

# Kommunikation

## Inhaltsübersicht

### 1. Rechtsquellen

### 2. Allgemeines

*Was bedeutet Kommunikation?*

*Ziele der Kommunikation*

*Kommunikation nach aussen*

*Kommunikation nach innen*

*Öffentlichkeitsprinzip*

### 3. Verschiedene Arten der Kommunikation

#### **Einwegkommunikation**

*Einwegkommunikation: Information*

*Medien*

*Weitere Kanäle*

#### **Zweiwegkommunikation**

*Zweiwegkommunikation: Verschiedene Anspruchsgruppen*

*Einwohnerinnen und Einwohner*

*Mitarbeitende*

*Neue Medien*

### 4. Wesentliche Begriffe der Kommunikation

*Corporate Identity*

*Krisenkommunikation*

*Kommunikationskonzept*

*Öffentlichkeitsarbeit*

## **1. Rechtsquellen**

### **Die wichtigsten Rechtsquellen im Überblick**

#### **Bund**

- Art. 13 Abs. 2 der schweizerischen Bundesverfassung (BV)  
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19995395/index.html#a13>
- Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG)  
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19920153/index.html>

#### **Kanton**

- Verfassung des Kantons Basel-Landschaft (KV)  
insbesondere § 56 Information  
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19840090/index.html>
- Gesetz über die Organisation und die Verwaltung der Gemeinden (Gemeindegesetz)  
insbesondere § 21 Schweigepflicht  
[https://bl.clex.ch/app/de/texts\\_of\\_law/180](https://bl.clex.ch/app/de/texts_of_law/180)
- Gesetz über die Information und den Datenschutz (Informations- und Datenschutzgesetz, IDG)  
Insbesondere die §§ 17 und 27  
[http://bl.clex.ch/app/de/texts\\_of\\_law/162](http://bl.clex.ch/app/de/texts_of_law/162)
- Verordnung zum Gesetz über die Information und den Datenschutz (Informations- und Datenschutzverordnung, IDV)  
[http://bl.clex.ch/app/de/texts\\_of\\_law/162.11](http://bl.clex.ch/app/de/texts_of_law/162.11)

#### **Gemeinde**

- Weitere Reglemente der Gemeinde, wie z. B. Verwaltungs- und Organisationsreglement, Geschäftsreglement Einwohnerrat, Geschäftsordnung des Gemeinderates

## 2. Allgemeines

### Was bedeutet Kommunikation?

Kommunikation wird als Austausch von Informationen zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern bzw. zwei oder mehreren Personen definiert. Die ausgetauschten Informationen werden Nachricht, Mitteilung oder Zeichen genannt, unabhängig davon, auf welchem Weg sie ausgetauscht werden und welche Funktion sie haben. Jede Kommunikationssituation (mit oder ohne technische Hilfsmittel) bzw. jedes Zeichensystem (Schrift- oder Lautzeichen) bietet verschiedene Möglichkeiten, Nachrichten, Mitteilungen oder Zeichen zu vermitteln und somit die Interpretation oder das Verständnis einer Nachricht zu beeinflussen. In der mündlichen Kommunikation kann sich durch Mimik, Haltung, Betonung oder Lautstärke die Bedeutung einer Nachricht verändern. Dabei ist ebenso wichtig, ob sich die Beteiligten nur hören oder auch sehen, um die Information einordnen zu können. Die Verknappung einer Nachricht durch die Beschränkung der Zeichenanzahl in einem Kurznachrichtendienst erfordert eine andere Informationsauswahl als ein ausführliches Gespräch.

Kommunikation bedeutet also, mit verschiedenen Menschen oder Gremien Kontakt aufzunehmen, Informationen auszutauschen, zuzuhören, sich gegenseitig zu verständigen und Zusammenhänge zu klären. Die wesentlichen Fragen bei der Kommunikation lauten «wer, was, wo, warum, wann und wie». In vielen Gemeinden wird zur Beantwortung dieser Fragen ein Kommunikationskonzept als Leitfaden für die Kommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt.

