

Impfdränger versuchen Spital auszutricksen

Coronavirus Eine interne Telefonnummer des Luzerner Kantonsspitals (Luks) ist offenbar nach aussen weitergegeben worden. Über diese Nummer konnte sich das Gesundheitspersonal für eine Impfung im Spital anmelden. Zuletzt war diese hoffnungslos überlastet, wie eine interne Mitteilung des Luks zeigt, die unserer Zeitung vorliegt.

Derzeit werden am Luks pro Tag 400 bis 450 Personen geimpft. Es handelt sich um Mitarbeitende des Spitals, der Spitex, von Arztpraxen oder um ambulante Patienten. Sie melden sich über die Nummer an, die nun in den sozialen Medien kursiert. Wer die Telefonnummer nach aussen weitergegeben hat, lässt sich gemäss Luks nicht eruieren. Man bedauere den Vorfall.

Wie viele geimpft? Spital spricht von Einzelfällen

Ob unberechtigte Personen es geschafft haben, eine Impfung am Luks zu erhalten, ist nicht klar. Das Spital schreibt, bei 2500 Impfungen pro Woche sei nicht auszuschliessen, dass «Einzelfälle unseren Kontrollen entgehen können». Inzwischen seien die internen Kontrollmechanismen verschärft worden. «Wer die Kriterien für eine Impfung bei uns nicht erfüllt, wird nach wie vor an die kantonalen Impfzentren verwiesen.»

Die Panne mit der internen Luks-Telefonnummer hat der Luzerner SP-Präsident David Roth auf Twitter publik gemacht. «Offenbar haben sich bereits Hunderte von Impfdrängler*innen auf die Liste des Kantonsspitals setzen lassen. [...] Was ist da los? Bitte sofort handeln!», schrieb er, an den Kanton Luzern und Gesundheitsdirektor Guido Graf gerichtet. Später ergänzt Roth: «Das ging schnell. Offensichtlich können sich unter 65-Jährige nicht mehr anmelden. Danke allen, die das rasch angepasst haben!»

Spital hält an Telefonhotline fest

Auf Anfrage sagt Roth, er sei aus seinem Bekanntenkreis auf die Panne aufmerksam gemacht worden. Dass Leute versuchten, über Tricks zu einer früheren Impfung zu kommen, sei «ein absolutes Ärgernis». Dadurch steige der Aufwand unnötigerweise. Wie viele Personen sich eine Impfung erschleichen konnten, weiss Roth nicht. Er wisse aber von einem 30-Jährigen, der einen Termin erhalten habe, obwohl er keines der Kriterien erfülle.

Der SP-Präsident hinterfragt auch das System der telefonischen Anmeldung. Mehrere tausend Personen arbeiteten im Kanton Luzern im Gesundheitsbereich und müssten somit die interne Luks-Nummer wählen, um einen Impftermin zu bekommen. «Für eine derart grosse Zahl scheint mir eine Telefonhotline nicht geeignet.» Das Luks schreibt auf Anfrage: «Das Telefon ist zeitgemäss für diesen Zweck, weil so eine Identifikation durch entsprechende Rückfragen besser möglich ist.»

Christian Glaus

Gemeinden professionalisieren ihre Kommunikation

Politische Kommunikation wird immer wichtiger. Das lernen viele Gemeinden erst nach schmerzhaften Abstimmungsniederlagen. So setzt Sursee einen Kommunikationsbeauftragten ein, andere Gemeinden folgen.

Dominik Weingartner

«Wir bitten Sie, uns Ihre Fragen schriftlich zuzustellen. Wir werden diese dann zeitnah beantworten.» So oder ähnlich klingt es oft, wenn Journalisten mit Kommunikationsstellen von Unternehmen oder Behörden zu tun haben. Gerade die Kommunikation von Kantonsbehörden und grösseren Gemeinden in der Agglomeration Luzern hat sich in den vergangenen Jahren immer stärker professionalisiert. Dazu gehört aber auch: Der Zugang zu Entscheidungsträgern wie etwa Regierungsräten ist für Medien schwieriger geworden. Fragen werden oft nur schriftlich beantwortet, was kritische Nachfragen praktisch verunmöglicht.

