

# Kommunikationskonzept

<b>Verfasser:</b>	<b>Annika Möller, Praktikantin</b> <b>Silvano Castioni, Gemeindeschreiber</b>
<b>Gültig ab</b>	3. Mai 2022
<b>Ordnungsnummer</b>	311.101

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Zielsetzung der Kommunikation</b>	<b>3</b>
<b>2.1</b>	<b>Interne Kommunikation</b>	<b>3</b>
<b>2.2</b>	<b>Externe Kommunikation</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Grundsätze Kommunikation</b>	<b>3</b>
<b>4.</b>	<b>Abgrenzungen</b>	<b>4</b>
<b>5.</b>	<b>Adressaten</b>	<b>4</b>
<b>6.</b>	<b>Kommunikationskanäle</b>	<b>4</b>
<b>7.</b>	<b>Kommunikationsorganisation</b>	<b>9</b>
<b>7.1</b>	<b>Zuständigkeiten</b>	<b>9</b>
<b>7.2</b>	<b>Kollegialitätsprinzip und Soziale Medien</b>	<b>9</b>

## 1. Einleitung

**Kommunikation** ist der Austausch oder die Übertragung von Informationen. Dies kann auf verschiedene Arten und auf verschiedenen Wegen stattfinden, inzwischen immer wichtiger auch digital.

Information ist in diesem Zusammenhang eine zusammenfassende Bezeichnung für Wissen, Erkenntnisse, Erfahrungen oder Empathie. Mit Austausch ist ein gegenseitiges Geben (Sender) und Nehmen (Empfänger) von Informationen gemeint. Übertragung ist die Beschreibung dafür, dass dabei Distanzen überwunden werden können.<sup>1</sup>

Basierend auf diesem Verständnis erlässt der Gemeinderat vorliegendes Kommunikationskonzept mit den Zielen,

- Kommunikation als Instrument der Informationsvermittlung zwischen Gemeinde und Öffentlichkeit zu institutionalisieren;
- einen organisatorischen Rahmen zu setzen, der die Informationsaufbereitung und die Informationsverteilung sowie die Informationsübertragung (Kanäle) regelt.

Das vorliegende Konzept gilt für alle Mitglieder der Behörden gemäss Gemeindeordnung und für alle Angestellten der Gemeindeverwaltung. Mitglieder der Schulpflege und Lehrpersonen sind von diesem Kommunikationskonzept nur betroffen, wenn es um Sachverhalte geht, die in der Kompetenz des Gemeinderates liegen. Die Gesamtheit all dieser Personen wird nachfolgend als Gemeinde bezeichnet und ist gleichzeitig als Absender von Informationen zu verstehen.

## 2. Zielsetzung der Kommunikation

Die interne und externe Kommunikation der Gemeinde dient zur Erfüllung folgender Ziele:

### 2.1 Interne Kommunikation

- a) Konstruktive Mitarbeit fördern
- b) Verständnis und Kenntnisse über die Aufgaben und die Leistungen fördern
- c) Identifikation, Arbeitszufriedenheit und Klima verstärken

### 2.2 Externe Kommunikation

- a) Konstruktive Zusammenarbeit mit den Anspruchsgruppen fördern
- b) Transparenz und Vertrauen schaffen
- c) Meinungsbildung ermöglichen
- d) Interesse an öffentlichen Veranstaltungen, Abstimmungen und Wahlen steigern
- e) Zustimmung und Unterstützung für Veränderungen gewinnen
- f) Gerüchte, Unklarheiten und Spekulationen verhindern
- g) Entscheidungen nachvollziehbar machen
- h) Partizipation ermöglichen

## 3. Grundsätze Kommunikation

Die Kommunikation hat den Zweck zu informieren. Dieser Informationsaustausch soll allerdings nicht willkürlich geschehen, sondern sich an den untenstehenden Grundsätzen orientieren.

