





**Gemeinde Egg**

# **Kommunikationskonzept der Gemeinde Egg**

(1. Oktober 2023)

## Inhalt

<b>1. Grundlagen</b> .....	<b>4</b>
1.1 Kommunikationsumfeld .....	4
1.2 Gesetzliche Grundlagen .....	4
1.3 Geltungsbereich.....	4
1.4 Corporate Design.....	4
1.5 Gendergerechte Sprache .....	5
<b>2. Strategie</b> .....	<b>5</b>
2.1 Kommunikationsstrategie .....	5
2.2 Kommunikationsgrundsätze .....	5
2.3 Auftreten der Behörden gegenüber der Öffentlichkeit (Kollegialitätsprinzip).....	6
<b>3. Akteure, Kanäle, Massnahmen</b> .....	<b>7</b>
3.1 Akteure  .....	7
3.2 Kommunikationskaskade und Zwiebelschalenmodell  .....	8
3.3 Kommunikationskanäle  .....	9
3.4 Kommunikationsmassnahmen  .....	9
<b>4. Organisation</b> .....	<b>10</b>
4.1 Kommunikationsebenen und Kommunikationsverantwortung.....	10
4.2 Kommunikationsstelle Gemeinde.....	10
4.3 Organisation Website & Social Media.....	11
<b>5. Regelkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> .....	<b>12</b>
5.1 Definition Regelkommunikation .....	12
5.2 Klassifizierung nach IDG .....	12
5.3 Standardprozess Beschluss Gemeinderat und Schulpflege.....	13
5.4 Öffentlichkeitsarbeit .....	14
5.5 Serviceverständnis und Reaktionszeiten .....	14
5.6 Reaktion auf schwere Vorwürfe und Drohungen .....	14
<b>6. Medienarbeit</b> .....	<b>15</b>
6.1 Nachrichtenwerte.....	15
6.2 Grundsätze der Medienarbeit.....	15
6.3 Organisation und Prozesse der Medienarbeit.....	16
6.3.1 Aktive Medienarbeit - Standardprozess.....	16
6.3.2 Reaktive Medienarbeit - Grundsätze .....	17
6.3.3 Prozessschema reaktive Medienarbeit.....	18
<b>7. Krisenkommunikation</b> .....	<b>19</b>
7.1 Geltungsbereich.....	19
7.2 Rapid Response Teams .....	19
7.3 Alarmierung.....	20

7.4 Kommunikationsgrundsätze in der Krise.....	21
7.5 Externer Bereitschaftsdienst.....	21
<b>8. Besondere Bestimmungen für die Schule.....</b>	<b>22</b>
8.1 Akteure der Schule .....	22
8.2 Kommunikationskaskade der Schule .....	22
8.3 Kommunikationskanäle der Schule .....	24
8.4 Kommunikationsmassnahmen der Schule .....	24
8.5 Kommunikationsstelle Schule.....	25
8.6 Elternkommunikation .....	25
<b>9. Erfolgskontrolle &amp; Weiterbildung .....</b>	<b>26</b>
9.1 Medienmonitoring .....	26
9.2 Sensibilisierung und Training .....	26
<b>10. Schlussbestimmungen .....</b>	<b>27</b>
10.1 Inkrafttreten.....	27
<b>Anhang .....</b>	<b>28</b>
Leitlinien für Umgang mit Social Media .....	28
Merkblatt Medienmitteilung.....	29
Checkliste Vorbereitung Medienauftritte .....	30
Checkliste Organisation Medienkonferenz.....	31

## 1. Grundlagen

### 1.1 Kommunikationsumfeld

Die Gemeinde Egg besteht aus den Dorfteilen Hinteregg, Egg und Esslingen. Diese werden ergänzt durch die Aussenwachen Rällikon, Inner- und Usser-Vollikon, Niederesslingen, Rohr, Schaubigen, Eichholz, Neuhaus und Guldenen. Die Einheitsgemeinde zählt rund 9'000 Einwohnende, davon sind rund 6'000 stimmberechtigt und 900 besuchen die Schule in der Gemeinde. Über 250 Mitarbeitende auf der Verwaltung und in der Schule betreuen das kundengerechte Dienstleistungsangebot der Gemeinde. Das grosse Gemeindegebiet, die zahlreichen Aussenwachen und die verschiedenen strukturierten Schulanlagen sind bei der Gemeindegemeinschaft besonders zu berücksichtigen.

### 1.2 Gesetzliche Grundlagen


Für die Anwendung des vorliegenden Kommunikationskonzepts gilt die Schweizerische Gesetzgebung, diejenige des Kantons Zürich sowie die Reglementarien der Gemeinde Egg.

Zu beachten sind insbesondere die nachfolgenden Bestimmungen:

- Bundesverfassung der Schweiz; Art. 13, 16, 17
- Schweizerisches Zivilgesetzbuch; Art. 28
- Schweizerisches Strafgesetzbuch; Art. 179quater
- Gesetz über die Information und den Datenschutz, Kanton Zürich (IDG)
- Verfassung des Kantons Zürich; Art. 17, 49
- Gesetz über das Gemeindewesen des Kantons Zürich; Art. 68a,b
- Gemeindeverordnung des Kantons Zürich; Art. 1
- Volksschulgesetz des Kantons Zürich; Art. 42,43
- Volksschulverordnung des Kantons Zürich; Art. 59 bis 61
- Gemeindeordnung der Gemeinde Egg
- Geschäftsordnung des Gemeinderats Egg
- Geschäftsordnung der Schulpflege Egg

### 1.3 Geltungsbereich

Das vorliegende Konzept regelt die interne und externe Kommunikation der Gemeinde Egg – nachfolgend «Gemeinde» genannt. Es gilt für den Gemeinderat, sämtliche ihm unterstellten Kommissionen, für die Schulpflege sowie für die Mitarbeitenden der Gemeinde und der Schule.

Gelten in einem Punkt besondere Regelungen für die Schule, ist das Kapitel mit folgendem Symbol markiert:  In Kapitel 8 werden alle besonderen Regelungen für die Schule zusammengefasst.

### 1.4 Corporate Design

Ein einheitliches und professionelles Erscheinungsbild erhöht nachweislich die Glaubwürdigkeit der Kommunikation. Die CI/CD-Richtlinien der Gemeinde sind deshalb bei allen externen Kommunikationsmassnahmen einzuhalten.

Einzigste Ausnahme: Regelkommunikation von Lehrpersonen zur Schule auf der Stufe eines einzelnen Kindes bzw. einer einzelnen Klasse. Ab Stufe Schuleinheit sind die CI/CD-Richtlinien der Gemeinde einzuhalten.

## 1.5 Gendergerechte Sprache

Die Gemeinde formuliert ihre Texte in geschlechtergerechter Sprache. Geschlechtergerecht formuliert sind Texte, in denen weder Frauen noch Männer sprachlich diskriminiert werden; also Texte, in denen Frauen sprachlich in gleichem Mass sichtbar sind wie Männer.

Je nach Situation können Paarformen (Bürgerinnen und Bürger), geschlechtsabstrakte Formen (versicherte Person), geschlechtsneutrale Formen (Versicherte) oder Umschreibungen ohne Personenbezug zum Einsatz kommen. Ausserhalb von Fliesstexten (d.h. in Aufzählungen, Stichwortlisten etc.) kann der Schrägstrich angewendet werden. Das generische Maskulin („Frauen sind selbstredend mitgemeint.“) ist in keinem Fall zulässig.

In den Texten der Gemeinde werden der Genderstern und ähnliche Schreibweisen nicht verwendet. Die Gemeinde verweist hierzu auf die entsprechende Weisung der Bundesverwaltung (17.6.2021) und schliesst sich deren Begründung und rechtlicher Herleitung an. Diese Regelung gilt für alle neuen offiziellen Dokumente und Publikationen der Gemeinde und ist bei sämtlichen Revisionen bestehender Schriftstücke zur berücksichtigen.

## 2. Strategie

### 2.1 Kommunikationsstrategie

Mit einer transparenten und zeitgerechten Kommunikation sorgt die Gemeinde Egg dafür, dass die Entscheidungen und das Handeln von Behörden und Verwaltung nachvollziehbar sind. Die Gemeinde fördert damit die demokratische Mitwirkung und Entscheidungsfindung der Bevölkerung. Behörden und Verwaltung stellen sicher, dass sie relevante Informationen zeitgerecht, in verständlicher Form und über geeignete Kanäle verbreiten. Bei der Auswahl und Formulierung ihrer Botschaften orientiert sich die Gemeinde an den Bedürfnissen der Empfängerinnen und Empfänger.

### 2.2 Kommunikationsgrundsätze

- a) Die Kommunikation sorgt dafür, dass die Entscheidungen und das Handeln von Behörde und Verwaltung für alle Anspruchsgruppen nachvollziehbar ist. Folglich wird kommuniziert, sobald entscheidungsrelevante Inhalte vorliegen – auch wenn diese gegenüber den Behörden oder der Verwaltung kritisch sind.
- b) Die Gemeinde ist in ihrer Kommunikation der Wahrheit gegenüber der Öffentlichkeit und gleichzeitig dem Schutz der individuellen Persönlichkeitsrechte verpflichtet. Sie trägt diesem Spannungsfeld Rechnung, indem sie nur sachlich korrekte Informationen verbreitet und mögliche Interessenkonflikte transparent macht.
- c) Die Kommunikationsfolge der Gemeinde beachtet die Grundsätze «intern vor extern» und orientiert sich dabei am Zwiebschalenprinzip (vgl. Kap. 3.2)
- d) Im Sinne der Einheitsgemeinde wird die Kommunikation gegebenenfalls zwischen Gemeinderat und Schulpflege abgestimmt.

