



# HANDBUCH Öffentlichkeitsarbeit



für  
**familienfreundliche  
Gemeinden**

# Inhalt

---

- 1 Einführung:** Öffentlichkeitsarbeit für eine familienfreundliche Gemeinde – Ziele & Nutzen für Gemeinden
  - 2 Grundlagen** der Öffentlichkeitsarbeit in familienfreundlichen Gemeinden – Zielgruppen, Kanäle, Medienarbeit, Storytelling
  - 3 Die Zertifizierung** familienfreundliche Gemeinde sichtbar machen – Warum das Gütezeichen mehr ist als ein Symbol
  - 4 Öffentlichkeitsarbeit** entlang des Zertifizierungsprozesses – Checklisten + Kommunikation entlang der Phasen (vor, während, danach)
  - 5 Die Gemeinde als Marke** – Profil zeigen, Wiedererkennung schaffen – Positionierung, Werte, Zielbild
  - 6 Künstliche Intelligenz** in der Öffentlichkeitsarbeit – einfach, schnell und kreativ – Tools, Cases, Chancen & Grenzen
  - 7 Materialien & Vorlagen** – direkt einsetzbar für Ihre Öffentlichkeitsarbeit – Überarbeitete Vorlagen: Pressetexte, Social Media, Checklisten
  - 8 Trends & Ausblick** – Zukunft der Öffentlichkeitsarbeit in Gemeinden – Nachhaltigkeit, Teilnehmerentwicklung, Community Marketing
-

# 1 Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit für eine familienfreundliche Gemeinde



### Warum Öffentlichkeitsarbeit zählt

Die Zertifizierung familienfreundliche Gemeinde ist ein nachhaltiger, kommunalpolitischer Prozess und ein Standortmerkmal. Gemeinden, die familienfreundlich denken und handeln, schaffen Lebensqualität, fördern das Miteinander und stärken ihre Zukunft. Im Rahmen der Zertifizierung wird dieses Engagement sichtbar, nach innen und außen.

Doch **Sichtbarkeit** kommt nicht von selbst. Sie braucht **gezielte Kommunikation**. Denn: Nur was Menschen wissen, können sie auch wertschätzen und weitertragen.

**Öffentlichkeitsarbeit** ist das Sprachrohr Ihrer familienfreundlichen Gemeinde. Sie informiert, motiviert, beteiligt und zeigt, was sich in der Gemeinde tut.

# Der Mehrwert einer kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit

Professionelle Öffentlichkeitsarbeit hat viele positive Effekte – vom Imagegewinn über Bürgerbeteiligung bis hin zur Positionierung als attraktiver Standort:

Sie fördert die **Identifikation** der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Gemeinde

Sie unterstützt die **Positionierung** als attraktiver Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsstandort

Sie stärkt das **Wir-Gefühl** und das soziale **Engagement**

Sie steigert den **Bekanntheitsgrad** und wirkt **meinungsbildend**

Sie macht **Investitionen** sichtbarer und nachvollziehbarer



Sie zeigt, wofür Ihre Gemeinde steht – heute und in Zukunft



# Familienfreundlichkeit sichtbar machen – das Ziel dieses Handbuchs

---

Dieses Handbuch unterstützt Sie dabei, die Zertifizierung familienfreundlichegemeinde aktiv in Ihre Öffentlichkeitsarbeit zu integrieren. Es bietet:

**Strategien und Empfehlungen** für unterschiedliche Kommunikationskanäle

**Textbausteine und Beispiele**, die Sie direkt übernehmen oder adaptieren können

**Impulse für Markenbildung**, Storytelling und medienwirksame Umsetzung

**Tipps für den Einsatz von KI und digitalen Tools** in der Gemeinde-PR

Ob auf Social Media, am Gemeindeamt oder im Gespräch mit der Presse – mit gezielter Öffentlichkeitsarbeit machen Sie deutlich:

 **Wir sind eine**  
**familienfreundlichegemeinde**

---

# Für wen ist dieses Handbuch gedacht?

---

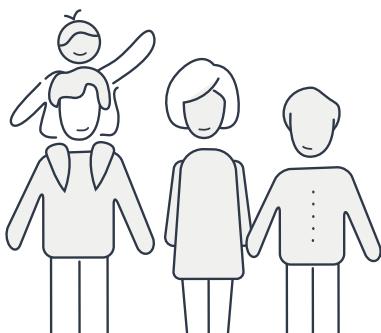
## Für alle, die Kommunikation in Ihrer Gemeinde mitgestalten:

**Bürgermeisterinnen**  
und **Bürgermeister** so-  
wie **Gemeinderätinnen**  
und **Gemeinderäte**

**Amtsleitung** und  
**Verwaltung**

**Öffentlichkeitsarbeit**,  
Gemeindezeitungen,  
Social-Media-  
Verantwortliche

**Auditbeauftragte** der  
Zertifizierung familien-  
freundlichegemeinde



## Zielgruppen erkennen und gezielt ansprechen

---

Kommunale Öffentlichkeitsarbeit richtet sich an viele verschiedene Gruppen – mit jeweils eigenen Bedürfnissen, Erwartungen und Zugängen:

