

Kommunikationsstrategie 2019

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage	3
2. Rechtliche Grundlagen	3
3. Vorgehen	4
4. Erkenntnisse aus der Überprüfung	4
5. Strategische Ziele	5
6. Grundsätze	5
7. Massnahmen	5
7.1. Organisation	5
7.2. Grundlagen	6
7.3. Prozess	6
7.4. Ressourcen	6

1. Ausgangslage

Das Kommunikationskonzept des Kantons Solothurn stammt aus dem Jahre 2003. Es wird vielen aktuellen Anforderungen, Möglichkeiten und Bedürfnissen nicht länger gerecht. Die Kommunikationsgewohnheiten haben sich grundlegend geändert. Die Staatskanzlei wurde deshalb beauftragt, das bestehende Kommunikationskonzept grundlegend zu überarbeiten.

Ferner hat der Regierungsrat im Legislaturplan 2017 – 2021 folgendes Handlungsziel beschlossen:

B.1.6.1 Kommunikation in das Zeitalter der Digitalisierung überführen

Durch die Digitalisierung und Vernetzung der Gesellschaft, durch die neuen digitalen Medien und sozialen Netzwerke sind Regierung und Verwaltung vermehrt Teil eines ständigen Dialogs mit den Einwohnern und Einwohnerinnen. Das Bedürfnis der Bevölkerung nach sachgerechter Partizipation geht über die formelle Teilnahme an Volksabstimmungen hinaus.

2. Rechtliche Grundlagen

Die Kommunikation des Regierungsrates und der Verwaltung stützt sich auf folgende Bestimmungen:

Informations- und Datenschutzgesetz (InfoDG, BGS 114.1)

§9 Informationsstellen

1 Die Staatskanzlei ist die Informationsstelle des Kantonsrates, des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung.

2 Der Kantonsrat kann für seine Organe, der Regierungsrat kann für die kantonale Verwaltung besondere Informationsstellen bezeichnen.

3 Die Justizbehörden und die anderen Behörden bezeichnen ihre Informationsstellen.

Informations- und Datenschutzverordnung (InfoDV, BGS 114.2)

§ 1 Informationsstellen

1 Über Geschäfte des Regierungsrates und seiner Kommissionen informieren der Landammann oder die Frau Landammann oder der Staatsschreiber oder die Staatschreiberin.

2 Über Geschäfte eines Departements informiert dessen Vorsteher oder Vorsteherin. Diese Aufgabe kann an Medienbeauftragte delegiert werden.

§ 2 Medienbeauftragte

1 Der Regierungsrat wählt einen Medienbeauftragten oder eine Medienbeauftragte. Er oder sie

a) plant und koordiniert die amtliche Information des Regierungsrates und der Verwaltung;

b) berät und unterstützt den Regierungsrat und die Verwaltung in Informations- und Kommunikationsfragen;

c) vermittelt und pflegt die Kontakte zu den Medien.

2 Die Medienbeauftragten der Departemente

- a) planen und koordinieren die amtliche Information in ihren Bereichen;
- b) informieren im Auftrag des Vorstehers oder der Vorsteherin;
- c) verfassen Medienmitteilungen und stellen diese dem Medienbeauftragten des Regierungsrates zu;
- d) vermitteln Kontakte zwischen Ämtern und Medien.

§ 3 Informationsmittel

1 Der oder die Medienbeauftragte des Regierungsrates gibt Medienmitteilungen, allenfalls mit zusätzlichen Unterlagen über die Verhandlungen des Regierungsrates heraus.

2 Der Vorsteher oder die Vorsteherin eines Departementes kann, nach vorgängiger Orientierung des Regierungsrates, Medienkonferenzen durchführen. Medienkonferenzen, die den Zuständigkeitsbereich eines Departementes überschreiten, beschliesst der Regierungsrat. Der oder die Medienbeauftragte des Regierungsrates koordiniert die Termine und lädt ein.

3 Die Behörden nehmen bei der Wahl des Zeitpunkts und der Form der amtlichen Information nach Möglichkeit Rücksicht auf die Bedürfnisse der Medien.

3. Vorgehen

Eine Überprüfung von Strategie und Strukturen der **Regierungs- und Verwaltungskommunikation** auf der Basis einer umfassenden Dokumentenanalyse und verschiedener Gespräche, Arbeitssitzungen und Seminare mit den Mitgliedern des Regierungsrates, den internen Verantwortlichen für die Kommunikation, darunter auch mit allen Departementssekretären, führte zu den nachfolgend aufgeführten Erkenntnissen und schliesslich zu den davon abgeleiteten Umsetzungsmassnahmen.

