

Wie gelingt Kommunikation in kleinen Kommunen trotz knapper Ressourcen und wachsender Erwartungen? Ein Modellprojekt hat untersucht, was Bürgerinnen und Bürger wirklich brauchen, worauf es bei Amtsblatt und Homepage ankommt – und warum auch ein „Dorfbüttel“ manchmal mehr bewirken kann als ein Social-Media-Post.



PRAXIS

Text — Tilman Baur

Wie kann es gelingen, Bürgerinnen und Bürger in kleinen Gemeinden besser zu erreichen, ohne gleich neue Stellen zu schaffen oder jede Woche eine Social-Media-Kampagne zu fahren? Diese Frage stand im Zentrum eines vom Ministerium für Ländlichen Raum Baden-Württemberg geförderten Forschungsprojekts des Instituts für angewandte Sozialwissenschaften in Stuttgart.

Über ein Jahr lang untersuchten Sandra Holzherr und Projektleiterin Janine Bliestle Kommunikationsstrategien von Kommunen im Ländlichen Raum – quantitativ, qualitativ, praxisnah. Das Ergebnis: ein fundierter Praxisleitfaden mit konkreten Vorschlägen, klarem Fokus und überraschenden Erkenntnissen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Mehrheit der befragten Bürgerinnen und Bürger mit der Kommunikation der Gemeinden zufrieden ist. Schwachstellen und blinde Flecken gibt es aber auch. „Viele Kommunen sind sich gar nicht bewusst, wie oft sie nicht kommunizieren“, sagt Janine Bliestle. Viele Personen schilderten in der begleitenden Umfrage, wie sie auf Rückmeldungen von der Verwaltung warteten – oft vergeblich. Das bloße Ausbleiben von Antworten wird dabei selbst als Botschaft wahrgenommen: „Man wusste gar nicht,

ob die Nachricht angekommen war“, berichtet eine Teilnehmerin.

Dabei geht es nicht um ausgefeilte Strategien, sondern um etwas sehr Grundlegendes: Erreichbarkeit. Freundlichkeit. Rückmeldung. Auch Sandra Holzherr sieht hier Nachholbedarf. „Oft kommuniziert eine Verwaltung nicht, wenn es nichts Neues zu berichten gibt. Dabei wäre es schon hilfreich, einfach mitzuteilen: Wir sind dran – aber es dauert noch.“ Gerade bei Bauprojekten, die sich verzögern, oder bei langwierigen Genehmigungsprozessen könne eine solche Zwischenmeldung Vertrauen schaffen – und Konflikten vorbeugen.

Die gute Nachricht: Kommunikation muss nicht teuer sein. Wer als Kommune ein gutes Amtsblatt hat und eine gepflegte, übersichtliche Homepage, ist bereits sehr gut aufgestellt. „Wenn beides aktuell, verständlich und zuverlässig ist, dann können sich die Bürgerinnen und Bürger sowohl analog als auch digital informieren – und das reicht in vielen Fällen aus“, erklärt Bliestle. Und **Social Media? Nur, wenn die Ressourcen dafür wirklich vorhanden sind.**

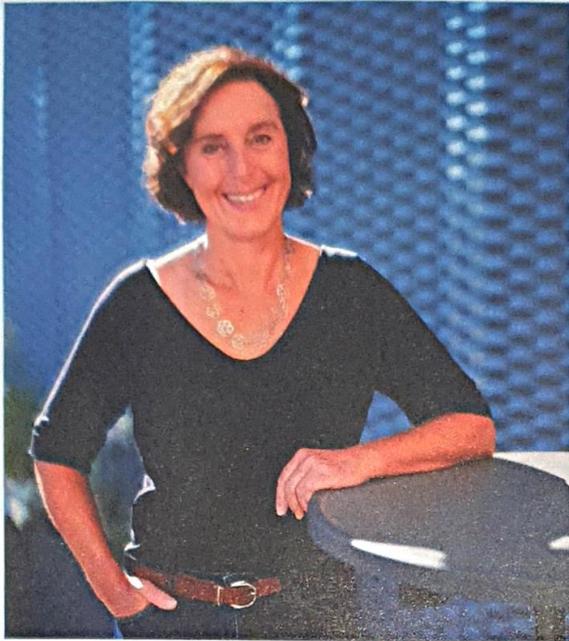
„Facebook braucht man nicht mehr bedienen, das ist durch“, sagt sie mit Blick auf die Ergebnisse. **Empfehlenswerter seien eher individuelle Bürger-Apps – oder sogar WhatsApp-Kanäle, sofern**



datenschutzrechtlich vertretbar. Doch hier lauert ein Problem: Viele Homepages sind inhaltlich und technisch nicht auf der Höhe. „Ich bin auf vielen Gemeindeseiten unterwegs“, erzählt Bliestle, „und oft finde ich dort nicht das, was ich suche – oder nichts Aktuelles.“ Die Folge: Veranstaltungen werden schlecht besucht, Angebote bleiben unbekannt, die Kommune wirkt nach außen verschlossen.

