

**[www.nahraum.de](http://www.nahraum.de)**  
Meine Fotowelt

# nahraum fotocommunity

[FAQ](#) [ÜBER NAHRAUM](#) [NEU REGISTRIEREN](#)

Benutzername  
.....  
Passwort vergessen?  
ANMELDEN

[Startseite](#) [Orte](#) [Themen](#) [Zeitleiste](#) [Neueste Bilder](#) [Index](#)

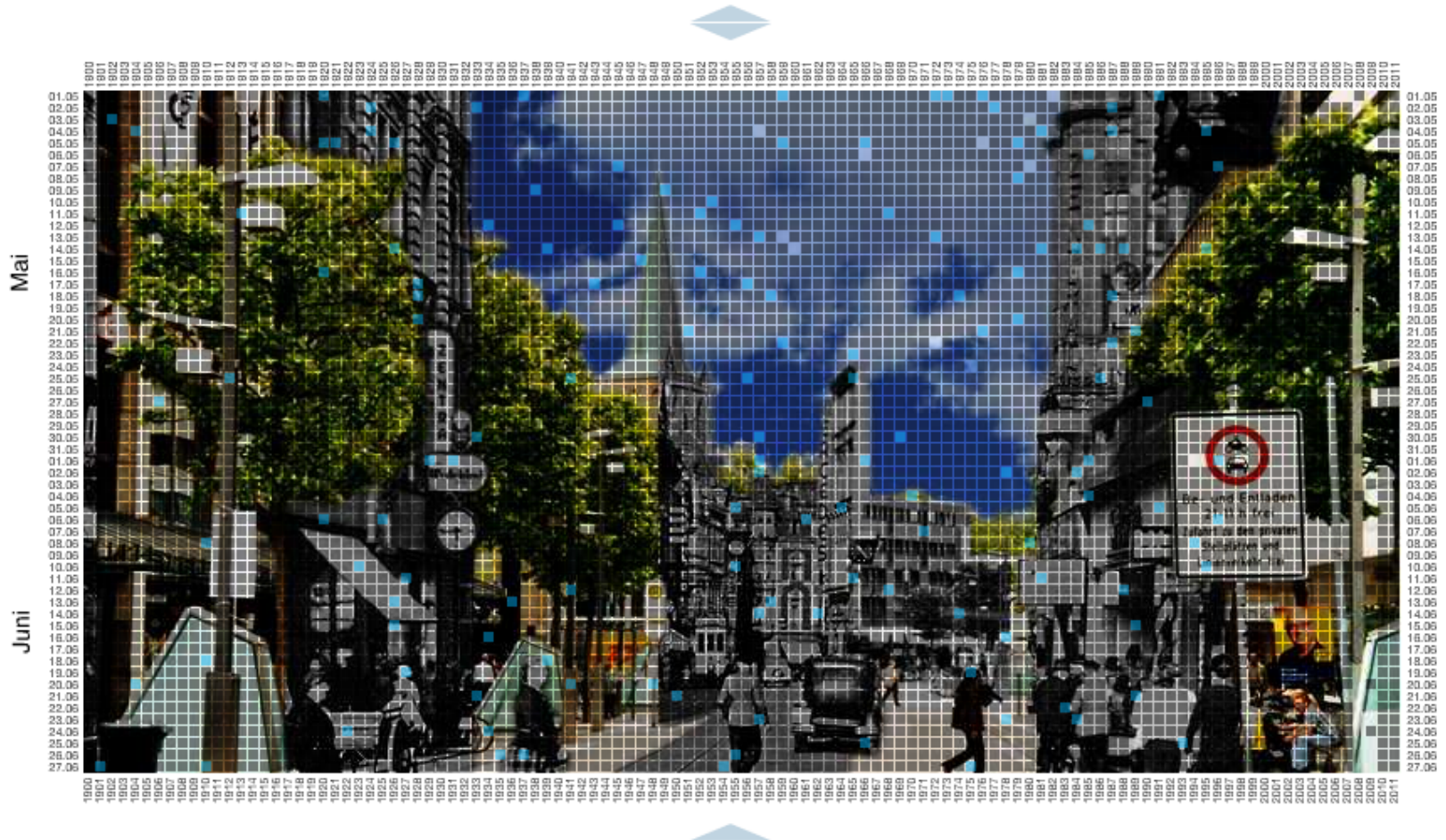
[nahraum info](#)

