LANDKREIS GÖPPINGEN

Der Landrat

Beratungsunterlage 2023/061 (1 Anlage)
Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation
Leinberger, Susanne
07161 202-1005
s.leinberger@lkgp.de

Beratungsfolge	Sitzung am	Status	Zuständigkeit
Verwaltungsausschuss	12.05.2023	öffentlich	Beschlussfassung

Kommunikationsarbeit des Landkreises

I. Beschlussantrag

1. Das Gremium nimmt Kenntnis von der Darstellung der Verwaltung zur Kommunikationsarbeit des Landkreises.
2. Der Empfehlung der Verwaltung zur Etablierung eines Newsletters des Landkreises als weiteres Kommunikationsinstrument wird gefolgt.

II. Sach- und Rechtslage, Begründung

Haushaltsanträge der Fraktionen
Mit dieser Beratungsunterlage wird auch auf Anträge der Fraktionen zu den Haushalten 2022 und 2023 eingegangen.

Fraktion CDU
„Die CDU Kreistagsfraktion beantragt die „BürgerInfo“ aktiver zu gestalten. Mehr und vor allem regelmäßige Infos über die Presse, auf der Homepage, über die Mitteilungsblätter, mit Info-Veranstaltungen und auch verstärkt über soziale Medien. Ziel sollte eine Landkreis-App sein.“
(vgl. Haushalt 2022, lfd. Nr. 8 der Liste Haushaltanträge)

„Die CDU Fraktion beantragt ein Kommunikationskonzept. Wie ist der Stand bei der Landkreis-App, deren Einführung wir mehrfach gefordert haben.“
(vgl. Haushalt 2023, lfd. Nr. 18 der Liste Haushaltsanträge)

Fraktion AFD
„Die AFD Kreistagsfraktion beantragt, dass der Kreis eine Quartals- (oder ggf. Halbjahres) Zeitung herausgibt, in der über aktuelle Themen und Beschlüsse berichtet wird und in der auch die Fraktionen Platz bekommen sich zu äußern.“
(vgl. Haushalt 2023, lfd. Nr. 38 der Liste Haushaltsanträge)

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUR KOMMUNIKATIONSARBEIT

Der Kreistag entschied 2010 nach dem Kreisentwicklungsprozess 2008ff. neben anderen damals sogenannten „Leuchtturmprojekten“ den systematischen Aufbau einer **Standortkommunikation** für den Landkreis Göppingen. Hierfür wurden vom Kreistag eine 1,0 VZÄ geschaffen und Sachmittel in den Kreishaushalt aufgenommen. Die Stelle Standortkommunikation konnte erstmals 2012 besetzt werden.

In den ersten Jahren wurden wichtige Grundlagen zur Kommunikation erarbeitet wie das Corporate Design (CD), das heißt das neue visuelle Erscheinungsbild des Landkreises mit einer Wortbildmarke „Landkreis Göppingen. Überraschend. BESSER." Eine Imagebroschüre, verschiedene Imagefilme sowie ein kompletter, mobil responsive Relaunch der Webseite landkreis-goeppingen.de waren erste zentrale Ergebnisse auf der Basis des für das CD erstellten Gestaltungshandbuchs.

Der erste professionelle Messeauftritt des Landkreises auf Basis des CD erfolgte im September 2013 in der Werfthalle beim ersten Landkreisfest zum 75. Geburtstag des Landkreises. Dies fand gemeinsam mit den Städten und Gemeinden statt wie auch das zweite Landkreisfest zum 80. Geburtstag 2018.

Die Kommunikationsarbeit des Landkreises wurde mit dem CD grundlegend verändert und ist ein dynamisches Aufgabengebiet der Landkreisverwaltung. Jüngst mit dem Beginn der Einführung eines landkreiseigenen Instagram Kanals als systematischer Einstieg in die Nutzung der Sozialen Medien.