### Intern:

- Politische Entscheidungsträgerinnen und -träger
- Verwaltungsmitarbeitende
- Projektverantwortliche

### Extern:

- Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen
- Familien, Jugendliche, Seniorinnen und Senioren
- Neubürgerinnen und Neubürger, Rückkehrende
- Unternehmen und Gewerbetreibende
- Vereine und Organisationen
- Touristinnen und Touristen sowie Gäste
- Regionale Medien

---

**Merke: Jede Zielgruppe braucht ihre eigene Ansprache – in Sprache, Medium und Inhalt.**

---

# Kommunikationskanäle im Überblick

---

Die Auswahl der Kanäle hängt von den Zielgruppen ab – und von Ihren personellen und technischen Ressourcen. **Eine gute Mischung ist ideal:**

Kanal	Stärken
<b>Website der Gemeinde</b>	Zentrale Informationsplattform, jederzeit zugänglich
<b>Amtsblatt / Gemeindezeitung</b>	Vertrauen, Reichweite bei allen Zielgruppen
<b>Social Media (Facebook, Instagram, TikTok)</b>	Aktuell, interaktiv, familiennah, zeitnah
<b>Veranstaltungen &amp; Bürgerversammlungen</b>	Direkter Dialog, Gemeinschaft fördern
<b>Plakate, Schaukästen</b>	Lokal sichtbar, auch ohne Internetzugang
<b>Pressearbeit</b>	Multiplikator-Effekt, professionelle Außenwirkung
<b>Audio-/Videoformate</b>	Emotional, modern, ideal für junge Zielgruppen

# Beteiligung statt Einbahnstraße

---

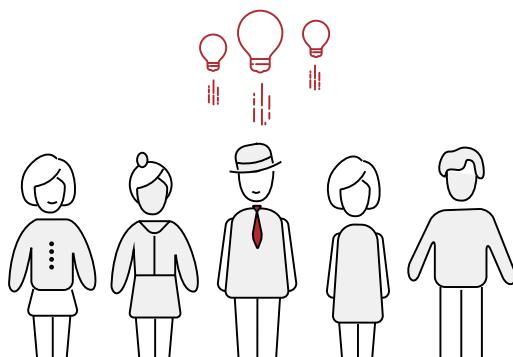
Moderne Öffentlichkeitsarbeit ist keine Einbahnstraße. Sie lädt ein, beteiligt und nimmt Menschen mit. Für familienfreundliche Gemeinden bedeutet das zum Beispiel:

**Familien** bei der  
Maßnahmenplanung  
**einbinden**

**Jugendliche** über  
Instagram oder TikTok  
**aktivieren**

**Seniorinnen und  
Senioren** mit persönlichen  
Geschichten und Print-  
formaten ansprechen

Unternehmen und  
Vereine als Partner  
**sichtbar machen**



# Praxistipps für den Start

---

**Starten Sie klein, aber regelmäßig.** Eine gute Mitteilung ist besser als fünf auf einmal und danach lange nichts.

**Nutzen Sie, was da ist.** Amtsblatt, Schaukästen, Vereinskanäle – vieles lässt sich gemeinsam nutzen.

**Visualisieren Sie.** Bilder aus der Gemeinde machen Inhalte nahbar und echt.

**Bleiben Sie persönlich.** Menschen interessieren sich für Menschen, nicht für Paragrafen.



### 3

## Die Zertifizierung familienfreundliche- gemeinde sichtbar machen

### Warum das Gütezeichen mehr ist als ein Symbol

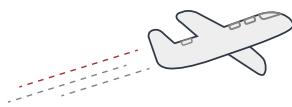
---

Das staatliche **Gütezeichen bzw. Logo familienfreundliche-  
gemeinde** ist nicht nur eine Auszeichnung – es ist ein starkes  
Kommunikationsinstrument. Genau deshalb sollte es sichtbar,  
verständlich und aktiv in der Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt  
werden. Die Logos familienfreundlichegemeinde und familien-  
freundlicheregion dürfen ab Abschluss der Teilnahmeverein-  
barung verwendet werden, das Gütezeichen nach Erteilung des  
Zertifikats.

**Wir sind eine  
familienfreundliche  
Gemeinde!**



familienfreundlichegemeinde



# Ziel: Vertrauen, Wiedererkennung & Identifikation

---

Ein einheitlicher, wiederkehrender Einsatz des Gütezeichens / des Logos stärkt:

**das Vertrauen in die familienfreundliche  
Haltung der Gemeinde,**

**die Wiedererkennung über Gemeindegrenzen hinweg,**

**die Identifikation der Bürgerinnen und  
Bürger mit ihrer Gemeinde.**

**Wichtig ist dabei:** Die staatlichen Gütezeichen / das Logo familienfreundlichegemeinde und familienfreundlicheregion dürfen ausschließlich von den **zertifizierten Gemeinden und Regionen** verwendet werden. Jedes Gütezeichen steht in der deutsch- sowie englischsprachigen Version zur Verfügung.



