered, supporting measures for the web and for print have been conceived that come into effect shortly or medium dated after activating. Decisive is that in addition to expert relevant channels of information, other users from other contexts are made aware of the unique value of the portals. The ParcView project is, for example, a partner of many renowned cultural institutes in Berlin such as the Topography of Terror Foundation and the Berlin Wall Foundation. Through linking and data exchange with visitBerlin.de, the official tourism portal of Germany's capital, Berlin's open spaces can be presented for the first time in international marketing as the cultural places of interest that they are. What's more is that the bdla, considering the changing perception of the internet, has asked the question to what ends is using the marketing strategies of social media relevant to providing information. At a workshop for developing the new online communication concept, the consensus was reached that to date landscape architecture-related target groups don't make much use of the possibilities of Web 2.0. This can lie in the age structure, or the affinity for the medium of the potential target group, but also in the lack of specific offerings. Exactly for this reason, the use of state-of-the-art technological services needs to be explored for increasing the attractiveness of the built environment for young people. Therefore the bdla has decided to gather first experiences of effectiveness of the social media in the internet and for this to initially use external infrastructures. In both portals the visitor can recommend contents to others via Facebook, and on youtube videos about landscape architecture projects can be commented on.

5 Current Technical Developments and User-Friendliness

The portability of the software to multiple platforms and modular design are the most important challenges in the incremental development process so that both portals offer flexible, media-continuous tools which fulfill the entire future online communication of the bdla.

The basis for implementing the portals and the mobile web pages is RegionCreator, originally developed for the Open Source Content Management System (CMS) Joomla!, an extension developed for the integration of the Joomla platform 11.x. framework using the concept *model, view, controller (MVC)*. This extension also works without the CMS and therefore can also be used for other applications. The focus of the development was to make patterns available for an object-oriented entry and output of data by the user. Whereas each pattern is based on a data-structure generalized catalog with classes and methods with which a variety of individual objects can be flexibly generated and made available. The basic data structure of the patterns is a content builder, developed similarly to content construction kits of the CMS Frameworks Drupal type. With this, new content types can be defined and immediately:

- 1) decentral contents from different authors in differentiated access levels can be added and
- 2) these contents can be not only retrieved through the above named application programming interface (API) but also combined and linked to (new) objects.

With the last phase of implementing a query syntax (parameter), an object-oriented API was created that allows for the retrieval and output of regional and/or thematic information, similar to the Graph API on Facebook. All the add-ons (components and modules) within the CMS for the central editors also work on the basis of this API. They not only deliver the necessary objects on the data level but also vary the templates, depict the results of project queries in a grid/raster, simultaneously deliver the data to the map API and if desired transfer all data to a JavaScript Object Notation (JSON) interface. This way a single CMS can also administrate and operate external applications, such as mobile web apps do.

JQuery in JavaScript framework mobile builds the basis for using the data in mobile web pages so that it is already possible today to implement many HTML 5 functions, even if this is not yet fully supported by the browser manufacturer. Additionally, jQuery mobile offers a series of multiplatform functions and display options (for Andoid, Windows, iPhone, Blackberry, etc.) which comply with user behavior of the internet and smartphones (buttons, list views, page transitions, map views, etc.) The mobile applications can be structured and administrated directly in the CMS of the portal. The JSON interface of the above mentioned extensions produces the data which then can be processed and displayed within the mobile application.

6 Summary and Outlook

It was the idea that bdla members could present their own activities that brought about the development of the new online communication of the bdla. Through the interplay of searching for planning offices and the possibility that presenting individual projects could serve as the nucleus for the communication in the most varied of contexts, two platforms came into being which fill the gap (cf. SCHOELKOPF & RINGKAMP, 2008) that had previously existed in the professional and cultural arenas. In addition, the platform Landschaftsarchitektur-heute has the potential of becoming a renowned online salon for the current works of landscape architecture.

Indeed, the proof of the visual-emotional approach of development seems to be already there. A first analysis of the online visits to ParcView shows a much longer length of stay on the website than the average. The great acceptance of the site www.landschaftsarchitektur-heute.de by bdla members already during the development stage has led to around 800 project entries and 160 office profiles. This is extremely unusual for a web project that is based on the participation of decentralized authors. A great number of page views of ParcView have come through external sources of the social media (Facebook) and we are eager to see whether this will also be the case for Landschaftsarchitektur-heute. The analysis will provide more insight into a further development in the direction of social media functionality. Within the first two months of operation, Landschaftsarchitektur-heute had over 10,000 visits and around 141,000 page views. This initial feedback allows for a positive view of future visitor numbers, especially as extensive communication measures on the web and in print will follow in the coming months. Whether the information services are accepted not just by the providers but also by the user, and if they are to become a viable pillar for future online communication remains to be seen. In any case, the initial positive effects encourage the bdla to consider developing further features that support the sustainable providing of information.

