

Masterplanprojekt 20 – Öffentlichkeitsarbeit

Abschlussbericht für den Lenkungsausschuss

Mittwoch, 9. Dezember 2009





Ziele entsprechend der Projektvereinbarung

II. Ziele

- Sicherstellung der Kommunikation der kommunalen Strategie (aus Change²-Projekt Nr. 1 d)
- Erarbeitung aktualisierter Rahmenvorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit
- Zusammenführung unterschiedlicher Instrumente (Online- und Offline-Medien)
- Einheitliche, überzeugende Darstellung der Stadtverwaltung in der Öffentlichkeit



Change²-Projekt 20 - Öffentlichkeitsarbeit

Meilensteine

- 25. Sept. 2008 Kick off
- 28. Nov. 08 Präsentation interne Umfrage ÖA mit umfassender Fragestellung
- Jan. 2009 „Bürgerpanel“ - repräsentative Umfrage unter Bürgern über die Kommunikationsmedien Amtsblatt und Internetportal www.mannheim.de
- 16. Feb. 2009 Input aus Projekt 1 b „strategische Ziele“ und SWOT-Workshop; SWOT-Workshop erbringt 8 Arbeitspakete
- 03. Juni 2009 Abstimmung mit dem OB über Teil 1 der Arbeitspakete insbes. Veranstaltungsmanagement (VM)
- 22. Okt. 2009 Informationsveranstaltung mit allen FB-/Amts-/EB-Vertretern zum VM
- 11. Nov. 2009 Abstimmung mit OB über Teil 2 (und Abschluss) insbes. interne Kommunikation, Vernetzung
- 09. Dez. 2009 Abschlussbericht im Lenkungsausschuss



Arbeitspakete im Überblick

- **Arbeitspaket 1 - „Agieren nach strategischer Zielsetzung“** **durch Veränderung bei 1d obsolet**
Hypothese: Die wichtigen Themen der Stadtverwaltung sollten erkennbar und nachhaltig die Prioritäten der Kommunikationsstrategie bestimmen
- **Arbeitspaket 2 – „Dialogische Systeme schaffen“** **in alle Maßnahmen integriert**
Arbeitshypothese: Dialogangebote sind klarer Ausdruck der nachhaltigen Bürgerorientierung
- **Arbeitspaket 3 – „Qualitätsverbesserung“** **in alle Maßnahmen integriert**
Arbeitshypothese: Durch höhere Qualität der Kontakte und der Kommunikation entsteht Interesse bei den Zielgruppen
- **Arbeitspaket 4 – „Identifikation mit der Stadtverwaltung“ – interne Kommunikation** **eigenes Konzept**
Arbeitshypothese: Es gilt die Mitarbeiter als wichtige Multiplikatoren und Promotoren der Veränderung mitzunehmen
- **Arbeitspaket 5 – „Zentrale und dezentrale Ressourcen zielgerichtet nutzen“** **in alle Maßnahmen integriert**
Arbeitshypothese: Synergien und Qualitätsstandards müssen durch intensive Koordination verbessert werden
- **Arbeitspaket 6 – „Breiterer Einsatz von Kommunikationsmitteln“ – externe Kommunikation** **Amtsblatt und Internetportal grundlegend überarbeitet; außerhalb des Projektes**
Arbeitshypothese: Zielgruppengerechte Kommunikation erfordert adäquate Mittel
- **Arbeitspaket 7 – Quantitative und qualitative Erfolgskontrolle** **in alle Maßnahmen integriert**
Arbeitshypothese: Ziel der Kommunikation ist die Vermittlung/ Wirkung beim Rezipienten
- **Arbeitspaket 8 - Veranstaltungsmanagement** **eigenes Konzept**



Neue und ergänzende Formate der Internen Kommunikation

Führungskräftekommunikation

- 1. Jährliche Führungskräftekonferenz**
- 2. Videobriefing (OB mittels Videokonferenz für erw. FK)**
- 3. Infokaskade über FK an MA**

