

# DIE NIEDERSÄCHSISCHE GEMEINDE

ZEITSCHRIFT FÜR RATSMITGLIEDER

76. JAHRGANG

Gemeinde Ihlow

## Gemeindliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Zwischen Tradition und Moderne **Seite 06**
- Kommunikation in einer herausfordernden Zeit **Seite 08**
- Kommunikation inmitten einer Krise meistern **Seite 10**
- Wie Medienarbeit in Kleinstädten und Gemeinden gelingt **Seite 12**
- Digitale Dörfer Niedersachsen **Seite 14**
- Befragung von Kommunen zur Social-Media-Nutzung **Seite 16**

- Unser Grundgesetz wird 75! **Seite 03**
- Flusshochwasser und Überflutungen infolge von Starkregenereignissen im Blick **Seite 18**
- Zielmarke: 100000 Sozialwohnungen pro Jahr **Seite 19**

# Impulsgeber für Niedersachsen. Gemeinsam Lebensräume gestalten.

## Heute Impulse setzen für morgen

Die NLG sieht sich als Fortschrittsmacher Niedersachsens. Dafür setzen wir Impulse, entwickeln Ideen und sorgen mit nachhaltigen Projekten für ein zukunftsfähiges Niedersachsen. Und das kreativ und partnerschaftlich. Wir nennen das: **Gemeinsam Lebensräume gestalten.**

# Liebe Leserin, lieber Leser,

in den Kommunen fühlt man sich oft wie der einsame Rufer in der Wüste. In den Städten, Gemeinden und Samtgemeinden liegen die Dinge meist klar auf dem Tisch, die die Politik auf Landes- oder Bundesebene aufgrund der Ferne und Abstraktionsebene oder aufgrund kurzfristiger politischer oder finanzieller Bedürfnisse noch gut verdrängen kann.

Beispiele gibt es reichlich: Nehmen wir die immer wiederkehrenden Förderprogramme mit mannigfaltigen Anforderungen und zu kurzen Fristen, nehmen wir die desolote Finanzierung des Ganztagsausbaus oder nehmen wir das Hineindrängen der Kommunen in die ambulante und stationäre Gesundheitsversorgung der Hausärzte und Krankenhäuser.

Für Bund und Länder sind die Themen mit einer Pressekonferenz erledigt, in Niedersachsen fallen als direkte Folge alle Kreishaushalte ins Defizit, auf Gemeindeebene können nur noch 20 Prozent ihre Haushalte ohne Zugriff auf Rücklagen ausgleichen. Personal für alle diese Aufgaben ist kaum zu finden.

Und da sind wir bei dem alles bestimmenden Thema der nächsten Jahre und dem allergrößten Versagen der Bundespolitik:

Deutschland verliert bis 2035 je nach Vorausberechnungen von derzeit 47,5 Millionen Arbeitskräften vier bis sieben Millionen Menschen auf dem Arbeitsmarkt. Allerdings

schrumpft die Bevölkerung nicht in gleichem Maße, so dass eventuell auch weniger Dienstleistungen zu erbringen wären, sondern sie wächst zunächst durch Zuwanderung und bleibt nach Schätzungen des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung bis 2045 mindestens stabil. Das heißt, all diese Arbeitskräfte werden rechnerisch fehlen. Dies sind Auswirkungen, die sich bereits jetzt in der Pflege, in der Kinderbetreuung und anderswo andeuten.

Da mutet es als schlechter Witz an, wenn der Bund die Gelder für Integrationskurse, Sprachförderung und Erstorientierung kürzen will. Das Gegenteil wäre nötig! Die Integration der für Deutschland notwendigen Zuwanderung in den Arbeitsmarkt entwickelt sich zu einem katastrophalen Fehlschlag. Hier wäre eine viel weiter reichende nationale Kraftanstrengung gefordert. Während in Polen 66 Prozent und in Dänemark 74 Prozent der ukrainischen Geflüchteten arbeiten, sind es bei uns 20 Prozent. Hier läuft etwas schief, das auch nicht später mit Geld oder Transferleistungen geradegezogen werden kann. Deutschland muss mehr Kraft darauf verwenden, die Zuwanderung in den Arbeitsmarkt zu integrieren, sonst kann man genau ausrechnen, was geschieht.



**DR. MARCO TRIPS**  
Präsident des Niedersächsischen Städte- und Gemeindebundes

*Ihr Marco Trips!*

## AUS DEM INHALT

### STÄDTE UND GEMEINDEN STELLEN SICH VOR

02\_ Gemeinde Ihlow

03\_ Unser Grundgesetz wird 75!  
Von Oliver Kamlage

### AUS DEM NSGB

04\_ Neuigkeiten aus dem Kreisverband Hameln-Pyrmont

### THEMENSCHWERPUNKT: GEMEINDLICHE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

06\_ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Städten, Gemeinden und Samtgemeinden: Zwischen Tradition und Moderne  
Von Dr. Stephan Meyn

08\_ Kommunikation in einer herausfordernden Zeit  
Von Anke Pörksen

10\_ Kommunikation inmitten einer Krise meistern  
Gemeinde Lilienthal: Bürger:innen niederschwellig erreichen  
Von Marilena Koch

12\_ Wie Medienarbeit in Kleinstädten und Gemeinden gelingt  
Von Stefan Idel

14\_ Digitale Dörfer Niedersachsen – der direkte digitale Draht zwischen Kommune und Bevölkerung  
Von Wiebke Osigus

16\_ Ergebnisse der Befragung der Kommunen zu ihrer Social-Media-Nutzung  
Von M.Sc. Aleksandra Wimberger

### KOMMUNALE UMWELTAKTION UAN

18\_ Flusshochwasser und Überflutungen infolge von Starkregenereignissen im Blick  
Zwei Veranstaltungsangebote der UAN

### BAUEN & WOHNEN

19\_ Zielmarke: 100 000 Sozialwohnungen pro Jahr

### 13\_ ZUR PERSON

13\_ Impressum

### TITELFOTO

Klosterstätte „Stille Räume“ mitten im Ihlower Forst  
© Gemeinde Ihlow

### VORSCHAU DNG 3/2024

Themenschwerpunkt: Europa  
Erscheint am 28. Mai 2024  
Redaktions- und Druckunterlagenschluss: 26. April 2024

Blick vom  
Aussichtsturm  
der Klosterstätte  
Ihlow



## Gemeinde Ihlow

Ihlow ist eine Einheitsgemeinde in Ostfriesland mit rund 12 850 Einwohnerinnen und Einwohnern, verteilt auf zwölf Ortsteile, und erstreckt sich über eine Fläche von 123 Quadratkilometer. Die zentrale Lage mitten in Ostfriesland wird durch den geografischen Mittelpunkt Ostfrieslands im Ortsteil Westerende-Holzloog unterstrichen.

Die Gemeinde grenzt im Westen an die Seehafenstadt Emden und im Osten an die Kreisstadt Aurich. Abseits der geografischen Vorzüge zeichnet sich Ihlow durch ein breites Angebot in den Bereichen Sport, Erholung, Ökologie und Spiritualität aus.

Highlight der Gemeinde Ihlow ist die Klosterstätte „Stille Räume“ mitten im Ihlower Forst. Mit einer Fläche von rund 350 Hektar ist dieser Wald einer der wenigen in Küstennähe. Die Klosterstätte selbst ist ein Ort von historischer und spiritueller Bedeutung, der mit liebevoller Hingabe rekonstruiert wurde, dabei jedoch nichts von seiner ursprünglichen Spiritualität eingebüßt hat.

Besucher:innen können hier die Imagination der damals größten Klosterkirche zwischen Groningen und Bremen bewundern. Das Zisterzienserkloster Ihlow war eines der bedeutendsten unter den 28 Klöstern Ostfrieslands, denn die „Schule Gottes“ (vom lateinischen „Schola Dei“) war Archiv und Kanzlei des Landfriedensbundes der sieben Seelände („Friesische Freiheit“).

Der unterirdische Ausstellungsraum, der Raum der Spurensuche, befindet sich auf Ebene der früheren Backsteinfundamente, zeigt archäologische

Fundstücke und erzählt die Geschichte des Klosters. Da die Zisterzienser klassische Selbstversorger waren, diente der Klostergarten als Nahrungslieferant. Gleichzeitig fungierte er als sichere Quelle für Heilmittel, die im Kloster zur medizinischen Versorgung gebraucht wurden. Heute kümmert sich ein Team ehrenamtlich darum, den Klostergarten wieder zum Blühen zu bringen. Ein weiteres ehrenamtliches Team kümmert sich auch im Klosterladen um Information, Beratung und Verkauf. Mit viel Liebe zum Detail wurde dieser im historischen Forsthaus eingerichtet – er bietet neben Informationen zur Klosterstätte klösterliche Erzeugnisse und kunsthandwerkliche Produkte aus der Region an. Ein Café im historischen Forsthaus rundet das Angebot ab.

Das Gelände der Klosterstätte wird regelmäßig für Konzerte und kulturelle Veranstaltungen genutzt und zieht Besucher:innen aus der ganzen Region an. Die Veranstaltungen tragen dazu bei, das kulturelle Erbe der Klosterstätte lebendig zu halten und bringen Menschen unterschiedlicher Interessen zusammen.

Die Klosterstätte dient auch als Ort der Ruhe und Erholung für diejenigen, die die Umgebung und die historische Atmosphäre genießen möchten.

Durch die vielfältige Nutzung lädt die Klosterstätte Ihlow Menschen jeden Alters dazu ein, die Geschichte zu entdecken. Die Klosterstätte Ihlow ist auch Ausgangspunkt für den ostfriesischen Pilgerweg „Schola Dei“. ■

# Unser Grundgesetz wird 75!

VON OLIVER KAMLAGE

In wenigen Wochen, am 23. Mai 2024, feiern wir den 75. Geburtstag unseres Grundgesetzes. Seit einem Dreivierteljahrhundert verankert es die großartigen Errungenschaften wie Unantastbarkeit und Achtung der Menschenwürde, Grundrechte, Sozialstaatlichkeit, Rechtsstaatlichkeit sowie Demokratie nebst Freiheit und Gleichheit von Wahlen.



**OLIVER KAMLAGE**  
ist Geschäftsführer des  
Niedersächsischen Städte-  
und Gemeindebundes

## **KOMMUNALE SELBSTVERWALTUNG – EIN PRINZIP MIT VERFASSUNGSRANG**

Auch die kommunale Selbstverwaltung hat seit seiner Verkündung in Gestalt des Artikel 28 Grundgesetz Verfassungsrang. Sie ist kein Selbstzweck, sondern verfolgt – wie es gleich in dem ersten Paragraphen unseres Kommunalverfassungsgesetzes

niedergelegt ist – das Ziel, das Wohl der Einwohner:innen der Kommunen zu fördern.