Ein zentrales Problem ist das sogenannte „Silodenken“ innerhalb der Verwaltung: Die für Projekte zuständigen Personen geben Informationen nicht an die Öffentlichkeitsarbeit weiter – oder es gibt gar keine solche Stelle. Selbst in größeren Kommunen mit eigenen Pressestellen, so schildert es Bliestle, seien Zuständigkeiten nicht klar geregelt, Schnittstellen nicht genutzt. „Wenn das schon bei Kommunen mit mehr Personal nicht funktioniert, wie soll es dann in kleinen klappen?“

Doch gerade die Kleinen haben einen Vorteil: Sie kennen sich. „Ich bin ein gro-



Copy-Paste aus Urteilen oder Verordnungen bringt niemandem etwas, wenn es keiner versteht.

Sandra Holzherr, Institut für angewandte Sozialwissenschaften Stuttgart

ßer Fan der kleinen Kommunen“, sagt Bliestle. „Da ist der Flurfunk noch stark, da wird vieles informell geregelt.“ Doch auch hier gilt: **Es braucht mindestens eine zuständige Person. Ob das die Bürgermeisterin ist oder jemand anderes innerhalb der Verwaltung – wichtig ist, dass Informationen gebündelt, aufbereitet und weitergegeben werden.**

Ein kluger Zug ist die Einbindung lokaler Multiplikatoren. Denn nicht jede Information muss über offizielle Kanäle kommen. Manchmal ist es effektiver, wenn sie über Vereine, Ortsvorsteher oder engagierte Bürgerinnen und Bürger weitergetragen wird. Besonders Menschen, die sich sonst nicht äußern, etwa aufgrund von Sprachbarrieren – können so besser erreicht werden.

„Viele gehen nicht direkt aufs Rathaus“, sagt Holzherr, „aber sie sprechen mit ihrem Vereinsvorstand oder der Ansprechpartnerin im Ortsteil. Wenn diese Leute gut informiert sind, kann das unglaublich viel bewirken.“ Die Rolle solcher Schlüsselpersonen wird im Praxisleitfaden mehrfach betont – nicht zuletzt als Rückkanal: Sie können auch

stimmungsvolle Hinweise aus der Bevölkerung aufnehmen und in Richtung Verwaltung weitergeben.

Der Forschungsbericht zeigt deutlich: Die Erwartungen an Kommunikation sind gewachsen, was damit zusammenhängt, dass Informationen zunehmend komplexer werden. **Wer heute mit seiner Kommune in Kontakt tritt, erwartet Transparenz, Verständlichkeit und schnelle Rückmeldung.** Vor allem ältere Menschen äußerten in der Befragung den Wunsch nach digitalen Angeboten. „Ich hätte nicht gedacht, dass gerade über 70-Jährige sagen: ‚Schickt uns das per PDF oder macht es über die Homepage‘“, so Holzherr.

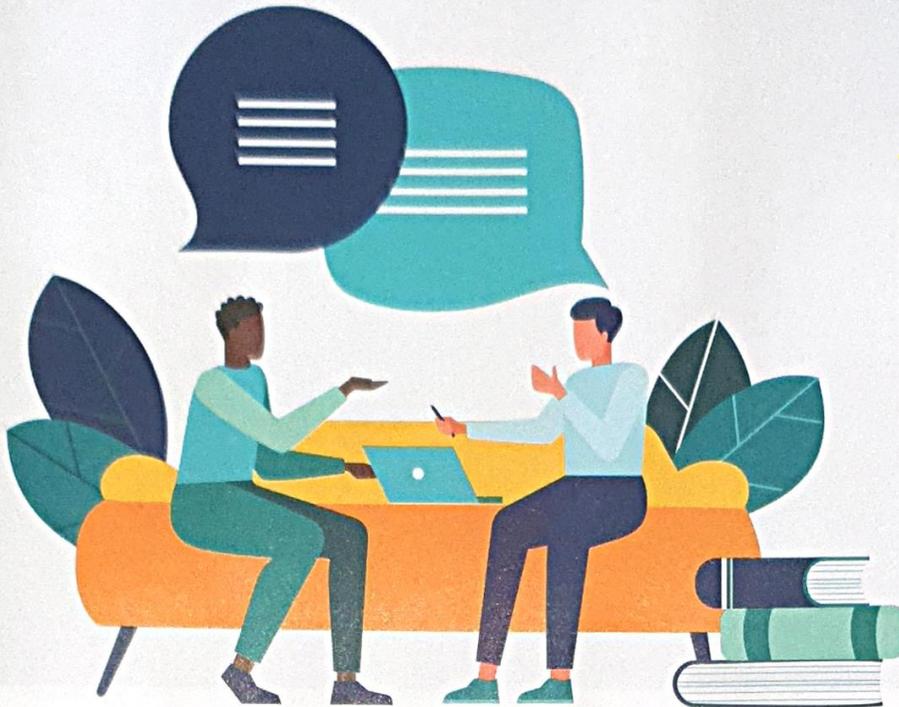
Wenn ich gut informiert bin, dann fühle ich mich auch zugehörig.

