

Richtlinien Kommunikation



Titelbild: Gemeinsame Medienkonferenz zur Lancierung des Kantonsbahnhofs in Altdorf (Kanton Uri, Gemeinde Altdorf, SBB und UKB)

Inhaltsverzeichnis

1	Öffentlichkeitsarbeit von Regierungsrat und Verwaltung	5
1.1	Grundsätze	5
1.2	Geltungsbereich	7
2	Aufgaben und Zuständigkeiten	7
2.1	Regierungsrat	7
2.2	Generalsekretärinnen und –sekretäre, Direktionssekretariate, Amtsvorsteher	7
2.3	Informationsbeauftragter	8
2.4	Kommunikationskonferenz	9
2.5	Kommunikation in ausserordentlichen Lagen und bei Ereignissen mit erhöhtem Informationsbedarf	9
2.6	Landrat	10
2.7	Staatsanwaltschaft und Kantonspolizei	10
2.8	Richterliche Behörden	10
2.9	Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde (KESB)	10
3	Kommunikationsanlässe.....	11
3.1	Mitteilungen aus der ordentlichen Regierungsratssitzung.....	11
3.2	Direktionsmitteilungen und –projekte	11
3.3	Polizei- und Verkehrsmeldungen	12
3.4	Periodische Newsletter	12
3.5	Publikation im Amtsblatt	12
3.6	Fälle für Nicht-Kommunikation	13
4	Kommunikationsformen.....	13
4.1	Öffentliche Informationsveranstaltungen	13
4.2	Medienkonferenzen.....	13
4.3	Mediencafé des Regierungsrats.....	13
4.4	Medienmitteilung	14
4.5	Beratungsunterlagen des Landrats.....	14
4.6	Medieneinladungen	14
4.7	Postalische Streusendungen	15
4.8	Newsletterversände.....	15
5	Social Media	16

5.1	«Posts»/«Kommentare»/«Tweets».....	16
5.2	Betreuung der Auftritte und Qualitätssicherung.....	17
5.3	Verwendung von «Gefällt mir» und «Likes», «Folgen» und Retweets	18
5.4	Empörungswelle («Shitstorm»)	18
5.4.1	Vorgehen bei einer Empörungswelle.....	19
5.5	Netiquette	19
6	Interne Kommunikation	20
6.1	Intranet «Uri Center».....	20
6.2	E-Mail	21
6.3	Anschlagbretter	21
6.4	Brief.....	21
6.5	Interne Informationsanlässe.....	21
7	Mediananfragen	21
8	Weitere Anfragen.....	22
8.1	Anfragen zu Verfahrensabläufen	22
8.2	Anfragen um Bereitstellung von Daten	23
8.3	Anfragen von öffentlichen Institutionen und Behörden	23
9	Medienbeobachtung	23
10	Kommunikation bei Wahlen und Abstimmungen	24
10.1	Allgemeines.....	24
10.2	Geltungsbereich.....	24
10.3	Zuständigkeiten.....	24
10.4	Exkurs: Eidgenössische Vorlagen	25
10.5	Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld von kantonalen Abstimmungen	26
11	Veröffentlichung und Inkrafttreten.....	28
12	Anhang	29
12.1	Merkpunkte und Checklisten zur Medienarbeit.....	29
12.1.1	Die Medien wollen etwas von mir - was tun?	29
12.2	Der Auftritt im Fernsehen.....	30

1 Öffentlichkeitsarbeit von Regierungsrat und Verwaltung

1.1 Grundsätze

Nach Artikel 7 Organisationsverordnung (RB 2.3321) sorgt der Regierungsrat dafür, dass die Öffentlichkeit über seine Absichten, Entscheidungen und Massnahmen sowie über die Arbeit der Kantonsverwaltung orientiert wird, soweit ein allgemeines Interesse hieran besteht und durch die Information keine vorrangigen öffentlichen oder privaten Interessen verletzt werden. Weiter sieht Artikel 5 Öffentlichkeitsgesetz (RB 2.2711) vor, dass die Behörden die Bevölkerung über ihre Tätigkeit informieren, soweit diese von allgemeinem Interesse ist und nicht überwiegende öffentliche oder private Interessen entgegenstehen. Der Regierungsrat informiert zudem über die Arbeit der kantonalen Verwaltung (Abs. 1). Er kann die Aufgabe den Direktionen oder Verwaltungsstellen übertragen, soweit deren Tätigkeitsbereich betroffen ist (Abs. 2). Die Information erfolgt der Sache angepasst, klar und umstandsgemäss rasch (Abs. 3).

Die Öffentlichkeitsarbeit schafft *Transparenz* über die Pläne, Entscheide, Tätigkeiten und Dienstleistungen von Regierungsrat und kantonaler Verwaltung. Sie soll Vertrauen bilden und die Akzeptanz der Handlungen der Behörden erhöhen. Schliesslich ermöglicht sie der Bevölkerung, an behördlichen und demokratischen Prozessen angemessen und wirksam teilzuhaben.

Der Regierungsrat und die kantonale Verwaltung kommunizieren:

Offen Regierungsrat und Verwaltung kommunizieren offen, der Sache und der Zielgruppe angemessen sowie nach dem Grundsatz der *Gleichbehandlung* aller interessierten Personen und Institutionen. Informationen der Verwaltung enthalten stets Adresse, Bezugsquelle und Kontaktperson der verantwortlichen Stelle.

Regierung und Verwaltung sind bestrebt, alle Medienschaffenden gleich zu behandeln. Um Informationsempfängern die Vorbereitung der Berichterstattung zu ermöglichen oder diese zu erleichtern, können Unterlagen unter Erlass einer *Sperrfrist* vor einer Veranstaltung zugestellt werden. Die Sperrfrist erlischt in der Regel mit dem Beginn der Veranstaltung.

Recherchierenden Medienvertreterinnen und Medienvertretern wird im Rahmen der allgemeinen Grundsätze *individuell Auskunft* erteilt. Zu Geschäften, die unmittelbar zum Entscheid anstehen oder über die der Regierungsrat oder die zuständige Direktion soeben entschieden haben, werden in der Regel vor der Veröffentlichung der dafür vorgesehenen Medienmitteilung keine Auskünfte erteilt. Dies gilt auch für regelmässig erscheinende Medienmitteilungen (z. B. Voranschlag, Rechnung, Statistiken).

Regierungsratssitzungen und deren *Traktanden* sind nicht öffentlich. Sie werden nicht vorgängig bekannt gegeben.

Über laufende Verfahren wird nicht informiert.

Sachlich Die Informationen müssen nach dem Wissensstand von Regierungsrat und Verwaltung inhaltlich *richtig, vollständig und verständlich* sein. Informationen von Regierungsrat und Verwaltung sind sachlich aufbereitet; sie basieren auf Tatsachen. Regierungsrat und Verwaltung kommunizieren verständlich und den Zielgruppen angepasst. Fremdwörter und Fachausdrücke sind zu vermeiden. Wo Fachausdrücke unumgänglich sind, sollen sie allgemein verständlich umschrieben werden. Negative Aspekte oder andere Meinungen werden nicht verschwiegen.

Umfassend Informationen von Regierungsrat und Verwaltung enthalten alle Angaben, die zum Verständnis eines Sachverhalts oder für die freie Meinungsbildung notwendig sind. *Alle wesentlichen Tatsachen und Zahlen* sind der Öffentlichkeit vollumfänglich bekanntzugeben, d. h. es dürfen keine wesentlichen Sachverhalte ausgeklammert werden.

Wenn es besondere öffentliche Interessen rechtfertigen, werden bei der Kommunikation eines Entscheides des Regierungsrates nach Möglichkeit die diesbezüglich relevanten Unterlagen (z. B. Berichte und Anträge an den Landrat) zeitgleich veröffentlicht.

Rasch Die Kommunikation von Regierungsrat und Verwaltung erfolgt zeitgerecht nach einem Entscheid und nach einzelnen, wichtigen Meilensteinen innerhalb der Umsetzung von Entscheiden.

Aktuell Die Kommunikation von Regierungsrat und Verwaltung erfolgt *aktuell*. Eine sofortige Kommunikation verhindert, dass etwas aus dritter Hand an die Öffentlichkeit gelangt und Gerüchte oder Spekulationen entstehen. Die Kommunikation erfolgt zeitgerecht nach dem Regierungsratsbeschluss oder nach einer Etappe in der Umsetzung.

Information von innen nach aussen Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kantonalen Verwaltung sind über die sie betreffenden Entscheide und Themen vor der Öffentlichkeit zu informieren. Sind private Institutionen oder Personen in ein Geschäft besonders involviert, so sind diese in der Regel vorab zu informieren. Die Kommunikation ist entsprechend zu koordinieren.