# So nutzen Sie das Logo richtig

---

Das Logo darf verwendet werden:

auf der **Gemeinde-Website** (Startseite, Themenbereich Familie, Über uns),

in der **Gemeindezeitung, im Amtsblatt** oder bei **Bürgerinformationen**,

auf **Flyern, Plakaten und Infomaterialien** zu familienfreundlichen Maßnahmen,

**bei Veranstaltungen** (Roll-Up, Präsentation, Folder, Einladung),

auf **Social Media** und in **Newslettern**.

**Wichtig:** Verwenden Sie immer die offiziellen Vorlagen (CMYK/RGB, JPG/PNG, in Farbe oder Schwarz-Weiß). Diese dürfen nicht verändert werden. D.h. dass etwa keine Logos, Wappen oder Aufschriften hinzugefügt werden dürfen. Bitte achten Sie auch auf eine unverzerrte Darstellung der Logos und Gütezeichen. Die Vorlagen finden Sie im Starterpaket oder auf Anfrage bei der Familie & Beruf Management GmbH unter [zertifizierungen@familieundberuf.at](mailto:zertifizierungen@familieundberuf.at)

# Gestaltungshinweise

---

Platzieren Sie das Logo **gut sichtbar, freistehend** und auf weißem Hintergrund, aber nicht dominierend.

Achten Sie auf **ausreichenden Freiraum** rund um das Logo.

**Verzerren** oder **verfärb**en Sie das Logo niemals.

Verwenden Sie es nur in thematisch **passenden Kontexten** (z. B. Familienfreundlichkeit, Gemeindeleben, soziale Angebote).



# Textbausteine für die Kommunikation

---

Sie können z.B. folgende Formulierungen verwenden, um über die Zertifizierung zu berichten:

## **Kurztext für die Website / Amtsblatt:**

Unsere Gemeinde wurde mit dem staatlichen Gütezeichen familienfreundlichegemeinde ausgezeichnet. Damit setzen wir ein sichtbares Zeichen für gelebte Familienfreundlichkeit – heute und in Zukunft.

## **Presseaussendung:**

Mit dem Gütezeichen familienfreundlichegemeinde wird das Engagement unserer Gemeinde für Familien sichtbar gemacht. Es bestätigt unseren Weg, Lebensqualität, Teilhabe und Chancengleichheit aktiv zu gestalten.

## **Social-Media-Post:**

Ausgezeichnet familienfreundlich!

Wir sind stolz auf das Gütezeichen familienfreundlichegemeinde. Es zeigt: Hier ist Platz für alle Generationen. Hier ist Familie willkommen.

# Visuals & Einbindung in Medien

---

Ergänzen Sie das Logo auch mit einem aussagekräftigen Bild oder Kontext, z.B.:

Foto einer Spielplatzeröffnung, Vereinsaktion,  
Gemeindeveranstaltung

Statements von Familien, Jugendlichen oder engagierten  
Gemeindemitgliedern

Zitate der Bürgermeisterin/des Bürgermeisters zur  
Bedeutung der Familienfreundlichkeit

## Extra-Tipp: Kontinuität zeigen

Auch nach der Zertifizierung sollte das Logo regelmäßig verwendet werden. So bleibt das Engagement sichtbar – und die Familienfreundlichkeit verankert sich im Alltag der Gemeinde.



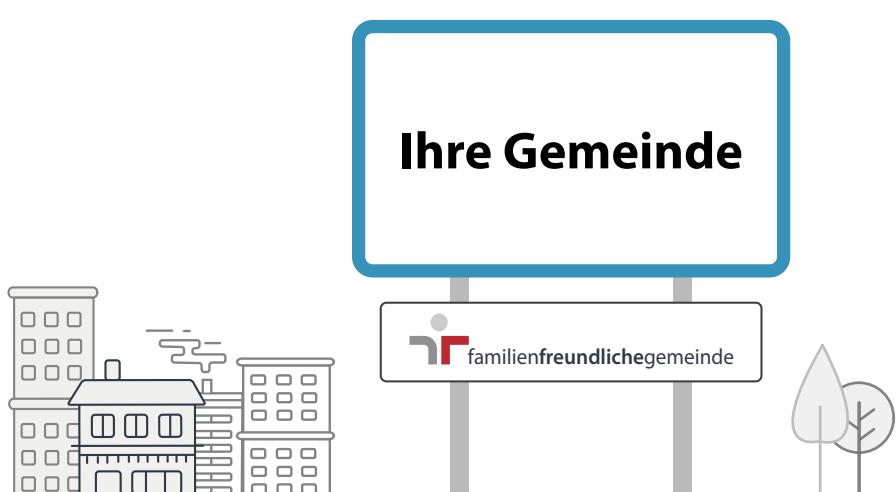
## Die Ortstafeln

---

Die Gemeinden können auf Anfrage nach der Zertifikatsverleihung **2 kostenlose Ortstafeln** familienfreundlichegemeinde per Mail unter **office@familieundberuf.at** anfordern.

