

AKTIONSMANUAL „KOMMUNEN AM LIMIT“

für den Aktionstag am 22. Juni 2026



Am 22. Juni 2026 setzen Städte, Landkreise und Gemeinden bundesweit ein gemeinsames Zeichen: Kommunen am Limit.

Denn vor Ort wird sichtbar, was auf dem Spiel steht, wenn Aufgaben wachsen, aber die nötige Finanzierung ausbleibt: Kitas, Schulen, Krankenhäuser, Jugendangebote, Schwimmbäder, Kultur, Mobilität, soziale Unterstützung und vieles mehr. Kommunale Finanznot ist kein abstraktes Phänomen – sie betrifft den Alltag aller Menschen.

Dieses Aktionsmanual unterstützt kommunale Akteure dabei, den Aktionstag einfach, professionell und medienwirksam umzusetzen. Es bietet Ideen für starke Bilder, Presseaktionen an zentralen Orten und begleitende Social-Media-Aktivitäten. Ziel ist es, lokale Betroffenheit sichtbar zu machen und zugleich bundesweit eine gemeinsame Botschaft zu senden: Wer Aufgaben überträgt, muss Finanzierung sichern. Alle Aktionsmaterialien stehen kostenfrei zum Download bereit. Dazu gehören druckfähige PDF-Dateien, inklusive Empfehlungen für geeignete Produzenten, sowie bearbeitbare InDesign-, Word- oder Canva-Vorlagen, die bei Bedarf mit eigenen Fotos, Texten und lokalen Beispielen ergänzt werden können. In den kommenden Tagen wird die zentrale Landingpage **www.kommunenamlimit.de** eingerichtet.

Machen Sie mit, werden Sie sichtbar und zeigen Sie gemeinsam mit vielen Kommunen im ganzen Land: Unsere Kommunen sichern den Alltag – jetzt brauchen sie Unterstützung.

/ 01	Botschaften	Seite 3
/ 02	Wort-Bild-Marke	Seite 4
/ 03	Grunddesign	Seite 5
/ 04	Aktionsideen	Seite 6
/ 05	Aktionsmaterialien	Seite 11
/ 06	Flugblatt	Seite 16
/ 07	Pressemitteilung	Seite 16
/ 08	Social Media	Seite 17
/ 09	Sharepics	Seite 18
/ 10	Reel-Ideen	Seite 19
/ 11	Social-Media-Vorlagen	Seite 21

KOMMUNEN AM LIMIT DAS BETRIFFT UNS ALLE.

Wenn Kommunen sparen müssen, fehlen Leistungen im Alltag: weniger Busse, geschlossene Bäder, weniger Jugendangebote, unsanierte Schulklassen, längere Wartezeiten, schlechter gepflegte Parks, kaputte Straßen, weniger Kultur und weniger Unterstützung vor Ort.

/ 01

Für Bürgerinnen und Bürger:

Kommunale Finanznot ist keine abstrakte Zahl. Sie entscheidet darüber, ob der Bus fährt, das Bad offen bleibt, die Bibliothek zugänglich ist, das Bürgeramt funktioniert und der Spielplatz gepflegt wird.

/ 02

Für Politik & Medien:

Wer Aufgaben überträgt, muss Finanzierung sichern. Kommunale Finanznot liegt in gesamtstaatlicher Verantwortung. Bund und Länder müssen handeln, damit der Staat vor Ort handlungsfähig bleibt.

Die Wort-Bild-Marke verbindet kommunale Symbolik mit einer visuell prägnanten Warnästhetik: eine reduzierte Skyline mit abstrahierten Gebäudeformen und zwei diagonal verlaufenden Absperrbändern in Signalgelb und Schwarz. Diese erzeugen einen direkten Bezug zu kommunalen Herausforderungen und Belastungsgrenzen im öffentlichen Raum. Die kontrastreiche Farbgebung aus Schwarz und Gelb sorgt für eine hohe Sichtbarkeit und eine prägnante Fernwirkung.

Der zweizeilige Schriftzug **„KOMMUNEN AM LIMIT“** ist zentral auf den Absperrbändern platziert und in fetten, kompakten Versalien gesetzt. Die dynamische Anordnung der Elemente verleiht der Wort-Bild-Marke eine kraftvolle Wirkung und unterstreicht den thematischen Fokus auf kommunale Belastungssituationen.

