

Bericht an den Gemeinderat

Bearbeiter: Max Mazelle

Berichtersteller:in: *GRⁱⁿ Daniela Kosterbauer*

KOM 003013/2004/0003

Graz, 06.05.2022

Richtlinien des Gemeinderates vom 1. Juli 2022
für städtische Kommunikation

Bürger:innen, Unternehmen, Organisationen, Interessenvertretungen etc. kommen mit der Stadt Graz in unterschiedlichsten Lebens- und Schaffensbereichen über verschiedene Informationskanäle in Berührung. Informationsbereitstellung und -kampagnen sowie Werbetätigkeiten in regionalen, nationalen und digitalen Medien stellen dabei einen wesentlichen – und bezüglich des Images und des Leistungsspektrums im Bereich der Services, Produkte und Dienstleistungen der Stadt Graz prägenden – Reichweitenfaktor dar.

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. Sämtliche operative Planungen werden somit im Vorfeld auf maximale Kommunikationswirksamkeit ausgerichtet und durch den einheitlichen Auftritt erfolgt eine kontinuierliche Stärkung des Wiedererkennungswertes des Magistrats im Zusammenwirken mit den weiteren Organisationseinheiten des Hauses Graz.

Um sowohl den Anforderungen des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes (MedKF-TG) als auch der Empfehlung des Bundesrechnungshofes aus dem Jahr 2014 weiterhin vollinhaltlich zu entsprechen, müssen die Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz von 2018 angepasst werden. Konkret geht es insbesondere um die Neuerungen zu § 6 Rahmenbedingungen für Maßnahmen der städtischen Kommunikation.

Demnach gilt zukünftig das sogenannte „Kopfverbot“, heißt, dass in entgeltlichen Veröffentlichungen die Abbildung und namentliche Nennung von folgenden Personen verboten sind: Mitglieder der Stadtregierung und des Grazer Gemeinderates, Abteilungsleiter:innen des Magistrats, Geschäftsführer:innen der Eigenbetriebe, Mitglieder des Bezirksrates sowie erste Leitungsebene in den Beteiligungen des Hauses Graz.

Neu ist des Weiteren die Informationspflicht über Kampagnen aller Dienststellen und Organisationseinheiten des Hauses Graz an den Stadtsenat. Aus diesem Grund hat in Zukunft eine zeitgerechte Meldung an die Abteilung für Kommunikation zu erfolgen – so wird der Informationspflicht im Stadtsenat noch vor der Beauftragung von Medien- und Dienstleistungsunternehmen nachgekommen.

Weiters wurden in §8 Details zu den Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes – MedKF-TG für den Magistrat der Stadt Graz konkretisiert.

Der Stadtsenat stellt daher gemäß § 45 Abs. 6 des Statutes der Landeshauptstadt Graz, LGBl Nr.

130/1967 idF LGBl Nr. 118/2021

den

Antrag,

der Gemeinderat wolle beschließen:

1. Dem beigelegten Entwurf der „Richtlinien für städtische Kommunikation“ wird zugestimmt.
2. Die „Richtlinien für städtische Kommunikation“ treten mit 1. Juli 2022 in Kraft und gleichzeitig treten die Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Graz Präs. 012476/2003/0013 vom 5. Juli 2018 außer Kraft.

Der Abteilungsleiter
Mag. (FH) Max Mazelle, PhD.
elektronisch unterschrieben

Die Bürgermeisterin
Elke Kahr
elektronisch unterschrieben

Vorberaten und einstimmig/mehrheitlich/mit Stimmen angenommen/abgelehnt/
unterbrochen in der Sitzung des Stadtsenats.


am 6.5.22

Der/die Schriftführer:in

Der/die Vorsitzende:



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 und Gemeinderäten		
<input checked="" type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitlich (mit Stimmen / Gegenstimmen) angenommen.	
<input type="checkbox"/> Beschlussdetails siehe Beiblatt		
Graz, am 19.5.22	Der/die Schriftführer:in:	
		

Beilage/n: Richtlinien für die städtische Kommunikation

	Signiert von	Mazelle Max
	Zertifikat	CN=Mazelle Max,O=Magistrat Graz, L=Graz,ST=Styria,C=AT,
	Datum/Zeit	2022-05-03T10:01:54+02:00
	Hinweis	Dieses Dokument wurde digital signiert und kann unter: https://sign.app.graz.at/signature-verification verifiziert werden.