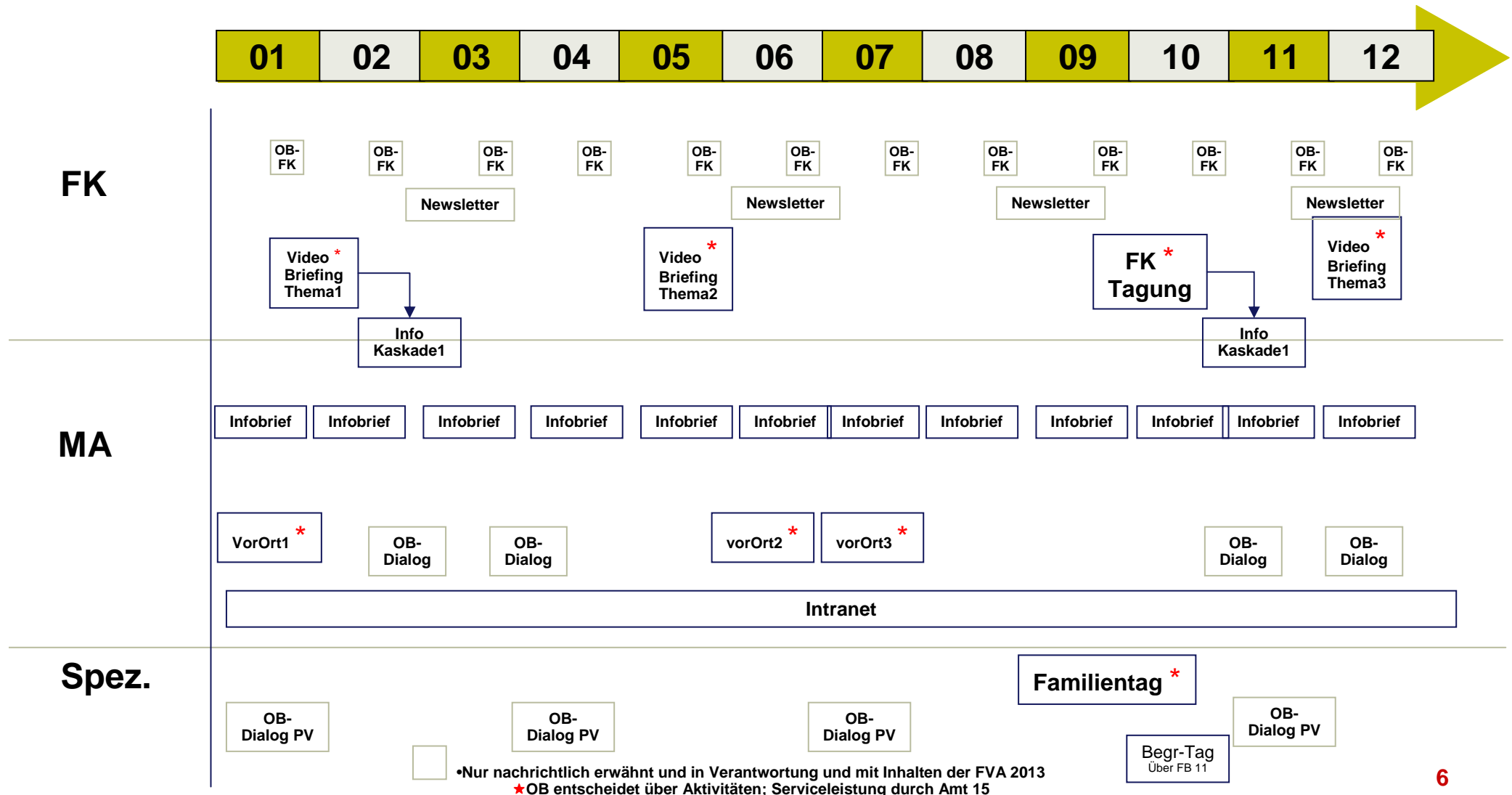
Mitarbeiterkommunikation

- 1. Mitarbeiterzeitung**
- 2. Intranet >>> wird nach Projektende bearbeitet**
- 3. Vor Ort: Gespräch mit dem Oberbürgermeister in häufigerer Frequenz**
- 4. Sonderaktion: Familientag für Angehörige der Verwaltung**