Verhältnismässig Die Kommunikation von Regierungsrat und Verwaltung muss bezüglich Art, Intensität und Mittel geeignet und zur Zielerreichung notwendig sein. Eine sach- und zeitgerechte Kommunikation soll mit *verhältnismässigem Aufwand* (Kosten und Zeit) erfolgen. Schriftliche und mündliche Anfragen von Medien und Öffentlichkeit sind im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten und unter Berücksichtigung der gängigen Informationspraxis und der Grundsätze dieser Richtlinien zu beantworten.

Öffentlichkeit und Medien können auf Anfrage hin auch auf Publikationen im Internet verwiesen werden, wenn dies ihrem Informationsbedarf genügen kann.

Auf Indiskretionen, Gerüchte, Spekulationen und offene Briefe wird in der Regel nur reagiert, wenn Mitglieder des Regierungsrates oder der Verwaltung, Dienststellen oder Gremien in der Öffentlichkeit diskreditiert werden.

*Einheitlich
(Kollegialitätsprinzip)*

Informationen richten sich – unabhängig von direktionalen Interessen – nach den Entscheidungen der Kollegialregierung. Das Kollegialitätsprinzip verlangt, dass der Regierungsrat gegen aussen *mit einer Stimme* spricht. Insbesondere bei Entscheidungsprozessen kann das Kollegialitätsprinzip über den Grundsätzen «offen» und «umfassend» stehen. Das heisst beispielsweise, dass der Regierungsrat einen Entscheid gemeinsam trägt und keine Einzelheiten über die Entscheidungsfindung bekanntgibt. Direktionen und Ämter veröffentlichen keine von einem entsprechenden Regierungsratsbeschluss abweichenden Informationen oder Meinungen. Politisch sensitive Aussagen sind durch das der Direktion vorstehende Regierungsmitglied gegenzulesen.

1.2 Geltungsbereich

Die vorliegenden Richtlinien gelten für die *Kantonale Verwaltung*. Sie umfassen die Information gegen innen und gegen aussen. Gegen innen steht die Information der Mitarbeitenden im Vordergrund, gegen aussen der Kontakt mit der Öffentlichkeit, mit Interessengruppen und mit den Medien.

2 Aufgaben und Zuständigkeiten

2.1 Regierungsrat

Die Information der Öffentlichkeit und die Gewährleistung einer guten internen und externen Kommunikation sind *zentrale Führungsaufgaben* des Regierungsrats. Er informiert über seine politischen Schwerpunkte und Beschlüsse. Die Standeskanzlei berät den Regierungsrat und unterstützt ihn bei der kommunikativen Umsetzung seiner Entscheide.

Die Standeskanzlei informiert im Rahmen der Regierungskommunikation die Medien und die Öffentlichkeit über die Entscheide des Regierungsrats. Zu den kommunikationsrelevanten Geschäften des Regierungsrats werden *Medienmitteilungen* versandt und per Newsletter sowie im Internet (Kantonaler Internetauftritt, Social Media) der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Politisch gewichtige Entscheide werden vom fachlich zuständigen Mitglied des Regierungsrats an einer *Medienkonferenz* erläutert.

2.2 Generalsekretärinnen und –sekretäre, Direktionssekretariate, Amtsvorsteherinnen und -vorsteher

Die *Kommunikationsverantwortlichen* der Direktionen (in der Regel Generalsekretärinnen und Generalsekretäre und Amtsvorsteherinnen und –vorsteher) planen und koordinieren die Kommunikationsmassnahmen auf Direktionsebene und setzen diese um.

Mitarbeitende der Direktionen können in amtlicher Funktion bei Sendungen von Radio und Fernsehen sowie bei Interviews, Auskünften und Befragungen aller Art mit dem Einverständnis der Direktionsleitung mitwirken. Dabei haben sie sich an ihren Kompetenzbereich zu halten und den *Standpunkt der Regierungspolitik* zu vertreten. Bedeutende Medienanfragen auf Amts- und Abteilungsebene sind den Kommunikationsverantwortlichen der Direktionen und der Standeskanzlei zu melden. Die Kommunikationsverantwortlichen koordinieren die Medienanfragen und unterstützen die Fachspezialistinnen und Fachspezialisten mit Sprachregelungen für die Kommunikation (Interview, Medienmitteilung) mit den Medienschaffenden. Politisch sensitive Aussagen sind durch die Vorstehenden der Direktion gegenzulesen.

2.3 Informationsbeauftragter

Der oder die Informationsbeauftragte berät den Regierungsrat und die Kantonsverwaltung in Kommunikationsfragen. Er erstellt bei grösseren - in der Regel direktionsübergreifenden - Themen und Geschäften Kommunikationskonzepte. Dazu gehört auch das Erarbeiten von Wording und Nasty-Questions-Dokumenten. Er betreut bei Bedarf Regierungsmitglieder und Angehörige des Kadern bei Medienauftritten. Der Informationsbeauftragte organisiert Medienkonferenzen des Regierungsrats.

Er gibt gegenüber den Direktionen *Empfehlungen* zur Kommunikationsrelevanz von Geschäften ab. Er *koordiniert* die Medienarbeit im Zusammenhang mit Landratsgeschäften.

Alle Medienmitteilungen von Regierungsrat und Kantonsverwaltung werden zentral über ein Newslettersystem verbreitet. Direktionen können ermächtigt werden, ihre Versände eigenständig über dieses System zu versenden.

Der Informationsbeauftragte erbringt *Dienstleistungen gegenüber den Medien* (Abklärung von Sachverhalten, Organisation von Auskunftspersonen, Unterlagen aufbereiten usw.).

Der Informationsbeauftragte stellt an *Abstimmungswochenenden* in Absprache mit dem Abstimmungsbüro der Standeskanzlei die Information der Öffentlichkeit bzw. der Medien sicher. Er vermittelt den Medien Auskunftspersonen (in der Regel die zuständigen Regierungsmitglieder). Bei eidgenössischen und kantonalen Wahlen betreibt die Standeskanzlei ein *Medienzentrum* unter der Leitung des Informationsbeauftragten.

Der Informationsbeauftragte beobachtet die politische und mediale Lage bezüglich Themen, die sich für den Kanton Uri bzw. den Regierungsrat sowohl zu einem Reputationsrisiko als auch zu Chancen entwickeln könnten.

Der Informationsbeauftragte ist bei der kantonalen *Webseite* www.ur.ch für die Bereiche Inhalt, Struktur und Design zuständig. Er koordiniert die Webverantwortlichen und berät die Direktionen bei Schnittstellenthemen (IT, CMS, Extranet usw.).

Der Informationsbeauftragte ist für die *Social-Media-Aktivitäten* des Kantons Uri zuständig. Er berät und unterstützt die Direktionen und weitere Institutionen des Kantons bei Social-Media-Projekten und -Themen.

Der Informationsbeauftragte arbeitet bei *Projekten* mit, in denen der Kanton Uri gegen aussen auftritt (zum Beispiel Gastkanton an der OLMA, Marché Concours, Expo Milano, Sechseläuten, Gewerbeausstellungen, Sacco di Roma usw.). Der Informationsbeauftragte arbeitet in diesem Bereich mit externen Stellen (Standortpromotion, Tourismusorganisationen, Verbände usw.) zusammen.

Der Informationsbeauftragte berät den Regierungsrat in medienpolitischen Fragen. Er erarbeitet Entwürfe für Vernehmlassungsantworten zu Medienthemen. Er organisiert ein- bis zweimal im Jahr ein Treffen des Regierungsrats mit den in der Kantonalberichterstattung tätigen Medienschaffenden (Mediencafé). Zudem ist er vom Regierungsrat delegiert in Gremien der SRG (Vorstände der SRG Zentralschweiz und der SRG Uri).

Er baut ein persönliches und tragfähiges Netzwerk mit nationalen Medienvertreterinnen und -vertretern auf. Im Idealfall ist dieses von gegenseitiger Professionalität geprägt. Das Netzwerk ist zu pflegen.

Der Informationsbeauftragte ist im *Kantonalen Führungsstab* (KAFUR) für die Informations- und Kommunikationsarbeit zuständig.

2.4 Kommunikationskonferenz

Die Kommunikationsverantwortlichen aus den Direktionen treffen sich mindestens einmal jährlich zu einem Gedankenaustausch. Die Kommunikationskonferenz (CCC) widmet sich der verwaltungsweit möglichst einheitlichen Anwendung der Kommunikationsregeln. Sie kann auch Uri-relevante Themen inhaltlich koordinieren und vorbereiten, die von den Medien verstärkt aufgenommen werden könnten.

2.5 Kommunikation in ausserordentlichen Lagen und bei Ereignissen mit erhöhtem Informationsbedarf

Unter ausserordentlichen Lagen werden im engeren Sinn Ereignisse verstanden, die den Einsatz des kantonalen Führungsstabs oder der Organe der wirtschaftlichen Landesversorgung erfordern. Nach Massgabe der besonderen Umstände erlässt der Regierungsrat in Ergänzung zu diesen Richtlinien gegebenenfalls zusätzliche Weisungen.

