



# Die Gemeinde

Monatsschrift für kommunale Arbeit in der Steiermark

Sonderedition

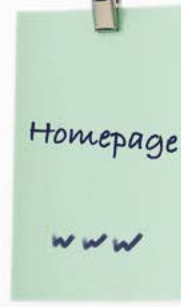
März 2016

## SONDEREDITION „Bürgerkommunikation 3.0“

Beginnend mit der Dezemberausgabe von „Die Gemeinde“ haben wir insgesamt in vier Ausgaben Schwerpunktthemen für eine zeitgemäße Bürgerkommunikation in den Gemeinden präsentiert. Hier liegen nun diese vier Schwerpunktartikel gesammelt in einem Exemplar vor.

### Schwerpunkt- und Artikelthemen:

- Social Media muss Einzug in unsere Gemeinden halten!
- Die eigene Facebookseite zur Bürgerkommunikation
- Auch eine Gemeindezeitung ist eine Zeitung! Wirklich!!
- Eine professionelle Webseite macht sich mehrfach bezahlt



# Social Media muss Einzug in

*Medien- und Kommunikationsexpertin Monika Fikermant beleuchtet in ihrem Gastbeitrag, wie sich die Bürgerkommunikation in den Gemeinden verändert. Ihr Fazit: Auch wenn klassische Medien wie die Gemeindezeitung immer noch einen wichtigen Platz einnehmen, wünschen sich die Bürger mehr Austausch. Dafür sind die Möglichkeiten, die das Internet bietet, optimal und sollten unbedingt verstärkt genutzt werden.*

Die Beziehung zwischen der Gemeinde und dem Bürger hat sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten maßgeblich verändert.

Galt die Gemeinde früher vielfach als hierarchisch übergeordnetes Verwaltungsorgan, entwickelt sie sich nun immer mehr zu einer modernen Dienstleistungsorganisation, für die die aktuellen Bedürfnisse der Bürger wichtig sind.

## Bürgerkommunikation bedeutet auch viel Arbeit

Für die Kommunen bedeutet diese Entwicklung, dass ein hohes Maß an Kommunikationsleistung erbracht werden muss.

In den bisher durchgeführten Studien zum Thema Bürgerkommunikation wurde unter anderem festgestellt, dass besonders kleinere Gemeinden unter 10.000 Einwohnern aufgrund von fehlenden Ressourcen nicht die Möglichkeit haben, eine dialogorientierte Kommunikation durch den Einsatz von Online-Medien zu praktizieren.

Je nachdem, mit welcher Zielgruppe die Gemeinde zu tun hat, ist die Kommune mit dem Erfüllen der klassischen Gemeindeaufgaben ausgelastet.

Ob informieren, warnen, erklären, empfehlen oder werben - die Gemeinde-



*Auch wenn die persönliche Kommunikation wichtig bleibt, gewinnen Online-Medien auch beim Bürgerservice an Bedeutung.*

Hatzl

kommunikation ist vielseitig und muss neben dem Bürger weitere Zielgruppen wie Wirtschaftstreibende, Vereine oder Medienunternehmen bedienen.

## Website meist „nur“ als Gemeinde-Schaufenster

Viele Gemeinden benutzen ihre Website nach wie vor als Schaufenster und nicht als interaktive Plattform zur Außenwelt. Darüber hinaus herrschen vor allem einseitige Kommunikationsmittel

wie der Bürgermeisterbrief, das Rundschreiben und die Amtstafel in der Bürgerkommunikation vor.

## Kommunikation per Telefon und Sprechstunde

Direkt kommuniziert wird hauptsächlich per Telefon oder im Zuge einer Sprechstunde. Wenngleich Social Media schon viele Jahre einen Teil unserer Kommunikation ausmacht, wissen einige Gemeinden noch nicht um einen effektiven Einsatz dieser Instrumente.

Grundsätzlich scheint es so, dass nach wie vor viele Bürger der Meinung sind, dass die Gemeindekommunikation ungenügend ist und sie nicht ausreichend über das relevante Gemeindegesehen informiert sind. Das Bedürfnis der Bürger nach Transparenz und mehr Informationen respektive nach mehr Partizipationsmöglichkeiten ist sehr groß. Hierbei spielt aber das persönliche Interesse am jeweiligen Gemeindegesehen eine entscheidende Rolle für eine etwaige Beteiligung des Bürgers.

CHRISTOPH STARK

PERSÖNLICH POLITISCHES FOTOALBUM KONTAKT

Mein Tagebuch

Herzlich willkommen! Ich freue mich über ihr Interesse an meiner Website. Für Sie (und auch für mich selbst) habe ich auf den folgenden Seiten wichtige Tagesereignisse, Situationen und Gedanken, die mich beschäftigten und bewegten, beschrieben. Ich lade Sie ein, mein Tagebuch mit Ihren persönlichen Kommentaren und Meinungen zu bereichern.

Bgm. Christoph Stark (Gleisdorf) setzt Online-Medien für die Bürgerkommunikation ein.

christoph-stark.at

# unsere Gemeinden halten!

Natürlich ist eine Bürgerkommunikation, die vielfältige Medien einsetzt, aufwendiger.

