



# Einwohnergemeinde Kaufdorf

## Kommunikationskonzept

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Einleitung.....</b>                                                              | <b>2</b>  |
| <b>2. Zielsetzung.....</b>                                                             | <b>2</b>  |
| 2.1. Nicht-Ziele .....                                                                 | 2         |
| <b>3. Zielgruppenanalyse .....</b>                                                     | <b>2</b>  |
| 3.1. Engagierte Gemeindemitglieder .....                                               | 3         |
| 3.2. Familien mit schulpflichtigen Kindern .....                                       | 3         |
| 3.3. Ältere Einwohnerinnen .....                                                       | 3         |
| 3.4. Berufspendlerinnen .....                                                          | 3         |
| 3.5. Neuzuziehende .....                                                               | 3         |
| 3.6. Jugendliche, junge Erwachsene .....                                               | 4         |
| 3.7. Gewerbetreibende .....                                                            | 4         |
| <b>4. Informationsstrategie .....</b>                                                  | <b>5</b>  |
| 4.1. Webseite als zentrale Informationsplattform .....                                 | 5         |
| 4.2. Newsletter für regelmässige und zielgerichtete Updates.....                       | 5         |
| 4.3. Einführung Veranstaltung Kaufdorf im Dialog .....                                 | 5         |
| 4.4. Optional: Einführung Social Media für mehr Reichweite und Aktualität .....        | 6         |
| <b>5. Inhaltsstrategie für mehr Transparenz und zielgerichtete Kommunikation .....</b> | <b>6</b>  |
| <b>6. Beteiligung der Bevölkerung und Interaktion .....</b>                            | <b>6</b>  |
| <b>7. Ressourcenplan .....</b>                                                         | <b>7</b>  |
| 7.1. Personalressourcen .....                                                          | 7         |
| 7.2. GemeindeschreiberIn / VerwaltungsmitarbeiterInnen .....                           | 7         |
| 7.3. Externe Dienstleisterinnen .....                                                  | 7         |
| 7.4. Kosten Kommunikation.....                                                         | 7         |
| <b>8. Technische Ressourcen .....</b>                                                  | <b>7</b>  |
| 8.1. Webseite als zentrale Plattform .....                                             | 7         |
| 8.2. Social Media .....                                                                | 7         |
| <b>9. Zeitplanung und Arbeitsaufteilung .....</b>                                      | <b>8</b>  |
| <b>10. Kommunikationsplan .....</b>                                                    | <b>9</b>  |
| <b>11. Überprüfung und Optimierungen .....</b>                                         | <b>11</b> |
| <b>Anhang I - Checkliste .....</b>                                                     | <b>11</b> |
| <b>Anhang II – Situationsanalyse.....</b>                                              | <b>12</b> |
| <b>Anhang III – Kosten .....</b>                                                       | <b>13</b> |
| <b>Anhang IV – Leitfaden «Öffentlichkeit und Information in den Gemeinden» .....</b>   | <b>14</b> |

---

# Gemeinderatsbeschluss vom 27. Januar 2025

## 1. Einleitung

Kommunikation bedeutet, in einen offenen Dialog mit den verschiedenen Anspruchsgruppen zu treten, Informationen auszutauschen, zuzuhören, Missverständnisse zu klären und Transparenz zu schaffen. Der Gemeinderat Kaufdorf hat hierfür ein Kommunikationskonzept entwickelt, das für die gesamte Verwaltung der Gemeinde gilt.

Behörden und Verwaltung tragen eine besondere Verantwortung in ihrer Kommunikation. Sie müssen rechtliche Vorgaben wie das Öffentlichkeitsprinzip und den Datenschutz berücksichtigen und gleichzeitig dem Amtsgeheimnis sowie der Schweigepflicht nachkommen.

Dennoch ist es eine zentrale Aufgabe der Behörden, ihre Entscheidungen und Projekte verständlich und zugänglich zu vermitteln. Dies schafft Transparenz und stärkt das Vertrauen der Bevölkerung in die Arbeit der Verwaltung, was wiederum die Identifikation der Bevölkerung mit der Gemeinde fördert.

