



Ausgestaltung Behördenkommunikation: Geschlossene Mitwirkung vom November 2025 bei den Mitgliedern des Stadtrats, des Gemeinderats und der Verwaltungsleitung – Ergebnisse

Datum: 27. März 2026
Version: 1.0
Status: Definitiv
Bearbeiter: Sandra Engeler, Fabian Muff
Verteiler: Gemeinderat, Stadtrat



Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
2.	Das Wichtigste in Kürze	3
3.	Anzahl Teilnehmende	3
4.	Inhalt der Behördenkommunikation	4
5.	Kommunikationskanäle	6
6.	Ressourcen	9
7.	Weitere Bemerkungen	10

1. Einleitung

Die Motion "Verbesserung der politischen Kommunikation!" fordert, dass der Stadtrat und der Gemeinderat sowie die Stadtverwaltung mehr über eigene Themen und Projekte berichten und sich verstärkt in der politischen Kommunikation engagieren.

Der Gemeinderat wollte mit einer Befragung herausfinden, über welche Themen, Projekte und Kanäle zukünftig kommuniziert werden soll. Befragt wurden die Mitglieder des Stadtrats, des Gemeinderats und der Verwaltungsleitung. Die geschlossene Mitwirkung lief vom 6. bis 30. November 2025.

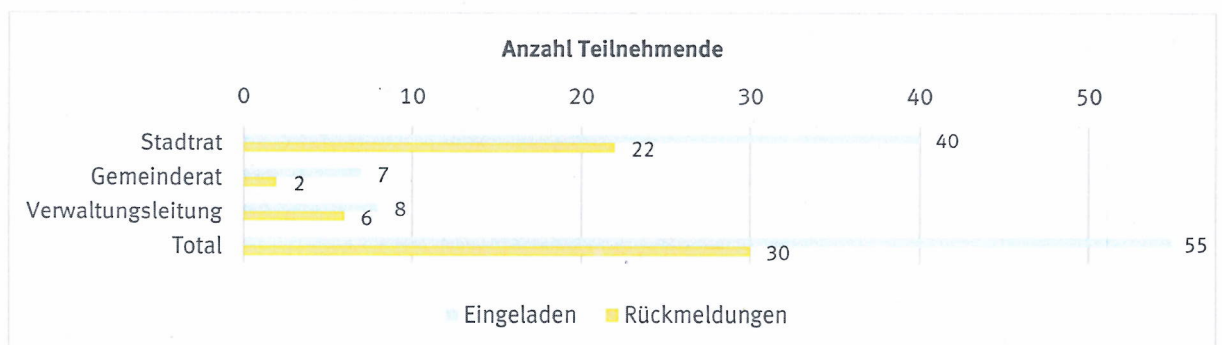
Der Fragebogen war in vier Themenblöcke gegliedert: Inhalt der Behördenkommunikation (5 Fragen), Kommunikationskanäle (4 Fragen) und Ressourcen (2 Fragen) sowie die Möglichkeit für Bemerkungen. Im vorliegenden Dokument werden die Ergebnisse der Mitwirkung aufgezeigt.

2. Das Wichtigste in Kürze

- 55 Prozent der eingeladenen Personen haben an der geschlossenen E-Mitwirkung teilgenommen.
- 80 Prozent der Teilnehmenden empfinden die Information als schlecht bis verbesserungsfähig.
- Es herrscht mehrheitlich Konsens, über welche Themen die Bevölkerung informiert sein sollte.
- Sowohl Stadt- als auch Gemeinderat sollen zukünftig vermehrt über ihre Beschlüsse informieren.
- Der Gemeinderat soll vor kommunalen Abstimmungen aktiver kommunizieren.
- Die Stadt soll ihre Social-Media Präsenz ausbauen.
- Die Stadt soll im Anzeiger Oberaargau und MYLA publizieren.
- Die Mehrheit der Teilnehmenden ist bereit, zusätzliche Ressourcen für Kommunikationsmassnahmen zu genehmigen.

3. Anzahl Teilnehmende

Zur Teilnahme eingeladen wurden 55 Personen: 40 Stadträtinnen und Stadträte, 7 Gemeinderätinnen und Gemeinderäte sowie 8 Mitglieder der Verwaltungsleitung.