## Blick in die Zukunft der Bürgerkommunikation

Fest steht allerdings, dass moderne Kommunikationsinstrumente die Gemeindekommunikation und hier insbesondere die Kommunikation zum Bürger vielseitig und persönlicher gestalten können.

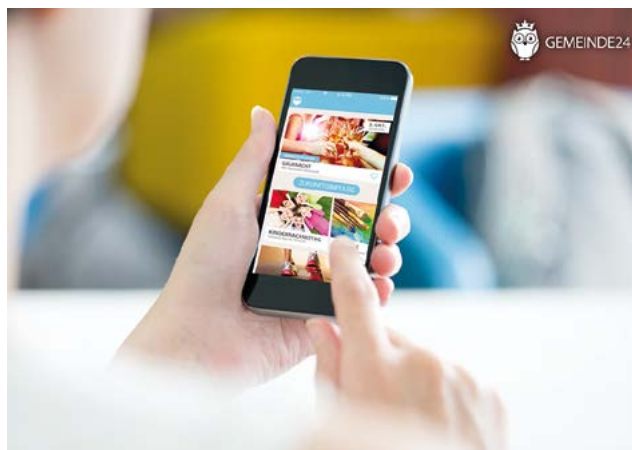
Auch lässt sich gemäß meiner Forschungsarbeit feststellen, dass eine korrekte und umfassende Bürgerkommunikation sowie eine aktive Beteiligung der Bürger an kommunalen Prozessen mithilfe von OnlineMedien einen unmittelbaren Einfluss auf die Befriedigung der Bedürfnisse des Bürgers haben können.

Letztendlich wurde aber vor allem folgendes deutlich: Bürger und Gemeinden sehen die Gemeindeforum als zentrales und wichtigstes Kommunikationsinstrument der Bürgerkommunikation.

## Aktuelle Homepage und ein Facebook-Auftritt

Aus diesem Grund muss diese Plattform aktuell gehalten werden und ein breites Informationsportfolio anbieten.

Ebenfalls für die Bürgerkommunikation relevant ist ein offizieller Gemeinde-Facebook-Auftritt. Die Vorteile davon sind das schnelle, einfache und kostengünstige Kommunizieren von Text- und Bildmaterial. Darüber hinaus bietet diese Plattform Interaktionsmöglichkeiten



*Moderne Apps wie jene der steirischen Firma Gemeinde24 gewinnen in der Bürgerkommunikation immer mehr an Bedeutung.* Gemeinde24

und fördert eine Dialogkommunikation.

## Bürger-SMS und Apps sind die neue Trends

Sehr interessiert waren die Bürger an einem Kommunikationsservice in Form eines Bürger-SMS oder einer Gemeinde-App. Sie begrüßen hierbei die Vorstellung, dass man die Informationen zu den Gemeindeforum, die man erhalten möchte, selbst auswählen kann. Auch die befragten Gemeinden haben positive Erfahrungen mit dieser Form der OnlineMedien gemacht.

## Lohnt sich ein spezieller Gemeindeforum?

Dagegen sehen die Bürger kein Potenzial in einem Gemeindeforum. Sie kritisieren die ohnehin große Menge an E-Mails und geben zu bedenken, dass ein derartiger Newsletter nicht gelesen werden würde.

Die Gemeinden hingegen geben an, mit der Resonanz und dem Erfolg des Gemeindeforum zufrieden zu sein.

Einig sind sich die Ge-

meinde und die Bürger darüber, dass der Einsatz von OnlineMedien das Interesse am Gemeindeforum erhöhen kann, die Bürgerbeteiligung jedoch nicht steigert.

## Die Gemeindeforum bleiben weiter wichtig

Abgesehen von Online-

Medien ist für die Bürger und Gemeinden nach wie vor die Gemeindeforum ein unabdingbares Medium, aus dem vor allem die älteren Mitbürger ihre Informationen beziehen.

Nach der Meinung beider Seiten ist ein gelungener Mix aus Online- und OfflineMedien für eine erfolgreiche Bürgerkommunikation zielführend.

Gesamtfazit: Eine erfolgreiche, moderne Bürgerkommunikation sieht vor, dass sowohl klassische als auch OnlineMedien eingesetzt werden, weshalb auch die Gemeindeforum in Printform einen wichtigen Stellenwert in der Bürgerkommunikation einnimmt.