- a) Die Kommunikation soll sachlich und neutral sein.
- b) Die Informationen sind stets wahrheitsgetreu und ehrlich weiterzugeben.
- c) Auch negative Inhalte werden kommuniziert.<sup>2</sup>
- d) Die Gemeinde verbreitet entsprechend zur Aktualität aktiv ihre Informationen.
- e) Das Persönlichkeits- Datenschutz- und Amtsgeheimnis stehen über dem Informationsbedürfnis. (Gesetz über die Information und den Datenschutz LSR 170.4)

<sup>1</sup> In Anlehnung an die Beschreibung in Wikipedia (<https://de.wikipedia.org/wiki/Kommunikation>, 21.4.2021)

<sup>2</sup> Mit negativ ist hier eine Wertung gemeint. Das heisst, dass auch Informationen im Sinne sog. «bad news» veröffentlicht werden, die für die Gemeinde wie auch für die Öffentlichkeit unerfreulich sind. Als Beispiel kann die Medienmitteilung des Stadtrates zur Veröffentlichung des Berichts über den desaströsen Zustand des Sozialamts Dübendorf angesehen werden. (<https://www.duebendorf.ch/aktuellesinformationen/1451536>, 26.1.2022)

## 4. Abgrenzungen

### Krisenkommunikation

Die Krisenkommunikation erfordert ausserordentliche Massnahmen, welche ein eigenes, situationspezifisches Handeln verlangen und somit nicht in diesem Kommunikationskonzept enthalten sind.<sup>3</sup>

### Kommunikation Schule

Die Kommunikation, welche die Schule betrifft, wird in einem separaten Konzept geregelt.<sup>4</sup>

### Corporate Design

Das Corporate Design steht für das Erscheinungsbild der Gemeinde und ist Teilbereich der Corporate Identity (Unternehmens-Identität). Es beinhaltet das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild der Gemeinde, wie das Logo, das Sprachbild und das Zeichensystem. Das Corporate Design sorgt daher in der Kommunikation für ein gleiches, formelles Erscheinungsbild auf den unterschiedlichen Kanälen.<sup>5</sup> Es bietet einen formellen Rahmen der Informationsinhalte und wird in diesem Konzept nicht weiter behandelt.

### Interne Kommunikation

Ebenfalls nicht Gegenstand des vorliegenden Konzeptes ist Gestaltung der internen Kommunikation. Dieser Bereich ist durch arbeitsorganisatorische Massnahmen und Regelungen festzulegen.

## 5. Adressaten

Die Kommunikation richtet sich an die Öffentlichkeit (Bevölkerung, Vereine, Verbände, politische und wirtschaftliche Institutionen, NGO, Medien etc.).

## 6. Kommunikationskanäle

Kommunikation geschieht über unterschiedliche Kanäle (Wege). Gemäss Kapitel 4 werden nur die externen Kommunikationskanäle berücksichtigt.

Die externen Kommunikationskanäle dienen zur Kommunikation der Gemeinde mit den externen Anspruchsgruppen gemäss Kap. 5. Indirekt kann und ist auch beabsichtigt, dass die Kommunikation mit den Anspruchsgruppen zu Kommunikationsinteraktionen zwischen und innerhalb der Anspruchsgruppen führt (Meinungsbildung, Partizipation etc.). Auch hier sind die nachfolgenden Kanäle nach Wichtigkeit gegliedert.

Mitteilungsblatt	Beschreibung
Kurzbeschreibung	Das Mitteilungsblatt ist grundsätzlich ein Kanal der Bevölkerung für die Bevölkerung. Sie enthält Biografien der Einwohner und Einwohnerinnen sowie aktuelle Themen und Angebote. Auch ansässige Vereine nutzen den sogenannten «Wisli-ger» gerne, um beispielsweise Veranstaltungen anzukündigen. Zudem nutzen die Behörden und die Gemeindeverwaltung das Mitteilungsblatt für die Kommunikation von entsprechenden Informationen von allgemeinem Interesse. Diese Plattform wird von der Gemeinde betrieben.
Ist-Situation	Die erneuerte Herausgabe des Mitteilungsblattes in Farbe erscheint seit dem April 2020 in regelmässigen Abständen elf Mal im Jahr. Aufgrund der Ausgabenkadenz hat das Mitteilungsblatt nicht zum Ziel tagesaktuelle Berichte zu bringen. Zeitverzögerungen von z.B. Veranstaltungsanzeigen sind somit gegeben.
Zielgruppe	Das Mitteilungsblatt bietet eine Plattform für die Gemeinde selbst, die Schulen, Vereine sowie Bewohner und Bewohnerinnen. Es werden aktuelle Projekte und Angebote aufgelistet, von denen die Einwohner und Einwohnerinnen profitieren können. Vereine nutzen dieses Medium, um neue Interessenten auf sich aufmerksam zu machen und Anlässe bekanntzugeben.