Diese können an den Gemeinde **Ein- und Ausfahrten** angebracht werden. Benötigt Ihre Gemeinde weitere Ortstafeln können diese ebenfalls per Mail für **EUR 45,-** pro Stück bestellt werden.

Für die ordnungsgemäße Anbringung der Ortstafeln sind die Gemeinden eigenständig verantwortlich. Bitte beachten Sie dazu auch **die in Ihrem Bundesland geltenden Regelungen** dazu.



Ihre Gemeinde



familienfreundlichegemeinde

# Das Zertifikat

---

Jeder ausgezeichneten Gemeinde/Region wird ein staatliches Zertifikat verliehen. Sie erhalten das **Zertifikat als A3-Platte** zum Aufstellen in Ihrer Gemeinde/Region, am Gemeindeamt o.ä. Zudem erhalten Sie Ihr Zertifikat auch als **elektronische Datei** in einer druckfähigen Version, um das Zertifikat in Ihrer Gemeindezeitung, auf Ihrer Webseite, im Newsletter, in Presse- aussendungen, etc. abilden zu können.

Die vorliegende Grafik darf nicht verändert werden. D.h. dass beispielsweise keine Logos, Wappen oder Aufschriften hinzugefügt werden dürfen. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Familie & Beruf Management GmbH.

**Hier können Sie die Logos downloaden:**

<https://www.familieundberuf.at/news-events/presse/presseunterlagen-logos-0>



## Starterpaket mit Give Aways

---

Jede Gemeinde kann zu Beginn des Zertifizierungsprozesses ein Starterpaket mit Goodies zum Thema **familienfreundliche-gemeinde** bestellen.

Die Werbematerialien sollen für die Bekanntmachung des Zertifikats in der Gemeinde verwendet werden. Der/die Auditbeauftragte/r kann das Paket direkt über die Datenbank bestellen.

Das Paket wird an die in der Datenbank hinterlegte Gemeindeadresse verschickt. Wir empfehlen die Bestellung gleich zu Beginn. Die Artikel können bei der Bürgerbeteiligung und bei den Workshops als Unterstützung herangezogen werden.



## Die Zertifizierung als kommunikativer Meilenstein

---

Die Auszeichnung als familienfreundliche Gemeinde ist nicht nur ein Qualitätssiegel, sondern auch ein hervorragender Anlass für gezielte Öffentlichkeitsarbeit. Vom ersten Informationsabend bis zur Verleihung bietet der gesamte Prozess viele Möglichkeiten, Bürgerinnen und Bürger einzubinden, Vertrauen zu schaffen und das Gemeindeleben aktiv zu gestalten.



**Tipp:** Denken Sie Öffentlichkeitsarbeit nicht nur als „Endprodukt“, sondern als Begleitung von Anfang an.

# Phase 1: Vor der Zertifizierung – Interesse wecken & Beteiligung ermöglichen

---

## Ziele

- Thema sichtbar machen
- Projekt vorstellen
- Bürgerinnen und Bürger, Vereine und Stakeholder einbinden

## Maßnahmen

- Einladung zu einem Infoabend / Auftaktveranstaltung
- Vorstellung auf der Website: „Was heißt eigentlich familienfreundliche Gemeinde?“
- Interview mit der Bürgermeisterin / dem Bürgermeister
- Erstes Posting auf Social Media: „Wir machen uns auf den Weg!“
- Ideenblatt zum Auflegen am Gemeindeamt, bei Festen etc. „Meine Idee zur familienfreundlichen Gemeinde“ hier downloaden:

<https://www.familieundberuf.at/gemeinden/downloads-gemeinden>

### Textbaustein für Einladung:

*Die Gemeinde XY will familienfreundlicher werden – und Sie sind ein wichtiger Teil davon!*

*Kommen Sie zu unserer Auftaktveranstaltung am [Datum], bringen Sie Ihre Ideen ein und gestalten Sie unsere Zukunft mit.*

“



## Phase 2: Während des Prozesses – Transparenz & Mitgestaltung fördern

---

### Ziele

- Fortschritte dokumentieren
- Projektgruppen, Familien, Jugend, Seniorinnen und Senioren aktiv einbeziehen
- Beteiligung sichtbar machen

### Maßnahmen

- Fotoreportagen oder Social-Media-Updates: „Heute tagt die Projektgruppe familienfreundliche Gemeinde“
- Steckbriefe engagierter Beteiligter: „Warum ich mitmache“
- Video-Statements aus den Arbeitsgruppen
- Zwischenergebnisse im Amtsblatt oder auf der Website

#### Beispiel für ein Posting:

Wie sieht eine familienfreundliche Gemeinde für Jugendliche aus? Unsere Projektgruppe hat viele Ideen – vom Skaterplatz bis zum Mitspracherecht im Gemeinderat.