*In der nächsten Ausgabe: Wie gestalten Gemeinden ihren Social-Media Auftritt?*

## Über die Autorin:



komMONikation

**Monika Fikermert** ist Inhaberin der Werbeagentur komMONikation. Sie studierte berufsbegleitend „Information, Medien, Kommunikation“ an der FH Burgenland und hat ihr Studium im Sommer 2015 mit Auszeichnung bestanden. Im Rahmen ihrer Masterthesis zeichnete sie am

Beispiel von insgesamt acht ländlichen Kleingemeinden in der Steiermark das komplexe Kommunikationsgeflecht in Gemeinden nach. Dabei wurden deren Erfahrungen mit dem Einsatz von Online-Kommunikationsinstrumenten untersucht und auch die Informationsbedürfnisse des Bürgers erhoben. Nun nutzt sie die Erkenntnisse ihrer Forschungsarbeit sowie ihre berufliche Erfahrung dazu, um Gemeinden auf den Weg einer modernen Kommunikation zu führen. Nähere Informationen unter: [www.bürgerkommunikation.at](http://www.bürgerkommunikation.at)



# Die eigene Facebookseite

*Soziale Medien wie Facebook stellen für Gemeinden eine wichtige Chance in der Bürgerkommunikation dar. Wer seinen Facebookaccount engagiert und professionell betreibt, kann Bürger erreichen, die - oft aus organisatorischen Gründen - persönlich nicht mehr erreicht werden können. Dazu gilt es einige Regeln zu beachten. Wir erklären, wie Gemeinden in vier einfachen Schritten ihren Facebookauftritt betreiben können.*

Social Media - für viele Gemeinden sind diese neumodischen Formen der Kommunikation nach wie vor spanische Dörfer.

Fällt es doch oft schon schwer genug, die eigene Gemeindehomepage halbwegs aktuell zu halten. Stellt sich also die Frage, warum man sich als Gemeinde mit sozialen Medien - allen voran Plattformen wie Facebook - beschäftigen sollte?

## Interaktion mit Bürgern wird immer schwieriger

Eine Tatsache ist, dass unsere Gemeinden durch die Strukturreform immer größer werden. Eine weitere Tatsache ist, dass es für Kommunalpolitiker und die kommunale Verwaltung immer schwieriger wird, jeden Bürger persönlich - also von Angesicht zu Angesicht zu erreichen. Nicht zuletzt durch die Veränderungen in der Arbeitswelt - in immer mehr Familien sind beide Elternteile berufstätig, die Mobilität bei der Arbeit nimmt zu etc. - beschränkt sich für zunehmend mehr Bürger das Leben in der Gemeinde auf die Wochenenden. Eine Zeit, zu der Gemeindeämter nicht geöffnet haben und die Zeit der Familie gewidmet ist. Alternative Kommunikationsformen sollten unter

diesem Gesichtspunkt also nicht als „lästige Spielerei“, sondern vielmehr als Möglichkeit gesehen werden, mit bestimmten Bürgern wieder vermehrt in Kontakt zu treten.

## Mit seinen Bürgern in Dialog treten können

Soziale Medien haben den wesentlichen Vorteil, dass sie eine Zweiwegkommunikation ermöglichen. Der Nutzer ist kein bloßer Empfänger von Nachrichten und Informationen, sondern hat - etwa via Facebook - die Möglichkeit, selbst zum Sender von Botschaften und

Anliegen zu werden.

Hinzu kommt, dass soziale Plattformen leicht und mobil zugänglich sind. Sie können von jedem Smartphone bedient und genutzt werden, es ist nicht notwendig über besondere technische Kenntnisse zu verfügen. Wer Facebook nutzen will, muss keine Homepage programmieren können. Damit öffnet sich das Medium für einen sehr breiten Nutzerkreis. So besitzt bereits jeder zweite Wahlberechtigte in Österreich einen Facebook-Account. Verglichen dazu sind alle anderen Social Media-Plattformen bei uns nahezu bedeutungslos.

## Die Information kommt direkt zu den Nutzern

Ein weiterer großer Vorteil für die Nutzer von sozialen Medien wie Facebook, ist die Tatsache, dass die Information bequem zu ihnen kommt. Wer über einen Account verfügt und

regelmäßig seine Profseite aufsucht, findet dort alle Informationen, die seine Freunde, Lieblingsseiten, Favoriten etc. bereitstellen.

Es ist also nicht notwendig extra eine Internetseite aufzurufen. Die Information kommt zum Nutzer statt der Nutzer zur Information.

## Facebook als Chance für die Kommunikation

Schon diese Argumente zeigen, dass eine Nutzung von Plattformen wie Facebook für Gemeinden eine große Chance darstellt, die Kommunikation mit ihren Bürgern zu verbessern.

Dabei gilt es ein paar einfache Schritte und Regeln einzuhalten, die wir im Folgenden anhand der Plattform Facebook kurz beschreiben wollen:

### 1. Was erwarten wir uns?

Zunächst sollte geklärt werden, was sich die Betreiber der Facebookseite genau erwarten. Wie viele Nutzer - in der Facebooksprache Fans - wollen wir erreichen? Geht es uns darum, Informationen zu verbreiten? Wollen wir direkt mit den Bürgern interagieren, indem wir etwa Anfragen beantworten und auf Beschwerden reagieren? Oder stellt unser Facebookauftritt auch ein zusätzliches Service für unsere Vereine dar, indem auch deren Aktivitäten durch die Gemeinde beworben werden sollen?