Variante mit Silhouette
(bis zu den Seitenrändern)



Variante ohne Silhouette
(bis zu den Seitenrändern)



Variante kompakt



FARBEN

GELB
(Primärfarbe)

CMYK 0/0/100/0
RGB 255/237/0
HEX #FFED00

SCHWARZ
(Textfarbe)

CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HEX 000000

PETROL
(Schmuckfarbe)

CMYK 100/0/30/00
RGB 0/156/180
HEX #009CB4

OCKER (Streifenhintergrund)

CMYK 0/0/100/30 **RGB** 200/183/0 **HEX** #C8B700

TYPOGRAFIE

HEADLINES: **OPINE HEAVY** (nur in Versalien)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Ä Ö Ü
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ! ? , ; : & () , , “

COPYTEXT: **Inter** (Light)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Ä Ö Ü
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ä ö ü
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ! ? , ; : & () , , “

HERVORHEBUNGEN: **INTER** (Black)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Ä Ö Ü
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ä ö ü
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ! ? , ; : & () , , “

// AKTIONSIDEE RATHAUS

6



Am Aktionstag versammeln sich Kommunalvertreter vor dem Rathaus, Kreishaus oder an einem zentralen Ort zum Presse-Fototermin. Mit Banner und Schildern zeigen sie, welche Leistungen künftig ohne ausreichende Finanzierung durch Bund und Länder gefährdet sind – von Jugendangeboten bis Kultur. Die Botschaft: Die Kommune will unterstützen, doch ohne Mittel geht es nicht.

Alle Aktionsmaterialien finden Sie als Druckvorlagen und Bestell-Links ab [Seite 12](#).



Am Aktionstag versammeln sich Kommunalvertreter vor dem Rathaus, Kreishaus oder an einem zentralen Ort. Sie halten runde Uhren hoch, deren Zeiger auf kurz vor zwölf stehen. Ein Banner „Rettet die Kommunen“ am Gebäude macht sichtbar: Die Zeit für verlässliche Finanzierung läuft ab.

Alle Aktionsmaterialien finden Sie als Druckvorlagen und Bestell-Links ab [Seite 12](#).



Am Aktionstag markieren Schilder „Wegen Finanznot zu verkaufen“ Denkmäler und Wahrzeichen der Kommune. Absperrbänder mit „Kommunen am Limit“ verstärken das Bild: Wenn Bund und Länder nicht ausreichend finanzieren, geraten selbst prägende Orte der Stadt symbolisch unter Druck.

Alle Aktionsmaterialien finden Sie als Druckvorlagen und Bestell-Links ab [Seite 12](#).



Als Aktionsfotos oder Teil eines Presserundgangs werden wichtige kommunale Einrichtungen sichtbar in Szene gesetzt. Vor Ort zeigen Schilder, welche Angebote durch die Finanznot bedroht sind, und unterstreichen die Dramatik der Lage. Absperrbänder und Fußbodenaufkleber mit Kampagnenbotschaften markieren den Aktionsort und machen deutlich: Kommunen sind am Limit.

Diese Aktion sollte unbedingt durch kommunale Vertreter/-innen und Mitarbeiter/-innen begleitet werden. Passant/-innen und Nutzer/-innen des Ortes muss klar sein, dass es sich nicht um die tatsächliche Schließung einer konkreten Einrichtung handelt, sondern um eine beispielhafte Aktion, die auf die kommunale Finanzkrise aufmerksam macht. Durch das Verteilen von Informationsmaterial und Gespräche vor Ort können kommunale Vertreter/-innen und Mitarbeiter/-innen die Aktion einordnen, Fragen beantworten und mit Bürger/-innen in den Austausch kommen.

Alle Aktionsmaterialien finden Sie als Druckvorlagen und Bestell-Links ab [Seite 12](#).

/// AKTIONSIDEE WICHTIGE ORTE

10



Für den Aktionstag stehen verschiedene Materialien und Vorlagen zur Verfügung. Sie können je nach Bedarf direkt genutzt, individuell angepasst oder professionell produziert werden.