	Signiert von	Kahr Elke
	Zertifikat	CN=Kahr Elke,O=Magistrat Graz, L=Graz,ST=Styria,C=AT,
	Datum/Zeit	2022-05-04T15:48:45+02:00
	Hinweis	Dieses Dokument wurde digital signiert und kann unter: https://sign.app.graz.at/signature-verification verifiziert werden.

Richtlinien des Gemeinderates vom 1. Juli 2022 für städtische Kommunikation.

Auf Grund des § 45 Abs. 6 des Statutes der Landeshauptstadt Graz, LGBl Nr.130/1967 idF LGBl Nr. 118/2021 wird beschlossen:

§ 1 Geltungs- und Anwendungsbereich

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

In den Paragraphen 6 und 7.1. beziehen sich diese Richtlinien auch auf Organisationseinheiten des gesamten Hauses Graz und müssen zeitnah, spätestens jedoch bis 31.12.2022 von den jeweils ermächtigten Eigentümervertreter:innen der Stadt Graz zur Umsetzung gebracht werden.

Innerhalb des Magistrats ist die Abteilung für Kommunikation beauftragt, alle Bürger:innen und Mitarbeiter:innen über Produkte, Services und Dienstleistungen etc. informiert zu halten. Dabei werden städtische Kanäle wie zB graz.at, Social Media oder die städtische Zeitung BIG (Bürger:inneninformation Graz) genutzt.

Darüber hinaus werden im Magistrat Kommunikationsmaßnahmen auf vielfältige Weise vorgenommen. Als Anwendungsbereiche gelten insbesondere:

- Drucksorten wie Berichte, Plakate, Informationsbroschüren etc.
- Mediaplanung und -buchung (Einzelbuchungen, Kampagnen) in Print, Digital, Radio, TV, Außenwerbung, Social Media etc.
- Werbemittel für Print, Digital, Radio, TV, Außenwerbung, Social Media, etc.
- Online- und andere digitale Kommunikationsprojekte
- Werbe- und Streuartikel
- Fahnen
- Sponsoringvereinbarungen
- Events
- Bild- und Videoproduktionen
- Maßnahmen im Rahmen von Baustellen-Informationen
- Auswahl und Zusammenarbeit mit externen Dienstleister:innen und Agenturen für Tätigkeiten und Arbeiten in den genannten Bereichen

§ 2 Ziele der Richtlinie

- Professionelle Kommunikation durch abteilungsübergreifende Koordination, ggf auch das gesamte Haus Graz umfassend
- Höhere Wirkung durch effiziente Kommunikationsabläufe
- Optimierung des Ressourceneinsatzes
- Transparente Budget- und Kostendokumentation
- Einheitliches Erscheinungsbild
- Erfüllung der Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG)

Der Magistrat bekennt sich mit seiner Kommunikation zu den Prinzipien der Offenheit und Transparenz. Weiters werden Qualitätsjournalismus sowie die Medienvielfalt der Region aktiv gefördert.

§ 3 Kommunikationsverantwortung

Diese Richtlinien sind die verbindliche Grundlage für die Planung und Umsetzung der städtischen Kommunikation. Die Abteilung für Kommunikation ist mit der Umsetzung dieser Richtlinien beauftragt und Ansprechstelle für alle Bereiche der städtischen Kommunikation. Die Dienststellenleitungen sind für die Einhaltung der Richtlinien in ihrem Wirkungsbereich verantwortlich. Darüber hinaus sind ergänzende Vorgaben und Leitfäden zur Anwendung zu bringen. Dateien jeweils aktueller Versionen befinden sich am Mitarbeiter:innenportal. Beispiele dafür sind:

- Corporate Design
- Kampagnen der Stadt Graz
- Social Media
- Trauerkommunikation
- Geschäftsdrucksorten und Präsentationsmedien
- Kommunikation in sozialen Medien
- Styleguide
- Videoproduktionen
- Werbelinie

Ausgenommen davon ist die Pressearbeit gemäß Geschäftsordnung für den Magistrat Punkt 14.2.