### **2.3 Auftreten der Behörden gegenüber der Öffentlichkeit (Kollegialitätsprinzip)**

Der Gemeinderat und die Schulpflege Egg sind vom Volk direkt gewählte Behörden. Grundsätzlich hat deshalb jedes Behördenmitglied das Recht, sich in der Öffentlichkeit über die Arbeit der Behörde zu äussern, sofern die Inhalte nicht durch das Gesetz über die Information und den Datenschutz (IDG) geschützt sind. Im Sinne eines reibungslosen Ablaufs des politischen Prozesses und eines einheitlichen Auftretens der Behörde gegen innen und aussen, bekennen sich alle Mitglieder beider Behörden zum Kollegialitätsprinzip. Sie halten sich demnach an folgende Sprachregelungen:

- a) Während der Diskussionsphase eines Geschäfts darf und soll innerhalb der Behörde alles gesagt werden können – unter Einhaltung des gebührenden, zwischenmenschlichen Respekts. Alles Gesagte bleibt innerhalb der Behörde vertraulich. Mitglieder der Behörde geben ihre persönliche Haltung zu einem Geschäft nicht bekannt. Sie verweisen auf die laufende Diskussion und geben einen ungefähren Zeitpunkt für weitere Informationen bekannt.
- b) Fällt die Behörde einen Beschluss, wird in jedem Fall der IDG-Status festgehalten (vgl. Kap. 5.2). Bei konfliktiven Geschäften bzw. solchen mit einem möglichen öffentlichen Interesse, wird ein gemeinsames Wording festgelegt sowie ein Sprecher oder eine Sprecherin gegenüber Medien und Öffentlichkeit bestimmt.
- c) Bei Anfragen aus der Öffentlichkeit kann jedes Behördenmitglied im Rahmen des vereinbarten Wordings selber Auskunft geben. Bei Anfragen von Medien muss auf den bestimmten Sprecher oder die Sprecherin verwiesen werden. Ist kein Sprecher bzw. keine Sprecherin vereinbart, wird auf die Kommunikationsstelle verwiesen.
- d) Die Behördenmitglieder verzichten auf das Verfassen von Leserbriefen zu politischen Geschäften der Gemeinde. Die Haltung der Behörde wird ausschliesslich als offizielle Mitteilung auf der Basis des Beschlusses kommuniziert.
- e) Soziale Netzwerke sind aufgrund ihrer Reichweite als Massenmedien zu betrachten. Mitglieder des Gemeinderats, mit Ausnahme der Sprecherinnen und Sprecher, äussern sich auf Sozialen Netzwerken deshalb weder zu Behördenbeschlüssen noch zu politischen Geschäften und Abstimmungen der Gemeinde.

### 3. Akteure, Kanäle, Massnahmen

#### 3.1 Akteure

Für eine wirkungsvolle Aufbereitung der Inhalte, ist es für den Sender oder die Senderin einer Botschaft von zentraler Bedeutung, den Empfängerkreis bzw. die Zielgruppe der Nachricht zu kennen. Weil eine Botschaft bei den Empfängerinnen und Empfängern jedoch meist eine Reaktion oder Aktion auslöst, werden diese im vorliegenden Konzept als "Akteure" bezeichnet. Bevor eine Botschaft ausgesendet wird, lohnt sich ein Perspektivenwechsel – ein Hineinversetzen in die Ansichten und Bedürfnisse des betroffenen Akteurs.

Die nachfolgende Aufzählung der wichtigsten Akteure bildet die Basis jeder Kommunikationsplanung der Gemeinde. Bei jeder Kommunikationsmassnahme wird geprüft, welche Akteure mit einbezogen werden müssen.

<b>Interne* Akteure</b>
Gemeindepräsidium
Schulpräsidium
Gemeinderat
Gemeindeschreiber
Schulpflege
Sozialbehörde
Baukommission
Abteilungsleitende
Bereichsleitende
Gruppenleitende
alle Mitarbeitenden Gemeinde

<b>externe Akteure</b>
Parteien
Vereine
Nachbargemeinden
Zweckverbände/Anschlussgemeinden
RFO
Kantonspolizei
Feuerwehr
Spitex & Heime
KESB
Werke
Bezirksrat
Kanton
Medien
Stimmberechtigte
Öffentlichkeit

\* Als "interne Akteure" werden Einzelpersonen oder Gruppen bezeichnet, gegenüber denen der Gemeinderat bzw. die Führungspersonen der Verwaltung das Weisungsrecht besitzen





### 3.3 Kommunikationskanäle

Botschaften können ihre Wirkung nur entfalten, wenn sie zeitgerecht über den richtigen Kanal an die Akteure herangetragen werden. Die nachfolgende Aufstellung enthält eine Übersicht über die wichtigsten Kommunikationskanäle, welche in der Gemeinde eingesetzt werden.

Kanal	Kanalverantwortung <sup>1</sup>	für Akteure der Ebene <sup>2</sup>
Gemeinderatssitzung	Gemeindepräsidium	1
Sitzung Schulpflege	Schulpräsidium	2
Sitzung Sozialbehörde	Präsidium Sozialbehörde	2
Sitzung Baukommission	Präsidium Baukommission	2
AL-Sitzung	Gemeindeschreiber/in	2
Geschäftsverwaltungssystem <sup>3</sup>	Gemeindeschreiber/in	1-3
Mitarbeiter-App <sup>3</sup>	Kommunikationsstelle	1-3
E-Mail-Verteiler <sup>4</sup>	Kommunikationsstelle	1-4
Website	Kommunikationsstelle	4-5
Newsletter	Kommunikationsstelle	4-5
Social Media <sup>3</sup>	Kommunikationsstelle	4-5
Gemeindeseiten «drü-egg»	Kommunikationsstelle	4-5
Alterspost	Kommunikationsstelle	4-5
Medien	Kommunikationsstelle	4-5
Inserate/Content Marketing	Kommunikationsstelle	4-5
Broschüren	Kommunikationsstelle	4-5
Aushänge/Plakate	Kommunikationsstelle	4-5
Messen	Kommunikationsstelle	4-5
E-Board/Stele <sup>3</sup>	Kommunikationsstelle	4-5
Hotline für den Krisenfall <sup>3</sup>	Kommunikationsstelle	4-5

U1: Die Kanalverantwortung umfasst die Bereitstellung und den Unterhalt des Kanals.

2: Das Konzept der "Kommunikationsebene" ist in Kap. 4.1 beschrieben.

3: Diese Kanäle bestehen noch nicht; sie sind im Aufbau oder sollen zukünftig implementiert werden.

4: Folgende E-Mail-verteiler werden gepflegt: alle Akteure Ebenen 1-3 sowie Parteien, Vereine, Medien

### 3.4 Kommunikationsmassnahmen

In einem multimedialen Zeitalter mit permanenter Reizüberflutung wird eine Botschaft von den Akteuren meist nur aufgenommen, wenn sie durch verschiedene Kommunikationsmassnahmen und über verschiedene Kanäle vermittelt wird. Nachfolgende Kommunikationsmassnahmen haben sich bei der Gemeinde bewährt.

Massnahme	Zuständigkeit	Primär für Akteure Ebene
GR-Info	Gemeindeschreiber	3
Gemeinderatsbulletin	Kommunikationsstelle	2-5
Informationsschreiben	Kommunikationsstelle	4
Informationsveranstaltung	Kommunikationsstelle	4
Partizipativer Prozess	Kommunikationsstelle	4
Medienmitteilung	Kommunikationsstelle	5
Medienkonferenz	Kommunikationsstelle	5
Beleuchtende Berichte (Abstimmungen)	Kommunikationsstelle	5

## 4. Organisation

### 4.1 Kommunikationsebenen und Kommunikationsverantwortung

Die Verantwortung für die Regelkommunikation (kurz: Kommunikationsverantwortung) ist in der Gemeinde nach Kommunikationsebenen geregelt. Die Ebenen entsprechen dem Zwiefelschalenmodell (vgl. Kap. 3.2).

Die Person, welche die Kommunikationsverantwortung trägt, stellt sicher,

- a. dass alle relevanten Informationen von innen nach aussen gemäss den strategischen Grundsätzen der Gemeinde zu den genannten Akteuren fliessen. Dabei kann sie Kommunikationsaufgaben innerhalb ihrer Führungslinie delegieren.
- b. dass die Akteure ihre Ansprechpartner/innen für Informationen von aussen nach innen kennen.
- c. dass sie Ansprechpartner/in bei Störfällen in der Kommunikation ist.

### 4.2 Kommunikationsstelle Gemeinde

Die Kommunikationsstelle ist die zentrale Schaltstelle der Kommunikation in der Gemeinde. Sie wird durch den Gemeindegeschreiber / die Gemeindegeschreiberin geführt und kann durch Mitarbeitende mit Fachkenntnissen im Bereich der Kommunikation ergänzt werden.