References

- Eisser, A. & Schröder, T. (2012), In: Rein, H. & Schuler, A. (Hrsg.), *Tourismus im ländlichen Raum*. Wiesbaden, Springer Gabler.
- Kahl, M. (2009), *Online-Kommunikation 2012*. In: Landschaftsarchitekten, 2/2009, 22.
- Mudra, T. (2007), *Öffentlichkeitsarbeit 2012. Verträgt sich ein modernes Marketing-konzept mit dem Selbstverständnis des bdla?* In: Landschaftsarchitekten, 1/2007, 24.
- Ringel, T. & Radünz, A.-L. (2011), *SoLoMo – Die Social Local Mobile Bewegung*. In: Schwarz, T. (Hrsg.) (2011), *Leitfaden Online Marketing*. Band 2.
- Senator für Wirtschaft, Technologie und Frauen (2011), *Tourismuskonzept Berlin – Handlungsrahmen 2011+*.
- Schoelkopf, P. (2012), *Landschaftsarchitektur emotional präsentiert*. In: Stadt und Grün, 9/2012, 49.
- Schoelkopf, P. & Ringkamp, C. (2008), *Deutsche Datenbank der Gärten und Parks – Vision oder notwendige Herausforderung?* In: Buhmann, E., Pietsch, M. & Heins, M. (Eds.), *Digital Design in Landscape Architecture 2008*. Heidelberg, Wichmann.
- Searls, D. (2011), *Habt Geduld*. In: brand eins, Wirtschaftsmagazin, 2/2012, 43.

Websites

- <http://www.henningschuerig.de/blog/2010/social-media-statt-web-20/> (20.12.2012): Schuering, H.: *Social Media statt Web 2.0*.
- http://www.trendbuero.de/index.php?f_articleId=3414 (29.09.2012): Wippermann, P.: *Der Quellcode der Netzwerkökonomie: Connectivity + Collaboration + Coopetition + Co-Creation*.

Zeitgemäße Online-Kommunikation für Landschaftsarchitektur

Petra SCHOELKOPF und André EIßER

1 Landschaftsarchitektur im Kontext der veränderten Wahrnehmung des Internets

Nur ein kleiner Teil der Bevölkerung kann mit Landschaftsarchitektur Inhalte verbinden, die über das Anlegen von Hausgärten hinausgehen, geschweige denn, dass er weiß, welche Leistungen zum Berufsbild von Landschaftsarchitekten gehören oder welche vielschichtigen, positiven Effekte Landschaftsarchitektur im ländlichen und urbanen Kontext auslöst. Eine zeitgemäße Informationsvermittlung kann die gesellschaftliche und politische Relevanz von Landschaftsarchitektur stärken und letztlich zu einer verbesserten Wertschätzung gebauter Außenräume und des zuständigen Berufsstandes beitragen. Connectivity and Collaboration sind aktuelle Ansätze, die sich aus dem Produktmarketing auf das Kultur- und Dienstleistungsmarketing übertragen lassen. „*Die Inszenierung von Gesprächsanlässen und die Beziehungen zu den Konsumenten zählt mehr als die Anpreisung des Produkts*“ und „*Die Wertschöpfung wird ein Nebenprodukt bei der Erfüllung von Kundenwünschen*“ (WIPPERMANN, 2012) sind dabei zentrale Einschätzungen, die die Informationsvermittlung bestimmen. Eine zeitgemäße Online-Kommunikation zur Landschaftsarchitektur muss sich dieser geänderten Kommunikation stellen und dabei grundlegende Veränderungen der Internetnutzung berücksichtigen. Eine neue Art des Internetzugangs (mobil) und ein gewandelter Fokus (lokal) (vgl. RINGEL & RADÜNZ, 2011) wirken sich auch im hohen Maße auf die Kommunikation von Landschaftsarchitektur aus und begünstigen diese zudem.