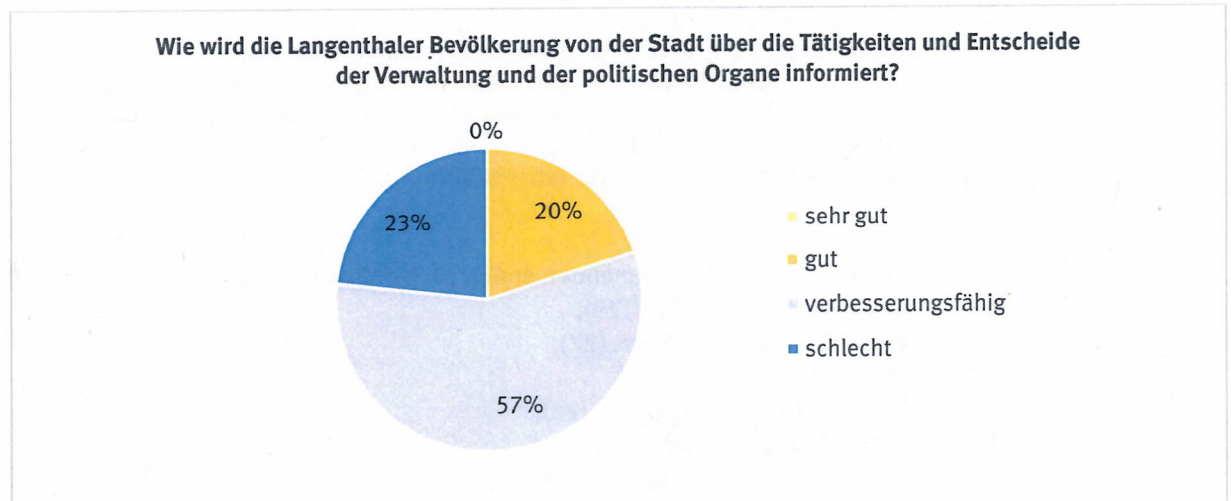


Total haben von diesen 55 eingeladenen Personen 30 Personen (55%) an der Mitwirkung teilgenommen. Wie in der Darstellung ersichtlich ist, haben 22 von 40 Stadträtinnen und Stadträte (55%), 2 von 7 Gemeinderätinnen und Gemeinderäte (29%) sowie 6 von 8 Mitglieder der Verwaltungsleitung (75%) Rückmeldungen übermittelt.

4. Inhalt der Behördenkommunikation

4.1. **Wie wird die Langenthaler Bevölkerung von der Stadt über die Tätigkeiten und Entscheide der Verwaltung und der politischen Organe informiert?**

Die Mehrheit der Teilnehmenden findet, dass die Stadt die Langenthaler Bevölkerung schlecht (23%) oder zumindest verbesserungsfähig (57%) über die Tätigkeiten und Entscheide der Verwaltung und der politischen Organe informiert. Ein Fünftel der Teilnehmenden (20%) findet die Information der Bevölkerung als gut, jedoch findet sie niemand sehr gut.



Einige der Teilnehmenden wünschen sich Informationen, welche

- sachlicher,
- transparenter und
- adressatengerechter formuliert sind.

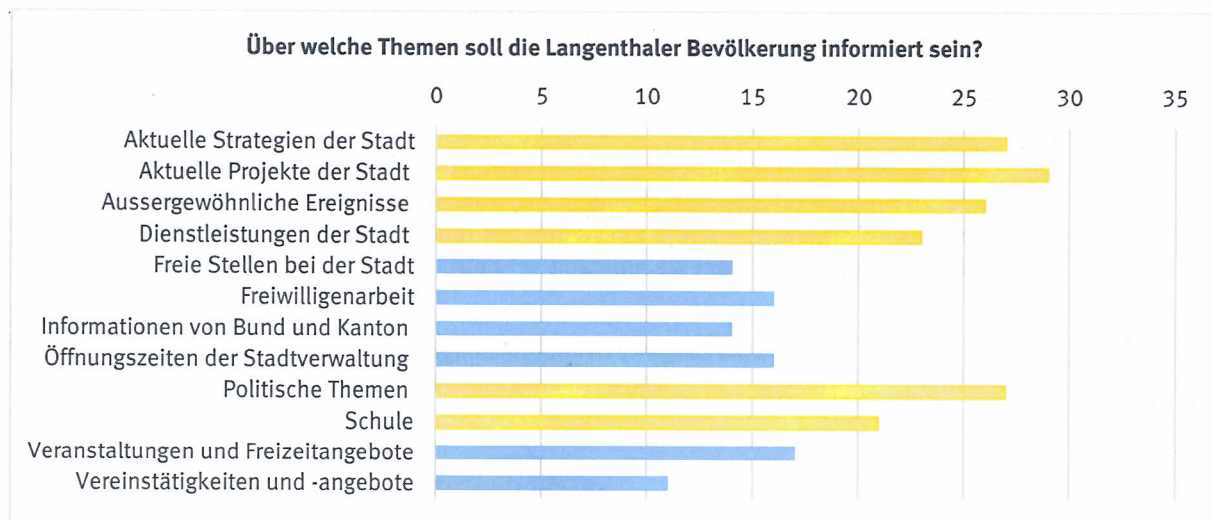
Es soll zudem systematischer sowie proaktiver informiert werden.

