

Bericht an den Gemeinderat

GZ: KOM 003013/2004/0004

Neue Richtlinie des Gemeinderates für städtische Kommunikation

Um der 31. Verordnung der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) zur Festlegung von Eingabemodalitäten der Bekanntgabepflicht bei Aufträgen nach dem Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (MedKF-TG Eingabeverordnung 2023) zu entsprechen, ist eine Änderung der „Richtlinien des Gemeinderates vom 19. Mai 2022 für städtische Kommunikation“ erforderlich.

Die wesentlichsten Neuerungen sind nachfolgend dargestellt. Diese erforderlichen Änderungen der Bekanntgabepflichten nach MedKF-TG finden sich in der neuen Richtlinie des Gemeinderates für städtische Kommunikation in § 8 Meldepflichten wider.

Neue Fristen / Zeitraum:

- halbjährliches Meldeintervall
- vierwöchige Meldephase
- Veröffentlichung durch KommAustria spätestens 15. Oktober (1. Halbjahr) bzw. 15. April (2. Halbjahr)

Neuer Meldeumfang für Bekanntgaben gemäß § 2 MedKF-TG

- Art der Werbeleistung
- Name (Titel) des Mediums
- Medieninhaber:in oder Verfügungsberechtigter
- Sujets – für alle Meldungen verpflichtend, sobald die Summe aller Meldungen der Stadt Graz den Betrag von € 10.000 überschreitet
- nicht nur periodische Medien
- Wegfall der Bagatell-Grenze
- Berichtspflicht ab einem Werbevolumen von € 150.000
- Wirkungsanalyse der Werbekampagne ab einem Werbevolumen von € 1.000.000
- Erhöhung des Strafrahmens
- Entfall der Pflicht zur Abgabe von Leermeldungen

Das novellierte MedKF-TG, idF BGBl. I Nr. 50/2023, tritt am 1. Jänner 2024 vollumfänglich in Kraft.

Weitere geplante Adaptierungen finden sich in § 7 Operativer Ablauf der neuen Richtlinie des Gemeinderates:

(1) Informationspflicht Kampagnen an den Stadtsenat

Für eine bessere Koordination und zeitliche Strukturierung finden die Kampagneninformationsmeldungen an den Stadtsenat nicht mehr laufend, sondern monatlich statt. Dennoch wird weiterhin sichergestellt, dass der Stadtsenat regelmäßig und zeitnah über geplante Kampagnen im Haus Graz informiert wird.

(3) Vorlage und Freigabe von Sujets, Produktionsunterlagen etc.

Um eine korrekte Meldung für die Stadt Graz zu gewährleisten, für ein einheitliches Erscheinungsbild und die Sicherstellung der Rahmenbedingungen für Maßnahmen der städtischen Kommunikation wie zB das Kopf- und Nennverbot, wurde der Freigabeprozess überarbeitet. Statt Publikationen mittels E-Mail von der Abteilung für Kommunikation freigeben zu lassen und in weiterer Folge durch diese nach MedKF-TG zu melden, erfolgt dies zukünftig über eine interne Serviceplattform im Intranet der Stadt Graz. Durch diese Änderung wird sichergestellt, dass der Prozess der Bekanntgabe und Freigabe sämtlicher Publikationen nutzerfreundlicher kombiniert und gestaltet wird.

Weitere Anpassungen beziehen sich auf Formatierung und Formulierung und haben keine Auswirkungen auf Aufgaben, Abläufe oder Strukturen.

Bereits im Dezember 2022 hat die Stadt Graz im Rahmen einer einstimmig im Stadtsenat verabschiedeten Stellungnahme in Richtung Bundesgesetzgeber auf die Dimension der geforderten operativen Schritte sowie die daraus resultierende Notwendigkeit, zusätzliche personelle Ressourcen für die Erfüllung dieser umfangreichen Anforderungen aufzubauen, hingewiesen. In der nun vorliegenden Verordnung der KommAustria wurden die Dokumentationspflichten noch weiter verfeinert. Im Bereich der Verortung von verpflichtenden Kampagnenberichten und Wirkungsanalysen auf der Website der Meldepflichtigen kam der Bundesgesetzgeber der Empfehlung der damaligen Stellungnahme der Stadt Graz nach.

Der Stadtsenat stellt daher nach § 61 Abs 1 Statut und § 1 Abs 1 GO-StS den

A N T R A G

der Gemeinderat wolle nach § 45 Abs 6 Statut die beiliegende, einen integrierenden Bestandteil dieses Berichts bildende „Richtlinie des Gemeinderates vom 14. Dezember 2023 für städtische Kommunikation“ beschließen.

