

Themen setzen, aber wie?

Bestimmt ist auch in Ihrer Verwaltung Personal knapp, die Zeit ebenfalls. Trotzdem ist es für die Reputation Ihrer Kommune immens wichtig, regelmäßig Themen für die Öffentlichkeit zu setzen. Sie können mit wenigen Mitteln feste Strukturen schaffen und damit schnell einen Themenfundus schaffen, aus dem sie schöpfen können. Hier ein paar Anregungen für ein „Tuning“ Ihrer Pressearbeit:

- Teilen Sie die Zuständigkeiten zur Themenfindung nach Sachgebieten auf (z.B. Bauverwaltung, Sozialwesen).
- Versuchen Sie, eine wöchentliche Redaktionskonferenz abzuhalten. Das können Sie zur Not auch ohne großen Aufwand in der Teeküche in fünf Minuten umsetzen.
- Jeder Verantwortliche sollte eine Viertelstunde pro Woche zum Brainstorming oder zur Onlinerecherche relevanter Themen zur Verfügung haben.
- Was sind Themen, mit denen Sie immer wieder konfrontiert werden? Fragen, die dem/der BürgermeisterIn immer wieder gestellt werden oder die in der Verwaltung immer wieder aufschlagen, können Sie jederzeit allen Bürgern zur Verfügung stellen, entweder über eine Pressemitteilung oder auf Ihrer Homepage.
- Geben Sie regelmäßig Zwischenstände von Großprojekten wie über Brückenbaumaßnahmen oder den Breitbandausbau bekannt. Falls Sie Bedenken haben, vorab erst Ihren Gemeinderat informieren zu müssen, schicken Sie den Mitgliedern vorab eine Mail. Sie vermeiden damit, dass die Journalisten von selbst auf ein Thema kommen, Sie unvorbereitet reagieren müssen und Beteiligte nicht über eine Veröffentlichung in den Medien informiert sind.
- Wie wäre es mit einem Bürgermeister-Blog auf Ihrer Homepage? Dieser eignet sich vor allem für Themen, die das Gemeindeoberhaupt, die Verwaltungsmitarbeiter oder die Bürger emotional bewegen. Geeignet sind aber auch nette Begebenheiten.
- Unterziehen Sie Ihre Themen nach der Ideenfindung einer praktischen Überprüfung. Sie sollten eines der folgenden Kriterien erfüllen:
 - Wissens- und Orientierungswert: Ihre Pressemitteilung sollte einen erkennbaren Wissensvorsprung und Informationswert bieten. Das kann z. B. der Rücktritt eines Gemeinderatsmitglieds sein oder Informationen über die Entwicklung des Abwasserpreises. Neue Gewerbeansiedlungen und die damit zu erwartende Steigerung der Gewerbesteuer sind es ebenfalls wert, kommuniziert zu werden.

- Gebrauchswert: Der Empfänger bekommt Informationen, die er konkret umsetzen kann oder die direkten Einfluss auf sein Handeln haben. Beispiel: Einführung oder Änderung einer Gestaltungssatzung.
- Unterhaltungs- und Gesprächswert: Hierüber spricht man am Ort gerne, z.B. Mitarbeiterjubiläen, Ehrungen, Auszeichnungen für Ihre Gemeinde. Unterschätzen Sie hier nicht den imagebildenden Faktor für Ihre Kommune.