Eine fundierte Informationsbasis ist für alle demokratischen Prozesse essenziell. Daher ist es Aufgabe der Behörden, zur Wissensgrundlage beizutragen, durch zielgerichtete und adressatengerechte Information auf allen Ebenen, was Umfang, Detailtiefe, Tonalität, Zeitpunkt und genutzte Kommunikationskanäle betrifft.

## 2. Zielsetzung

- Mit einer frühzeitigen, detaillierten und transparenten Information zu anstehenden Sachgeschäften geben wir der Bevölkerung die Möglichkeit, am demokratischen Entscheidungsprozess teilzuhaben und bei der Gestaltung der Dorfentwicklung mitzuwirken.
- Die Kommunikation soll ausgewogen und in einfacher und gut verständlicher Sprache erfolgen.
- Die Dauer bis zur Veröffentlichung von Informationen soll durch effiziente Prozesse so kurz als möglich gehalten werden.
- Durch verbesserte Qualität soll mehr Transparenz geschaffen werden.
- Grundsätzlich soll an den bestehenden Kommunikationskanälen festgehalten werden. Die Gemeinde zieht jedoch auch neue Medien in Betracht, um gewisse Zielgruppen besser zu erreichen.

### 2.1. Nicht-Ziele

- Es wird keine neue digitale Plattform für die unmittelbare direkte Interaktion mit den Gemeindebehörden geschaffen, da die vorhandenen Ressourcen für die Bearbeitung und Beantwortung nicht ausreichen.
- Die Konzipierung eines digitalen Marktplatzes oder eines Dorfgemeinschaftsforums ist nicht Teil dieses Konzepts.
- Gemeindeverwaltungsgeschäfte wie die Meldung von Zu- oder Wegziehenden sowie die Bestellung Ausweisen und Bescheinigungen werden in diesem Konzept nicht behandelt, da sie besonderen gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

## 3. Zielgruppenanalyse

Für eine Gemeinde wie Kaufdorf mit zirka 1'100 Einwohnenden haben wir folgende Zielgruppen identifiziert, die die folgenden Bedürfnisse und Kommunikationspräferenzen haben:

### 3.1. Engagierte Gemeindemitglieder

|                           |                                                                                                                                         |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Alter:</b>             | 30 – 65 Jahre                                                                                                                           |
| <b>Interessen:</b>        | Kommunalpolitik, Dorfentwicklung, soziale Aktivitäten                                                                                   |
| <b>Bedürfnisse:</b>       | Transparente Kommunikation über Entscheidungen und Projekte, Möglichkeit zur Mitgestaltung                                              |
| <b>Bevorzugte Kanäle:</b> | Newsletter, Webseite, direkte Beteiligungsmöglichkeiten                                                                                 |
| <b>Charakteristika:</b>   | Diese Zielgruppe hat starkes Interesse an den Entwicklungen in Kaufdorf und möchte informiert sein, um sich aktiv einbringen zu können. |

### 3.2. Familien mit schulpflichtigen Kindern

|                           |                                                                                                                                     |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Alter:</b>             | Eltern 30 – 45 Jahre, Kinder 5 – 15 Jahre                                                                                           |
| <b>Interessen:</b>        | Bildungsangebote, Freizeitaktivitäten, Infrastrukturausbau                                                                          |
| <b>Bedürfnisse:</b>       | Regelmässige Informationen zu kinder- und familienbezogenen Angeboten sowie Freizeitmöglichkeiten, Möglichkeit zur Mitgestaltung    |
| <b>Bevorzugte Kanäle:</b> | Webseite, Flyer in Schulen und Kitas, Newsletter, Klapp-App                                                                         |
| <b>Charakteristika:</b>   | Eltern möchten schnelle und zielgerichtete Informationen zur Entwicklung von Schulen, Spielplätzen und familienfreundlichen Events. |

### 3.3. Ältere Einwohnerinnen

|                           |                                                                                                                                           |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Alter:</b>             | 65 + Jahre                                                                                                                                |
| <b>Interessen:</b>        | Gesundheit und Betreuung, Veranstaltungen im Dorf, Gemeindeangebote für Seniorinnen und Senioren                                          |
| <b>Bedürfnisse:</b>       | Informationen über Unterstützungsangebote und lokale Veranstaltungen, Barrierefreiheit, Möglichkeit zur Mitgestaltung                     |
| <b>Bevorzugte Kanäle:</b> | Printmedien (Flugblätter, Choufdorfer Informationsbulletin), Aushänge, direkte Kommunikation durch Ansprechpersonen                       |
| <b>Charakteristika:</b>   | Diese Zielgruppe schätzt eine persönliche und verständliche Kommunikation und nimmt an lokalen Anlässen teil, um Gemeinschaft zu erleben. |