Im weiteren Sinn entstehen ausserordentliche Lagen jedoch bereits durch Ereignisse mit erhöhtem Informationsbedarf¹. Wobei der Übergang zur normalen Lage meist fliessend ist. Ausserordentliche Lagen erfordern eine Delegation der Kommunikationskompetenzen nach oben sowie eine verstärkte Koordination bei direktionsübergreifenden Fragestellungen. Die ausserordentliche Lage und den erhöhten Informationsbedarf zu erkennen, ist einerseits Aufgabe der für die Kommunikation zuständigen Personen. Andererseits können deren Vorgesetzten eine Lagebeurteilung mit entsprechender Verlagerung der Kommunikationskompetenz auf eine höhere Ebene vornehmen.

2.6 Landrat

Im Rahmen der administrativen Angliederung des Landratssekretariats bei der Standeskanzlei kann die technische Infrastruktur des Informationsdiensts (Newsletterversand etc.) durch den Landrat beansprucht werden. Der Informationsbeauftragte kann beratend beigezogen werden.

2.7 Staatsanwaltschaft und Kantonspolizei

Die Staatsanwaltschaft und die Kantonspolizei informieren im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags selbständig.

2.8 Richterliche Behörden

Richterliche Behörden informieren in eigener Kompetenz.

2.9 Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde (KESB)

Die KESB informiert in eigener Kompetenz nach Massgabe ihres Kommunikationskonzepts. Der oder die Informationsbeauftragte kann beratend beigezogen werden.

¹ Beispiele:

- *gesteigertes Medieninteresse an politisch sensiblen oder bedeutenden Themen mit entsprechend heiklen Fragestellungen*
- *politisch motivierte Konfliktsituationen, die medial kontradiktorisch begleitet werden (Auslöser können sein: einzelne Politikerinnen und Politiker, Bund, Kantone, Gemeinden, Legislative, Gerichte, Verbände etc.)*
- *einseitig gewichtete Berichterstattung und allfällige Folgebeiträge in anderen Medien*

3 Kommunikationsanlässe

3.1 Mitteilungen aus der ordentlichen Regierungsratssitzung

Die Regierungsratssitzung findet in der Regel am Dienstag statt. Zu Beginn der Sitzung wird die *Medienmitteilung* als Sammelmitteilung über die Sitzung der Vorwoche verabschiedet. Der Entwurf für die Texte wird den Regierungsmitgliedern einige Tage vorher zugestellt. Nach der Verabschiedung durch den Regierungsrat werden die Mitteilungen im Internet veröffentlicht sowie für den Versand an die Medien und interessierte Privatpersonen (Newsletter) freigegeben. Dies trifft in der Regel auf folgende Geschäfte zu:

- Wichtige Entscheide des Regierungsrats
- Personalgeschäfte (Wahlen, Delegationen, Dienstjubiläen)
- Genehmigungen, Konzessionen und Bewilligungen
- Beiträge an soziale Institutionen

Grundsätzlich ist jeder Mitteilungstext stufengerecht mit der zuständigen Auskunftsstelle (Direktionsvorsteher, Generalsekretärin/Generalsekretär/Amtsleitung) zu versehen, um Rückfragen von Medienschaffenden zu erleichtern. Die Mitteilungen des Regierungsrats werden in der Regel von der Standeskanzlei verfasst. In speziellen Fällen kann die Redaktion den Generalsekretariaten der zuständigen Direktion respektive den zuständigen Ämtern übertragen werden.

Ist eine Medienmitteilung dringend, kann sie bereits in der Vorwoche am Tag des entsprechenden Regierungsratsbeschlusses veröffentlicht werden. Texte für vorgezogene Mitteilungen werden aufgrund der Traktandenliste und der Protokollentwürfe durch die antragstellende Direktion vorbereitet und durch die Standeskanzlei nach Genehmigung durch den Regierungsrat versandt.

Bei wichtigen Geschäften kann der Regierungsrat die Form der Kommunikation im Rahmen der Geschäftsbehandlung separat und abweichend vom vorgenannten Schema festlegen.

Stellungnahmen des Regierungsrats auf Vernehmlassungen des Bundes oder von Konferenzen werden *ohne flankierende Medienmitteilung* und ohne Newsletterversand im Internet veröffentlicht. Für Medienschaffende gilt in diesem Fall das Hol-Prinzip.

3.2 Direktionsmitteilungen und –projekte

Die Direktionen und Ämter verfassen und veröffentlichen Medienmitteilungen *in ihrem Zuständigkeitsbereich selbstständig*. Generell hat der Versand über das Newslettersystem des Kantons zu erfolgen. Dieses ist mandantenfähig. Hat eine Direktion ei-

nen grossen Anfall von Kommunikationsinhalten, können Mitarbeitende dieser Direktionen im Umgang mit dem Newslettersystem geschult werden. Andernfalls sind die zu kommunizierenden Inhalte (inkl. Medieneinladungen) via die Standeskanzlei in den Versand zu bringen.

3.3 Polizei- und Verkehrsmeldungen

Die Kantonspolizei informiert mittels Medienbulletins autonom über ihre Arbeit. Die Mitteilungen werden zeitnah über das kantonale Newslettersystem versendet. Die Kantonspolizei ist zur Orientierung der Öffentlichkeit unter Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften so weit befugt, als sie im Rahmen ihrer praxisüblichen Routinemeldungen über aktuelle Ereignisse oder ihre selbständige Ermittlungsarbeit tätig ist. Sie orientiert die Öffentlichkeit sachdienlich insbesondere zur

- Warnung (Prävention),
- Beruhigung (Instruktion),
- Richtigstellung unzutreffender Meldungen oder Gerüchte,
- Mitwirkung der Bevölkerung bei Aufklärung von Straftaten (Zeugenaufrufe),
- Fahndung nach Personen oder Sachen,
- besonderen Bedeutung des Straffalles (öffentliches Interesse).

Wenn die Informationshoheit bei der Staatsanwaltschaft liegt, was bei schweren Straftaten und anderen schwerwiegenden Ereignissen der Fall ist, erfolgt die Information der Öffentlichkeit gemäss den Weisungen der Staatsanwaltschaft.

3.4 Periodische Newsletter

Direktionen und weitere Amtsstellen können periodische (monatlich, quartalsweise) *Newsletter* veröffentlichen. Newsletters erhalten wissenswerte Informationen aus einem gewissen Themenbereich, die beispielsweise monatlich gesammelt und versendet werden.

3.5 Publikation im Amtsblatt

Die Medienmitteilungen des Regierungsrats und der Direktionen sind in der Regel im nächstfolgenden Amtsblatt zu veröffentlichen. Ausgenommen davon sind die Bulletins der Kantonspolizei.

3.6 Fälle für Nicht-Kommunikation

Stehen *datenschutz- oder persönlichkeitsrelevante Aspekte* einer Veröffentlichung entgegen, ist das angezeigte Vorgehen verantwortungsbewusst abzuklären. In Zweifelsfällen ist Rücksprache mit dem Rechtsdienst oder mit dem Kanzleidirektor als Rechtskonsulent des Regierungsrats zu nehmen. Abschliessend entscheidet der Regierungsrat.

4 Kommunikationsformen

4.1 Öffentliche Informationsveranstaltungen

Der Regierungsrat, die Direktionen oder die Amtsstellen können an öffentlichen Informationsveranstaltungen einzelne Themen einer breiten Öffentlichkeit vertieft darlegen und den Dialog mit dem Publikum pflegen. Dies ermöglicht es, Rückmeldungen aus der Bevölkerung zu sammeln, entgegenzunehmen und in die weitere Arbeit einfließen zu lassen. Akkreditierte Medienschaffende sind grundsätzlich zu diesen Veranstaltungen einzuladen. In Ergänzung dazu können weitere der folgenden Kommunikationsmittel eingesetzt werden.

4.2 Medienkonferenzen

Zu wichtigen Ereignissen und Geschäften werden Medienkonferenzen einberufen. Über die Durchführung entscheidet der Regierungsrat. Im Zuständigkeitsbereich der Direktionen das zuständige Regierungsratsmitglied.

Medienkonferenzen beginnen idealerweise zwischen 9 und 10 Uhr. Der Informationsbeauftragte kann in die Planung einbezogen werden. Er steht im Bedarfsfall unterstützend zur Verfügung. Insbesondere elektronische Medien wünschen Statements als «O-Ton» respektive im Rahmen von bewegten Bildern. Nach Möglichkeit werden diese Wünsche erfüllt. Gegebenenfalls (Zeitdruck, Effizienz) ist auf geteilten Mikrofonen und Kameras zu bestehen.

