

Mitteilungsvorlage

zur Kenntnis im **Ausschuss für Wirtschaft, Finanzen, Verwaltung, Energie und Umwelt**

Betreff: **Öffentlichkeitsarbeit der Universitätsstadt Tübingen –
Sachstandsbericht**

Bezug: 392/2013, 811/2013

Anlagen: 0

Die Verwaltung teilt mit:

Einige Fraktionen des Tübinger Gemeinderates befürworten einen Social Media Auftritt für die Universitätsstadt Tübingen (siehe Vorlage 392/2013), schlagen jedoch vor, dies mit den vorhandenen Ressourcen zu bewältigen (siehe Vorlage 811/2013). Deshalb gibt die Verwaltung mit dieser Vorlage eine kurze Darstellung der heutigen Situation und beschreibt den Aufgabenbereich und das Leistungsspektrum der städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Aufgabenstellung

Die Stabsstelle informiert die Medien über die Arbeit der gesamten Verwaltung und des Gemeinderates. Sie ist Servicestelle für alle Fachbereiche und Dienststellen, berät diese und hilft, deren Arbeitsprozesse und -resultate in der Öffentlichkeit darzustellen. Eine weitere Aufgabe ist die Information der Öffentlichkeit in Krisensituationen, bei denen eine transparente und an den Fakten orientierte Kommunikation besonders wichtig ist. Auch die Eigenbetriebe und viele Kooperationspartner im öffentlichen Umfeld nehmen die Beratung und Dienstleistungen der städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit häufig in Anspruch. Die Kommunikation erfolgt mit Hilfe von Pressemitteilungen, Pressegesprächen, Interviews und Broschüren. Die Pressestelle pflegt den Kontakt zu den Medien, plant und koordiniert die städtische Öffentlichkeitsarbeit, berät die Verwaltung und externe Partner zu Publikationen, organisiert die interne Kommunikation, informiert die Bürgerschaft und leitet die Gesamtedaktion des Stadtinformationssystems www.tuebingen.de und aller weiteren elektronischen Kommunikationsplattformen der Verwaltung.

Pressearbeit

Die Zahl der jährlich versandten städtischen Pressemitteilungen hat sich in den vergangenen zehn Jahren nahezu verdreifacht und lag 2012 bei 477 Mitteilungen an die regionalen und überregionalen Medien. Das thematische Spektrum der Mitteilungen bildet die gesamte Vielfalt der städtischen The-

men ab. Einen breiten Raum nehmen die Ankündigungen und Berichterstattungen zu Veranstaltungen mit städtischer Beteiligung ein. Zu den internen Kundinnen und Kunden, für die die Pressestelle besonders häufig tätig ist, gehören Stadtmuseum, Stadtbücherei, Kulturamt, Fachabteilung Jugendarbeit und in besonderem Maße die Beauftragten und Stabsstellen für Bürgerschaftliches Engagement, Familien, Senioren, Menschen mit Behinderungen, Umwelt und Klima sowie für Gleichstellung und Integration. Ein weiterer Schwerpunkt bei den Pressemitteilungen sind städtische Maßnahmen wie die des Tiefbaus: Die Öffentlichkeit wird informiert über Straßensperrungen, Baumfällungen, Kanalarbeiten und vieles mehr. Häufig werden Pressemitteilungen in Kooperation mit anderen Institutionen wie Universität, Regierungspräsidium oder Landratsamt verfasst.

Versandt wird regelmäßig an rund 100 regionale Redaktionen, Journalisten und andere Multiplikatoren. Je nach Bedeutung des Themas werden die Mitteilungen zusätzlich an den Landespresseverteiler (rund 80 Adressen in Ba-Wü) oder bundesweit an ausgewählte Journalisten verschickt.

In den vergangenen Jahren ist die Resonanz auf die städtische Pressearbeit stark gestiegen: 2006 wurden rund 70 Prozent der Mitteilungen von den Medien aufgegriffen; im ersten Halbjahr 2013 waren es 93 Prozent, die zu einem oder mehreren Artikeln verarbeitet wurden. Wichtigstes Medium ist nach wie vor das Schwäbische Tagblatt, das zwischen 75 und 83 Prozent aller städtischen Pressemitteilungen aufgreift und für die eigene Berichterstattung verwendet. Eine deutliche Zunahme der Artikel, welche auf den städtischen Pressemitteilungen basieren, gab es in den letzten Jahren beim Reutlinger Generalanzeiger (Steigerung auf 52 Prozent) und den kostenlosen Zeitungen wie Tübingen im Fokus (Steigerung auf 25 Prozent).