Der Gemeinderat, weitere Behörden sowie die Mitarbeitenden einer Gemeindeverwaltung halten sich bei der Kommunikation in der Regel an die folgenden **Grundsätze**:

- Wir kommunizieren sachlich und ehrlich über Entscheide, Ereignisse und Prozesse.
- Wir kommunizieren aktiv und aktuell, aus eigenem Antrieb und möglichst rasch. Dabei ist zu beachten, dass der Persönlichkeits- und Datenschutz sowie das Amtsgeheimnis grundsätzlich über dem Informationsbedürfnis der Bevölkerung resp. der Mitarbeitenden stehen (siehe auch Kapitel «Datenschutz, Öffentlichkeitsprinzip und Archivierung»).
- Wir kommunizieren bevölkerungsnah und mediengerecht: Die Kommunikation ist in Bezug auf den Zeitpunkt, die Mittel und den Inhalt auf die anvisierte Zielgruppe ausgerichtet. Dabei sollen die Mitglieder einer Zielgruppe gleich behandelt werden.
- Wir kommunizieren intern vor extern.
- Mit direkt Betroffenen wird zuerst kommuniziert.
- Wir kommunizieren persönlich: Themen, die persönliche Betroffenheit auslösen, werden persönlich kommuniziert.

### Ziele der Kommunikation

Gemeinden und öffentliche Verwaltungen verfolgen mit ihrer Kommunikation bei der Bevölkerung, den Behörden und den Mitarbeitenden folgende Ziele:

- Nötige und relevante Informationen bezüglich der Aufgaben und Dienstleistungen der Gemeinde vermitteln,
- Transparenz in die Gemeindearbeit schaffen und deren Akzeptanz fördern,
- Vertrauen in und Glaubwürdigkeit für Behörden und die Verwaltung schaffen,
- Identifikation und Zufriedenheit der Mitarbeitenden stärken,
- Dialog mit der Bevölkerung stärken,
- Interesse für öffentliche Aktivitäten und Veranstaltungen sowie die politische Mitbestimmung steigern,
- Gemeinde für die Wirtschaft und für aktuelle und potenzielle Einwohner/innen als attraktives Gemeinwesen positionieren,
- Entstehen von Gerüchten und Spekulationen aufgrund falscher oder mangelnder Information verhindern,
- Alle Zielgruppen mit dem Einsatz von zeitgemässen und zielgruppenorientierten Medien ansprechen,
- Entscheidungen nachvollziehbar machen.

## Kommunikation nach aussen

Zu **externen** Zielgruppen zählen z. B. Einwohner/innen (bereits ansässige und potenzielle), Kommissionen, politische Parteien, Bürgergemeinde, Nachbargemeinden, Kanton BL, Bund, Medien, ortsansässige Unternehmen, Vereine, Stiftungen, Verbände, Interessengruppen, Kirchen, Partner mit Leistungsauftrag und leistungserbringende Lieferanten.

Die Gemeinde informiert die Zielgruppen mit modernen Kommunikationsmitteln über ihre Tätigkeit und nimmt Stellung zu grundlegenden Fragen. Ziel ist es, die Öffentlichkeit über die Tätigkeit der Behörden zu informieren, deren Wirken nachvollziehbar zu machen und den Dialog mit den Einwohner/innen, den Parteien, der Wirtschaft, den Interessenverbänden, Vereinen und Organisationen zu pflegen.

In der Regel werden öffentliche Informationen in gedruckter Version, welche an externe Ansprechpartner/innen übermittelt werden (z. B. Medien), auf der Webseite der Gemeinde publiziert. Mögliche Kommunikationsmittel sind z. B. Sprechstunde Gemeindepräsidium, persönliche Kontakte, Kommunikationsveranstaltungen (Informations- und Diskussionsanlässe), gesellschaftliche Veranstaltungen (Neuzuzüger/innen, 1. Augustfeier etc.), amtliche Publikationen (amtliches Publikationsorgan wie z. B. Dorfzeitung), Schaukästen/Wandzeitung, Webseite, Plakate (Veranstaltungen, Abstimmungen), Abstimmungsunterlagen (vor Volksabstimmungen), Geschäftsbericht, Rechnung, Budget, Medienmitteilungen und Medienorientierungen oder Social Media (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn).

## Kommunikation nach innen

Die grundlegenden Zielgruppen **intern** sind die Behörden, die Geschäftsleitung / Verwaltungsleitung, Kommissionen sowie die Mitarbeitenden.

Der internen Kommunikation kommt eine grosse Bedeutung zu: informierte Mitarbeitende sind Imageträger – nach innen wie nach aussen. Die Information der Mitarbeitenden erfolgt in der Regel im Rahmen von Sitzungen (Teamsitzung, Abteilungssitzung) oder an separaten Informationsveranstaltungen (insbesondere bei Personalfragen). Weitere Kommunikationsmittel sind z. B. ein (elektronischer oder gedruckter) Newsletter, das Intranet oder auch die Mitarbeiterinformation per E-Mail.