<sup>3</sup> <https://www.egeko.ch/pages/user/case.xhtml?entityId=8da90d5c-ad9d-46ab-8ae1-43959190e1dd> (interne Seite der Gemeinde)

<sup>4</sup> <https://www.schuleweisslingen.ch/> (30.08.21)

<sup>5</sup> <https://www.egeko.ch/pages/user/case.xhtml?entityId=f8b4a6f5-bc4a-4c9f-975d-a5bd76569028> (interne Seite der Gemeinde)

Stärken	Es ist ein Kanal, welcher bei Jung und Alt sehr beliebt ist und somit ein breites Spektrum an Altersgruppen abdeckt. Die Texte sind in einfacher Sprache gehalten, weshalb sie für alle Leser und Leserinnen verständlich sind, und es erneut für viele Leute unterschiedlichen Alters attraktiv ist. Durch den Miteinbezug der Bevölkerung mittels Biografien oder Interviews entsteht ein persönlicher Charakter.
Schwächen	Dieser Kommunikationskanal ist kosten- und personalintensiv, da jeden Monat ein farbiges Exemplar gedruckt werden muss. Zudem müssen die redaktionellen Themen erarbeitet, redigiert und gelayoutet werden. Des Weiteren erwarten die Bewohner und Bewohnerinnen regelmässig ihr Exemplar, weshalb ein fixes Abgabedatum stets einzuhalten ist. Ebenfalls muss beachtet werden, dass immer genügend Informationen für das Verfassen von neuen Artikeln vorhanden sind.
Ressourcen	Für die Erstellung des Mitteilungsblattes werden Papier, Druck und eine Redaktion benötigt. Die Verteilung muss ebenfalls sichergestellt werden.
Anwendung	Verbreitung von Informationen, die von allgemeinem Interesse, aktuell aber nicht zeitkritisch sind.

Webauftritt	Beschreibung
Kurzbeschreibung	Der Webauftritt bietet vielfältige tagesaktuelle Informationen zur Gemeinde, wichtigen Kontakten, Publikationen aller Art, Dienstleistungen, News, Veranstaltungen und vielem mehr.
Ist-Situation	Seit September 2021 ist die neue Gemeinde-Website und seit Oktober 2021 jene der Schule aufgeschaltet. Es ist der wichtigste digitale Kanal der Gemeinde.
Zielgruppe	Der Webauftritt richtet sich primär an bestehende Bewohner und Bewohnerinnen und an potenzielle Neubewohner und Neubewohnerinnen. Ansonsten stehen die Informationen allen Anspruchsgruppen zur Verfügung.
Stärken	Es sind keine regelmässigen Beiträge nötig, da schon bestehende, immer relevante Themen vorhanden sind. PDF-Formate müssen nicht abgewandelt werden und sind gut leserlich einfach verbreitbar und von vielen Geräten aus zugänglich. Eine Webseite ist bei den älteren Bürgern und Bürgerinnen bekannter als beispielsweise die Sozialen Medien und deckt ein breites Spektrum an Altersgruppen ab. Zu den weiteren Stärken gehören, dass ein Bürgerkonto erstellt und ein Informations-Abo abonniert werden kann. Ein weiterer Vorteil liegt in der Integration Dritter. Vereine können beispielsweise ihre Anlässe publizieren.
Schwächen	Die Erstellung und Instandhaltung eines Webauftrittes erfordern viel Knowhow und sind mit einem nicht unerheblichen Aufwand verbunden.
Ressourcen	Ein Webauftritt erfordert einen Computer, einen Internetzugang sowie eine Person mit Knowhow zur Erstellung und Instandhaltung.
Anwendung	Verbreitung von Informationen, die von allgemeinem Interesse oder gesetzlich vorgeschrieben sind (Publikationsorgan). Zurverfügungstellung von (kostenpflichtigen) Dienstleistungen.  Plattform für Private und insbesondere für Vereine, um ihre Veranstaltungen zu publizieren und zu bewerben. Zusätzlich können sich die Vereine listen.

