

Bericht an den Gemeinderat

BearbeiterInnen: Fasch/Mazelle

BerichterstatteIn: GR Popner

Präs. 012476/2003/0013

Graz, 5.7.2018

Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit
der Stadt Graz

Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Organisationen, Interessenvertretungen etc. kommen mit der Stadt Graz in unterschiedlichsten Lebens- und Schaffensbereichen über verschiedene Kanäle in Berührung. Informationsbereitstellung und -kampagnen sowie Werbetätigkeiten in regionalen, nationalen und digitalen Medien stellen dabei einen wesentlichen - und bezüglich des Images und des Leistungsspektrums der Stadt Graz prägenden - Reichweitenfaktor dar.

Die Medienlandschaft ist derzeit stark im Wandel begriffen und es entstehen laufend neue Kommunikationstechnologien, übergreifend aus den Bereichen Print, Radio, TV sowie Online. Es gilt die Kommunikationsmaßnahmen der Stadt Graz weiterhin modern, zeitnah und einheitlich auszugestalten sowie dabei auf die unterschiedlichsten Zielgruppen optimal auszurichten.

Die Planung und Umsetzung der Reichweiten- und Themenplanung wird speziell unter Berücksichtigung von zeitlichen, thematischen und budgetären Aspekten durchgeführt. Die Richtlinie als Instrument der Verwaltungstechnik ermöglicht es Kampagnen und Schaltungen Corporate Design-konform und kosteneffizient aufeinander abzustimmen und eingesetzte Ressourcen mit dem größtmöglichen Kommunikationserfolg zu platzieren. Sich gegenseitig im Kommunikationsziel verstärkende Umsetzungsschritte werden aufgezeigt und berücksichtigt. Sämtliche operative Planungen werden somit im Vorfeld auf maximale Kommunikationswirksamkeit ausgerichtet.

Durch den forcierten, einheitlichen Auftritt erfolgt eine kontinuierliche Stärkung des Wiedererkennungswertes, der in weiterer Form als Multiplikator für alle folgenden geplanten Kommunikationsmaßnahmen dient.

Mit der Umsetzung dieser Richtlinien erbringt die Abteilung für Kommunikation Dienstleistungen für die Dienststellen der Stadt Graz, um Wissen zu bündeln, die städtische Position weiter zu stärken und Ressourcen der bisher befassten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen freizuspielen, um diese zukünftig im jeweiligen Fachgebiet einsetzen zu können.

Mit dieser Richtlinie wird sowohl den Anforderungen des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) als auch der Empfehlung des Bundesrechnungshofes aus dem Jahr 2014 vollinhaltlich entsprochen.

Der Ausschuss für Verfassung, Organisation, Gender Mainstreaming, Frauenangelegenheiten, Katastrophenschutz und Feuerwehr, internationale Beziehungen und Menschenrechte stellt daher gemäß § 45 Abs 6 Statut der Landeshauptstadt Graz idF Nr. 45/2016 den

Antrag,

der Gemeinderat wolle beschließen:

1. Dem beigelegten Entwurf der „Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz“ wird zugestimmt.
2. Die „Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz“ treten am 1. August 2018 in Kraft und gleichzeitig treten die Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz, GZ: 012476/2003/0002, in der Fassung vom 19.9.2007 außer Kraft.

Die Bearbeiterin:



Die Abteilungsvorständin der
Präsidialabteilung



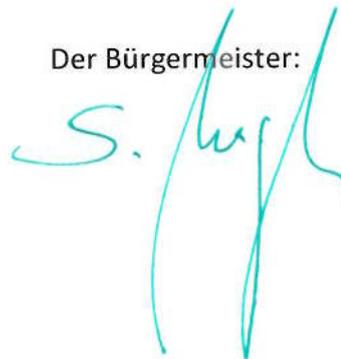
Der Abteilungsvorstand der
Abteilung für Kommunikation



Der Magistratsdirektor:



Der Bürgermeister:



Vorberaten und einstimmig/mehrheitlich/mit⁷ Stimmen angenommen/abgelehnt/
unterbrochen in der Sitzung des Ausschusses für Verfassung, Organisation, Gender Mainstreaming,
Frauenangelegenheiten, Katastrophenschutz und Feuerwehr, internationale Beziehungen und
Menschenrechte

am^{3.7.2018}.....

