

Die neue Kommunalverwaltung  
Band 11

# **Rathaus im Klartext**

**– Moderne Bürgerinformation –**

von

**Dr. Ewald Müller**

Köln

und

**Susanne Wetterich**

Stuttgart

1. Auflage 2005

**::jehle**

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort .....	V
<b>I. Alles nur noch Public Relations (PR) – eine Einführung ...</b>	<b>1</b>
Erklärende Bürgerinformation an erster Stelle .....	1
PR ohne Inhalt .....	2
Inszenierungen .....	6
Kommunale Selbstverwaltung gegen Politikverdrossenheit ...	8
Feststellungen .....	8
Die Rolle der Kommunen .....	9
Defizite und Lösungsvorschläge .....	10
<i>Öffentliche Verwaltung</i> .....	10
<i>Politische Kultur</i> .....	11
<i>Die Person des Politikers</i> .....	13
<i>Kommunikation und Umgang mit den Medien</i> .....	14
<b>II. Bürgerinformation – Pflichtaufgabe der Kommunen .....</b>	<b>15</b>
Verfassungsrechtliche Grundlegung .....	15
Bürgerinformation und Kommunalwahl .....	17
Fundierung der öffentlichen Meinung .....	18
Kommunale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ohne parteipolitische Werbung .....	19
Bürgerinformation nach Art. 20 GG zwingend geboten .....	21
<b>III. Das Presse- und Informationsamt – Drehscheibe der kommunalen Informationsarbeit .....</b>	<b>23</b>
Bürgerinformation unter veränderten Voraussetzungen .....	23
Neue Anforderungen an die kommunale Pressearbeit ....	25
Neue Anforderungen an die kommunale Öffentlichkeitsarbeit .....	25
Kommunale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Verwaltungsreform .....	26
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Neuen Steuerungsmodell der KGSt .....	26
Der Vorteil des Neuen Steuerungsmodells .....	28
Ein Leitbild für kommunale Presse- und Öffentlichkeits- arbeit .....	29

	Seite
Produkte der kommunalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit .....	30
Serviceleistungen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Interne Verrechnungen .....	30
Aufbau eines Informationsnetzwerks nach innen .....	31
Zusammenarbeit mit den Fachämtern .....	31
Informationswege bauen und automatisieren .....	32
Vermittlung von Medienkompetenz in der Verwaltung .....	32
Wirken „in eigener Sache“ innerhalb der Verwaltung .....	33
Die besten Werber sind die motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter .....	34
Aufbau von Netzwerken nach außen – Kooperation mit Partnern .....	34
Ausbildung im Presse- und Informationsamt .....	35
<b>IV. Standards kommunaler Pressearbeit .....</b>	<b>37</b>
Pressearbeit kein Fremdkörper in der Verwaltung .....	37
Kommunalpolitik und Medien .....	37
Zwölf Regeln für die kommunale Pressearbeit .....	39
Die kommunale Pressemitteilung .....	40
Allgemeine Kriterien .....	40
Einstieg: Was? Wo? Wer? Wann? Wie? .....	41
Details der Nachricht .....	42
Überschriften .....	43
Pressezusammenfassungen .....	44
Die Hintergrundinformation .....	44
Sperrfrist .....	44
Die Presseeinladung .....	45
Informationen für den Lokalfunk .....	45
Das Interview .....	46
Vorherige Themenabsprache .....	46
Schriftliche und mündliche Fragen .....	46
Das Hörfunk- und Fernsehinterview .....	47
Gegen Missbrauch absichern .....	48
Die Pressekonferenz .....	48
Unmittelbare Kommunikation .....	48

	Seite
Checkliste: Die Durchführung einer Pressekonferenz .....	49
Pressebesichtigung und Pressefahrt .....	51
Der Presseverteiler .....	51
Konflikte mit den Medien einvernehmlich lösen .....	53
<b>V. Grundlagen kommunaler Öffentlichkeitsarbeit .....</b>	<b>55</b>
Organisation von Öffentlichkeitsarbeit .....	55
Verdeutlichung unterschiedlicher Auffassungen und gegensätzlicher Interessen als Ausnahme .....	55
Richtige Gewichtung ist notwendig .....	56
Frühzeitige Koordination und nicht isolierte Vorbereitung .....	56
Richtige Terminierung .....	56
Anbindung an die Verwaltungsspitze .....	56
Sonderfälle in einer Geschäftsanweisung regeln .....	57
Arbeitsgruppe für Öffentlichkeitsarbeit .....	57
Der zentrale „Jahresplan für Öffentlichkeitsarbeit“ .....	57
Mittelfreigabe .....	58
Das einheitliche Erscheinungsbild .....	58
Stadtwappen als „Logo“ oder „Signet“ .....	58
Festlegung verbindlicher Gestaltungselemente .....	59
Layoutraster und Titelgestaltung .....	59
Checkliste: Das Grundlayout als wichtige Hilfe .....	60
Einheit von Thema, Mittel, Gestaltung und Weg .....	61
Die Medien themenkonform auswählen .....	61
Die Information dem Medium anpassen .....	62
Die Botschaft zielgruppenorientiert transportieren – Zielgruppen bedenken .....	62
Neubürger – eine besondere Zielgruppe .....	63
Die Absatzchancen richtig einschätzen .....	63
Die geeigneten Übermittlungswege festlegen .....	63
Eigenveranstaltungen als Verteilmöglichkeit nutzen .....	64
Sparsamer Umgang mit Haushaltsmitteln – Konzentrierte Kampagnen .....	64
Zusammenarbeit mit Agenturen .....	64
Bei welchen Maßnahmen ist der Einsatz einer Agentur geeignet? .....	65