E-Mail extern	Beschreibung
Kurzbeschreibung	Dieser Kanal gewährleistet den Kontaktaustausch über das Schreiben. Es können beispielsweise Fragen an die Verwaltung gestellt werden, welche dann möglichst zeitnah beantwortet werden. So wird jederzeit der Kontaktaustausch zwischen Bewohnern und Bewohnerinnen und der Gemeinde gewährleistet. Es handelt sich primär um eine Peer-to-Peer-Kommunikation.
Ist-Situation	Es findet ein reger Austausch zwischen der Verwaltung und der Bevölkerung statt, sodass Fragen beantwortet und Unklarheiten bewältigt werden können. Zudem werden Medienmitteilungen teilweise per E-Mail an Printmedien versandt.
Zielgruppe	Dies ist ein Medium, welches alle Anspruchsgruppen abdeckt.

Stärken	E-Mail ist ein Dienst, den alle Altersgruppen kennen und der für alle Altersgruppen attraktiv ist. Der Vorteil davon liegt allerdings klar darin, dass eine schnelle Kommunikation gewährleistet ist. Es können ganz einfach und schnell Fragen gestellt und beantwortet werden, sodass praktisch keine Wartezeiten entstehen. E-Mail ist eine Möglichkeit zur Vernetzung von Verwaltung mit Einwohnerinnen und Einwohnern.
Schwächen	Werden Mails nicht verschlüsselt, so besteht ein hohes Risiko, dass Inhalte an nicht intendierte Dritte gelangen.
Ressourcen	Nebst technischen Voraussetzungen (ICT) sind Kenntnisse über die Handhabung von Mailprogrammen notwendig.
Anwendung	Schriftliche Informationsvermittlung resp. schriftlicher Informationsaustausch jeglicher Art in Form von Peer-to-Peer- oder Peer-to-many-Mitteilung. Die Adressaten sind definiert und haben einen Bezug zum Inhalt.

<b>Gemeindeversammlung</b>	<b>Beschreibung</b>
Kurzbeschreibung	Der Gemeinderat fasst vorgängig zu allen Vorlagen einen sachlichen, kurzgehaltenen und gut verständlichen schriftlichen Bericht, welcher den Stimmberechtigten zugestellt wird. An der Versammlung werden dann Präsentationen zu den Vorlagen für die teilnehmenden Stimmberechtigten gehalten.
Ist-Situation	Gemäss Gesetz und Beschluss finden immer wieder Gemeindeversammlungen statt. Bei Bedarf finden auch ausserordentliche Gemeindeversammlungen statt.
Zielgruppe	Die Gemeindeversammlungen richten sich an die Stimmberechtigten und Gäste (Medien).
Stärken	Durch den direkten Austausch können Missverständnisse eher verhindert, und das Gefühl der Zugehörigkeit gestärkt werden.
Schwächen	Meist nehmen eher wenige Leute an den Gemeindeversammlungen teil. Je nach Vorlage können spezielle Interessengruppen mobilisiert werden, die die Vorlage kippen oder annehmen, auch wenn vielleicht die Mehrheit des Stimmvolkes anders entschieden hätte.
Ressourcen	Für die Gemeindeversammlungen werden der Gemeinderat, eine Räumlichkeit, Stimmberechtigte und ICT-Infrastruktur benötigt. Die Vor- und Nachbereitungszeit muss ebenfalls berücksichtigt werden.
Anwendung	Gesetzlich vorgeschriebene politische Plattform zur Beschlussfassung über spezifische Themen.