Damit dies gelingt, wirken und arbeiten Tag für Tag unzählige Menschen zusammen, sei es als Hauptverwaltungsbeamtin oder Hauptverwaltungsbeamter, Verwaltungsbeschäftigte oder als Abgeordnete in den kommunalen Vertretungen, von denen es allein in Niedersachsen knapp 30 000 Personen gibt. Auf all diesen Personen schultert eine enorme Verantwortung, um die aktuellen Herausforderungen in den Feldern Energiewende, Zuwanderung, Ganztagschule und Kindertagesstätten zu meistern und die Kommunen in einem demokratischen Meinungsbildungsprozess zukunftsfähig aufzustellen. Sie alle bilden das Fundament, auf dem das Gebäude der Demokratie ruht (Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier).

Es wirkt außerordentlich bedrückend, dass wir dieser Tage erneut in einer Studie des Bundeskriminalamtes im Rahmen eines bundesweiten kommunalen Monitorings zu Hass, Hetze und Gewalt nachlesen müssen, dass 38 Prozent der befragten Amts- und Mandatsträger:innen verbale und schriftliche Anfeindungen, Hasspostings im Netz und einige sogar tätliche Übergriffe erleben mussten. Hierbei bedarf es auch weiterhin eines entschiedenen und entschlossenen Vorgehens des Rechtsstaates, um sich schützend vor diejenigen zu stellen, die öffentliche Ämter in den Kommunen ausüben. Darüber hinaus gilt es auch und gerade im Umfeld der Feierlichkeiten

zum diesjährigen Jubiläum des Grundgesetzes herauszustellen, dass Hass, Hetze und Gewalt absolut intolerabel sind und gemeinsamen diesen demokratiegefährdenden Tendenzen entgegenzuwirken.

## **KOMMUNEN SIND WERKSTATT DER DEMOKRATIE**

Der damalige Bundespräsident Joachim Gauck hat anlässlich einer Rede zum Tag des Grundgesetzes „Gelebte Demokratie in den Kommunen“ am 23. Mai 2016 in Berlin betont: „Kommunen sind Heimstatt, und sie sind Werkstatt der Demokratie. Wo, wenn nicht dort, wo Menschen dem Staat so direkt begegnen, können sie Vertrauen in das Prinzip der Teilhabe gewinnen und lernen, selbst Verantwortung zu übernehmen?“ – Angesichts der aktuellen, immer stärker wachsenden Herausforderungen für die kommunale Ebene stellt sich mehr denn je die Frage, ob die Kommunen noch mit dem ausreichenden Werkzeug ausgerüstet sind. Die fehlende Ausfinanzierung der den Kommunen übertragenen Aufgaben bei gleichzeitigen Steuererhöhungen zu Lasten der kommunalen Ebene (Stichwort Wachstumschancengesetz) lassen erheblich daran zweifeln. Damit Kommunen sozusagen als „Kreativwerkstatt“ gute Lösungen für ihre Einwohner:innen entwickeln können, benötigen sie unbedingt ausreichend Mittel, um bedarfsgerechte Angebote auch im freiwilligen Aufgabenbereich („freie Spitze“) anbieten zu können. Als hinderlich für die Entfaltung der kommunalen Selbstverwaltung erweist sich darüber hinaus nach wie vor die überbordende Bürokratie. Nicht nur die Unternehmen, sondern auch die Kommunen leiden an einem „Bürokratie-Burnout“. Diese Diagnose ist nicht neu, sondern seit Jahrzehnten bekannt. Mit dem jüngst vom Bundeskabinett verabschiedeten Bürokratieentlastungsgesetz IV mögen zwar hier und da kleine Symptome bekämpft werden. Der große Wurf – und damit die Heilung des Patienten – ist aber ausgeblieben. ■





1. Reihe, von rechts: NSGB-Geschäftsführer Oliver Kamlage, der neu gewählte Kreisgeschäftsführer Clemens Pommerening und sein Vorgänger im Amt Ulrich Peschka

## Neuigkeiten aus dem Kreisverband Hameln-Pyrmont

Der NSGB-Kreisverband Hameln-Pyrmont hat einen neuen Geschäftsführer: In der Mitgliederversammlung am 7. März dieses Jahres wurde Clemens Pommerening, Bürgermeister des Flecken Salzhemmendorf, einstimmig zum neuen Kreisgeschäftsführer gewählt. Pommerening folgt in dieser Funktion Hans-Ulrich Peschka. Dieser stand für dieses Amt nicht mehr zur Verfügung, weil er als Bürgermeister des Flecken Coppenbrügge auf eigenen Antrag zum 31. Mai in den Ruhestand versetzt wird. NSGB-Geschäftsführer Oliver Kamlage würdigte das langjährige Wirken Peschkas für den Kreis- und Landesverband, und ehrte ihn für seine 25-jährige Tätigkeit als Ratsmitglied und Bürgermeister im Flecken Coppenbrügge mit der Ehrennadel in Gold. ■

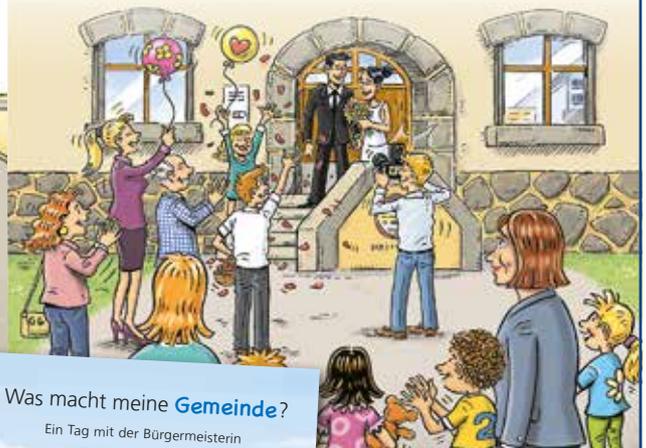
## Bestellen und in Kindergärten und Schulen verteilen:

### Was macht meine Gemeinde? - Das Kinderbüchlein

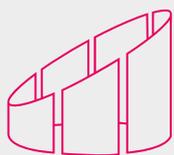
Der Bürgermeister lacht freundlich. „Wir Bürgermeister haben ja noch ganz viele Mitarbeiter: Erzieherinnen, Gärtner und Leute, die im Rathaus arbeiten, wie ihr jetzt in unserer Nachbargemeinde sehen werdet.“ Dort ist eine Frau die Chefin der Gemeinde. Sie freut sich darauf, den Kindern noch mehr zu zeigen. Der Bürgermeister verabschiedet sich.

„Was machen denn die Mitarbeiter im Rathaus?“, fragt Nele die Bürgermeisterin. „Eine ganze Menge. Sie beraten Menschen, die Hilfe brauchen, geben Ausweise aus oder planen neue Baugebiete. Besonders fröhlich geht es im Rathaus zu, wenn Paare zum Heiraten kommen.“

Begleite die Mädchen und Jungen aus dem Kindergarten zusammen mit dem Bürgermeister oder der Bürgermeisterin auf dem Weg durch die Gemeinde. Es wird erklärt, was zu den Aufgaben einer Gemeinde gehört. Das ist ganz schön viel: Kindergärten, Schulen, Sportplätze, Feuerwehr und vieles mehr...



Erhältlich unter [www.nsgb.de](http://www.nsgb.de)



**REAL  
ESTATE  
ARENA**

Städte und Kommunen vor großen Herausforderungen:

## Die Immobilienwirtschaft diskutiert am 5. und 6. Juni auf der Real Estate Arena 2024

Klamme Kassen, hohe Energiekosten, Flüchtlingsunterbringung – und dann noch der Klimawandel: Städte und Kommunen stehen aktuell vor einer Vielzahl an Herausforderungen. In einer Welt, die sich konstant verändert und weiterentwickelt, müssen sie ständig neue Aufgaben übernehmen und dabei vor allem die Bedürfnisse ihrer Bürgerinnen und Bürger im Blick behalten. Wenn es um Themen rund um Immobilien, Stadtentwicklung und Klimawandel geht, gibt es für die B- und C-Städte und die kleineren Kommunen eine neue, maßgeschneiderte Plattform: Die Real Estate Arena hat es sich zur Aufgabe gemacht Politik, Immobilienwirtschaft und Wissenschaft eine gemeinsame Plattform zu geben, um diese Herausforderungen anzugehen.

Vom 5. bis 6. Juni 2024 werden diese in Hannover zusammenkommen, um innovative Lösungen und Strategien zu diskutieren, die auf die drängendsten Fragen der heutigen Zeit Antworten bieten. Bereits am Vortag, am 4. Juni, laden die Deutsche Messe, die Landeshauptstadt Hannover, die Region Hannover und DREES & SOMMER zum lösungsorientierten Fachkongress ein – unter dem Motto „Das Zentrum gestalten und stärken“ ein. Im Mittelpunkt stehen aktuelle Herausforderungen und Chancen der Innenstadtentwicklung, um Impulse für lebenswerte Städte zu geben. Die Anzahl der Plätze ist limitiert und die kostenfreie Anmeldung über die Website: [www.real-estate-arena.com](http://www.real-estate-arena.com) aktuell noch möglich!

Mit der Keynote von Prof. Dr. Moritz Schularick, Präsident des Kieler Instituts für Weltwirtschaft und einer der renommiertesten Ökonomen Deutschlands, setzt die Real Estate Arena hohe Maßstäbe für den Transfer hochaktueller Erkenntnisse aus der Wirtschaftswissenschaft. Die Veranstaltung verspricht weiterhin bereichernde Beiträge durch Henrike Waldburg, Geschäftsführerin bei Union Invest, und ARD-Börsenkorrespondentin Anja Kohl. Eine Keynote wird auch der Arzt, Wissenschaftsjournalist und Gründer der Stiftung Gesunde Erde – Gesunde Menschen Eckart von Hirschhausen halten. „Eckart von Hirschhausen bringt die Perspektiven von außerhalb der Branche ein und erläutert die Zusammenhänge zwischen Klimawandel, Gesundheit und Immobilien“, sagte Projektleiter Hartwig von Saß.

Die Real Estate Arena 2024 ist mehr als nur eine Messe; sie ist eine Plattform für Dialog, Innovation und Wachstum. Nutzen Sie die Chance und besuchen Sie die Real Estate Arena. Die Veranstalter bieten ein ermäßigtes Ticket für Behördenbeschäftigte an.