Janine Bliestle, Projektleiterin

Dennoch darf das Persönliche nicht verloren gehen. Offene Sprechstunden, „Bürgermeister-Spaziergänge“ oder die klassische Einwohnerversammlung bleiben wichtige Formate.

Und auch nostalgische Ideen können neue Strahlkraft entwickeln: In Eisental, einem Ortsteil von Bühl, ließ eine Kommune zum Jubiläum den „Dorfbüttel“ wieder aufleben – ausgestattet mit der





mune tut, dann fühle ich mich auch zugehörig.“ Und Sandra Holzherr ergänzt: „Ich gebe als Bürgerin ein Stück meines Daseins in die Hände der Kommune. Und je besser ich mich aufgehoben fühle, desto mehr möchte ich bleiben.“ Kommunikation ist also mehr als ein Mittel zum Zweck. Sie ist Ausdruck von Haltung – und im besten Fall: Einladung zur Mitgestaltung. ■

alten Dorfschelle. Eine andere Kommune setzt Lastenrad und Lautsprecher ein. Eine charmante Aktion – und ein echter Hingucker.

Ein Dauerbrenner bleibt das Thema „Verwaltungsdeutsch“. Zwar zeigte die Umfrage eine relativ hohe Zufriedenheit mit Verständlichkeit und Vollständigkeit – doch das Bild ist verzerrt: Ein Großteil der Befragten hatte Abitur oder Hochschulabschluss. Für weniger gebildete Zielgruppen bleiben viele Texte unzugänglich. Holzherr plädiert daher für „mehr Texte aus Bürgersicht – verständlich, lesbar, mit klaren Aussagen“.

Empfehlenswert ist, sich an die Grundlagen des Journalismus zu halten: **Kurze Sätze. Klare Gliederung. Leichte Sprache, wo möglich.** Und: Bei übermittelten Gesetzestexten wenigstens eine einordnende Einleitung schreiben. „Copy-Paste aus Urteilen oder Verordnungen bringt niemandem etwas, wenn es keiner versteht“, betont Holzherr.

Janine Bliestle ist überzeugt davon, dass gute Kommunikation Menschen an Orte

binden oder sogar zurückholen kann. „Wenn ich gut informiert bin, wenn ich Vertrauen habe in das, was meine Kom-



Den Praxisleitfaden, erhalten Sie unter <https://is.gd/fN6mWs>

Praxisleitfaden für Kommunen

Das Modellprojekt „Analyse der Informationsübermittlung und Kommunikationswege in kleinen Kommunen des Ländlichen Raums – Wege, Methoden, Wirkungen“ (2025) wurde vom Institut für angewandte Sozialwissenschaften Stuttgart durchgeführt und vom Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg gefördert. In Phase 1 wurden circa 600 Kommunen im Ländlichen Raum Baden-Württembergs zu bestehenden Kommunikationswegen, Herausforderungen und Zielgruppen befragt. 99 Kommunen beteiligten sich an der Umfrage – darunter zwei Drittel mit unter 5.000 Einwohnern. In Phase 2 wurden ausgewählte Kommunen vertiefend begleitet: mit lokalspezifischen Bürgerbefragungen. Die Ergebnisse dienen anschließend als Grundlage für einen Vertiefungsworkshop mit Verwaltungsmitarbeitenden als auch mit Einwohnerinnen und Einwohnern der Kommunen. Neben dem Austausch zu den Ergebnissen der Vor-Ort-Befragungen wurden Ideen für eine bessere Bürger-Verwaltungskommunikation entwickelt. Der daraus entstandene Praxisleitfaden soll Kommunen helfen, ihre Kommunikationsarbeit mit einfachen Mitteln zu verbessern – und gezielter zu gestalten.