§ 4 Planung und Budgetierung

Zu Steuerungs- und Verhandlungszwecken von Konditionen sind alle Maßnahmen der städtischen Kommunikation, die von den Dienststellen für das jeweils nächste Jahr geplant werden, im Rahmen einer Vorschau bis 15. Dezember des laufenden Jahres der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at, schriftlich zu melden. Dabei sind die Ziele, Zielgruppen, Kommunikationskanäle, geplanten Ausgaben für die Maßnahmen sowie angedachte Vertragspartner:innen wie zB Agenturen für die Durchführung bekanntzugeben. Alle danach entstehenden Maßnahmen der Kommunikation sind umgehend der Abteilung für Kommunikation in gewohnter Weise zu melden.

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.

§ 5 Einheitliches Erscheinungsbild

Um einen einheitlichen und konsistenten Auftritt der Stadt Graz zu gewährleisten, sind das Corporate Design sowie aktuelle Styleguides der Stadt Graz bei sämtlichen Maßnahmen der städtischen Kommunikation verbindlich einzuhalten. Die jeweils aktuelle Version befindet sich am Mitarbeiter:innenportal.

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

Weiterführende ergänzende Elemente wie Visuals müssen jedenfalls von der Abteilung für Kommunikation schriftlich freigegeben werden. Sonderdesign-Linien werden nur dann zugelassen, wenn diese 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 die Bürgermeisterin.

Corporate Wording Vorgaben sind in der jeweils gültigen Fassung anzuwenden.

§ 6 Rahmenbedingungen für Maßnahmen der städtischen Kommunikation

Die Verordnung der Steiermärkischen Landesregierung vom 28. Juni 2012, LGBl. Nr. 57/2012, mit der Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen werden, ist umzusetzen: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrStmk&Gesetzesnummer=20000580>. Für die Ausgestaltung und den Inhalt von Veröffentlichungen gilt:

1. Unterscheidbarkeit (§ 2 der oben zitierten RL)

- 1) Bei der Beauftragung einer Veröffentlichung ist der Auftragnehmer vertraglich dazu zu verpflichten, eine eindeutige Kennzeichnung vorzunehmen.
- (2) Veröffentlichungen in Radio- und Fernsehprogrammen sowie in Sendungen von Abrufdiensten sind mit den Worten „entgeltliche Einschaltung des/der“ oder „Eine entgeltliche Information des/der“ oder „bezahlte Anzeige des/der“ jeweils unter Beifügung der Bezeichnung des Organs des betreffenden Rechtsträgers oder eines

den Rechtsträger eindeutig identifizierbaren Logos zu kennzeichnen.
Veröffentlichungen in einem periodischen Druckwerk, einem wiederkehrenden elektronischen Medium oder auf einer Website sind die Worte „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ deutlich sichtbar beizufügen.

- (3) Veröffentlichungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 MedKF-TG sind so zu gestalten, dass eine Verwechslung mit dem redaktionellen Teil des Mediums ausgeschlossen ist.

2. Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit (§ 3 der oben zitierten RL)

Im Sinne von § 3a Abs. 1 erster Satz iVm Abs. 2 Z 2 MedKF-TG muss bei einer Veröffentlichung der inhaltliche Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich eines Rechtsträgers oder der Bezug zur Tätigkeit dieses Rechtsträgers eindeutig gegeben sein. Zu diesem Zweck dürfen Veröffentlichungen ausschließlich jene Aufgaben -thematisieren, die zum Aufgabenbereich des Rechtsträgers zählen. Dazu zählen auch Tätigkeiten, die erst nach abgeschlossenem Gesetzgebungsverfahren zu einem späteren Zeitpunkt in Wirksamkeit treten, wie etwa Informationen über den Inhalt von Begutachtungsentwürfen und Regierungsvorlagen.