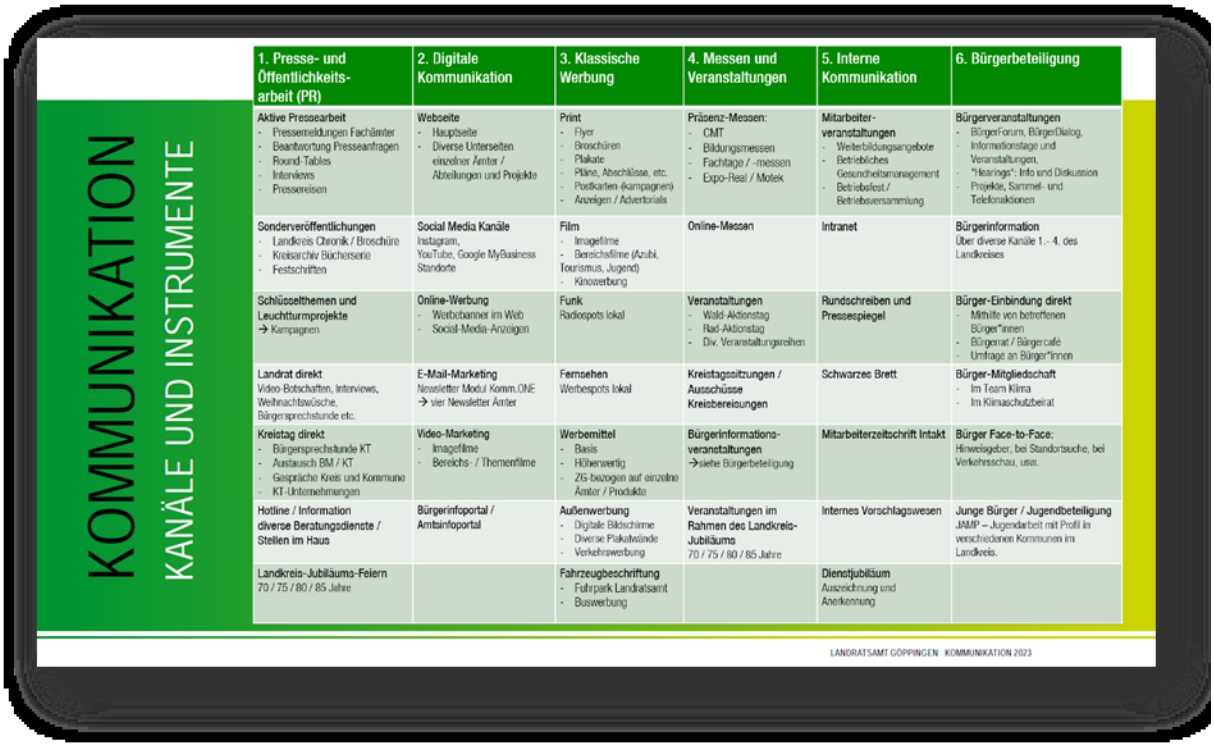
Bereits im Frühjahr 2022 wurde die Kommunikationsarbeit des Landkreises verwaltungsintern gemeinsam mit den Dezernaten und Ämtern erhoben und reflektiert.

Die Verwaltung berichtete erstmals am 1. Juli 2022 im Verwaltungsausschuss (BU 2022/126) zur systematischen Erhebung der Kommunikationsarbeit im Landratsamt. Dies war und ist die Grundlage, um die Kommunikationsarbeit des Landkreises strukturiert weiter zu optimieren. Eine aktualisierte Darstellung folgt in der Sitzung am 12. Mai 2023 ergänzend zu den Inhalten dieser Beratungsunterlage durch die Vertreter*innen des Büros für Kreisentwicklung und Kommunikation.