### 3.4. Berufspendlerinnen

|                           |                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Alter:</b>             | 25 – 50 Jahre                                                                                                                                                                          |
| <b>Interessen:</b>        | Verkehrs- und Infrastrukturentwicklung, flexible Mobilitätsangebote, Wohnqualität                                                                                                      |
| <b>Bedürfnisse:</b>       | Kurze, übersichtliche Informationen über Verkehrsplanung, Infrastrukturprojekte und Servicezeiten der Verwaltung, Möglichkeit zur Mitgestaltung                                        |
| <b>Bevorzugte Kanäle:</b> | Webseite, Newsletter, eventuell Social Media (für schnelle Updates)                                                                                                                    |
| <b>Charakteristika:</b>   | Diese Zielgruppe ist oft unterwegs, informiert sich aber regelmässig über wichtige Gemeindeentwicklungen und schätzt es, über Themen informiert zu werden, die ihren Alltag betreffen. |

### 3.5. Neuzuziehende

|                     |                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Alter:</b>       | 18 – 80 Jahre                                                                                                                                                                              |
| <b>Interessen:</b>  | Sozialer Anschluss, Aktivitäten und Gruppen im Dorf, Integration in die Gemeinde                                                                                                           |
| <b>Bedürfnisse:</b> | Übersichtliche Informationen über Vereinsaktivitäten, Veranstaltungsmöglichkeiten und wichtige Anlaufstellen bei 65 +, z.B. Altersnetzwerk Region Gantrisch, Möglichkeit zur Mitgestaltung |

**Bevorzugte Kanäle:** Webseite (für grundlegende Informationen), Begrüssungsveranstaltungen oder Flugblätter  
**Charakteristika:** Diese Zielgruppe ist neu in der Gemeinde und möchte die Angebote und Strukturen kennenlernen, um Anschluss zu finden.

### 3.6. Jugendliche, junge Erwachsene

**Alter:** 16 – 25 Jahre  
**Interessen:** Freizeitaktivitäten, Vereinsleben, Veranstaltungen, soziale sowie digitale Vernetzung, Umwelt und Naturschutz, Engagement in der Gemeinde, Zukunftsperspektiven  
**Bedürfnisse:** Übersichtliche Informationen über Vereinsaktivitäten, Veranstaltungsmöglichkeiten und Freizeitmöglichkeiten, Mitbestimmung, digitale Anbindung, Mobilität, soziale Interaktion, Umweltbewusstsein, Möglichkeit zur Mitgestaltung  
**Bevorzugte Kanäle:** Social Media, Webseite Veranstaltungskalender, Newsletter von Vereinen  
**Charakteristika:** Diese Zielgruppe hat eine hohe Technologieaffinität, kritisches Denken, sind sozial vernetzt und zukunftsorientiert und haben ein Gesundheitsbewusstsein. Sie schätzen Vielfalt und Inklusion.

### 3.7. Gewerbetreibende

**Alter:** 30 – 65 Jahre  
**Interessen:** Wirtschaftsförderung, Gemeindeentwicklungsprojekte, Infrastruktur  
**Bedürfnisse:** Klare Informationen über wirtschaftsrelevante Projekte und mögliche Förderungen, Orientierung über grössere Projekte oder Bauvorhaben und welche Strassenverkehrsbeschränkungen diese mit sich bringen, Möglichkeit zur Mitgestaltung  
**Bevorzugte Kanäle:** Newsletter, Webseite, Austausch mit der Verwaltung, KMU-Verein Toffen  
**Charakteristika:** Gewerbetreibende sind daran interessiert, wie die Gemeindeentwicklung ihre Geschäfte beeinflusst und erwarten eine transparente und geschäftsrelevante Kommunikation.

Diese Zielgruppen helfen dabei, gezieltere Kommunikationsstrategien zu entwickeln, um die vielfältigen Bedürfnisse der Bevölkerung von Kaufdorf berücksichtigen zu können.