All diese Ziele ziehen einen unterschiedlich großen Aufwand für die Betreiber nach sich. Nur einfach die eigenen Informationen zu verbreiten bedeutet natürlich weniger

**GEFÄLLT  
MIR**

**GEFÄLLT  
MIR NICHT**



*Wer Facebook nutzt, kann sich vielfach über Zustimmung freuen, muss aber auch immer mit Kritik der Nutzer rechnen.*

Rechmann / Pixelio

# zur Bürgerkommunikation

Aufwand, als Bürger online zu servicieren oder die gemeindeeigenen Vereine zu unterstützen. Generell gilt aber: Je größer das Angebot, desto größer auch der Effekt.

## 2. Welche Informationen können wir anbieten?

Die zweite wichtige Frage, die eng mit der ersten verknüpft ist, ist die nach den Inhalten unserer Facebookseite. Was haben wir unseren Nutzern zu erzählen? Hier empfiehlt sich ein einfaches Brainstorming. Wer sich etwas Zeit nimmt, im Team mögliche Inhalte zu sammeln, wird schnell bemerken, dass Sie mehr zu erzählen haben, als Sie glauben. Das reicht von Terminen der Müllentsorgung, über Veranstaltungshinweise und -berichte, Stellenausschreibungen, Infos zu Gemeinderatssitzungen und Neuerungen, wichtigen Terminen sowie Links zu allen Medienberichten, in denen die Gemeinde oder auch ihre Vereine und Bürger vorkommen.

Ein Vorteil bei der inhaltlichen Betreuung von sozialen Medien ist, dass sie nicht alle Inhalte selbst erzeugen müssen. Auch ein einfacher Verweis auf eine andere Homepage mit einem für die Gemeindebürger interessanten Bericht zählt zu den möglichen Inhalten.

Natürlich sollte es auch regelmäßig Links zur eigenen Gemeindehomepage geben, um deren Zugriffszahlen zu steigern. Besonders beliebt auf Facebook sind einfache und konkrete Botschaften. Keine langen Artikel, sondern kurze Statements ver-

KW	Datum	Tag	Link	Bild/Video	Wer	Status	Inhalt
1	01.Jän	Do	<a href="http://www.tourismusverband.mustergemeinde.at">http://www.tourismusverband.mustergemeinde.at</a>		Max	erledigt	Zum Beginn des Jahres haben wir eine Überraschung für euch. Drei Tage lang erhaltet ihr unter der Angabe des Codes FB0614 in unserem Shop bei allen Bestellungen über 50 Euro einen Riesenbadeball für eure Ausflüge in die Therme.
	02.Jän	Fr					
	03.Jän	Sa					
	04.Jän	So	<a href="http://www.mustergemeinde.at">www.mustergemeinde.at</a>	Foto Hl. 3 Könige - letztes Jahr	Susanne	zur Freigabe	Ankündigung Hl. 3 Könige
2	05.Jän	Mo		Foto Hl. 3 Könige	Susanne	in Arbeit	Foto und Bericht Hl 3 Könige
	06.Jän	Di					
	07.Jän	Mi	<a href="http://www.mustergemeinde.at">www.mustergemeinde.at</a>		Julian	in Arbeit	neue Öffnungszeiten Altstoffsammelzentrum
	08.Jän	Do					
	09.Jän	Fr					
	10.Jän	Sa	<a href="http://www.landjugend-gemeinde.at">www.landjugend-gemeinde.at</a>		Max	in Arbeit	Ankündigung Landjugendball
	11.Jän	So			Julian	in Planung	Bericht Gemeindebudget
3	12.Jän	Mo					
	13.Jän	Di					
	14.Jän	Mi			Max	in Planung	Erinnerung Landjugendball
	15.Jän	Do					

*Im einem Redaktionsplan werden geplante Inhalte, Termine und Verantwortlichkeiten festgehalten.* Hatzl

knüpft mit Fotos oder einem Link erzeugen besonders hohe Reichweiten.

Auch Aktionen, die die Bürger zur Interaktion auffordern - etwa Fragen, Umfragen, Abstimmungen und Gewinnspiele - sind möglich und erhöhen die Attraktivität der eigenen Facebookseite. Die dazu notwendigen Tools stellt Facebook bereit. Es ist also nicht notwendig, hier über Programmierkenntnisse zu verfügen, was Zeit und Geld spart.

## 3. Wer schreibt wann was?

Soziale Medien leben davon, dass sie schnell sind und regelmäßig neue Inhalte verbreiten.

Auch für eine Gemeinde bedeutet das, dass sich in regelmäßigen Abständen auf der eigenen Facebookseite „etwas tun muss“.

Genau davor und dem damit verbundenen Aufwand haben die meisten Nutzer Angst. Immerhin stellt die Betreuung der Facebook-

seite ja eine zusätzliche Leistung dar, die auch Zeit kostet.

Hier gilt: Den Aufwand in Grenzen halten und die Aufgaben im Team teilen.

Den größten Verbreitungsgrad ihrer Inhalte können Seiten verzeichnen, die nicht drei Mal am Tag, sondern etwa alle drei Tage aktualisiert werden. Gelingt es, den damit verbundenen Aufwand aufzuteilen, hält sich die zusätzliche Arbeit für die Beteiligten in vertretbaren Grenzen.