Der/die Schriftführerin

Christa Gruber

Der/die Vorsitzende:

Popay

Abänderungs-/Zusatzantrag:

Der Antrag wurde in der heutigen	<input checked="" type="checkbox"/> öffentlichen	<input type="checkbox"/> nicht öffentlichen Gemeinderatssitzung
<input type="checkbox"/> bei Anwesenheit von GemeinderätInnen		
<input type="checkbox"/> einstimmig	<input checked="" type="checkbox"/> mehrheitlich (mit Stimmen /..... Gegenstimmen) angenommen.	
<input type="checkbox"/> Beschlussdetails siehe Beiblatt		
Graz, am ^{5.7.2018}	Der/die Schriftführerin: <i>[Signature]</i>	

Beilage/n: Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz

Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz

Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz, beschlossen in der Sitzung des Gemeinderates vom 5. Juli 2018 gemäß § 45 Abs. 6 des Statutes der Landeshauptstadt Graz 1967 idF LGBl. Nr. 45/2016

§ 1 Geltungs- und Anwendungsbereich

Diese Richtlinien gelten für alle Abteilungen und Eigenbetriebe der Stadt Graz, im weiteren als Dienststellen bezeichnet, und politischen Büros. Ausgenommen vom Anwendungsbereich der Richtlinien sind die Gemeinderatsklubs, unbeschadet bleiben jedoch gesetzliche Regelungen.

Als Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit gelten insbesondere:

- Herausgabe von Flyern, Plakaten, Informationsbroschüren etc.
- Mediaplanung und –buchung (Einzelbuchungen, Kampagnen)
- Werbe- und Streuartikel
- Fahnen
- Sponsoringvereinbarungen
- Events
- Bild- und Videoerstellung
- Maßnahmen im Rahmen von Baustellen-Information
- Werbemittel (Print, Digital, Radio, TV)
- Auswahl und Zusammenarbeit mit externen DienstleisterInnen

§ 2 Ziele der Richtlinie

- Professionelle Kommunikation durch abteilungsübergreifende Koordination
- Höhere Wirkung durch effiziente Kommunikationsabläufe
- Optimierung des Ressourceneinsatzes
- Transparente Budget- und Kostendokumentation
- Einheitliches Erscheinungsbild

§ 3 Kommunikationsverantwortung

Diese Richtlinien sind die verbindliche Grundlage für die Planung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz.

Die Abteilung für Kommunikation ist mit der Umsetzung dieser Richtlinien beauftragt und Ansprechstelle für alle Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit.

Die Dienststellenleitungen sind für die Einhaltung der Richtlinien in ihrer Dienststelle verantwortlich.

§ 4 Planung und Budgetierung

Zu Steuerungs- und Verhandlungszwecken in Bezug auf Konditionen sind alle Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, die von den Dienststellen für das jeweils nächste Jahr geplant werden, im Rahmen einer Vorausschau bis 1. Oktober der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at schriftlich zu melden. Dabei sind auch die Ziele, Zielgruppen, geplante Ausgaben für die Maßnahmen sowie mögliche VertragspartnerInnen für die Durchführung bekanntzugeben.

Um Synergieeffekte zu nutzen ist die Abteilung für Kommunikation für die strategische Planung, Festsetzung einheitlicher Standards, Preisverhandlungen, die Mediaplanung und externe Mediabestellung sowie Medienkooperationen zuständig. Um zusätzlichen Verwaltungsaufwand zu vermeiden, sind interne Bestellvorgänge im SAP und Rechnungsfreigaben wie bisher in den Dienststellen zu realisieren.