ÜBERSICHT DER KOMMUNIKATIONSKANÄLE DES LANDRATSAMTS

Das Landratsamt kommuniziert in folgenden Kanälen und nutzt die dazugehörigen Instrumente der Kommunikation (Kommunikationsmaßnahmen):

1. Klassische Kommunikation
2. Digitale Kommunikation
3. Interne Kommunikation
4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PR)
5. Veranstaltungen und Messen
6. Bürgerbeteiligung



KOMMUNIKATION
KANÄLE UND INSTRUMENTE

1. Presse- und Öffentlichkeits-arbeit (PR)	2. Digitale Kommunikation	3. Klassische Werbung	4. Messen und Veranstaltungen	5. Interne Kommunikation	6. Bürgerbeteiligung
Aktive Pressearbeit - Pressemeldungen Fachämter - Beantwortung Presseanfragen - Round-Tables - Interviews - Pressereisen	**Webseite** - Hauptseite - Diverse Unterseiten einzelner Ämter / Abteilungen und Projekte	**Print** - Flyer - Broschüren - Plakate - Pläne, Abschlüsse, etc. - Postkarten (kampagnen) - Anzeigen / Advertorials	**Präsenz-Messen:** - CMT - Bildungsmessen - Fachtage / -messen - Expo-Real / Motek	**Mitarbeiter-veranstaltungen** - Weiterbildungsangebote - Betriebliches Gesundheitsmanagement - Betriebsfest / Betriebsversammlung	**Bürgerveranstaltungen** - BürgerForum, BürgerDialog, - Informationstage und Veranstaltungen, - "Hearings": Info und Diskussion - Projekte, Sammel- und Telefonaktionen
Sonderveröffentlichungen - Landkreis Chronik / Broschüre - Kreisarchiv Bücherserie - Festschriften	**Social Media Kanäle** Instagram, YouTube, Google MyBusiness Standorte	**Film** - Imagefilme - Bereichsfilme (Azubi, Tourismus, Jugend) - Kinowerbung	**Online-Messen**	**Intranet**	**Bürgerinformation** Über diverse Kanäle 1.- 4. des Landkreises
Schlüsselthemen und Leuchtturmprojekte → Kampagnen	**Online-Werbung** - Werbebanner im Web - Social-Media-Anzeigen	**Funk** Radiospots lokal	**Veranstaltungen** - Wald-Aktionstag - Rad-Aktionstag - Div. Veranstaltungsreihen	**Rundschreiben und Pressespiegel**	**Bürger-Einbindung direkt** - Mithilfe von betroffenen Bürger*innen - Bürgerrat / Bürgercafé - Umfrage an Bürger*innen
Landrat direkt Video-Botschaften, Interviews, Weihnachtswüsche, Bürgersprechstunde etc.	**E-Mail-Marketing** Newsletter Modul Komm.ONE → vier Newsletter Ämter	**Fernsehen** Werbespots lokal	**Kreistagssitzungen / Ausschüsse Kreisbereisungen**	**Schwarzes Brett**	**Bürger-Mitgliedschaft** - Im Team Klima - Im Klimaschutzbeirat
Kreistag direkt - Bürgersprechstunde KT - Austausch BM / KT - Gespräche Kreis und Kommune - KT-Unternehmungen	**Video-Marketing** - Imagefilme - Bereichs- / Themenfilme	**Werbemittel** - Basis - Höherwertig - ZG-bezogen auf einzelne Ämter / Produkte	**Bürgerinformations-veranstaltungen** →siehe Bürgerbeteiligung	**Mitarbeiterzeitschrift Intakt**	**Bürger Face-to-Face:** Hinweisgeber, bei Standortsuche, bei Verkehrsschau, usw.
Hotline / Information diverse Beratungsdienste / Stellen im Haus	**Bürgerinfoportal / Amtsinfoportal**	**Außenwerbung** - Digitale Bildschirme - Diverse Plakatwände - Verkehrswerbung	**Veranstaltungen im Rahmen des Landkreis-Jubiläums** 70 / 75 / 80 / 85 Jahre	**Internes Vorschlagswesen**	**Junge Bürger / Jugendbeteiligung** JAMP – Jugendarbeit mit Profil in verschiedenen Kommunen im Landkreis.
Landkreis-Jubiläums-Feiern 70 / 75 / 80 / 85 Jahre		**Fahrzeugbeschriftung** - Fuhrpark Landratsamt - Buswerbung		**Dienstjubiläum** Auszeichnung und Anerkennung	