Einige der Teilnehmenden wünschen sich zur Verbesserung der Information den

- Ausbau der Rubrik topaktuell auf der Webseite der Stadt,
- Ausbau der Social-Media-Kanäle,
- Ausbau der Print-Kanäle.

4.2. **Über welche Themen soll die Langenthaler Bevölkerung informiert sein?**

Über welche Themen die Bevölkerung informiert sein sollte, zeigt das nachfolgende Diagramm:



Die grosse Mehrheit der Teilnehmenden spricht sich dafür aus, dass die Langenthaler Bevölkerung über

- aktuelle Projekte der Stadt (29),
- aktuelle Strategien der Stadt (27),
- politische Themen (27),
- aussergewöhnliche Ereignisse (26),
- Dienstleistungen der Stadt (23) und
- die Schule informiert sein soll (21).

Kein Konsens hingegen herrscht bei Themen, über welche zusätzlich informiert werden könnte. Hier reichen die Ideen von der Sichtbarmachung von Beratungsstellungen und Präventionsangeboten, über statistische Zahlen im Bereich der öffentlichen Sicherheit bis hin zu Mitwirkungsberichten und Gesichten bzw. Geschichten aus der Politik und Stadtverwaltung.

4.3. Über welche Themen/Projekte soll der Gemeinderat zukünftig vermehrt oder zusätzlich die Langenthaler Bevölkerung informieren?

Einige Teilnehmende wünschen sich vom Gemeinderat, dass er die Langenthaler Bevölkerung zukünftig vermehrt oder zusätzlich über folgende Themen/Projekte informiert:

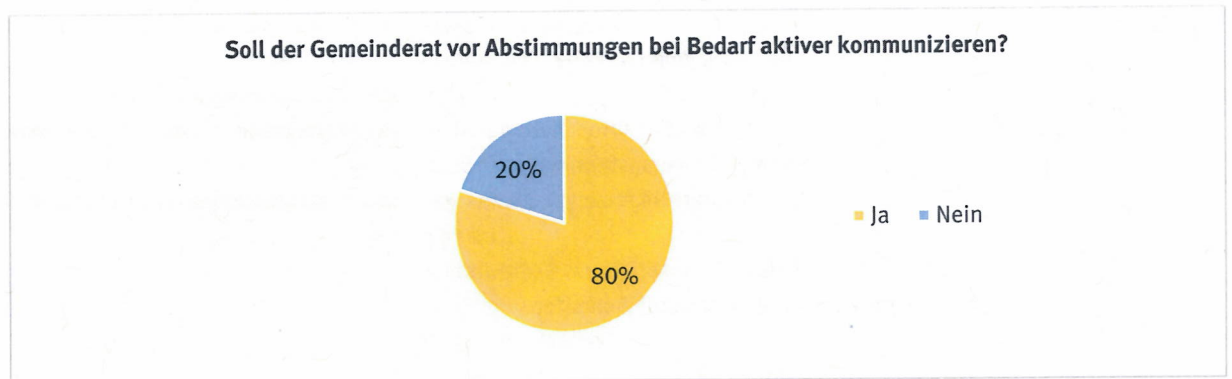
- Projekte von öffentlichem Interesse,
- Zwischenberichte in grossen Projekten,
- Beschlüsse des Gemeinderats,
- aktuelle Strategien sowie
- Legislaturziele und das dazugehörige Controlling.