4.3 Mediencafé des Regierungsrats

Das Mediencafé ist eine geplante *Medienkonferenz*, die gleichzeitig auch als *Netzwerk Anlass* zu den akkreditierten Medienschaffenden dient. In der Regel zweimal jährlich (April/Mai und Oktober/November) lädt der Regierungsrat zum Mediencafé. In einem Informationsblock orientieren die zuständigen Regierungsmitglieder über den Stand von Geschäften, die derzeit auf der Agenda des Regierungsrats respektive der Direktionen stehen. Im Anschluss daran lädt der Regierungsrat die Medienschaffenden zum

Mittagessen ein. Dabei bietet sich Medienschaffenden und Regierungsmitgliedern die Gelegenheit, aktuelle Themen zu besprechen und die Kontakte zu vertiefen.

4.4 Medienmitteilung

Medienmitteilungen werden durch die federführende Direktion respektive durch das zuständige Amt verfasst. Dazu kann der Informationsbeauftragte beratend beigezogen werden. Der Versand erfolgt über das Newslettersystem je nach Zuständigkeit durch die Direktion oder durch die Standeskanzlei. Grundsätzlich ist jeder Mitteilungstext stufengerecht mit der zuständigen Auskunftsstelle (Direktionsvorsteher/in, Generalsekretärin/Generalsekretär/Amtsleitung) zu versehen, um Rückfragen von Medienschaffenden zu erleichtern.

4.5 Beratungsunterlagen des Landrats

Den Landratsmitgliedern und den Medienschaffenden werden die Beratungsunterlagen für Landratssessionen rechtzeitig zugestellt. Der Versand an die Medienschaffenden erfolgt zeitnah nach der Bedienung der Ratsmitglieder. Antworten auf parlamentarische Vorstösse erfordern *keine Medienmitteilung*. Sie werden analog zu den Beratungsunterlagen des Landrats versendet. Bei besonders bedeutenden Vorlagen kann der Versand der Unterlagen an den Landrat zusätzlich durch eine Medienmitteilung begleitet werden.

4.6 Medieneinladungen

Als akkreditiert gelten Redaktionen von Urner Medien, von Nachrichtenagenturen sowie von Radio- und Fernsehanstalten, deren Sendegebiet im Kanton Uri liegt. Zusätzlich akkreditiert werden Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller, die regelmässig über den Kanton Uri berichten oder die Redaktionen von Presse, Radio/Fernsehen und in neuen Medien (Web, Blogs etc.) regelmässig mit Beiträgen aus dem Kanton Uri beliefern. Gesuche um Akkreditierung sind bei der Standeskanzlei einzureichen.

Akkreditierten Redaktionen und Personen werden *alle* Medienmitteilungen des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung sowie *sämtliche* Einladungen zu Medienkonferenzen und zu Veranstaltungen zugestellt, zu denen die Medien eingeladen werden. An einer Teilnahme interessierte Medienschaffende nehmen teil, die anderen nicht. Es steht den Organisierenden frei, eine Anmeldung zu verlangen. Generell ist anzumerken, dass die Anwesenheit von Medienschaffenden stärker von der Tagesaktualität abhängt als von einer erfolgten Anmeldung. Der Versand der Einladungen erfolgt über die Standeskanzlei.

Planbare Einladungen sind *frühestens drei Wochen und spätestens 10 Tage vor dem Anlass* zu versenden. Bei nicht planbaren Ereignissen kann eine Einladung viel kurzfristiger erfolgen. In Ausnahmefällen können Medienschaaffende innert Stundenfrist eingeladen werden (Unfälle, Brände, Krisenereignisse etc.)

4.7 Postalische Streusendungen

Die Information über grosse Vorhaben kann durch postalische Streusendungen flankierend unterstützt werden. Diese können auf den ganzen Kanton aber auch auf Regionen oder einzelne Gemeinden verteilt werden. Beispiele dafür sind:

- Information über Grossbaustellen
- Ankündigung grosser Projekte
- Eventprogramme (z. B. Eröffnung Gotthard-Basistunnel)

4.8 Newslettersversände

Alle genannten Kommunikationsformen sind (auch) über das Newslettersystem an die entsprechenden Abonentinnen und Abonenten zu senden. Dadurch wird deren lückenlose Bedienung gewährleistet. Das Newslettersystem erleichtert die Adressbewirtschaftung, indem beispielsweise Mail- und Postadressen direkt durch die Adressanten angepasst werden können.

Zielgruppen Das Newslettersystem unterscheidet diverse Zielgruppen, die problemlos ergänzt oder verfeinert werden können. Derzeit können folgende Newsletter-Zielgruppen (oder Kombinationen davon) gezielt angesprochen werden:

- Mitglieder des Regierungsrats
- Mitglieder des Landrats
- Gemeinden
- Akkreditierte Rathausmedien
- Unternehmen des Kantons Uri
- Direktionsweise interessierte Personen

Versandzeitpunkt Beim Versandzeitpunkt von Newsletters ist auf die Produktionsbedingungen der Medien Rücksicht zu nehmen. Grundsätzlich sind Versände am Vormittag einzuplanen.

Sperrfristen und Indiskretionen Sperrfristen werden nur in begründeten Fällen angesetzt. Sie erlöschen grundsätzlich mit dem Beginn einer Informationsveranstaltung zum Thema der Medienmitteilung. Bei Verdacht auf Indiskretionen oder wenn Informationen auf anderen Wegen an die Medien gelangt sind, werden Sperrfristen gegenstandslos. Die entsprechenden Kommunikationsinhalte können sofort veröffentlicht werden. Indiskretionen werden als Amtsgeheimnisverletzung aufgeklärt und entsprechend geahndet.

5 Social Media²

Für den Aufbau, den Betrieb und die Weiterentwicklung von Social-Media-Auftritten ist der oder die Informationsbeauftragte (vgl. Ziff. 2.3) verantwortlich. Sie begleitet zudem die Social-Media-Aktivitäten der Direktionen und stellt das Monitoring sicher. Sie betreut die dialogische Kommunikation und stellt zum Beispiel sicher, dass via Social Media gestellte Fragen beziehungsweise Kommentare beantwortet werden. Die Standeskanzlei hat den Status des Account-Owners im Bereich der Gesamtverwaltung inne.

Die Standeskanzlei ist die Ansprechpartnerin für Mitarbeitende bei Fragen zu Social Media oder technischen Problemen.

Die Kernverwaltung kommuniziert hauptsächlich via die Plattformen *Facebook* («Kanton Uri»), *X (Twitter)* (@infokantonuri), *Youtube* («Kanton Uri») und *Instagram* («kantonurischweiz»). Newsmitteilungen auf der Homepage www.ur.ch werden nach Möglichkeit automatisiert publiziert. Ebenfalls werden Stellenausschreibungen automatisiert auf LinkedIn, Facebook und X (Twitter) verbreitet.

Im Personalbereich (Stellenausschreibungen, Personalgewinnung) wird die Plattform LinkedIn eingesetzt. Die Koordination im Personalbereich erfolgt durch das Amt für Personal, unterstützt durch die ausschreibende Direktion.

Die Kantonspolizei pflegt einen eigenen Instagram-Auftritt. Dazu existiert ein separates Regelwerk. Darauf sei verwiesen.

Spartenspezifische Social-Media-Präsenzen können durch die Direktionen und Ämter nach Rücksprache mit der Standeskanzlei erstellt werden. Beispiele dafür sind die Facebook-Gruppen «Exil-Urnerinnen und Urner» sowie «uriMED – junges Ärztenetzwerk Uri» oder «Standort Uri» auf Facebook und LinkedIn.

Jeder Kanal verfügt über ein klares, definiertes Profil mit sauberem Erscheinungsbild und auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Inhalte.

5.1 «Posts»/«Kommentare»/«Tweets»

*Statusänderungen,
Tweets, etc.*

Die Standeskanzlei ist verantwortlich für die Aktualisierung von Status, das Versenden von Mitteilungen sowie für das Hochladen von Fotos und Videos auf die entsprechenden *allgemeinen* Plattformen des Kantons. *Spartenspezifische* Social-Media-Präsenzen werden durch die zuständigen Direktionen bewirtschaftet.

*Antworten auf Kommentare, Tweets, etc.
(Feedback / Support)*

Die Standeskanzlei koordiniert die Beantwortung von Kommentaren und Anfragen in den Social Media. Ausgenommen davon sind die spartenspezifischen Social-Media-

² Das Kapitel «Social Media» wurde in Anlehnung an die Vorgaben des Kantons Aargau «Organisationshandbuch – Social Media; Version 0.5» verfasst.

