

**PRESE- UND
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

10 Reduzierungen 

15.000,- €

Teilhaushalt 1 Stabsstelle Gremien- und Öffentlichkeitsarbeit

(Verantwortung Eva Wiedemann)

Beschlussvorschlag:

Die Mitglieder nehmen die Reduzierungen im Budget für die städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkung:

Produktsachkonto:	11.30.00.00.00 – 4222000, 4271000, 4291000, 4411000, 4431000
Bezeichnung:	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – diverse Reduzierungen
Betrag:	15.000 EUR/a
Wirkung ab:	ab 2018

Beteiligung Personalrat:

ja nein

Sachverhalt:

Im Produkt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist das Budget für die städtische Homepage, die Öffentlichkeitsarbeit, die Herausgabe von Printmedien, für Werbung, Vermarktung und Pressearbeit verortet. Insgesamt werden hier Einsparungen in Höhe von 15.000 Euro vorgenommen. Diese verteilen sich auf mehrere Sachkonten.

Die stärkste Konsequenz hat die Kürzung für die Öffentlichkeitsarbeit selbst:

- Das Budget für die Öffentlichkeitsarbeit wird radikal um insgesamt mehr als 80 Prozent gekürzt. Damit erhalten Bürger, die sich ab dem Jahr 2018 in Kornwestheim anmelden, keine Mappe im städtischen Layout mehr, in welcher sie ihre Unterlagen sammeln können. Zudem gibt es keinen professionellen Fotografen mehr, der Veranstaltungen und (Bau-)Projekte im Bild dokumentiert oder auch Fotos neuer Gemeinderäte und Mitarbeiter bspw. für die Homepage anfertigt. Diese Aufgabe wird künftig von der Pressestelle übernommen oder es wird spezifisch ein Fotograf engagiert. Auch weitere Publikationen oder Anzeigen, Gestaltungs- oder Druckaufträge sind fortan nahezu ausgeschlossen. Es verbleibt lediglich ein Restbudget in Höhe von 2.500 Euro, das u.a. dafür verwendet wird, Bilder aus Bilddatenbanken zu erwerben oder ein gezieltes Medium in einfacher Qualität zu produzieren.

Bereits seit Ende 2014 konzentriert sich die Pressestelle nicht mehr nur auf den Bereich der klassischen Printmedien oder die städtische Homepage, sondern hat mit dem Facebook-Auftritt die erste Präsenz der Stadt in den sozialen Medien aufgebaut.

Der Wandel hin zu einer vermehrten Fokussierung auf die sozialen Medien wird ab dem Jahr 2018 verstärkt umgesetzt. Dafür soll intern ein Social-Media-Konzept erarbeitet werden, das bspw. prüft, ob Instagram, Snapchat, Youtube oder ein anderer Kanal zusätzlich zur Fanseite bei Facebook geeignet ist, um die kommunalen Inhalte zu publizieren. Damit wird nicht nur das wegfallende Budget für Öffentlichkeitsmaßnahmen kompensiert, sondern es wird auch der Entwicklung Rechnung getragen, dass mittlerweile mehr Bürger online zu erreichen sind als über die klassischen Medien. Zudem ermöglicht das Internet mit seinen unterschiedlichen Kanälen eine direkte und interaktive Kommunikation. Finanziell betrachtet, fallen beim Einsatz sozialer Medien meist nur geringe Sachkosten an. Wichtig ist es vielmehr, laufend aktuelle Nachrichten und Inhalte zu liefern und schnell auf Beiträge zu reagieren. Das erfordert eine intensive personelle Betreuung, die schon jetzt parallel zur klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit der Beantwortung von knapp 400 Presseanfragen und dem Versand von rund 450 Pressemitteilungen jährlich geleistet wird.

Weitere durch die Kürzung betroffene Sachkonten:

- Das Budget für den Erwerb geringwertiger Vermögensgegenstände wie bspw. Büromöbel wird auf 0 gesetzt.
- Das Budget für die Ausschreibung von Stellen wird auf 0 gesetzt. Sollte es zu personellen Veränderungen kommen, werden entsprechende Ausschreibungen und weitere damit verbundene Kosten über die eingesparten Personalkosten gedeckt, die durch die Vakanz von Stellen stets anfallen.
- Das Budget für sonstige Dienstleistungen wird auf 0 gesetzt. Damit ist es künftig nicht mehr möglich, Sonderprojekte wie beispielsweise eine Beteiligung an der Landesgartenschau, die Produktion von Imagebroschüren o.Ä. umzusetzen.
- Das Budget für Geschäftsaufwendungen wird halbiert; dadurch wird künftig nur noch eine reduzierte Anzeige für die Stadtverwaltung im Telefonbuch „Das Örtliche“ erscheinen. Eine solch reduzierte Lösung schalten bereits andere Städte wie Remseck oder Bietigheim-Bissingen. Analog zum Vorgehen dort wird die Anzeige künftig auf die zentrale Telefonnummer und die Internetseite verweisen.

Wechselwirkungen:

Durch den Wegfall des über die Pressestelle zentral engagierten Fotografen müssen die Fachbereiche ab 2018 selbst für die Kosten von Fotos aufkommen bzw. diese in Eigenregie anfertigen, wenn diese nicht konkret für die Pressearbeit verwendet werden, sondern beispielsweise der Dokumentation dienen.