Die im Verantwortungsbereich des Personalamtes liegende **interne Kommunikation** und das **Arbeitgebermarketing** werden in den nächsten Jahren überarbeitet und den wandelnden Kundenbedürfnissen und neuen technischen Möglichkeiten angepasst.

Die **Imagekommunikation** ist Teil der «Standortstrategie 2030» des Regierungsrates (RRB 2019/99 vom 22. Januar 2019) und wird durch die Standortförderung umgesetzt.

4. Erkenntnisse aus der Überprüfung

Die folgenden Erkenntnisse flossen in die Überlegungen zur zukünftigen Ausgestaltung der Kommunikation ein:

- die Kommunikation soll aktiver und einheitlicher werden,
- der Auftritt des Regierungsrates als Gremium soll kommunikativ gestärkt werden,
- es soll gezielter und wirksamer kommuniziert werden,
- es braucht Prozesse und Regeln für die Kommunikation.

Professionalisierung: Aktivere Kommunikation bedingt eine Professionalisierung der Kommunikation. Institutionalisierte Prozesse, Leitlinien und Organe stellen sicher, dass die Kommunikation an richtiger Stelle sauber geplant, kohärent abgestimmt und wirksam umgesetzt wird.

Ressourcen: Wenn die Kommunikation der Solothurner Regierung aktiver werden will und die Kommunikation des Kantons zeitgemäss und zielführend mithalten soll, sind zusätzliche Ressourcen im Kommunikationsbereich angezeigt.

5. Strategische Ziele

Mit den Kommunikationstätigkeiten des Kantons sollen die folgenden Ziele erreicht werden:

1. Die Kommunikation unterstützt Regierung und Verwaltung bei der Verständlichmachung politischer und administrativer Entscheidungen.
2. Die Kommunikation macht das Handeln von Regierungsrat und Verwaltung sichtbar und nachvollziehbar. Sie ist transparent. Durch Kommunikation wird gegenseitiges Verständnis und Vertrauen zwischen dem Staat und seinen Bürgerinnen und Bürgern geschaffen.

6. Grundsätze

Dabei gelten die folgenden Grundsätze der Kommunikation:

AKTIV: Wir setzen Themen selber.

AKTUELL: Wir kommunizieren zeitnah.

BEWUSST: Wir wissen, warum wir etwas wie und für wen kommunizieren.

RELEVANT: Wir analysieren den Informationswert und kommunizieren angemessen.

GEZIELT: Wir kennen unsere Zielgruppen und gestalten die Information passend auf den entsprechenden Kanälen.

PROFESSIONELL: Wir haben Regeln und Prozesse, welche dazu dienen, die richtigen Kommunikationsmassnahmen zu treffen.

7. Massnahmen

Die Kommunikationsstrategie wird mit folgenden Massnahmen umgesetzt:

7.1. Organisation

Am bisherigen, dualen System mit dezentraler Kommunikation aus den Departementen und zentraler Kommunikation aus der Staatskanzlei wird grundsätzlich festgehalten und mit der Bildung eines **Koordinationsausschusses Kommunikation** gestärkt. Der Koordinationsausschuss Kommunikation bildet dabei die institutionelle Schnittstelle. Der Ausschuss setzt sich zusammen aus der Leitung Kommunikation (Medienbe-

auftragte des Regierungsrates) und den Informationsbeauftragten der Departemente. Die Funktion des oder der Informationsbeauftragten der Departemente ist vom Departementssekretär oder der Departementssekretärin wahrzunehmen. Aufgaben und Kompetenzen des Koordinationsausschusses Kommunikation werden in einem vom Regierungsrat zu genehmigenden Pflichtenheft festgelegt.

7.2. Grundlagen

Der Regierungsrat erlässt auf der Basis der Strategie Kommunikationsgrundsätze.

Auf Basis dieser Grundsätze können für verschiedene Kanäle, Akteure und Kommunikationsbereiche Weisungen und Leitfäden, welche die Kommunikation in einem spezifischen Bereich regeln, erstellt werden.

Diese Dokumente werden im Intranet veröffentlicht.

7.3. Prozess

Die Kommunikation ist Teil der traktandierten Regierungsgeschäfte. Zur Gewährleistung eines einheitlichen, strukturierten Vorgehens, wird ein standardisierter Prozess für die Kommunikation eingeführt.

7.4. Ressourcen

Für die Umsetzung der Strategie werden die personellen Ressourcen bei der Staatskanzlei mit maximal 200 Stellenprozenten (Onlinekommunikation, Unterstützung und Stellvertretung der Leitung Kommunikation) verstärkt. Die Medienbeauftragte des Regierungsrates erhält zusätzlich die Funktion «Leitung Kommunikation Kanton Solothurn».