Nun legen ländlichere Kommunen nach. In Malers etwa ist seit Anfang Jahr Stephan Weber als Kommunikationsbeauftragter tätig – gleichzeitig arbeitet er als Redaktor beim «Willisauer Boten». Auch die Stadt Sursee hat kürzlich bekanntgegeben, ab Sommer einen Kommunikationsbeauftragten in einem 60-Prozent-Pensum zu beschäftigen. Die Funktion übernimmt Christian Hodel, seit verganginem Sommer Chefredaktor beim «Seetaler Boten». Diese Stelle gibt er für den neuen Job in Sursee auf.

In Sursee soll Hodel vor allem Projekte kommunikativ begleiten, wie die stellvertretende Stadtschreiberin Andrea Stutz auf Anfrage sagt. Es handle sich um eine «bewusste Stärkung des Bereichs Kommunikation», die in Sursee schon länger ein Thema sei. Andere Massnahmen wie etwa die Neugestaltung der Stadt-Website seien bereits umgesetzt, sagt Stutz. Sie nennt einen Beweggrund für die Offensive: «Die Bevölkerung hat heute andere Ansprüche an Information durch die Behörden. Es ist ein Grundauftrag der Verwaltung, mit den Bürgerinnen und Bürgern zu kommunizieren.»

Abstimmungsniederlagen als Auslöser

Bisher hat Sursee Projekte zum Teil von externen Kommunikationsberatern begleiten lassen. So hat etwa die Luzerner PR-Agentur Media-Work die Abstimmung um ein neues Sekundarschulhaus bei der Stadthalle im vergangenen Herbst begleitet und im Sommer 2020 einen Informationsfilm für die geplante Neugestaltung des Bahnhofareals produziert. Der Film wurde kurz vor der Abstimmung und im Sommer 2020 einen Informationsfilm für die geplante Neugestaltung des Bahnhofareals produziert. Der Film wurde kurz vor der Abstimmung

Adrian Bühler ist Mitinhaber der Agentur Media-Work. Der 42-jährige Eschenbacher sass bis vergangenen Sommer 13 Jahre lang für die CVP im Kantonsrat. Entsprechend ist er in der Luzerner Politiszene gut vernetzt. Büh-



Die Luzerner Regierungsräte kommunizieren vor den Medien Sparmassnahmen.

Bild: Eveline Beerkircher (Luzern, 16. März 2016)

ler bestätigt: «Viele Gemeinden professionalisieren ihre Kommunikation.» Er glaubt, das Informationsbedürfnis der Bevölkerung sei gestiegen. «Häufig gibt es einen externen Impuls, der die Gemeinden veranlasst, sich systematisch mit Kommunikation auseinanderzusetzen.» Das seien meist zentrale Projekte wie etwa Totalrevisionen von Ortsplanungen oder grosse Bauprojekte – vor allem, wenn es an der Urne oder Gemeindeversammlung in die Hosen gehe. «Wenn eine Abstimmung verloren geht, ist das oft ein Auslöser, dass die Gemeinden ihre eigene Kommunikation überdenken», sagt Bühler.

Reiden und Triengen mit Kommunikationskonzepten

Aus Fehlern in der Vergangenheit will auch Reiden lernen. Der Gemeinderat hat im Februar ein neues Kommunikationskonzept verabschiedet. In der dazugehörigen Mitteilung zeigt sich Gemeindepräsident Hans Kunz selbstkritisch: «Das neue Kommunikationskonzept hilft uns, unsere Bürgerinnen und Bürger stets aktuell, sachlich, ehrlich, verständlich und transparent zu informieren. Es ist uns bewusst, dass dies in den letzten Jahren nicht immer gelungen ist.»

Damit spielt Kunz auf die zahlreichen politischen Querelen an, welche die Wiggertaler Gemeinde in der jüngeren Vergangenheit immer wieder durchgeschüttelt haben. Dem will der Gemeinderat nun aktiv entgegenzutreten. Kunz sagt weiter, Reidens Kommunikation soll «Gerüchten, Unklarheiten und Spekulationen vorbeugen».

Ein Tal weiter östlich, im Surental, will eine Gemeinde

«Der Ruf nach einer Dorfzeitung ist unüberhörbar.»