In entgeltlichen Veröffentlichungen gilt ergänzend zur beschriebenen Gesetzeslage das Verbot der Abbildung und namentlichen Nennung für nachfolgende Personen:

- Mitglieder der Stadtregierung und des Grazer Gemeinderates
- Abteilungsleiter:innen des Magistrats
- Geschäftsführer:innen der Eigenbetriebe
- Mitglieder des Bezirksrates
- Erste Leitungsebene in den Beteiligungen des Hauses Graz

Darüber hinaus sind Medienbuchungen Print/Digital/Social Media etc. sowie die Zusammenarbeit mit Influencer:innen und Blogger:innen in nachstehenden Punkten untersagt:

- Publikationen von politischen Parteien
- Unseriöse Medien, Kanäle
- Medien, Kanäle mit Inhalten, die strafrechtlich relevant sind (z. B. Verhetzung, Wiederbetätigung ...)
- Medien, Kanäle, die Menschen im Zusammenhang mit bestimmten Merkmalen wie z. B. Geschlecht, Hautfarbe, ethnischer oder sozialer Herkunft, Alter, Behinderung, Sprache, Religion, Weltanschauung, usw. diskriminieren.

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

3. Sachinformation und konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit (§4 der oben zitierten RL)

- (1) Im Wege von Veröffentlichungen darf ausschließlich Sachinformation vermittelt werden. In Veröffentlichungen ist daher die ausschließliche oder auch nur teilweise Vermarktung der Tätigkeit eines Rechtsträgers untersagt. Eine „Vermarktung“ liegt insbesondere dann vor, wenn die Veröffentlichung überwiegend der Imagepflege des Rechtsträgers dient.

- (2) Die transportierte Sachinformation muss entweder der Deckung eines konkreten und aktuellen Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit dienen oder sonst einen feststellbaren potentiellen Nutzen für den Adressatenkreis der Veröffentlichung bei Verwertung der Sachinformation vermitteln. Dies gilt auch bei der Bezugnahme auf vergangene, gegenwärtige oder aktuell zukünftige Tätigkeiten des Rechtsträgers.
- (3) Als nach Abs. 1 und 2 zulässige Veröffentlichungen gelten insbesondere Informationen über:
 1. die rechtliche Zuständigkeit eines Rechtsträgers für bestimmte Lebensbereiche der Bürgerinnen und Bürger,
 2. Informationen über gesetzliche Bestimmungen einschließlich bevorstehender oder bereits erfolgter Änderungen im Wirkungsbereich eines Rechtsträgers,
 3. Serviceangebote des Rechtsträgers,
 4. Verbesserungen im Angebot bei Tätigkeiten und Servicefunktionen des Rechtsträgers,
 5. Arbeitsplatzangebote,
 6. barrierefreie Zugänge zu den Angeboten des Rechtsträgers,
 7. Hilfestellungen für Bürgerinnen und Bürger in bestimmten Lebenslagen,
 8. Informationen, die im öffentlichen Interesse stehen, innerhalb des Wirkungsbereichs eines Rechtsträgers.

§ 7 Operativer Ablauf

Die Abteilung für Kommunikation unterstützt die Dienststellen des Magistrats bei der Umsetzung von Maßnahmen der städtischen Kommunikation mit externen Dienstleister:innen wie Werbe- und PR-Agenturen, Medien, Hochschulen etc.

Ziele, Zielgruppen, geplante Ausgaben für die Maßnahmen sowie geplante Vertragspartner:innen wie zB Agenturen für die Durchführung sind zu Beginn der Planungsphase von der Dienststelle schriftlich bekanntzugeben. Dabei sind Urheberrechte und die damit zusammenhängenden Rechte der Stadt Graz sicherzustellen. Gender- und Diversityaspekte sowie Barrierefreiheit in der Kommunikation müssen berücksichtigt werden.

Die Abteilung für Kommunikation erteilt innerhalb von drei Arbeitstagen eine Rückmeldung.

1. Informationspflicht Kampagnen an den Stadtsenat

Eine Kampagne ist eine zeitliche befristete, zielgerichtete Aktion mittels verschiedener Kommunikationskanäle zum Transport von Botschaften in einheitlichem Erscheinungsbild und mit hohem Wiedererkennungswert. Kampagnen aller Dienststellen und Organisationseinheiten des Hauses Graz, in denen die Stadt Graz eine beherrschende Stellung innehat, sind dem Stadtsenat nachweislich im Vorhinein zur Kenntnis zu bringen (Geschäftsordnung für den Stadtsenat, Anhang A, Ziffer 51). Zu diesem Zweck hat zeitgerecht eine Meldung an die Abteilung für Kommunikation im Magistrat zu erfolgen, dass eine Beschlussfassung vor einer Beauftragung von Medien- und Dienstleistungsunternehmen erfolgen kann. Dies erfolgt sinngemäß der jeweils aktuellen Version Leitfaden „Kampagnen der Stadt Graz“ folgend, die in der Abteilung für Kommunikation aufliegt.