## Fazit: Zielerreichung im Kontext der Zielgruppen

Die beschriebenen Zielgruppen verdeutlichen, dass eine gezielte und transparente Kommunikation in der Gemeinde Kaufdorf unterschiedliche Bedürfnisse erfüllen muss. Die Ziele der Gemeindebehörden, die Bevölkerung frühzeitig über anstehende Entscheidungen zu informieren, neue Medien in Betracht zu ziehen und bestehende Kommunikationsprozesse zu verbessern, sprechen zentrale Anliegen der Zielgruppe an:

1. **Transparente und rechtzeitige Information:** Die engagierte Bevölkerung möchte frühzeitig über Entscheidungen und Projekte informiert sein, damit sie sich auf Entwicklungen vorbereiten sowie aktiv im Projekt mitwirken und mitgestalten kann. Eine schnelle

Veröffentlichung über die bestehenden Kanäle hilft dabei, das Informationsbedürfnis dieser Gruppen zu decken.

2. **Erwägung neuer Medien:** Der Einsatz zusätzlicher Medien könnte insbesondere Pendelnde und jüngere Zielgruppen ansprechen, welche bevorzugt digitale Kanäle für Informationen nutzen. Die Möglichkeit, ergänzende Medien, wie Social Media oder eine verbesserte Newsletterstruktur, in Betracht zu ziehen, erhöht die Reichweite der Gemeindebehörden und schafft so mehr Transparenz, ohne die bestehenden Ressourcen übermässig zu belasten.
3. **Optimierte Geschwindigkeit und transparente Prozesse:** Ein beschleunigter Informationsfluss unterstützt das Ziel, umfassende Transparenz für die gesamte Bevölkerung zu schaffen. Dies kommt sowohl den älteren Bewohnenden, die eine klare und verständliche Kommunikation schätzen, als auch den Zugezogenen zugute, die sich mit Hilfe der Informationen besser integrieren und orientieren können.

## 4. Informationsstrategie

Generell gilt, dass Beiträge der Gemeindebehörden möglichst neutral und nicht personifiziert verfasst werden. Eine Ausnahme hierzu stellen Beiträge dar, bei welchen die Angabe von Personen erforderlich ist, wie etwa bei Wahlen, Einbürgerungen, Grundeigentums-Themen oder wenn eine Person explizit als Kontakt für die Öffentlichkeit zur Koordination vorgesehen ist.

### 4.1. Webseite als zentrale Informationsplattform

- **Inhalte:** Aktualisierte Berichte zu Gemeinderatssitzungen, Informationen zu Projekten und Sachgeschäften, häufige Fragen und Anliegen
- **Strategie:** Die Webseite bleibt der Kern der Kommunikation und sollte klar strukturierte Inhalte bieten. Hier können Informationen zu allen öffentlichen Projekten und Entscheidungen frühzeitig bereitgestellt werden. Eine klare Kategorisierung (z. B. Gemeinderatsentscheide, Projekte in Arbeit oder Fragen der Bevölkerung) erleichtert den Nutzenden die Navigation.
- **Erweiterungen:** Ein News-Ticker für schnelle Updates zu aktuellen Themen kann die Transparenz zusätzlich steigern, jedoch ohne die Aktualisierungsfrequenz der gesamten Seite zu erhöhen.

### 4.2. Newsletter für regelmässige und zielgerichtete Updates

- **Inhalte:** Zusammenfassungen über die Gemeinderatssitzungen, Projektstände, Informationen zu Abstimmungen und anderen relevanten kommunalen Themen
- **Strategie:** Der Newsletter wird mit einer festen Erscheinungsfrequenz jeweils ein paar Tage nach der Gemeinderatssitzung versendet und bietet kurze und prägnante Informationen für alle Zielgruppen.  
Eine kurze, visuell ansprechende Struktur (Übersichtsthemen, direkter Link zu weiterführenden Informationen auf der Webseite) steigert die Lesbarkeit.
- **Erweiterungen:** Ein „Newsletter-Archiv“ auf der Webseite ermöglicht es neuen Abonnentinnen und Abonnenten, sich einen Überblick zu verschaffen und alte Themen nachzuvollziehen. Eine Erweiterung des Teilnehmerkreises kann über Social Media erreicht werden.