Heute wird das Internet von vielen Experten als die größte Veränderung des Informationswesens seit der Erfindung des Buchdrucks gesehen, zweifelsohne mit enormen Auswirkungen auf viele Bereiche unseres täglichen Lebens. „Es wandelt sich das Internet vom Medium der Informationsvermittlung zum Medium der Informationsgenerierung, *d. h. erst durch die Interaktion, den Kommentar, die Wertung und damit durch eine Abbildung der Nachfrage, wird die 'Botschaft' werthaltig*“ (EISSER & SCHRÖDER, 2012). Dabei beginnt sich das Internet selbst in der Richtung der Kommunikation zu wandeln – die „Kalb- und Kuh-Konfiguration“ (SEARLS, 2011) als klassische *One-Way* Server-Client-Kommunikation beginnt sich mehr und mehr aufzulösen. Web 2.0 „Social Media“ (vgl. SCHÜRING, 2011) sind dabei die Schlagwörter, für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets. Hierbei konsumiert der Nutzer nicht nur den Inhalt, sondern er stellt als Prosument („User Generated Content“) selbst Inhalte zur Verfügung. So geht es heute nicht mehr um die Umsetzung von redaktionell-zentral – meist linear und statisch – aufbereiteten Webseiten als Informationsmedium, sondern es geht nunmehr verstärkt um die Entwicklung von Webanwendungen, in denen sich sowohl die Ansprüche und Erwartungen der Absender von Informationen (Landschaftsarchitekten und Planer) als auch der Informationssuchenden zeitgemäß wiederfinden.

2 bdla-Konzept „Online-Kommunikation 2012“

Der Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (bdla) betreibt zwar Öffentlichkeitsarbeit in den klassischen und Neuen Medien. Das Webangebot konzentriert sich allerdings auf die Kommunikation verbandsspezifischer Inhalte. Die Darstellung der Produkte und Dienstleistungen seiner Mitglieder – realisierte Projekte aktueller Landschaftsarchitektur - erfolgt nur in einigen ausgewählten Informationsmodulen wie z. B. in der Website zum Landschaftsarchitekturpreis. Ein Workshop zur Online-Kommunikation ergab, dass die Auseinandersetzung mit Landschaftsarchitektur, auch aus den eingangs skizzierten Gründen, emotionaler, persönlicher, menschlicher, konkreter und greifbarer gestaltet werden soll (KAHL, 2009) Mit seinem Konzept zur „Online-Kommunikation 2012“ hat der bdla die Weichen gestellt, seine Öffentlichkeitsarbeit und Informationsvermittlung im Internet grundlegend auf das geänderte Nutzerverhalten auszurichten und an die aktuelle technische Entwicklung anzupassen. Wichtige strategische Eckpunkte sind:

- Generierung von Mehrwerten für den Nutzer und Überführung in unterschiedliche, eigenständige Kommunikationsbausteine (z. B. Kultur, Tourismus).
- Etablierung eines integrierten, flexiblen technischen und redaktionellen Systems mit zentraler Projektdatenbank für die Mehrfachdatennutzung in unterschiedlichen Kommunikationsbausteinen, das die Einbindung dezentraler Autoren zulässt.
- Plattformunabhängiges Publizieren im mobilen Internet mittels neuer Standards.
- Bereitstellung positionssensitiver Dienste.
- Ermöglichung sozialer Beziehungen und Schaffung von Gesprächsanlässen.

Unter dem Leitbild „Landschaftsarchitektur räumlich verortet, emotional ansprechend, fachlich fundiert vermitteln“ strebt der bdla an, einen (bau-)kulturübergreifenden, offenen und vielleicht auch niedrig-schweligen Zugang zu Landschaftsarchitektur für die unterschiedlichen Zielgruppen zu ermöglichen.

2 Bausteine der Online-Kommunikation 2012

2.1 Baustein 1: Portal „ParcView“

Als erster Baustein der neuen Online-Kommunikation wurde das eher (kultur-)touristisch orientierte Portal ParcView.de (SCHOELKOPF, 2012) zum Erleben der BERLIN[er] KULTUR[-]LANDSCHAFT[en] im Internet gelauncht.