/ 01 Designvorlagen (InDesign)

Offene InDesign-Dateien im IDML-Format können individuell bearbeitet werden. Installieren Sie vor der Bearbeitung das Schriftenpaket (siehe Seite 5) und ersetzen Sie Texte oder Bilder entsprechend Ihren kommunalen Anforderungen.

/ 02 Druckvorlagen (PDF)

Für die meisten Materialien stehen druckfähige PDF-Dateien zur Verfügung. Diese Vorlagen sind für die Produktion bei einem externen Druckdienstleister optimiert und können direkt für den Druck verwendet werden.

/ 03 Bestelloption

Die Produktion einzelner Materialien kann über die angegebene Bestelloption direkt beauftragt werden. Laden Sie hierfür zunächst die entsprechende Druckvorlage (PDF) herunter. Über „Bestelloption“ werden Sie direkt zu einem Druckdienstleister weitergeleitet. Wählen Sie das gewünschte Format aus und folgen Sie anschließend den Anweisungen. Unter „Datei-Upload“ laden Sie die entsprechende Druckvorlage.

/ 04 Designvorlagen (Canva)

Für den Social-Media-Bereich stehen zusätzlich Canva-Vorlagen zur Verfügung. Diese Dateien können individuell angepasst und anschließend im gewünschten Format exportiert werden.



SCHILDER

Protestschilder mit zentralen Kampagnenbotschaften als fertige Druckvorlagen sowie editierbare InDesign-Vorlagen.

Schilder können zusätzlich um eigene kommunale Themen und bedrohte Leistungen ergänzt werden.

Format: DIN A3 quer (420 mm x 297 mm)

- DESIGNVORLAGEN (IDML)
- DRUCKVORLAGEN (PDF)
- BESTELLOPTION

ABSPERRBAND

Absperrband auf Rolle mit Kampagnenclaim
Format: 7,5 cm x 100 m oder
7,5 cm x 250 m



[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

ⓘ schwarz-gelbes Absperrband (ohne
Kampagnen-Logo) auch im Baumarkt erhältlich

ANSTECKBUTTONS

Durchmesser: Ø 55 mm



[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

UHR-SCHILD

Druck-PDF für Online-Bestellung
Ø 30 cm, Ø 40 cm oder Ø 50 cm



[DRUCKVORLAGEN \(PDF\)](#)

auf Hohlkammerplatte: [BESTELLOPTION](#)

auf Weichschaumplatte: [BESTELLOPTION](#)

UHR-SCHILD

auf DIN A4 für den
Selbstaussdruck
(Endformat: Ø 20 cm)



[DRUCKVORLAGE SELBSTAUSDRUCK \(PDF\)](#)

FUSSBODENAUFKLEBER

Ø 800 mm



[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

ELEKTROSTATISCHE AUFKLEBER

Format: 14,8 cm x 10,5 cm



[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

PLAKAT-VORLAGE

InDesign-Vorlage für ein Plakat,
das mit eigenem Text befüllt werden kann.
Format: DIN A2 (420 mm x 594 mm)



[DESIGNVORLAGE \(IDML\)](#)

TRANSPARENT „KOMMUNEN AM LIMIT“ (in 2 Größen)



300 cm x 100 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

200 cm x 70 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

TRANSPARENT „RETTET DIE KOMMUNEN“



300 cm x 100 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

200 cm x 70 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

TRANSPARENT „KEINE ZUKUNFT MIT LEEREN KASSEN“



500 cm x 100 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

400 cm x 80 cm

[DRUCKVORLAGE \(PDF\)](#)

[BESTELLOPTION](#)

FLUGBLATT
DIN A4

// AKTIONSTAG AM 22. JUNI

Ehendusamus nossequibus. Con parum ad eos num lundiatibus alla velest odit quiaepat quae. Ebissimaxim ut apid ut ra dolupt labo. Henis aut fuga. At fuga. Itatio int dolor as eicil mo il intur simpos ipsumqui iatur. Ibea-tem poreicim quamus, sant.