1. Anmelden    2. Fotos Ihres Ortes hochladen    3. Geschichte schreiben



Suche  [LOS](#)

[nahraum service](#)



## Kurzportrait nahraum.de

- **Ausgangssituation: Fotoplattformen sind ein beliebtes Angebot im Internet. Auf [flickr.com](https://www.flickr.com) publizieren zigtausend Privatleute ihre Fotos und Videos – entweder sichtbar für alle User oder nur sichtbar für eine bestimmte Zielgruppe (Freunde, Familie etc.). Die Fotos sind mit Schlagworten (Ort, Datum, Fotoobjekt etc.) versehen. Aber:**
  - » Regionale Inhalte verschwinden in der Masse
  - » (Noch) keine strukturelle Ordnung bei Darstellung regionaler Inhalte (Kohle, Stahl, Bier)
  - » Flickr-Nutzer erreicht hauptsächlich Fremde oder denen er seine Bilder per Link „vorstellt“
- **Chance: Eine regionale Community als Anker für alle Bewohner einer Stadt - Das visuelle Gedächtnis einer Stadt!**
  - » Umsetzung: Redaktionen stellen ihr Fotoarchiv einer Stadt ins Netz. So wächst das Angebot kontinuierlich. Es lohnt sich, oft hineinzuschauen und ab dem Start sind viele Fotos vorhanden „kritische Masse“.
  - » Nutzer können sich selbst, ihre Familie, ihren Kegelclub, die Fußballmannschaft, etc. auf der Fotoplattform suchen und finden.
  - » Bilder können per E-Card verschickt sowie per externem HTML-Code (Vorbild: Google Maps) auf private oder Vereins-Websites, Archive oder Stadtseiten eingebunden werden.
  - » Dies stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Leser/User (Community-Gedanke) sowie unsere Stellung als das Medium der Stadt.

## Kurzportrait nahraum.de

- **Warum wir eine Foto-Community machen?**
  - » Erweiterung der Informationskompetenz unsere Marken
  - » Bindung von aktiven Personen, Gruppen, Vereinen aus der Region
  - » Nutzwertiger und unterhaltsamer Service für die Leser/User
  - » Neue Quelle für Zugriff der Zeitung auf relevante regionale Inhalte (Fotos)
  - » Mehrmarkenstrategie: Unter neuer URL z.B. „Nahraum.de“ als Erweiterung (Stand Alone)
  - » Volle Integration in Tageszeitung.de (RuhrNachrichten.de, ...)
  - » Entlastung der Zeitungsmarke durch eigenes Angebot mit eigener redaktioneller Verantwortung und klarem Focus auf Foto
  
- **Ergebnis: Nur die Tageszeitung kann eine Foto-Community crossmedial entwickeln und die besten Fotos können in der Zeitung abgedruckt werden. Unsere Zeitungsmarke ist der ideale Partner zum Beispiel für das visuelle Gedächtnis der Stadt.**
  
- **Weitere Vorteile:**
  - » Faszination „Localhistory“: Die Geschichte einer Region ist eines der größten denkbaren Community-Themen und erreicht alle Altersgruppen und Schichten
  - » Kooperation Leser/User, Experten, Prominente, Redaktion,...
  - » einfacher Userzugang
  - » Zusammenarbeit mit Schulen und Universitäten und Städten von konkreten „local history“-Themen (z.B. „Sieg der Champions League“, 100 Jahre BVB)
  - » Video-Interviews mit Zeitzeugen, Begleitung durch die Redaktion