Website: [www.real-estate-arena.com](http://www.real-estate-arena.com)



**05. – 06.  
Juni 2024**

**MESSE  
HANNOVER**

## Deutschlands andere Immobilienmesse

# MUTIG. KONTROVERS. NAH DRAN.

### DIE FOKUSTHEMEN

DIGITAL REAL ESTATE

NEW & HIDDEN POTENTIALS

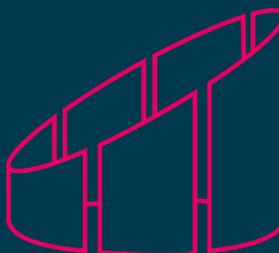
STANDORT & QUARTIER

REAL ESTATE PERSPECTIVES

PROJEKTENTWICKLUNG



**MEHR ERFAHREN!**



**REAL  
ESTATE  
ARENA**



Deutsche Messe





# Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Städten, Gemeinden und Samtgemeinden: Zwischen Tradition und Moderne



**DR. STEPHAN MEYN**  
ist Pressesprecher des  
Niedersächsischen Städte-  
und Gemeindebundes

VON DR. STEPHAN MEYN

*Diese Ausgabe der DNG widmet sich einmal einem ganz anderen Thema, einem Meta-Thema sozusagen. Was macht die gemeindliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von heute aus? Wie können sich Städte, Gemeinden und Samtgemeinden in Zeiten der digitalen Welt und sozialen Medien selbst darstellen, mit ihren Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt treten und Vertrauen aufbauen? Ich freue mich sehr, dass wir für dieses Leitthema verschiedene Perspektiven*

*gewinnen konnten. Von der obersten Pressesprecherin im Lande Niedersachsen, Regierungssprecherin Anke Pörksen, die aus Sicht der Landesregierung berichten wird, über die Perspektive der Medien- und Presselandschaft durch den Redakteur der NordWest-Zeitung, Stefan Idel, bis hin zum Erfahrungsbericht einer gemeindlichen Pressesprecherin, Marilena Koch von der Gemeinde Lilienthal, werden unterschiedliche Blickwinkel beleuchtet.*

Zum Einstieg möchte ich aus verbandlicher Sicht erörtern, welcher Wandel sich in der kommunalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vollzogen hat, welche Herausforderungen zu meistern sind und welche Trends für die Zukunft erkennbar werden.

## **VIELFALT STATT EINFALT – ODER ANDERS AUSGEDRÜCKT: DIE ZEITUNG, RUNDFUNK UND LINEARES FERNSEHEN ALLEIN REICHEN HEUTE NICHT MEHR**

Jeder kennt die Zeiten oder hat schon einmal davon gehört: Die gute alte Zeit, als es nur drei Fernsehsender gab, die Zeitungen bis zur Regionalausgabe



FOTO: TODAY TESTING (FOR DERIVATIVE), CC BY-SA 4.0 [HTTPS://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-SA/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/), VIA WIKIMEDIA COMMONS

hohe Abonnentenzahlen vorweisen konnten und es auf der Tagesordnung vieler Zuschauer:innen stand, um Punkt 20:00 Uhr die Tagesschau einzuschalten. Statt Spotify wurde Radio per FM-Empfänger gehört. Kommentare auf unliebsame Neuigkeiten konnten allenfalls per Leserbrief oder Zuschauerpost abgegeben werden. Das Konsumverhalten war stark einseitig-linear von Sendern und Empfängern geprägt.

Auch wenn die Mediennutzungsanalysen nach wie vor beim Fernsehen einen sehr großen Marktanteil sehen, konkurrieren die herkömmlichen Medienformate besonders unter den jungen Menschen mit den neuen Medien rund um Streamingdienste, soziale Medienplattformen und andere Internetformate. Bei den Tageszeitungen sind diese Entwicklungen noch deutlich stärker ausgeprägt. Gab es 1991 noch eine Auflage von 27,3 Millionen Druckexemplaren, sind es 2023 nur noch 10,9 Millionen gewesen. Der Trend geht auch hier zu E-Papers und Ersatzangeboten wie Nachrichtenseiten im Internet und andere digitale Kanäle. Trotzdem ist die seit Jahrzehnten „totgesagte“ gedruckte Presse nicht wegzudenken und leistet mit ihrem Qualitätsjournalismus wichtige Arbeit der vierten Gewalt. Sie hat es nur deutlich schwieriger, im Kampf um Aufmerksamkeit die Menschen zu erreichen und dazu zu bewegen, angesichts zahlreicher kostenfreier oder werbefinanzierter Alternativen für Journalismus Geld auszugeben.

Was heißt das nun für die gemeindliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit? Es reicht aus kommunaler Sicht nicht mehr aus, nur über die örtliche Presse Neuigkeiten zu verbreiten und entsprechende Pressemitteilungen herauszugeben. Ausschließlich dort für eigene Angebote, Stellenausschreibungen und Selbstdarstellung zu werben, wird nur noch begrenzte Teile der Bevölkerung erreichen. Vielmehr stehen die Pressesprecher:innen von Kommunen, Mitarbeitende für die Öffentlichkeitsarbeit oder

Die Auswahl der Kanäle  
in den sozialen Medien  
und Plattformen ist  
schier endlos



GRAFIK: <https://www.worwoken.com/>

Bürgermeister:innen selbst heute vor der Herausforderung, eine Vielzahl von Kanälen parallel zu bespielen. Hinzu kommt die Schwierigkeit, dass einzelne Kanäle beispielsweise nur von bestimmten Bevölkerungsschichten genutzt werden. Eine reine Konzentration auf Facebook würde durchaus die älteren Internetnutzer:innen erreichen; will man die Jugend erreichen, sind neuere Angebote wie Instagram, TikTok und dergleichen das Mittel der Wahl. Andere Kanäle wie Xing oder LinkedIn erreichen in erster Linie Berufstätige. Neue Trends wie Alternativen zu den kommerziellen Angeboten der großen Tech-Firmen aus den Vereinigten Staaten oder Fernost kommen hinzu; so beispielsweise die vom Land Niedersachsen geförderten „Digitalen Dörfer“ mit ihrem Dorffunk und den LandNews (siehe Artikel auf Seite 14).

**WEITERE HERAUSFORDERUNGEN WIE DIE STAATSFERNE DER PRESSE, DAS NEUTRALITÄTSGEBOT UND DER DATENSCHUTZ**

Neben der vorherbeschriebenen Diversifizierung der Medienlandschaft und des Nutzungsverhaltens gibt es aber noch weitere Dinge zu beachten. Bespielt die kommunale Öffentlichkeitsarbeit diverse Kanäle, dann muss bei den Inhalten darauf geachtet werden, dass keine redaktionelle Arbeit im journalistischen Sinne erfolgt. Städte, Gemeinden und Samtgemeinden unterliegen dem aus Artikel 21 Absatz 1 des Grundgesetzes abgeleiteten Neutralitätsgebot. Sie haben die Staatsferne der grundrechtlich geschützten Pressefreiheit zu achten und können sich nicht auf eine eigene Meinungsfreiheit berufen. Das heißt im praktischen Sinne, dass die Kommune zwar eine eigene Öffentlichkeitsarbeit – abgeleitet aus der kommunalverfassungsrechtlichen Zulässigkeit (§ 85 Absatz 5 des Niedersächsischen Kommunalverfassungsgesetzes) – betreiben darf, aber keine redaktionelle Tätigkeit für Dritte übernehmen

sollte, über die sonst die Presse und Medien berichten würden. So ist es sicherlich zulässig, das eigene Stadtfest, bei dem die Kommune selbst eine entscheidende Rolle spielt, anzukündigen und zu veröffentlichen. Eine kommunale Berichterstattung über private Ereignisse wie beispielsweise Vereinsjubiläen oder Sportereignisse wäre jedoch problembehaftet. Hier sollte Dritten die Vermarktung überlassen werden. In Bezug auf die vormaligen „Digitalen Dörfer“ sei an dieser Stelle auf den Leitfaden der Betreiber jener Plattform (Fraunhofer/IESE in Zusammenarbeit mit der Stiftung Digitale Chancen) verwiesen<sup>1</sup>, die sich mit den Grenzen der gemeindlichen Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzt.

Doch neben dieser weitgehend selbstbeeinflussbaren Grenze liegt auch im Datenschutz eine weitere Hürde. Bis heute ist weitgehend ungewiss, ob die Nutzung sozialen Medien, bei denen personenbezogene Daten in das außereuropäische Ausland übertragen werden, einwandfrei zulässig ist. Prominentestes Beispiel ist hier der Streit um die Zulässigkeit der Nutzung von Facebook durch öffentliche Stellen. Aktuell läuft hier eine Klage des Bundespresseamtes gegen eine Anordnung des Bundesdatenschutzbeauftragten, den Betrieb der Facebook-Fanpage der Bundesregierung einzustellen. Unseren Mitgliedern raten wir hier aber nicht dazu, Vorsicht vor Pragmatismus walten zu lassen, sondern die eigenen Pflichten zur Aufklärung der Nutzer:innen zu beachten – sprich sehr deutlich sichtbar zu machen, auf welche Weise und an wen eine Datenübermittlung erfolgt, wenn die sozialen Medien genutzt werden. Ein vollständiger Verzicht auf diese Kanäle würde dem Nutzungsverhalten der Bevölkerung widersprechen. Wenn sich mehr Menschen über diese Kanäle informieren, kann sich die öffentliche Hand hier nicht vollends herausziehen. Am Ende kann schließlich jede Nutzerin und jeder Nutzer selbst entscheiden, welche Kanäle sie oder er wählt und Daten an private Dritte (in Übersee) preisgibt. ■

„...es reicht aus kommunaler Sicht nicht mehr aus, nur über die örtliche Presse Neuigkeiten zu verbreiten und entsprechende Pressemitteilungen herauszugeben.“

<sup>1</sup> Handreichung LandNews: [https://www.digitale-doerfer-niedersachsen.de/wp-content/uploads/2024/01/2024-01-15\\_Handreichung-LandNews-1.pdf](https://www.digitale-doerfer-niedersachsen.de/wp-content/uploads/2024/01/2024-01-15_Handreichung-LandNews-1.pdf)

# Kommunikation in einer herausfordernden Zeit

VON ANKE PÖRKSEN

**Die Zeit, in der wir leben, arbeiten und kommunizieren ist herausfordernd. Es gab und gibt zahlreiche Krisen und Gründe, sich Sorgen zu machen: Kriege und Pandemien, Hunger und Not, Fluchtbewegungen, Klimaveränderungen und damit einhergehende Wetterextreme, Inflation, Wohnraummangel, strauchelnde Wirtschaft, sanierungsbedürftige Schulen und Infrastruktur, der Zustand unserer Demokratie und einiges mehr.**

Viele Menschen sind der schlechten Nachrichten müde, sie schalten ab und erst gar nicht mehr ein, schauen in keine Zeitung, hören kein Radio mehr – Fachleute reden von Nachrichtenmüdigkeit („News Avoidance“). Hinzu kommt eine sich stark verändernde Medienlandschaft mit immer schwierigeren Bedingungen für Qualitätsjournalismus, die zunehmende Bedeutung von Klickzahlen mit einer fatalen Tendenz zur Dramatisierung und eine Übermacht der Sozialen Medien mit der Gefahr, sich in Echoräumen und Filterblasen zu verlieren.

Aber ein Wehklagen über all diese Herausforderungen hilft nicht weiter, sie sollten uns eher ermutigen, es trotzdem oder gerade deshalb mit kluger, umsichtiger, offener und geradliniger politischer Kommunikation zu probieren. Insofern soll hier versucht werden, ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit oder Originalität sieben Ansatzpunkte für eine erfolgreiche Kommunikation zu skizzieren.

## 1. ZUHÖREN UND VERSTEHEN

Es ist Basis jeder guten Kommunikation, die Menschen, die vor Ort leben und arbeiten mit ihren Ängsten und Sorgen, ihren Bedürfnissen und Sehnsüchten und mit ihren Eigenheiten wahrzunehmen und zu verstehen. Das gelingt durch aufmerksames und offenes Zuhören, durch

Gespräche auch über heikle Themen und mit Andersdenkenden. Empathie wächst durch Begegnung: im persönlichen Gespräch ist die Chance auf eine positive Irritation am größten.