4.4. Über welche Themen/Projekte soll der Stadtrat zukünftig vermehrt oder zusätzlich die Langenthaler Bevölkerung informieren?

Einige Teilnehmende wünschen sich, dass der Stadtrat vermehrt über seine Beschlüsse informiert, die dazugehörigen Debatten abbildet und die Entscheide reichhaltiger und verständlicher für die Bevölkerung aufbereitet. Auch soll die Bevölkerung die Möglichkeit erhalten, sich über eingereichte Motionen und Interpellationen kundig machen zu können.

4.5. Soll der Gemeinderat vor kommunalen Abstimmungen bei Bedarf aktiver kommunizieren (z.B. im Rahmen eines Informationsanlass oder eines Mediencafés)?

Die überwiegende Mehrheit findet, dass der Gemeinderat zukünftig vor kommunalen Abstimmungen bei Bedarf aktiver kommunizieren soll.

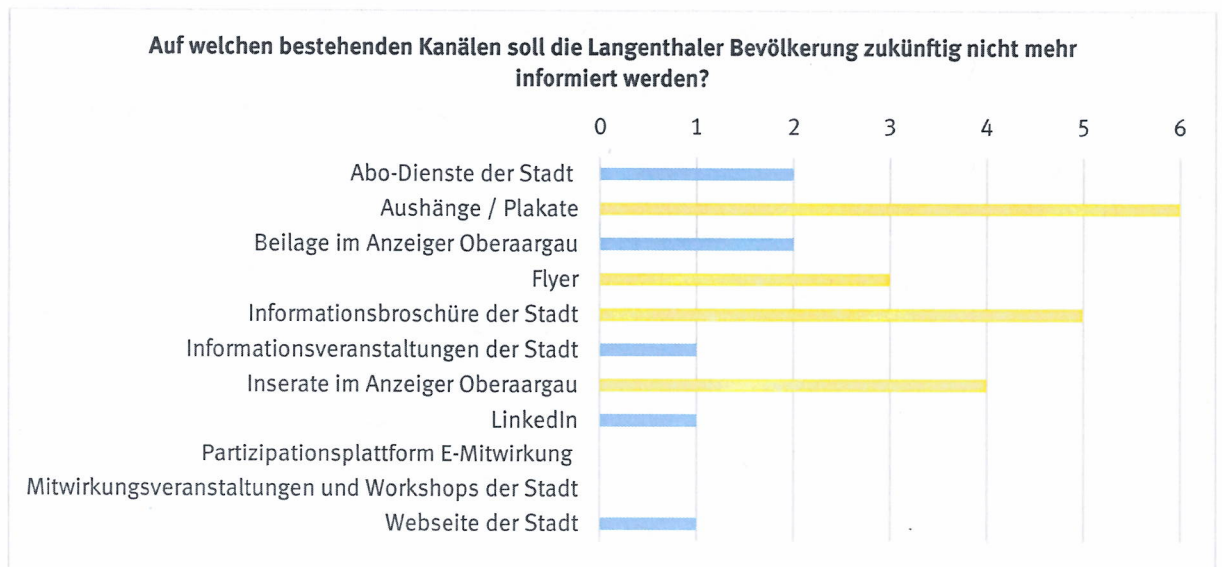


Die absolute Zurückhaltung des Gemeinderats vor kommunalen Abstimmungen wird von der Mehrheit der Teilnehmenden als nicht mehr zeitgemäss empfunden. Die Teilnehmenden erhoffen sich, dass die Bevölkerung durch eine aktivere Kommunikation zum Abstimmen motiviert werden kann. Auch erhoffen sie sich, dass dadurch die Informationen einfacher, verständlicher und zielgerichteter in der Bevölkerung ankommen. Das Kollegialitätsprinzip sei dabei nicht aus den Augen zu verlieren.

5. Kommunikationskanäle

5.1. Die Langenthaler Bevölkerung wird aktuell über diverse Kanäle informiert. Ein Teil davon sind gesetzlich vorgeschrieben (wie z.B. die Gemeindemitteilungen im Anzeiger Oberaargau oder die Abstimmungsbotschaft.) Auf welchen bestehenden Kanälen soll die Langenthaler Bevölkerung zukünftig nicht mehr informiert werden?