Hinweis: Ergänzend gibt es noch andere Instrumente in der Verantwortung und mit Inhalten der FVA 2013, wie u.a. der regelmäßige FK Newsletter, OB-Dialog, FK Treffen



Interne Kommunikation – Gesamtschau exemplarisch





Interne Kommunikation durch monatlichen Infobrief

- **Der Infobrief professionalisiert die derzeitigen gehefteten s/w-Mitteilungen gestalterisch und redaktionell.**
- **Er bietet knapp, redaktionell bearbeitet und gestrafft sowie in einheitlichem Titel- und Seitenlayout („Matern-Technik“)**
 - **Aktuelles**
 - **Kurze Meldungen**
 - **Verlautbarungen & Bekanntmachungen**
 - **Tipps & Infos, Veranstaltungshinweise**
 - **Stellenbörse**
 - **Hinweise, Anleser und Links auf tiefer gehende Informationen im Internet**

Die Tonalität des Infobriefes ist sachlich, nachrichtlich, kurz, prägnant und pflegt einen informativen Berichtsstil.



Konzept Mitarbeiterzeitung fließt in Info-Brief weitestgehend ein (eigene MAZ wird nicht parallel realisiert)

Das Magazin greift auf attraktive Weise und in klarer Sprache stadtverwaltungsweit relevante Themen auf, bspw.

■ Konzeptionelle Inhalte

- OB-Beiträge in div. Formaten wie Interview, pers. Beitrag usw. zum Themenbeitrag
- Hintergrundinformationen, die Prozesse nachvollziehbar machen
- Berichte aus GR, sofern strategisch relevant
- Aktuelle, relevante Projekte
- Veränderungen in der Stadtverwaltung (personell, strukturell)
- und ist Forum für Diskussion (auch: „wo klemmt´s?“)

■ Weitere Inhalte, Service, Dialog

- Stadtverwaltung vorstellen (personell, strukturell)
- für Buntes sorgen: „menschliches Element“
- Servicethemen mit Leser-Nutzwert (z.B. Steuertipps) bieten
- Response-Elemente und –Anreize einbauen und Responsekanäle kommunizieren

Das Magazin ist damit sowohl strategisches Führungsinstrument im dialogischen Sinne als auch Diskussions-Plattform und Meinungsaustausch.



Veranstaltungsmanagement

- Steuerung, Priorisierung und Abstimmung durch
 - Frühzeitige Veranstaltungsanmeldung
 - Standardisierung: Leitfaden, FAQs, Checklisten, auch f. Konferenzen
 - Konstanten Austausch: Stadtinterner e_Veranstaltungs-Arbeits-Kalender und Vernetzung durch künftigen AK der „Veranstaltungsmanager“
 - Bewährte Service-Angebote: Locationübersicht, Caterer-Listen etc.
 - Standardisierte Außenauftritte: Messebau/-auftritte über Stadtmarketing
 - Klar geregelte Ansprechpartner nach Dezernaten
- Erhebung des Status Quo in Stadtverwaltung ergab 16 „Mannjahre“ für VM
 - Auswirkungen der Umstellung durch Masterplanprojekt sind zu evaluieren



Umsetzungen

■ Umsetzungen und wesentliche Projektergebnisse

- Infobrief wird eingeführt.
- Veranstaltungsmanagement neu positioniert, standardisiert und koordiniert;
- Rahmenrichtlinien sind geschaffen, BGA wird formuliert.
- Neue Formate in der FK-Kommunikation sind geplant.
- Netzwerk Kommunikation ist begründet



Arbeitsaufträge nach Ende der Projektlaufzeit

- BGA „Repräsentation und VM“ erarbeiten (M)
- Standards für Veranstaltungen (M) und Kommunikation (JP) verfeinern
- Netzwerk der Kommunikateure der Stadt etablieren (JP)
- Erfolgskontrolle vorbereiten und durchführen (JP)
- Standards für Kontaktstellen/ Informationsbüros mit FB 11 initiieren (JP)

2

**Herzlichen Dank für Ihre Zeit
und Ihre Aufmerksamkeit!**

Peter Myrczik

Jan Pruust



STADT MANNHEIM²