

In der Krise haben Gemeinden eine Ankerfunktion

In Krisenzeiten ist Kommunikation essenziell. Das gilt ganz besonders für die Gemeinden mit ihrer Nähe zur Bevölkerung. Tipps von Experten und Erfahrungen eines Gemeindepräsidenten zeigen, wie Krisenkommunikation gelingt.

Das Vermitteln verständlicher Botschaften und transparenter Informationen ist in Krisenzeiten essenziell. Im aktuellen Ausnahmezustand fällt diese Aufgabe primär dem Bund und den Kantonen zu. Die derzeitige Krise verdeutlicht jedoch die tragende Kommunikationsrolle von Gemeinden. Zudem gewinnen digitale Plattformen und Dienstleistungen an Relevanz. Hier sind fünf Tipps für eine Gemeindekommunikation, die während und nach der Krise Substanz haben.

Tipp 1: bürgernah kommunizieren

Krisen sind von Unsicherheit gezeichnet. Die Bevölkerung schätzt deshalb einen souveränen, ruhigen und klaren Kommunikationsstil. Sind Sachverhalte unbekannt, sollten diese als solche deklariert werden. Im Gegensatz zu Kanton oder Bund können Gemeinden eine Zwei-Weg-Kommunikation leben, die eine besondere Nähe zur Bevölkerung

ausdrückt. Dabei werden idealerweise nicht nur Gemeindevertreterinnen und -vertreter sichtbar, sondern auch die Bedürfnisse von Bürgerinnen und Bürgern gehört.

Tipp 2: digitale Services umsetzen

Momentan verbringen wir alle viel Zeit an unseren Bildschirmen und Smartphones. Dank digitalen Plattformen und Tools arbeiten wir von zu Hause aus und bleiben mit unserem Umfeld im Kontakt. Über Onlineschalter und digitale Services sind auch Angebote und Informationen der Gemeinde weiterhin zugänglich. In Waldkirch SG oder Schlieren ZH stellen zum Beispiel Apps den unmittelbaren Informationsfluss sicher. Engelberg OW, Leukerbad VS oder Eschlikon TG setzen mit Crossiety auf einen digitalen Dorfplatz. Gemeinden, die Konzepte für digitale Dienstleistungen und Kommunikationskanäle angedacht oder

ausgearbeitet haben, tun gut daran, diese nun in die Praxis umzusetzen.

Tipp 3: Kommunikationsmix digital ergänzen

In Sachen Schnelligkeit und Flexibilität übertreffen mobile-taugliche Websites oder Social Media klassische Kommunikationsmittel wie Gemeindeblätter oder Lokalzeitungen. Um möglichst alle Bevölkerungsgruppen zu erreichen, empfiehlt es sich, verschiedene Kanäle zu nutzen und Kommunikationsmassnahmen digital zu ergänzen. Während der Webauftakt oft der Informationsvermittlung dient, sind visuell geprägte Social-Media-Kanäle auch Inspiration und Ideenquelle für die kommunale Gemeinschaft. Ein Blick über die Landesgrenzen zeigt: Gemeindevertreterinnen und Bürgermeister in Liechtenstein, Baden-Württemberg oder Vorarlberg wenden sich in der aktuellen Krise häufig mit

Aurelio Zaccari: «Es zählt bei der Kommunikation nicht der Inhalt allein»



Aurelio Zaccari, Gemeindepräsident von Waldkirch, setzt bei der Kommunikation auch auf digitale Kanäle.

Herr Zaccari, welche Kommunikationskanäle nutzt Waldkirch aktuell und in welcher Form?

Zaccari: «Wir informieren die Bevölkerung zum einen über das Mitteilungsblatt, zum anderen über unsere Waldkirch-App. Diese ermöglicht uns, Meldungen wie Wahl- und Abstimmungsergebnisse zeitnah zu pushen. Auch über den gemeindeeigenen Instagram- und Facebook-Account verbreiten wir Informationen. Aktuell läuft eine Foto- und Videopräsentation über die Weiler der Gemeinde.

Ist eine Veränderung bei digitalen Kommunikationskanälen zu beobachten?

Zaccari: Ich stelle fest, dass nicht der Inhalt allein zählt, sondern das Medium eine wichtige Rolle spielt. Audio und Video gehören heute dazu. Eine Umfrage zu unserer App hat weitere inter-

essante Details ergeben: Push-Nachrichten bestimmen das Konsumverhalten wesentlich, und die Bürgerinnen und Bürger wünschten sich sogar mehr davon. Wir hatten anfangs Bedenken, dass sie die Funktion abschalten könnten, wenn wir zu viele Nachrichten pushen.

Welchen Stellenwert hat die App in der Krisenkommunikation?

Zaccari: Dank der Push-Funktion kommen wir schneller und aktiver an die Zielgruppen heran. Zum Beispiel konnten wir unmittelbar kommunizieren, dass ab 11. Mai die Mehrzweckgebäude in der Gemeinde wieder geöffnet werden und Vereine in Gruppen von maximal fünf Personen unter Einhaltung bestimmter Schutzkonzepte wieder trainieren dürfen. So sind kurzfristige und rasche Informationen unabhängig von Mitteilungsblatt und Website möglich.