Auch empfiehlt es sich, einen Redaktionsplan zu erstellen, in dem etwa eine Woche im Voraus genau festgehalten wird, wer wann welche Inhalte online stellt. Auf aktuelle Geschehnisse - z.B. Medienberichte über die Gemeinde - sollte natürlich dennoch flexibel reagiert werden.

Was die optimale Tageszeit für die Postings betrifft, erzielen Inhalte, die am Vormittag oder abends nach der

Arbeit online gestellt werden, die größte Verbreitung.

## 4. Mit Rückmeldungen ist immer zu rechnen

Nicht zuletzt gilt: Facebook ist ein interaktives Medium. Wer es nutzt, muss also damit rechnen, auch Rückmeldungen auf seine Handlungen zu bekommen.

Diese sind nicht immer nur positiv. Es heißt also auch, auf Kritik reagieren zu können. Hier ist es wichtig, offen und ehrlich zu antworten und eventuell auch einmal einen Fehler zuzugeben.

Keinesfalls sollten Sie kritische Einträge löschen, außer diese enthalten persönliche Beschimpfungen oder Angriffe. Denn wer Kritik einfach löscht, erzeugt schnell neue Kritik und zahlreiche neue Kritiker, die sich zu Wort melden! Und das gilt es zu vermeiden.

*In der nächsten Ausgabe: Die reaktionelle Gestaltung der Gemeindezeitung. 5 wichtige Schritte.*

# Auch eine Gemeindezeitung

*Zur Bürgerkommunikation 3.0 gehört letztlich auch die Kommunikation 1.0 - nämlich die klassische Gemeindezeitung. Kein Medium informiert flächendeckender und besser darüber, was im Ort los ist. Voraussetzung dafür ist aber auch eine entsprechende Aufmachung und journalistische Aufbereitung. Die gehört einfach dazu, denn schließlich ist auch die Gemeindezeitung eine Zeitung, die professionell gestaltet werden will.*

Ist es wirklich notwendig, einen Artikel zum Thema Gemeindezeitungen mit einer für alle offensichtlichen Feststellung anzukündigen.

Leider ja! Viele Gemeindezeitungen sehen auch im Zeitalter einer Bürgerkommunikation 3.0 immer noch so aus, wie die klassische „Amtliche Mitteilung“. Eine Sammlung von Daten, Fakten, Ankündigungen und Beschlüssen, scheinbar wahllos aneinandergereiht.

## Viele Zeitungen sind „nur“ Nachschlagewerk

Dass Zeitungen dieser Art bestenfalls als Nachschlagewerk genutzt, aber niemals gelesen werden, liegt dabei auf der Hand. Wobei das prinzipielle Ansinnen solcher Zeitungen natürlich richtig ist: Eine Gemeindezeitung muss und soll objektiv darüber berichten, was in einer Gemeinde geschehen ist oder geschehen wird. Und da gehören auch die Öffnungszeiten des Altstoffsammelzentrums und der Veranstaltungskalender dazu.

## Bereiten Sie Daten und Fakten journalistisch auf

Dennoch hat auch eine Gemeindezeitung das Recht, unter journalistischen Gesichtspunkten konzipiert,

geschrieben und gelesen zu werden. Was das genau heißt, erklären wir in fünf kurzen Schritten.

### 1. Eine Zeitung verdient ein klares Konzept

Wie eine Tageszeitung oder ein Wochenmagazin verdient Ihre Gemeindezeitung ein klares und nachvollziehbares Konzept. Eine gute Titelstory und ein inhaltlicher Aufbau nach Rubriken sollten Standard sein.

Das beginnt bei der Titelseite. Diese sollte die Titelgeschichte ankündigen - und dies mit einer entsprechenden Schlagzeile und dem dazugehörigen Foto. Darüber hinaus sollte auf der Titelseite auch genügend Platz sein, um weitere wichtige Beiträge und Artikel anzukündigen.

In der Zeitung selbst sollten sich mehrere - in jeder Ausgabe gleiche - Rubriken aneinanderreihen. Diese beginnen mit der Titelgeschichte (ein bis zwei Seiten genügen - bitte keine Romane!), danach weitere wichtige Geschichten zum Gemeindegesehen (vor allem zur Gemeindepolitik und zu bevorstehenden oder aktuellen Projekten und Entscheidungen).

Auf die Gemeindepolitik

folgt das gesellschaftliche und soziale Geschehen: Berichte von Veranstaltungen, Vereinen, Ausflügen etc. Hier ist alles erlaubt, was zeigt, wie reichhaltig das Leben in Ihrer Gemeinde ist.

Zum Schluss kommt der Serviceteil. Veranstaltungskalender, wichtige Termine und weitere Mitteilungen müssen in Ihrer Gemeindezeitung natürlich ebenfalls ausreichend Platz haben.