Der Aufgabenbereich der Kommunikationsstelle umfasst folgende Tätigkeiten:

- a) Planung und Weiterentwicklung der internen & externen Kommunikation der Gemeinde
- b) Koordination der externen Kommunikation der Gemeinde
- c) Vorbereitung Geschäfte des Gemeinderats aus kommunikativer Sicht
- d) Erstellung und Versand des Gemeinderats-Bulletins (vgl. Kap. 5.2)
- e) Erstellung, Versand und Monitoring von Medienmitteilungen der Gemeinde
- f) Ansprechperson und zentrale Eingangsstelle für Medienanfragen
- g) Aufschaltung von Website-Inhalten mit News-Charakter (Medienmitteilungen etc.)
- h) Betreuung der Social-Media-Kanäle der Gemeinde
- i) Krisenkommunikation (Mitglied der RRTs, vgl. Kap. 7.2)
- j) Fachberatung «Kommunikation» bei konzeptionellen Arbeiten bzw. Projekten

Für die Kommunikation der Schule ist die «Fachstelle Kommunikation Schule» zuständig (vgl. Kap. 8.5). Sie ist der Kommunikationsstelle der Gemeinde unterstellt. Bei Differenzen zwischen Gemeinderat und Schulpflege handelt die «Fachstelle Kommunikation Schule» in allen schulischen Angelegenheiten nach den Anweisungen der Schulpflege.

### **4.3 Organisation Website & Social Media**

#### **Website**

Mit der rasch fortschreitenden Digitalisierung sind die elektronischen Kanäle zum Kernelement der Gemeindegemeinschaft geworden. Die Website egg.ch ist die zentrale Publikationsplattform und gleichzeitig amtliches Publikationsorgan der Gemeinde. Sie enthält alle amtlichen Mitteilungen von Behörden und Verwaltung, Informationen zu Geschäften des Gemeinderats und der Kommissionen sowie Service-Informationen und E-Government-Funktionen für die Bevölkerung.

Für den technischen Betrieb der Website ist ein externer Dienstleister zuständig. Er sorgt dafür, dass die Website zu 99,5% ihrer Betriebszeit verfügbar ist. Für die Weiterentwicklung ist die Kommunikationsstelle zuständig. Sie beauftragt die entsprechenden Unternehmen mit der Umsetzung.

Die Zuständigkeit für den inhaltlichen Betrieb der Website liegt bei der Kommunikationsstelle, im Bereich «Schule» bei der zuständigen Fachstelle. Die Kommunikationsstelle kann die Bewirtschaftung einzelner Inhaltsbereiche an andere Stellen der Verwaltung delegieren. Für die Zugangsberechtigung zu einzelnen Bereichen der Website besteht bei der Kommunikationsstelle ein separates Berechtigungskonzept. Neue Berechtigungen sind bei der Kommunikationsstelle zu beantragen.

#### **Social Media**

Als "Push"-Kanal sollen Inhalte von Behörden und Verwaltung auf sozialen Netzwerken publiziert werden. Die Social Media dienen primär als «Teaser» (Ankündigung) für weiterführende Inhalte auf der Website. Die Gemeinde betreibt dafür zentrale Social-Media-Kanäle, auf denen Inhalte von öffentlichem Interesse aus allen Abteilungen publiziert werden können. Die redaktionelle Hoheit, die Bewirtschaftung und die Verantwortung für den technischen Betrieb liegen bei der Kommunikationsstelle.

Die Kommunikationsstelle führt ein Verzeichnis der aktiven Social-Media-Kanäle der Gemeinde sowie einen Notfallzugriff auf alle Kanäle. Neue Kanäle bedürfen eines einfachen Betriebskonzepts (Zuständigkeiten, geplante Inhalte, Aktualisierungskadenz, Zugriffsberechtigung). Das Konzept muss durch die Kommunikationsstelle genehmigt werden.

## 5. Regelkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

### 5.1 Definition Regelkommunikation

Als «Regelkommunikation» versteht die Gemeinde sämtliche institutionalisierten, regelmässig wiederkehrenden Kommunikationsmassnahmen. Bei Entscheidungsfixpunkten (z.B. Gemeinderatssitzung) ist eine eingespielte Regelkommunikation auf der Basis des Öffentlichkeitsprinzips von besonderer Bedeutung für die Akzeptanz der Beschlüsse. Dabei gilt es zu beachten, dass bei gleichartigen Fixpunkten jeweils die gleichen Akteure, in der gleichen Reihenfolge und über die gleichen Kanäle informiert werden sollten. Diese Berechenbarkeit stärkt das Vertrauen der Akteure in die Entscheidungsträger/innen und deren Informationspolitik.

Für Ihre Regelkommunikation setzt die Gemeinde insbesondere die folgenden Kanäle ein:

E-Mail	für Ebenen 1-3 (intern)
Mitarbeiter-App <sup>1</sup>	für Ebenen 1-3 (intern)
School-Messenger <sup>1</sup>	für Ebene 4 der Schule (extern)
Website	für Ebenen 4-5 (extern)
Social Media <sup>1</sup>	für Ebenen 4-5 (extern)

<sup>1</sup> Diese Kanäle bestehen noch nicht; sie sind im Aufbau oder sollen zukünftig implementiert werden.

### 5.2 Klassifizierung nach IDG

Gemäss dem Gesetz über die Information und den Datenschutz (IDG) gilt für Behörden und Verwaltung im Kanton Zürich das "Öffentlichkeitsprinzip". Das heisst konkret: Jede Person hat, ohne dass sie ein besonderes Interesse geltend machen muss, ein Recht auf Information über die Tätigkeit des öffentlichen Organs sowie auf Zugang zu amtlichen Dokumenten. Das Gesetz regelt weiter, welche Einschränkungen und Ausnahmen für diese Regelung bestehen. Weil sich Bürgerinnen und Bürger – und insbesondere Medienschaffende – verstärkt auf das Öffentlichkeitsprinzip berufen, werden in der Gemeinde die relevanten amtlichen Dokumente mit einer „IDG-Klassifizierung“ versehen. Es gelten die folgenden Klassen:

Klassifizierung	Beschreibung	Vorgehen
öffentlich	Dokument enthält keine durch das IDG geschützten Inhalte	Bei Inhalten von hohem öffentlichem Interesse wird aktiv kommuniziert, bei allen übrigen Inhalten wird auf Gesuch gem. IDG Einsicht gewährt
teilweise öffentlich	Dokument enthält durch IDG geschützte Inhalte	Auf Gesuch gem. IDG wird Einsicht in das Dokument gewährt, geschützte Inhalte werden entfernt (neue Dokumentenversion); Bearbeitung des Dokuments wird Gesuchsteller/in transparent gemacht und begründet
verzögert öffentlich	Dokument enthält Inhalte, die während einer Frist durch das IDG geschützt sind bzw. aufgrund der Kommunikationskaskade noch nicht veröffentlicht werden können	Nach Ablauf der Frist, wird auf Gesuch gem. IDG Einsicht gewährt, bei Inhalten von hohem öffentlichem Interesse wird aktiv kommuniziert.
nicht öffentlich	Dokument enthält mehrheitlich durch IDG geschützte Inhalte bzw. ergibt mit Weglassung der geschützten Inhalte keinen Sinn mehr	Grund für Klassifizierung wird stichwortartig im Dokument festgehalten; auf Gesuch gem. IDG wird Einsicht verweigert und allgemein nachvollziehbar begründet

### 5.3 Standardprozess Beschluss Gemeinderat und Schulpflege

Prozessschritt	Beschreibung	Zuständigkeit	Termin
Schritt 1: Aktenschluss	Nachfolgende Informationen werden im Vorprotokoll unter Pkt. «Kommunikation» zu jedem Beschluss festgehalten: - Klassifizierung nach IDG - Medienmitteilung ja/nein - Kurztext für Behördenbulletin - Auskunftsperson	Kommunikationsstelle	GR/SP-Sitzung - 8 Tage
Schritt 2: Vorbereitung Medienmitteilung	Bei Bedarf erstellt die Kommunikationsstelle in Zusammenarbeit mit betroffenen Stellen den Entwurf einer Medienmitteilung und legt diesen den Akten bei	Kommunikationsstelle	GR/SP-Sitzung - 8 Tage
Schritt 3: Beschluss Behörde	Die Behörde beschliesst das Geschäft im Rahmen ihrer Sitzung. Die Klassifizierung, der Kurztext für das Bulletin und der Entscheid betreffend Medienmitteilung sind Teil des Beschlusses.	Gemeindepräsidium/ Schulpräsidium	GR/SP-Sitzung
Schritt 4: Bulletin & Medienmitteilung	Die Kommunikationsstelle erstellt aus den Textbausteinen ein Gemeinderats-/Schulpflegebulletin. Sie finalisiert ausserdem eine allfällige Medienmitteilung.	Kommunikationsstelle	GR/SP-Sitzung + 3 Tage
Schritt 5: Freigabe Gemeindepräsidium/ Schulpräsidium	Das Behördenpräsidium gibt das Bulletin und ggf. die Medienmitteilung zur Publikation frei. Die Freigabe einer Medienmitteilung erfolgt in Absprache mit dem zuständigen Behördenmitglied. Bei Uneinigkeit besitzt das zuständige Behördenmitglied ein Veto-Recht, das die Kommunikationskaskade stoppt und den Entscheid in die Behörde zurückweist.	Gemeindepräsidium/ Schulpräsidium	GR/SP-Sitzung + 4 Tage
Schritt 6: Versand Bulletin & Medienmitteilung, Publikation Website	Die Kommunikationsstelle verschickt das Bulletin und die Medienmitteilung an einen vordefinierten Verteiler und schaltet diese auf der Website auf. Dabei ist die Kommunikationskaskade mit Vorlaufsfristen von je mind. 1h für die internen Kommunikationsebenen einzuhalten. Öffentliche Beschlüsse werden auf der Website aufgeschaltet.	Kommunikationsstelle	GR/SP-Sitzung + 4 Tage

## 5.4 Öffentlichkeitsarbeit

Zusätzlich zu den Massnahmen der Regelkommunikation soll die Öffentlichkeit regelmässig über aktuelle politische Schwerpunkte des Gemeinderats, den Fortschritt strategischer Projekte der Gemeindeverwaltung, über Projekte der Schule sowie über neue Serviceangebote der Gemeinde informiert werden. Diese aktive Öffentlichkeitsarbeit soll das Vertrauen in die Arbeit der Gemeinde stärken. Für die Koordination und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit ist die Kommunikationsstelle zuständig.