### 4.3. Einführung Veranstaltung Kaufdorf im Dialog

- **Inhalte:** Direkter Austausch mit dem Gemeinderat über bevorstehende Projekte, weiteren Anliegen, Fragen, Unklarheiten und Bedürfnissen aus der

Bevölkerung. Diese Veranstaltung ist eine Mischung aus Präsentation und offener Diskussionsrunde.

- **Strategie:** Die frühzeitige Einbindung der Bevölkerung gibt Interessierten die Möglichkeit, eigene Anliegen und Bedenken vorzutragen. Gleichzeitig können Behörden und Verwaltung sicherstellen, dass die Bedürfnisse der Bevölkerung bereits im Vorfeld miteinbezogen werden.
- **Erweiterungen:** Neben den Tavelrunden, die jeweils vor den Gemeindeversammlungen durchgeführt werden, soll zweimal im Jahr der Dialog mit der Bevölkerung stattfinden. Dieser Turnus kann bei Bedarf und punktuell auch angepasst werden.

#### 4.4. Optional: Einführung Social Media für mehr Reichweite und Aktualität

- **Inhalte:** Kurzmeldungen zu aktuellen Entscheidungen, Einblicke in Projekte, Erinnerungen an Veranstaltungen
- **Strategie:** Ein Social-Media-Kanal (z.B. Facebook oder Instagram) könnte die Gemeindebehörde bei Bedarf ergänzen, um schnellere Updates zu bieten und die Reichweite zu erweitern. Ein solcher Kanal könnte Informationen auf lockere Weise aufbereiten und mehr jüngere Menschen sowie Berufspendelnde ansprechen.
- **Erweiterungen:** Wichtig wäre eine klare Strategie, welche die Frequenz der Beiträge und die Art der Informationen festlegt, um den Kanal effizient und ressourcenschonend betreiben zu können.

### 5. Inhaltsstrategie für mehr Transparenz und zielgerichtete Kommunikation

- **Frühzeitige, kontinuierliche Information:** Wichtige Entscheidungen und Projekte sollen frühzeitig über die Webseite, Social Media sowie den Newsletter angekündigt werden, um der gesamten Bevölkerung genügend Zeit zur Information und Vorbereitung zu geben.
- **Anpassung der Inhalte an die Zielgruppen:** Die Inhalte sollten den Bedürfnissen der Zielgruppen entsprechen – kurze Zusammenfassungen für Berufspendelnde, ausführlichere Berichte für die interessierte Gemeindebevölkerung und klare, visuell ansprechende Informationen für Familien und die ältere Bevölkerung.
- **Klarheit über Nicht-Ziele und begrenzte Interaktion:** Der Schwerpunkt liegt auf der Bereitstellung von Informationen. Der direkte Austausch findet jeweils an den Veranstaltungen Kaufdorf im Dialog und der Tavelrunde statt.
- **Verstärkte Nutzung bestehender Kanäle:** Indem die Geschwindigkeit der bestehenden Kommunikationskanäle optimiert wird, lassen sich Entscheidungen zeitnah veröffentlichen, ohne dass zusätzliche Ressourcen für neue Kanäle gebunden werden müssen.

### 6. Beteiligung der Bevölkerung und Interaktion

Die Beteiligung der Bevölkerung findet auf freiwilliger Basis statt. Mit der Einführung der Veranstaltung Kaufdorf im Dialog soll die Interaktion gefördert werden. Dadurch soll die aktive Beteiligung der Dorfbevölkerung an kommunalen Angelegenheiten unterstützt und das Interesse an öffentlichen Veranstaltungen, Abstimmungen und Wahlen gesteigert werden.

- **Beschreibung:** Der direkte Austausch mit dem Gemeinderat über die Veranstaltung Kaufdorf im Dialog wird als Dialogplattform genutzt, bei der sich die Bevölkerung bereits in frühen Projektphasen informieren und austauschen kann. Das schafft ein

gemeinsames Verständnis und ermöglicht es der Verwaltung, Stimmungen und Meinungen vorab zu erfassen.