Beilage:

Richtlinie des Gemeinderates vom 14. Dezember 2023 für städtische Kommunikation.

Der Abteilungsleiter
Maximilian Mazelle
elektronisch unterschrieben

Die Bürgermeisterin
Elke Kahr
elektronisch unterschrieben

Vorberaten und einstimmig/mehrheitlich/mit ~~_____~~ Stimmen ~~angenommen/abgelehnt/~~
unterbrochen in der Sitzung des


Stadtsenates am 1.12.23

Der:die Schriftführer:in:

Der:die Vorsitzender:



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 Gemeinderät:innen			
<input checked="" type="checkbox"/>	einstimmig	<input type="checkbox"/>	mehrheitlich (mit Stimmen /..... Gegenstimmen) angenommen.	
<input type="checkbox"/>	Beschlussdetails siehe Beiblatt			
Graz, am <u>14.12.23</u>	Der:die Schriftführer:in:			
				

Richtlinie des Gemeinderates vom 14. Dezember 2023 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 Richtlinie gilt für alle Abteilungen und Eigenbetriebe der Stadt Graz - im Weiteren als Dienststellen bezeichnet - und politischen Büros. Ausgenommen vom Anwendungsbereich der Richtlinie sind die Gemeinderatsklubs, unbeschadet gelten jedoch gesetzliche Regelungen.

Die Paragraphen 6 und 7.1. gelten auch für Beteiligungen der Stadt Graz (Organisationseinheiten des Hauses Graz) und müssen von den jeweils ermächtigten Eigentümervertreter:innen zur Umsetzung gebracht werden.

Die Abteilung für Kommunikation ist beauftragt, alle Bürger:innen und Mitarbeiter:innen über Produkte, Services und Dienstleistungen etc. der Stadt Graz 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 von der Stadt Graz Kommunikations- und Bürger:innen-informationsmaßnahmen 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, Suchmaschinen-Marketing etc.
- Werbemittel für Print, Digital, Radio, TV, Außenwerbung, Social Media, In-Game-Advertising etc.
- Online- und andere digitale Kommunikationsprojekte
- Werbe- und Streuartikel
- Fahnen
- Umsetzung Sponsoring
- Events
- Bild-, Podcast- 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 Ziel der Richtlinie

Ziel dieser Richtlinie ist, eine umfassende, detaillierte und transparente Gesamtübersicht sämtlicher Kommunikations- und Bürger:inneninformationsmaßnahmen der Stadt Graz bereitzustellen.

- 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)

Die Stadt Graz bekennt sich mit seiner Kommunikation zu den Prinzipien der Offenheit und Transparenz. Weiters werden Qualitätsjournalismus sowie die Medienvielfalt in der Landeshauptstadt Graz aktiv gefördert.

§ 3 Kommunikationsverantwortung

Diese Richtlinie ist die verbindliche Grundlage für die Planung und Umsetzung der städtischen Kommunikation. Die Abteilung für Kommunikation ist mit der Umsetzung dieser Richtlinie beauftragt und Ansprechstelle für alle Bereiche der städtischen Kommunikation. Ausgenommen davon ist die Pressearbeit gemäß Geschäftsordnung für den Magistrat Punkt 14.2. Die Dienststellenleitungen sind für die Einhaltung der Richtlinie in ihrem Wirkungsbereich verantwortlich. Darüber hinaus sind ergänzende Vorgaben und Leitfäden zur Anwendung zu bringen. Jeweils aktuelle Versionen befinden sich am Mitarbeiter:innenportal. Beispiele dafür sind:

- Corporate Design
- Kampagnen der Stadt Graz
- Leitfaden für die Öffentlichkeitsarbeit in Sozialen Netzwerken inkl. CD-Vorgaben
- Trauerkommunikation
- Geschäftsdrucksorten und Präsentationsmedien
- Kommunikation in sozialen Medien
- Styleguide
- Videoproduktionen
- Werbelinie

§ 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.

Weiterführende ergänzende Elemente wie Visuals müssen von der Abteilung für Kommunikation schriftlich freigegeben werden. Sonderdesign-Linien werden nur für einen begrenzten Zeitraum, eine bestimmte Zielsetzung und eine klar definierte Zielgruppe zugelassen. Dafür ist eine Genehmigung der Bürgermeisterin erforderlich. Die Beantragung von Sonderdesign-Linien muss schriftlich in der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at, mit einem entsprechenden Konzept vorab erfolgen.

Corporate Wording Vorgaben sind in der jeweils gültigen Fassung anzuwenden.