Für alle anderen Bestellungen aus kommunikativen Produktbereichen (Streuartikel, Fahnen etc.) ist der Bestellablauf zwischen der Dienststelle und der Abteilung für Kommunikation einvernehmlich zu definieren.

§ 5 Einheitliches Erscheinungsbild

Corporate Design und Corporate Identity sowie aktuelle Style-Guides der Stadt Graz sind bei sämtlichen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit verbindlich einzuhalten. Die jeweils aktuelle Version befindet sich am MitarbeiterInnenportal.

Von diesen Vorgaben darf nur in begründeten Ausnahmefällen abgewichen werden. Dazu bedarf es einer schriftlichen Freigabe durch die Abteilung für Kommunikation.

Auch Visuals und weiterführende ergänzende Elemente müssen jedenfalls von der Abteilung für Kommunikation schriftlich freigegeben werden.

Sonderdesign-Linien werden nur dann zugelassen, wenn sie von gesamtstädtischer Bedeutung sind. Sie müssen in der Abteilung für Kommunikation kommunikation@stadt.graz.at schriftlich mit einem entsprechenden Konzept beantragt werden. Die Genehmigung erteilt das für die Abteilung für Kommunikation zuständige Stadtregierungsmitglied.

§ 6 Rahmenbedingungen für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

1. Unterscheidbarkeit:

Bezahlte Veröffentlichungen sind so zu gestalten, dass eine Verwechslung mit dem redaktionellen Teil des Mediums ausgeschlossen ist.

Bei der Beauftragung einer Veröffentlichung sind die AuftragnehmerInnen vertraglich zu verpflichten, jeweils nach Art des Mediums, folgende Kennzeichnungen vorzunehmen:

- Periodisches Druckwerk (Inserate, PR, Advertorial, Druckstrecken):
„Bezahlte Einschaltung“ oder „Bezahlte Anzeige“ plus Logo der Stadt Graz;
- Radiospots:
„Eine bezahlte Information der Stadt Graz“ im Vor- oder Nachspann;

- Fernsehprogramm und Videospots:
Im Vorspann „Bezahlte Anzeige“, das Logo ist durchgehend zu führen. In begründeten Fällen und nur mit schriftlicher Freigabe der Abteilung für Kommunikation kann auf die durchgehende Platzierung des Logos verzichtet werden.
- Digitale Werbeformen:
„Bezahlte Information der Stadt Graz“ oder „Bezahlte Anzeige“ im sichtbaren verbundenen Bereich

2. Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit der Stadt Graz

Bei einer Veröffentlichung muss der inhaltliche Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich der Stadt Graz oder der Bezug zur ihrer Tätigkeit eindeutig gegeben sein.

Das können sein:

- a) Sachinformation, für die ein Informationsbedürfnis der Allgemeinheit besteht, wie insbesondere:
 - die rechtliche Zuständigkeit für bestimmte Lebensbereiche der Bürgerinnen und Bürger,
 - Informationen über gesetzliche Bestimmungen einschließlich bevorstehender oder bereits erfolgter Änderungen im Wirkungsbereich der Stadt Graz,
 - Serviceangebote,
 - Verbesserungen im Angebot bei Tätigkeiten und Servicefunktionen,
 - Arbeitsplatzangebote (z.B. Stelleninserate),
 - barrierefreie Zugänge zu den Angeboten der Stadt Graz,
 - Hilfestellungen für Bürgerinnen und Bürger in bestimmten Lebenslagen,
 - Informationen, die im öffentlichen Interesse stehen,
 - Themenstellungen, über die eine positive Beschlussfassung in einem Kollegialorgan der Stadt erfolgt ist.
- b) Informationsaktivitäten zur sachbezogenen Positionierung der Stadt Graz und ihrer Tätigkeiten.

§ 7 Operativer Ablauf

Die Dienststellen dürfen zur Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit externe Dienstleister wie Werbe- und PR-Agenturen, Medien, Hochschulen etc. beauftragen. Bei Beauftragung von externen DienstleisterInnen sind Urheberrechte und die damit zusammenhängenden Rechte der Stadt Graz sicherzustellen.