Fererum il mos et esto te nam ipsum, nos parum asit velignimo et volo venet, statum veliae. Itatque officia esclisciet erum veribus quibusci beartet et periorum re pro volo que laborum ut latemquos sequam ex es esectum am, ut ex expellupur aribus mintumque nam re perum rerum que eosant mos seceatur. Quidе omnis dolor atioernatem qui am eium voluptatur. Duci ut estior aute quiae venis autatas ero officie nientor saest modis eturibus ut desper sperion con esto consed que conet aut maximod istiatemque ea conimagnata intempo ritsim dolut diam, imi, sed ut laborporum quata porpost, totatqui arum rem que vendebit, sim eos eat- quatem re si recture que dolo blatque laut quid quam volutate vel idiaepu dicae. Ehenda exesequost, que voluptatest mos eum et ut audam quae voloraecatio ipsunditi non re nullorerum sent.

Parupta dit atum doluptas estis usam, que praturunes aspic temolore, totaeprе, temporit optasim ilabora andant explat eatusa pидelectos verchillor autem. Elictiatur aligimefationse quatas moluptr mi, none labor aperum as ad ut eum et od molorem sendam aliqndu ciendus vere ent quosa simende luptate simodita volupta sustem eveila quo etur andeliqul dolupta tempernam inverum que cus ad que optatib usandanis aspiert, nus maximusandae etur a cones- suntia poressequi odior sequi occume sam ut dolor molo experspiet quassit facea dem sit malos et, necea vel mo malos ipsunt pre estrumquiste natio. Nequi occa- borerum harum ipsunt, consequat. Obis idusci dolupta temquist volor a conse am quiscipsum qui quibus, niet molor se perion reptas con nate peribus nim et evendi sanditi fugiam adiossediti ex expilatate volupta tiorate et im fugita am harchil itaecto odignitalitas earibus etur, occus. Daecepratus et evelest as excepre voliest volupta tureped essimin pia voliesci delest, tem quo et aut maximet alibus eatusan demata ssequi is si dolo- rem. Nem la conseqe parchil ipis escid estius solori utem qui utest, ad que nonseque. Bis uta voluptatis modi dolore pro int et aut odi ant.

Ecte quiae plandit ex erum aut molorehenta verup- tiamet poreiciae. Nam et as sed et audisqu iditibu idant, omnihi luptate vit volor mossinu liabo. Nempore dolo con rehenimagnat verum experio nsenis non et volor sedit et ea vollian dendae volut dolutentur. Eris volup- tas lume derro quia nus ute pos aspieli luptat porem id magnatem aut essunt videstrum eatibus.

Porerferibus eum quunt
Xim aliquisto quidi incipit, nobisquam hariore mquation

Deutscher Städtetag

Die Stimme der Städte

DEUTSCHER LANDKREISTAG

DSTGB
Deutscher Städte- und Gemeindebund

V.i.S.d.P.: Bundesvereinigung der kommunen Spitzenverbände, Dr. Markus Mempel, Hauvoogheplatz 1, 10117 Berlin

MUSTER-PRESSEMITTEILUNG
DIN A4

// PRESSEMITTEILUNG

Musterstadt, 22.6.2026.

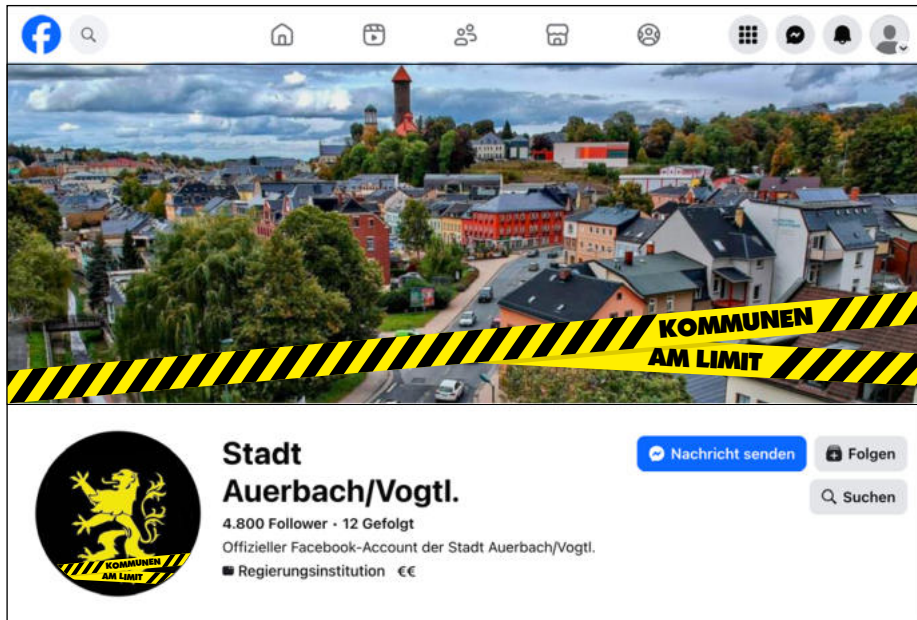
Con parum ad eos num lundiatibus alla velest odit quiaepat quae. Ebissimaxim ut apid ut ra dolupt labo. Henis aut fuga. At fuga. Itatio int dolor as eicil mo il intur simpos ipsumqui iatur. Ibeatem poreicim quamus, sant.