<b>Informationsveranstaltung</b>	<b>Beschreibung</b>
Kurzbeschreibung	Informationsveranstaltungen sind im Gegensatz zu normalen Veranstaltungen offiziell und lediglich zur Informationsbeschaffung und für den Informationsaustausch gedacht.
Ist-Situation	Es finden immer wieder einmal Informationsveranstaltungen mit den jeweils aktuellen Themen statt, sodass die Bewohner und Bewohnerinnen miteinbezogen und informiert werden.
Zielgruppe	Die Zielgruppe bezieht sich auf die Einwohner und Einwohnerinnen, sodass sie in Entscheidungen involviert werden.
Stärken	Es kann ein persönlicher Informationsaustausch stattfinden und es können Fragen gestellt werden, sodass kein Platz für Unklarheiten entsteht und eine Entscheidungsfindung ermöglicht wird.
Schwächen	Möglicherweise ist hier ebenfalls die Problematik von wenigen Teilnehmer/Innen vorhanden.
Ressourcen	Für die Informationsveranstaltungen sind lediglich eine Räumlichkeit, Personal und eine gute Vorbereitung notwendig. Ebenfalls sind technische Infrastrukturen gefragt. Dies ist abhängig von der Aufbereitung und Vermittlungsmethode der Informationen.

Anwendung	Informationsvermittlung spezifischer Themen mit grosser Tragweite für die Adressaten. Ebenfalls kann die Stimmung in der Gemeinde abgeholt werden.
-----------	--

Soziale Medien und Messenger-Dienste	Beschreibung
Kurzbeschreibung	Die Sozialen Medien setzen sich aus unterschiedlichen Plattformen zusammen, welche es einem ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen. Über diese Plattformen werden Informationen mittels Texten, Videos, Sprache und Bildern erstellt und ausgetauscht.
Ist-Situation	Zurzeit wird kein Gebrauch von den Sozialen Medien und sonstigen digitalen Diensten in diesem Bereich gemacht.
Zielgruppe	Durch die Sozialen Medien werden alle Personen mit nötigem Knowhow, entsprechendem Kanal und einem Internetzugang erreicht.
Stärken	Informationen können mittels Sozialer Medien ausserordentlich schnell und weit verbreitet werden. Die Kanäle sind nebst dem Computer/Laptop auch übers Handy abrufbar, was einen stetigen Zugang gewährleistet. Die meisten Plattformen verfügen über eine Push-Nachrichten-Funktion, welche beispielsweise über anstehende Gemeindeveranstaltungen informieren kann und somit zu einer höheren Anzahl an Teilnehmenden führen sollte.
Schwächen	Der Datenschutz ist ein wichtiger Aspekt, der bei der Verwendung von Sozialen Medien nie unterschätzt werden sollte. Es ist möglich einen Account bei der jeweiligen Plattform zu hacken und somit vollen Zugriff auf ein Profil zu erhalten, sodass beispielsweise Fake-News veröffentlicht werden können. Ebenso wichtig ist eine schnelle Reaktion, da Kommentare innerhalb weniger Sekunden verfasst und sogenannte Shitstorms ausgelöst werden können. Shitstorms sind gehäufte negative Kommentare zu einem bestimmten Beitrag oder einem ganzen Profil. In einem solchen Fall ist es wichtig, nicht viel Zeit verstreichen zu lassen und möglichst schnell entsprechend zu reagieren. Zuletzt ist darauf zu achten, dass ein entsprechendes Format fürs Smartphone vorhanden ist, da der häufigste Zugang darüber geschieht. Eine PDF-Version eines Beitrages ist aufgrund der Schriftgrösse eher ungeeignet und sollte vermieden werden.
Ressourcen	Für die Erstellung und den Erhalt eines oder mehrerer Profile auf den Sozialen Medien sind Knowhow, Personal, der jeweilige Kanal und ein Internetzugang essentiell. Der Einsatz von Ressourcen ist nicht unerheblich, da solche Plattformen von der Aktualität der Informationen leben, will man eine hohe Aufmerksamkeit sicherstellen.
Nachfolgend sind die gängigsten Social-Media-Plattformen aufgeführt. Die Anzahl solcher Plattformen ist mittlerweile sehr unübersichtlich und das Aufkommen und Verschwinden solcher Anwendungen spielen sich in einem sehr dynamischen Umfeld ab.	
Instagram	Bei der App Instagram liegt der Fokus auf Bildern, wobei auch kurze Videoeinheiten möglich sind. Dadurch könnten also Veranstaltungen, wie zum Beispiel die Velo-Rallye mittels Fotos für die Bevölkerung attraktiv gemacht werden. Eine Mehrheit der Personen zwischen 14 und 29 benutzen diese App, wodurch viele junge Leute vermehrt ins Dorfgeschehen miteinbezogen werden könnten. Instagram besitzt eine Gefällt-mir-Funktion und eine Abstimmfunktion, wodurch die Resonanz zu einem bestimmten Thema ermittelt werden kann.
Twitter	Hierbei liegt der Fokus auf Kurznachrichten. Diese App ist geeignet für kurze Bekanntmachungen oder Kommentare zu bestimmten Themen. Es könnten also kurzfristige Meldungen, wie zum Beispiel ein Stromausfall bekanntgegeben und erläutert werden. Auch diese App besitzt eine Gefällt-mir-Funktion, sodass die Resonanz ermittelt werden kann.  Twitter wird vielfach von Einzelpersonen des öffentlichen Lebens eingesetzt, damit die sog. Followers jederzeit über ihre «Idole» im Bild sind. Andere Medien gehören auch zu Followern und übernehmen solche Twitter gerne als kurze Redaktionsmitteilung in ihren Medienkanälen.