§ 6 Rahmenbedingungen für Maßnahmen der städtischen Kommunikation

Die Bestimmungen des MedKF-TG und 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, sind umzusetzen:

Für die Ausgestaltung und den Inhalt von Veröffentlichungen gilt:

1. Unterscheidbarkeit

Bei der Beauftragung einer Veröffentlichung ist der:die Auftragnehmer:in vertraglich dazu zu verpflichten, eine eindeutige Kennzeichnung vorzunehmen. Veröffentlichungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 MedKF-TG sind so zu gestalten, dass eine Verwechslung mit dem redaktionellen Teil des Mediums ausgeschlossen ist. Dies erfolgt unter deutlich sichtbarer Kennzeichnung als „Entgeltliche Einschaltung“, „Entgeltliche Information“ oder „Bezahlte Anzeige“.

2. Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit

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.

Bei entgeltlichen Veröffentlichungen gilt darüber hinaus ein Verbot der Abbildung und namentlichen Nennung nachfolgender 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

Weiters ist den Dienststellen die Zusammenarbeit im Bereich der Mediaplanung in nachstehenden Punkten untersagt:

- Publikationen von politischen Parteien
- Medien, Kanäle mit Inhalten, die strafrechtlich relevant sind (zB 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

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

(3) Als nach Abs. 1 und 2 zulässige Veröffentlichungen gelten insbesondere Informationen über:

1. die rechtliche Zuständigkeit eines Rechtsträgers für bestimmte Lebensbereiche der Bürger: innen
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 Bürger: innen 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 der Stadt Graz 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 externe oder Haus Graz interne Dienstleister:innen aus dem Kommunikationsbereich für die Durchführung sind zu Beginn der Planungsphase schriftlich von der Dienststelle mit der Abteilung für Kommunikation abzustimmen. Dabei sind Urheberrechte und die damit zusammenhängenden Rechte der Stadt Graz sicherzustellen. Gender- und Diversityaspekte sowie Barrierefreiheit in der Kommunikation müssen berücksichtigt werden.

Das übergeordnete Ziel besteht darin, eine Priorisierung von Projekten bei Ressourcenkonflikten sicherzustellen. Gleichzeitig werden die Entwicklung und Umsetzung von redundanten Kommunikationsmaßnahmen oder -instrumenten und damit Kosten für die Stadt Graz und ihre Dienststellen vermieden.

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

1. Informationspflicht Kampagnen an den Stadtsenat

Eine Kampagne ist eine zeitlich 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 zu erfolgen, dass eine Beschlussfassung vor einer Beauftragung von Medien- und Dienstleistungsunternehmen vorgenommen werden kann. Die Meldung an den Stadtsenat findet monatlich statt und erfolgt sinngemäß der jeweils aktuellen Version „Leitfaden Kampagnen der Stadt Graz“ folgend, welcher im Mitarbeiter:innenportal abrufbar ist oder für Beteiligungen des Haus Graz jederzeit bei der Abteilung für Kommunikation angefordert werden kann.

2. Medienbuchungen

Sämtliche Medienbuchungen werden von der Abteilung für Kommunikation für die Dienststellen der Stadt Graz 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. müssen rechtzeitig vor der Übermittlung an Medien, Druckereien etc. der Abteilung für Kommunikation zur Verfügung gestellt werden. Dies wird von den Fachdienststellen digital über eine interne Service- und Meldeplattform im Mitarbeiter:innenportal der Stadt Graz sichergestellt, die Informationen zu Trägermedien, Zielgruppen etc. enthält. Informationen, Schulungen und Weiterentwicklungen zu dieser Plattform erfolgen durch die Abteilung für Kommunikation. Das Ziel besteht darin, die Überprüfung auf Meldepflichten nach MedKF-TG für alle Dienststellen effizient zu ermöglichen und gleichzeitig die Einhaltung des Corporate Design der Stadt Graz zu gewährleisten. Eine schriftliche Rückmeldung erfolgt innerhalb von drei Arbeitstagen.

4. Projektbegleitung

Die Abteilung für Kommunikation ist bei allen öffentlichkeitswirksamen Projekten, deren Absolutbetrag 500.000 Euro 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

Das MedKF-TG sieht Bekanntgabepflichten zu Medienkooperationen und -förderungen für Rechtsträger vor, die der Kontrolle des Rechnungshofes des Bundes unterliegen.