LANDRATSAMT GÖPPINGEN KOMMUNIKATION 2023

Abbildung 1: Kommunikationskanäle und –instrumente (siehe auch Anlage 1)

An dieser Stelle geht die Verwaltung insbesondere auf die Themen ein, die im Kontext zur Behandlung der zu Beginn genannten Haushaltsanträge stehen. Eine umfassende Darstellung der Kommunikationsarbeit erfolgt in der Sitzung.

<u>Pressearbeit</u>

Sehr regelmäßig, in der Regel mehrfach pro Woche versendet die Landkreisverwaltung Pressemitteilungen (PM). Diese gehen an einen Medienverteiler, der aktuell vier Tageszeitungen, vier Fernsehsender sowie einige weitere Redaktionen und Nachrichtenagenturen, auch bundesweit, umfasst. Die PM werden immer sofort auch auf der Webseite des Landratsamts (auf der Startseite sowie auf der Seite „Aktuelles“) eingestellt. Bisher ging nicht jede PM an alle Mitteilungsblätter auf Kreisgebiet und es gibt bislang auch keine Vereinbarungen zwischen dem Landkreis und den Städten und Gemeinden zur Veröffentlichung dieser Pressemitteilungen in den Mitteilungsblättern.

<u>Optimierungspotential sieht die Verwaltung hier an folgender Stelle</u>

- Im Rahmen einer Abstimmung mit den Oberbürgermeistern und Bürgermeister*innen auf Kreisgebiet (z.B. in einer Bürgermeisterversammlung) sollte besprochen werden, ob zukünftig alle PM an die Mitteilungsblätter versendet werden und inwiefern ein fester, größerer Raum für die Themen des Landkreises in den Mitteilungsblättern geschaffen werden kann.

- Mit Blick auf die Kommunikation in Richtung der Kommunen und der Gemeinderatsmitglieder könnten die Tagesordnungen der Sitzungen des

Kreistags und der einzelnen Ausschüsse über die Oberbürgermeister und Bürgermeister*innen an die Mitglieder der 38 Gemeinderäte auf Kreisgebiet verteilt werden. So könnte den Mitgliedern der Gemeinderäte ein vereinfachter Zugang zu den Themen der Kreispolitik ermöglicht werden.

- Zusätzlich ist auch der geplante Newsletter (Details folgend in dieser BU) des Landratsamts eine Möglichkeit zur Information der Gemeinderäte, die im Rahmen einer Bürgermeisterversammlung besprochen werden sollte. So könnten wichtige Multiplikatoren für die Themen des Landkreises direkter erreicht werden.

Web-Relaunch landkreis-goeppingen.de

Im Jahr 2023 steht der Relaunch der Webseite an: Im Fokus steht eine modernere Startseite (Homepage) mit großem Suchfeld, verbesserter Navigation und besserer Usability (nutzerfreundlich, barrierearm, responsiv, datenschutzkonform).

Um die Arbeitgeber-Ausbilder-Marke des Landratsamtes zu stärken, ist außerdem seit Sommer 2022 eine neue Webseite einfach-machen.landkreis-goeppingen.de online gegangen.

Social Media

Laut dem Digital Report 2022 von „We Are Social“ sind knapp 87 Prozent der deutschen Bevölkerung auf Social Media aktiv. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Nutzung um rund zehn Prozent gestiegen. Dabei ist auch ganz klar zu erkennen, dass nicht nur eine zentrale Plattform genutzt wird, sondern jeder Nutzer im Durchschnitt fünf verschiedene Social-Media-Accounts besitzt.