Das externe Leitmedium für die Öffentlichkeitsarbeit ist die Website, deren Inhalte via Social Media «angeteasert» (d.h. als Vorschau aktiv verbreitet) werden. Ausserdem werden sämtliche Medienhäuser der Region gemäss einem standardisierten Medienverteiler mit den Medienmitteilungen der Gemeinde bedient.

## 5.5 Serviceverständnis und Reaktionszeiten

Die Vereinheitlichung und konsequente Einhaltung von Reaktionszeiten in Bezug auf eingehende E-Mails oder Briefe hat nicht nur Servicecharakter, sondern ist generell wichtiger Bestandteil einer als zeitgerecht und transparent empfundenen Kommunikation.

Für die Gemeindeverwaltung gelten folgende Reaktionszeiten, innert welcher zumindest eine Eingangsbestätigung oder eine vorläufige Antwort zurückzusenden ist:

Briefpost:	max. 2 Arbeitstage
E-Mail, Telefon:	max. 2 Arbeitstage (Ausnahme: Medien vgl. Kap. 6.3)

Anfragen werden grundsätzlich in der gleichen Form (E-Mail, Telefon, Brief) beantwortet, wie sie eingegangen sind. Gleichzeitig mit einer vorläufigen Antwort (Eingangsbestätigung) ist dem/der Anfragenden eine Frist für die definitive Antwort bekanntzugeben. Kann diese nicht eingehalten werden, so ist eine erneute Information zuzustellen. Diese Vorgaben gelten nicht für formelle Gesuche in Bewilligungsverfahren, für welche gesetzliche Fristen vorgegeben sind.

Bei Abwesenheiten von mehr als einem Arbeitstag ist der Abwesenheitsassistent zu aktivieren. In dieser automatischen Antwort ist anzugeben, ab welchem Datum die angeschriebene Person wieder erreichbar ist. Die Reaktionszeit läuft ab dem genannten Datum. Für dringende Anliegen ist eine Stellvertretung zu benennen.

Reklamationen, welche aufgrund ihres Inhalts und/oder der Tonalität von grösserem öffentlichem Interesse sein könnten (ggf. auch für Medien), sind vor der Beantwortung zur Kenntnisnahme an die Kommunikationsstelle zu senden.

## 5.6 Reaktion auf schwere Vorwürfe und Drohungen

Anfragen/Mitteilungen, die schwere Vorwürfe enthalten oder den unmittelbaren Gang zu den Medien ankündigen, müssen umgehend der Kommunikationsstelle weitergeleitet werden. Die Kommunikationsstelle ist ausserdem telefonisch zu informieren.

Ist die Kommunikationsstelle nicht erreichbar, muss umgehend das Rapid Response Team über die 24h-Notfallnummer informiert werden (vgl. Kap. 7.3)

## 6. Medienarbeit

### 6.1 Nachrichtenwerte

Medien orientieren sich bei der Themenwahl aus ökonomischen Gründen meist am Nachrichtenwert. Nachrichtenwerte sind Kriterien, die einen Hinweis darauf geben, ob ein Thema eine Nachricht wert ist, also von den Konsumentinnen und Konsumenten gut beachtet sein wird. Je mehr Nachrichtenwerte ein Ereignis oder ein Thema beinhaltet, desto höher ist voraussichtlich die Beachtung – und desto grösser das Interesse der Medien, darüber zu berichten. Bei der Themenwahl hat für die Medienmacherinnen und Medienmacher die Frage nach den Nachrichtenwerten oberste Priorität. Das macht sie berechenbar. Medieninteresse lässt sich auf diese Weise gut vorhersehen.

Folgende Nachrichtenwerte haben sich in zahlreichen Studien belegen lassen:

- a. Neuigkeit
- b. Nähe
- c. Tragweite
- d. Konflikt
- e. Dramatik
- f. Emotionen
- g. Prominenz
- h. Kuriosität
- i. Fortschritt (Superlative)
- j. Erotik

### 6.2 Grundsätze der Medienarbeit

Für die Medienarbeit der Gemeinde gelten folgende Grundsätze:

- a) "Agieren statt reagieren": Die Gemeinde informiert die Medien auch bei heiklen oder konflikt-behafteten Themen pro-aktiv.
- b) Medienstatements zu einer Thematik werden bei einem Mediensprecher bzw. einer Mediensprecherin gebündelt ("Single-Voice-Prinzip"). Bei der Bestimmung des Sprechers bzw. der Sprecherin gilt der Grundsatz: Je gewichtiger das Ereignis, desto höher in der Hierarchie muss das "Gesicht gegen aussen" stehen.
- c) In der Regelkommunikation sind Mediensprechende zu bezeichnen, die am nächsten mit der Thematik vertraut und gegen aussen damit glaubwürdig sind. Ungeübte Sprechende sind durch die Kommunikationsstelle auf den Medienauftritt vorzubereiten und bei der Autorisierung des Beitrags zu unterstützen.
- d) Für Medienauskünfte zu einem konfliktiven Thema wird ein Katalog erstellt, in dem Antworten auf "heikle" Fragen vorbereitet sind.
- e) Nur Fakten und gesichertes Wissen werden kommuniziert; das Wesentliche wird in kurzen und verständlichen Aussagen (Kernbotschaften) gesagt – es gibt keine Mutmassungen, Verdächtigungen oder Anschuldigungen.
- f) Medienmitteilungen sind nicht nur als Publikationsrohstoff für Medien, sondern auch für die Publikation auf den eigenen Kanälen (bspw. Website) gedacht. Sie müssen deshalb auch ohne journalistische Bearbeitung allgemein verständlich und flüssig zu lesen sein. Themenwahl, Textaufbau, Sprache und Titulatur haben sich deshalb an journalistischen Kriterien zu orientieren.

## 6.3 Organisation und Prozesse der Medienarbeit

Durch den Multiplikatoren-Effekt sowie potente elektronische Plattformen erreichen Medienschaffende mit ihren Inhalten innert kurzer Zeit eine hohe Reichweite, mit der sie das Image der Gemeinde und ihren Institutionen nachhaltig beeinflussen können. Die Medienarbeit ist in der Gemeinde deshalb klar strukturiert und standardisiert.

Die Gemeinde unterscheidet zwischen *aktiver Medienarbeit*, in der sie ein Thema aus eigenem Antrieb an die Medien heranträgt und der *reaktiven Medienarbeit*, bei der die Gemeinde auf Anfragen der Medien antwortet.

### 6.3.1 Aktive Medienarbeit - Standardprozess

Schritt	Beschreibung	Zuständigkeit	Terminplan
Schritt 1: Input	Die Kommunikationsstelle steht sämtlichen Mitarbeitenden für Themeninputs zu möglichen Medienmitteilungen (MM) zur Verfügung. Sie berät, in welchen Fällen und wann zeitlich der Versand einer MM sinnvoll ist.	Kommunikationsstelle	möglichst frühzeitig
Schritt 2: Auftrag	Entscheidet sich die Kommunikationsstelle oder der Gemeinderat für den Versand einer Medienmitteilung, wird vereinbart, wer der Kommunikationsstelle die entsprechenden Stichworte bzw. einen Rohtext liefert. In jedem Fall ist eine fachlich versierte Ansprechperson zu bezeichnen.	Kommunikationsstelle	14 Tage vor Versandtermin  Ausnahme: Krisenfälle gem. Kap. 7
Schritt 3: Entwurf	Die Kommunikationsstelle verfasst einen Entwurf der MM und einen Vorschlag für das entsprechende Illustrations-Material. Sie legt ausserdem den Versandtermin fest und wägt dabei zwischen den Anforderungen der Betroffenen, des Nachrichtenwerts und den zur Verfügung stehenden Ressourcen ab.	Kommunikationsstelle	spätestens 7 Tage vor Versandtermin
Schritt 4: fachliche Freigabe	Die betroffene Stelle (z.B. Abteilungsleitung) erteilt die fachliche Freigabe der MM und der Illustration (Bilder etc.). Der Gemeindegemeinschafter erteilt die Freigabe zum Versand an den Gemeinderat bzw. an die Schulpflege.	betroffene Stelle, Gemeindegemeinschafter	spätestens 5 Tage vor Versandtermin
Schritt 5: politische Freigabe	Die Kommunikationsstelle verschickt den Entwurf der MM zur Stellungnahme an den Gemeinderat bzw. an die Schulpflege. Die Mitglieder der Behörde können: a. ihre unverbindlichen Inputs zur Mitteilung angeben b. von einem Veto-Recht Gebrauch machen, welches einen Behördenbeschluss erwirkt	Gemeinderat	spätestens 3 Tage vor Versandtermin
Schritt 6: Versand	Nur die Kommunikationsstelle verschickt die MM sowie das Illustrations-Material an einen vordefinierten Verteiler und schaltet sie auf der Website auf. Dabei ist eine Vorlaufsfrist von je 1h für die Kommunikationsebenen 3 und 4 einzuhalten.	Kommunikationsstelle	Versandtermin



