



Übersicht Bevölkerungsbefragung zur Kommunikation mit Massnahmen

Thema	Ergebnisse	Handlungsempfehlungen	Massnahmen	Bemerkungen
1. Umfang der Kommunikation	Die Gemeinde Herisau dürfte eher mehr kommunizieren. Die Befragung zeigt, dass ein Bedürfnis nach mehr Informationen über Veranstaltungen der Gemeinde vorhanden ist und dass über grössere politische Vorlagen sowie aktuelle Geschäfte des Gemeinderats vertiefter informiert werden sollte sowie nicht nur über Erfolge, sondern auch über Zwischenschritte und Misserfolge.	Vertieft kommunizieren.	Die Menge der Medienmitteilungen (MM) soll nicht grundsätzlich erhöht werden. Aber sie darf leicht steigen. So sollen vermehrt auch MM zu Projekt-Zwischenständen (oder -Abbrüchen) publiziert werden.	Die Gemeinde verschickt etwa 100 MM pro Jahr. Für die Hälfte der Befragten reicht das. Es fragt sich auch, ob nicht vor allem sehr Interessierte an der Umfrage teilgenommen haben. Diese haben allenfalls höhere Erwartungen an die Häufigkeit und Tiefe unserer Kommunikation als der Durchschnitt. Manchmal werden die Meldungen auch übersehen, vielleicht auch, weil sie nicht auf Social Media auftauchen. Es gibt auch eine Holschuld, jeder kann die Newsletter abonnieren.
2. Art der Kommunikation	Herisau kommuniziert eher verständlich, eher nicht so transparent und man findet die Informationen eher weniger gut auf.	Aktiv, zeitnah und transparent kommunizieren.	--	Diese Forderungen werden bereits erfüllt. Allerdings ist bezüglich Transparenz manchmal nicht so viel möglich wie gewünscht (Bsp. Verhandlungen Nordhalden).
3. Webseite herisau.ch	Die Webseite wird als eher unübersichtlich und veraltet eingestuft. Drei Viertel der Teilnehmenden befürworten	Überarbeitung der Webseite.	-- Bericht in "Unsere Gemeinde", was die Webseite alles kann (inkl. Events selber	Dies erstaunt, da diese 2021 erneuert wurde. Möglicherweise wurde hier mit Webseiten privater Organisationen



Thema	Ergebnisse	Handlungsempfehlungen	Massnahmen	Bemerkungen
	eine Modernisierung und einen Ausbau der Webseite.		eintragen, Newsletter pushen). Suchfunktion und Weiteres optimieren -> i-web-Experte kommt vorbei für Standortbestimmung (Health-Check) und neue Möglichkeiten.	verglichen, die mehr Gestaltungsmöglichkeiten und oft weniger Inhalte haben, sprich übersichtlicher sind. Es wird derzeit keine Optimierungsmöglichkeit gesehen. Hingegen soll wieder eine Werbekampagne gemacht werden, die Newsletter zu abonnieren.
4. Print- und Online-Medien	Lokale Medien (De Herisauer, Herisauer Nachrichten) werden gut gelesen, die Webseite im Vergleich zu anderen Gemeinden etwas weniger.	--	--	Da die Herisauer Nachrichten sowie Online-Portale über Erwarten gut gelesen werden, könnte man diese bei Inseraten etc. vermehrt berücksichtigen.
5. "Unsere Gemeinde" im De Herisauer	Die Gemeindeseiten «Unsere Gemeinde» im De Herisauer kommen bei den Teilnehmenden gut an: Knapp drei Viertel der Teilnehmenden befürworten eine Weiterführung im aktuellen Umfang, zwei Drittel wünscht (eher) einen Ausbau. Am meisten interessieren Neuigkeiten zu den Projekten der Gemeinde.	«Unsere Gemeinde» weiterführen.	«Unsere Gemeinde» weiterführen. Bis Ende 2024 im bisherigen Stil, mit eher mehr Seiten sowie mehr Beiträgen zu Projekten -> Antrag an Gemeinderat und Einwohnerrat für 2024 (Nachtragskredit) sowie für die Zeit ab 2025.	Prüfen, ob für die Zeit ab 2025 neu auszuschreiben ist, da mit der Grossauflage der Appenzeller Zeitung nun ein Konkurrenzangebot besteht. Diese kommt ebenfalls in fast alle Haushalte (ca. 95%) wie de Herisauer (gleicher Verteiler: Post) Die Magazin-Form soll erhalten bleiben, da sie besser gelesen wird.
6. Kontaktaufnahme mit Verwaltung	E-Mail und Telefon sind im Moment die Mittel der Wahl,	--	--	Die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme funktionieren, kein Handlungsbedarf.