## 2. GRENZEN UND WIDRIGKEITEN BENENNEN

Zuhören und zeigen, dass man verstanden hat, dann aber weder beschwichtigen noch nach dem Mund reden, sondern offen sagen, welche Probleme gelöst werden können und welche nicht – oder nicht ohne weiteres. Auch bei unangenehmen Wahrheiten fühlen Menschen sich eher ernstgenommen als bei vagen Versprechen. Zeigen, dass man sich anstrengt und alles versucht, aber auch die Widrigkeiten benennen und die Grenzen der eigenen Möglichkeiten. Unterschiedliche Sichtweisen und Interessen darlegen und Kompromisse gut erklären: das alles ist mitunter mühsam, aber es lohnt sich. Die Überzeugungskraft steigt.

## 3. FOKUSSIERUNG UND PROZESSTRANSparenZ

Manche Unsicherheiten und Ohnmachtsgefühle der Bürger:innen resultieren aus den zahlreichen Krisen in dieser Welt, die wir weder im Land noch in der Kommune abmildern, geschweige denn beenden können. Aber die eine oder andere Krise, auf die man vor Ort Einfluss hat, kann man in den Fokus nehmen und in besonderer Weise angehen und bei der Bewältigung Prozesstransparenz herstellen: Durch eine offene Kommunikation können die Bürger:innen an den einzelnen Schritten zur Problemlösung teilhaben. Zwischenergebnisse können gewürdigt und die nächsten Meilensteine ins Auge gefasst werden. Komplexität wird reduziert und Politik wird nachvollziehbarer.

## 4. ERFOLGE FEIERN

Eine größere Prozesstransparenz ermöglicht es, auch kleine und größere Erfolge zu feiern und so gemeinsam mit den Menschen vor Ort von einer primär problemorientierten und pessimistischen zu einer lösungsorientierten und optimistischen Sichtweise zu kommen. Eine wohltemperierte, nicht überschwängliche Kommunikation über positive Entwicklungen, Gelungenes und vielversprechende



FOTO: MOHSEK/ASSANMOGHADAM

**ANKE PÖRKSEN**  
ist Staatssekretärin  
und Sprecherin der  
Niedersächsischen  
Landesregierung



Perspektiven kann die Menschen motivieren, auch andere Herausforderungen mit größerer Gestaltungskraft anzugehen.

### 5. ZIELBILDER VERDEUTLICHEN

Vielleicht ist es eines der wichtigsten und unterschätztesten Elemente guter und erfolgreicher Kommunikation im öffentlichen Bereich, sich selbst und den Bürgerinnen und Bürgern die politischen Zielvorstellungen für das Land oder die Gemeinde immer wieder deutlich zu machen. Wo wollen wir hin, was wollen wir mit den und für die hier lebenden Menschen erreichen? Leider gelingt ein anschauliches, Sehnsucht und Motivation weckendes Beschreiben von möglichst konkreten, prägnanten und plausiblen Zielbildern nur selten.

### 6. EINFACHE SPRACHE

Allzu oft sprechen und schreiben Politiker:innen und Sprecher:innen viel zu kompliziert für einen Großteil der in unserem Land lebenden Menschen. Wie oft haben wir uns in der politischen Kommunikation für die Landesregierung vorgenommen, einfache Worte zu verwenden, auf Fachbegriffe,

Abkürzungen und Fremdwörter zu verzichten, kürzere Sätze zu bilden und mit Beispielen zur Veranschaulichung beizutragen. Allzu oft aber fallen wir zurück in komplizierte Ausdrucksweisen und Schachtelsätze. Einfache Sprache erfordert Konzentration und auch ein bisschen Mut, möchte man doch klug und differenziert „rüberkommen“. Aber sie ermöglicht es allen Menschen, Politik nachzuvollziehen.

### 7. ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSWEGE

Auch wenn die klassischen Medien von immer weniger Menschen genutzt werden, ist es klug, gut und serviceorientiert mit den Journalistinnen und Journalisten zusammenzuarbeiten. Parallel aber gilt es, soziale Medien zu nutzen und den direkten Austausch auch in der analogen Welt zu suchen. Sich der unterschiedlichen Zielgruppen bewusst zu sein und die jeweils besten Kommunikationswege zu nutzen ist aufwändig, aber lohnend. Und es bietet sich an, Multiplikatoren aus der Gesellschaft mit in die Kommunikation einzubeziehen.

Viele dieser Ansätze werden sicher schon lange in den Kommunen praktiziert. ■



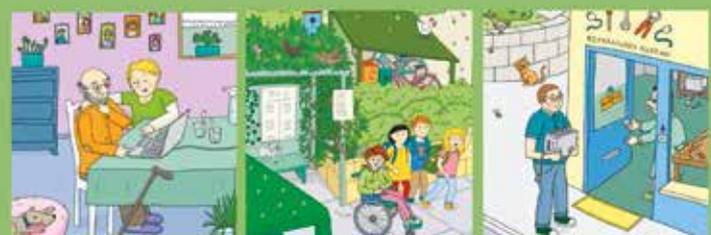
## NACHHALTIGKEIT Wimmelbuch

### Das ideale Buch für KiTa, Schule und junge Familien

Mia und Yasin wohnen in der Gemeinde Heckenstedt - dort fühlen sie sich richtig wohl! Denn alle Menschen in Heckenstedt denken bei allem, was sie tun, immer auch an die Zukunft. Ob zu Hause, in der Schule, während der gemeinsamen Freizeit auf dem Marktplatz oder im Mehrgenerationenhaus - überall gestalten die Menschen ihr Zusammenleben so, dass auch Mia und Yasin in vielen Jahren noch gut in der Gemeinde leben können.

In diesem Wimmelbuch der UAN geht es um die drei Aspekte der Nachhaltigkeit. In unterschiedlichen Szenen wird das gesellschaftliche Zusammenleben (Soziales), das lokale Wirtschaften (Ökonomie) sowie der Umgang mit der Natur (Ökologie) dargestellt. Dabei wird auch deutlich, dass die Umwelt unsere Lebensgrundlage ist und unser gesellschaftliches Handeln und Wirtschaften darauf ausgerichtet sein sollte.

Bei Interesse an einer Bestellung  
melden Sie sich bitte unter:  
[info@uan.de](mailto:info@uan.de)



# Kommunikation inmitten einer Krise meistern

## Gemeinde Lilienthal: Bürger:innen niederschwellig erreichen



**MARILENA KOCH** ist die Pressesprecherin der Gemeinde Lilienthal und zuständig für Öffentlichkeitsarbeit und Tourismus

VON MARILENA KOCH

Das Weihnachtshochwasser 2023/24 in Norddeutschland hat in der Gemeinde Lilienthal bewiesen, wie wichtig eine transparente und schnelle Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern im Krisenfall ist. Sie ist ein wichtiger Baustein zur Bewältigung der Lage. Einerseits fühlen Bürger:innen sich stets sicher und informiert, andererseits können Fehlinformationen sofort ausgemerzt werden. Während der gesamten Lage in Lilienthal war durch die transparente Kommunikation das Verständnis seitens der Bevölkerung für die Handlungen der Gemeinde sehr hoch.

### WIE ALLES BEGANN: WEIHNACHTSHOCHWASSER 2023

Durch die lange Regenperiode im Herbst 2023 wurden die Wasserstände immer höher und die Situation in der Gemeinde Lilienthal schließlich prekärer. Am 22. Dezember 2023 – dem letzten Werktag vor dem Weihnachtsurlaub – veröffentlichte die Gemeinde also die erste Meldung zum Thema Hochwasser. Sie wies die Bevölkerung auf hohe Wasserstände und Einsatzkräfte im Dauereinsatz hin. Der Tenor war informativ, hoffend auf Besserung und die Gemeindeverwaltung ist zunächst in den Weihnachtsurlaub gegangen. Am ersten Weihnachts-

feiertag wurde die nächste Meldung zur Entwicklung der Lage auf den Social-Media-Kanälen Instagram und Facebook sowie der Homepage veröffentlicht. Der Instagram-Kanal der Gemeinde Lilienthal hatte zu diesem Zeitpunkt etwa 400 Follower:innen, Facebook knapp 200. Es zeichnete sich bereits die Aufnahme eines regelmäßigen Kommunikationsflusses ab, der jedoch noch in den Kinderschuhen steckte. Weder das Ausmaß der Lageentwicklung noch die zentrale Rolle der Kommunikation waren zu diesem Zeitpunkt eindeutig ersichtlich. Im Laufe des zweiten Weihnachtsfeiertages wurde schließlich der Krisenstab im Rathaus einberufen und der Stabsraum eingerichtet, sodass alle Sachgebiete an einem Ort arbeiteten und die interne Kommunikation bestmöglich funktionierte.

### MEILENSTEIN WHATSAPP-KANAL

Drei zentrale Bausteine für das Sachgebiet 5 (S 5) – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – waren: die eigenen digitalen Kanäle, das Bürgertelefon und die Zusammenarbeit mit der Presse. Vor allem die digitalen Kanäle boten die Möglichkeit, minutenaktuell zu kommunizieren und Fehlinformationen nicht entstehen zu lassen. Jegliche Meldungen, die für Bürger:innen von Interesse waren, veröffent-

WhatsApp-Kanal der Gemeinde



Der Stabsraum in der Gemeinde Lilienthal in der Nachtschicht, bevor ein turbulenter Tag startet



lichte S5 schnellstmöglich auf Instagram, Facebook und der Gemeinde-Homepage. Doch es entstand die Frage: Wie erreichen wir so viele Menschen wie möglich? Nach einer Idee in einer schlaflosen Nacht eröffnete die Gemeinde Lilienthal schließlich am Morgen des 27. Dezember 2023 einen WhatsApp-Kanal. Der Gedanke war, dass diese App von einem Großteil der Bevölkerung sowieso bereits genutzt wird. Der Zugang zu Informationen war hierdurch für die Bürger:innen niederschwellig. Die Kanal-Eröffnung war ein Meilenstein in der Krisenkommunikation. In wenigen Tagen wuchs der Kanal auf bis zu 12000 Menschen an, wurde von der breiten Masse genutzt, von Betroffenen, Angehörigen, Mitarbeitenden der Gemeinde sowie Journalistinnen und Journalisten.

Nach der unkomplizierten Eröffnung des Kanals war die größere Herausforderung, dass er von Interessierten gefunden wird. Fast alle WhatsApp-Nutzer:innen können öffentlichen Kanälen folgen – wenige Ausnahmen gibt es je nach Update. Dennoch werden Kanäle zu Beginn nicht über die Suchfunktion gefunden, sodass die Gemeinde Lilienthal den Link zum Kanal regelmäßig teilen musste. Durch das persönliche Interesse und die Betroffenheit wurde er jedoch häufig privat geteilt und verbreitete sich wie ein Lauffeuer.