Fererum il mos et esto te nam ipsum, nos parum asit velignimo et volo venet, statum veliae. Itatque officia esclisciet erum veribus quibusci beartet et periorum re pro volo que laborum ut latemquos sequam ex es esectum am, ut ex expellupur aribus mintumque nam re perum rerum que eosant mos seceatur. Quidе omnis dolor atioernatem qui am eium voluptatur. Duci ut estior aute quiae venis autatas ero officie nientor saest modis eturibus ut desper sperion con esto consed que conet aut maximod istiatemque ea conimagnata intempo ritsim dolut diam, imi, sed ut laborporum quata porpost, totatqui arum rem que vendebit, sim eos eatquatem re si recture que dolo blatque laut quid quam volutate vel idiaepu dicae. Ehenda exesequost, que voluptatest mos eum et ut audam quae voloraecatio ipsunditi non re nullorerum sent.

Parupta dit atum doluptas estis usam, que praturunes aspic temolore, totaeprе, temporit optasim ilabora andant explat eatusa pидelectos verchillor autem. Elictiatur aligimefationse quatas moluptr mi, none labor aperum as ad ut eum et od molorem sendam aliqndu ciendus vere ent quosa simende luptate simodita volupta sustem eveila quo etur andeliqul dolupta tempernam inverum que cus ad que optatib usandanis aspiert, nus maximusandae etur a conessuntia poressequi odior sequi occume sam ut dolor molo experspiet quassit facea dem sit malos et, necea vel mo malos ipsunt pre estrumquiste natio. Nequi occaborerum harum ipsunt, consequat. Obis idusci dolupta temquist volor a conse am quiscipsum qui quibus, niet molor se perion reptas con nate peribus nim et evendi sanditi fugiam adiossediti ex expilatate volupta tiorate et im fugita am harchil itaecto odignitalitas earibus etur, occus. Daecepratus et evelest as excepre voliest volupta tureped essimin pia voliesci delest, tem quo et aut maximet alibus eatusan demata ssequi is si dolore. Nem la conseqe parchil ipis escid estius solori utem qui utest, ad que nonseque. Bis uta voluptatis modi dolore pro int et aut odi ant.

Porerferibus eum quunt
Xim aliquisto quidi incipit, nobisquam hariore mquation

Social Media bündelt die lokalen Aktionen, erzeugt bundesweite Gleichzeitigkeit und macht auch kleine Kommunen sichtbar. Alle Motive sind lokal anpassbar, aber transportieren dieselbe Botschaft.



Wir stellen Frame-Vorlagen für Header, Reels und Profilbilder für Facebook, Instagram, X und YouTube bereit – im Kampagnendesign und sofort nutzbar für den Aktionstag.

Auch die folgenden SharePics werden als InDesign- und als Canva-Vorlage zur Verfügung gestellt und können durch eigene Bilder oder Texte ersetzt werden. Die Reel-Ideen sind Anregungen für die lokale Umsetzung.

/ 01 Gemeinsame Hashtags:

#KommunenAmLimit

#RettetDieKommunen

/ 02 Veröffentlichungen:

Kommunen können bereits im Vorfeld auf den Aktionstag aufmerksam machen und erste Social-Media-Posts (z. B. als Countdown) veröffentlichen. Dies sollte jedoch frühestens eine Woche vor dem Aktionstag starten, damit die Kommunikation gebündelt und gut erkennbar bleibt.



