

# MOSAIQ

KOMMUNIKATIONSAGENTUR



## Kommunal-Marketing

### GEMEINDE-INFORMATIONEN KONVERGENT ALS MAGAZIN UND AUF DIGITALEN MEDIEN

Kommunale Verwaltungen von Städten und Dörfern sehen sich durch Public Corporate Governance und die fortschreitende Digitalisierung in der Pflicht, regelmässig und transparent zu informieren bzw. sogar den Dialog zu fördern. Da die Kommune keine Zielgruppe bevorzugen darf, muss die gesamte Bevölkerung erreicht und abgeholt werden. Dabei ist gerade die Generation «70plus» nach wie vor sehr analog unterwegs. Doch auch jüngere und sogar junge Generationen schmökern in einem gedruckten Gemeinde-Magazin, welches im Wohnzimmer rumliegt, und erfreuen sich deren haptischen wie visuellen Reizen. Digital macht es Sinn, die bereits aufbereiteten Informationen vielseitig einzusetzen: Einzeln als Social Media-Beiträge oder gesammelt auf einem Content-Portal in Ergänzung zur Website.

#### Ihr Magazin mit unserer Unterstützung

Mosaiq Kommunikationsagentur bietet Ihnen ein individuell anpassbares Konzept, von der Positionierung ihrer «Marke», über die Bildung eines lokalen Redaktionsteams, Workshops zum Thema Storytelling, Erscheinungsrhythmus und Redaktionsplanung, Projektleitung und Themen-

bestimmung für die jeweiligen Ausgaben, Chefredaktion und Lektorat, Fotografie und Bildbearbeitung, Publishing und Druck, Aufbereitung und Verbreitung der Online-Inhalte. Wählen Sie aus, welche Bereiche durch die Kommune oder durch uns verantwortet werden sollen und wir stellen Ihnen so Ihr individuelles Konzept zusammen.

#### Das Gemeinde- oder Städte-Portal als Basis kommunaler Information

Klar, die Basis jeglicher kommunaler Information ist die Website einer Gemeinde. Internet und digitale Medien verändern das Leben nachhaltig. Smartphones und Apps sind dabei ständige Begleiter und nehmen Einfluss auf das Informations- und Kaufverhalten der Besucher. Die digitale Vernetzung von Verwaltung, Marketing und lokalem Handel durch mobile Schnittstellen bildet die optimale Kommunikationsstruktur, um alle Zielgruppen online zu erreichen.

Nebst dem unumstrittenen CH-Marktführer iWeb gibt es auch weitere Nischenplayer, welche dieses Marktsegment mehr oder weniger erfolgreich bedienen. Selbstge-



bastelte OpenSource-Websites verschwinden mit der zunehmenden Digitalisierung von Prozessen innerhalb eines Kommunal-Portales aber zunehmend.

Die Komplexität von Online-Portalen hat aber auch Nachteile: Viele Websites von Gemeinden haben einen stark verwaltungslastigen Charakter, was die Übersichtlichkeit und Lesefreundlichkeit einschränkt und die Website auf ein Nachschlagewerk für gezielte Stichwort-Suche reduziert. Die Positionierung einer Gemeinde, ihre Marke oder ihr «Herz» haben hier wenig Platz, auch wenn der News-Bereich vorbildlich und konsequent mit interessanten Berichten bewirtschaftet wird (Storytelling / Content Marketing). Eine Website ist grundsätzlich ein sogenanntes «Pull»- und nicht «Push»-Medium. So werden viele Informationen selten bis nie abgerufen, einzelne Bereiche der Seite verweisen mit der Zeit.

### Das «Gemeindemagazin» als emotionaler Informationsträger

Ein regelmässig erscheinendes Printmagazin ist – richtig konzipiert und eingesetzt – ein sogenanntes «Push»-Medium. Nebst der Publikation von in sich abgeschlossenen Berichten, kann es den Leser über Handlungsaufforderungen auch gezielt auf weiterführende Informationen oder Umfragen auf der Website lotsen (Print2Web). Somit übernimmt das Magazin eine ähnliche Funktion wie Posts auf sozialen Kanälen. Einfach in gebündelter, archi-

vierungsfähiger und in sich stimmiger Form. Sehr viele Kommunen bieten der Bevölkerung regelmässig diese sehr beliebten, von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich konzipierten, Informationsblätter an.

Gleichzeitig ist ein Magazin heute zunehmend auch Referenz und Markenträger. Die Gemeinde kommuniziert ihr Image über Stil, Design und Wertigkeit ihrer Publikation und erwirkt damit eine kommunikative Beziehungen zwischen Verwaltung und Bürger, aber eben auch eine hoffentlich attraktive Aussenwirkung im Wohnortmarketing zur Bewerbung von Neuzuzüglern oder im Standortmarketing zur Neuansiedlung von Unternehmen. Deshalb ist es wichtig, Konzept, Inhalt-Strategie und Erscheinungsbild einer Publikation sorgfältig zu entwickeln.

### Analoge Grundlage für crossmediale Breitenwirkung

Obwohl analog in Papier produziert, sind die Ursprungsdaten selbstverständlich digital und damit in jeder Form online weiter verwendbar. So macht es - neben der Archivierung des PDFs auf der Website – absolut Sinn, einzelne Beiträge auf Website und Social Medias zeitlich gestaffelt zu veröffentlichen und damit die Reichweite zu erhöhen, ob bei sich rein digital informierenden Bürgern oder weit über die Kommunalgrenze hinaus. Soziale Gruppen auf Facebook und Instagram sind für eine Kommune heute perfekte und willkommene Kanäle für Informationen. Siehe Beispiele wie «Du bisch vo ....., wenn...» oder die Gruppe «Olten».