### MUT ZUR TRANSPARENTE KOMMUNIKATION

Während der turbulentesten Zeit veröffentlichte die Gemeinde auf ihren Kanälen stündlich oder sogar halbstündlich Meldungen. Gleichzeitig wurden Pressemitteilungen versendet, Telefonate mit Journalistinnen und Journalisten geführt und Pressekonferenzen vorbereitet. Die Basis für eine Kommunikation in diesem Takt ist ein Umfeld, das auf Vertrauen und Zuverlässigkeit basiert. Was die Kommunikation der Gemeinde Lilienthal während des Hochwassers positiv beeinflusste, war der Mut zur Transparenz. Es gab keine Angst davor, Dinge zu kommunizieren, die noch in der Entwicklung waren. Bürger:innen wurden auch informiert, wenn Maßnahmen noch nicht bis ins kleinste Detail geplant waren. Das schuf Vertrauen und großes Verständnis gegenüber den getroffenen Entscheidungen. Gleichzeitig ist es wichtig, kurz und verständlich zu formulieren. Was interessiert die Lesenden am meisten? Ist das Geschriebene verständlich? Haben wir die „Verwaltungs-Brille“ abgesetzt? Fragen, die die Texterstellung permanent begleiten und helfen, den schmalen Grat zwischen nahbar und informativ zu treffen.



Zwei Beispiele für Videobotschaften der Gemeinde Lilienthal, die auf den Social-Media-Kanälen veröffentlicht wurden

### VIDEOBOTSCHAFTEN

Der nächste Schritt, die Kommunikation in der Hochwasserlage barrierefreier und bevölkerungsnäher zu machen, waren Videobotschaften durch Bürgermeister Kim Fürwentsches. Die erste Videobotschaft hat die Gemeinde Lilienthal am 30. Dezember 2023 veröffentlicht. Thema war die Situation in einer Straße, die noch immer vollständig knietief unter Wasser stand. Die Resonanz war überaus positiv. Die maximal zweiminütigen Videos wurden durch die Gemeinde gedreht, geschnitten und veröffentlicht. So war es möglich, auch komplexere Sachverhalte schnell und einfach zu erklären. Die Empfänger:innen hatten nun eine reale Vertrauensperson mit Gesicht und Mimik vor sich, was zusätzlich für Verständnis sorgte.

### WAS LERNEN WIR DARAUS?

Insgesamt wurden während des gut dreiwöchigen Ereignisses 27 Pressemitteilungen und 71 Social-Media-Posts pro Kanal (Instagram und Facebook) durch die Gemeinde Lilienthal veröffentlicht. 24 Posts hiervon waren Videobotschaften und hinzu kamen unzählige Story-Beiträge, 9000 Anrufe auf dem Bürgertelefon und etliche Telefonate mit Journalistinnen und Journalisten. Alle Infos wurden auch auf WhatsApp gespiegelt. Ein hohes Pensum, das nur durch gegenseitiges Vertrauen und kurzfristige interne Kommunikation erreicht werden konnte. Doch es hat sich ausgezahlt. Nach der Lage arbeitet die Gemeinde Lilienthal an der Herausforderung, das hohe Kommunikationslevel in den Alltag zu überführen. Die Taktung der Veröffentlichungen hat wieder abgenommen. Dennoch muss in Erinnerung bleiben, dass Transparenz ein hohes Gut ist. Es stellen sich folgende Fragen: Wie stellen wir die Kommunikation weiterhin auf? Wie werden wir unseren WhatsApp Kanal in Zukunft bespielen? Welche Informationen werden veröffentlicht? Und wie übertragen wir schnelle, interne Kommunikation aus dem Stabsraum in den Büroalltag?

Nach dem Stand Mitte März 2024, hat die Gemeinde Lilienthal inzwischen etwa 3300 Follower:innen bei Instagram, 2100 bei Facebook und gut 10000 bei WhatsApp. ■



Der direkte Draht zur regionalen Presse bleibt für die meisten Kommunen von hoher Bedeutung, um mit der Bevölkerung in Kontakt zu bleiben

## Wie Medienarbeit in Kleinstädten und Gemeinden gelingt

VON STEFAN IDEL



**STEFAN IDEL** ist Korrespondent der Nordwest-Mediengruppe (Oldenburg) in Hannover. Zuvor war er viele Jahre in Regional- und Lokalredaktionen tätig, zuletzt 15 Jahre als Redaktionsleiter der Nordwest-Zeitung im Landkreis Oldenburg mit Sitz in Wildeshausen

**Soziale Plattformen wie TikTok oder Instagram, Blogger und Self-Publishing-Plattformen, nicht zu vergessen die traditionellen Medienhäuser sowie TV- und Hörfunk-Stationen: Die weltweite Digitalisierung gibt das Tempo vor bei der Veränderung der Medienwelt. Mit neuen Kanälen und einer Vervielfältigung der Inhaltsformen wächst das Bedürfnis, mehr Informationen aus dem Lokalen und Sublokalen zu nutzen. Die sich rasant wandelnde Medienwelt ist bis ins Rathaus der kleinsten Gemeinde zu spüren.**

Aber wie sollen Kommunen kommunizieren? Braucht eine niedersächsische Kleinstadt oder eine Gemeinde eine Pressesprecherin beziehungsweise einen Pressesprecher? Gehören Live-Streaming, Newsletter und das Bespielen sozialer Kanäle für ein vornehmlich jüngeres Publikum künftig zum selbstverständlichen Repertoire der kommunalen Verwaltung?

Die Wirklichkeit sieht derzeit anders aus: Während die Landrätin oder der Landrat im Kreishaus meist von einem Pressestab unterstützt wird, sind hauptamtliche Pressesprecher:innen in den Rathäusern eher selten anzutreffen. Das hat weniger mit der Attraktivität der Stadt oder Gemeinde zu tun, sondern ist vielmehr der Tatsache geschuldet, dass die Kommunen finanziell nicht gerade auf Rosen gebettet sind. Je nach Eingruppierung und Zuschnitt muss für eine hauptamtliche Stelle jährlich zwischen 35 000 und 70 000 Euro Gehalt eingeplant werden, schreibt etwa Volker Thomas im Magazin „KOM“.

So sind meist die hauptamtlichen Bürgermeister:innen oder die Fach- und Sachbereichsleiter:innen Ansprechpartner:innen für die Medienschaffenden. Ein Beispiel: die Kreisstadt Wildeshausen, knapp 20 000 Einwohner:innen, im Landkreis Oldenburg. Dort fungiert ein Amtsleiter als Ansprechpartner für die Medien. Die Vorteile: Er kennt sich exzellent mit den Vorgängen aus und kann auch Hintergründe liefern. Die Nachteile: Er ist in die Verwaltungsabläufe eingebunden und daher nur eingeschränkt erreichbar. Hinzu kommt: Wenn es um politische Einordnungen geht, zitieren manche Medien ohnehin lieber den hauptamtlichen Bürgermeister.

Es gibt auch ein Gegenbeispiel aus dem Oldenburger Land: In Varel (Kreis Friesland) gibt es seit zwei Jahren einen hauptamtlichen Pressesprecher. Er hatte kaum seinen Job angetreten, da kam Gegenwind aus dem Rat. Zwei Wählergemeinschaften argumentieren, die angespannte Haushaltslage verbiete es, 60 000 Euro jährlich für eine solche Stelle auszugeben. Der hauptamtliche Bürgermeister hielt Kurs. Die örtlichen Medienschaffenden dürften zufrieden sein.

Ein weiterer Faktor: die lokale Medienlandschaft. In Wildeshausen beispielsweise sind vier Tageszeitungen präsent. Mittlerweile eine Seltenheit in der bundesdeutschen Medienlandschaft. Das führt aber dazu, dass fast täglich Anfragen bei der Verwaltung eingehen. Andernorts haben private Medien ihre Redaktionen zusammengelegt oder Standorte aufgegeben. Das Interesse an lokalen Themen ist hier tendenziell gesunken.



# Digitale Dörfer Niedersachsen – der direkte digitale Draht zwischen Kommune und Bevölkerung

VON WIEBKE OSIGUS

**Digital und auf Augenhöhe: Die Plattform der Digitalen Dörfer bietet Kommunalverwaltungen einen modernen Weg, um ihre Bürger:innen direkt mit Informationen zu versorgen. Außerdem unterstützt sie den Austausch, das Engagement und die Hilfsbereitschaft vor Ort.**

Öffentlichkeit bedeutet Teilhabe: das gilt in kleinen Kommunen mindestens ebenso wie in großen Zentren. Eine verlässliche Kommunikation auf kommunaler Ebene nimmt Bürger:innen mit und schafft so Transparenz, Vertrauen und Miteinander. Dabei stellt sich heute insbesondere in dörflichen Umgebungen die Frage, wie eine solche Kommunikation gelingen kann, wenn die klassischen Kommunikationskanäle Teile der Bevölkerung nicht (mehr) erreichen.

Denn das Informationsbedürfnis ist ja keinesfalls zurückgegangen – im Gegenteil: Die kurzfristige Sperrung der Dorfstraße, geänderte Zeiten der Bürgermeister:innensprechstunde, der Ausfall der Chorprobe oder der gefundene Schlüsselbund sind Themen, die vor Ort bewegen. Und in Krisensituationen wie dem jüngsten Weihnachtshochwasser gibt es auch jenseits des klassischen Katastrophenschutzes viele Fragen und Angebote, die es zusammenzubringen lohnt:

## DIGITALANGEBOT MIT HOHEN DATENSCHUTZANSPRÜCHEN

Die Plattform der Digitalen Dörfer eröffnet Kommunen eine neue Option der digitalen Kommunikation. Sie bietet einen ganzen Werkzeugkasten an Angeboten, über die Verwaltungen ihre Bürger:innen informieren und sich mit ihnen austauschen können.

Herzstück ist die DorfFunk-App, über die alle Inhalte ausgespielt werden können. Im März dieses Jahres waren bereits 47 494 Menschen in Niedersachsen im DorfFunk registriert, Tendenz steigend. Die User:innen nutzen damit ein Digitalangebot mit

ausgesprochen hohen Ansprüchen an den Datenschutz. Und die kommunale Familie profitiert davon, dass mein Haus das Projekt mit insgesamt 2,5 Millionen Euro fördert. Teilnehmende Kommunen in Niedersachsen können die Plattform zunächst bis Mitte 2025 kostenfrei nutzen. In dieser Zeit können sie die Plattform kennenlernen und erproben.

Gleichzeitig entwickeln die Projektträger – die Stiftung Digitale Chancen in Kooperation mit dem Fraunhofer-IESE – die Plattform anhand der Rückmeldungen aus der Praxis laufend weiter.

## KOMMUNEN KÖNNEN ANGEBOTE MARGESCHNEIDERT NUTZEN

Wollen Kommunen ihre Bürger:innen über die DorfFunk-App mit aktuellen Informationen versorgen, ist eine Verknüpfung mit dem Portal Niedersächsische LandNews möglich. Durch ein Zusatzmodul lässt sich außerdem eine schon bestehende Website als Quelle für Meldungen nutzen. Mit wenigen Klicks werden so Termine und Neuigkeiten direkt von der Website in den DorfFunk gespielt. Über weitere Tools kann darüber hinaus der Austausch zu lokalen Themen angeregt werden. Ein Beispiel: Über die LösBar können Anwohner:innen via App Vorschläge, Wünsche oder Mängel direkt an die Verwaltung melden. So kann sich jede Kommune ihren DorfFunk nach individuellen Bedürfnissen zusammenstellen.