Präsenzen, wo die entsprechende Amtsstelle die Koordination übernimmt. Bei komplexeren oder politisch heikleren Themen kann die Standeskanzlei vorab innert nützlicher Frist (i.d.R. 24 Stunden) eine Sofortreaktion in Form einer Anerkennung und Behandlungsankündigung der Anfrage geben. Da eine Antwort von vielen Personen gelesen werden kann, müssen die Antworten über die konkrete Anfrage hinaus Gültigkeit haben. Deshalb ist folgender Ablauf vorgesehen. Dieser ist beförderlich zu gestalten. Die Antwort soll in der Regel innert 24 Stunden erfolgen:

- Eingang Anfrage
- Die Standeskanzlei leitet die Anfrage an die betroffene Direktion weiter.
- Die Direktion bezieht die verantwortlichen Personen bei und beantwortet die Anfrage.
- Die Direktion leitet die Antwort zur Publikation an die Standeskanzlei weiter.
- Publikation der Antwort durch die Standeskanzlei.
- Kann eine Anfrage zeitlich, inhaltlich und/oder formal nicht vollständig beantwortet werden, so wird dem Fragesteller ein alternativer Kommunikationsweg vorgeschlagen (Brief, Mail oder Telefon).

Offizielles Kommentieren /«Liken» von Status, Tweets, etc.

Das offizielle Kommentieren von Posts, Tweets, Fotos, Videos etc. unter dem Namen «Kanton Uri» ist der Standeskanzlei vorbehalten. Die Verwendung des «Gefällt-mir»-Buttons und anderer Reaktionen im Rahmen eines offiziellen Auftritts ist ebenfalls der Standeskanzlei vorbehalten - ebenso das Folgen von anderen Accounts. Entsprechende Stellvertretungen durch andere Kommunikationsfachleute sind möglich.

Weiterverbreiten von Inhalten auf privaten Kanälen

Mitarbeitenden der Kantonalen Verwaltung ist es erlaubt, mit ihren eigenen Social-Media Accounts offizielle Inhalte der Konten des Kantons weiterzuleiten («Teilen» respektive « liken »). Bei Kommentaren haben die Kantonsangestellten das Loyalitätsgebot zu ihrem Arbeitgeber zu beachten.

Zugang

Der Zugang zu den Social-Media-Kanälen, insbesondere zu den Kommentar- und Teilfunktionen, im Netzwerk der Kantonalen Verwaltung ist allen Mitarbeitenden zu gewähren.

5.2 Betreuung der Auftritte und Qualitätssicherung

Die Social-Media-Auftritte des Kantons Uri werden während den Bürozeiten bedient. Ausserhalb der Bürozeiten überwacht die Standeskanzlei die Social-Media-Accounts via E-Mail-Benachrichtigung. Während der Bürozeiten erfolgt eine Beantwortung grundsätzlich innerhalb von 24 Stunden. In dringenden Fällen werden Anfragen auch ausserhalb der Bürozeiten raschmöglichst beantwortet.

Moderation bestehender Auftritte

Die Grundsätze der Regierungskommunikation gelten auch für die Kommunikation in den Social Media. Für die Social-Media-Kommunikation ist zu beachten, dass die Inhalte «dialoggruppengerecht» aufbereitet werden. Bei der Beantwortung von Kommentaren und Tweets gelten dieselben Grundsätze wie bei Anfragen per E-Mail oder

Telefon: Sie sollten korrekt, höflich und so schnell als möglich beantwortet werden; in der Regel innert 24 Stunden.

In den Social Media können Autoren-, Redaktoren- und Administrationsrechte vergeben werden.

5.3 Verwendung von «Gefällt mir» und «Likes», «Folgen» und Retweets

Bei der Verwendung des «Gefällt-mir»-Buttons und ähnlichen Aktionen ist bei den offiziellen Social-Media-Kanälen des Kantons äusserste Zurückhaltung geboten. Insbesondere ist darauf zu verzichten, politische Aussagen Dritter (z. B. von Politikerinnen und Politikern) durch «Liken», «Teilen» oder «Retweeten» zu promoten. Folgend sind drei Beispiele aufgeführt, die «unbedenklich», «heikel» oder «unvereinbar» mit der Repräsentation des Kantons sind:

<i>Unbedenklich</i>	«Like» oder «Re-Tweet» des Status / Tweets eines anderen Kantons «Regierungsrat beschliesst Fortführung des Projekts 'Vote électronique'»
<i>Heikel</i>	«Like» eines Facebook-Status des Parteipolitikers «Der Kanton Uri ist der fortschrittlichste Kanton der Schweiz»
<i>Unvereinbar</i>	«Like» des Facebook-Status eines Parteipolitikers «Urner Kantonalbank gehört den Urnerinnen und Urnern! Stimmt für die Volksinitiative 'Für eine sichere UKB'!»

Entscheidend bei «Likes» und «Re-Tweets» sind in erster Linie der Inhalt einer Aussage. Das erste Beispiel ist generell unbedenklich, weil der Kanton Uri ein Interesse an der Fortführung dieses Projekts hat und es sich um eine politisch neutrale Aussage handelt. Das «Heikel-Beispiel» zeigt aber, dass auch eine für den Kanton positive Aussage nicht unbedenklich ist, da ein «Like» in diesem Fall einem Politiker / einer Partei zu mehr Publizität verhilft. Vertreter anderer Parteien könnten sich benachteiligt fühlen. Generell unvereinbar mit den Grundsätzen der Kommunikation einer kantonalen Verwaltung ist die Unterstützung politischer Kampagnen, wie dies im dritten Beispiel der Fall wäre. Die (Weiter-)Verbreitung von Information, die für die Bevölkerung relevant ist, ist jedoch grundsätzlich möglich.

5.4 Empörungswelle («Shitstorm»)

Eine Empörungswelle oder ein «Shitstorm» nennt man eine massenhafte öffentliche Entrüstung, die sich in sachlicher Kritik und zahlreichen unsachlichen Beiträgen über die Online-Auftritte einer Organisation oder Person ergiesst. Die bösartige Form der Empörungswelle wird teilweise als «Hass-Spass» oder «Hetzjagd» bezeichnet. Davon sind häufiger Personen betroffen. Es handelt sich meistens um ein Mobbing aufgrund von Handlungen der betroffenen Personen.

Eine Empörungswelle entsteht aus verschiedenen Gründen, zum Beispiel:

- durch eigene Aktivitäten im Social Web
- durch eigenes, von anderen als Missstand empfundenes Tun oder Unterlassen
- durch eigene Reaktionen auf Vorwürfe anderer, etwa im Rahmen der Krisenkommunikation

5.4.1 Vorgehen bei einer Empörungswelle

Vorab: *Ruhe bewahren*. Keine überstürzte Kommunikation. Beginnt sich eine Empörungswelle abzuzeichnen, so ist die Standeskanzlei (Informationsbeauftragte/r) und die sachlich betroffene Verwaltungseinheit zu informieren.

In Absprache zwischen der Standeskanzlei und der betroffenen Verwaltungseinheit wird ein «Post» erstellt, in dem sie die Bedenken respektive die Verärgerung aufnehmen und weitere Abklärungen in Aussicht stellen. Beiträge von Dritten werden gelöscht, falls sie gegen die Richtlinien des kantonalen Auftritts verstossen sowie diejenigen Beiträge, die nur aus «Copy/Paste-Material» anderer Beiträge bestehen – unter dem Hinweis, dass man an einer Diskussion durchaus interessiert sei, aber nicht an «Spam». Zur Moderation gehört auch das «Posten» von Neuigkeiten zum Thema (z.B. Online-Artikel).

Zusammen mit der Fachperson wird eine Antwort formuliert. Diese sollte so wenig Fragen wie möglich offenlassen oder Informationen zu einem konkreten Termin beinhalten, der die restlichen Fragen klärt. Krisenkommunikation ist «Chef- oder Spezialistensache». Es ist während des Verlaufs der Empörungswelle laufend zu prüfen, ob ein Statement der Direktionsvorsteherin oder des Direktionsvorstehers notwendig ist.

Grundsätzlich gilt: Die finale Stellungnahme muss von einer Person mit Fach- und Aufgabenkompetenz erfolgen. Bürokratische oder PR-Antworten sind zu vermeiden. Sie werden von den Skandalisierern als ungenügend empfunden. Auf Kritik ist einzugehen. Wenn nötig sind individuelle Antworten zu liefern.

5.5 Netiquette

Die Facebook-Netiquette des Kantons Uri lautet wie folgt:

Willkommen auf dem Facebook-Auftritt des Kantons Uri.

