

Wie lässt sich die Bevölkerung erreichen?

Gemeindekommunikation 2.0

DIGITAL
transformation

Jede Gemeinde hat die Aufgabe, ihre Bevölkerung über alle relevanten Vorgänge, welche die Gemeinde betreffen, in geeigneter Form zu informieren. Doch auf welchen Kanälen? Die Informationsgepflogenheiten der Bevölkerung driften erstens mit hoher Geschwindigkeit auseinander und verändern sich zweitens kurzfristig, ohne Vorankündigung. Seit einigen Jahren ist kein Medium mehr mehrheitsfähig.

Mediale Entwicklung seit 1994

1994 wurden zwei wegweisende Technologien im Schweizer Markt eingeführt: Das Internet und der D-Standard im Mobilfunk.

Gleichzeitig löste die Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes eine enorme Dynamisierung aus: Die Preise fielen, die Übertragungsraten stiegen, die Produktvielfalt erlaubte es Einzelpersonen und Unternehmen, technologische Innovationen rasch zu nutzen. Für die öffentliche Hand stieg der Druck, technologisch mitzuhalten. Die Abschreibungsfristen mussten stark reduziert werden, was zu hohen Kosten führte.

Ab 2003 startete der Siegeszug von «Web 2.0»: Social Media begannen, die Grenzen zwischen Medienkonsumierenden, Medienhäusern sowie der Kommunikation von Unternehmen und der öffentlichen Hand zumindest teilweise aufzuheben.

HWZ Working Paper

Workingpaper Nr. 01 der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich enthält den Forschungsbericht «Kommunikationsstrategien für Gemeinden im Zeitalter der Digitalisierung – Eine Synthese verschiedener Forschungsarbeiten an der HWZ» von Bernhard Schneider. Darin werden, basierend auf einer Analyse der aktuellen Entwicklungen, Lösungsansätze für die Gemeindekommunikation entwickelt.



Aktuelle Situation

Als Folge des Ausbaus der Social Media setzte ein genereller Qualitätsabbau ein: Die Social Media Anbieter redigieren keine Inhalte, stellen keine Relevanz-Überlegungen an und überprüfen Inhalte kaum auf Sachgerechtigkeit. Dies erleichtert die Verbreitung von Falschinformationen.

Seit 2014 ist kein Medium mehr mehrheitsfähig. Einerseits haben sich vor allem bei Jüngeren WhatsApp und Instagram zu Leitmedien entwickelt, während Printmedien, namentlich auch 20min, stark an Einfluss verloren haben. Ältere informieren sich zunehmend über Facebook, bewegen sich aber teilweise auch noch gänzlich ausserhalb der digitalen Welt.

Perspektiven

1. Zurzeit bevorzugt rund die Hälfte der Bevölkerung verlässliche Informationen, beispielsweise ihrer Gemeinde, in gedruckter Form, allerdings mit sinkender Tendenz.
2. Printprodukte von hoher Wertigkeit, mit Relevanz über die Aktualität hinaus, sind weiterhin gefragt. Die Anzahl der Bücher pro Haushalt sinkt allerdings deutlich, Büchergestelle verschwinden zunehmend aus den Wohnräumen.
3. Lösungen zum Umgang mit Falschinformationen, die zunehmend als «Fakenews» vorsätzlich und kampagnenmässig verbreitet werden, müssen einerseits global gesucht werden, andererseits aber auch kommunal, denn für das Funktionieren der direkten Demokratie sind verlässliche Informationen unabdingbar. Ein wichtiger Aspekt ist dabei das Vertrauen in den Absender.

4. Elektronik ist grundsätzlich störungsanfälliger als analoge Instrumente. Für den Fall von Stromausfällen und der Störung digitaler Geräte müssen auch weiterhin analoge Kommunikationskanäle zur Verfügung stehen, welche die Bevölkerung kennt und denen sie vertraut.

Herausforderungen

1. Eine grosse Herausforderung besteht darin, alle Bevölkerungsteile mit verlässlichen Informationen über relevante Themen zu versorgen. Dies betrifft namentlich Vorlagen, über die an der Urne entschieden wird.
2. Die strukturelle Anforderung besteht darin, diese Informationen auf verschiedenen Kanälen bevölkerungsgerecht aufzuarbeiten. Je nach Grösse einer Gemeinde, eines Zweckverbands oder einer anderen öffentlichen Institution sind dazu verschiedene Lösungsansätze denkbar.
3. Das Risiko von Krisen ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen, ebenso die Anforderungen an Reaktionszeit und -qualität. Neue Ursachen von Krisen sind beispielsweise:

Cyberkriminalität: Grundsätzlich ist jedes digitale System gefährdet, gehackt zu werden. Die öffentliche Hand steht selbst dann in der Verantwortung, wenn externen Stellen Fehler unterlaufen sind.

Fakenews: Falschinformationen können das Funktionieren von Institutionen gefährden, unab-

Workshop «Gemeindekommunikation 2.0»

Der Workshop «Gemeindekommunikation 2.0» wird in einem individuell festgelegten Rahmen durchgeführt. Aufbauend auf Grundlageninformationen zur Gemeindekommunikation im Allgemeinen werden die spezifischen Kommunikationsinstrumente der jeweiligen Gemeinde eingeordnet und diskutiert. Ein Blick auf reale und potenzielle Krisen rundet den Workshop ab.

Leitung: Bernhard Schneider

Dauer: ca. 2 Stunden

Pauschalpreis: 2000 CHF inkl. MWSt.

hängig davon, ob sie vorsätzlich oder im guten Glauben verbreitet werden.

Shitstorms: Kampagnenmässige Attacken auf eine Institution oder einzelne ihrer Repräsentanten können eine schwere Belastung darstellen. Die Basis von Shitstorms können Falschinformationen sein, aber auch tatsächliche Fehler, die kampagnenmässig aufgebauscht werden.

Generell hat das Zusammenspiel von Medienberichten und Social Media zu einer massiven Beschleunigung der Krisendynamik geführt. Abwehrstrategien erst im Krisenfall zu entwickeln, ist zu spät.



Bernhard Schneider

Bereits vor Abschluss seines Studiums der Geschichte begann Bernhard Schneiders journalistische und publizistische Tätigkeit. Von Beginn weg stellten die Gemeinden und die demokratischen Institutionen einen Schwerpunkt seiner Arbeit dar, sowohl journalistisch als auch als Historiker: seit 1982 hat er über ein Dutzend Bücher verfasst, mehrheitlich im Auftrag von Zürcher Gemeinden. Auch im Rahmen von Referaten stellt er einen Bezug zwischen der Orts- und der Schweizergeschichte her. Als Dozent an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich unterrichtet er die Grundlagen der Individual- und Massenkommunikation und betreut Abschlussarbeiten namentlich in den Bereichen Medienpsychologie, Krisenkommunikation und Kommunikation der öffentlichen Hand. Er gehört überdies dem Vorstand des Schweizer Verbandes Krisenkommunikation an.