Das Portal „ParcView“ thematisiert insbesondere die kulturelle Bedeutung von Landschaftsarchitektur in Berlin. Berliner Kunst, Kulturgüter und Kultureinrichtungen sind seit jeher eng verwoben mit dem urbanen Freiraum. Sie bedingen und inspirieren sich gegenseitig und spiegeln ihre Intentionen in unterschiedlichen Ausdrucksformen und Formensprachen. Der gleichwohl historische wie zeitgenössische Freiraum mit seinem integrativen Charakter übernimmt dabei die Funktion des gemeinsamen Erfahrungsraumes, aus dem heraus sich die städtische Gesellschaft die unterschiedlichen kulturellen Facetten und Angebote erschließen kann. Zusammen bilden sie eine Art urbane KulturLandschaft, die in Berlin besonders deutlich ausgeprägt und sehr spannungsreich ist. Das kulturelle Potenzial, das sich aus diesem Zusammenspiel ergibt, war bislang nur unzureichend in Berlin er-

schlossen. Ziel des Vorhabens „ParcView“ ist es deshalb, einen neuartigen und erkenntnisreichen Zugang zu entwickeln, der im hohen Maße für interessierte Laien z. B. kulturinteressierte Bürger und Touristen von Bedeutung ist. Vor dem Hintergrund des steigenden Trends zum Gartentourismus stellt der touristische Betrachtungswinkel eine sinnvolle Ergänzung dar, zumal Freiräume auch in den touristischen Strategien des Landes Berlin als wichtiges Potenzial gesehen werden (SENATOR FÜR WIRTSCHAFT, TECHNOLOGIE UND FRAUEN, 2011). Das Portal „ParcView“ wird u. a. aufgrund seines kulturell vernetzenden Charakters aus Mitteln des Landes Berlin sowie aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung des Programms zur Stärkung und Nutzung des Innovationspotenzials in der Kultur (INP) gefördert.

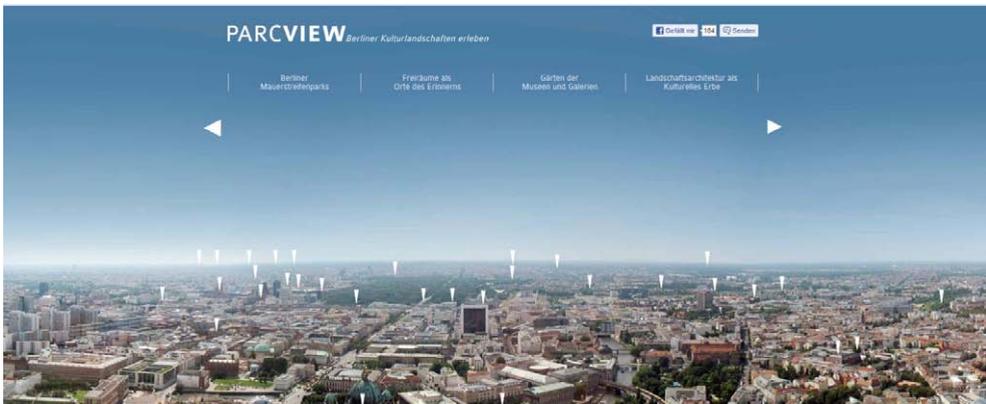


Abb. 1: Das 360° schwenkbare Panorama der Stadt Berlin auf der Startseite des Portals ParcView zur intuitiven Annäherung (screenshot www.parcview.de)

2.2 Baustein 2: Portal „Landschaftsarchitektur-heute“

Im Gegensatz zu „ParcView“ fokussiert sich das Portal www.landschaftsarchitektur-heute.de auf die unmittelbare Darstellung der Leistungen der Profession und richtet sich vorrangig an fachlich interessierte Zielgruppen. Landschaftsarchitektur wird dabei im Sinne der berufsständischen Auffassung als Klammer für alle Leistungsfelder der Landschaftsarchitekten gesehen, die beispielsweise von der Objektplanung bis Landschaftsplanung reichen. Das Informationsangebot ist entsprechend dem Wirkungskreis des Verbandes bundesweit ausgerichtet, umfasst aber aufgrund der Tätigkeit seiner Mitglieder Projekte in aller Welt. Inhaltlich konzentriert sich das Portal auf die drei Schwerpunkte „Büros“, „Projekte“ und „Themen“. Aus dem Ansatz der Planungsbürosuche auf der Verbandsseite entstand der Schwerpunkt „Büros“. Hier findet der Nutzer über eine interaktive Karte, per Stichwortsuche oder Filterung nach Tätigkeitsschwerpunkten das Planungsbüro, das er sucht. Zur Präsentation der Büros stehen u. a. Kurzporträts, Projektbeispiele und Kontaktdaten zur Verfügung. Jedes Büro kann seine Projekte vorstellen und über Textbeschreibungen in Ergänzung mit Baudaten und Serviceinformationen sowie unterschiedlichen Medienformaten vertiefte Einblicke in die Planungsidee und dazugehörigen Konzepte und Entwürfe eröffnen. Im Sinne vernetzter Inhalte werden die Projekte den Büros zugewiesen. Darüber hinaus können sie übergeordneten thematischen Bezügen zugeordnet und daraus

aktuelle Themen kreiert werden (siehe 3.1). Egal, aus welchem Interessenschwerpunkt sich der Nutzer dem Portal nähert, er wird immer wieder auf die anderen inhaltlichen Schwerpunkte verwiesen.