Rechtsgrundlage: MedKF-TG, idF BGBl. I Nr. 50/2023,
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20007610&FassungVom=2024-01-01>

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

Meldepflichtige Werbemaßnahmen sind in jenem Halbjahr bekanntzugeben, in dem diese erscheinen. Kommunikation, die über die jeweilige Halbjahresmeldung hinausgeht, muss entsprechend abgegrenzt werden. Im Sinne einer strukturierten Vorgehensweise innerhalb der dezentralen Organisationsstruktur der Stadt Graz ist der Abteilung für Kommunikation bis jeweils spätestens zum Monatsende wie folgt zu melden, wenn die entsprechenden Informationen für den abgelaufenen Monat noch nicht über die interne Service- und Meldeplattform im Mitarbeiter:innenportal der Stadt Graz übermittelt wurden:

1. Meldepflichtige Mediengattungen

Nettobeträge, die für Werbemaßnahmen, Werbeaufträge und sonstige bezahlte Veröffentlichungen, aufgewendet wurden. Dies betrifft:

- Fernsehen, Hörfunk, Print, Online (Website, App, Video, Soziales Netzwerk, Games, Text, Audio, Sonstiges)
- Out of Home (Plakat, Verkehrsmittel, Digitaler Screen, Bande, Flächengebende Ausstattung, Kino, Sonstiges)

2. **Gesamtheitliche Rechtsträgerbetrachtung**

Übersteigt die Gesamtsumme des von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleisteten Entgelts den Nettobetrag von 10.000 Euro, so ist zusätzlich das jeweilige Sujet der Werbeleistung im Wege der Webschnittstelle zu veröffentlichen. Die auf die einzelnen Sujets entfallenden Entgelte pro Medium sind entsprechend bekanntzugeben. Um dies zu gewährleisten, ist es erforderlich, dass sämtliche Sujets in vorgegebenem Dateiformat der Abteilung für Kommunikation über die interne Service- und Meldeplattform im Mitarbeiter:innenportal der Stadt Graz zur Verfügung gestellt werden, da die Rechtsträger in ihrer Gesamtheit betrachtet werden.

3. **Berichtspflichten bei Kampagnen ab 150.000 Euro Werbevolumen**

In Zusammenarbeit mit der Abteilung für Kommunikation ist ein Bericht über die jeweilige Werbekampagne zu erstellen und auf graz.at in einem von der Abteilung für Kommunikation eingerichteten Bereich zehn Jahre lang ständig und leicht auffindbar bereitzustellen.

4. **Wirkungsanalyse bei Kampagnen ab 1.000.000 Euro Werbevolumen**

Bei Kampagnen mit einem Werbevolumen ab 1.000.000 Euro ist in Zusammenarbeit mit der Abteilung für Kommunikation zusätzlich zur Veröffentlichungspflicht binnen sechs Monaten eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und deren Ergebnisse auf graz.at zehn Jahre lang ab Veröffentlichung der letzten Werbeleistung ständig und leicht auffindbar bereitzustellen.

5. **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, um diese entsprechend in Nettobeträgen melden zu können.

6. **Förderungen an Medieninhaber:innen**

Förderungen an Medieninhaber:innen periodischer Medien in der Höhe des Gesamtbetrages derselben sind ebenso zu melden. Meldepflichtig ist der Betrag der Förderungszusage im jeweiligen Halbjahr.

7. **Meldungen bei externer Abwicklung**

Abwicklung und Koordination einer Medienkooperation durch externe Rechtsträger (zB Agenturen, Vereine etc.) für eine Dienststelle der Stadt Graz sind ebenfalls meldepflichtig. Zum Beispiel:

- Werbeaufträge von diesen externen Rechtsträgern für städtische Projekte, die aus städtischen Mitteln finanziert werden.
- Externe Rechtsträger finanzieren mit städtischen Förderungen Werbeaufträge und planen, diese im Rahmen der Förderabrechnung geltend zu machen.

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

Die Dienststellen sind verantwortlich, dass sämtliche Informationen für Meldungen nach MedKF-TG firstgerecht und vollinhaltlich an die Abteilung für Kommunikation übermittelt werden.

§ 9 Inkrafttreten

Die Richtlinie für städtische Kommunikation vom 14. Dezember 2023 tritt mit 1. Jänner 2024 in Kraft.
Gleichzeitig treten die Richtlinien für städtische Kommunikation
KOM. 003013/2004/0003 vom 19. Mai 2022 außer Kraft.

Darstellung Anpassungen



Stadt Graz
Hauptplatz 1
8011 Graz
graz.at

GZ KOM. 003013/2004/0003

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 Streuantikel
- 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



Stadt Graz
Hauptplatz 1
8011 Graz
graz.at

GZ KOM. 003013/2004/0004

Richtlinie des Gemeinderates vom 14. Dezember 2023 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 Richtlinie gilt für alle Abteilungen und Eigenbetriebe der Stadt Graz - im Weiteren als Dienststellen bezeichnet - und politischen Büros. Ausgenommen vom Anwendungsbereich der Richtlinie sind die Gemeinderatsklubs, unbeschadet gelten jedoch gesetzliche Regelungen.