Danke für euren Einsatz!



## Phase 3: Nach der Zertifizierung – Erfolge feiern & dauerhaft sichtbar bleiben

---

### Ziele

- Erfolge kommunizieren
- Zertifikat und Gütezeichen präsent machen
- Familienfreundlichkeit langfristig verankern

### Maßnahmen

- Pressemitteilung zur Verleihung
- Social-Media-Kampagne mit Bildern & Stimmen von Bürgerinnen und Bürgern
- Zertifikat sichtbar platzieren (Rathaus, Schule, Homepage, Ortstafel)
- Rückblick im Amtsblatt: „So wurde unsere Gemeinde ausgezeichnet“

### Möglicher Slogan für die Kommunikation:

Gemeinsam stark für Familien.

Unsere Gemeinde ist ausgezeichnet –  
mit dem staatlichen Gütezeichen  
familienfreundliche Gemeinde.

“



“

# 5

## Die Gemeinde als Marke – Profil zeigen, Wiedererkennung schaffen

### Warum jede Gemeinde eine Marke ist

---

Jede Gemeinde hat ein Image – bewusst gestaltet oder zufällig entstanden. Familienfreundliche Gemeinden haben die Chance, dieses Bild aktiv mitzugestalten und ihr Profil klar zu kommunizieren. Mit dem staatlichen Gütezeichen familienfreundliche Gemeinde steht Ihnen ein sichtbares, glaubwürdiges Zeichen zur Verfügung.

**Eine starke Marke – ein strategisches Werkzeug für:**

**Standortmarketing**

**Bürgerbindung**

**Identitätsbildung**

**Glaubwürdigkeit und Vertrauen**

---

# Marke bedeutet Haltung – nicht nur Logo

---

Marke entsteht durch:

**klare Werte** („Wofür stehen wir?“),

**eine erkennbare Sprache**  
(„Wie reden wir?“),

**ein konsistentes Erscheinungsbild**  
(„Wie sehen wir aus?“),

**emotionale Erlebnisse**  
(„Wie fühlen sich Menschen hier?“).

## Frage an Ihre Gemeinde:

Wollen Sie als „lebensnah und zukunftsorientiert“ wahrgenommen werden oder als „bürokratisch und zurückhaltend“? Die Antwort entscheidet über Tonalität, Bildsprache und Kommunikationsform.



# Bausteine einer starken Gemeindemarkte

---

**1. Werte definieren:** Welche familienfreundlichen **Werte** leiten Ihr Handeln? (z. B. Verlässlichkeit, Offenheit, Gemeinschaft, Innovation)

**2. Kernbotschaften entwickeln:** Kurze, **einprägsame Sätze**, die immer wieder auftauchen. Zum Beispiel: „Familie ist bei uns kein Nebenschauplatz, sondern Mittelpunkt.“

**3. Bildsprache wählen:** Verwenden Sie authentische Bilder aus Ihrer Gemeinde: echte Menschen, echte Orte, echtes Leben. Setzen Sie auf **Wiedererkennbarkeit**, nicht auf Stockfotos.

## 4. Narrative aufbauen:

**Geschichten wirken stärker als Fakten.** Erzählen Sie von:

- *Eltern, die durch flexible Öffnungszeiten Familie und Beruf gut vereinbaren können*
- *einem Jugendlichen, der sich im Jugendparlament Gehör verschafft*
- *Großeltern, die mit ihren Enkeln auf einem neuen, generationsübergreifenden Spielplatz spielen*



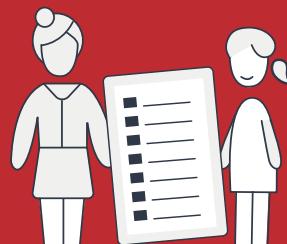
## Branding-Tipp: Einheitlichkeit ist entscheidend

---

Verwenden Sie Farben, Logo,  
Slogans und Bildsprache  
**konsequent.**

**Schulen** Sie auch Kolleginnen und Kollegen sowie Vereinsvertreterinnen und -vertreter im Umgang mit der Marke.

Halten Sie Ihre wichtigsten **Design- und Kommunikationsrichtlinien** in einer kurzen Marken-Checkliste fest.