- **Umsetzung:** Die Gemeinde könnte quartalsweise oder projektabhängig (bei grösseren Vorhaben) zu Brückenveranstaltungen einladen. Diese Veranstaltungen wären eine Mischung aus Präsentation und offener Diskussionsrunde und könnten, falls erforderlich, auch online durchgeführt werden, um einen grösseren Teil der Dorfbevölkerung zu erreichen.
- **Vorteil:** Die frühzeitige Einbindung der Bevölkerung gibt Interessierten die Möglichkeit, eigene Anliegen und Bedenken vorzutragen. Gleichzeitig kann die Verwaltung sicherstellen, dass die Bedürfnisse der Bevölkerung bereits im Vorfeld miteinbezogen werden.

## 7. Ressourcenplan

### 7.1. Personalressourcen

- Kommunikationsbeauftragte/r (Stellenpensum 5 %)
- Verantwortlich für die Planung, Erstellung und Distribution von Inhalten auf allen Kanälen (Webseite, Newsletter, Choufdorfer, Social Media).
- Verantwortlich für die zeitgerechte Publikation

### 7.2. GemeindeschreiberIn / VerwaltungsmitarbeiterInnen

- Unterstützung des/der Kommunikationsbeauftragten bei der Inhaltserstellung und Verwaltung (z.B. Bereitstellung von Berichten über die Gemeinderatssitzungen)
- Vertretung und Sicherstellung der Kommunikationsstrategie bei Abwesenheit der/des Kommunikationsbeauftragten
- Koordination der Brückenveranstaltungen und AnsprechpartnerIn für medienrelevante Anfragen

### 7.3. Externe Dienstleisterinnen

Kosten für Layout und Druck an externe Dienstleistende in Abklärung.

### 7.4. Kosten Kommunikation

Die Kommunikationskosten unterliegen dem jährlichen Budgetprozess. Deshalb sind die Kosten im Anhang abgebildet.

## 8. Technische Ressourcen

### 8.1. Webseite als zentrale Plattform

- **Kosten:** Wartung und technische Updates verursachen jährlich Kosten
- **Content-Management-System:** Integration eines Systems, das einfache Aktualisierungen ermöglicht (z. B. für einen News-Ticker und Projektinformationen)
- **Newsletter-Veröffentlichung:** Einmaliges Hochladen des Newsletters, der anschliessend automatisch auf allen bestehenden Kanälen veröffentlicht wird
- **Newsletter-Versand:** Newsletter werden als PDF per E-Mail versendet.

### 8.2. Social Media

Der Facebook-Account der Gemeinde ist so eingerichtet, dass alle Beiträge, Bilder und wichtigen Ankündigungen automatisch auf dem Instagram-Kanal veröffentlicht werden.

Diese Synchronisation gewährleistet, dass die Zielgruppen beider Plattformen gleichzeitig erreicht werden und dass Inhalte ohne zusätzlichen Aufwand für beide Netzwerke zugänglich sind. Durch diese gekoppelten Accounts bleibt die Kommunikation über alle Social-Media-Kanäle konsistent und ressourcenschonend.

## 9. Zeitplanung und Arbeitsaufteilung

Jahresplanung mit festen Terminen

- Choufdorfer Informationsbulletin im April und November, jeweils ein Monat vor der Gemeindeversammlung.
- Gemeinderatssitzungs-Newsletter (grundsätzlich fünf Arbeitstage nach jeder Gemeinderatsitzung)
  - Beschluss der Themen für Newsletter an der GR-Sitzung
  - Bestimmung besonders kritischer Themen, damit diese mit zusätzlicher Sorgfalt kommuniziert werden
  - Entwurf Newsletter steht zwei Tage nach Sitzung bereit
  - Änderungswünsche werden bis vier Tage nach Sitzung eingebracht
  - Gemeindepräsident gibt Newsletter zur Kommunikation frei
  - Gemeindeverwaltung verschickt Newsletter nach Freigabe durch Gemeindepräsident - gleichzeitig mit Versand Aufschaltung auf Webseite
- Veranstaltung (Tavelrunde oder Kaufdorf im Dialog) in jedem Quartal

## 10. Kommunikationsplan

Alle Gemeinderatsmitglieder und der/die GemeindeschreiberIn sind über die getätigte Kommunikation informiert.