2.3 Baustein 3: Büro- und verbandsbezogene Informationsvermittlung

Im Zuge der neuen Online-Kommunikation befindet sich auch die Verbandsseite des bdla mit seinen 13 Subdomains der Landesgruppen in der Umstrukturierung. Es findet eine technisch-inhaltliche Verknüpfung aller Kommunikationsinhalte über alle Trägermedien statt. Neben der verbandspezifischen Kommunikation können hier Widgets eingebunden werden, die Landschaftsarchitektur im Sinne des neuen Kommunikationsleitbildes in unterschiedlichen Online-Projekten auch auf regionaler oder landesbezogener Ebene aus der zentralen Projektdatenbank vermittelt. Dieses Widget kann darüber hinaus als Service für die einzelnen Autoren eingesetzt werden und erhöht die Motivation zur Nutzung der bdla-Projektdatenbank. Dabei werden Daten und Fotos der Projekte nur einmal erfasst und können neben der Publikation in den bdla-Portalen auf der Internetseite des jeweiligen Planungsbüros z. B. in Form einer sogenannten Lightbox angezeigt werden.

3 Mehrwerte, Multiplikatoren und Vernetzungen

3.1 Online-Ausstellungen und besondere Erzählweisen

Wohl wissend, dass das Medium allein keine Aufmerksamkeit schafft, werden mit intuitiv-spielerischer Bedienbarkeit, visueller Präsentation und besonderen Erzählweisen Angebote in beiden Portalen geschaffen, die das Interesse der Menschen wecken sollen. „Nur dann wird angeklickt.“ (MUDRA, 2007). Themencluster bilden die Grundlage der Informationsvermittlung und schärfen das Verständnis für Landschaftsarchitektur durch das Aufzeigen thematischer Bezüge. Sie werden in Form von räumlich konkreten, real und virtuell erfahrbaren Online-Ausstellungen übersetzt. Dazu wird das jeweilige Thema redaktionell vorgestellt und mit thematisch passenden Projekten aus der Datenbank untersetzt. Bislang wurden für „ParcView“ vier Online-Ausstellungen publiziert. Die Online-Ausstellung „Mauerstreifenparks“ beispielsweise zeigt ganz unterschiedliche Orte, die den öffentlichen Raum im Verlauf der ehemaligen Mauer als Gedächtnis der Stadt inszenieren. Im Portal Landschaftsarchitektur heute werden vorerst sieben Themen und Cluster wie z. B. Urbane Plätze, Landschaft entwickeln oder Wohnumfeld präsentiert.

Die Informationsvermittlung wird in beiden Portalen unterstützt durch besondere, auf das Erleben von Landschaftsarchitektur zugeschnittene Erzählweisen: die Galerie, die Story, der Rundgang sowie die Zeitblende. Die „Projektdarstellung mit Galerie“ ist auf das spezifische Leseverhalten im Internet ausgerichtet. Seiten werden überflogen und nur an scheinbar wichtigen Ankerpunkten wird ein kurzer Halt eingelegt. Lange Texte werden weniger wahrgenommen als kurze prägnante „Teaser“, die Interesse zum „mehr lesen“ auslösen. Ausgehend von diesem Verhalten wurde ein Konzept entwickelt, bei dem die spielerische und individuelle Entdeckung des Ortes über aussagekräftige und ansprechende Bilder und kurze Texte im Mittelpunkt der Darstellung steht. Die Einbindung von Videos unterstützt die emotionale Ansprache des Nutzers und ermöglicht es, sich ein Bild von den Intentionen und Arbeitsweisen der Landschaftsarchitekten zu machen. Die „Story“ vermittelt tiefer

