

# Gemeindekommunikation, die alle erreicht

Kommunikation ist eine Schlüsselkompetenz – das gilt auch für Gemeinden. Der Austausch mit der Bevölkerung ist heute wichtiger denn je. Doch gerade das jüngere Publikum spricht auf die klassischen Kanäle nicht mehr an. Social Media bieten neue Chancen, und Umweltthemen sind ein guter Einstieg.

von Remo Bräuchi

Gemeinden müssen und wollen kommunizieren. Viele verstehen den Austausch mit den Einwohnerinnen und Einwohnern sogar als eine ihrer Kernaufgaben. Dabei geht es nicht nur um den Transfer von Informationen. Gelungene Öffentlichkeitsarbeit bietet ein Fenster in die Gemeinde. Zentral dafür ist der direkte, oft persönliche Kontakt. Ob im Gespräch mit der Verwaltung oder via E-Mail mit Behördenvertretern, im direkten Austausch können Bedürfnisse erkannt und Stimmungen aufgegriffen werden. Die Gemeinden erfahren, wo der Schuh drückt – und können entsprechend reagieren.

Auch fürs Standortmarketing ist gekonnte Kommunikation wichtig. Menschen sollen gerne in der eigenen Gemeinde wohnen. Eine engagierte Gemeinde, die den Kontakt zur Bevölkerung pflegt, kann viel zur Bildung einer Community beitragen.

## **Knappe Ressourcen, bescheidene Ansprüche**

Wie Inhalte kommuniziert werden, ist heute zentral, um die Empfängerinnen und Empfänger zu erreichen. Die Kommunikation muss einheitlich daherkommen, die Inhalte müssen aufeinander abgestimmt sein. Vor allem kleinere und mittlere Gemeinden stellt dies vor Probleme, denn die finanziellen Mittel für eine Fachperson, welche die Öffentlichkeitsarbeit bündelt und steuert, sind meist nicht vorhanden.

«Weil Know-how und Ressourcen fehlen, läuft es meist darauf hinaus, dass lediglich Pflichtinhalte vermittelt werden», sagt Françoise Moser, Vizepräsidentin von Kaiseraugst, einer Aargauer Gemeinde mit etwas über 5100 Einwohnern. «Behörden und Verwaltungen fehlt oft das Verständnis für die Arbeit, die in die Aufbereitung und Steuerung von Öffentlichkeitsarbeit fliesst», so Moser. Der Anspruch bleibt bescheiden, die Bereitschaft zur Finanzierung von Kommunikationsstellen ist deshalb

gering. Dabei bietet eine gut ausgestattete Öffentlichkeitsarbeit auch die Chance, Diskussionen anzuregen und eigene Erfolge bekannt zu machen. Nicht zuletzt kann gelungene Kommunikation auch das Verständnis in der Bevölkerung für die Arbeit von Behörden und Verwaltung stärken.

## **Alte und neue Kanäle**

Vor allem kleinere und mittelgrosse Gemeinden setzen oft auf traditionelle Kommunikationskanäle. Der gedruckte Gemeindeanzeiger, elektronische Newsletter, die eigene Website oder die Gemeindeversammlung sind etablierte Informationskanäle, erreichen aber hauptsächlich ein älteres Zielpublikum.

Noch wenig verbreitet in der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit sind soziale Medien. Dabei bieten sie die Möglichkeit, auch jüngere Einwohnerinnen und Einwohner auf für sie gängigen Kanälen mit gemeinde-relevanten Themen anzusprechen. Dem sind sich zwar viele Gemeinden bewusst, trotzdem tun sie sich schwer mit der Umstellung. Zu gross ist der Respekt vor dem anfallenden Aufwand für die Betreuung der Kanäle.

Zug gehört zur kleinen Gruppe von Städten und Gemeinden, die bereits auf Facebook, Instagram und Twitter aktiv sind. Für Kommunikationsleiter Dieter Müller ist der Aufwand überschaubar: «Natürlich prüfen wir genau, welche Inhalte wir posten. Wir

wollen keine kontroversen Diskussionen lancieren, dafür ist Facebook nicht das richtige Medium.» Mit Social Media will die Stadt vor allem im Kontakt mit jüngeren Zugerinnen und Zugern bleiben. Zuständig für die Kanäle sind jeweils die Praktikanten, die die Kanäle und Inhalte mit dem Kommunikationsleiter absprechen. Dies sei bewusst so gewählt, meint Müller. Deren Perspektive sei einfach anders – und im Austausch wachse auch bei älteren Mitarbeitenden das Verständnis für diese Form der Kommunikation.

Auch Kaiseraugst hat erkannt, dass kein Weg an den sozialen Medien vorbeiführt. Zurzeit prüft die Gemeinde, in welcher Form der Dialog über diesen Kanal gestaltet werden kann.