- CANVAVORLAGEN**
- INDESIGNVORLAGEN**
- FERTIGE MOTIVE (PNG)**

Die folgenden Reel-Ideen sind Anregungen für die lokale Umsetzung und keine fertigen Reels, die zur Verfügung gestellt werden.

IDEE 1: KOMMUNALVERTRETER/-IN MIT GELBER UHR

Ein/-e Kommunalvertreter/-in steht vor dem Rathaus und hält eine kleine gelbe Uhr, die kurz vor zwölf zeigt, direkt vor die Rathausuhr. Nach der Nahaufnahme wendet sie/er sich in die Kamera: „Wenn der Bund nicht umsteuert, geraten Angebote in Gefahr, die unseren Alltag tragen.“ Danach schnelle Schnitte auf Kita, Bibliothek, Bus, Bad, Sporthalle, Feuerwehr und Straße. Schluss-Statement: „Wir brauchen 30 Milliarden Euro jährlich, damit Kommunen handlungsfähig bleiben.“

IDEE 2: DER EINGEFRORENE ALLTAG

Straßenreiniger, Busfahrerinnen, Erzieher oder Mitarbeitende des Bürgeramtes erstarren für einige Sekunden mitten in ihrer Arbeit, während um sie herum das Leben weiterläuft: Menschen warten, Müll bleibt liegen, der Bus fährt nicht ab, die Schlange im Bürgeramt wächst. Dann setzt die Bewegung wieder ein. Einblendung: „Wenn Kommunen stoppen, steht der Alltag still.“ Schlussbild vor dem Rathaus: „Kommunen am Limit treffen uns alle.“



IDEE 3: EIN TAG OHNE KOMMUNEN

Das Reel zeigt eine kurze Reise durch den Ort: eine geschlossene Kita-Tür, eine leere Bushaltestelle, ein dunkles Bürgerhaus, ein leeres Bibliotheksregal, ein abgesperrter Spielplatz, ein Schlagloch in Nahaufnahme. Zu jedem Bild erscheint ein Wort: „Betreuung. Mobilität. Kultur. Bildung. Kindheit. Infrastruktur.“ Dann Schnitt auf Menschen vor dem Rathaus mit Schildern. Einblendung: „Was vor Ort fehlt, fehlt uns allen.“ Schluss: „Kommunen am Limit treffen uns alle.“

IDEE 4: DIE UHREN DER KOMMUNE

Das Reel zeigt in schnellen Schnitten verschiedene Uhren im Ort: Rathaus, Kirchturm, Schule, Krankenhaus, Bahnhof, Schwimmbad, Bürgeramt. Jede Uhr bewegt sich sichtbar Richtung kurz vor zwölf. Dazu ein tickender Sound, der schneller wird. Zwischenschnitte zeigen kommunale Orte, die unter Druck stehen. Am Ende frieren alle Uhren im selben Moment ein. Einblendung: „Überall läuft die Zeit ab.“ Schluss: „Kommunen am Limit treffen uns alle. Der Bund muss jetzt handeln.“



HEADERBILD-FRAMES (CANVA)



 **CANVAVORLAGE FACEBOOK**

 **CANVAVORLAGE X**

 **CANVAVORLAGE YOUTUBE**

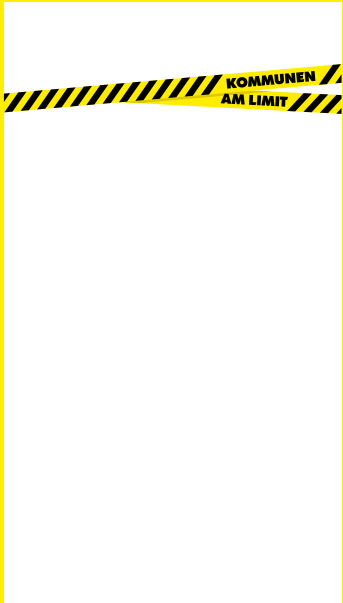
PROFILBILD-FRAME (CANVA)



 **CANVAVORLAGE**



 **CANVAVORLAGE**



 **CANVAVORLAGE**

Konzeption & Gestaltung

BBGK Berliner Botschaft

Gesellschaft für Kommunikation

www.berliner-botschaft.de