Niemand schreibt Ihnen vor, dass die Rubriken genau in dieser Reihenfolge erscheinen müssen. Das Wichtige ist aber: Entscheiden Sie sich für Rubriken und Abschnitte und behalten Sie diese bei! Ihre Leser haben das Recht darauf, sich an die Zeitung und deren Inhalte gewöhnen zu dürfen. Und dazu gehört auch ein nachvollziehbarer Aufbau.

### 2. Sorgen Sie für etwas Abwechslung im Blatt

Eine Gemeindezeitung ist kein Versandhauskatalog. Es ist also nicht notwendig, Ihren Lesern auf der Titelseite durch Text und Foto mitzuteilen, welche Jahreszeit gerade ist. Einfallsslosigkeit und Standardzeug macht Zeitungen austauschbar und uninteressant.

Wenn Sie Ihre Leser für die Zeitung interessieren wollen, braucht es für jede Ausgabe eine individuelle Titelseite. Thema dieser Seite sollte die interessanteste Geschichte sein, die Sie in der Zeitung beschreiben. Der klassische „Aufmacher“ erregt Aufmerksamkeit und sorgt für Interesse.

Politik ist dabei übrigens nichts Schlechtes! Wenn



*Eine gute Zeitung macht aus, dass sie gerne gelesen wird - so einfach ist das. Aber: Wie funktioniert das am besten?*

Sturm / pixelio.de



# ist eine Zeitung! Wirklich!!

es ein interessantes Projekt gibt, das Sie im Rahmen des Haushaltsvoranschlags für das kommende Jahr budgetiert haben, darf dieses auch Ihre Titelseite schmücken. Und nicht der aktuelle Weihnachtsbaum, der vor der Gemeindekirche steht.

Sehen Sie die Titelseite als Schaufenster für Ihre Zeitung. Sie sollte Ihre Leser dazu animieren, die Zeitung auch aufzuschlagen.

### 3. Das Interesse der Leser steht im Mittelpunkt!

Auch dieser scheinbare Stehsatz ist keiner. Denn eine Geschichte genau so aufzubereiten, dass sie die Interessen der Leserschaft trifft, ist nicht immer einfach.

Am leichtesten geht es, wenn man sich folgende Fragen stellt: „Was ist das Außergewöhnliche an dem Sachverhalt über den wir berichten wollen? Wo gibt es Extreme? Was ist das Neue? Was sticht hervor oder ist besonders aktuell?“

Ihren Budgetvoranschlag für das kommende Jahr in aller Ausführlichkeit zu präsentieren, mag im Sinne der Transparenz legitim sein. Aber interessieren diese ganzen Details auch Ihre Leserschaft?

Stattdessen lohnt es sich vielleicht eher darüber zu berichten, wo die größten Steigerungen oder Einsparungen liegen und welche neuen Projekte im Voranschlag enthalten sind. Das interessiert die Bürger meistens weit mehr als die Frage, wie viel Geld die Gemeinde für welchen Budgetbereich ausgibt.



Notizen zu aktuellen Themen und eine gute Struktur erleichtern das „Zeitung machen“ enorm.

Hanacek

### 4. Binden Sie alle mit ein!

Das Schwierigste - gerade am Beginn - ist es, ausreichend Leute zu finden, die sich dazu bereiterklären, an einem Zeitungsprojekt mitzuarbeiten. Daher ist es wichtig, das Angebot zur Mitarbeit weit zu streuen. Laden Sie daher alle Bürger und Vereine ein, Artikel für die Zeitung einzureichen.

In der Umsetzung ist dies leichter, wenn Sie klare Vorgaben machen. So sollte etwa jedem Verein der gleiche Platz zur Verfügung stehen, um nachträgliche Beschwerden zu vermeiden. Legen Sie also gleich fest, wie viel Platz jemand für seinen Artikel bekommt (z.B. eine halbe Seite Text - bestenfalls gleich die ungefähre Zeichenanzahl - und ein Foto).

Das Recht, Artikel zu kürzen liegt übrigens bei Ihnen als Herausgeber. Um hier aber niemanden zu verärgern, ist der anfängliche Hinweis auf das zur Verfüg-

ung stehende Platzangebot umso wichtiger! Nichts Schlimmeres kann Ihnen passieren, als wenn ein engagierter Schreiber sein ganzes Herzblut in einen doppelseitigen Artikel legt, der dann auf eine halbe Seite gekürzt werden muss. Also besser gleich klare Vorgaben machen.

### 5. Es gibt ka G'schicht ohne passendes G'sicht

Dass Menschen Zeitungen nur lesen, um Fotos anzusehen, ist ein Gerücht, das nicht stimmt. Menschen lesen Zeitungen - auch Gemeindezeitungen - hauptsächlich, weil sie sich informieren wollen.

Das bedeutet aber nicht, dass man sich nicht anhand von Text-Bild-Kombinationen besser informieren kann, als bei rein textbasierten Geschichten. Gerade in Gemeinden, wo man sich noch persönlich kennt, will man auch sehen, was passiert und es nicht nur lesen.

Also halten Sie an folgender Grundregel fest: Zu jedem redaktionellen Beitrag gehört zumindest ein Foto.