YouTube	<p>YouTube ist eine Plattform zur Verbreitung von Videos, welche einige Sekunden bis zu mehreren Stunden lang sein dürfen.</p> <p>Auch hier ist eine Kommentar- und Gefällt-mir-Funktion vorhanden. Dieses Medium könnte gut für ein Porträt der Gemeinde genutzt werden. Ebenso könnten Informationsveranstaltungen aufgenommen und auf YouTube veröffentlicht werden, damit noch mehr Personen daran teilhaben könnten.</p>
Facebook	<p>Über Facebook kann sich eine Profiseite über Fotos, Videos und Texte vorstellen. Auf einer sogenannten Pinnwand des jeweiligen Profils können andere Profile öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen. Es können allerdings auch Kommentare zum eigenen Beitrag veröffentlicht werden. Auch Direktnachrichten sind möglich, sodass nur das angeschriebene Profil Einsicht bekommt.</p>
WhatsApp et al	<p>WhatsApp ist ein sehr beliebter Kommunikationskanal für Text- und Sprachnachrichten. Das Prinzip ist ähnlich wie bei SMS oder MMS. Allerdings ist WhatsApp in der Regel eine kostenfreie Möglichkeit mit grösserem Funktionsumfang. Jeder Nutzer und jede Nutzerin registriert sich über seine bzw. ihre Mobiltelefonnummer und kann auf diesem Weg auch andere Teilnehmer und Teilnehmerinnen kontaktieren. Die häufigste Kommunikation geschieht über Textnachrichten, welche von einem Zeichen bis zu mehrere zehntausend Zeichen lang sein darf. Es können allerdings auch Videos und Fotos geteilt und Anrufe getätigt werden. Über die sogenannte Story können kurze Neuigkeiten mithilfe eines Bildes 24 Stunden lang für alle WhatsApp-Kontakte zugänglich gemacht werden. Mit dieser App können also kurzfristige Informationen direkt aufs Smartphone übermittelt werden.</p>
Anwendung	<p>Dieser Kanal kommt noch nicht zum Einsatz, da die anderen Kommunikationskanäle zurzeit die Bedürfnisse der Gemeinde abdecken. Des Weiteren können die anderen Kanäle gezielt gesteuert werden im Hinblick auf die Informationsverbreitung.</p> <p>Messenger-Dienste werden aus denselben Gründen nicht für die offizielle Kommunikation verwendet.</p>