Social Media ist für die meisten Menschen nicht mehr wegzudenken und darüber hinaus kann eine große Anzahl an Menschen erreicht werden. Damit sich das Landratsamt diesen Kommunikationskanälen bedienen kann, wurde eine Social-Media-Strategie ausgearbeitet. Die Social-Media-Strategie dient zur strategischen Orientierung und bietet einen Überblick über Ziele, Zielgruppen, gegenwärtige und zukünftige Social-Media-Kanäle sowie Budget und Prozesse.

Am 31. Januar erfolgte der Start des ersten Social-Media-Kanals „Instagram“ (landkreis.goeppingen). Aktuell wird in Instagram Reichweite und Präsenz aufgebaut und Erfahrung gesammelt. Im vierten Quartal 2023 ist die Einführung von YouTube und Google MyBusiness (für alle Standorte der Landkreisverwaltung) geplant. Weitere Kanäle sollen folgen.

Ein wichtiges Ziel innerhalb der Social-Media-Kommunikation ist die Vermittlung von Wissen über die Verwaltung bzw. die Kreispolitik. Diesbezüglich wurde bereits die Vorstellung des Kreistags, der einzelnen Ausschüsse, das Kreisentwicklungskonzept sowie einzelne Aspekte des Schlüsselthemas „Abfallwirtschaft“ vorgenommen.

Die Vorstellung des Schlüsselthemas „Abfallwirtschaft“ erfolgte innerhalb einer „Fokus-Woche“ (27. März bis 30. März 2023). Dabei wurden drei Beiträge zum Thema Abfallwirtschaft veröffentlicht:

- Der erste Beitrag zeigte die Räumlichkeiten und Mitarbeiter*innen des AWB in einem kurzen Vorstellungsvideo.
- Der zweite Beitrag beschäftigte sich inhaltlich mit der jährlichen Abfallgebühr.
- Der dritte Beitrag zeigte die Wertstoffentsorgung auf einem Wertstoffzentrum.

Rückblickend ist dazu anzumerken: Die „AWB-Woche“ ist gut verlaufen. Der Beitrag zum Thema „Abfallgebühr“ wurde als einziger Beitrag negativ kommentiert. Insgesamt gab es unter diesem Beitrag sieben negativ-kritische Kommentare von drei unterschiedlichen Personen. Auf diese Kommentare hat das Social-Media-Team in Abstimmung mit dem Abfallwirtschaftsbetrieb reagiert und Antworten verfasst.

Für den weiteren Umgang mit politischen Themen ergibt sich aus Sicht der Verwaltung:

- Regelmäßige Bekanntgabe der einzelnen Sitzungstermine (Kreistag und Ausschüsse) mit den Tagesordnungen.
- Format Sofa-Talk auf Instagram mit Landrat nutzen, um - falls notwendig - auf bestimmte Themen einzugehen, ggf. auch mit weiteren Gesprächspartner*innen.
- Weitere Schlüsselthemen des Kreisentwicklungskonzepts mit den darunter subsummierten Maßnahmen und Projekten vorstellen und erklären.

Newsletter

Seit 2018 nutzt die Landkreisverwaltung die Software Superwebmailer über den IT-Dienstleister Komm.ONE, um Newsletter zu verschicken. Folgende Ämter nutzen dies seither zur regelmäßigen Kommunikation:

- Forstamt: s´Waldblättle
- Kreisjugendamt: Jugendarbeit und Jugendsozialarbeit
- Umweltschutzamt: Klimaschutz
- Landwirtschaftsamt: Ernährung und Hauswirtschaft
- Gesundheitsamt: Kommunale Gesundheitskonferenz

Optimierungspotential sieht die Verwaltung an folgender Stelle:

Es fehlt ein allgemeiner Newsletter des Hauses, der die Themen der Ämter bündelt und einen Blick auf die Themen im Kreistag und den einzelnen Ausschüssen gibt. Deshalb empfiehlt die Verwaltung die Einführung eines allgemeinen Newsletters des Landkreises in vierteljährlichem Erscheinungsturnus.