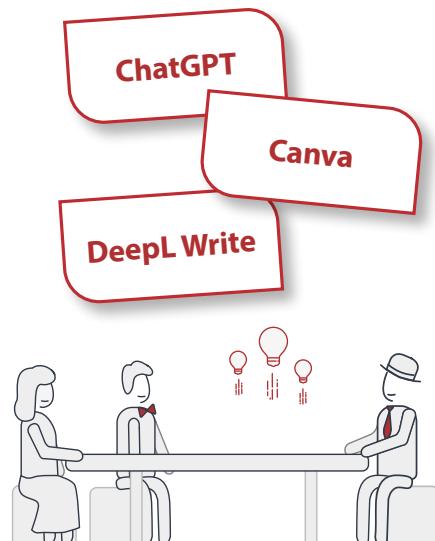


## Warum KI auch in Gemeinden angekommen ist

---

**Ob Social Media, Pressearbeit oder Bürgerinformation:** Öffentlichkeitsarbeit kostet Zeit und braucht Ideen. Viele Gemeinden verfügen nicht über eigene Pressestellen oder große Kommunikationsabteilungen – doch genau hier kann künstliche Intelligenz unterstützen.

Mit einfachen Tools wie **ChatGPT**, **Canva** oder **DeepL Write** können auch kleinere Teams professionell arbeiten – schneller, variantenreicher und kreativer. KI ersetzt keine Menschen, aber sie unterstützt das Redaktionsteam, indem sie Vorschläge liefert, Ideen aufbereitet und bei der Umsetzung hilft.



# Praxisbeispiele für den Einsatz

---

Aufgabe	Tool/Methode	Beispiel
<b>Social-Media-Post schreiben</b>	ChatGPT / Claude	„Was bedeutet die Zertifizierung für unsere Familien?“
<b>Einladung in leichter Sprache</b>	DeepL Write, ChatGPT	„Kommen Sie vorbei und reden Sie mit!“
<b>Bilder für Plakat oder Website</b>	Canva, Mid	<i>Familienbild mit Ortsschild</i>
<b>Ideen für Bürgerbeteiligung</b>	ChatGPT / Mistral	„Welche Formate binden Familien ein?“
<b>Interviewfragen erstellen</b>	ChatGPT / Mistral	<i>Fragen an Eltern, Kinder, Vereine</i>



# Starter-Prompts für Ihre Gemeinde

---

Hier einige erprobte Eingabeaufforderungen („Prompts“) für ChatGPT oder ähnliche Tools:

## 1. Pressemitteilung:

Verfasse eine kurze Pressemeldung über die Verleihung des Gütezeichens „familienfreundliche Gemeinde“ an die Gemeinde Musterdorf. Betone die Vorteile für Familien und zitiere die Bürgermeisterin.

## 2. Einladungstext:

Schreibe einen einladenden Text für einen Bürgerabend zum Thema Familienfreundlichkeit. Sprich Eltern, Jugendliche und Seniorinnen und Senioren an.

## 3. Social-Media-Idee:

Erstelle drei kreative Posting-Ideen zur Vorstellung familienfreundlicher Maßnahmen in einer Gemeinde – freundlich, leicht verständlich und emotional.

## 4. Text für Ortstafel:

Formuliere einen kurzen Begrüßungstext für eine Ortstafel mit dem Logo „familienfreundliche Gemeinde“.

## 5. Interviewfragen:

Welche fünf Fragen könnten wir einer engagierten Familie in unserer Gemeinde stellen, um sie auf der Website vorzustellen?

# Tipps für den Einstieg in KI

---

Beginnen Sie **einfach** und **gezielt** – z. B. bei Social Media.

Notieren Sie sich **gute Prompts**, die funktioniert haben.

Prüfen Sie alle Inhalte **immer kritisch** und **lokal angepasst** und verwenden Sie in den Tools keine sensiblen und personenbezogenen Daten



Legen Sie eine kleine Sammlung an **Textbausteinen & Vorlagen** an, die Sie mit KI weiterentwickeln können.

## Fazit

*KI ist ein Hilfsmittel, das Ihre Öffentlichkeitsarbeit entlastet und inspiriert. Besonders in kleinen Teams kann sie den Unterschied machen. Probieren Sie es aus, bleiben Sie neugierig – und machen Sie Ihre Gemeinde noch sichtbarer.*

*Bei der Nutzung von KI-Tools ist darauf zu achten, keine personenbezogenen oder sensiblen Daten einzugeben. Inhalte sollten grundsätzlich so formuliert sein, dass keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich sind. Zudem kann es – abhängig vom Einsatzbereich – notwendig sein, Transparenz- und Dokumentationspflichten gemäß dem EU AI Act zu berücksichtigen.*



## Warum Vorlagen den Unterschied machen

---

Gute Öffentlichkeitsarbeit lebt von Kontinuität, Wiedererkennbarkeit und Effizienz. Mit leicht anpassbaren Vorlagen sparen Gemeinden Zeit und können trotzdem professionell auftreten. Dieses Kapitel stellt Ihnen **konkrete Beispiele und Bausteine** zur Verfügung, die Sie sofort nutzen oder individuell anpassen können.