Die Paragraphen 6 und 7.1. gelten auch für Beteiligungen der Stadt Graz (Organisationseinheiten des Hauses Graz) und müssen von den jeweils ermächtigten Eigentümervertreter:innen zur Umsetzung gebracht werden.

Die Abteilung für Kommunikation ist beauftragt, alle Bürger:innen und Mitarbeiter:innen über Produkte, Services und Dienstleistungen etc. der Stadt Graz 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 von der Stadt Graz Kommunikations- und Bürger:inneninformationsmaßnahmen 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, Suchmaschinen-Marketing etc.
- Werbemittel für Print, Digital, Radio, TV, Außenwerbung, Social Media, In-Game-Advertising etc.
- Online- und andere digitale Kommunikationsprojekte
- Werbe- und Streuantikel
- Fahnen
- Umsetzung Sponsoring
- Events
- Bild-, Podcast- 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

Renhart Michaela
Gebäud: zehnah, spätestens jedoch bis 31.12.2022

§ 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.

§ 2 Ziel der Richtlinie

Ziel dieser Richtlinie ist, eine umfassende, detaillierte und transparente Gesamtübersicht sämtlicher Kommunikations- und Bürgerkontaktpunktinformationsmaßnahmen der Stadt Graz bereitzustellen.

- 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)

Die Stadt Graz bekennt sich mit seiner Kommunikation zu den Prinzipien der Offenheit und Transparenz. Weiters werden Qualitätsjournalismus sowie die Medienvielfalt in der [Landeshauptstadt Graz](#) aktiv gefördert.

§ 3 Kommunikationsverantwortung

Diese Richtlinie ist die verbindliche Grundlage für die Planung und Umsetzung der städtischen Kommunikation. Die Abteilung für Kommunikation ist mit der Umsetzung dieser Richtlinie beauftragt und Ansprechstelle für alle Bereiche der städtischen Kommunikation. Ausgenommen davon ist die Pressearbeit gemäß Geschäftsordnung für den Magistrat Punkt 14.2. Die Dienststellenleitungen sind für die Einhaltung der Richtlinie in ihrem Wirkungsbereich verantwortlich. Darüber hinaus sind ergänzende Vorgaben und Leitfäden zur Anwendung zu bringen. Jeweils aktuelle Versionen befinden sich am [Mitarbeiter:innenportal](#). Beispiele dafür sind:

- Corporate Design
- Kampagnen der Stadt Graz
- Leitfäden für die Öffentlichkeitsarbeit in Sozialen Netzwerken inkl. CD-Vorgaben
- Trauerkommunikation
- Geschäftsdrucksorten und Präsentationsmedien
- Kommunikation in sozialen Medien
- Styleguide
- Videoproduktionen
- Werbelinie

§ 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 Bürgermeister:in.

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:

§ 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.

Weiterführende ergänzende Elemente wie Visuals müssen von der Abteilung für Kommunikation schriftlich freigegeben werden. Sonderdesign-Linien werden nur für einen begrenzten Zeitraum, eine bestimmte Zielsetzung und eine klar definierte Zielgruppe zugelassen. Dafür ist eine Genehmigung der Bürgermeister:in erforderlich. Die Beantragung von Sonderdesign-Linien muss schriftlich in der Abteilung für Kommunikation, kommunikation@stadt.graz.at, mit einem entsprechenden Konzept vorab erfolgen.

Corporate Wording Vorgaben sind in der jeweils gültigen Fassung anzuwenden.

§ 6 Rahmenbedingungen für Maßnahmen der städtischen Kommunikation

Die Bestimmungen des [MagdKE-TG](#) und 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, sind umzusetzen:

Für die Ausgestaltung und den Inhalt von Veröffentlichungen gilt:

Renhart Michaela

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

Renhart Michaela

Gebürt: Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen werden ist

Renhart Michaela

Gebürt: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrStmk&Gesetzesnummer=20000580>

Renhart Michaels
Geläch (§ 2 der oben zitierten RL)

Renhart Michaels

Geläch: (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 Befugung der Bezeichnung des Organs des Rechtsträger eindeutig identifizierbaren Logos zu kennzeichnen. Veröffentlichungen in einem periodischen Druckwerk oder auf einer Website sind die Worte „entgeltliche Einschaltung“ oder „Bezahlte Anzeige“ deutlich sichtbar beizufügen“ (3) →