# Lokale Fotocommunity

## MEIN ERSTES AUTO

### Leukoplastbomber statt Wohnzimmer

„Flüchtlingsporsche“ kostete 1000 D-Mark

Wellinghofen • Er war klein, aber mit einem winzigen Motor bei voller Beladung. August Bürger erfuhr beim Bergauf-Fahren die kleine Lloyd 300. Er freute sich im Januar 1955 sehr über den so genannten Flüchtlingsschrott oder Leukoplast-Bomber. Es war sein erstes Auto. „Damals mussten wir uns entscheiden: Kaufen wir das Auto oder einen Wohnzimmerschrank?“ Das Ehepaar August und August Bürger entschied sich fürs Auto. Schließlich brauchte der junge Familienvater einen Wagen für seine Arbeit als Kohlenfahrer für die Bundesbahn.

Gefährt, erinnert sich Bürger, der heute in Eichlinghofen lebt. „Nach einiger Zeit habe ich unseren Wagen mit Pinsel und Farbe gestrichen. Oben weiß und unten blau. Unser so genannter Flüchtlingsschrott sah einfach herrlich aus.“ Seinen anderen Spitznamen, Leukoplast-Bomber, bekam der Lloyd, weil seine Außenhülle aus Sperrholz und Kunstleder bestand.

#### Viele schöne Fahrten

An die Jahre mit dem Lloyd erinnert sich August Bürger gerne zurück. „Wir haben viele schöne Fahrten mit unserem Liebling gemacht. Die Serpentine Hohensyburg schaffte er mit vier Personen besetzt nur mit einem ‚Hui, hui, hui-Gejaul‘ nach oben. Aber er schaffte es mit ‚Bravour‘“, erzählt Bürger. Nach ein paar Jahren und vielen Kilometern quittierte der Leukoplast-Bomber seinen Dienst, ein Opel Olympia ersetzte den Lloyd. In ihrer Erinnerung dreht der kleine 300er der Bürger noch immer seine Runden. • ah



Friedhelm Braeker zeigt ein NSU-Modell und seinen „Prinz“ mit dem Dia-Bildbetrachter: Der damals 26-jährige erfuhr den Wagen und seine Ehefrau während des Urlaubs bis nach Griechenland.



## Kleiner Prinz, große

Friedhelm Braeker fuhr mit seiner Ehefrau sechs Wochen durch

WELLINGHOFEN • Friedhelm Braekers erstes Auto war ein NSU. „Der Prinz“. In seinem Hochzeitsjahr war der damals 26-jährige Ingenieur nicht nur hin und weg von seiner Ehefrau, sondern auch von dem soliden Zweizylindermotor. Noch heute schwärmt der am Niederhofer Kohlenweg wohnende Ex-Prinz-Fahrer von der Schubstangensteuerung für das Getriebe und dem luftgekühlten Heckmo-

tor mit dem er und seine Gemahlin eine sechswöchige Griechenlandreise unternahmen. Auf der Hinfahrt kletterte das junge Brautpaar den Nuffenen-Pass in Österreich streckenweise rückwärts hinauf, weil der Motor die Steigung im Vorwärtsgang nicht geschafft hätte.



### Ihr erstes Auto ist unser Thema

Erinnern Sie sich noch an Ihr erstes Auto? Können Sie uns eine schöne Geschichte erzählen? Wir interessieren uns für Erinnerung...