Thema	Ergebnisse	Handlungsempfehlungen	Massnahmen	Bemerkungen
	um mit der Gemeinde in Kontakt zu treten.			
7. Soziale Medien / Digitale Kontakte	Facebook und Instagram sind die meistgenutzten sozialen Medien, dort wünscht man sich auch am ehesten eine Investition.	Präsenz auf Facebook und Instagram prüfen.	Der Gemeinderat hat eine Aufstockung der Kommunikationsstelle um 20 Prozent ab 1. Januar 2025 für Social Media (voraussichtlich Facebook, Instagram sowie LinkedIn für die Personalrekrutierung) bewilligt.	Dem Einwohnerrat wird dieser Stellenausbau zur Kenntnis gebracht. Der Entscheid liegt aber beim GR. Digitale Kontakte verbessern sich so auch. Es muss eine Social-Media-Strategie ausgearbeitet werden (inkl. Videostrategie, beides wohl intern möglich). Das Pensum des Kommunikationsverantwortlichen wurde per 1. Dezember 2023 von 80 auf 70% reduziert.
8. Ausgaben für die Kommunikation	Eine knappe Mehrheit befürwortet eine Erhöhung des Kommunikationsbudgets und mehr Investitionen in Soziale Medien.	Allfällige Erhöhung des Kommunikationsbudgets transparent kommunizieren.	Aufstockung Stellenprozente in der Kommunikation (s. Punkt 7)	Die eine Hälfte will eine Präsenz auf Social Media, auch zu Mehrkosten, die andere Hälfte nicht. Bei Gemeinden in der Grösse von Herisau gehören Social-Media-Kanäle inzwischen zum Standard.
9. Gemeinde-App	Eine Gemeinde-App wird in offenen Fragen immer wieder genannt. Diese muss aber einen klaren Mehrwert gegenüber den bestehenden Kanälen bieten.	Einführung einer Gemeinde-App prüfen.	--	Eine App ist unnötig geworden, seit mit dem Relaunch von herisau.ch 2021 alle Inhalte korrekt auch auf Handy-Bildschirmen angezeigt werden. Einen Mehrwert dazu könnte eine App also nicht



Thema	Ergebnisse	Handlungsempfehlungen	Massnahmen	Bemerkungen
				bieten. Ausser es wäre eine App wie Crossiety gemeint, die höchstens halb überzeugt.
10. Zielgruppenworkshop: Eine Event-Agenda für die Region	Die Einrichtung einer einheitlichen Veranstaltungsagenda für Herisau und die Region, im Idealfall in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren wie Appenzell Tourismus, die von den Vereinen und Gruppierungen selbst inhaltlich bearbeitet werden kann.	Regionales Veranstaltungsportal sondieren.	Appenzellerland Tourismus wird angefragt, ob sie eine Möglichkeit sehen.	Dies hat 2. Priorität, da Sinn (alle St.Galler Events würden fehlen) und Erfolgsaussichten gering sind. Auf herisau.ch sind weiterhin keine Veranstaltungen ausserhalb der Gemeinde erwünscht.
11. Zielgruppenworkshop: Eine Anlaufstation bei Veranstaltungen	Ein «Single Point of Contact» für Events bei der Gemeinde. Es ist insbesondere für die Vereine mit erheblichem Aufwand verbunden, sämtliche zuständigen Personen bei der Gemeinde zu erreichen, wenn sie einen Anlass organisieren möchten. Sie wünschen sich eine Person als zentrale Ansprechpartnerin in der Verwaltung, die sich des Anliegens annimmt und sie durch den Prozess führt.	«Single Point of Contact» für Vereine in der Verwaltung prüfen.	Die Umsetzung des Wunschs wird geprüft.	In Frage kommen am ehesten die Abteilungen Sport (Sportanlässe) und Volkswirtschaft (übrige Anlässe).
12. Zielgruppenworkshop: Vernetzungstreffen für Vereine	Es zeigt sich ein Bedürfnis, alle zwei bis drei Jahre einen Workshop für Vereine durchzuführen, bei dem diese sich	Vereinsworkshop initialisieren.	Die Umsetzung einer ersten Veranstaltung ab 2025 wird geprüft.	Naheliegend wäre ein Zweijahrs-Rhythmus alternierend mit dem Freiwilligen-Anlass. Zuständig wäre zunächst die



Thema	Ergebnisse	Handlungsempfehlungen	Massnahmen	Bemerkungen
	über ihre Anliegen austauschen und vernetzen können (Zitat aus dem Zielgruppenworkshop: «So ähnlich wie heute Abend, einfach nicht nur mit Fokus auf die Kommunikation»). Dies ergänzend zum bestehenden Freiwilligenapéro, bei dem kein strukturierter, formaler Teil vorhanden ist.			Allgemeine Verwaltung/Kommunikation. Nach dem ersten Anlass muss klar sein, welcher Verein die nächste Organisation übernimmt (Gemeinde stellt Gratis-Infrastruktur). Thema z.B. Nutzung von herisau.ch. Die Teilnehmenden des Workshops werden über die Beschlüsse informiert.
13. Weitere Massnahmen unabhängig von der Umfrage			<ul style="list-style-type: none">- Leichte Sprache in Abstimmungsbroschüren (1 Seite)- GR-Standaktionen- GR-Besuche in Quartieren- Image-Kampagnen wie "Respect my work" des Werkhofs- e-Dienstleistungen prüfen, (z.B. e-mitwirkung.ch oder e-Planauflagen)	Neben den klassischer Öffentlichkeitsarbeit via Medien gemäss den Punkten 1-9 sind weitere Massnahmen denkbar, insbesondere bezüglich direkte Kontakte mit der Bevölkerung (vgl. Legislaturziele).

23.04.2024/GR