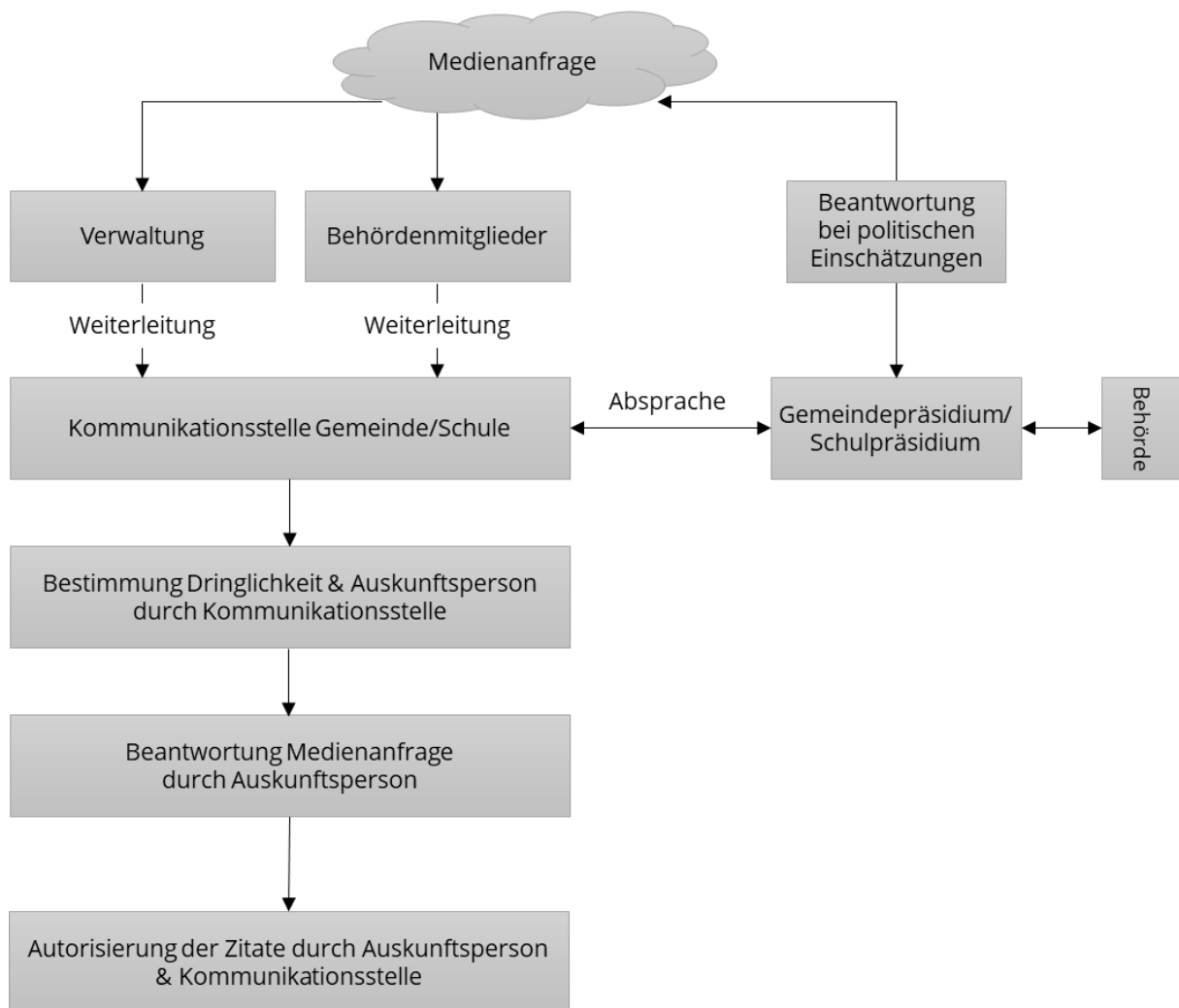
### 6.3.2 Reaktive Medienarbeit - Grundsätze

Als Zugangspunkt bzw. "single point of entry" für Medienanfragen ist die Kommunikationsstelle festgelegt. Dies wird den Medienschaffenden im Umfeld der Gemeinde regelmässig kommuniziert, was allerdings nicht bedeutet, dass sie sich in jedem Fall daran halten.

Für die reaktive Medienarbeit gelten die folgenden Grundsätze:

- a) Die Mitarbeitenden der Gemeinde erteilen gegenüber den Medien bei einer ersten Kontaktaufnahme keine Auskünfte. Sie verweisen die Medienschaffenden höflich an die Kommunikationsstelle. Nach Rücksprache mit den zuständigen Führungspersonen kann die Kommunikationsstelle eine direkte Fachauskunft durch Mitarbeitende bewilligen.
- b) Die anfragenden Medienschaffenden erhalten durch die Kommunikationsstelle innerhalb eines halben Arbeitstages die Rückmeldung, bis wann sie von wem und in welcher Form eine Antwort erhalten. Allfällige Verzögerungen werden frühzeitig kommuniziert.
- c) Nur die Mitglieder des Gemeinderats und der Schulpflege sind befugt, den Medien gegenüber direkt Auskünfte zu erteilen. Vor jeder Medienauskunft wird jedoch eine Rücksprache mit der Kommunikationsstelle erwartet. Die Mitglieder des Gemeinderats sorgen nach Auskunftserteilung für die Querinformation der Kommunikationsstelle und des Gemeinde- bzw. Schulpräsidiums.
- d) Liegt zu einer Medienanfrage ein Gemeinderats-/Schulpflegebeschluss vor, antwortet die im Beschluss bezeichnete Auskunftsperson im Sinne des verabschiedeten Wordings. Liegt zu einer Anfrage noch kein Behördenbeschluss vor, muss dies in jedem Fall in der Antwort erwähnt werden. Politische Einschätzungen von Mitgliedern des Gemeinderats/der Schulpflege zu Geschäften, welche sich noch in der Diskussionsphase befinden, verstossen gegen das Kollegialitätsprinzip und sind deshalb nicht erlaubt.
- e) Zitate müssen vor der Publikation immer autorisiert werden. Termine und Verfahren sind vor der Beantwortung mit dem Medium zu klären.
- f) Auf Leserbriefe, offene Briefe oder Leserkommentare (Social Media) wird nicht über öffentliche Kanäle reagiert – es sei denn, es liegt eine entsprechende Medienanfrage vor. Bei Anliegen von grosser Tragweite bzw. "Shitstorms" nimmt die Kommunikationsstelle mit der betroffenen Stelle Kontakt auf und formuliert eine Antwort, welche in der Regel auf einem privaten Kanal direkt an den oder die Absender gesendet wird.
- g) Bei schweren Vorwürfen von Medienschaffenden bzw. in Leserkommentaren ist vor einer Stellungnahme umgehend die Kommunikationsstelle zu informieren. Ist diese nicht erreichbar, ist das RRT über die interne Notfallnummer zu informieren (vgl. Kap. 7.3)
- h) Korrekturen von fehlerhaften Medienmitteilungen bzw. falschen öffentlichen Verlautbarungen sind immer mit der Kommunikationsstelle abzusprechen.

6.3.3 Prozessschema reaktive Medienarbeit



## 7. Krisenkommunikation

### 7.1 Geltungsbereich

In Krisensituationen kommt der Kommunikation eine Schlüsselrolle zu. Als Ergänzung des Konzepts zur Gemeindeführungsorganisation (vgl. Reglement GFO) und des Krisenkonzepts Schule (in Überarbeitung) werden im vorliegenden Kommunikationskonzept folgende Punkte festgehalten:

- a) Zusammensetzung Rapid Response Teams (RRT) Gemeinde & Schule
- b) Alarmierung RRT
- c) Kommunikationsgrundsätze in der Krise
- d) Bereitschaftsdienst Unterstützung Kommunikation

### 7.2 Rapid Response Teams

Das «Rapid Response Team» (kurz: RRT) ist ein organisationsinterner, kleiner Führungsstab. Es ist in der Lage, krisenhafte Situationen mittleren Ausmasses zeitnah und über alle Kommunikationsebenen hinweg kommunikativ zu begleiten. Es verfügt über die nötigen Fach- und Entscheidungskompetenzen und hat die Kontrolle über sämtliche relevanten Kommunikationskanäle.

Das RRT kommt zum Einsatz, wenn ein Aufgebot der Ereignisorganisation oder eines grösseren Krisenstabs aufgrund des Ausmasses der Krise (noch) nicht erforderlich ist.

In Egg verfügen sowohl die Gemeinde als auch die Schule über je ein RRT.

Zusammensetzung RRT Gemeinde:

- a) Gemeindepräsidium (Leitung)
- b) Gemeindeschreiber
- c) zuständige Abteilungsleitungen

Zusammensetzung RRT Schule:

- a) Schulpräsidium (Leitung)
- b) Leitung Bildung
- c) zuständige Schulleitungen

Es gelten die üblichen Stellvertretungsregelungen für die genannten Funktionen.

Bei Ereignissen, die sowohl die Gemeinde als auch die Schule betreffen, werden zur Sicherstellung des Informationsaustauschs in jedem Fall die Leitung Bildung und der Gemeindeschreiber/die Gemeindeschreiberin einbezogen.

Bei Unklarheiten in der Zuständigkeit übernimmt das RRT Gemeinde unter zusätzlichem Einbezug der Leitung Bildung die Bearbeitung des Ereignisses.