Wir freuen uns über Ihr Interesse und Ihren Besuch auf unserer Seite. Wir laden alle Facebook-Nutzerinnen und Facebook-Nutzer zum Dialog und zur Diskussion über Sachthemen zum Kanton Uri ein und freuen uns auf Ihre Beiträge. Wer Beiträge publiziert und Inhalte hochlädt, garantiert mit seiner Handlung, über die notwendigen Rechte zu verfügen. Wir behalten uns insbesondere vor, eingereichte Beiträge wie etwa Kommentare, Fotos, Videos, zu entfernen, wenn diese:

- Persönliche Kritik, Angriffe, Verunglimpfungen oder Disqualifikationen jeder Art enthalten.
- Rassistisch, beleidigend, Dritte herabsetzend oder irreführend sind.
- Werbung für eigene Interessen oder Interessen Dritter, insbesondere Wahl- und Abstimmungspropaganda, enthalten oder Spam-Charakter aufweisen.
- Pornographisch, sexistisch, anstössig, bedrohend, zu Gewalt auffordernd oder diskriminierend sind.
- Gesetzeswidrig sind oder gegen die Rechte Dritter (inkl. deren Urheber- und Ihre Persönlichkeitsrechte) verstossen.
- Offensichtlich unwahre Tatsachenbehauptungen enthalten.
- Wahre Tatsachenbehauptungen enthalten, die jedoch die Intim-, Privat- oder Vertraulichkeitssphäre von Personen verletzen.

Hinweis: Bitte beachten Sie, dass wir uns nur zu Themen äussern, die die Kantonsverwaltung und deren Institutionen oder die Regierungsgeschäfte betreffen. Wir äussern uns nicht zu Themen, welche in die Zuständigkeit der Gerichte und des Landrats fallen. Weitere Informationen zu diesen Themen finden Sie auf dem offiziellen Internetauftritt des Kantons Uri unter www.ur.ch.

Zu Ihrem eigenen Schutz

- Die Dialoge auf Facebook finden öffentlich statt. Deshalb beherzigen Sie bitte folgenden Grundsatz, wenn Sie mit uns Kontakt aufnehmen: Posten Sie zu Ihrem eigenen Schutz niemals persönliche Daten auf der Facebook-Pinnwand. Wenn wir auf solche Postings, die persönliche Daten enthalten, aufmerksam werden, behalten wir uns vor, diese zu Ihrem eigenen Schutz zu löschen.
- «Likers» erklären sich mit den «Rechten und Pflichten» von Facebook sowie mit den vorliegenden Nutzungsbedingungen für die Facebook-Seite des Kantons Uri einverstanden.

6 Interne Kommunikation

6.1 Intranet «Uri Center»

Das Intranet steht als internes Anschlagbrett für Themen zur Verfügung, die für die Mitarbeitenden von Interesse sind. Die Bewirtschaftung der Einträge erfolgt nach einem separaten Organisationskonzept durch die entsprechenden Verwaltungseinheiten.

Hinweise auf bedeutende Medienmitteilungen, die für die Mitarbeitenden von besonderem Interesse sind, werden kurz vor oder gleichzeitig mit dem Versand an die Medien intern verbreitet.

6.2 E-Mail

E-Mails an alle Mitarbeitenden sind grundsätzlich zu unterlassen. Dazu dient das Intranet. Mails an alle in einer Direktion oder Amt können sinnvoll sein, wenn es um Meldungen geht, die für die Direktions- oder Amtsmitarbeitenden von Bedeutung sind, nicht aber für alle Mitarbeitenden der Verwaltung.

6.3 Anschlagbretter

Mittels Aushangs an den Anschlagbrettern in der Verwaltung ist zu gewährleisten, dass auch Personen ohne Mail- oder Intranetzugang die für sie relevanten Informationen erhalten.

6.4 Brief

Diese Form der Informationsvermittlung ist zu wählen, wenn die Mitarbeitenden persönlich angesprochen werden sollen (z.B. Weihnachtsbrief) oder die hohe Verbindlichkeit einer Mitteilung unterstrichen werden will (z.B. Informatikweisungen etc.). Briefe können auch in elektronischer Form zugestellt werden.

6.5 Interne Informationsanlässe

Mit Informationsanlässen oder Versammlungen können viele Personen gleichzeitig und persönlich über ein Thema informiert werden. Diese Form ist daher zu benutzen, wenn es nicht bloss um die Vermittlung von Informationen geht, sondern auch um den persönlichen Kontakt und einen gegenseitigen Austausch.

In der Regel organisiert der Regierungsrat jährlich einen *Kaderanlass* an dem die Vorsteherinnen und Vorsteher von Ämtern, die Generalsekretäre und Generalsekretärinnen, Rektorinnen und Rektoren sowie weitere Kaderpersonen eingeladen werden.

7 Medienanfragen

Als *zentrale Anlaufstelle für Medienauskünfte* steht die Standeskanzlei (Informationsbeauftragter) zur Verfügung. Sie nimmt eine erste Sichtung und Triage der Anfragen vor. Sie vermittelt bei Bedarf die notwendigen Kontakte. Die Zuständigkeit für die Beantwortung ist je nach Thema und Art der Auskunft stufengerecht zu regeln.

Gelangen Medienanfragen an eine nicht zuständige Stelle oder ist keine der möglichen Auskunftspersonen verfügbar, kann die Anfrage der Standeskanzlei weitergeleitet werden.

Mediananfragen, die direkt an die zuständigen Direktionen respektive Ämter gehen, werden ebenfalls nach dem untenstehenden Ablauf bearbeitet.

Ablauf mündliche Anfrage

In der Regel handelt es sich um telefonische Anfragen.

- Entgegennahme der Anfrage
- Festhalten des Themas und der Fragen
- Einbettung der Anfrage: Kontext der Anfrage, geplante Publikation (Medium, Zeitpunkt), heikle Bereiche
- Erwarteter Zeitpunkt für Rückmeldung
- Kontaktangaben (Name Journalist, Medium, Telefon, E-Mail)
- Eigenständige Erledigung oder Weiterleitung gemäss Zuständigkeitsordnung

Ablauf schriftliche Anfrage

Meistens sind dies Mailanfragen.

- Entgegennahme der Anfrage
- Sofern Unklarheiten bestehen oder sich die Anfrage nicht einordnen lässt: nachfragen
- Eigenständige Erledigung oder Weiterleitung gemäss Zuständigkeitsordnung

Informationsfluss

Sofern Anfragen von Medienschaffenden zu Geschäften im Zuständigkeitsbereich des Gesamtregierungsrats direkt durch die Standeskanzlei beantwortet werden, ist dem Informationsfluss an alle involvierten Stellen besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Es ist sicherzustellen, dass einzelne Medien nicht benachteiligt werden und dass die Meinung des Gesamtregierungsrats transportiert wird (vgl. auch Ausführungen unter Ziffer 1 «Einheitlich»).

In diesen Fällen ist die für das betreffende Geschäft zuständige Direktion (via Generalsekretärin/Generalsekretär) über die Anfrage zu informieren. Die Direktion ist in der Folge dafür verantwortlich, dass weitere betroffene Stellen (mit cc-Meldung an die Standeskanzlei) über den Informationsfluss informiert sind.

8 Weitere Anfragen

8.1 Anfragen zu Verfahrensabläufen

Anfragen zu Verfahrensabläufen und Zuständigkeiten werden in der Regel direkt von der zuständigen Fachperson erledigt.

8.2 Anfragen um Bereitstellung von Daten

Anfragen (auch von Nicht-Medienschaffenden) um Bereitstellung strukturierter Daten sind grundsätzlich nach der Gesetzgebung über das Öffentlichkeitsprinzip (RB 2.2711) zu behandeln. Es gelten die Zuständigkeitsvorgaben für Medienanfragen (siehe oben).

Die Kantonale Verwaltung erhält regelmässig private Anfragen um Bereitstellung von Daten. Häufig werden Fragebogen eingereicht. So erfragen beispielsweise Studierende regelmässig die Praxis des Kantons zu einem Thema. Es ist wie folgt vorzugehen:

- Sind die angeforderten Daten öffentlich zugänglich, ist die Privatperson auf den entsprechenden Zugang hinzuweisen. Der Fragebogen wird im Regelfall nicht ausgefüllt.
- Handelt es sich um eine Anfrage, die mit verhältnismässigem Zeitaufwand zu beantworten ist, sind die Fragen durch den Sachbearbeiter zu beantworten.
- Bringt das Zusammenstellen der Daten auch dem Kanton, einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft im Kanton oder der Amtsstelle etwas, sollte ein Ausfüllen des Fragebogens erwogen werden. Dabei ist zu erwirken, dass die Resultate dem Kanton nach Abschluss der Arbeit entsprechend zugestellt werden.
- In Zweifelsfällen ist Rücksprache mit dem zuständigen Generalsekretär respektive mit der zuständigen Generalsekretärin zu nehmen.
- Wird auf ein Ausfüllen des Fragebogens verzichtet, wird der anfragenden Person eine entsprechende Rückmeldung gemacht.

8.3 Anfragen von öffentlichen Institutionen und Behörden

In vielen Fällen wird die Verwaltung von anderen Kantonen, Städten/Gemeinden oder vom Bund um Auskünfte gebeten. Solche Anfragen werden im Sinne der freundeidge-nössischen Solidarität normalerweise erfüllt.