## **One-Way-Kommunikation nimmt zu**

Die Digitalisierung wirkt sich auch auf die kommunale Öffentlichkeitsarbeit aus. Dank E-Government werden kommunale Tagesgeschäfte in Zukunft vermehrt in digitaler Form abgewickelt. Für Gemeinden ist das ein zweischneidiges Schwert: Einerseits werden durch die Automatisierung Kapazitäten frei und der Alltag lässt sich flexibler gestalten. Wenn aber immer mehr Dienstleistungen in elektronischer Form erledigt werden, droht ein weiterer Rückgang des persönlichen Austauschs. Insbesondere für Verwaltungen besteht die Gefahr, im direkten Kontakt nur noch

## **Mit Umwelttipps die Kommunikation stärken**

Die alltagsnahen Umwelttipps von Pusch bilden eine gute Gelegenheit, die eigene Öffentlichkeitsarbeit zu stärken. Eine Auswahl saisonaler Tipps gibt die Möglichkeit, individuelle Schwerpunkte zu setzen und auch gemeindespezifische Inhalte zu integrieren (Flohmarkt, ARA-Aufgaben, Sondermüll-Sammelaktionen, Abfall und Recycling). Die Tipps sind auch für Facebook einsetzbar und lassen sich ohne viel Aufwand in die eigene Kommunikation integrieren.

Weitere Infos: [www.pusch.ch/umwelttipps](http://www.pusch.ch/umwelttipps)



*Für die jüngere Bevölkerung gehören Social Media zum Alltag – eine Chance für die Gemeindekommunikation!*

zur Anlaufstelle für Beschwerden reduziert zu werden.

### **Umwelthemen nutzen**

Auf der Suche nach neuen Wegen für die Kommunikation sind verschiedene Gemeinden fündig geworden. Sie nutzen aktuelle gesellschaftliche Themen, um eigene Inhalte zu transportieren, und setzen dafür oft beim Umweltschutz an. So nutzt Männedorf zum Beispiel das Thema Food Waste zur Kontaktaufnahme: Regelmässige Informationen und eine Kochaktion am lokalen Herbstmarkt sollen zum Überdenken des eigenen Umgangs mit Lebensmitteln beitragen und gleichzeitig den Dialog fördern.

Umwelttage eignen sich sehr gut als Plattform für Repräsentation und Austausch. Sie zu organisieren, ist zwar aufwendig, sie führen aber zu hoher Sichtbarkeit. Eine elegante Alternative kann sein, an Events anzuknüpfen, die ohnehin stattfinden. Sowohl Kaiseraugst als auch die Zürcher Gemeinde Dürnten nutzen die publikumswirksame Einweihung von neuen öffentlichen Gebäuden, um die Umwelt zu thematisieren. Unterstützt werden sie dabei von den lokalen Umweltschutz- und Energiekommissionen. Dürnten hat ausserdem Schulklassen bei der Umgebungsgestaltung ihres neuen Gemeindegewerks miteinbezogen. Rund um den Bau

entstanden wertvolle Kleinstrukturen und bei den Schülerinnen und Schülern wuchs das Verständnis für den Wert der Natur. Mit einem Informationsstand am Einweihungsfest thematisierte die Gemeinde Gestaltung und Schülereinsatz.

### **Positive Effekte bei Sendern und Empfängern**

Gerade Gemeinden, die sich in den Bereichen Energie und Biodiversität engagieren, haben ein Interesse daran, dieses Engagement auch zu kommunizieren. Die Kommunikation umgesetzter Massnahmen eignet sich sehr gut, um die Bevölkerung für Umweltfragen zu sensibilisieren. So lässt sich auch die Akzeptanz für zukünftige Pläne der Gemeinde steigern. Gleichzeitig können Gemeinden auf diesem Weg Zeichen setzen und ihre Vorbildfunktion wahrnehmen. Wer Sinn und Zweck von naturnah gepflegten Grünflächen versteht, ist eher geneigt, das eigene Umfeld für die Natur aufzuwerten. Positives Feedback aus der Bevölkerung zu kommunalen Massnahmen ist wiederum für die Gemeinde wertvoll und verstärkt die Motivation der Gemeindeangestellten.

### **Überzeugungsarbeit ist nötig**

Noch ist nicht in allen Gemeinden die Bereitschaft vorhanden, in Öffentlichkeitsarbeit zu investieren, auch wenn vielerorts

anerkannt ist, dass eine Beschränkung auf traditionelle Kommunikationskanäle nicht mehr zeitgemäss ist. Um Kapazitäten für Öffentlichkeitsarbeit zu schaffen, braucht es also zunächst interne Überzeugungsarbeit. Das kann sich lohnen, wie Kaiseraugst zeigt: Zurzeit ist beabsichtigt, die Verwaltung mit einer Fachperson im Teilzeitpensum zu ergänzen, welche sich professionell mit Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation befasst.

Auch wenn sich jüngere Einwohnerinnen und Einwohner naturgemäss noch nicht im gleichen Mass für lokale Politik und Verwaltung interessieren – sie sind Teil der Community von morgen, und sie sind bereits stärker für Umweltschutzanliegen und einen nachhaltigen Lebensstil sensibilisiert als jede Generation vor ihnen. Die Anknüpfungspunkte sind da und sie sind zahlreich. Eine Investition in die Öffentlichkeitsarbeit ist auch eine Investition in die Zukunft.

Links und weitere Infos:

[www.pusch.ch/themaumwelt](http://www.pusch.ch/themaumwelt)



#### **Remo Bräuchi**

Projektleiter  
Öffentlichkeitsarbeit  
für Gemeinden,  
Pusch, [www.pusch.ch](http://www.pusch.ch),  
[remo.braeuchi@pusch.ch](mailto:remo.braeuchi@pusch.ch)