gehende Informationen zu besonderen Aspekten eines Raumes z. B. zur Pflanzenverwendung. Der räumliche Kontext zur Information kann bei der „Story“ auf einfache Weise hergestellt werden, da bei der Entwicklung dieser Erzählweise die Idee, das Unsichtbare sichtbar im Sinne sogenannte Augmented Reality zu machen, die Inspiration bot. Das Erleben von Landschaftsarchitektur ist eine Erfahrung von Raum und räumlichen Zusammenhängen. Die Erzählweise des „Rundganges“ berücksichtigt dies, in dem der Nutzer die Möglichkeit erhält, sich virtuell durch Räume zu bewegen. Die neuartige Darstellung von raumbezogenen Bildfolgen erforderte auch einen besonderen technischen Umgang mit der Aufgabenstellung und machte Anleihen bei der Programmierung von Online-Games erforderlich. Die „Zeitblende“ stellt die Entwicklung des Ortes in einzelnen Abschnitten in den Mittelpunkt der Darstellung. Mit der Zeitblende werden dem Nutzer historische Schichten, einzelne Bauabschnitte oder das Vorher und Nachher einer Planung näher gebracht.

3.2 Mobile Story telling und Location-based Services

Die beiden Portale wurden jeweils mit einer mobilen Website (mobil.parcview.de; mobil.landschaftsarchitektur-heute.de) kombiniert, die alle eingangs beschriebenen Informationen und Multimediaformate der Portale unterstützt. Damit wird ein flexibler und spontaner Zugriff auf Informationen zur Landschaftsarchitektur und auf den jeweiligen räumlichen und kulturellen Kontext ermöglicht. „Welche Orte aktueller Landschaftsarchitektur kann ich in der Nähe anschauen?“, „Wie komme ich am besten dorthin?“ und „Kann ich vor Ort mehr erfahren?“ sind typische Nutzerbedürfnisse, die die mobilen Websites unterstützen. Sie können über den Browser eines Smartphones mit Internetzugang ohne vorherige Installation für Erkundungstouren vor Ort eingesetzt werden.



Abb. 2: WebApp mobil.landschaftsarchitektur-heute.de (Perspektivmedien UG)

Der bdla hat sich bei der Entwicklungsstrategie für das Konzept der Web-App entschieden. Aus Überlegungen des Marketings will man allerdings das Lifestyle-Image und die Vertriebskanäle einer nativen App dennoch nutzen. Mit einer Art Icon-Install-App sollen die Möglichkeiten einer stark vereinfachten nativen App ausgelotet werden.

3.3 Kulturelle und touristische Kooperationen und Social Media

Um die Bekanntheit der neuen Informationsangebote wirksam zu steigern, wurden flankierende Kommunikationsmaßnahmen für Web und Print konzipiert, die kurz- bis mittelfristig nach der Freischaltung umgesetzt werden sollen. Entscheidend dabei ist, dass neben den fachrelevanten Informationskanälen auch Nutzer aus anderen Kontexten über bestimmte Mehrwerte auf die Portale aufmerksam werden. Das Vorhaben ParcView wird beispielweise von vielen renommierten Berliner Kultureinrichtungen wie der Stiftung Topographie des Terrors sowie der Stiftung Berliner Mauer als Kooperationspartner begleitet. Durch Vernetzung und Datenaustausch mit visitBerlin.de, dem offiziellen Tourismusportal der deutschen Hauptstadt, können sich die Berliner Freiräume nun erstmals als kulturtouristische Sehenswürdigkeiten in der internationalen Vermarktung beweisen.

Dem bdla stellte sich darüber hinaus vor dem Hintergrund der veränderten Wahrnehmung des Internets die Frage, inwieweit der Einsatz von Strategien des Social Media Marketings für die Informationsvermittlung erforderlich ist. Bei einem Expertenworkshop zur Entwicklung der neuen Online-Kommunikation bestand Konsens in der Einschätzung, dass Landschaftsarchitektur-affine Zielgruppen bisher wenig Gebrauch von den Möglichkeiten des Web 2.0 machen. Das kann u. a. an der Altersstruktur, der Medienaffinität der potenziellen Zielgruppen aber auch an dem Fehlen spezifischer Angebote liegen. Gerade vor diesem Hintergrund sollte modellhaft geprüft werden, ob eine zeitgemäße Technologieversorgung die Attraktivität baukultureller Arbeitswelten für junge Menschen steigern kann. Der bdla hat sich deshalb entschlossen, erste Erfahrungen zur Wirksamkeit der sozialen Netzwerke im Internet zu sammeln und dafür vorerst externe Infrastrukturen zu nutzen. In beiden Portalen kann der Besucher Inhalte, die ihm gefallen z. B. eine bestimmte Online-Ausstellung anderen Interessierten bei Facebook empfehlen und Videos zu Landschaftsarchitekturprojekten können auch bei YouTube kommentiert werden.