**Tipp:** Halten Sie Ihre Vorlagen zentral und zugänglich – etwa im Gemeinde-Intranet, auf einem geteilten Laufwerk oder im digitalen Starterpaket.



# 1. Pressetext zur Zertifizierung (Beispiel)

---

## Überschrift:

### **MUSTERDORF ist offiziell familienfreundlichegemeinde**

## Text:

*Mit dem staatlichen Gütezeichen „familienfreundlichegemeinde“ wurde die Gemeinde Musterdorf für ihr besonderes Engagement für Familien ausgezeichnet. Die Gemeinde hatte im Rahmen des Zertifizierungsprozesses zahlreiche Maßnahmen entwickelt und umgesetzt – von verbesserten Betreuungszeiten über generationenübergreifende Projekte bis zur aktiven Beteiligung von Familien am Gemeindeleben.*

## Zitat der Bürgermeisterin / des Bürgermeisters

*Das Gütezeichen wird vom Bundeskanzleramt in Zusammenarbeit mit der Familie & Beruf Management GmbH verliehen.*



## **2. Social-Media-Posts (Vorlagen für Facebook / Instagram)**

---

### **Beispiel 1 – Auszeichnung:**

*Wir sind jetzt offiziell familienfreundliche Gemeinde!  
Das staatliche Gütezeichen bestätigt unser Engagement für Familien,  
Kinder, Jugendliche & alle Generationen.  
Mehr erfahren: [\[Link zu Ihrer Gemeinde-Website\]](#)  
Danke an alle, die diesen Weg mitgestaltet haben!*

### **Beispiel 2 – Storytelling:**

*Warum fühlen sich Familien in unserer Gemeinde wohl?  
Weil wir zuhören, mitgestalten lassen – und gemeinsam neue Wege gehen.  
In unserer Serie „Gesichter unserer Gemeinde“ stellen wir Familien,  
Initiativen und Ideen vor.  
Folge 1: Familie Huber und das neue Generationencafé.*

### **Beispiel 3 – Mitmachaktion:**

*Deine Meinung zählt!  
Was macht unsere Gemeinde für dich familienfreundlich?  
Kommentiere mit deinem Lieblingsplatz, deinem Wunsch oder deiner Idee.  
Mit etwas Glück zeigen wir deine Antwort auf unserem Gemeinde-kanal!*

---

### 3. Textbaustein für die Gemeinde-Website

---

Familienfreundlichkeit ist Teil unserer Identität.

Als zertifizierte familienfreundliche-gemeinde setzen wir konkrete Maßnahmen für mehr Lebensqualität, Vereinbarkeit und Beteiligung.

Gemeinsam mit unseren Bürgerinnen und Bürgern gestalten wir eine Gemeinde, in der sich Familien wohl-fühlen – heute und in Zukunft.

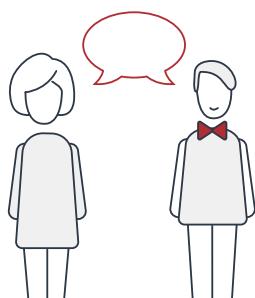
Unsere Maßnahmen im Überblick:  
[Link zu Ihrer Gemeinde-Website]

---

## 4. Checkliste: Inhalte für Ihre Öffentlichkeitsarbeit

---

Anlass	Kanal	Inhalt
<b>Start des Zertifizierungsprozesses</b>	Website / Amtsblatt / Social Media	Infoartikel, Einladung zur Auftaktveranstaltung
<b>Projektfortschritte</b>	Social Media / Amtsblatt / Newsletter	Fotos, Berichte aus Arbeitsgruppen, Statements
<b>Verleihung des Gütezeichens</b>	Presse / Website / Social Media / Amtsblatt	Pressemeldung, Foto-story, Videorückblick
<b>Familienfreundliche Maßnahme umgesetzt</b>	Plakat / Social Media / Website	Vorher-Nachher-Bild, Kurzinterview
<b>Beteiligungsaktionen</b>	Social Media/Veranstaltung / Newsletter	Mitmachaufrufe, Ergebnisse sichtbar machen
<b>1 Jahr familienfreundlichegemeinde</b>	Website / Newsletter /Social Media	„Was hat sich seit der Auszeichnung getan?“



---

## 5. Weitere Formate (Empfehlungen)

---

### Slogan-Generator

Entwickeln Sie kurze Leitsprüche (z. B. „Platz für alle Generationen“, „Hier wächst Familie“)

### Einheitliche Bildsprache

Für Facebook, Instagram & Co.