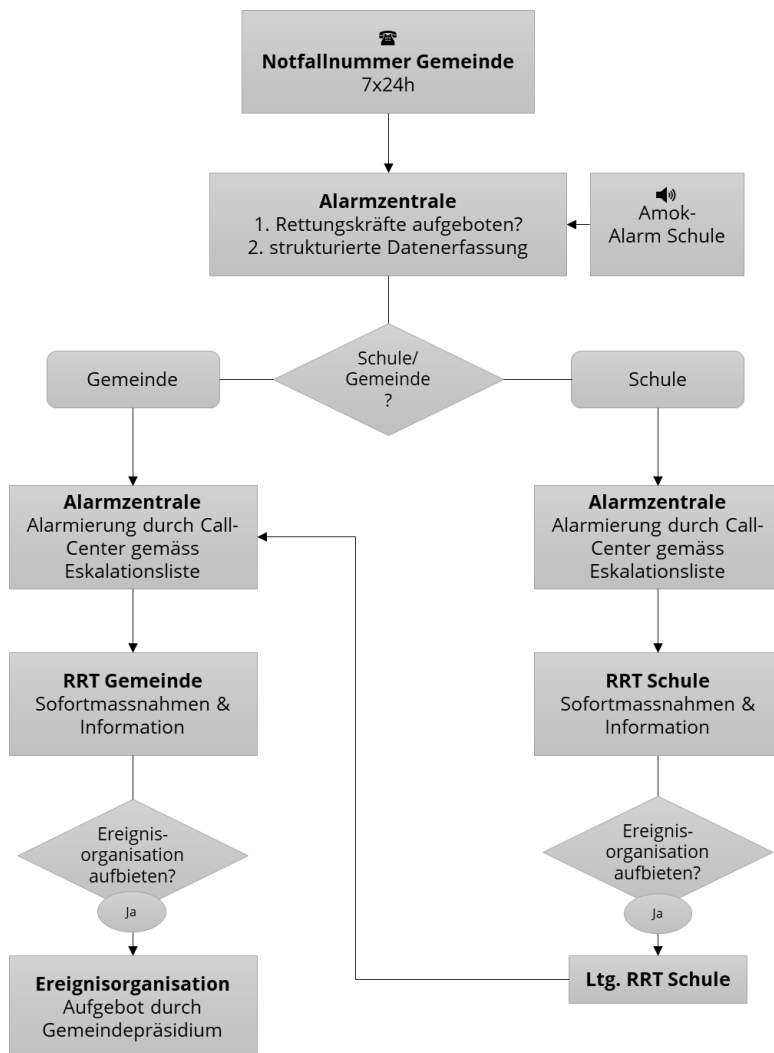
### 7.3 Alarmierung

Im Zeitalter elektronischer Massenmedien und Social Media werden die Fristen immer kürzer, in denen Behörden, Schulen und Verwaltungen auf krisenhafte Ereignisse oder heikle Entwicklungen reagieren müssen. Krisen kennen zudem keinen Feierabend und keine Feiertage. Die Alarmierung muss ungeachtet des Wochentags und der Tageszeit möglichst rasch erfolgen.

Alle Behördenmitglieder, Führungskräfte der Verwaltung und exponierte Mitarbeitende der Gemeinde (bspw. Lehrpersonen, Bademeister etc.), welche in krisenhafte oder potenziell krisenhafte Vorkommnisse involviert sind, müssen umgehend das zuständige RRT informieren.

Für die Alarmierung der RRTs steht dem obengenannten Personenkreis eine interne Krisen-Notfallnummer der Gemeinde zur Verfügung. Diese Nummer ist an 365 Tagen pro Jahr während 24 Stunden besetzt. Die Erreichbarkeit und die Triage zwischen «RRT Gemeinde» und «RRT Schule» wird über eine professionelle Alarmzentrale sichergestellt. Die Nummer darf nur innerhalb der Gemeinde genutzt und nicht veröffentlicht werden. Auch die Benachrichtigung des Krisenstabs im Amok-Fall wird über die Alarmzentrale sichergestellt.

#### Alarmierungsschema im Krisenfall



## **7.4 Kommunikationsgrundsätze in der Krise**

Die Kommunikation in Krisensituationen richtet sich in der Gemeinde nach folgenden Grundsätzen:

- a) In Krisensituationen erfolgt die Kommunikation zu externen Akteuren respektive zur Öffentlichkeit ausschliesslich durch ein Mitglied des RRTs.
- b) Die Reihenfolge der Information richtet sich nach dem Zwiebschalenmodell. Dem Grundsatz «direkt Betroffene zuerst» ist dabei besonders Rechnung zu tragen.
- c) Direkt Betroffene sind frühzeitig von den Medien abzuschirmen und müssen ggf. psychologisch betreut werden.
- d) Medienanfragen und Medienstatements werden bei einem/einer Medienverantwortlichen gebündelt. Das RRT bestimmt diese Funktion aus seinen Reihen. Dabei gilt der Grundsatz: Je gewichtiger/schlimmer das Ereignis, desto höher in der Hierarchie muss das «Gesicht gegen aussen» stehen.
- e) Wenn eine Blaulicht-Organisation im Einsatz steht, ist die Kommunikation mit der Einsatzleitung abzusprechen. Dies gilt insbesondere für Angaben zum Unfall/-Tathergang, zum Gesundheitszustand und zur Identität der Opfer.
- f) Die sachliche Information durch die Blaulichtorganisation bzw. Untersuchungsbehörden entbindet die Gemeinde nicht von der Notwendigkeit einer zeitnahen Stellungnahme und Betroffenheitserklärung gegenüber den Direktbetroffenen und der Öffentlichkeit. Diese muss mit den Blaulichtorganisationen bzw. Untersuchungsbehörden koordiniert werden.

## **7.5 Externer Bereitschaftsdienst**

Zur Unterstützung bei der externen und internen Krisenkommunikation wird ein Vertrag mit einem externen Bereitschaftsdienst mit hoher Erreichbarkeit (Ziel ist 7 x 24 Stunden) abgeschlossen. Dessen Angebot soll in Krisensituationen die Unterstützung bei Konzeption und Vorbereitung von Kommunikationsmassnahmen (Medienmitteilungen und Medienkonferenzen) und Coaching vor Medienauftritten umfassen.

## 8. Besondere Bestimmungen für die Schule

### 8.1 Akteure der Schule

Die nachfolgende Aufzählung der wichtigsten Akteure bildet die Basis jeder Kommunikationsplanung der Schule. Bei jeder Kommunikationsmassnahme wird geprüft, welche Akteure mit einbezogen werden müssen.

<b>Interne* Akteure</b>
Schulpräsidium
Schulpflege
Leitung Bildung
Schulleitungskonferenz
Gemeindeschreiber
Gemeinderat
Leitung Tagesstrukturen
Lehrpersonen
Hauswarte
MA Tagesstrukturen
MA Schulsekretariat
MA Schulsozialarbeit
MA Schulgesundheit
Schulpsychologischer Dienst
Schulassistenzen

<b>externe Akteure</b>
Leitung Schülertransporte
Leitung Bibliothek
Freiwillige Mitarbeitende
Musikschule Pfannenstiel
Eltern
Schülerinnen & Schüler
Elternräte
Externe Nutzende Infrastruktur
Volksschulamt
Anwohnende Schulanlagen
Polizei
KESB
Stellensuchende
Parteien
Medien
Öffentlichkeit

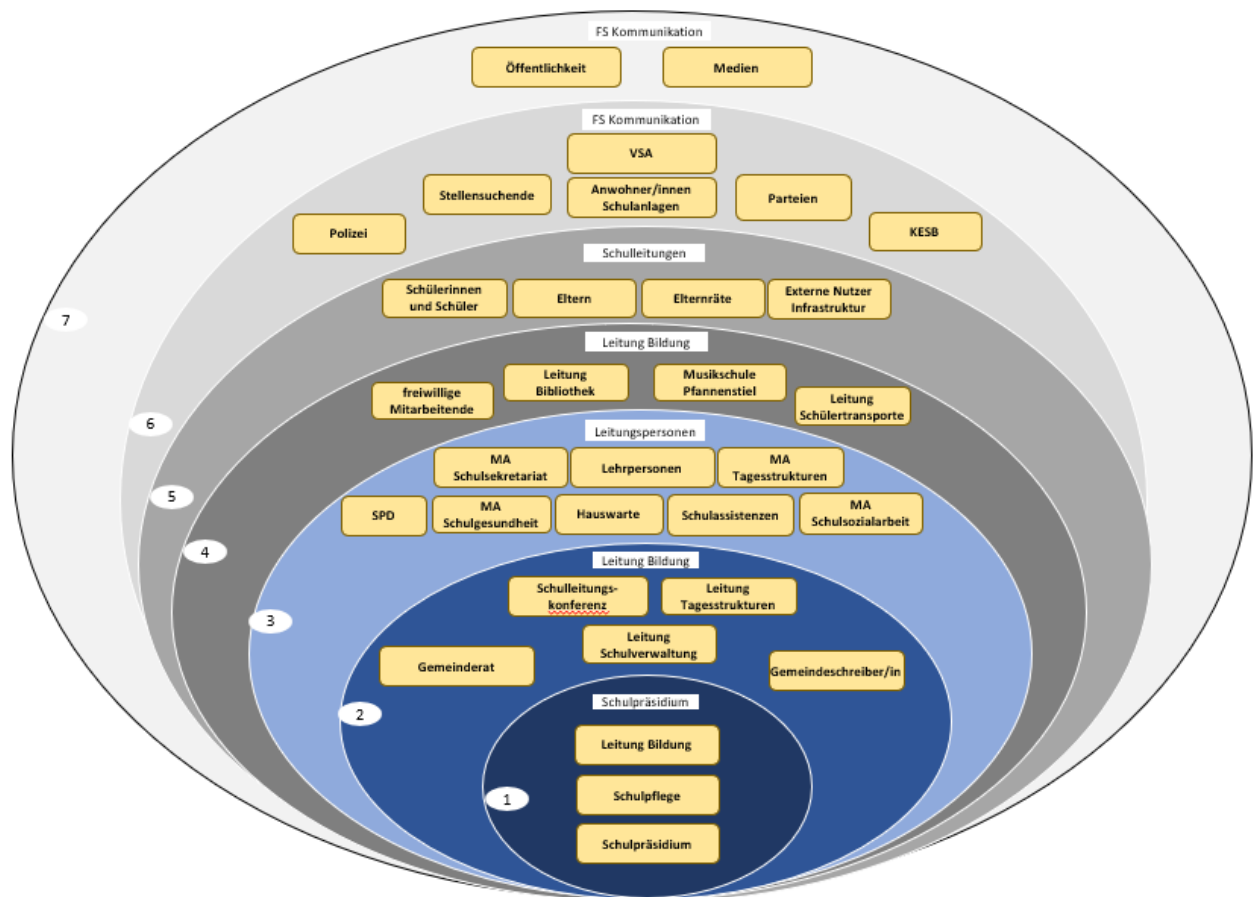
\* Als "interne Akteure" werden Einzelpersonen oder Gruppen bezeichnet, gegenüber denen die Schulpflege bzw. die Führungspersonen der Verwaltung das Weisungsrecht besitzen. Ausnahmen: Gemeinderat, Gemeindeschreiber, Hauswarte.