René Buob
Gemeindepresident Triengen

ebenfalls aufrüsten und ein Kommunikationskonzept erstellen. Im Februar konnte sich die Dorfbevölkerung in einer Umfrage zur Kommunikation der Gemeinde Triengen äussern. Durchgeführt hat die Gemeinde die Umfrage mit Unterstützung des regionalen Entwicklungsträgers Sursee-Mittelland, wie Gemeindepräsident René Buob auf Anfrage sagt. Zum Ergebnis der Umfrage sagt er: «Das Bedürfnis nach gemeindeeigenen Kommunikationskanälen ist bei der Bevölkerung spürbar.» In seiner Mitteilung zur Umfrage wird der Gemeinderat konkreter. Dort heisst es: «Der Ruf nach einer offiziellen Dorfzeitung ist unüberhörbar.»

Damit gemeint ist wohl ein gedrucktes Publikationsorgan für den Gemeinderat, aber auch für die lokalen Vereine und Par-

teien, wie es viele Gemeinden im Kanton Luzern bereits kennen. Laut Buob ist aber bezüglich Dorfzeitung noch vieles offen: «Das Handlungsfeld «Dorfzeitung» muss noch konkretisiert werden. Als nächster Schritt wird ein Grobkonzept sowie ein Projektauftrag zuhanden des Gemeinderates erstellt.» Ziel einer Dorfzeitung sei es, den «Wunsch der Bevölkerung nach direkter Kommunikation der Gemeinde» abzudecken, so Buob.

Untergang der Landzeitungen

Woher kommt dieser verstärkte Wunsch der Bevölkerung nach mehr Information? Ein Grund könnte die Autorität von politischen Gremien sein, die vor 20 Jahren vermutlich noch grösser war. Auch ist die Bindungskraft von Parteien schwächer geworden. Während sich die Stimmbevölkerung früher noch stärker auf Argumente von Gemeinderäten und Parolen von Parteien eingelassen hat, ist heute das Bedürfnis gross, sich eine eigene Meinung zu bilden. Dafür braucht es aber genügend Informationen, was den verstärkten Hunger danach erklären könnte.

Hinzu kommt der Verlust von Informationsquellen in Form von Lokalzeitungen. In Triengen etwa existierte über hundert Jahre lang der «Trienger Anzeiger», der ausführlich über das politische und gesellschaftliche Leben im Dorf berichtete. Im Wiggertal gab es den «Oberwiggertaler». Beide Zeitungen wurden Ende der Nullerjahre von der ZT Medien AG aus Zofingen übernommen, welche sie als Gratiszeitungen «Surentaler» und «Oberwiggert-

taler» weiterführte. Im Februar 2020 folgte das endgültige Aus für die beiden Traditionstitel.

Doch mit reiner Information über das Dorfgeschehen ist es nicht gemacht. In vielen Fällen geht es um handfeste Interessen, die durchgesetzt werden sollen – etwa in Abstimmungskämpfen. «Gemeinden müssen darauf achten, dass sie eine fortlaufende Prozesskommunikation machen», sagt Adrian Bühler. Eine Kommunikation erst drei Monate vor der Abstimmung reiche nicht. «Gemeinden müssen grosse Projekte als Prozesse verstehen, wichtige Zielgruppen frühzeitig miteinbeziehen und die einzelnen Meilensteine kommunizieren», sagt Bühler. Eine gute Kommunikationsstrategie könne zum Abstimmungserfolg beitragen. «Eine gute Kommunikation bedeutet, dass man strategisch überlegt, wen man ins Boot holen muss, wen man wann informieren muss. Wenn das gelingt, ist die Chance grösser, dass eine Vorlage Erfolg hat», ist Bühler überzeugt.

Eine Konkurrenz durch gemeindeeigene Kommunikationsabteilungen fürchtet der PR-Berater nicht. Zumal seine Firma auch mit Gemeinden zusammenarbeite, die selber Kommunikationsbeauftragte beschäftigten, so Bühler. «Ich begrüsse es sehr, dass Gemeinden in Kommunikation investieren», sagt er. Und: «Für einen Schulhaus-Neubau zum Beispiel gibt eine Gemeinde schnell einmal zehn Millionen Franken aus. Da sind ein paar tausend Franken für eine gute Kommunikation gut investiertes Geld. Der Schaden im Falle einer Abstimmungsniederlage ist viel grösser.»