85 Jahre Landkreis im Jahr 2023

Der Tag der offenen Tür ist die zentrale Kommunikationsmaßnahme in 2023. Am 8. Juli wird der Neubau des Landratsamts, das sanierte Hochhaus sowie das neue Parkhaus offiziell eröffnet und der Öffentlichkeit präsentiert, was pandemiebedingt bislang nicht möglich war. Die Ämter stellen sich innerhalb der Räumlichkeiten der Landkreisverwaltung sowie im Außenbereich vor. Führungen durch die neuen Gebäudeteile werden angeboten. Ebenso wird es ein umfangreiches und unterhaltsames Bühnenprogramm mit Bewirtungsbereich geben. Die Veranstaltung wird über unterschiedliche Kanäle beworben.

Ebenso wurde ein Jubiläumsprogramm mit 14 Veranstaltungen im Jubiläumsjahr erstellt und als Broschüre sowie online veröffentlicht. Parallel wird das Jubiläumsjahr auch über den Instagram-Kanal begleitet. Beispielhaft sind zu nennen:

- Vorstellung aller 38 Städte und Gemeinden - früher und heute
- Archivale-Ausstellung in Schloss-Filseck (monatlich)
- Naturkundlicher Familiennachmittag in Wiesensteig für Familien

WEITERE OPTIMIERUNGSPOTENZIALE IN DER KOMMUNIKATONSARBEIT

Exemplarisch seien an dieser Stelle genannt:

- Ausbau der Kommunikation der Schlüsselthemen aus dem Kreisentwicklungskonzept (begonnen)
- Modernisierung der internen Vorlagen im Sinne des CD z.B. PowerPoint-Vorlage etc. (in Bearbeitung)
- Online-Kampagnen mehr auf Zielgruppen fokussieren
- Verstärkte Teilnahme an Messen- und Veranstaltungen, vor allem, um das Landratsamt als Arbeitgeber attraktiv darzustellen (begonnen)
- Bürgerdialog als festes und regelmäßiges Format verankern (aktuelle Abstimmung intern einmal jährlich)
- Einführung von Bürgersprechstunden im Kreistag (in Prüfung)
- Fortführung des Austauschformats „Kreis und Kommune“ (in Planung)

BEWERTUNG DURCH DIE VERWALTUNG

Aufgrund der in dieser BU aufgeführten Darstellungen ist die Verwaltung der Auffassung, dass ein allgemeiner Newsletter und der Relaunch der Webseite zum momentanen Stand die unterschiedlichen Zielgruppen am besten mit Informationen versorgen kann. Aufgrund der Erfahrungen hierzu geht die Verwaltung davon aus, dies personell im Rahmen der vorhandenen Kapazitäten und im Austausch mit den Dezernaten und Ämtern realisieren zu können. Die Verwaltung schlägt daher vor, diesen bereits eingeschlagenen Weg weiterzuführen.

Die Einführung einer „Kreiszeitung“ (AFD Antrag) würde hohe Kosten mit sich bringen für Grafik, Druck, Verteilung und Personal. Zudem sind Print Produkte wie dieses nicht mehr „state of the art“ und insbesondere im Hinblick auf das mehr und mehr an Bedeutung gewinnende Thema Nachhaltigkeit kritisch zu sehen.