Dabei kann es sich um Fotos zum Anlass - die also extra dafür gemacht wurden - oder auch Symbolfotos handeln. In beiden Fällen gilt: Achten Sie Recht und Gesetz! Sind auf Ihren Fotos Menschen eindeutig zu erkennen (wie z.B. bei Geburtstagsgratulationen durch die Gemeinde), holen Sie deren Einverständnis für die Veröffentlichung ein. Symbolfotos bekommt man aus Bilderdatenbanken wie Pixelio oder auch Pixabay unter Nennung der Quelle meist kostenlos. Die Google-Fotosuche ist übrigens keine kostenlose Bilddatenbank - einfach Fotos aus dem Internet zu verwenden, kann unangenehm und teuer werden.

*Im letzten Teil unserer Artikelserie erfahren Sie alles über den Aufbau Ihrer Gemeindehomepage.*

# Eine professionelle Webseite

*Nach den Themen Soziale Medien, Facebook im Speziellen und Gemeindezeitung widmen wir uns im vierten Teil der Serie „Bürgerkommunikation 3.0“ dem Internetauftritt von Gemeinden. Welche Inhalte sind für die Webseite sinnvoll, worauf ist rechtlich zu achten und wie sieht es mit der Wartung und Aktualisierung der Homepage aus? Wir geben einen Überblick - auch über Kosten und was es mit „responsive Design“ auf sich hat.*

Die Gemeindef Webseite wird als Kommunikations- und Serviceinstrument oft unterschätzt. Dabei bietet dieses Medium gute Möglichkeiten, bürgernah und niederschwellig die wichtigsten Inhalte und Informationen der eigenen Gemeinde (oder auch darüber hinaus) zu präsentieren.

## Ein Internetauftritt wird eigentlich vorausgesetzt

Eine eigene Homepage zu haben, ist für den Großteil der steirischen Gemeinden selbstverständlich und auch Realität. Doch Webseite ist nicht gleich Webseite: die Bedienerfreundlichkeit, die Aktualität der Inhalte, ein ansprechendes Design und Informationen, die schnell gefunden werden, entscheiden mit, ob die Homepage die Gemeindebürger zufrieden stellt - ja, vielleicht sogar deren Erwartungen übertrifft.

## Welche Inhalte sollten zur Verfügung stehen?

Je nach Größe und Einwohnerzahl der Gemeinde verändert sich auch das Interesse der Bürger an einzelnen Themen. Sind in kleineren Kommunen vor allem auch Aktivitäten, deren Nachberichte und dazugehörige Bildergale-

rien sehr beliebt (und auch überschaubar), so wird die Vielzahl an Einzelveranstaltungen einer Stadtgemeinde kaum detailliert dokumentiert werden können. Hier macht für die öffentlichkeitswirksamen Beiträge auch eine eigene Pressestelle Sinn. Es geht dabei ja auch um die Wirkung über die Gemeindegrenzen hinaus.

Prinzipiell sind wichtige Inhalte alle Informationen, die das Bürgerdasein und das Leben und Wohnen in der Gemeinde betreffen: Amtszeiten, Verantwortlichkeiten und die entsprechenden Kontakte, öffentliche Kundmachungen, Wahlinformationen und -ergebnisse, Formulare (Stichwort E-Government), Informationen über die Infrastruktur (vom Lebensmittelhandel, über Ärzte bis zum Pflegeheim), Schulwesen, Betriebslandschaft sowie touristische Angebote, Freiwilligen- und Freizeitmöglichkeiten (Vereine).

Ein Online-Müllkalender, eine Veranstaltungsübersicht, Bilder- und/oder Videogalerien sind sinnvolle Ergänzungspunkte. Auch wichtige Links zu Behörden, Nachbargemeinden etc. sowie ein Hinweis auf die gemeindeeigene Facebook-Seite (wir berichteten) dür-



*Da ein Großteil der Webseitenbesucher dafür bereits Smartphones oder Tablets nutzt, muss das Design benutzerfreundlich für „Mobile Devices“ sein, man spricht vom „Responsive Design“.*

Hanacek

fen nicht fehlen.

Als besonderer Service sollten auch die Ausgaben (aktuelle wie ältere) der Gemeindezeitung online zum Durchblättern zur Verfügung gestellt werden.

## Barrierefreiheit gilt auch für das Internet

Gemeinden als öffentliche Einrichtungen müssen auch ihren Internetauftritt barrierefrei gestalten. Dafür gibt es genaue gesetzliche Vorgaben, die verschiedene Teile der Programmierung, aber auch des Designs mitbestimmen. Fragen Sie bei der Webseitenerstellung bei Ihrem Anbieter explizit nach, um durch etwa unbedachte Farbwahl keine Diskriminierung im Sinne des Behindertengleichstellungsgesetzes hervorzurufen.