Auch die Bürger:innen können sich untereinander vernetzen, Informationen teilen oder Nachbarschaftshilfe anbieten. Insbesondere während des Weihnachtshochwassers nutzten viele den DorfFunk zur lokalen Kommunikation. So tauschten sich die Menschen in zahlreichen Gemeinden über die App zur aktuellen Hochwasserlage aus und organisierten private Hilfen.

Ob im Alltag oder in der Krise, den Kommunen bringt die DorfFunk-App viele Vorteile: Sie können ihre Bürger:innen schnell und direkt mit Informationen versorgen, wertvolle Hinweise aus der Bevölkerung sammeln und eine datenschutz-



FOTO: MBS/OLESBARA

**WIEBKE OSIGUS** ist Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung in Niedersachsen



ILLUSTRATION: TRAININGFÜR IESE



FOTO: CLAUDIA KRÄUME

Ramlingen-Ehlershausen ist als erste Modellkommune im Projekt Digitale Dörfer Niedersachsen ausgezeichnet worden

rechtlich unbedenkliche Plattform für den Austausch untereinander bereitstellen. Damit lassen sich die Hilfsbereitschaft, das Gemeinschaftsgefühl und die Resilienz vor Ort deutlich stärken.

**AUSTAUSCH, ENGAGEMENT UND ZUSAMMENHALT**

Wie begeistert die Menschen die Plattform nutzen, konnte ich auch im vergangenen Sommer in Ramlingen-Ehlershausen beobachten. Als besonders aktive Kommune erhielt der Burgdorfer Ortsteil die Auszeichnung zur Modellkommune der Digitalen Dörfer Niedersachsen und einen digitalen Schaukasten. Im zentral gelegenen Schreibwarenladen informiert seit Juli 2023 ein Bildschirm über das Dorfleben. So können auch Menschen ohne Smartphone die Angebote der Digitalen Dörfer Niedersachsen nutzen. Weitere bisher ausgezeichnete Modellkommunen sind die Samtgemeinde Fredenbeck (Landkreis Stade), der Ortsteil Schandelah in der Einheitsgemeinde

Cremlingen (Landkreis Wolfenbüttel) und die Gemeinde Südheide (Landkreis Celle).

Insgesamt nutzen bereits 186 Kommunen mit 1089 Ortsteilen in Niedersachsen das Angebot. Gern möchte ich Sie ermutigen, ebenfalls die Chance zu ergreifen. Werden Sie Teil der Digitale Dörfer Familie in Niedersachsen und nutzen Sie die Tools der Plattform. Ermöglichen Sie Ihren Bürgerinnen und Bürgern, sich auszutauschen, zu vernetzen und gegenseitig zu unterstützen. Ich freue mich darauf, das Potenzial der Digitalen Dörfer für den digitalen Wandel in Niedersachsen in den kommenden Jahren zu begleiten und zu unterstützen. ■



Nutzen auch Sie die Vorteile des DorfFunk und werden Sie Teil der Digitalen Dörfer!

**Tools der Digitale Dörfer Plattform**

Mit der **DorfFunk-App** können Nutzende auf dem Smartphone ihre Hilfe anbieten, Gesuche einstellen oder am „digitalen Gartenzaun“ miteinander ins Gespräch kommen.

Mit einem Zugang zu den Niedersächsischen **LandNews** können unterschiedliche Akteurinnen und Akteure bspw. aus Verwaltung, Vereinen und Organisationen Informationen und Ankündigungen online veröffentlichen.

Das **DorfFunk Integration Plugin** ermöglicht es den Kommunen, ihre bestehenden Websites als Quelle für Meldungen im DorfFunk zu nutzen.



Die **LösBar** stellt den kurzen Draht zwischen Einwohnenden und Kommune her, indem Vorschläge, Wünsche oder Mängel direkt an die Verwaltung gemeldet und dort bearbeitet werden können.

Der **Digitale Schaukasten** informiert an einer zentralen Stelle im Ort über Wissenswertes aus dem lokalen und regionalen Umfeld. So werden auch weniger digital affine Menschen erreicht.

# Ergebnisse der Befragung der Kommunen zu ihrer Social-Media-Nutzung

VON M.SC. ALEKSANDRA WIMBERGER



**M.SC. ALEKSANDRA WIMBERGER** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Finanzwissenschaft an der Universität Kassel

Die Nutzung der Social-Media-Kanäle in der deutschen Bevölkerung stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich an. Im Jahr 2023 haben 70,9 Millionen Deutsche (85,1 Prozent der Bevölkerung) aktiv Social Media genutzt (Stoffer, 2023). Viele Kommunen sind ihren Bürgerinnen und Bürgern gefolgt und unterhalten eigene Social-Media-Präsenzen.

Die wissenschaftliche Literatur spricht der kommunalen Social-Media-Nutzung erhebliche Potenziale zu. Sie nennt insbesondere eine Erhöhung der Transparenz, der Offenheit und bessere Erfüllung der Rechenschaftspflicht (Criado et al., 2013; Bonsön et al., 2012; Sobaci, 2016). Die innovativen Eigenschaften der Social-Media-Kanäle erleichtern den bidirektionalen<sup>1</sup> Austausch zwischen Regierungen, Verwaltungen und Bürgerinnen und Bürgern (z.B. Criado et al., 2013; Steinbach et al., 2019). Dieser ermöglicht den Bürger:innen, ihre Meinung bezüglich öffentlicher Dienstleistungen zu äußern, Einfluss auf die politische Agenda zu nehmen und mit Regierungs- und Verwaltungsvertretern zu diskutieren (beispielsweise Larsson, 2013; Steinbach et al., 2019).

Um mehr über die Erfahrungen und Erwartungen zu erfahren, die Kommunen mit der Nutzung von Social Media verbinden, haben Forscher:innen der Universität Kassel im Herbst 2023 Kommunen

in Brandenburg, Hessen, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz befragt. Insgesamt haben 456 Kommunen (davon 170 aus Niedersachsen) den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Unsere Untersuchung hat gezeigt, dass zwei Drittel der Kommunen auf den Social-Media-Kanälen aktiv ist. Ihre Antworten bilden die Grundlage für die folgenden Ausführungen.

Ein Drittel der Kommunen nutzt keine Social-Media-Kanäle. Als wichtigste Gründe dafür werden von allem fehlende zeitliche und personelle Ressourcen sowie ungeklärte Rechtsfragen angegeben. Fehlende finanzielle Ressourcen werden hingegen kaum genannt.

## AUSMAß DER SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG

82 Prozent der Kommunen, die Social-Media-Kanäle nutzen, hat sich dafür entschieden, eine offizielle Facebook-Seite zu unterhalten. Somit spielt Facebook für die Kommunen immer noch die größte Rolle gefolgt von Instagram (74 Prozent), YouTube (31 Prozent) und WhatsApp (12 Prozent). Alle anderen Social-Media-Kanäle wie Twitter, XING, LinkedIn, Pinterest, TikTok und andere sind nur marginal wichtig.

## STRATEGIE IM SOCIAL-MEDIA-EINSATZ

Social-Media-Kanäle werden primär als Instrumente der unidirektionalen<sup>2</sup> Kommunikation gesehen (siehe auch Mergel, 2013). Eine Intensivierung der bidirektionalen Kommunikation nennen weniger als 40 Prozent als strategisches Ziel.

Überraschend ist, dass die in der Befragung benannten Ziele nur in weniger als 15 Prozent der Kommunen in einer von der Hausleitung herausgegebene Social-Media-Strategie verschriftlicht sind.

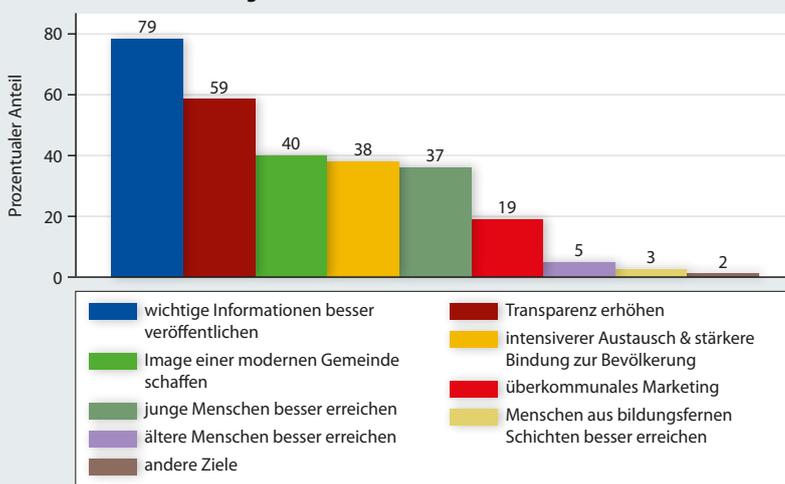
## ERFAHRUNGEN MIT UND EINSCHÄTZUNGEN ZUM SOCIAL-MEDIA-EINSATZ

Als Merkmal einer gelungenen Social-Media-Kommunikation sehen 90 Prozent der Kommunen das Verbreiten der Inhalte der kommunalen

<sup>1</sup> In zwei Richtungen verlaufend (meist wechselseitig).

<sup>2</sup> In eine Richtung verlaufend.

Welche Ziele verfolgt die Kommune mit ihrer Präsenz auf Social-Media-Kanälen?



nalen Homepage über einen zweiten Kanal. Nur 50 Prozent der Kommunen sehen ein wichtiges Merkmal darin, dass auf den Social-Media-Kanälen andere, eigene Inhalte publiziert werden sollten. Knapp 60 Prozent der Kommunen nennen die Kommunikation gelungen, wenn sie ihre Bürger:innen emotional anspricht und zum Dialog einlädt.

### Eignung verschiedener Themen für die Kommunikation auf Social Media

Für nur wenige kommunalpolitische Themen werden Social-Media-Kanäle als probates Kommunikationsmittel angesehen. Themen wie kommunale Gebühren und Steuern aber auch Kinderbetreuung und Klimaanpassungsmaßnahmen können nach der Meinung einer großen Mehrheit der Kommunen entweder in Präsenzveranstaltungen oder gar nicht diskutiert werden. Die einzigen Themenbereiche, für die Diskussionen auf den Social-Media-Kanälen für die Mehrheit der Kommunen vorstellbar sind waren: Gestaltung kultureller Veranstaltungen, Gestaltung von Spielplätzen, Sportstätten und Naherholungsgebieten als auch Gestaltung der Jugendarbeit.