## Öffentlichkeitsprinzip

Die Behörden und die Verwaltungen unterstehen dem Öffentlichkeitsprinzip. Dieses besagt, dass grundsätzlich über alles Auskunft zu erteilen ist, sofern dadurch keine schützenswerten privaten oder öffentlichen Interessen verletzt werden.

Die Tätigkeit aller öffentlichen Organe soll nachvollziehbar und transparent sein. Entsprechend dem Öffentlichkeitsprinzip ist es die Pflicht der Behörden, die Bevölkerung aktiv über relevante Themen, Vorgänge und Beschlüsse zu informieren.

Für weitere Details zum Öffentlichkeitsprinzip wird auf das entsprechende Kapitel *Datenschutz, Öffentlichkeitsprinzip und Archivierung* verwiesen.

## 3. Verschiedene Arten der Kommunikation

Nachfolgend wird zwischen der Einwegkommunikation und der Zweiwegkommunikation unterschieden. Der Unterschied zwischen Information und Kommunikation kann wie folgt vereinfacht beschrieben werden:

1. Wer informiert, fährt auf einer Einbahnstrasse (Einwegkommunikation).
2. Wer kommuniziert, nutzt eine Strasse mit Gegenverkehr (Zweiwegkommunikation).

### Einwegkommunikation: Information

Die Einwegkommunikation wird zur Vermittlung von Informationen genutzt (z. B. Verbreitung einer Botschaft an eine grosse Zahl von Empfänger/innen). Dabei findet keine Interaktion statt, d.h. jemand sendet eine Botschaft, ohne zu erfahren, ob und wie die Nachricht angekommen ist. Beispiele hierfür sind Website, Radio, TV, Zeitschriften, Bücher etc. Der Vorteil der Einwegkommunikation

liegt beim geringen Zeitaufwand. Nachteilig ist die fehlende Überprüfung der Kommunikation (wurde ich verstanden?).

## Medien

Den Medien werden nach Bedarf Medienmitteilungen zu den relevanten aktuellen Entwicklungen und Aktivitäten der Gemeinde zugestellt. Auch werden (jährlich wiederkehrende) Ereignisse und Aktivitäten medial begleitet und gleichzeitig dazu genutzt, die Bevölkerung zu informieren und zu einem Thema zu sensibilisieren. Mit einem gleichzeitigen Versand aller Medienmitteilungen an alle Behördenmitglieder und alle Mitarbeitenden ist gewährleistet, dass diese Neuigkeiten nicht aus der Zeitung erfahren, sondern im Voraus wissen, worum es geht (Grundsatz: «intern vor extern»).

## Weitere Kanäle

Zur Vermittlung von Informationen nutzen die Gemeinden weitere Kommunikationsmittel. Dazu gehören z. B. die Amtlichen Publikationen, die Schaukästen oder Wandzeitungen, Plakate, aber auch Abstimmungsunterlagen, Geschäftsberichte, die Website der Gemeinde oder – wo vorhanden – die Gemeinde-App.

## Zweiwegkommunikation: verschiedene Anspruchsgruppen

Bei der Zweiwegkommunikation handelt es sich um eine Kommunikation mit Rückkoppelung: sie verläuft in beide Richtungen. Es findet eine Kommunikation zwischen Sender/in und Empfänger/in statt. Der Vorteil der Zweiwegkommunikation ist die wechselseitige Überprüfung des Erfolgs und schliesslich ein Dialog zwischen Sender/in und Empfänger/in. So erhält der/die Sender/in nicht nur eine Antwort auf die gesendete Botschaft, sondern kann auch wechselseitiges Verständnis – und damit Vertrauen – gewinnen. Nachstehend werden verschiedene Anspruchsgruppen kurz aufgezeigt.

## Einwohnerinnen und Einwohner

Eine Gemeinde informiert über ihre Tätigkeit und nimmt Stellung zu grundlegenden Fragen. Ziel ist es, die Öffentlichkeit über die Tätigkeit der Behörden zu informieren, deren Wirken nachvollziehbar zu machen und den Dialog mit den Einwohner/innen zu pflegen. Bei grösseren Projekten oder Themen von allgemeinem Interesse führt die Gemeinde für die Einwohnerinnen und Einwohner z. B. Informations- und Diskussionsanlässe durch, lädt zu Veranstaltungen ein oder bietet etwa Sprechstunden mit dem Gemeindepräsidium an.