| Thema                           | Inhalt / Massnahme                                                                                                                       | Zielgruppe                                                                                                                     | Kanal                                                 | Verantwortlich              | Freigabe                                      | Häufigkeit                                           |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| GR-Newsletter                   | Aktuelle Geschäfte<br>Infos aus dem GR                                                                                                   | Interessierte Bevölkerung<br>Gewerbetreibende<br>Neuzugezogene                                                                 | Mail<br>Webseite<br>Social Media                      | Kommunikationsbeauftragte/r | GemeindepräsidentIn                           | GR-Sitzung oder bei Bedarf                           |
| Allgemeine News                 | Bautätigkeit/Verkehrsbeschränkung<br>Projektinfos<br>Einwohnerzahlen<br>Allgemeine Infos<br>Veranstaltungen                              | Interessierte Bevölkerung<br>Gewerbetreibende<br>Neu zugezogene<br>Berufspendlerinnen<br>Familien mit schulpflichtigen Kindern | Webseite<br>Social Media<br>Aushang                   | Gemeindeverwaltung          | Ressortverantwortliche Gemeinderatsmitglieder | Bei Bedarf                                           |
| Amtsanzeiger                    | Publikationen zu Bauvorhaben, Traktanden Gemeindeversammlung, etc.                                                                       | Interessierte Bevölkerung<br>Gewerbetreibende<br>Ältere Bevölkerung                                                            | Druck                                                 | Gemeindeverwaltung          | Gemeindeverwaltung                            | 1 x wöchentlich                                      |
| Wahl- und Abstimmungsergebnisse | Bekanntgabe der Wahl- und Abstimmungsergebnisse<br>Link auf <a href="http://www.kaufdorf.ch">www.kaufdorf.ch</a>                         | Interessierte Bevölkerung                                                                                                      | Webseite Gemeinde<br>Link auf entspr. Webseite Kanton | Gemeindeverwaltung          | Gemeindeverwaltung                            | In der Woche nach den Abstimmungs- und Wahlsonntagen |
| Gemeindeversammlung             | Beschlüsse gem. Traktandenliste<br>Veröffentlichung des finalen durch den GR genehmigten und eingeschwärzten Protokolls auf der Webseite | Interessierte Bevölkerung                                                                                                      | Im Gemeindesaal<br>Webseite                           | Gemeinderat                 | Gemeindeversammlung                           | 2 x jährlich                                         |

|                                                       |                                                                                                                                                                               |                                                                                       |                              |                                                   |                             |                                                           |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Tavelrunde                                            | Interaktion mit der Bevölkerung vor den Gemeindeversammlungen<br>Informationen zu finanzrelevanten Geschäften (z.B. Referendumsgeschäften)<br>Informationen zu Gemeindevahlen | Interessierte Bevölkerung<br>Gewerbetreibende<br>Ältere Bevölkerung                   | Im Gemeindegemeinschaftssaal | Gemeinderat                                       | Gemeinderat                 | 2 x jährlich                                              |
| Kaufdorf im Dialog                                    | Interaktion mit der Bevölkerung mit aktuell relevanten Themen                                                                                                                 | Interessierte Bevölkerung                                                             | Im Gemeindegemeinschaftssaal | Gemeinderat<br>(ev. mit Mithilfe der Bevölkerung) | Gemeinderat                 | 2 x jährlich oder bei Bedarf                              |
| Choufdorfer                                           | Informationen zur Gemeindeversammlung<br>Aktuelles aus der Gemeinde<br>Wiederholung von Wichtigen Informationen der Webseite                                                  | Interessierte Bevölkerung<br>Ältere Bevölkerung                                       | Druck                        | Kommunikationsbeauftragte/r                       | Gemeinderat                 | 1 x halbjährlich,<br>2 – 4 Wochen vor Gemeindeversammlung |
| Regelmässige Informationen aus der Gemeindeverwaltung | Tue Gutes und rede darüber                                                                                                                                                    | Berufspendelnde<br>Familien mit schulpflichtigen Kindern<br>Interessierte Bevölkerung | Social Media                 | Alle Mitarbeitenden der Gemeindeverwaltung        | Kommunikationsbeauftragte/r | alle 14 Tage eine Veröffentlichung.                       |

## 11. Überprüfung und Optimierungen

Jährliche Überprüfung der Kommunikationsziele und Reichweite. Zudem sollte geprüft werden, welche Inhalte besonders gut ankommen und welche Kanäle optimiert werden könnten (z. B. Reichweite der Webseite, Anzahl AbonnentInnen des Newsletters).

