

Kommunale Bürgerkommunikation

*Konzeptionelle Grundlagen –
Empirische Befunde – Kommunale Praxis*

Herausgegeben von Helmut Schneider und Heinz-Hermann Herbers
in der Schriftenreihe des
Innovators Club – Deutschlandforum Verwaltungsmodernisierung

H. Schneider / H.-H. Herbers (Hrsg.): Kommunale Bürgerkommunikation

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt, 2013



Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt. Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung der Herausgeber möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Schriften des Innovators Club; Bd. 5

www.innovatorsclub.de

Umschlag: design of media, Lüchow

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

– Als Manuskript gedruckt –

Printed in Germany

ISBN: 978-3-86488-040-7

Vorwort

Kommunale Bürgerkommunikation – unter diesem auf den ersten Blick vielleicht etwas sperrigen Begriff werden am SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing und Dialogmarketing der Steinbeis-Hochschule Berlin seit nunmehr vier Jahren die Kommunikationsbeziehungen zwischen Kommunen und ihren Bürgern analysiert. Finanziell unterstützt wurde diese Forschung vom Siegfried Vögele Institut und vom Geschäftsbereich Öffentlicher Sektor der Deutschen Post. Die Begründungen für die Notwendigkeit einer vertieften Auseinandersetzung mit der kommunalen Bürgerkommunikation sind zahlreich. So erfordert beispielsweise das Leitbild der Bürgerkommune nicht zuletzt auch eine veränderte Bürgerkommunikation. Zudem werden Einwohner angesichts insgesamt rückläufiger Bevölkerungszahlen für viele Kommunen zunehmend zum Engpass einer zukunftsfesten Entwicklung, was Einwohnergewinnung und insbesondere -bindung in den Fokus rücken. Auch hierbei kann vermutet werden, dass Kommunikation eine Schlüsselrolle zukommt.

Über kommunale Bürgerkommunikation zu forschen ist das Eine, sie praktisch zu gestalten das Andere. Von Beginn des Forschungsprojektes an wurde daher großer Wert auf die Verzahnung mit der kommunalen Wirklichkeit gelegt. Der Deutsche Städte- und Gemeindebund hat dankenswerterweise schon früh Interesse an der Forschung gezeigt und war in zahlreichen Veranstaltungen nicht nur praktischer Resonanzkörper, sondern auch Impulsgeber. Aus dieser Kooperation ist auch die Idee für die vorliegende Publikation entstanden, die zum einen die Forschungsergebnisse dokumentiert, zum anderen Einblicke in die Praxis kommunaler Bürgerkommunikation vermittelt. So ergibt sich auch die Struktur des Bandes:

Am Anfang steht eine Einordnung des Themas in den marketingwissenschaftlichen Kontext. Helmut Schneider interpretiert in seinem Beitrag kommunale Bürgerkommunikation als eine themen- und zielgruppenspezifische Vertiefung des Stadtmarketing und entwickelt Begründungslinien für die Notwendigkeit einer solchen Vertiefung. Es folgt der Beitrag von Sebastian Windhaus und Co-Autoren, die auf Grundlage einer Analyse einschlägiger Literatur ein konzeptionelles Modell der kommunalen Bürgerkommunikation entwickeln.

An diese konzeptionell ausgerichteten Beiträge schließt sich die Dokumentation der im Rahmen des Forschungsprojektes gewählten empirischen Themenzugänge an. Als Auftakt des zeitlich gestaffelten empirischen Dreiklangs wurde eine Tiefenbefragung unter 16 themeneinschlägigen Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis durchgeführt. Die Ergebnisse dieses Erhebungsschrittes sind in dem Beitrag von Julia Schlicht, Sebastian Windhaus und Helmut Schneider dokumentiert. Die zweite empirische Untersuchungsstufe bildete eine umfangreiche Erhebung unter mehr als 500 Kommunalverantwortlichen, in ihrer Mehrheit Bürgermeisterinnen und Bürgermeister. Zentrale Befunde der so abgebildeten Produktionsseite der kommunalen Bürgerkommunikation fasst der Beitrag „Die Bürgermeisterperspektive – empirische Befunde zur Produktionsseite der kommunalen Bürgerkommunikation“ zusammen. Den Schlusspunkt der empirischen Thementausleuchtung stellt eine repräsentative Erhebung zu Anforderungen und Wahrnehmungen der kommunalen Bürgerkommunikation aus Sicht der Bürger dar. Die Ergebnisse dieses Untersuchungsschrittes stellen Sebastian Windhaus und Co-Autoren in ihrem Beitrag vor. Abschließend werden die unterschiedlichen empirischen Befunde im Sinne einer Triangulation zusammengeführt und in Schlussfolgerungen für eine effektivere kommunale Bürgerkommunikation überführt.