4 Aktuelle technische Entwicklungen und Benutzerfreundlichkeit

Plattformunabhängiges Publizieren und modularer Aufbau begleiteten als wichtigste Anforderung den inkrementellen Entwicklungsprozess, um mit der Freischaltung der Portale möglichst flexible, medienbrucharmer Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, die der gesamten zukünftigen Online-Kommunikation des bdla gerecht werden.

Die Basis für die Umsetzung der Portale und der mobilen Webseiten bildet der Region-Creator, eine ursprünglich für das Open-Source-Content-Management-System (CMS) Joomla! Nach dem Konzept *Modell – Präsentation – Steuerung* (MVC) entwickelte Extension, welche jedoch auch über die Einbindung der Joomla Plattform 11.x. (Framework) ohne das CMS funktioniert und auf diese Weise bei Bedarf auch für weitere Applikationen genutzt werden kann. Im Fokus der Entwicklungsarbeit stand die Bereitstellung von Lösungsschablonen („Patterns“) für eine objektorientierte Ein- und Ausgabe der Informationen. Wobei sich die einzelnen Pattern eines auf die Datenstruktur generalisierten Kataloges an Klassen und Methoden bedienen mit denen eine Vielzahl an individuellen Objekten flexibel er- und bereitgestellt werden können. Die den Pattern zu Grunde liegende Daten-

struktur ist ein an den „Content-Construction-Kit“ des CMS Frameworks Drupal angelehnter sogenannter Content-Builder, mit dem sich beliebige neue Inhaltstypen definieren und damit bereits unmittelbar

- (1) Inhalte dezentral durch verschiedene Autoren in differenzierten Zugriffsebenen hinzufügen und diese
- (2) Inhalte über die o. g. API nicht nur abfragen, sondern auch zu (neuen) Objekten zusammenfassen und verknüpfen

lassen.

Über die Implementierung einer eigenen Abfrage-Syntax (Parameter) entstand im letzten Schritt eine objektorientierte Programmierschnittstelle (API) mit der sich Informationen, ähnlich der Graph API von Facebook, etwa in ihren regionalen und/oder thematischen Bezügen, abfragen und ausgeben lassen. Auf Basis dieser API arbeiten in der Konsequenz auch alle für die zentrale Redaktion innerhalb des CMS bereitgestellten Erweiterungen (Komponenten und Module). Jedoch liefern diese hier nicht nur die benötigten Objekte auf der Datenebene, sondern variieren in der Darstellungsebene (Template), stellen also die Ergebnisse einer Projektsuchanfrage in einem Grid/Raster dar, liefern gleichzeitig die Daten an die Karten-API und übermitteln bei Bedarf zudem auch alle Daten an eine JSON-Schnittstelle, so dass über ein und dasselbe CMS auch externe Applikationen, wie etwa die mobile Web-App, administriert und gesteuert werden können.

Zur Nutzung der Daten in der mobilen Webseite bildet das in Javascript-Framework „jQuery mobile“ die Basis, mit dem es bereits heute möglich ist viele HTML-5-Funktionalitäten umzusetzen, auch wenn diese durch die Browserhersteller noch nicht vollständig unterstützt werden. Zudem bietet „jQuery mobile“ eine Reihe an plattformübergreifenden Funktionen und Darstellungsvarianten (also für Android, Windows, iPhone, Blackberry, etc.), welche dem Nutzerverhalten des Internets auf Smartphones entsprechen (Buttons, Listenansichten, Seitenübergänge, Kartendarstellungen, etc.). Direkt im CMS des Portals kann die mobile Applikation strukturiert und verwaltet werden. Die JSON-Schnittstellen der oben beschriebenen CMS-Erweiterungen liefern die Daten die dann innerhalb der mobilen Applikation entsprechend verarbeitet und aufbereitet (dargestellt) werden.