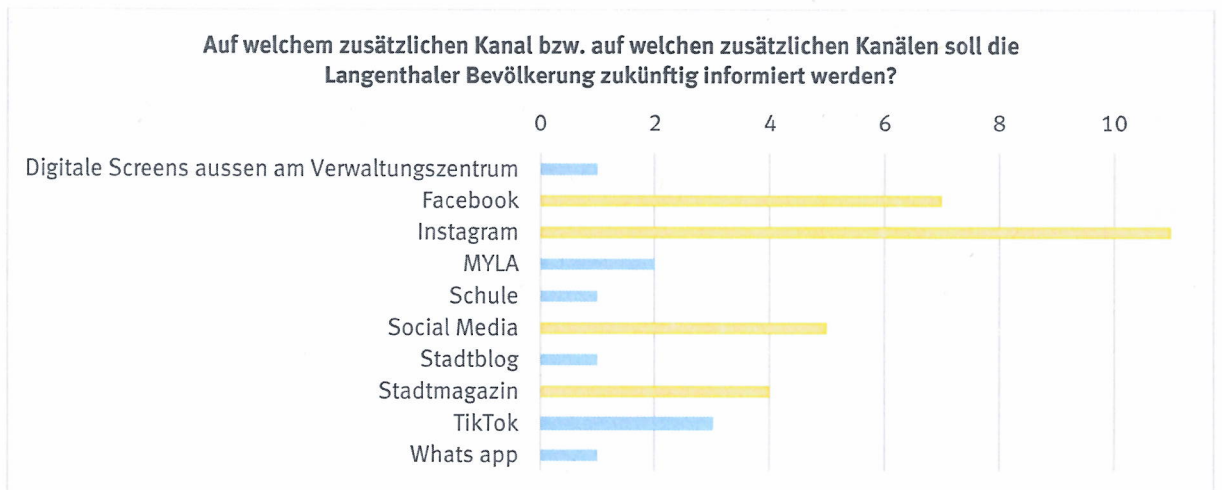
Über welche Kanäle die Langenthaler Bevölkerung zukünftig nicht mehr informiert werden sollte, herrscht – wie die folgende Abbildung zeigt – kein Konsens. Es gab nur vereinzelte Mehrfachnennungen.



Die Teilnehmenden vertreten vielmehr die Ansicht, dass alle Kanäle beibehalten werden sollen. Und der Kommunikationskanal bzw. die -kanäle je nach Thema und/oder Zielgruppe(n) gewählt werden sollen. Auch erwähnt wird, dass die Abo-Dienste der Stadt in der Bevölkerung zu wenig bekannt seien.

5.2. Auf welchem zusätzlichen Kanal bzw. auf welchen zusätzlichen Kanälen soll die Langenthaler Bevölkerung zukünftig informiert werden?

Die Stadt soll ihre Social-Media Präsenz ausbauen: Instagram und Facebook sowie TikTok und WhatsApp werden von den Teilnehmenden genannt. Aber auch analoge Formate wie ein Stadtmagazin oder die Präsenz in MYLA wird gewünscht.



Mit einer erhöhten Präsenz auf verschiedenen Social-Media-Kanälen sollen zukünftig die jüngeren Generationen vermehrt erreicht werden können. Informationen sollen zudem kostenlos in jeden Langenthaler Haushalt gelangen. Ein analoges Stadtmagazin wie zum Beispiel MYLA wünschen sich hierfür einige Teilnehmende.