Renhart Michaels
Geläch: (§ 3 der oben zitierten RL)

Renhart Michaels
Geläch: ergänzend zur beschriebenen Gesetzeslage das

Renhart Michaels
Geläch: «»-Unserlose Medien, Kanäle»

1. Unterscheidbarkeit

Bei der Beauftragung einer Veröffentlichung ist der Auftragnehmer vertraglich dazu zu verpflichten, eine eindeutige Kennzeichnung vorzunehmen. Veröffentlichungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 MedKE-TG sind so zu gestalten, dass eine Verwechslung mit dem redaktionellen Teil des Mediums ausgeschlossen ist. Dies erfolgt unter deutlich sichtbarer Kennzeichnung als „Entgeltliche Einschaltung“, „Entgeltliche Information“ oder „Bezahlte Anzeige“.

2. Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit

Im Sinne von § 3a Abs. 1 erster Satz iVm Abs. 2 Z 2 MedKE-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.

Bei entgeltlichen Veröffentlichungen gilt darüber hinaus ein Verbot der Abbildung und namentlichen Nennung nachfolgender Personen

- Mitglieder der Stadtregierung und des Grazer Gemeinderates
- Abteilungsleiter, Leiter des Magistrats
- Geschäftsführer, Leiter der Eigenbetriebe
- Mitglieder des Bezirkrates
- Erste Leitungsebene in den Beteiligungen des Hauses Graz

Weiters ist dem Dienststellen die Zusammenarbeit im Bereich der Mediaplanung in nachstehenden Punkten untersagt:

- Publikationen von politischen Parteien
- Medien, Kanäle mit Inhalten, die strafrechtlich relevant sind (zB Vernetzung, 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:

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 Befugung 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 MedKE-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 MedKE-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, Leiter des Magistrats
- Geschäftsführer, Leiter der Eigenbetriebe
- Mitglieder des Bezirkrates
- Erste Leitungsebene in den Beteiligungen des Hauses Graz

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

- Publikationen von politischen Parteien
- Unserlose Medien, Kanäle
- Medien, Kanäle mit Inhalten, die strafrechtlich relevant sind (z. B. Vernetzung, 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.

3. Sachinformation und konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit

- (1) Im Wege von Veröffentlichungen darf ausschließlich Sachinformation vermittelt werden. In Veröffentlichungen ist daher die ausschließliche oder auch nur teilweise Vermarktung der Tätigkeit von Rechtsträgern untersagt. Eine „Vermarktung“ liegt insbesondere dann vor, wenn die Veröffentlichung überwiegend der Imagepflege der Rechtsträger 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 von Rechtsträgern.
- (3) Als nach Abs. 1 und 2 zulässige Veröffentlichungen gelten insbesondere Informationen über:

9. die rechtliche Zuständigkeit eines Rechtsträgers für bestimmte Lebensbereiche der Bürger:innen
10. Informationen über gesetzliche Bestimmungen einschließlich bevorstehender oder bereits erfolgter Änderungen im Wirkungsbereich eines Rechtsträgers,
11. Serviceangebote des Rechtsträgers,
12. Verbesserungen im Angebot bei Tätigkeiten und Servicefunktionen des Rechtsträgers,
13. Arbeitsplatzangebote,
14. barrierefreie Zugänge zu den Angeboten des Rechtsträgers,
15. Hilfestellungen für Bürger:innen in bestimmten Lebenslagen,
16. Informationen, die im öffentlichen Interesse stehen, innerhalb des Wirkungsbereichs eines Rechtsträgers.

§ 7 Operativer Ablauf

Die Abteilung für Kommunikation unterstützt die Dienststellen der Stadt Graz 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 externe oder Haus Graz interne Dienstleister:innen aus dem Kommunikationsbereich für die Durchführung sind zu Beginn der Planungsphase schriftlich von der Dienststelle mit der Abteilung für Kommunikation abzustimmen. Dabei sind Urheberrechte und die damit zusammenhängenden Rechte der Stadt Graz sicherzustellen. Gender- und Diversityaspekte sowie Barrierefreiheit in der Kommunikation müssen berücksichtigt werden.

Das übergeordnete Ziel besteht darin, eine Priorisierung von Projekten bei Ressourcenkonflikten sicherzustellen. Gleichzeitig werden die Entwicklung und Umsetzung von redundanten Kommunikationsmaßnahmen oder -instrumenten und damit Kosten für die Stadt Graz und ihre Dienststellen vermieden.

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 Leitfadens „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.