### 8.2 Kommunikationskaskade der Schule

Die Standard-Kommunikationskaskade der Schule unterscheidet sich wesentlich von derjenigen der übrigen Institutionen der Gemeinde. Die Kommunikationskaskade der Schule ist deshalb in einem separaten "Zwiebelschalenmodell" visualisiert.

Bei Themen mit Bezug zu den übrigen Bereichen der Gemeinde ist auch das Modell der Gemeinde für die Definition der Kommunikationskaskade im konkreten Fall beizuziehen (vgl. Kap. 3.2)

## Zwiebelschalenmodell der Schule



Das Modell ist wie folgt anzuwenden:

- Standardmodell auf konkreten Fall anpassen; Grundsatz: direkt Betroffene zuerst; ggf. Akteure weglassen
- alle Akteure einer Ebene informieren
- erst wenn alle Akteure einer Ebene informiert sind, darf auf die nächsthöhere Ebene gewechselt werden
- Die Funktionsbezeichnungen in den weißen Boxen entsprechen der/den Inhaber/innen der Kommunikationsverantwortung

### 8.3 Kommunikationskanäle der Schule

Kanal	Kanalverantwortung <sup>1</sup>	für Akteure der Ebene <sup>2</sup>
Schulpflegesitzung	Schulpräsidium	1
SLK Plus	Leitung Bildung	2
Notfallchat RRT	Fachstelle Kommunikation	1,2
MS Sharepoint	PICTS	1,2
Schulleitungskonferenz (SLK)	Leitung Bildung	2
Wochenbrief Schulleitungen an MA	Schulleitungen	3
Mitarbeiter-App <sup>3</sup>	Fachstelle Kommunikation	2-4
Schulkonferenz	Schulleitungen	3-4
School-Messenger <sup>3</sup>	Fachstelle Kommunikation	3-5
Informationsschreiben per Post	Schulverwaltung	3-5
Informationsanlass für alle Eltern	Leitung Bildung	5
Informationsanlass für Eltern Schuleinheit	Schulleitung	5
Informationsanlass für Eltern Klasse	Lehrpersonen	5
Website	Fachstelle Kommunikation	5-7
Social Media <sup>3</sup>	Fachstelle Kommunikation	5-7
Medienmitteilung	Fachstelle Kommunikation	5-7
Medienkonferenz	Fachstelle Kommunikation	5-7

<sup>1</sup> Die Kanalverantwortung umfasst die Bereitstellung und den Unterhalt des Kanals.

<sup>2</sup> Das Konzept der "Kommunikationsebene" ist in Kap. 4.1 beschrieben.

<sup>3</sup> Diese Kanäle bestehen noch nicht; sie sind im Aufbau oder sollen zukünftig implementiert werden.

### 8.4 Kommunikationsmassnahmen der Schule

Massnahme	Zuständigkeit	Primär für Akteure Ebene
Behörden-Bulletin	Leitung Bildung	2-4
Schulmagazin eggole	Fachstelle Kommunikation	5-6
Quintalsbriefe	Leitung Bildung	5
Elternabende	Lehrpersonen	5
Elterngespräche	Lehrpersonen	5
Schulbesuchstage	Schulleitungen	5
Schulhausanlässe	Schulleitungen	5-7
Mediengespräch	Schulpräsidium	7



## **8.5 Kommunikationsstelle Schule**

Der Aufgabenbereich der Kommunikationsstelle umfasst folgende Tätigkeiten:

- a) Koordination der externen Kommunikation der Schule
- b) Vorbereitung Geschäfte der Schulpflege aus kommunikativer Sicht
- c) Erstellung und Versand des Schulpflege- und SLK-Bulletins (vgl. Kap. 5.2)
- d) Aufschaltung von Website-Inhalten mit News-Charakter im Schulbereich
- e) Betreuung der Social-Media-Kanäle der Schule
- f) Betreuung & Administration School-Messenger
- g) Krisenkommunikation (Mitglied der RRTs, vgl. Kap. 7.2)

## **8.6 Elternkommunikation**

Der primäre Kommunikationskanal für die Elternkommunikation der Schule Egg ist der School-Messenger. Sobald dieses System flächendeckend eingeführt ist, muss die schriftliche Regelkommunikation mit den Eltern im Schulalltag über diesen Kanal erfolgen.

Die einzelnen Schuleinheiten können eigene Publikationen für die periodische Information der Eltern herausgeben. Die Inhalte müssen sich auf die Schuleinheit beziehen und das Konzept ist durch die Leitung Bildung zu genehmigen. Sämtliche Inhalte sind der Leitung Bildung vor der Publikation zur Freigabe vorzulegen («Gut zum Druck»).

Das Wohlergehen, die Bildung und Erziehung der Schülerinnen und Schüler im Kindergarten- und Primarschulalter ist jedoch oft mit starken Emotionen verbunden. In emotional aufgeladenen Einzelfällen ist das persönliche Gespräch einem Schriftverkehr vorzuziehen.

## 9. Erfolgskontrolle & Weiterbildung

### 9.1 Medienmonitoring

Zur Erfolgskontrolle der Medienarbeit sowie als Frühwarnsystem für potenziell krisenhafte Ereignisse verfügt die Gemeinde über ein Monitoring der relevanten Massenmedien und sozialen Netzwerke. Das Medienmonitoring Gemeinde erfolgt durch die Kommunikationsstelle.

### 9.2 Sensibilisierung und Training

Ein Kommunikationskonzept ist nur wirksam, wenn es durch Behörde, Verwaltung und Mitarbeitende gelebt und in den Alltag integriert wird. Zur Sensibilisierung und Ausbildung der wichtigsten Akteure führt die Gemeinde folgende Massnahmen durch:

<b>Massnahme</b>	<b>Zeitbedarf</b>	<b>Periodizität</b>	<b>Zuständig</b>
Themen "Regelkommunikation" und "Krisenkommunikation" in Informationsveranstaltung für neue Mitarbeitende integrieren	½ Stunde	jährlich (nur für neue MA)	Kommunikationsstelle
Informationseinheit zum Thema "Behördenkommunikation" anhand des vorliegenden Konzepts	2 Stunden	zu Beginn jeder Legislaturperiode	Kommunikationsstelle
Krisen-/Medientraining für Gemeinderat & Schulpflege inkl. Abgabe Kurzdokumentation und Merkblätter	½ -1 Tag	zu Beginn jeder Legislaturperiode	Kommunikationsstelle
Weiterbildungseinheit der Kommunikationsstelle	1 Tag	nach Bedarf	Kommunikationsstelle

## **10. Schlussbestimmungen**

### **10.1 Inkrafttreten**

Das Kommunikationskonzept wurde am 14. August 2023 mit Beschluss Nr. 264 durch den Gemeinderat genehmigt und tritt per 1. Oktober 2023 in Kraft.

## Anhang

### Leitlinien für Umgang mit Social Media

Social-Media-Netzwerke wie «Facebook», «Instagram» oder «TikTok» (nachfolgend «Social Media» genannt) sind zu einem Phänomen in der Mediennutzung geworden, mit dem sich auch Behörden, Verwaltungen und insbesondere Mitarbeitende der Schule auseinandersetzen müssen. Da es sich bei Social Media mittlerweile um mächtige Instrumente der öffentlichen Meinungsbildung handelt, gelten für deren Nutzung in der Gemeinde die nachfolgenden Richtlinien. Die Kenntnis ist von allen Mitarbeitenden per Visum zu bestätigen.

#### I. Schütze deine Informationen

Veröffentliche auf Social Media nur das, was Du auch auf ein Plakat schreiben und an deine Hauswand hängen würdest. Auch wenn das Umfeld in sozialen Netzwerken sehr vertraut und privat erscheint, lassen sich Informationen aufgrund der Vernetzung nur schwer kontrollieren. Bei Social Media handelt es sich deshalb um öffentliche Kommunikationskanäle, die nur für die Publikation von öffentlichen Informationen bestimmt sind.