Exkurs: Social Media

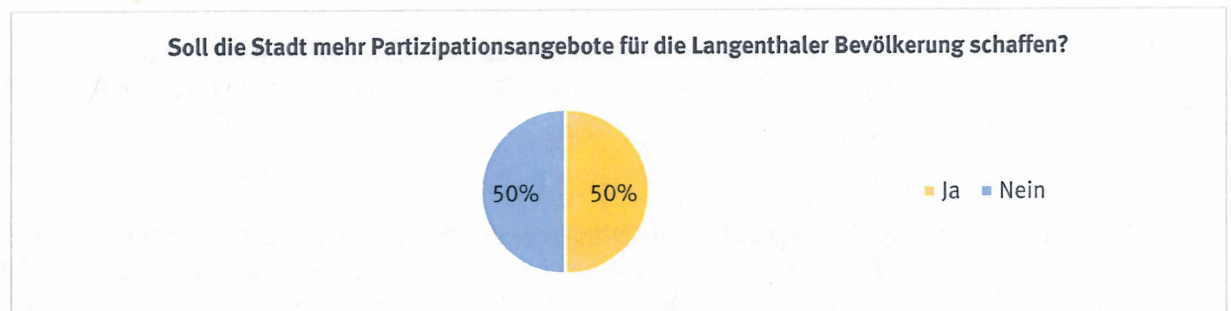
Social Media ist für Schweizerinnen und Schweizer relevant. Laut Zahlen des Reuters Digital News Report 2025¹ nutzen 40% der Schweizerinnen und Schweizer Social Media als Nachrichtenquelle. Damit liegt Social Media vor Print, welches von 32% der Schweizerinnen und Schweizer als Nachrichtenquelle genutzt wird.

Laut Angaben in der aktuellen Studie "Schweizer Gemeinden und Social Media 2026" von Gromann Partner² sind knapp 50% der Schweizer Städte und Gemeinden auf mindestens einem Social-Media-Kanal aktiv. Die Berner Städte und Gemeinden sind unterdurchschnittlich auf Social-Media vertreten. Facebook bleibt mit rund 32% der von den Gemeinden am meisten genutzte Kanal. Danach folgt Instagram mit knapp 26% und LinkedIn mit rund 21%. Instagram ist vor allem bei jungen Menschen in der Schweiz stark verbreitet. Beispiele ähnlich grosser Städte wie Langenthal welche Facebook und Instagram nutzen, sind laut Datenerhebung der ZHAW³ im Kanton Bern Burgdorf, Münsingen, Ostermundigen oder Steffisburg.

Die Stadt Langenthal nutzt aktuell LinkedIn. Sie erreicht damit gut 1'500 Followerinnen und Follower, Tendenz steigend (Stand: März 2026).

5.3. Soll die Stadt mehr Partizipationsangebote (z.B. E-Mitwirkungen, Workshops) für die Langenthaler Bevölkerung schaffen?

Darüber, ob die Stadt mehr Partizipationsangebote für die Bevölkerung schaffen soll, sind sich die Teilnehmenden uneins.



Einig sind sich die Teilnehmenden in einem anderen Punkt: Es sollen nicht unbedingt mehr Mitwirkungen durchgeführt werden – die durchgeführten sollen jedoch professioneller vor- und aufbereitet werden. Auf keinen Fall dürfen Partizipationsangebote zu Zweckübungen verkommen.

Ein Teil der Teilnehmenden glaubt, dass Partizipationsangebote mithelfen, die Bevölkerung politisch zu aktivieren. Weiter wird darauf aufmerksam gemacht, dass 26 Prozent der Bevölkerung in Langenthal nicht wählen und abstimmen darf bzw. Partizipationsangebote für diesen Teil der Bevölkerung die Möglichkeit bietet, die Stadt mitzugestalten.

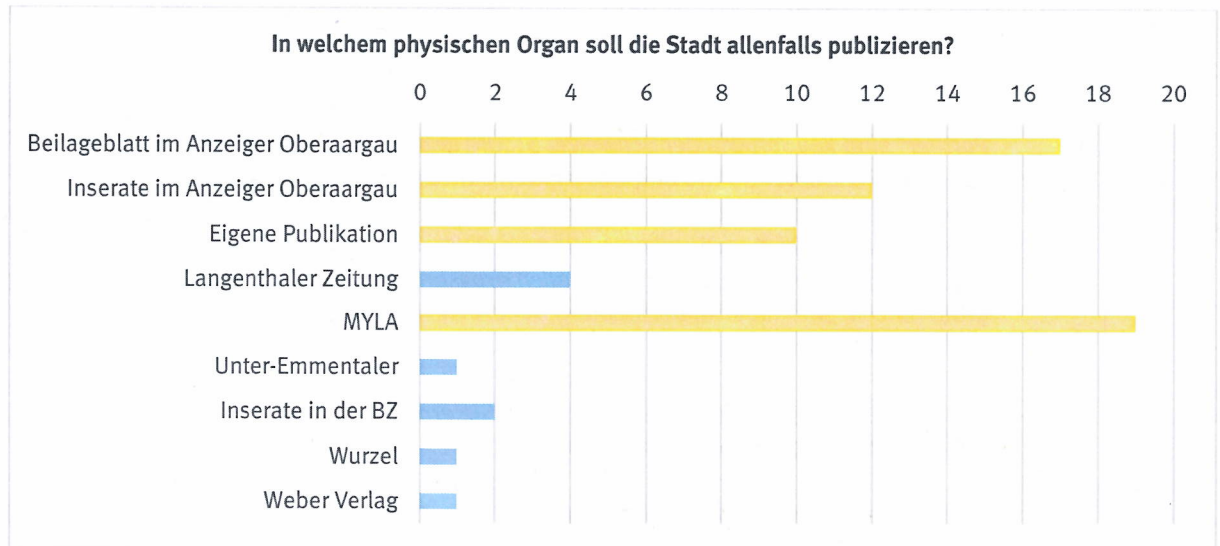
¹ vgl. www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf, S. 113 (18.12.2026)