1. **Informationspflicht Kampagnen an den Stadtsenat**

Eine Kampagne ist eine zeitlich 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 zu erfolgen, dass eine Beschlussfassung vor einer Beauftragung von Medien- und Dienstleistungsunternehmen vorgenommen werden kann. Die Meldung an den Stadtsenat findet monatlich statt und erfolgt sinngemäß der jeweils aktuellen Version „Leitfadens Kampagnen der Stadt Graz“ folgend, welcher im Mitarbeiterinformationssystem abrufbar ist oder für Beteiligungen des Haus Graz jederzeit bei der Abteilung für Kommunikation angefordert werden kann.

2. **Medienbuchungen**

Sämtliche Medienbuchungen werden von der Abteilung für Kommunikation für die Dienststellen der Stadt Graz 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. müssen rechtzeitig vor der Übermittlung an Medien, Druckereien etc. der Abteilung für Kommunikation zur Verfügung gestellt werden. Dies wird von den Fachdienststellen digital über eine interne Service- und Meldeplattform im Mitarbeiterinformationssystem der Stadt Graz sichergestellt, die Informationen zu Trägermedien, Zielgruppen etc. enthält. Informationen, Schulungen und Weiterentwicklungen zu dieser Plattform erfolgen durch die Abteilung für Kommunikation. Das Ziel besteht darin, die Überprüfung auf Meldepflichten nach MedKF-TG für alle Dienststellen effizient zu ermöglichen und gleichzeitig die Einhaltung des Corporate Design der Stadt Graz zu gewährleisten. Eine schriftliche Rückmeldung erfolgt innerhalb von drei Arbeitstagen.

4. **Projektbegleitung**

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

Renhart Michaela
Gelöscht: freigaben@stadt.graz.at mit

Renhart Michaela
Gelöscht: zur Freigabe digital

Renhart Michaela
Gelöscht: übermitlech

Renhart Michaela
Gelöscht: von

Renhart Michaela
Gelöscht: Werden Leistungen von den Dienststellen selbst erbracht, gilt der Freigabeprozess sinngemäß. ¶

§ 8 Meldepflichten

Die Abteilung für Kommunikation ist die koordinierende und meldende Stelle für die Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes – **MediKE-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 **MediKE-TG** handelt.

§ 8 Meldepflichten

Das **MediKE-TG** sieht **Bekanntgabepflichten** zu Medienkooperationen und -förderungen für Rechtsträger vor, die der Kontrolle des Rechnungshofes des Bundes unterliegen.

Rechtsgrundlagen: **MediKE-TG**, i.d.F. BGBl. I Nr. 50/2023
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20007610&FassungVom=2024-01-01>

Die Abteilung für Kommunikation ist die koordinierende und meldende Stelle für die Meldepflichten nach Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz – **MediKE-TG** für die Stadt Graz.

Meldepflichtige Werbemaßnahmen sind in jenem Halbjahr bekanntzugeben, in dem diese erscheinen. Kommunikation, die über die jeweilige Halbjahresmeldung hinausgeht, muss entsprechend abgegrenzt werden. **In** Sinne einer strukturellen Vorgangsweise innerhalb der zentralen Organisationsstruktur der **Stadt Graz** ist der Abteilung für Kommunikation bis jeweils spätestens zum Monatsende wie folgt zu melden, wenn die entsprechenden Informationen für den abgelaufenen Monat noch nicht über die interne Service- und Meldplattform im **Mitarbeiter-Appendix** der **Stadt Graz** übermittelt wurden:

1. Meldepflichtige Mediengattungen

Nettobeträge, die für Werbemaßnahmen, Werbeaufträge und sonstige bezahlte Veröffentlichungen, aufgewendet wurden. Dies betrifft:

- Fernsehen, Hörfunk, Print, Online (Website, App, Video, Soziales Netzwerk, Games, Text, Audio, Sonstiges)
- Out of Home (Plakate, Verkehrsmittel, Digitaler Screen, Bando, Flächengebende Ausstattung, Kino, Sonstiges)

2. Gesamtheitliche Rechtsträgerbetrachtung

Übersteigt die Gesamtsumme des von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleisteten Entgelts den Nettobetrag von 10.000 Euro, so ist zusätzlich das jeweilige Suert der Werbeleistung im Wege der Webschnittstelle zu veröffentlichen. Die auf die einzelnen Suerts entfallenden Entgelte pro Medium sind entsprechend bekanntzugeben. Um dies zu gewährleisten, ist es erforderlich, dass sämtliche Suerts in vorgabemem Dateiformat der Abteilung für Kommunikation über die interne Service- und Meldplattform im **Mitarbeiter-Appendix** der **Stadt Graz** zur Verfügung gestellt werden, da die Rechtsträger in ihrer Gesamtheit betrachtet werden.