Darüber hinaus ist folgendes zu beachten:

a) Vorlage und Freigabe von Sujets, Produktionsunterlagen etc.

Sujets, Produktionsunterlagen etc. sind mindestens 3 Arbeitstage vor Beauftragung der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at mit Informationen zu Trägermedien, Zielgruppen etc. zur Freigabe digital zu übermitteln.

Werden Leistungen von den Dienststellen selbst erbracht, gilt der Freigabeprozess sinngemäß.

b) Auftragsvergaben

Zur Einholung von Preisauskünften oder Veröffentlichung von Ausschreibungen, sind die Leistungs- und Vergabekriterien gemeinsam mit der Abteilung für Kommunikation verbindlich schriftlich zu definieren. Das gilt insbesondere für Kampagnen, Events, Bild- und Videoerstellung.

Der Kriterienkatalog umfasst jedenfalls:

- Zeitraum und Verfallsdatum
- Ziel und Zielgruppe
- Produkte, Werbemittel, Drucksorten
- Zeitplan für die Maßnahme.

Mit Beginn der Planungsphase ist ein entsprechendes Ansuchen inklusive Konzept oder Entwurf an die Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at zu schicken.

Die Auswahl der AuftragnehmerInnen und die schriftliche Beauftragung realisieren die auftragsvergebende Dienststelle und die Abteilung für Kommunikation in ihrem Zuständigkeitsbereich gemeinsam.

c) Beauftragung von SubdienstleisterInnen durch externe DienstleisterInnen

Beabsichtigten externe DienstleisterInnen, Aufträge an SubdienstleisterInnen zu vergeben, müssen sie dies mindestens 3 Arbeitstage vor Auftragserteilung der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at bekanntgeben und über wesentliche Vertragsinhalte informieren. Die Abteilung für Kommunikation hat das Recht, ohne Angabe von Gründen, SubdienstleisterInnen abzulehnen.

d) Projektbegleitung

Die Abteilung für Kommunikation ist bei allen öffentlichkeitswirksamen Projekten, deren Gesamtherstellungskosten 0,1 % der Gesamteinnahmen des jährlichen Voranschlages übersteigen, zum Zwecke der Planung von Maßnahmen begleitender Öffentlichkeitsarbeit und zur Aufnahme kommunikativer Aspekte in die Vergabe- bzw. Leistungskriterien beizuziehen.

§ 8 Meldepflichten

Die Abteilung für Kommunikation ist die koordinierende und meldende Stelle für die Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG). Pro Quartal sind folgende Meldungen abzugeben:

1. Nettobeträge, die für Werbemaßnahmen, Werbeaufträge und sonstige bezahlte Veröffentlichungen, also beispielsweise für Inserate, Werbeeinschaltungen oder Produktplatzierungen aufgewendet wurden. Aufwendungen für Plakate, Transparente, Fahnen oder ähnliches unterliegen nicht der quartalsmäßigen Meldepflicht, weil es sich dabei um keine Veröffentlichungen in Medien nach dem MedKF-TG handelt.
2. Förderungen an MedieninhaberInnen periodischer Medien in der Höhe des Gesamtbetrages der Förderung.
3. Wert der Leistungen aufgrund von Medienkooperationen. Weiters ist bei Medienkooperationen mit den MedienpartnerInnen vertraglich ausdrücklich

festzuhalten, ob, wann, in welcher Weise und für welchen Betrag Veröffentlichungen als mediale Gegenleistungen im Rahmen der Medienkooperation erbracht werden.

4. Falls die Abteilung für Kommunikation alle in § 8 Z 1 -3 genannten Aktivitäten für die auftraggebende Dienststelle abgewickelt hat, genügt eine kurze schriftliche Mitteilung darüber.

§ 9 Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten mit 1. August 2018 in Kraft.