	Seite
Die Agenturauswahl .....	65
Checkliste: Die Agenturauswahl .....	66
Arbeit mit freien Mitarbeitern – Werkverträge .....	67
<b>VI. Kommunale Bürgerinformation im Internet .....</b>	<b>69</b>
Rahmenbedingungen .....	69
Adressaten .....	69
Zielgruppen .....	70
Start-Seite .....	71
Inhalte .....	71
Erscheinungsbild im Internet .....	73
Organisationsfragen zum kommunalen Internetauftritt .....	75
www.<stadtname>.de als Stadtportal .....	77
Zusammenarbeit mit Partnern .....	77
Geschlossene Bereiche – besonders für die Presse .....	78
Technik .....	78
Rechtsfragen – Umgang mit Links .....	79
<b>VII. Auf der Klaviatur der kommunalen Medien spielen .....</b>	<b>81</b>
Den aktuellen Entwicklungen gewachsen sein .....	81
Periodika .....	82
Amtsblatt .....	82
„Stadtzeitung“ .....	83
Stadtillustrierte .....	84
Bürgerbriefe .....	84
Thematische Informationsdienste .....	85
Mitarbeiterzeitung .....	85
Nicht-periodische Printmedien .....	86
Broschüren und Faltblätter .....	86
Flugblätter .....	87
Anzeigen .....	87
Elektronische Medien .....	88
Internet .....	88
Newsletter .....	89
„Push-Services“ .....	89

	Seite
Video – DVD .....	89
CD-ROM .....	90
Videotext .....	90
Multimediapräsentation – Powerpoint-gestützte Visualisierung .....	91
SMS (Short Message Service) .....	91
Radio und Fernsehen .....	91
Beispiele kommunaler Publikationen .....	91
Daten und Fakten .....	91
Ämterwegweiser .....	92
Stadttelefonheft .....	92
Kommunale Selbstverwaltung in Kurzform .....	92
<b>VIII. Direktkommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern</b> .....	<b>93</b>
Offenheit und Bürgerservice sind gefragt .....	93
Ehrlichkeit als Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation .....	93
Der offene Weg in die Verwaltung .....	94
Kommunale Demokratie lebendig vermitteln .....	95
Aufgaben einer Bürgerberatung .....	95
Die Bürgerberatungsstelle .....	96
Das Bürgertelefon .....	97
E-Mails von Bürgerinnen und Bürgern .....	98
Beschwerdemanagement .....	99
Leserbriefe und Pressekritik .....	100
Die Bürgerversammlung: Miteinander reden und einander zuhören .....	100
Checkliste 1: Die Vorbereitung einer Bürgerversammlung	101
Checkliste 2: Der Ablauf einer Bürgerversammlung .....	102
Blick hinter die Kulissen der Stadtverwaltung .....	103
Checkliste: „Tag der offenen Tür“ .....	104
Mit den Bürgern etwas unternehmen .....	105
Öffentlichkeitsarbeit im Dialog – Offene Bürgerbeteiligung	106
Personalisierung – die richtigen Mittel einsetzen .....	108

	Seite
<b>IX. Stadtmarketing und Stadtkonzeption – neue Formen der Bürgerbeteiligung</b> .....	111
Was versteht man unter Stadtmarketing? .....	111
Eine Stadt braucht eine Gesamtkonzeption .....	112
Wie entwickelt man eine Stadtkonzeption? .....	114
Die Anschubphase .....	114
Die Situationsanalyse .....	116
Die Leitbildphase .....	118
Die Maßnahmen .....	120
Die Umsetzung und Kontrolle .....	121
Motivierung der Verwaltung – Marketing nach innen .....	121
Grenzen und Nutzen einer Stadtkonzeption .....	123
<b>X. Kommunale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Presserecht und Wettbewerbsrecht</b> .....	125
Anwendbarkeit der Landespressegesetze auf kommunale Veröffentlichungen .....	125
Kommunale Selbstverwaltung und Informationsrecht der Medien .....	127
Wettbewerbsrechtliche Fragen .....	129
Der redaktionelle Teil eines kommunalen Amtsblatts ....	129
Der Anzeigenteil eines kommunalen Amtsblatts .....	132
<b>XI. Anhang</b> .....	135
Leitsätze zur städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Städtetages 1998 .....	135
Kommunale Öffentlichkeitsarbeit und Wahlkampf – Urteil des OVG Münster vom 19. 8. 1988 .....	137
Literaturhinweise .....	149
Herausgeber- und Autorenverzeichnis .....	151
Stichwortverzeichnis .....	153
In der Reihe	
„Die neue Kommunalverwaltung“	
sind bereits folgende Bände erschienen: .....	159