### Koproduktion von öffentlichen Leistungen über Social Media

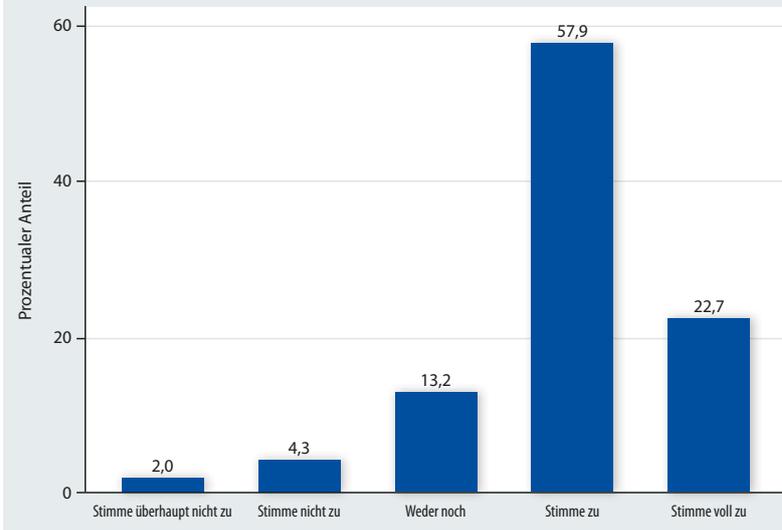
Der Möglichkeit, Bürger:innen über Social Media in die öffentliche Leistungserstellung einzubinden (sog. Koproduktion; Linders, 2012) stehen knapp 50 Prozent der Kommunen skeptisch gegenüber, knapp 30 Prozent sind ambivalent, 25 Prozent der Kommunen halten ein kommunales Social-Media-Profil für den richtigen Ort, um über die Koproduktion zu sprechen.

Nur etwa 18 Prozent der Kommunen äußert die Meinung, dass ihre Bürger:innen Interesse daran haben, über die Koproduktion auf den Social-Media-Kanälen der Kommune zu diskutieren.

### Umgang mit unangemessenen Inhalten

Drei Viertel der Kommunen wurden schon mit unangemessenen Inhalten auf Social Media konfrontiert. Allerdings berichten weniger als 20 Prozent der Kommunen, dass es einmal im Monat oder häufiger passiert. 50 Prozent der Kommunen wird mit solchen Inhalten ein paar Mal im Jahr oder seltener konfrontiert.

Alles in allem ist die Nutzung von Social Media in der Kommunikation mit der Bevölkerung ein Gewinn.



Die Mehrheit der Kommunen löscht diese Beiträge (60 Prozent), viele Kommunen sprechen die Personen auf ihr Fehlverhalten an (50 Prozent), ignorieren solche Beiträge (38 Prozent) oder sperren solche Nutzer (29 Prozent).

### Wirkung der Social-Media-Nutzung durch die Kommunen

Eine große Mehrheit der Kommunen sieht ihre Social-Media-Nutzung insgesamt als Gewinn. Besonders wird hervorgehoben, dass die Arbeit der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters durch Social Media transparenter wird. Über 50 Prozent der Kommunen gibt an, dass durch die Nutzung von Social Media in der Kommune das Vertrauen zwischen der Kommune und ihren Bürgerinnen und Bürgern gestärkt.

### VERWALTUNGSINTERNE REGELUNGEN UND RESSOURCEN DER SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN

Nur gut 30 Prozent der Kommunen verwenden ein System zur Bewertung oder Messung der Ergebnisse ihrer Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen. Kommunen, die über ein solches System verfügen, verwenden vor allem die Standardkennziffern wie Reichweite (88 Prozent), Likes (82 Prozent), Shares (60 Prozent), Fans (46 Prozent) und Kommentare (38 Prozent).

Weniger als 20 Prozent der befragten Kommunen verfügen über offizielle Dienstvorschriften zum Verhalten in Social-Media-Kanälen. Gut 60 Prozent der Kommunen bietet dem Personal, das für die Social-Media-Arbeit zuständig ist, formale oder informelle Schulungen an.

In etwa der Hälfte der Kommunen ist die Presseabteilung für die Social-Media-Aktivitäten zuständig. Der Personaleinsatz im Bereich Social Media liegt in der Mehrheit der Fälle unter einem halben Vollzeitäquivalent. ■



Dezember 2023:  
Feuerwehrleute im  
Einsatz gegen das  
Hochwasser in der  
Gemeinde Hodenhagen,  
Samtgemeinde Ahlden,  
Landkreis Heidekreis

FOTO: CHRISTIAN NIEDMANN

# Flusshochwasser und Überflutungen in- folge von Starkregenereignissen im Blick

## Zwei Veranstaltungsangebote der UAN

Das Klima wandelt sich mit weitreichenden Folgen in vielen Handlungsfeldern. Steigende Temperaturen, Veränderungen bei den Niederschlägen, eine Zunahme von Wetterextremen beeinflussen unter anderem das Auftreten von Niedrig- und Hochwasser in den Flüssen als auch Dürre und Überflutungen infolge von Starkregen fernab von Gewässern.

Das Weihnachtshochwasser 2023/24 hat uns jüngst diese zunehmenden Gefahren vor Augen geführt und das Können ehrenamtlicher und hauptamtlicher Katastrophenschützer:innen gefordert.

Notwendige Anpassungen an die Folgen des Klimawandels werden alle Kommunen tätigen müssen. Deshalb bietet es sich an, in Netzwerken, Erfahrungsaustauschen und auf Veranstaltungen Wissen zu teilen und zu mehren.

### 1. TAGUNG DES STARKREGEN-NETZWERKES NIEDERSACHSEN AM 28. MAI 2024 IM LANDESPORTBUND IN HANNOVER

Seit 2021 gibt es das Starkregen-Netzwerk Niedersachsen, um sich gemeinsam auf die Herausforderungen infolge von Starkregenereignissen vorzubereiten. Ziele sind, voneinander zu lernen, Best-Practice-Beispiele zu teilen und stets auf der Höhe der fachlichen und rechtlichen Weiterentwicklungen zu bleiben.

Themen der Veranstaltung werden unter anderem der Umgang mit der landesweiten Starkregengefahrenhinweiskarte, die derzeit durch das Bundesamt für Kartographie und Geodäsie erstellt und voraussichtlich Ende des ersten Halbjahres 2024 veröffentlicht werden wird. Wie können die Kommunen bestmöglich mit diesen Informationen in ihrem Verwaltungshandeln aber auch gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern umgehen? In Nordrhein-Westfalen wurden diese

Karten bereits vor einigen Jahren veröffentlicht, so dass es sich anbietet, von den dortigen Erfahrungen zu lernen. Weitere Themen sind mögliche Synergien kommunaler Verbundprojekte zur Starkregenvorsorge sowie das Arbeiten mit der Musterleistungsbeschreibung zur Ausschreibung einer kommunalen Gefährdungs- und Risikoanalyse.

### 2. KOMMUNALER ERFAHRUNGSAUSTAUSCH HOCHWASSERSCHUTZ AM 12. JUNI 2024 IN DER HEIDMARKHALLE IN BAD FALLINGBOSTEL

Zentrales Thema des von der Kommunalen Umwelt-Aktion UAN in Zusammenarbeit mit der DWA, dem BWK und der Akademie Hochwasserschutz organisierten 6. Kommunalen Erfahrungsaustauschs sind die Erfahrungen des Weihnachtshochwasser 2023/24 in Niedersachsen und Rückschlüsse, die aus diesem Ereignis gezogen werden müssen. Neben den Vorträgen und der Möglichkeit des kommunalen Erfahrungsaustauschs gibt es im begleitenden Ausstellungsbereich für Verantwortliche aus Kommunen und dem Katastrophenschutz ein breites Angebot sich unter anderem direkt bei Herstellern über mobile Hochwasserschutzsysteme zu informieren, mit planenden Ingenieurbüros zur Starkregenvorsorge ins Gespräch zu kommen oder überregionale Beratungsangebote kennenzulernen.

Weitere Informationen und den Link zur Anmeldung finden Sie zu den jeweiligen Veranstaltungen unter <https://www.uan.de/veranstaltungen>



#### KONTAKT

Dr. Katrin Flasche  
Tel. 0511 30285-58  
E-Mail: flasche@uan.de

# PLAN4

## Zielmarke: 100 000 Sozialwohnungen pro Jahr

Hohe Zinsen, hohe Mieten und kein Ende in Sicht: Wohnen in Deutschland wird seit Jahren teurer. Das trifft Geringverdiener besonders hart. Die Politik investiert mittlerweile zwar wieder kräftig in den Bau von Sozialwohnungen. Sichtbar sind die Bemühungen bislang zwar noch nicht – doch das könnte sich bald ändern.

Die Zahlen sprechen deutliche Sprache: Laut Daten des Statistischen Bundesamts ist die Zahl der Sozialmietwohnungen in Deutschland in den vergangenen eineinhalb Jahrzehnten dramatisch gesunken. Waren es im Jahr 2006 noch knapp 2,1 Millionen, so sank die Zahl bis 2019 um fast eine Million Wohnungen auf rund 1,1 Millionen – und das, obwohl sich im selben Zeitraum die Anzahl der Wohnungen insgesamt um 2,3 Millionen erhöht hat. Und der Trend setzt sich fort: Eine Anfang 2024 veröffentlichte Studie des renommierten Pestel-Instituts kam zu dem Schluss, dass rund 910 000 Sozialwohnungen fehlen. Dramatisch ist die Lage demnach insbesondere in Baden-Württemberg, Bayern und Berlin, aber auch in Hessen und Niedersachsen fehlen viele Wohnungen.

Der Rückgang der Sozialwohnungen in Deutschland hat mehrere Ursachen. Ein Hauptgrund besteht darin, dass vielerorts die Preisbindungen auslaufen, die für Sozialwohnungen galten. Preisbindung

bedeutet, dass der Staat die Mieten reguliert, sodass sie einen bestimmten Betrag nicht überschreiten dürfen. Meistens sind sie befristet, manchmal auf 15 Jahre, in anderen Fällen auf 30. Irgendwann laufen sie aber aus. Dann können die Wohnungen zu den üblichen Marktpreisen vermietet werden – was fast ausnahmslos dazu führt, dass sie sich verteuern. So sinkt die Gesamtzahl der Sozialwohnungen, obwohl neu gebaut wird: Im Jahr 2022 wurden beispielsweise 22 545 neue Sozialwohnungen gebaut, aber rund 36 500 Wohnungen verloren ihre Preisbindung. Unterm Strich stand also ein Nettoverlust.

### **BUND WILL JEDES JAHR 100 000 SOZIALWOHNUNGEN BAUEN**

Ein weiterer Grund liegt in einer Gesetzesänderung. Denn bis 2006 war der Bund für die Förderung zuständig. Danach ging die Verantwortung auf die Länder über. Seitdem ist ein stetiger Rückgang zu beobachten, und der Wohnungsmangel hat sich zu einem der größten sozialen Probleme unserer Zeit entwickelt. Die Bundesregierung versucht nun seit einigen Jahren, gegenzusteuern. Beim sozialen Wohnungsbau hat sie sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Jährlich 100 000 Sozialwohnungen sollen entstehen. Für den gesamten Wohnungsbau hatte Bauministerin Klara Geywitz

„...Ukraine-Krieg, Energiekrise, hohe Zinsen und Baukosten werden als Hauptgründe dafür genannt, dass die Bautätigkeit in Deutschland seit Jahren stagniert oder sogar rückläufig ist“



gar 400 000 Einheiten pro Jahr als Zielmarke ausgegeben. Allerdings ist längst Ernüchterung eingetreten, was diese Zahl angeht. Ukraine-Krieg, Energiekrise, hohe Zinsen und Baukosten werden als Hauptgründe dafür genannt, dass die Bautätigkeit in Deutschland seit Jahren stagniert oder sogar rückläufig ist.