² vgl. www.gromann.ch/publikationen/gemeindestudie-2026/, S.8ff (22.01.2026)

³ vgl. www.ch-websites.shinyapps.io/dashboard-2025 (18.12.2026)

5.4. In welchem physischen Organ soll die Stadt Langenthal allenfalls publizieren?

Die Mehrheit der Teilnehmenden möchte im Anzeiger Oberaargau publizieren, sei es in Form eines Beilageblatts oder eines Inserats. Die Mehrheit der Teilnehmenden möchte ebenfalls im MYLA publizieren.



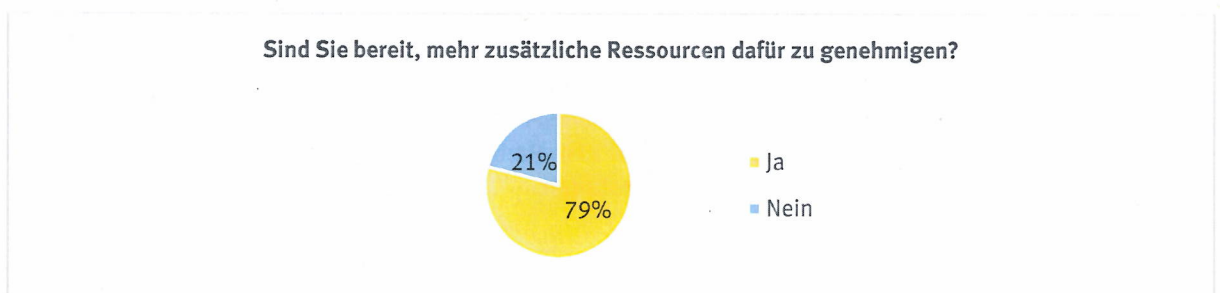
Wichtig erscheint den Teilnehmenden, dass die physische Publikation kostenlos in jeden Langenthaler Haushalt kommt und politisch unabhängig ist. Die Publikationen müssen zudem als offizielle Informationen der Stadt erkenntlich sein.

Weiter wird betont, dass der Anzeiger Oberaargau das amtliche Mitteilungsorgan der Stadt ist und dessen Gewinn via Anzeigerfonds der Langenthaler Bevölkerung (z.B. in Form von Fördergeldern) zugutekommt.

6. Ressourcen

6.1. Diese Frage richtete sich an die Mitglieder des Stadtrats und des Gemeinderats: Über zusätzliche Themen oder Projekte zu kommunizieren und zusätzliche Kanäle zu bespielen, benötigt Ressourcen – sowohl finanziell wie auch personell. Sind Sie bereit, mehr zusätzliche Ressourcen dafür zu genehmigen?

Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden ist bereit, zusätzliche Ressourcen zu genehmigen.