In Zweifelsfällen ist Rücksprache mit dem entsprechenden Direktionssekretariat respektive mit dem zuständigen Regierungsratsmitglied zu nehmen.

9 Medienbeobachtung

Die Standeskanzlei beobachtet im Rahmen eines *Monitorings* Uri-relevante Themen und Entwicklungen in den Medien. Dazu verwendet sie den Medienbeobachtungsdienst Swissdox der die auflagestärksten Printprodukte der Schweiz abdeckt. Der Regierungsrat und die Direktionssekretariate werden flächendeckend oder fallweise mit den entsprechenden Publikationen bedient.

Die Standeskanzlei steht auch in vertretbarem Umfang zur Verfügung für die Recherche in Medien.

10 Kommunikation bei Wahlen und Abstimmungen

10.1 Allgemeines

Vor Abstimmungen ist eine freie und unverfälschte Meinungsbildung oberstes Ziel. Dies setzt voraus, dass der Öffentlichkeit alle relevanten Positionen der zentralen Akteure bekannt sind. Die Vermittlung von relevanten Fakten, das Aufzeigen von Zusammenhängen, Meinungen und Argumenten sowie die Begründung des behördlichen Standpunktes und der Dialog zwischen den Stimmberechtigten und dem Kanton sind für rationale politische Entscheide unerlässlich. Der Regierungsrat und Verwaltungsmitglieder können im Vorfeld einer Abstimmung ihre Haltung kundtun und die Öffentlichkeit angemessen informieren, sofern sie ihre Stellung nicht missachten. Sie behalten sich vor, über öffentlich verbreitete Fakten korrigierend die Öffentlichkeit zu informieren.

Das behördliche Engagement vor Abstimmungen ist an *erhöhte Sorgfalts- und Wahrheitspflichten* sowie an Missbrauchsregeln gebunden, damit die politische Willensbildung fair und korrekt verläuft.

10.2 Geltungsbereich

Für Mitglieder des Regierungsrats sowie für Leitungspersonen der von einer Abstimmungssache betroffenen Verwaltungsstelle gelten die spezifischen Regelungen zur Öffentlichkeitsarbeit vor kantonalen Abstimmungen immer – es wird nicht zwischen amtlichen und privaten Äusserungen in der Öffentlichkeit unterschieden. Andere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung können als Privatpersonen grundsätzlich frei in den Abstimmungskampf eingreifen und an Kampagnen teilnehmen. Es ist aber *nicht zulässig*, dass sie ihren Interventionen einen amtlichen Anstrich geben.

10.3 Zuständigkeiten

Koordination und Gestaltung der Kommunikation im Vorfeld von Abstimmungen liegen grundsätzlich bei der Standeskanzlei. Die inhaltliche Zuständigkeit und Verantwortung der Information im Vorfeld von Abstimmungen liegt bei der federführenden Direktion. Ohne Rücksprache mit dem Direktionsvorsteher respektive der Direktionsvorsteherin dürfen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung weder mündlich noch schriftlich informieren. Dazu gehört auch die Abgabe von zusätzlichen Unterlagen. Hingegen können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung auf bereits publizierte Informationen im Internet (Landrats- und Abstimmungsbotschaften) hinweisen.

Kontinuität Die öffentliche Diskussion über eine Vorlage beginnt schon in den Vorbereitungsphasen. Spezifische Regelungen zur Öffentlichkeitsarbeit vor kantonalen Abstimmungen

zählen auch im Abstimmungskampf. Wichtige Informationen dürfen nicht zurückgehalten werden. Es ist zulässig, das Schwergewicht auf Informationen zu legen, die noch nicht ausreichend vermittelt und nicht genügend wahrgenommen worden sind.

Offen Die Stimmberechtigten müssen erkennen können, wer der Absender einer Information ist. Unzulässig sind verdeckte Behördeninformationen. Es darf nicht der Anschein einer privaten Meinungsäußerung erweckt werden, wenn es sich in Wirklichkeit um eine behördliche Stellungnahme handelt. Wenn ergänzende Dokumente (z.B. Referate) Dritten zur Verfügung gestellt werden, so müssen die Dokumentationen allen interessierten Personen und Organisationen zugänglich gemacht werden.

Sachlich Die Stimmberechtigten dürfen mit sachlichen Argumenten überzeugt werden. Auch der eigene Standpunkt ist sachlich zu vertreten und im richtigen Zusammenhang vorzubringen.

Verhältnismässig Regierungsrat und Verwaltung müssen vor Abstimmungen verhältnismässig informieren. Das bedeutet einerseits, dass die Information zur freien und unverfälschten Meinungsbildung der Stimmberechtigten beitragen muss. Andererseits müssen die von Regierungsrat und Verwaltung verwendeten Mittel verhältnismässig sein im Vergleich mit denjenigen, die den anderen Teilnehmern vor Abstimmungen zur Verfügung stehen.

10.4 Exkurs: Eidgenössische Vorlagen

Der Regierungsrat und mit dessen Einverständnis auch kantonale Angestellte können sich bei eidgenössischen Abstimmungen engagieren, vor allem wenn der Kanton von einer Vorlage *besonders betroffen* ist. Der Regierungsrat kann Parolen ausgeben und sich beispielsweise auf Bundesebene in Komitees engagieren. Vorbehalten bleibt das persönliche Engagement eines Regierungsratsmitglieds für eine eidgenössische Vorlage, sofern es das Regierungsratsgremium vorgängig informiert und in der Öffentlichkeit klar zu erkennen gibt, dass es sich nicht im Namen des Regierungsrates und somit nicht im Namen des Kantons engagiert. Dabei ist es nicht zulässig, wenn einzelne Behördenmitglieder ihren individuellen (privaten) Interventionen und Meinungsäußerungen einen unzutreffenden amtlichen Anstich geben und den Augenschein erwecken, es handle sich dabei um eine offizielle Verlautbarung namentlich einer Kollegialbehörde. Eine unzulässige Beeinflussung der Meinungsbildung könnte ferner in Verlautbarungen, deren «privater» Charakter unklar bleibt, in Betracht gezogen werden; etwa, wenn das Behördenmitglied eine bewusst falsche oder täuschende Sachdarstellung geben würde, die wegen der Autorität seiner amtlichen Funktion nicht ohne weiteres als solche zu erkennen wäre. Besonders wenn sie von der politischen Gegnerschaft nicht mehr rechtzeitig richtiggestellt werden könnte (BGE 130 I 296).

Zu beachten sind im Übrigen generell die rechtlichen Grenzen bei eidgenössischen Vorlagen: In einem neueren Bundesgerichtsentscheid vom Dezember

2016 in Sachen Abstimmung über das Nachrichtendienstgesetz hielt das Gericht fest, dass es untergeordneten Gemeinwesen nur bei einer «besonderen Betroffenheit» erlaubt ist, sich in einer Abstimmung des übergeordneten Gemeinwesens aktiv einzusetzen. Diese Voraussetzung war laut Gericht bei der Ostschweizer Justiz- und Polizeidirektorenkonferenz bezüglich Nachrichtendienstgesetz nicht erfüllt.

10.5 Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld von kantonalen Abstimmungen

Abstimmungserläuterungen Zu jeder Abstimmungsvorlage werden Abstimmungserläuterungen erstellt. Sie sind für die Stimmberechtigten eine wichtige Informationsquelle und für die Meinungsbildung mitentscheidend. Abstimmungserläuterungen fassen Inhalt und Geschichte der Abstimmungsvorlage zusammen und erläutern die Haltung des Regierungsrats und des Landrats.

Um die freie Meinungsbildung zu gewährleisten, müssen Abstimmungserläuterungen bei Referendumsabstimmungen neben den *Argumenten und Empfehlungen des Regierungsrats und des Landrats* auch den *Standpunkt der Gegnerinnen und Gegner* darlegen. Abstimmungserläuterungen sind ausschliesslich für die Information über die jeweiligen Abstimmungsthemen reserviert und dürfen nicht mit anderen Informationen und Publikationen versandt werden.

Medienorientierungen, Medienmitteilungen Bis zum Versand der Abstimmungsunterlagen kann der Regierungsrat Abstimmungsgeschäfte und seine Argumentation an Medienorientierungen oder über Medienmitteilungen erläutern. Die Medienorientierung zu einer Abstimmung wird von demjenigen Regierungsratsmitglied durchgeführt, das für die Vorlage zuständig ist. Medienauftritte und –mitteilungen können auch genutzt werden, um auf neue Entwicklungen und Argumente zu reagieren und falsche Aussagen richtigzustellen.

Öffentliche Auftritte und Statements, kontradiktorische Radio- und TV-Sendungen Öffentliche Auftritte und Statements sowie kontradiktorische Radio- und TV-Sendungen und Podien bilden einen wichtigen Teil des behördlichen Engagements und ermöglichen dem Regierungsrat einen direkten Kontakt mit der Bevölkerung.