3. Berichtspflichten bei Kampagnen ab 150.000 Euro Werbevolumen

In Zusammenarbeit mit der Abteilung für Kommunikation ist ein Bericht über die jeweilige Werbekampagne zu erstellen und auf **graz.at** in einem von der Abteilung für Kommunikation empfohlenen Bereich zehn Jahre lang ständig und leicht auffindbar bereitzustellen.

Renhart Michaela
Gelöschte Journal

Renhart Michaela
Gelöschte Quartalsübergreifende

Renhart Michaela
Gelöschte Spätestens Ende des jeweiligen Quartals

Renhart Michaela

Gelöschte: 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 **MediKE-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.

- Forderungen an Medieninhaber:innen periodischer Medien in der Höhe des Gesamtbetrages derselben. Meldepflichtig ist der Betrag im Quartal der Forderungszusage.

- Abwicklung und Koordination einer Medienkooperation durch externe Rechtssträger:innen (zB Agenturen, Vereine etc.) für eine Dienststelle des Magistrats wie zum Beispiel

Werbeaufträge von diesen externen Rechtssträger:innen für städtische Projekte, die aus städtischen Mitteln finanziert werden

externe Rechtssträger:innen finanzieren mit städtischen Forderungen Werbaufträge und planen, diese im Rahmen der Forderabrechnung 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 Werbaufträge fristgerecht 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 Pras 012476/2003/0013 vom 5. Juli 2018 außer Kraft.

4. Wirkungsanalyse bei Kampagnen ab 1.000.000 Euro Werbevolumen

Bei Kampagnen mit einem Werbevolumen ab 1.000.000 Euro ist in Zusammenarbeit mit der Abteilung für Kommunikation zusätzlich zur Veröffentlichungspflicht binnen sechs Monaten eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und deren Ergebnisse auf graz.at zehn Jahre lang ab Veröffentlichung der letzten Werbestellung sändig und leicht auffindbar bereitzustellen.

5. **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, um diese entsprechend in Nettobeträgen melden zu können.

6. **Forderungen an Medieninhaber:innen**
Forderungen an Medieninhaber:innen periodischer Medien in der Höhe des Gesamtbetrages derselben sind ebenso zu melden. Meldepflichtig ist der Betrag der Forderungszusage im jeweiligen Halbjahr.

7. **Meldungen bei externer Abwicklung**
Abwicklung und Koordination einer Medienkooperation durch externe Rechtssträger (zB Agenturen, Vereine etc.) für eine Dienststelle der Stadt Graz sind ebenfalls meldepflichtig. Zum Beispiel

- Werbeaufträge von diesen externen Rechtssträger für städtische Projekte, die aus städtischen Mitteln finanziert werden
- Externe Rechtssträger finanzieren mit städtischen Forderungen Werbaufträge und planen, diese im Rahmen der Forderabrechnung geltend zu machen

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

Die Dienststellen sind verantwortlich, dass sämtliche Informationen für Meldungen nach MedKf-TG fristgerecht und vollinhaltlich an die Abteilung für Kommunikation übermittelt werden

§ 9 Inkrafttreten

Die Richtlinie für städtische Kommunikation vom 14. Dezember 2023 tritt mit 1. Jänner 2024 in Kraft. Gleichzeitig treten die Richtlinien für städtische Kommunikation KOM_0030113/2004/0003 vom 19. Mai 2022 außer Kraft.

Renhart Michaela
Geblösch im Quartal

Renhart Michaela
Geblösch externe

Renhart Michaela
Geblösch meldepflichtige Werbaufträge

Renhart Michaela
Geblösch gemeldet

Renhart Michaela
Geblösch treten

Renhart Michaela
Geblösch die Öffentlichkeitsarbeit Pras
012476/2003/0013 vom 5. Juli 2018

	Signiert von	Renhart Michaela
	Zertifikat	CN=Renhart Michaela,O=Magistrat Graz, L=Graz,ST=Styria,C=AT,
	Datum/Zeit	2023-11-27T19:07:54+01:00
	Hinweis	Dieses Dokument wurde digital signiert und kann unter: https://sign-app.graz.at/signature-verification verifiziert werden.

	Signiert von	Mazelle Max
	Zertifikat	CN=Mazelle Max,O=Magistrat Graz, L=Graz,ST=Styria,C=AT,
	Datum/Zeit	2023-11-27T19:10:55+01:00
	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	2023-11-28T20:17:45+01:00
	Hinweis	Dieses Dokument wurde digital signiert und kann unter: https://sign-app.graz.at/signature-verification verifiziert werden.