Auf die Dokumentation der empirischen Befunde sowie den daraus gezogenen Schlussfolgerungen folgen die Einblicke in die Praxis kommunaler Bürgerkommunikation. Den Auftakt hierzu bildet der Beitrag von Franz-Reinhard Habel, Sprecher und Direktor für politische Grundsatzfragen des Deutschen Städte- und Gemeindebundes, der der provokativen Frage nachgeht, ob wir noch in der Kommune leben oder schon in der Welt.

Bernadette Spinnen, Leiterin von Münster Marketing, beleuchtet in ihrem Beitrag die Bedeutung und Ausgestaltung der Bürgerkommunikation im Zusammenhang mit kommunalen Identitätsprozessen. Jürgen Kleikamp, verantwortlicher Redakteur beim WDR, widmet sich den besonderen Herausforderungen der Kommunikation im Zuge krisenhafter Zuspitzungen in einer Kommune. Thomas Krüger, Bürgermeister der Stadt Langen, beleuchtet schließlich die Bedeutung von Kommunikation im Kontext der Entwicklung zur Bürgerkommune.

Eine solche Publikation wäre ohne zahlreiche Unterstützer nicht möglich gewesen. Der erste Dank gebührt den Autoren aus der Praxis. Sie haben die mühevollen Arbeit auf sich genommen, neben den vielfältigen beruflichen Verpflichtungen, ihre Beiträge in einem engen Zeitplan fertigzustellen. Dan-

ken möchten wir darüber hinaus dem Innovators Club des Deutschen Städte- und Gemeindebundes, der für uns nicht nur praktischer Impulsgeber war, sondern die Fertigstellung dieser Publikation vielfältig unterstützt hat. Besondere Verdienste hierbei hat sich Herr Alexander Handschuh erworben. Schließlich ist die Fertigstellung eines solchen Bandes auch mit erheblichen operativen Anstrengungen verbunden. Danken möchten wir in diesem Zusammenhang zunächst Frau Ines Schönenberg, die uns bei der Transformation der empirischen Dokumentationen zu den (deutlich kürzeren) Beiträgen maßgeblich unterstützt hat. Zudem hat sie die Gesamtkoordination des Publikationsprozesses umsichtig und zielführend übernommen. Claudia Seiler schließlich hat uns bei der Schlussredaktion des Buches gewohnt tatkräftig unterstützt.

Wir hoffen, dass dieser Band in der kommunalen Praxis auf Interesse stößt. Wissenschaft, die nicht auf unterschiedlichen Wegen in den Dialog mit dem „echten Leben“ tritt, hat unserer Auffassung nach ihre Aufgabe nicht richtig verstanden. Insofern freuen wir uns über jede Form des Austausches!

Berlin, im Mai 2013

Helmut Schneider, Heinz-Hermann Herbers

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Teil 1: Konzeptionelle Grundlagen der kommunalen Bürgerkommunikation	11
<i>Helmut Schneider</i>	
Kommunale Bürgerkommunikation als essenzielle Vertiefung des Stadtmarketing	13
<i>Sebastian Windhaus, Julia Schlicht</i>	
Entwicklung eines Modells der kommunalen Bürgerkommunikation	33
Teil 2: Empirische Befunde zur kommunalen Bürgerkommunikation und Ableitung von Handlungsempfehlungen	47
<i>Julia Schlicht, Sebastian Windhaus, Helmut Schneider</i>	
Die Expertenperspektive – empirische Annäherung an den Forschungsgegenstand	49
<i>Sebastian Windhaus, Helmut Schneider, Julia Schlicht</i>	
Die Bürgermeisterperspektive – empirische Befunde zur Produktionsseite der kommunalen Bürgerkommunikation	69

Julia Schlicht, Helmut Schneider, Sebastian Windhaus

Die Bürgerperspektive – empirische Befunde zur Re-
zeptionsseite der kommunalen Bürgerkommunikation 103

Sebastian Windhaus, Helmut Schneider, Julia Schlicht

Die Zusammenschau – Kondensat
empirischer Befunde und Implikationen für eine
veränderte kommunale Bürgerkommunikation 137

Teil 3: Einblicke in die kommunale Kommunikationspraxis 181

Franz-Reinhard Habel

Leben wir noch in der Kommune oder schon in
der Welt? – Bürgerkommunikation im Wandel 183

Bernadette Spinnen

„Rede, daß ich Dich sehe!“ – Bürgerkommunikation
als Element kommunaler Identitätsprozesse 187

Jürgen Kleikamp

Alles kommt raus (immer) –
Bürgerkommunikation in Krisensituationen 199

Thorsten Krüger

Der größte Erfolg ist das WIR – Bürger-
kommunikation als Ausdruck der Bürgerkommune 207

Autoren- und Herausgeberverzeichnis 221

Hinweis: Die im Text erwähnten Anhänge (vgl. S. 72 und 107) sind online abrufbar unter
<http://www.vwh-verlag.de/vwh/?p=845>.