Soll die Presse über komplexe Zusammenhänge informiert werden, organisiert die Stabsstelle Pressegespräche oder Vor-Ort-Termine. Im ersten Halbjahr 2013 fanden 41 solcher Termine statt. 2012 waren es 93 und 2011 gab es 73 Pressegespräche und -termine, häufig mit externer Beteiligung. Zu den Themen gehörten 2013 beispielsweise Bücherfest, Umbrisch-Provenzalischer Markt, Scheckübergabe des Rotary Clubs, Stadt der Kinder, Ammerrenaturierung, Aktionstag Pflege, Ausstellung Hochwasserschutz Lustnau, konstituierende Sitzung des Jugendgemeinderates, Breitbandversorgung Bühl und viele mehr. Für die Pressetermine werden Presseeinladungen verschickt, Hintergründe recherchiert, Ablaufpläne erstellt, Pressemitteilungen verfasst und mit allen Beteiligten abgestimmt. Außerdem werden häufig im Nachgang zusätzliche Fragen von Journalisten beantwortet, die sich im Gespräch erst ergeben haben.

Darüber hinaus gibt es hin und wieder Ereignisse, die ein besonders hohes mediales Interesse auslösen. In diesen Fällen ist eine besonders umfangreiche und koordinierende Pressearbeit im Vorfeld nötig, um unliebsame Überraschungen möglichst zu vermeiden. 2013 gehörten dazu die Bestattungen von Walter Jens und Professor Joachim Vogel. In solchen Fällen müssen Medienpools organisiert werden, um die Medien-Präsenz in einem angemessenen Rahmen zu halten und dennoch das Recht der Presse auf Berichterstattung zu wahren und zu ermöglichen.

Zudem beantwortet die Stabsstelle täglich telefonische und schriftliche Anfragen von Journalisten, Multiplikatoren und aus der Bürgerschaft. Hierzu sind oft unter hohem Zeitdruck Recherchen in der gesamten Verwaltung nötig. Bei Bedarf vermittelt die Pressestelle Expertinnen und Experten aus der Verwaltung als Interview- oder Ansprechpersonen. Sie berät alle städtischen Dienststellen zu Fragen der Pressearbeit.

Auftritte im Internet

Die Internetpräsenz www.tuebingen.de wurde im November 2011 hinsichtlich Design und Menüführung von der Stabsstelle völlig neu gestaltet. Seitdem sind die Besucherzahlen um knapp 50 Prozent gestiegen und lagen im dritten Quartal 2013 bei rund 275.000.

Die Stabsstelle betreut neben dem Hauptauftritt www.tuebingen.de derzeit fünf weitere deutschsprachige Microsites. Dies sind eigene Webpräsenzen für Stadtmuseum, Stadtbücherei, Alte Weberei Lustnau, Tübingen macht blau und das Südliche Stadtzentrum. Auch diese erfreuen sich wachsender Beliebtheit. So hatte www.tuebingen.de/stadtbuecherei in diesem Jahr bereits rund 77.000 Besucherinnen und Besucher. Die Seite des Stadtmuseums wurde von rund 20.000 Gästen besucht. Fast ebenso viele waren es bei www.alte-weberei-lustnau.de (17.500). Die Seiten www.tuebingen.de/zentrumsued und www.tuebingen-macht-blau.de hatten im gleichen Zeitraum jeweils rund 6.000 Besucher/innen. Für englischsprachige Gäste der Stadt gibt es die Homepage tuebingen.de/en mit Informationen zu Kultur und Freizeit, Hotels und Einkaufsmöglichkeiten (10.000 Gäste seit Jahresbeginn).

Zu den nächsten Entwicklungsschritten gehören die Neukonzeptionierung der Kita-Datenbank, eine Seite für die „Tübinger Talente“ mit Kontaktformular sowie die Entwicklung weiterer Microsites (neue Homepage für die WIT, Ratsinformationssystem, „Fahrrad fahren in Tübingen“). Zudem soll das Lebenslagenprinzip eingeführt werden (Was tun bei Geburt, Umzug, Heirat, wenn ein Angehöriger stirbt...). Die Internetseite www.tuebingen.macht-blau.de wird technisch und grafisch überarbeitet.

Mobile Anwendung www.tuebingen.de/mobil

Für alle, die in Tübingen zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem Auto unterwegs sind, hat die Pressestelle eine Anwendung (= App) für mobile Endgeräte entwickelt, die seit September 2013 online ist. Grundlage der kostenlosen App ist ein Stadtplan, auf dem Parkhäuser, Sehenswürdigkeiten, Baustellen und E-Bike-Ladestationen markiert sind. Durch Antippen der angezeigten Punkte erhalten die Nutzerinnen und Nutzer weitere Informationen wie den aktuellen Füllstand der Parkhäuser, Bilder und knappe Texte zu den Sehenswürdigkeiten etc. Auch den eigenen Standort kann man sich jederzeit auf der Karte anzeigen lassen und sich so durch Tübingen leiten lassen. Zu den nächsten Entwicklungsschritten gehören die Suchfunktion für die Netten Toiletten und eine Anzeige der Busse in Echtzeit. Dies ist bereits in Planung und kann umgesetzt werden, sobald das Anzeigesystem der Stadtwerke im Stadtgebiet vollständig funktioniert.