5 Fazit und Ausblick

Die neue Online-Kommunikation entstand aus der Idee, dass sich bdla-Mitglieder mit ihrer Tätigkeit präsentieren können. Aus dem Zusammenspiel der Planungsbürosuche und der Möglichkeit, dass das einzelne Projekt als Nukleus der Informationsvermittlung in unterschiedlichen Kontexten publiziert werden kann, entstanden zwei Plattformen, die eine bislang vorhandene Lücke in der Online-Informationsvermittlung zur Landschaftsarchitektur (vgl. SCHOELKOPF & RINGKAMP, 2008) auf fachbezogener und kultureller Ebene schließen. Die Plattform Landschaftsarchitektur-heute hat darüber hinaus das Potenzial, ein renommierter Online-Salon mit einer Werkschau für aktuelle Landschaftsarchitektur im Netz zu werden. Bereits kurzfristig scheint sich der visuell-emotionale Entwicklungsansatz zu bestätigen. Eine erste Analyse der Zugriffszahlen von „ParcView“ zeigt eine deutliche höhere Verweildauer auf der Website als durchschnittlich üblich ist. Die starke Akzeptanz

der bdla-Mitgliedsbüros auch schon während der Entwicklungsphase führte bei Landschaftsarchitektur-heute zu der hohen Anzahl von rund 800 Projekteinträgen und 160 Büroprofilen, die äußerst ungewöhnlich für Webprojekte ist, die auf die Mitwirkung dezentraler Autoren ausgerichtet sind. Besonders viele Seitenzugriffe auf „ParcView“ wurden über die externen Informationsquellen der sozialen Medien (Facebook) erreicht und lassen gespannt sein, ob sich dieser Ansatz auch für Landschaftsarchitektur-heute bestätigen wird. Die Analyse wird wichtige Hinweise für eine Weiterentwicklung in Richtung Social-Media-Funktionalitäten liefern. Für das Portal Landschaftsarchitektur-heute konnten in den ersten zwei Monaten nach Freischaltung über 10.000 Besuche mit rund 141.000 Seitenansichten ermittelt werden. Diese erste Zwischenbilanz lässt eine positive Entwicklung der Besucherzahlen erwarten, zumal umfassende Kommunikationsmaßnahmen in Web und Print erst in den folgenden Monaten umgesetzt werden und Wirkung zeigen sollen. Letztlich muss sich mittelfristig zeigen, ob das Informationsangebot nicht nur angebotsseitig, sondern auch nutzerseitig akzeptiert und zu einer tragfähigen Säule der zukünftigen Online-Kommunikation werden wird. Die ersten positiven Effekte bestärken den bdla in jedem Fall, die Entwicklung weiterer Features in Erwägung zu ziehen, die zudem das nachhaltige, redaktionelle Betreiben der Informationsangebote auch in wirtschaftlicher Hinsicht befördern sollen.

Quellen

- Eisser, A. & Schröder, T (2012), In: Rein, H. & Schuler, A. (Hrsg.), *Tourismus im ländlichen Raum*. Springer.
- Kahl, M. (2009), *Online-Kommunikation 2012*. In: Landschaftsarchitekten, 2/2009, 22.
- Mudra, T. (2007), *Öffentlichkeitsarbeit 2012. Verträgt sich ein modernes Marketingkonzept mit dem Selbstverständnis des bdla?* In: Landschaftsarchitekten, 1/2007, 24.
- Ringel, T. & Radünz, A.-L. (2011), *SoLoMo – Die Social Local Mobile Bewegung*. In: Schwarz, T. (Hrsg.), *Leitfaden Online Marketing*, Band 2.
- Senator für Wirtschaft, Technologie und Frauen (2011). *Tourismuskonzept Berlin – Handlungsrahmen 2011+*, 17.
- Schoelkopf, P. (2012), *Landschaftsarchitektur emotional präsentiert*. In: Stadt und Grün, 9/2012, 49.
- Schoelkopf, P. & Ringkamp, C. (2008), *Deutsche Datenbank der Gärten und Parks – Vision oder notwendige Herausforderung ?* In: Buhmann, E., Pietsch, M. & Heins, M. (Eds.), *Digital Design in Landscape Architecture 2008*. Heidelberg, Wichmann Verlag.
- Searls, D. (2011), *Habt Geduld*. In: brand eins, Wirtschaftsmagazin, 2/2012, 43.

Webseiten

- <http://www.henningschuerig.de/blog/2010/social-media-statt-web-20/> (20.12.2012): Schuering, H.: *Social Media statt Web 2.0*.
- http://www.trendbuero.de/index.php?f_articleId=3414 (29.09.2012): Wippermann, P.: *Der Quellcode der Netzwerkökonomie: Connectivity + Collaboration + Coopetition + Co-Creation*.