<b>Beispiel: Der digitale Dorfplatz (Crossiety)</b>	<b>Beschreibung</b>
Kurzbeschreibung	Die interaktive App Crossiety stellt den Dorfplatz digital dar. Es ist eine lokale und sichere Kommunikationsplattform für Gemeinden, welche verschiedene Angebote für die Ansässigen bietet.
Ist-Situation	Momentan besteht keine Verwendung von Crossiety. Eine Benutzung wurde erstmalig diskutiert, jedoch aufgrund mangelnder Resonanz bei den Bewohnerinnen und Bewohnern anderer Gemeinden verworfen.
Zielgruppe	Die Zielgruppe besteht aus Verwaltung, Behörden und Bewohnern.
Stärken	Wenn genügend Beiträge von den Bewohnern und Bewohnerinnen vorhanden sind und nur wenige Fragen an die Gemeinde, so müssen nicht regelmässig Beiträge erstellt werden und es kommt zu einer höheren Flexibilität. Die App bietet vielfältige Optionen für die Optimierung des Dorfgeschehens. Es können Umfragen erstellt werden, es gibt eine Agenda für Erinnerungen, wie zum Beispiel die Müllabfuhr, eine Neuigkeiten-Benachrichtigung für Eilmeldungen und Neues sowie einen Marktplatz zum Tauschen, Schenken oder Verkaufen von Gegenständen. Des Weiteren bietet die App die Funktion der Nachbarschaftshilfe, bei der man Hilfe anbieten oder nach Hilfe fragen kann. Im privaten Chat kann in Echtzeit kommuniziert werden. Die Chats sind auch mit Gleichgesinnten in Gruppen möglich.
Schwächen	Die App ist kostenpflichtig und besteht aus einer Roll-Out Gebühr und einer Jahresgebühr, welche individuell für die Gemeinde berechnet wird. Crossiety ist noch nicht so bekannt wie andere Plattformen, was die Verbreitung etwas schwierig gestalten könnte. Es besteht das Risiko von wenigen Beiträgen der Einwohnerinnen, was ein grösserer Aufwand auf Seiten der Verwaltung bedeuten würde. Eine weitere Problematik könnte das schnelle Agieren sein. Eine schnelle Reaktion auf Fragen muss vorausgesetzt sein.



Ressourcen	Die benötigten Ressourcen bestehen aus der App, dem nötigen Geldbetrag sowie dem Personal mit dem entsprechenden Knowhow, einer Gerätschaft und einem Internetzugang.
Anwendung	Keine, da die meisten Bedürfnisse mit der Gemeinde-Website abgedeckt werden können.

## 7. Kommunikationsorganisation

Die Kommunikationsorganisation regelt die Bedienung externer Kanäle und die jeweiligen Zuständigkeiten. Die wichtigsten Grundsätze sind im Organisationsreglement der Gemeinde Weisslingen festgelegt.<sup>6</sup>

Kanal	In Verwendung	Nicht in Verwendung
Mitteilungsblatt		
Webauftritt		
E-Mail extern		
Gemeindeversammlung		
Informationsveranstaltung		
Instagram		
Twitter		
YouTube		
Facebook		
WhatsApp et al.		
Crossiety		

### 7.1 Zuständigkeiten

Der Gemeindeschreiber oder die Gemeindeschreiberin übt die Funktion als Informationsbeauftragter oder Informationsbeauftragte aus. Sämtliche Anfragen von Medien sind an die informationsbeauftragte Person weiterzuleiten. Die Mitarbeitenden der Gemeindeverwaltung sind ohne deren Zustimmung nicht zur Medienauskunft befugt. Zur Auskunftserteilung berechtigt sind die Mitglieder der Gemeindebehörden nach Absprache mit der informationsbeauftragten Person und der Informationsbeauftragte oder die Informationsbeauftragte selbst, diese Person wiederum in Absprache mit dem zuständigen Behördenmitglied.

### 7.2 Kollegialitätsprinzip und Soziale Medien

Die Nutzung Sozialer Medien von Einzelpersonen im Namen des Kollegiums ist untersagt. Es gilt auch hier das Kollegialitätsprinzip gemäss § 39 Abs. 2 und 3 des Gemeindegesetzes.

## Gemeinderat Weisslingen

**Andrea Conzett**  
Gemeindepräsident

**Silvano Castioni**  
Gemeindeschreiber

<sup>6</sup> WRS 101.11