2. Medienbuchungen

Sämtliche Medienbuchungen werden von der Abteilung für Kommunikation für die Dienststellen des Magistrats vorgenommen. Dadurch werden Parallel-Schaltungen in Medien mit anderen Organisationseinheiten vermieden, Transparenz der Medienleistungen ermöglicht und eine einheitliche Kostenstruktur gewährleistet.

3. Vorlage und Freigabe von Sujets, Produktionsunterlagen etc.

Sujets, Produktionsunterlagen etc. sind mindestens drei Arbeitstage vor Übermittlung an Medien etc. an die Abteilung für Kommunikation, freigaben@stadt.graz.at mit Informationen zu Trägermedien, Zielgruppen etc. zur Freigabe digital zu übermitteln. Eine schriftliche Rückmeldung erfolgt von innerhalb drei Arbeitstagen.

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

4. Projektbegleitung

Die Abteilung für Kommunikation ist bei allen öffentlichkeitswirksamen Projekten, deren Absolutbetrag € 500.000,- übersteigt, beizuziehen. Dies dient dem Zwecke der Planung von Maßnahmen begleitender städtischer Kommunikation und zur Aufnahme kommunikativer Aspekte in die Vergabe- bzw. Leistungskriterien.

§ 8 Meldepflichten

Die Abteilung für Kommunikation ist die koordinierende und meldende Stelle für die Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes – MedKF-TG für den Magistrat der Stadt Graz.

Meldepflichtige Werbemaßnahmen sind in jenem Quartal bekanntzugeben, in dem diese erscheinen. Quartalsübergreifende Kommunikation muss entsprechend abgegrenzt werden. Spätestens Ende des jeweiligen Quartals ist der Abteilung für Kommunikation wie folgt zu melden:

- Nettobeträge, die für Werbemaßnahmen, Werbeaufträge und sonstige bezahlte Veröffentlichungen, aufgewendet wurden. Dies betrifft zB Inserate Print und Digital, Werbeeinschaltungen, Google Ads und Produktplatzierungen etc. Aufwendungen für Plakate, Transparente, Fahnen oder ähnliches unterliegen nicht der quartalsmäßigen Meldepflicht, da es sich dabei nicht um Veröffentlichungen in Medien nach dem MedKF-TG handelt.
- Nettobeträge für den Wert der Leistungen aufgrund von Medienkooperationen. Weiters ist bei Medienkooperationen mit den Medienpartner:innen vertraglich ausdrücklich festzuhalten, ob, wann, in welcher Weise und für welchen Betrag Veröffentlichungen als mediale Gegenleistungen im Rahmen der Medienkooperation erbracht werden.
- Förderungen an Medieninhaber:innen periodischer Medien in der Höhe des Gesamtbetrages derselben. Meldepflichtig ist der Betrag im Quartal der Förderungszusage.

- Abwicklung und Koordination einer Medienkooperation durch externe Rechtsträger:innen (zB Agenturen, Vereine etc.) für eine Dienststelle des Magistrats wie zum Beispiel:
 - Werbeaufträge von diesen externen Rechtsträger:innen für städtische Projekte, die aus städtischen Mitteln finanziert werden.
 - externe Rechtsträger:innen finanzieren mit städtischen Förderungen Werbeaufträge und planen, diese im Rahmen der Förderabrechnung geltend zu machen.

Falls die Abteilung für Kommunikation in § 8 genannte Aktivitäten für die auftraggebende Dienststelle abgewickelt hat, genügt eine kurze schriftliche Mitteilung darüber.

Die Dienststellen sind verantwortlich, dass sämtliche meldepflichtige Werbeaufträge firstgerecht und vollinhaltlich der Abteilung für Kommunikation gemeldet werden.

§ 9 Inkrafttreten

Die Richtlinien für städtische Kommunikation treten mit 1. Juli 2022 in Kraft. Gleichzeitig treten die Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit Präs. 012476/2003/0013 vom 5. Juli 2018 außer Kraft.