## Mitarbeitende

Der (institutionalisierte) Dialog mit den Mitarbeitenden findet z. B. anlässlich des Mitarbeitendengesprächs (MAG, an Sitzungen (Team, Abteilung) oder an verschiedenen Anlässen statt (Mitarbeiterausflug, Personalesen etc.). Nicht zu unterschätzen ist die Bedeutung einer lebendigen Kommunikation unter den Mitarbeitenden aller Stufen.

## Neue Medien

Neue Medien wie Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn etc. werden von den Gemeinden mehrheitlich nicht als offizielle Kommunikationskanäle eingesetzt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich die Gemeindegemeinschaft in der Regel lokal oder maximal regional definiert und nicht schweiz- oder weltweit stattfinden muss. 99% der Zielgruppen befinden sich im und vor Ort. Die übrigen 1% informieren sich über die Website über sie interessierende Themen. Zudem ist im Bereich Social Media vieles im Fluss (technisch, Modeströmungen, Nutzernachfrage). Das Beantworten von Feedbacks, die Pflege der Daten sowie die Gefahr von Shit-Storms aufgrund der Anonymität lassen viele Gemeinden abwarten, bevor sie neue Medien für ihre Kommunikation nutzen.

## **4. Wesentliche Begriffe der Kommunikation**

### **Corporate Identity**

Unter Corporate Identity wird ein einheitliches Erscheinungsbild verstanden. Das bedeutet, dass Briefe, E-Mail, Drucksachen oder Website einen optisch einheitlichen Auftritt aufweisen (z. B. mit einem einheitlichen Logo und identischer Schrift).

### **Krisenkommunikation**

Unvorhersehbare Kommunikationsfälle werden in der Regel in einem entsprechenden Konzept «Krisenkommunikation» festgehalten. Darin werden die Leitung des Krisenstabs definiert sowie die verantwortlichen Personen für die Kommunikation im Krisenfall bestimmt (Gemeindepräsidium, Leitung Gemeindeverwaltung oder – wo vorhanden – Abteilung Kommunikation). Für Einsätze bei ausserordentlichen Ereignissen ist in erster Linie die Kantonspolizei Basel-Landschaft für die Kommunikation zuständig. Im Fall von Katastrophen und Nothilfe trägt in der Regel der Kantonale Führungsstab (KKS) bzw. die regionalen (RFS) oder die kommunalen Führungsstäbe (GFS) die Kommunikationsverantwortung (vgl. auch Kapitel «Sicherheit und Ordnung / Schutz und Rettung», Kapitel 4.1).

### **Kommunikationskonzept**

Einige Gemeinden haben ein Kommunikationskonzept erarbeitet, welches als Leitfaden für die Kommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit dient. Dieses soll klären, wer, was, wo, warum, wann und wie kommuniziert wird und hält die Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten für Gemeindepräsidium, Gemeinderat, Verwaltungsleitung und Mitarbeitende fest. In der Regel informieren die Behörden (z. B. Schulrat und Sozialhilfebehörde) über ihre Aufgabenbereiche in eigener Kompetenz und Verantwortung.

### **Öffentlichkeitsarbeit**

Die Öffentlichkeitsarbeit (auch Public Relations oder kurz PR genannt) beschreibt die öffentliche Kommunikation zwischen einem Unternehmen (hier: Gemeindeverwaltung) und seinen Bezugsgruppen (hier: Bevölkerung, Politiker/innen, Arbeitgeber/innen). Ziele der Öffentlichkeitsarbeit sind die Information und die Kommunikation sowie der Aufbau, Erhalt und Gestaltung der gegenseitigen Beziehung (Image). Ein positives Image der Gemeindeverwaltung ermöglicht es ihr, glaubwürdig und vertrauenswürdig zu erscheinen.

Kommunikationsinstrumente der Öffentlichkeitsarbeit sind z. B. die Medienarbeit (Medienmitteilungen, Pressekonferenzen), die Mediengestaltung (Erstellen von Geschäftsberichten, Broschüren, Inseraten, Newsletter, Internet), die Organisation von Anlässen (Bundesfeier, Jungbürgerfeier, Sportler-ehrung), aber auch die Corporate Identity (siehe vorne) oder das Corporate Behaviour (Verhalten jedes Einzelnen als Teil des Unternehmens, Auftreten, Sprache). Eine besondere Form der Öffentlichkeitsarbeit ist das Standortmarketing oder Stadtmarketing. Dabei handelt es sich um «Werbung» für eine Gemeinde als Wohnsitz für zukünftige Einwohner/innen oder als Standort für neue Unternehmen.