Die Einführung einer eigenen Landkreis-App (CDU Antrag) hat mehrere Nachteile: sie ist teuer in der Entwicklung, muss mit hohem Werbeaufwand bekannt gemacht werden und muss von den Nutzer*innen bewusst heruntergeladen sowie regelmäßig aktualisiert werden. Zudem wäre dies für die Landkreisverwaltung ein weiteres Produkt, das gepflegt und mit Inhalten versehen werden muss und dadurch zusätzlichen Personalaufwand benötigt.
Der größte Nachteil einer Landkreis-App ist jedoch, dass die Informationen, die die Hauptwebseite des Landratsamts beinhaltet, reine Sachinformationen sind. Eine App lohnt sich speziell dann, wenn beispielsweise eine regelmäßige Erinnerung eingestellt werden soll. Zum Beispiel Push-Nachrichten zu Unwetterwarnungen, Unfällen oder Abfuhrterminen. In diesem Bereich ist der Landkreis mit der AWB-App bereits gut ausgestattet, zudem werden Warnungen schon über die bundesweite Warn-App NINA kommuniziert.
Erfahrungsgemäß ist eine App lohnenswert, wenn direkt mit den Bürger*innen kommuniziert werden soll. Beispielsweise zur Meldung von Sachschäden an Gehwegen, einer defekten Straßenbeleuchtung oder dem Hinweis zu illegalen Müllablagerungen. Diese Aufgaben liegen jedoch im Verantwortungsbereich der Kommunen und somit ist der direkte Kontakt zur Gemeindeverwaltung sinnvoller.

ZUSAMMENFASSUNG

Die aus Sicht der Verwaltung gut strukturierte und sich stetig verbessernde Außendarstellung des Landkreises und der Landkreisverwaltung wird durch politisch komplexe und diffiziele Themen wie beispielsweise die Entscheidung zur Schließung der Helfensteinklinik oder der Festlegung der Müllgebühren beeinflusst. Dies war auch bei der letztmaligen Präsentation der Kommunikationsarbeit in der Sitzung des Verwaltungsausschusses am 1. Juli 2022 prägendes Thema in der Diskussion.

Aus Sicht der Verwaltung passen für eine weiter optimierbare Kommunikationsarbeit die in dieser Beratungsunterlage beschriebenen Ideen und Instrumente.

III. Handlungsalternative

Aus Sicht der Verwaltung keine.

IV. Finanzielle Auswirkungen / Folgekosten

Auf die Seiten 55ff. und 134 im Vorbericht zum Haushalt 2023 wird verwiesen.

Die beschriebenen Maßnahmen können über das (ebenfalls für die Potenzialanalyse angepasste) Budget der Standortkommunikation und das fürs Jubiläumsjahr in den Haushalt 2023 aufgenommene Budget unter Repräsentation realisiert werden. Das Budget der IT für den Relaunch der Webseite ist auch betroffen ebenso wie für die Einführung der verschiedenen Newsletter. Bei der Teilnahme an Messen und Events werden zudem weitere Budgets (z. B. Tourismus, Hauptamt) genutzt.

Entsprechende Mittel sind regelmäßig in den jeweiligen Haushaltsplänen des Landkreises veranschlagt.

Die Aufgaben der Kommunikation in der Verwaltung unterliegen einer ständigen Dynamik, z. B. beginnend vor vielen Jahren mit Onlineredakteuren in den Ämtern, die aktive Pressearbeit in den Ämtern und in den letzten Jahren vermehrt die Verlagerung von Print ins Web.
Damit verändern sich die Aufgaben in der Verwaltung für die Kommunikationsarbeit extrem bei bislang für dieses Aufgabengebiet zentral und dezentral unveränderten personellen Ressourcen. Das Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation unterstützt die Ämter über die Pressestelle, über die Standortkommunikation und seit Ende 2022 über die Stelle Social Media.

V. Zukunftsleitbild/Verwaltungsleitbild - Von den genannten Zielen sind berührt:

Zukunfts- und Verwaltungsleitbild	Übereinstimmung/Konflikt 1 = Übereinstimmung, 5 = keine Übereinstimmung				
	1	2	3	4	5
Themen des Zukunftsleitbilds über die Kommunikationsarbeit nahezu alle berührt.	☐	x	☐	☐	☐
Außenwirkung	x	☐	☐	☐	☐
Identifikation	☐	x	☐	☐	☐
Kundenorientierung	☐	x	☐	☐	☐

gez.
Edgar Wolff
Landrat