

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
1 Kommunikationsanlässe und -zielgruppen im kommunalen Alltagsgeschäft	11
1.1 Interne und externe Kommunikation	11
1.2 Verwaltungskommunikation und Bürgerdialog	17
1.3 Personalmarketing	21
1.4 Standortmarketing.....	29
1.5 Tourismusmarketing	31
1.6 Wahlkampf	33
1.7 Coronakommunikation von Kommunen als Beispiel	37
2 Kommunikationskanäle von Kommunen und der Stellenwert von Social Media	43
2.1 Verändertes Mediennutzungs- und Informationsverhalten	43
2.2 Kommunikationskanäle von Kommunen.....	48
2.3 Stellenwert von Social Media und digitalen Kommunikationskanälen	52
2.4 Social Media als Kommunikationsraum für Kommunen.....	53
2.5 Die wichtigsten Plattformen und Dienste	56
3 Social-Media-Kommunikation durch Verwaltung und Verwaltungsspitze	67
3.1 Kommunikation durch die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister ...	68
3.2 Kommunale Social-Media-Kanäle	75
3.3 Kommunikation durch Ämter, Fachabteilungen, Eigenbetriebe und kommunale Einrichtungen.....	77
3.4 Die Rolle von einzelnen Mitarbeitenden.....	80
3.5 Beispiele – der Redaktions- und Jahresplan	84

4	Social-Media-Kampagnen und crossmediale Werbung von Kommunen	87
4.1	Kampagnenplanung	87
4.2	Von der Planung zur Umsetzung	94
4.3	Erfolgsfaktoren der Social-Media-Kampagnen	96
4.4	Anlässe crossmedialer Kampagnen und der passende Kommunikationsmix kommunaler Akteure	98
4.5	Werbeerfolgskontrolle	100
5	Social Media als Dialoginstrument mit der Bürgerschaft	103
5.1	Social-Media-Plattformen im kommunalen und regionalen Umfeld ..	104
5.2	Bürgerinnen und Bürger als Kommentatoren	104
5.3	Der öffentlich einsehbarer Dialog	112
5.4	Kommunalverwaltung und Kommunalpolitik im Bürgerdialog	116
5.5	Beispiel – der Fall „Badwiese“	120
6	Anforderungen an die Organisations- und Führungskultur	125
6.1	Social Media und Image einer Kommune und Kommunalverwaltung	125
6.2	Schnelle Reaktionen und dezentrale Verantwortung als Voraussetzung	129
6.3	Vertrauen und Eigenverantwortung als Prinzip der Führungskultur ..	130
6.4	Führungsstruktur und Führungskultur	133
6.5	Beispiele – Social Media Guidelines	135
7	Messengerdienste – die neue Vernetzung unter Kommunalpolitikern und kommunalen Stakeholdern	141
7.1	Anwendungsbereiche von Messengerdiensten	142
7.2	Produkte und ihre Anwendungsbereiche im kommunalen Umfeld ..	144
7.3	Rechtliche Implikationen – die Message als Aktennotiz?	150
7.4	Regeln der Kommunikation	151
7.5	Beispiele und grundsätzliche Überlegungen zum Einsatz von Messengerdiensten	152

8	Technische Sicherheit und Rechtssicherheit in der Kommunikation	155
8.1	Datensicherheit, Datenintegrität – ein technisch-organisatorischer Blickwinkel.....	155
8.2	Datenschutz und Messengerdienste	157
8.3	Rechtsrahmen für die Social-Media-Kommunikation von Kommunen	160
9	Literaturverzeichnis.....	173