Öffentliche Auftritte und Statements sowie die Teilnahme an kontradiktorischen Sendungen im Vorfeld von Abstimmungen sind *den Mitgliedern des Regierungsrats vorbehalten*. Die Teilnahme einzelner kantonalen Angestellter ist mit dem Einverständnis des Regierungsrats möglich. Sind mehrere Verwaltungseinheiten von einem Geschäft unmittelbar betroffen, ist auf eine überdirektionale Koordination der öffentlichen Auftritte im Vorfeld von Abstimmungen zu achten.

Auftritte und Statements in Social Networks (z.B. Facebook) Regierungsrat und Verwaltung können sich in Social Networks zu Abstimmungsgegenständen äussern. Social Networks sind als öffentlich zu betrachten. Deshalb finden die vorliegenden Richtlinien entsprechend Anwendung. Bei Mitgliedern des Regierungs-

rats sowie beim höheren Kader der in einer Abstimmungssache federführenden Verwaltungsstelle wird nicht zwischen amtlichen und privaten Äusserungen unterschieden. Sie müssen sich bei Äusserungen in Social Networks klar mit ihrer Funktion zu erkennen geben.

- Internet* Die offizielle Homepage des Kantons kann im Vorfeld von Abstimmungen als eigenständiger Informationskanal genutzt werden. Die wesentlichen Argumente des Regierungsrats sollen auf dem Internet zugänglich sein. Als Ergänzung zu den gedruckten Abstimmungsunterlagen können im Internet Abstimmungsdossiers, Videos etc. zur Verfügung gestellt werden.
- Zusätzliche Informationsmittel* Im Zusammenhang mit sehr komplexen Abstimmungsvorlagen können auf Beschluss des Regierungsrates zusätzliche Informationsmittel (Broschüren, Dokumentationen) publiziert werden, um den Sachverhalt verständlich zu machen und die freie, unverfälschte Meinungsbildung zu gewährleisten.
- Komitees* Regierungsrat und Verwaltung können sich persönlich in Abstimmungskomitees engagieren, sofern dabei die Haltung des Regierungsrats *als Kollegium* vertreten wird.
- Kampagnen* Regierungsrat und Verwaltung unterstützen finanziell *keine Abstimmungskampagnen* und führen auch keine eigenen durch. Für Abstimmungskampagnen darf jedoch Informationsmaterial zur Verfügung gestellt werden, sofern es bereits publiziert und allgemein zugänglich ist. Zulässig sind allgemeine Themenkampagnen, sofern sie den Zeitraum der eigentlichen Entscheidungsfindung und des Abstimmungskampfes nicht betreffen. Über die Durchführung von Themenkampagnen entscheidet der Regierungsrat.
- Plakate und Inserate* Auf die Verwendung von Plakaten und Inseraten ist zu *verzichten*.
- Direct Mailings* Auf den Massenversand per Post oder E-Mail (Direct Mailings), die zusätzlich zu den Abstimmungserläuterungen an bestimmte Zielgruppen und an die Allgemeinheit versendet werden, ist zu *verzichten*. Vorbehalten bleibt der Versand von Abstimmungsinformationen über abonnierte Newsletterdienste.
- Werbung an Radio und Fernsehen, Radio- und Fernsehsendungen* Abstimmungswerbung an Radio und Fernsehen und die Produktion von eigenen Radio- und Fernsehsendungen sind dem Regierungsrat und der Verwaltung *untersagt*. Das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) verbietet politische Werbung an Radio und Fernsehen.
- Leserbriefe* Es ist dem Regierungsrat und der Verwaltung *untersagt*, Musterleserbriefe zu verfassen, die von Dritten unterzeichnet werden. Leserbriefe, die offen auf die Autoren verweisen, sind gemäss Grundsätzen dieses Leitfadens gestattet.
- Zeitpunkt* Als Grundsatz gilt, dass sich Regierungsrat und Verwaltung nach Versand des Abstimmungsmaterials nicht mehr zur Vorlage äussern, ausser es liege eine konkrete Anfrage vor. Als triftiger Grund, der eine spätere Kommunikation zur Vorlage rechtfertigt, gilt eine irreführende Propaganda seitens Privater. Die Abstimmungsfreiheit kann durch Interventionen von Privaten beeinträchtigt werden. Es kann daher erforderlich sein,

dass der Regierungsrat besonders krassen Verzerrungen und Verfälschungen der privaten Abstimmungspropaganda entgegentritt und grobe Fehler berichtigt. Auf diese Weise wird im Abstimmungskampf eine faire Auseinandersetzung gewährleistet.

11 Veröffentlichung und Inkrafttreten

Diese Richtlinien sind zu veröffentlichen. Sie treten am 1. Oktober 2023 in Kraft.

Im Namen des Regierungsrats
Der Landammann: Urs Janett
Der Kanzleidirektor: Roman Balli

12 Anhang

12.1 Merkpunkte und Checklisten zur Medienarbeit

12.1.1 Die Medien wollen etwas von mir - was tun?

- Erkundigen Sie sich nach dem Namen der Medienschaffenden, dem Sendegefäß, der Telefonnummer. Wenn Sie sie/ihn nicht kennen: erkundigen Sie sich bei einer Vertrauensperson über ihn oder sie.
- Informieren Sie die zuständigen Internen Stellen (Vorgesetzte, Kommunikationsverantwortliche) über die Anfrage. Besprechen Sie die Antwort (und mögliche Zusatzfragen).
- Merken Sie sich die Fragen/Themenkreise, zu welchen der/die Anrufende von Ihnen etwas wissen will. Erkundigen Sie sich, ob von Ihnen nur Hintergrundinformation gewünscht wird oder ob Ihre Aussage ganz oder teilweise über den Sender geht.
- Sie brauchen nicht sofort zu antworten. Verlangen Sie eine kurze (!) Bedenkfrist. Überlegen Sie sich Ihre Antwort, aber erwecken Sie nicht den Eindruck der Inkompetenz oder des Sich-Drückenwollens. Vereinbaren Sie einen Termin für einen baldigen Rückruf und halten Sie sich daran. Bedenken Sie, dass tagesaktuelle Journalistinnen unter enormem Zeitdruck stehen.
- Vereinbaren Sie, ihre Zitate und nach Möglichkeit den entsprechenden Kontext gegenzulesen bevor diese veröffentlicht werden. Sichern Sie politisch heikle Statements bei den politisch Verantwortlichen (i. d. R. Vorsteher/Vorsteherin der Direktion) ab.
- Wenn Sie glauben, andere seien in dieser Frage zuständig/ kompetenter: sagen Sie das der/dem Anrufenden; seien Sie kooperativ. Vermitteln Sie die zuständigen Personen.
- «No comment» und «Dazu kann ich nichts sagen» (oder sich verleugnen lassen) wirken negativ («XY war nicht zur Auskunft bereit») und fördern Spekulationen. Wenn Sie wirklich nichts sagen können/dürfen, sagen und begründen Sie es!

12.2 Der Auftritt im Fernsehen³

- Definieren Sie mit der Journalistin /dem Journalisten die Rahmenbedingungen:
 - Zu wem spreche ich (Publikum der Sendung)?
 - In welcher Sprache (Mundart oder Hochdeutsch)?
 - Wie lange darf ich reden?
 - Wer kommt sonst noch im Beitrag vor?
 - Wo findet die Aufnahme statt?
 - Wie lange werde ich zeitlich beansprucht?
 - Kann ich meine Aussage vor Ausstrahlung/Druck nochmals ansehen?
 - werden allfällige Kürzungen besprochen?

Kleidung und Frisur wirken am Bildschirm anders als in einer natürlichen Umgebung. Für Ihren TV-Auftritt ist zu empfehlen:

- Vermeiden Sie extrem helle oder dunkle Farben. Sie wirken vor der Kamera unvorteilhaft.
- Mittlere Farbtöne sind kamerawirksam. Bevorzugen Sie einfarbige Hemden oder Blusen in Pastelltönen. Hellblaue Hemden/Blusen wirken am Bildschirm frischer als weiße. Nicht zu empfehlen: stark gemusterte Kleidungsstücke. Sie lassen das Bild flirren (Moiré-Effekt).
- Die Frisur erscheint am Bildschirm wie ein Bilderrahmen, der Ihr Gesicht umrahmt. Dasselbe gilt für den Bart. Achten Sie deshalb darauf, dass der "Rahmen" Ihr Gesicht und Ihre Mimik vorteilhaft zur Geltung bringt.
- Wer schüttereren Haarwuchs hat, sollte das Haar besser kurz schneiden und die kahle Stelle vor dem Auftritt überpudern.

³ Aus: «Checkliste für Medienauftritte» MAZ, 2002 (ergänzt durch die Standeskanzlei 2017)



KANTON
URI

REGIERUNGSRAT
STANDESKANZLEI