### Anhang I - Checkliste

#### Social Media Story Checkliste – Gemeindebeitrag

**1. Klare Botschaft:**

- Was soll vermittelt werden? (z. B. Event, Info, Aufruf zur Teilnahme, Interessantes aus Abteilung Infrastruktur)
- Ist die Kernbotschaft in wenigen Worten erkennbar?

**2. Visuelle Gestaltung:**

- Ansprechende Bilder oder Videos ausgewählt?
- Hintergrund auf Smartphone-Fotos überprüfen.
- Sind die Farben und Schriftarten zur Gemeinde passend?

**3. Text:**

- kurz und prägnant formuliert?
- Enthält der Text relevante Infos (z. B. Datum, Uhrzeit, Ort)?

**4. Rechtschreibprüfung durchführen**

**5. Call-to-Action (CTA):**

- Gibt es eine klare Handlungsaufforderung? (z. B. „Jetzt anmelden!“, „Mehr Infos hier“)

**6. Hashtags und Verlinkungen:**

- Passende Hashtags für bessere Reichweite hinzugefügt?
- Gemeinde-Accounts oder Partnerseiten markiert?

**7. Technik-Check:**

- Ist der Ton bei Videos klar verständlich?
- Funktionieren alle Links?

**8. Timing:**

- Wurde die Story zum passenden Zeitpunkt hochgeladen?
- Ist der Beitrag für das Zielpublikum relevant?

**9. Feedback einholen:**

- Kollegen oder Team kurz drüber schauen lassen?

## Anhang II – Situationsanalyse

Einige EinwohnerInnen bemängeln, dass die Gemeindebehörden von Kaufdorf nicht ausreichend über ihre Vorhaben informiert. Aktuell dient die Webseite [www.kaufdorf.ch](http://www.kaufdorf.ch) als zentrale Informationsquelle und nach jeder Gemeinderatssitzung wird ein Newsletter per E-Mail an AbonnentInnen verschickt. Dieser Newsletter wird auch auf der Webseite veröffentlicht und an lokale Medien zugestellt.

Der Newsletter zählt derzeit 101 Abonnenten (Stand: 23.08.2024), wobei es sich dabei nicht nur um EinwohnerInnen Kaufdorfs, sondern auch um Interessierte aus anderen Gemeinden handelt. KritikerInnen monieren, dass bei grösseren Projekten, die z.B. dem Referendum unterliegen, die Kommunikation unzureichend sei, was möglicherweise Missverständnisse fördert.

Aus der Webseite [www.kaufdorf.ch](http://www.kaufdorf.ch) sind alle wichtigen und aktuellen Informationen publiziert.

Die Verwaltung erhält positives Feedback zur Transparenz des Newsletters und der Webseite. Eine Analyse benachbarter Gemeinden bestätigt zudem, dass Kaufdorf im Hinblick auf die Informationsarbeit für eine Gemeinde mit 1100 Einwohnenden gut aufgestellt ist. Die Gemeinde Kaufdorf verzichtete bislang - unter anderem auch aus Ressourcengründen - auf Social Media und andere zusätzliche Kommunikationskanäle. Ergänzend wird der Choufdorfer als Printmedium und offizielles Publikationsorgan 4 x jährlich an alle Haushalte in Kaufdorf, Nachbargemeinden, Medien und weitere Interessierte zugestellt.

## Anhang III – Kosten

| Kanal                                                                     | Bemerkung                                                  | Jährliche Kosten                 |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Newsletter                                                                | Servicekosten für die Übermittlung                         | Fr. 1'000.00                     |
| Webseite                                                                  |                                                            | Fr. 1'000.00                     |
| Choufdorfer-Druck                                                         | zwei Mal im Jahr                                           | Offerten folgen ca. Fr. 3'500.00 |
| Social Media                                                              | falls auf Drittanbieter zurückgegriffen wird               | Fr. 500.00                       |
| Evtl. 5 % Stellenpensum Kommunikationsbeauftragte/r in Gemeindeverwaltung |                                                            | Fr. 5'200.00                     |
| Fortbildung                                                               | ermöglicht Weiterbildung im Bereich digitale Kommunikation | Fr. 800.00                       |

## Anhang IV – Leitfaden «Öffentlichkeit und Information in den Gemeinden»