Videobotschaften an die Bevölkerung. Auch in der Schweiz gibt es Versuche in diesem Bereich. So sagte der Stadtpräsident von Wädenswil ZH vor Ostern per Facebook-Video aus dem Homeoffice zur Bevölkerung, man solle trotz schönstem Wetter bitte zu Hause bleiben.

Tipp 4: als Schnittstelle auftreten

Gemeinden haben eine Ankerfunktion. Sie wirken als Stabilisatoren der Gesellschaft, indem sie als Kommunikationsdrehscheibe auftreten und eine Schnittstelle zu sozialen Diensten, medizinischen Einrichtungen, Schulen oder Bibliotheken bilden. In Zusammenarbeit mit diesen Institutionen können sie wichtige Botschaften verbreiten. Landauf, landab übernehmen Gemeinden in der aktuellen Krisensituation eine wichtige Koordinations- und Kommunikationsfunktion für private Initiativen, etwa im Bereich der Nachbarschaftshilfe. Rapperswil-Jona SG beispielsweise hat auf allen Informationskanälen der Stadt die Bevölkerung dazu aufgerufen, Gutscheine zu kaufen, um das lokale Gewerbe zu unterstützen.

Tipp 5: reflektieren und lernen

Krisen bieten immer eine Möglichkeit zu lernen. Sie zeigen auf, was funktioniert und wo eine Gemeinde Nachholbedarf hat. Die aktuelle Situation veranschaulicht, dass sich saubere Konzepte und geplante Kommunikationsprozesse aus-

zahlen. Dazu gehören auch die Krisenvorbereitung und eine professionelle Krisenkommunikation (siehe Interview).

Fazit

Die Gemeindekommunikation ist in Krisenzeiten zentral. Klare und empathische Botschaften vermitteln der Bevölkerung ein Gefühl von Kontinuität und Sicherheit. Unabhängig davon, welche Kanäle zum Einsatz kommen: Der Draht zur Bevölkerung ist eine Chance für Gemeinden. Ein durchdachter Strauss von Kommunikationsmassnahmen stellt sicher, dass Bürgerinnen und Bürger jeden Alters erreicht werden. Auch wenn eine Krise die Ressourcen oft überdurchschnittlich beansprucht, lohnt es sich, den Fokus auf digitale Dienstleistungen zu lenken. Denn die Ansprüche seitens Bevölkerung sind jetzt höher denn je.

Maja Pesic

Zur Autorin

Maja Pesic ist Dozentin und Lehrangabeleiterin des CAS Digital Public Services and Communication an der FHS St. Gallen. Das Weiterbildungsangebot, das Grundlagen und Fachwissen für die Entwicklung und Kommunikation digitaler Dienstleistungen im öffentlichen Bereich vermittelt, hat sie massgeblich mitkonzipiert. Nach ihrer Ausbildung zur Journalistin erwarb Maja Pesic an der Universität Zürich ihr Lizentiat in Politikwissenschaften. 2009 gründete sie ihre eigene Text- und Konzeptagentur STIER UND BERGEN, die unter anderem Kunden aus dem öffentlichen Sektor betreut.



Marcel Kamm: «Was Sie in der Krisenkommunikation vermeiden sollten»



Marcel Kamm ist seit über 20 Jahren als Kommunikationsberater tätig und unterrichtet im CAS Digital Public Services and Communication an der FHS St. Gallen zum Thema Krisenkommunikation.

Herr Kamm, wie bereitet man sich auf eine Krise vor?

Marcel Kamm: Indem man Prozesse im Krisenfall definiert, Mitarbeitende sensibilisiert und mögliche Reaktionsmuster vorbereitet. Wer sich in ruhigen Zeiten nie mit Krisenszenarien auseinandersetzt, wird unter Umständen bitter dafür büssen. Deshalb sollte man in die Krisenvorbereitung investieren, solange kein Druck da ist.

Weshalb setzt die Krisenkommunikation oft erst spät ein?

Kamm: Zu Beginn werden Krisen vielfach unterschätzt. Dazu gehören auch unbedachte Äusserungen und Handlungen, die auf mangelnde Sensibilisierung hindeuten. Wer gedanklich vom Worst-Case-Szenario ausgeht, ist auf der sicheren Seite. Das Prinzip Hoffnung – «Es kommt dann schon nicht so schlimm» – ist ein schlechter Ratgeber.

Kann man in einer Krise nicht kommunizieren?

Kamm: Der Versuch, eine Krise auszusitzen, ist weit verbreitet. Doch das funktioniert gerade im Zeitalter von Social Media nicht. Salamtaktik, halbherzige Transparenz, Fehlinformationen oder vollständige Kommunikationsverweigerung sind fehl am Platz. Wer möglichst rasch professionell im Dienste der Gemeinde handelt, gibt das Heft nicht aus der Hand und kann agieren statt reagieren.