#### Zeitungsanzeige

Den gebrauchten Lloyd entdeckten die Bürger über eine Anzeige in den Ruhr Nachrichten. „1000 D-Mark kostete der Wagen“, erinnert sich Bürger. „Stolz wie Oskar wurde er dann von mir nach Huckarde, wo wir aufgewachsen sind und wohnten, nach Hause gefahren.“ Die gesamte Familie bestaunte und bewunderte das neue



# nahraum und heja-bvb

## Regionaler Ansatz

- » Zugang über Orte
- » Georeferenzierung auf Stadtteilebene
- » Eigene Themenkategorien
- » Regionaler Textcontent
- » nahraum-Widgets



## Ruhr Nachrichten.de nahraum fotocommunity

Startseite **Orte** Themen Zeitleiste Neueste Bilder

1. Anmelden

2. Fotos



Suche

Stadtteile von Dortmund mit Foto  
 Brackel, Brechten, Derne, Eving, Körne, Körn  
 Engede, Menglinghausen, Nette, Neuasseln

## 1980 - 1989

|              |             |             |             |             |             |             |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Jahrzehnt    | 1900 - 1909 | 1910 - 1919 | 1920 - 1929 | 1930 - 1939 | 1940 - 1949 | 1950 - 1959 |
| Jahr         | 1979        | 1980        | 1981        | 1982        | 1983        | 1984        |
| Lebenswelten |             |             |             |             |             |             |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Schule und Beruf   |  |
| Stadtansichten     |  |
| Ereignisse         |  |
| Unglücke           |  |
| Wirtschaft/Technik |  |
| Sport              |  |
| Personen           |  |
| Natur              |  |
| Tiere              |  |
| Haus / Garten      |  |

## Das Jahr 1987

### Schlagzeilen des Jahres 1987

Medizinische Untersuchungen weisen Benzol im Blut von Dortmunder Schulkindern nach.

Oberbürgermeister mehrerer Revierstädte erörtern auf einer Konferenz in Dortmund neue Konzeptionen für den öffentlichen Nahverkehr.

In einigen Städten des Reviers wird die Smog-Vorwarnstufe ausgelöst.

Bei den Wahlen zum 11. Deutschen Bundestag behält die Koalition aus CDU/CSU und FDP trotz erheblicher Verluste die Regierungsmehrheit.

60 000 Menschen strömen an drei Tagen in die Dortmunder Westfalenhalle zur Tauben-Olympiade.

# Die Kernfeatures



## Total regional

- **Einstieg und Navigation über Orte**
- **Georeferenzierung auf Stadtteilebene**
- **eigene Themenkategorien**

## Promotion

- **Widgets zur Einbindung in eigene und externe Onlineauftritte**

**Medienhaus Lensing**

## Interaktion

- **Fotobewertungen, Wettbewerbe**
- **Tagebucheinträge, öffentliche und private Alben**
- **einfacher Userzugang**

## Single-Sign-On

- **Nutzer der MDHL-Zeitungsportale haben direkten Zugang**

# Strategie und Erlöse

## Strategie

- Erweiterung der Informationskompetenz unserer Marken
- Bindung von aktiven Personen, Gruppen, Vereinen und Schulen
- Entlastung der Zeitungsmarke durch eigenes Angebot mit eigener redaktioneller Verantwortung und klarem Fokus auf Foto
- Öffentlichkeitswirksame Kooperation Leser/User, Experten, Prominente, Stadtarchive, Schulen, ...
- Einbindung der Bildarchive von Lesern, Vereinen, Institutionen oder Unternehmen

Medienhaus Lensing







# Mehr als ein lokales flickr!

- Zum Start mehr als 20.000 Fotos aus über 17 Städten mit insgesamt mehr als 100 Stadtteilen -> Starke Bindung der Nutzer an die Community
- Lokalredaktionen stellen Auszüge ihrer Fotoarchive und Fotostrecken ins Netz
- „Meine (Foto)-Stadt“ gibt es nur auf nahraum.de
- Nutzer kennen andere Akteure und die Motive -> Stärkt die Gemeinschaft
- Inhalte im Print, auf MDHL- und auf externen Sites
- Gemeinsamer Wiki-Gedanke – „Wir schreiben die Fotogeschichte unserer Stadt“
- ->Vertrauensbonus und Präsenz vor Ort



Machen Sie sich Ihr eigenes Bild !

[www.nahraum.de](http://www.nahraum.de)  
[www.heja-bvb.de](http://www.heja-bvb.de)