### Interview-Vorlagen

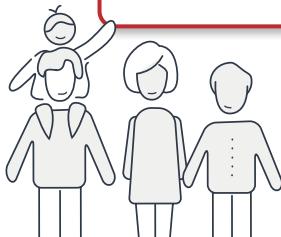
Für Gespräche mit Familien, Jugendlichen, Unternehmen

### Roll-Ups & Plakatentwürfe

Für Veranstaltungen oder das Gemeindezentrum

### E-Mail-Signatur-Vorlage

Mit **Logo** und **Vermerk familienfreundlichegemeinde**



---

## Warum Öffentlichkeitsarbeit nie stillsteht

---

Die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren, verändert sich laufend und damit auch die Anforderungen an Gemeinden. Wer als familienfreundliche Gemeinde sichtbar bleiben will, muss nicht auf jeden Trend aufspringen, aber offen bleiben für Neues.

Dieses Kapitel zeigt, wohin sich die Öffentlichkeitsarbeit in Gemeinden bewegt und welche Entwicklungen Sie aktiv für sich nutzen können.



## 1. Bürgerdialog statt Einbahnstraße

---

Menschen wollen nicht nur informiert werden, sie wollen mitreden. Erfolgreiche Gemeinden setzen auf echte Beteiligung:

**Online-Umfragen** zur Familienfreundlichkeit

**digitale Ideenplattformen**

(„Was fehlt in unserer Gemeinde?“)

**Jugendsprechstunden** mit der Bürgermeisterin /  
dem Bürgermeister

„Story-Formate“ auf **Social Media**  
mit Kommentarfunktion

**Social Media Gruppen** und Messengergruppen rund um  
das Thema familienfreundliche Gemeinde

**Ideenblatt zum Auflegen** am Gemeindeamt, bei Festen  
etc. „Meine Idee zur familienfreundlichen  
Gemeinde“ hier downloaden:

<https://www.familieundberuf.at/gemeinden/downloads-gemeinden>

**Trend:** Von der klassischen Infoveranstaltung zur  
echten Mitgestaltung – digital und analog.

---

## 2. Mobile Kommunikation & Social Media

---

Immer mehr Bürgerinnen und Bürger informieren sich unterwegs über Smartphone, Social Media und Messenger-Dienste. Gemeinden, die hier präsent sind, erhöhen ihre Reichweite deutlich.

**kurze Reels** oder  
Video-Statements

**Slideshows** mit Fotos aus dem  
Gemeindeleben

**interaktive Formate**  
(„Frage der Woche“, Umfragen)

**Alltagseinblicke**: „Ein Tag im Kindergarten“,  
„Unsere Bauhof-Mitarbeiterinnen und -mitarbeiter“

**Tipp:** Lieber regelmäßig und authentisch als  
perfekt und selten posten.



### 3. Digitale Werkzeuge & Automatisierung

---

Neben KI (Kapitel 6) gewinnen auch Tools zur Automatisierung und Planung an Bedeutung:

**Redaktionspläne**

**Social-Media-Planungstools**

**Newsletter-Systeme für  
regelmäßige Infos**

**Ziel:** Zeit sparen, Inhalte bündeln und mehr Wirkung erzielen – auch mit kleinem Team.



## 4. Authentizität statt Hochglanz

---

Stockfotos und PR-Formeln haben ausgedient. Menschen möchten echte Bilder, echte Geschichten und echte Menschen sehen aus ihrer Gemeinde. Authentizität schlägt Hochglanz.

### **Was gut funktioniert:**

**Kurzporträts von Familien, Seniorinnen und Senioren, Jugendlichen**

**Vorher-Nachher-Bilder bei Projekten oder kurze Reels für Instagram und Facebook**

**kleine Zitate mit Bild:  
„Warum wir hier gerne leben“**



## 5. Nachhaltigkeit & Wertekommunikation

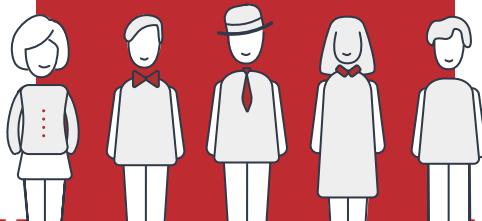
---

Immer mehr Menschen achten auf die Haltung ihrer Gemeinde – zu Themen wie Klimaschutz, Barrierefreiheit, sozialer Gerechtigkeit. Familienfreundlichkeit wird dabei als Teil eines größeren Wertesystems gesehen.

**Nutzen Sie das aktiv:**

**Kommunizieren Sie, wie Familienfreundlichkeit mit nachhaltigem Denken verbunden ist**

**Zeigen Sie Projekte, die soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung vereinen**



## Abschluss & Ausblick

---

Die Zertifizierung als „familienfreundliche Gemeinde“ ist ein starkes Zeichen – nutzen Sie es. Mit durchdachter Öffentlichkeitsarbeit, modernen Werkzeugen und einer klaren Haltung.

### Sie haben Fragen?

Kontaktieren Sie uns:

**[office@familieundberuf.at](mailto:office@familieundberuf.at)**

oder

**[zertifizierungen@familieundberuf.at](mailto:zertifizierungen@familieundberuf.at)**

**FAMILIE & BERUF**  
MANAGEMENT GMBH