## „Responsive Design“ - heute unverzichtbar

Wer sich auf seinem internetfähigen Handy oder am Tablet bereits Webseiten angesehen hat, kennt bestimmt den Unterschied. Manche Seiten sehen gleich aus wie am Computer, nur in Miniatur. Durch Vergrößern und hin und her ziehen werden die Inhalte lesbar gemacht - von Übersicht allerdings keine Spur. Responsive Design bedeutet eine automatische Erkennung, ob der Benutzer ein mobiles Endgerät benutzt und zugleich eine entsprechend definierte Alternativenanzeige, z.B. aufklappbare Menüs, weniger Bilder, Text nur untereinander usw. In der heutigen Zeit ist man dem „User“ diese Anpassung schuldig.



# macht sich mehrfach bezahlt

## Webseiten leben von aktuellen Informationen

Eine Webseite ist kein Schild, das einmal gedruckt und beschrieben wird und dann für Jahre halten soll. Sie lebt von aktuellen Informationen und Berichten. Auch die Webseitenbesucher erwarten, mit den neuesten Infos versorgt zu werden. Beispielsweise sollen Wahlergebnisse nicht erst Wochen später (oder noch schlimmer: gar nicht) angezeigt werden.

Vor allem, wenn es den (leider) sehr beliebten Menüpunkt „Aktuelles“ gibt, ist es unerlässlich, diesen auch aktuell zu halten. Wer es nicht schafft, alle paar Wochen, eine Aktualisierung zu machen, sollte diesen Menüpunkt schlicht weglassen. (Es gibt auch tolle Möglichkeiten, wo News nur bei Vorhandensein z.B. auf der Startseite angezeigt werden und nach bestimmter Zeit ins Archiv wandern.)

## Ein gutes CMS erspart Ärger und Folgekosten

Um die Inhalte der Webseite entsprechend aktuell zu halten, muss die Bedienung und Befüllung auch möglichst einfach erfolgen können. Wenn das Bearbeiten und Hochladen von zehn Bildern den halben Vormittag eines Gemeindegemitarbeiters in Anspruch nimmt, kann man nicht gerade von Effizienz sprechen. Daher ist in solchen Fällen ein sogenanntes CMS (Content Management System) mittlerweile Standard. Doch es gibt auch bei CMS-Modulen Unterschiede. Achten

Sie bei der Auswahl darauf, dass auch weniger geschulte Personen damit umgehen können sollen, sodass die Aktualisierung immer rasch erfolgen kann. Eine ausführliche Einschulung in das jeweilige System ist dennoch wichtig und sollte von Anbieter- und Kundenseite sehr ernst genommen werden.

## Apps & Spiele?

Ob die Gemeindehomepage der passende Platz für spielerische Unterhaltung sein sollte, müsste an sich schon beim Stellen der Frage logisch mit Nein beantwortet werden können. Information und Service stehen hier deutlich im Vordergrund. Allerdings spricht nichts dagegen, etwa mit Gewinnspielen oder Quizzes die Bürger zum Webseitenbesuch zu animieren. Auch eigens programmierte Applikationen - kurz Apps - können sinnvoll eingesetzt werden, z.B. ein Müllkalender, der automatisch daran

erinnert, wann der Restmüll abgeholt wird etc.

## Wieviel kann das alles kosten?

Natürlich stellt sich auch beim „Projekt Gemeindehomepage“ die Preisfrage.

Prinzipiell ist zu beachten, dass die Kosten aus mehreren Teilen bestehen können:

1. Die Domain, also der Seitename, muss gesichert und jährlich fortgezahlt werden (20-100 Euro).
2. Der Webspace (Speicherplatz, wo die Daten im Internet liegen) wird meist monatlich abgerechnet (5-40 Euro, je nach Anforderungen).
3. Die eigentliche Webseite: Sie besteht aus Design und Programmierung, was meist als Paket angeboten wird. Durchschnittliche Seiten mit den notwendigen Anforderungen (inkl. CMS) liegen etwa zwischen 1.500 und 5.000 Euro.
4. Sonstiges: Eventuell sind Zusatzkosten für die CMSEinschulung oder nach-

trägliche Design- oder Programmieränderungen fällig. Besser im Vorhinein klären!

## Deshalb Profis beauftragen

Auch wenn die grafisch begabte Nichte des Bürgermeisters günstig ihre Kreativleistung zur Verfügung stellt und der benachbarte Computerfreak quasi übers Wochenende die Seite programmiert, sollte stets überlegt werden, wie es im Fall von vielleicht später benötigten Anpassungen oder Erweiterungen aussieht.

Professionelle Web- und Grafikagenturen kennen nicht nur alle gesetzlichen Anforderungen, sie sind auch nach der Auftragsabwicklung noch greifbar und ihrer Leistungsgarantie verpflichtet. Auch eine Suchmaschinen-Optimierung ist meist schon inkludiert. Unsere Empfehlung daher: Besser auf Experten vertrauen, als im Nachhinein (unfertige) „Baustellen“ ohne Verantwortliche vorzufinden.



Ein Internetauftritt wird heutzutage von jeder Gemeinde vorausgesetzt. Eine übersichtliche Struktur, interessante Inhalte und sinnvolle Serviceangebote bringen der Webseite mehr Wert.

# NOTIZEN

---