#### II. Kommuniziere respektvoll, professionell und authentisch

Auch wenn Du über private Social-Media-Profilen kommunizierst, wirst Du von Aussenstehenden oft als Vertreter/in der Gemeinde/Schule wahrgenommen. Die Gemeinde/Schule möchte ihrer Umwelt freundlich und respektvoll begegnen. Lass Dich durch Kritik nicht provozieren und trage Meinungsverschiedenheiten nicht auf Social Media aus. Präsentiere dich als Lehrperson auf Social Media nur so, wie Du dich auch vor deiner Klasse oder am Elternabend zeigen würdest. Es soll nichts publiziert werden, was Zweifel an der Qualifikation für den Lehrberuf und an der Fairness gegenüber den Schüler/innen auslösen könnte.

#### III. Knüpfe als Lehrperson keine virtuellen Kontakte mit Schüler/innen

Zwischen Lehrpersonen und Schüler/innen besteht ein Abhängigkeitsverhältnis (Benotung etc.). Ausserdem besteht auf manchen Social-Media-Plattformen eine erhöhte Gefahr einer ungewollten Verletzung der Intimsphäre. Deshalb sind virtuelle Beziehungen von Social-Media-Profilen zwischen Lehrpersonen und Schüler/innen (Annehmen von Freundschaftsanfragen etc.) untersagt. Virtuelle Beziehungen mit Eltern sind grundsätzlich möglich; die Schule rät jedoch zur Zurückhaltung.

#### IV. Schütze deine Privatsphäre und Zugangsdaten

Das Internet hat ein Gedächtnis, aus dem einmal veröffentlichte Inhalte schwer bis gar nicht mehr gelöscht werden können. Überlege deshalb genau, welche privaten Informationen und Bilder Du veröffentlichst und lasse keine anderen Nutzerinnen und Nutzer unkontrolliert Inhalte in deine persönlichen Profile schreiben. Social-Media-Profilen sind bevorzugte Ziele von Hackern. Verwende deshalb unbedingt sichere Passwörter, aktiviere die zweistufige Authentifizierung und nimm nur vertrauenswürdige Freundschaftsanfragen an.

#### V. Beachte deine Urheber- und Persönlichkeitsrechte

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum – für den Umgang mit Social Media gelten hierzulande die schweizerischen Gesetze sowie die kantonalen Bestimmungen. Besonders zu beachten sind die Urheber- und Persönlichkeitsrechte. Veröffentliche deshalb kein Bild- oder Videomaterial, dessen Urheber- oder Nutzungsrecht nicht bei Dir liegt und sei sensibel, wenn Du Fotos veröffentlichst, auf denen Personen erkennbar sind. Dafür gelten die Bestimmungen der Schule im Bereich «Fotografie & Datenschutz».

#### VI. Nutze keine externen Messenger-Dienste

Die Nutzung von Messenger-Diensten (WhatsApp, Telegram etc.) für die offizielle Schulkommunikation (zu Eltern, Schülern etc.) ist aus Datenschutzgründen untersagt. Zu diesem Zweck steht ausschliesslich der offizielle School-Messenger-Dienst zur Verfügung. Die Gemeinde richtet sich dabei nach den Empfehlungen des/der kantonalen Datenschutzbeauftragten.

## **Merkblatt Medienmitteilung**

### **I. Aufbau**

#### **Titel**

- Kurz und prägnant
- Bringt das Wichtigste auf den Punkt
- Ist dem Inhalt des Textes angemessen

#### **Lead**

- Kurzzusammenfassung der wichtigsten Kernbotschaft
- Animierte zum Weiterlesen

#### **Text**

- erzählt nicht chronologisch, sondern handelt das Wichtigste zuerst ab (Beschluss zuerst)
- beantwortet zuerst die W-Fragen: Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum?
- verwendet einfache Formulierungen
- vermeidet Fachausdrücke und schwer verständliche Fremdwörter
- setzt keine Fachkenntnisse voraus
- benennt Personen mit Vor- und Nachnamen sowie Funktionsbezeichnung
- (direkt Betroffene wie z.B. Verunfallte, Opfer oder Beschuldigte werden nicht genannt)
- ist plausibilisiert: Aussagen, Zahlen, Fakten und Namen sind überprüft und korrekt

### **II. Form und Länge**

- Format A4
- klare Identifikation der verfassenden Stelle und Datum des Versands
- kurz und bündig (maximal 2500 Zeichen – aber es gilt: je kürzer, desto besser)
- klare Gliederung mit Zwischentiteln
- Auskunftsstelle für Zusatzinformationen angeben (Name, Telefon, Handy, E-Mail, Website)
- Bildmaterial muss Kernbotschaft unterstützen (Framing)

### **III. Versand**

- Versand erfolgt ausschliesslich durch Kommunikationsstelle
- elektronischer Versand als E-Mail: PDF + Word-Datei, Logos/Grafiken/Bilder/Videos einzeln anhängen
- Bildmaterial oder Vor-Auswahl in elektronischer Form im jpg-Format separat mitschicken
- (Grösse beachten: längere Seite ca. 30cm, Auflösung 300dpi; Dateigrösse ca. 2-4 MB)
- Versand an einen vordefinierten Kreis von Medien aus dem Einzugsgebiet der Gemeinde Egg (keine Bevorzugung einzelner Medien, kein Boykott)
- an allgemeine Adressen schicken und ggf. persönliche Kontakte auf der Redaktion
- als BCC-Kopie
- interne Vor-Information (Zwiebelschalenmodell!) nicht vergessen
- Kontaktperson muss im angegebenen Zeitfenster oder ab Versandzeitpunkt für Rückfragen erreichbar sein
- Mitteilung zusätzlich auf Website & Social Media aufschalten

## **Checkliste Vorbereitung Medienauftritte**

Wichtig:

Lassen Sie sich von Medienanfragen nicht «überrumpeln». Bei telefonischen Anfragen um ein Themen-Stichwort bitten und Rückruf vereinbaren (innert max. ½ Arbeitstag).

### **I. Rückfragen an den Journalisten/die Journalistin**

- Um welches Medium handelt es sich?
- Was genau ist die Stossrichtung des geplanten Beitrags?
- Welche Personen kommen sonst noch zu Wort?
- In welcher Form erscheint der Beitrag?  
(Reportage, Interview, gestalteter Beitrag mit Stellungnahmen)
- Auf welchem Kanal und zu welchem Zeitpunkt erfolgt die Publikation?
- Einigung über Rahmenbedingungen des Gegenlesens respektive der vorgängigen Ansicht von Fotos oder Filmaufnahmen.

### **II. Vorbereitung Inhalte**

- Richtige Auskunftsperson bestimmen, dabei Auftrittskompetenz, Hierarchie und Fachkompetenz beachten.
- Sich intern abstimmen (Ressorts, Abteilungen etc.)
- Kernbotschaften festlegen (max. 3)
- Nasty Questions überlegen und mögliche Antwort-Bausteine vorbereiten

### **III. Vorbereitung Framing**

- Umgebung für Film- und Fotoaufnahmen vorbereiten; Spielraum für eigene Ideen des Medienschaffenden bestimmen.
- Dresscode für Auskunftsperson festlegen; Kleidung muss auf den Inhalt der Kernbotschaft abgestimmt sein

### **IV. Training**

- Kernbotschaften einem Kollegen oder einer Kollegin laut vortragen; eine Kernbotschaft darf nicht länger als 15 Sekunden Sprechzeit einnehmen
- Nasty Questions durchspielen
- ggf. professionelle Beratung einholen

## Checkliste Organisation Medienkonferenz

### I. Vorbereitung

- Einladungen verschicken
- Durchführung idealerweise zwischen 9.30 und 11 Uhr bzw. 13.30 und 15.30 Uhr
- Anmeldungen in einer Präsenzliste zusammenfassen
- Medienmitteilung und Bild- bzw. Filmmaterial vorbereiten, daraus eine Medienmappe zusammenstellen
- Moderator/in und Referent/innen definieren und Kernbotschaften untereinander absprechen
- PowerPoint-Präsentation vorbereiten, die mit Stichworten und ggf. Illustrationen durch die Veranstaltung führt
- Technische Ausrüstung vorbereiten:  
Beamer, Leinwand, W-Lan für Online-Journalisten, ggf. Tonanlage
- Namensschilder für Referent/innen vorbereiten: Vorname, Nachname, Funktion
- Podium für Referenten/innen vorbereiten: kein Gegenlicht (Fenster etc.) hinter den Referenten; Tischdecke vor dem Tisch, sodass Beine abgedeckt sind
- Sicherheitsdispositiv für zu erwartende Störaktionen (Demonstrationen etc.) definieren
- An der Medienkonferenz zu präsentierende neue Fakten kurz vor Beginn intern kommunizieren.

### II. Durchführung

- Begrüssung und Eingangskontrolle sicherstellen
- Präsenzliste auflegen
- Programm vorstellen
- gewohnter Ablauf: Begrüssung, Referate, Fragen im Plenum, Einzel-/Poolinterviews  
WICHTIG: Referate kurz halten, für Fragen muss genügend Zeit zur Verfügung stehen
- Moderator/in führt das Programm und erteilt den Referent/innen bzw. Medienschaffenden das Wort
- Vor Übergang zu Einzel-/Poolinterviews den nächsten Kommunikationsfixpunkt angeben. ("Wir werden Sie um XXX weiter informieren.")

### III. Nachbearbeitung

- Medienmitteilung an alle Medien (auch an nicht anwesende) verschicken
- Monitoring und dessen Auswertung sicherstellen
- Den angekündigten nächsten Kommunikationsfixpunkt einhalten.