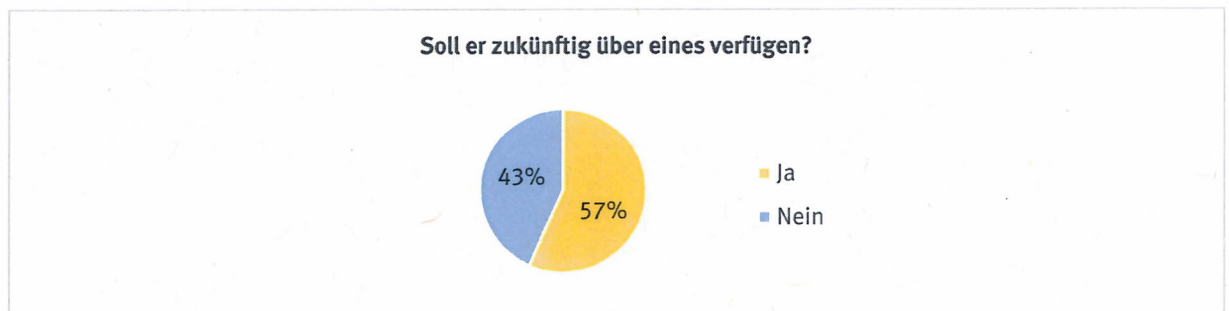


Die Teilnehmenden schätzen es als wichtig ein, dass die Bevölkerung gut informiert ist. Sie möchten ihr auch die Möglichkeit geben, sich einzubringen.

Die zusätzlichen finanziellen Mittel sollen ohne Forderung nach Kompensation gesprochen werden. Weiter wird erwähnt, dass auch an der Urne abgelehnte Projekte Kosten verursachen. Kritische Stimmen hingegen fordern, dass die bereits vorhandenen Mittel schwergewichtsmässig neu verteilt werden sollen.

6.2. Diese Frage richtete sich an die Mitglieder des Stadtrats: Der Stadtrat verfügt aktuell – abgesehen für die gesetzlich vorgeschriebenen Publikationen und die Abstimmungsbotschaften – nicht über ein Budget für weitere Kommunikationsmassnahmen. Soll er zukünftig über eines verfügen?

Die Meinungen der Stadtratsmitglieder gehen bei dieser Frage auseinander. Eine Mehrheit von 57% befürwortet ein Budget für zusätzliche Kommunikationsmassnahmen.



Die Teilnehmenden wünschen sich eine sachliche und breite Kommunikation. Sie möchten die Erwartungen der Bevölkerung an eine moderne Verwaltung erfüllen. Uneins sind sie sich die Teilnehmenden jedoch, ob die bestehende Kommunikation diese Wünsche bereits abdeckt.

7. Weitere Bemerkungen

7.1. Einfache Sprache

Mehrfach wurde der Wunsch geäussert, dass die Stadt in Einfacher Sprache (nicht zu verwechseln mit Leichter Sprache)⁴ kommunizieren soll.

Exkurs: Einfache Sprache

Laut Datenerhebung der ZHAW⁵ bieten von 170 Schweizer Städten 14 Städte (8%) den Download von Dokumenten in leichter und/oder einfacher Sprache auf ihrer Webseite an. Beispiel ähnlich grosser Städte wie Langenthal sind Lenzburg AG oder Rheinfelden AG.

7.2. Kommunikationsinstrumente

Mehrfach wurde der Wunsch geäussert, dass die Stadt auch mit Videobotschaften oder in Form von Grafiken und Cartoons o.ä. kommunizieren soll.

⁴ Texte können unterschiedlich stark vereinfacht werden. Für die Einfache Sprache gibt es kein verbindliches Regelwerk. Je nach Grad der Vereinfachung richten sich die Texte an Leserinnen und Leser mit Leseschwächen oder an ein breites Publikum. Mit Texten in Einfacher Sprache erreichen Behörden, Organisationen und Unternehmen sicher und gezielt all ihre Zielgruppen. Leichte Sprache ist eine stark vereinfachte Form der deutschen Sprache. Sie basiert auf verbindlichen Regeln und umfasst auch Anpassungen im Layout. Die Leichte Sprache richtet sich in erster Linie an Menschen mit einer kognitiven Einschränkung. (vgl. www.leichtundeinfach.ch, 09.12.2025)

⁵ vgl. www.ch-websites.shinyapps.io/dashboard-2025 (18.12.2026)

Exkurs: Erklärvideos und/oder Comics

Laut Datenerhebung der ZHAW⁶ bieten von 170 Schweizer Städten 31 Städte (18%) Erklärvideos und/oder Comics der Prozesse und Funktionen auf ihrer Webseite an. Beispiel ähnlich grosser Städte wie Langenthal sind Aesch BL oder Münchenbuchsee BE.

⁶ vgl. www.ch-websites.shinyapps.io/dashboard-2025 (18.12.2026)