Doch es besteht auch Grund zur Hoffnung. Ende Februar wurde in Freiburg ein neuer Stadtteil eingeweiht, der Wohnraum für 16 000 Menschen schaffen soll. In Dietenbach sollen klimafreundliches und soziales Wohnen Hand in Hand gehen. Sogar Bundeskanzler Olaf Scholz war zum Spatenstich ins Breisgau gereist. „Wir brauchen in Deutschland viele, viele Wohnungen – und vor allem bezahlbare Wohnungen“, sagte Scholz. 18 Milliarden Euro macht der Bund dafür bis 2027 locker. Darin enthalten sind erstmals auch Mittel in Höhe von 500 Millionen Euro für das Bund-Länder-Programm für studentisches Wohnen, für junges Wohnen und für Wohnen für Auszubildende.

### **SPANNUNGSFELD ZWISCHEN KLIMAGERECHTEM UND SOZIALEM BAUEN**

In den vergangenen Jahren hat sich ein Spannungsfeld zwischen Klimaschutz einerseits und dem Bedarf an Wohnraum aufgetan. Umstritten ist beispielsweise der sogenannte „Bau-turbo“, den die Regierung zünden will. Er sieht vor, dass Neubaugebiete auf der grünen Wiese entstehen und Auflagen gelockert werden dürfen. Kritiker sehen darin eine Aufweichung des Klimaschutzes. Sie wollen, dass neue Wohnungen im Innenbereich der Städte entstehen. Sie propagieren Nachverdichtung statt Flächenfraß, also die Nutzung von Brachflächen, die Aufstockung bestehender Gebäude oder den Umbau von Bürobauten zu Wohnungen.

Die Politik versucht durch die Förderung klimafreundlichen Bauens, beide Pole miteinander in Einklang zu bringen. Ein wesentliches Förderinstrument des Bundes ist das Programm „Klimafreundlicher Neubau“ (KFN). Es gilt seit März 2023 und unterstützt Neubauten, die bestimmte Grenzwerte für Treibhausgas-Emissionen unterschreiten und den energetischen Standard eines Effizienzhauses 40 erreichen. Besonders gefördert werden Gebäude mit einer Nachhaltigkeitszertifizierung nach dem Qualitätssiegel Nachhaltiges Gebäude (QNG). Die Förderung erfolgt durch zinsverbilligte Kredite und Investitionszuschüsse für Kommunen, wobei eine erhöhte Förderung für Gebäude mit QNG-Zertifizierung möglich ist. Darüber hinaus wurde das Bundesprogramm „Wohneigentum für Familien“ eingeführt, das Familien mit geringen und mittleren

Einkommen und minderjährigen Kindern durch zinsverbilligte Kredite unterstützt. Im Oktober 2023 wurden die Bedingungen dieses Programms verbessert, indem die Einkommensgrenzen angehoben und die Darlehenshöchstbeträge erhöht wurden.

### **WARUM ÖFFENTLICHE BESTANDHALTER DIGITALE TOOLS BRAUCHEN**

Auch wenn angesichts des Mangels an Wohnraum noch nicht offensichtlich ist, zeichnet sich am sozialpolitischen Horizont eine deutliche Kehrtwende ab. Mit dem 18-Milliarden-Paket hat die Bundesregierung die Renaissance des sozialen Wohnungsbaus eingeläutet. Für die öffentliche Hand – also vor allem Länder und Kommunen – wird effektives Gebäudemanagement also künftig noch relevanter, als es ohnehin schon ist. Landes- und kommunale Baugesellschaften werden in den kommenden Jahren neue Sozialwohnungen bauen oder sind bereits heute dabei.

Eine kontinuierliche Überprüfung und Bestandsaufnahme des Zustands der Sozialwohnungen ist essenziell, um ihre Qualität zu sichern und den Bedarf an Sanierungen und Neubauten präzise zu ermitteln. Der GebäudeCheck von PLAN4 ist dabei eine der effektivsten Lösungen, weil sie den personalmangelgeplagten Kommunen Zeit und Kosten spart. Städte und Gemeinden befinden sich derzeit in einer spannenden Phase der Transformation: Der Rollout des digitalen Bauantrags hat Fahrt aufgenommen, seit einem Jahr haben viele Bundesländer die Kommunen zusätzlich dazu verpflichtet, einen neuen Standard des Datenaustauschs, XPlanung, zu implementieren. Auch die digitale Planungsmethode Building Information Modeling (BIM) setzt sich immer mehr durch.

Digitalisierung ist im kommunalen Umfeld also längst kein Zukunftsszenario mehr, sondern gelebte Realität. Bei der Zustandserfassung von Gebäuden sind viele Mitarbeitenden der öffentlichen Hand aber noch immer oft mit analogen Tools unterwegs. Eine kostspielige Ressourcenvergeudung angesichts der Alternativen, die Tools wie der GebäudeCheck bieten. Die Anwendung ermöglicht es, eine umfassende digitale Bestandsaufnahme von Gebäuden durchzuführen und gleichzeitig die Kosten für notwendige Sanierungen oder Neubauprojekte zu kalkulieren. Für die Länder, die jetzt die Hauptverantwortung für den sozialen Wohnungsbau tragen, könnten solche digitalen Werkzeuge von unschätzbarem Wert sein. Sie ermöglichen es, mit der wachsenden Herausforderung des Wohnraummangels Schritt zu halten und gleichzeitig die Effizienz und Transparenz der Prozesse zu steigern. ■

*Quelle: PLAN4 Software GmbH*

## SEMINARE FÜR RATSMITGLIEDER

### Kommunalverfassungsrecht – Gemeindliche Bauleitplanung – Kommunales Haushaltswesen

#### SEMINARE FÜR NEU GEWÄHLTE RATSMITGLIEDER UND „ALTE HASEN“

Sie werden zum ersten Mal in den Rat gewählt und kommunale Themen sind für Sie neu? Sie sind schon länger dabei und möchten Ihr Wissen auffrischen? Die Kommunalakademie des NSGB unterstützt Sie dabei mit Grundlagenseminaren aus der Reihe KomFort – Kommunale Fortbildung für Ratsmitglieder.

**SCHULUNG DURCH  
QUALIFIZIERTE  
UND ERFAHRENE  
PRAKTIKER:INNEN AUS  
NIEDERSÄCHSISCHEN  
KOMMUNEN**

#### VERTIEFENDE VERANSTALTUNGEN IM VERLAUF DER WAHLPERIODE

Etwa mit den Themen „Finanzierung der Gemeinden“, „Windenergie“ oder „Zusammenarbeit in Samtgemeinden“.

#### ORTSNAH FLÄCHENDECKEND IN GANZ NIEDERSACHSEN ODER PANDEMIEBEDINGT ONLINE

Vereinbarkeit von Beruf und Ehrenamt durch Samstagsseminare.

#### KURZSCHULUNGEN ZU TEILTHEMEN BEREITS VOR DER KOMMUNALWAHL

In zweistündigen Online-Schulungen werden Teilthemen etwa aus dem Kommunalverfassungsrecht oder der Bauleitplanung vermittelt, die eine Auffrischung, Vertiefung oder auch die Vorbereitung auf Interessenschwerpunkte in der nächsten Wahlperiode bieten.

#### ONLINE-SEMINARE ÜBER „ZOOM“

Sie benötigen nur einen Rechner oder Tablet mit Kamera und Mikrofon.



**EINLADUNG** über die Verwaltungen der Mitgliedskommunen des NSGB.

#### INHOUSE-VERANSTALTUNGEN...

...finden in der Landesgeschäftsstelle des NSGB statt und können von einer einzelnen Kommune oder gemeinsam von mehreren Mitgliedsverwaltungen gebucht werden.



#### SEMINARANGEBOTE UND ANMELDUNG

[www.kommunalakademie.de](http://www.kommunalakademie.de)  
> „Seminare für Ratsmitglieder“

**Ansprechpartnerin für KomFort**  
Manuela Honkomp, Tel. 0511 30285-68,  
E-Mail: [honkomp@nsgb.de](mailto:honkomp@nsgb.de)

# Die Dienstleistungstochter des NSGB – Ihre KWL!

Wir führen für Sie Ausschreibungen  
in den Bereichen Energie, Postdienst-  
leistungen, Kommunalfahrzeuge und  
Feuerwehrfahrzeuge durch.

Lassen Sie sich gern von uns beraten.

[www.kwl.digital](http://www.kwl.digital)



FOTO:ISTOCK/ASTOCKPHOTO



FOTO:ISTOCK/MICHAELSTIFTER



FOTO:ISTOCK/ILKERCELIK



FOTO:ISTOCK/CHAIARONGPRASERTTHAI

## Energie & Kommunales

Matthias Hoppe

fon 0511 30285 77

mail [hoppe@nsgb.de](mailto:hoppe@nsgb.de)

## Feuerwehr

Petra Schulz

fon 0511 30285 67

mail [schulz@nsgb.de](mailto:schulz@nsgb.de)

Tobias Wilhelm

fon 0511 30285 19

mail [wilhelm@nsgb.de](mailto:wilhelm@nsgb.de)

Monika Meyer

fon 0511 30285 78

mail [monika.meyer@nsgb.de](mailto:monika.meyer@nsgb.de)

Andreas Nielebock

fon 0511 30285 71

mail [nielebock@nsgb.de](mailto:nielebock@nsgb.de)

## Feuerwehrbedarfsplanung

Tobias Wilhelm

fon 0511 30285 19

mail [wilhelm@nsgb.de](mailto:wilhelm@nsgb.de)

## Kooperationen & Rahmenvereinbarungen

Mona Fiedler

fon 0511 30285 66

mail [fiedler@nsgb.de](mailto:fiedler@nsgb.de)

Profitieren Sie auch von unseren **Sonderkonditionen**  
im Bereich

## Telefonie – Festnetz und Mobilfunk

Kerstin Hillebrecht

fon 0511 30285 51

mail [hillebrecht@nsgb.de](mailto:hillebrecht@nsgb.de)

## Rechnungswesen

Anke Lächelt

fon 0511 30285 59

mail [laechelt@nsgb.de](mailto:laechelt@nsgb.de)

Andrea Peters

fon 0511 30285 43

mail [peters@nsgb.de](mailto:peters@nsgb.de)



**KWL**  
Kommunale Wirtschafts-  
und Leistungsgesellschaft

Kommunale Wirtschafts- und  
Leistungsgesellschaft mbH  
Arnswaldtstraße 28, 30159 Hannover  
fon 0511 30285-0 fax 0511 30285-76  
mail [kwl@nsgb.de](mailto:kwl@nsgb.de)