Interne Kommunikation

Für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit PC gibt es das städtische Intranet, über das kommuniziert wird. Für alle anderen werden einmal im Monat die Nachrichten des Intranets zu einer Broschüre zusammengefasst und in gedruckter Form verteilt. Im Intranet gibt es neben der Nachrichtenseite, die von der Stabsstelle betreut wird, auch eine umfangreiche Formularensammlung für den internen Dienstgebrauch sowie eine Übersicht zu den städtischen Dienstvereinbarungen und weiteren Regelwerken. Ein Marktplatz steht für interne Kleinanzeigen kostenlos zur Verfügung und wird ebenfalls von der Stabsstelle betreut. Eine Neugestaltung (=Relaunch) ist aus technischen Gründen in den nächsten Jahren erforderlich. Eine stärkere redaktionelle Betreuung wäre wünschenswert, ist aber mit den derzeitigen Ressourcen nicht leistbar.

Broschüren, Faltblätter und Plakate

Die Stabsstelle ist Ansprechpartnerin für die Erstellung der städtischen Drucksachen wie Flyer, Faltblätter, Plakate und Broschüren. Sie berät zu den Inhalten, redigiert oder schreibt Texte, hilft bei der Bildersuche und überwacht die Umsetzung des städtischen Designs. So wurden beispielsweise seit 2008 rund 40 verschiedene Faltblätter im Rahmen der Klimaschutzkampagne „Tübingen macht blau“ erstellt. Für den BVV wurde das Faltblatt „Tübingen auf einen Blick“ entworfen (Texte, Bilder und Design). Zu den weiteren Faltblättern, die in den letzten Jahre herausgegeben wurden, gehörten „Heiraten in Tübingen“, „Astronomische Rathausuhr“, „Spendenaktion für die Stiftskirche“, „Stadtverwaltung – wen finde ich wo?“, „Grünpatenschaften“, „Trockenmauern“, „Hagelschäden“, „Info-Rad“, „Parkgebühren bargeldlos“, „Taubenkonzept“, „Hochwasserschutz“, „Zweitwohnungssteuer“, um nur einige

wenige herauszugreifen.

Sonderaktionen und Projekte

Zu den zahlreichen Sonderprojekten gehört das Gutschein-Heft für die Neubürgerinnen und Neubürger, das 2009 von der Stabsstelle völlig neu konzipiert wurde. Es erfreut sich seither wachsender Beliebtheit beim Tübinger Handel. Alle zwei Jahre erscheint auch das Tübinger Adressbuch. Der redaktionelle Teil liefert auf knapp 100 Seiten alle wichtigen Stadtinformationen. Konzept, Redaktion und Aktualisierung liegen bei der Stabsstelle.

Zum Hochwasserschutz Lustnau hat die Stabsstelle eine Ausstellung entworfen und erstellt. Weitere Ausstellungen gab es unter anderem zu den Themen Partnerschaftsjubiläum mit Aix, Tübingen macht blau, Darstellung der Verwaltung für die Neubürgerbegrüßung.

Im Rahmen der „RadKULTUR“ wurden Wettbewerbe, Kinowerbung, Rollups und weitere Aktionen realisiert. Zu anderen Themen wurden Umfragen organisiert wie zum Beispiel zum Tempo 30/40 oder als Feedback zum Internetauftritt.

Namensschilder, Türschilder, Bauschilder, Wegweiser, Plakate, Transparente, „Rollups“, „Beachflags“ und „City-Cards“ werden von der Stabsstelle zu unterschiedlichen Themen und Anlässen hergestellt.

Organisation von Veranstaltungen

Zu den zahlreichen Veranstaltungen, die vorbereitet und durchgeführt werden, gehören die jährlichen Klimatage oder die Luftballon-Aktion zum Erreichen der Betreuungsquote für Kleinkinder, die Begrüßung der 90.000. Einwohnerin oder der Festakt zum 500-jährigen Jubiläum der astronomischen Rathausuhr. Die Neubürgerbegrüßung wurde auf Vorschlag der Stabsstelle vor einigen Jahren neu konzipiert und findet seither im LTT statt. Die Organisation dieser Veranstaltung übernimmt mittlerweile die Beauftragte für Bürgerschaftliches Engagement.

Streuartikel

In begrenztem Umfang gibt die Stadt bei Veranstaltungen kleine Streuartikel aus. Entworfen und hergestellt wurden Papiertragetaschen, Schreibblöcke, Kugelschreiber, Radkultur-Gummibärchen, Tübingen-macht-blau-T-Shirts und Kappen sowie diverse PVC-freie Aufkleber.

Anzeigen

14-tägig erscheint eine von der Stabsstelle gestaltete redaktionelle Seite in Tübingen im Fokus („Mitteilungen der Stadtverwaltung“). Für viele Veranstaltungen erstellt die Stabsstelle Anzeigen, die in der Regel im Schwäbischen Tagblatt erscheinen.

Personal und Ausbildung

Für die Aufgaben der Stabsstelle stehen 2,1 Stellen zur Verfügung. Seit 2009 bietet die Stabsstelle zusätzlich ein zweijähriges Volontariat an, bei dem sehr viel Wert auf eine sorgfältige Ausbildung mit internen und externen Stationen gelegt wird. Die seither ausgebildeten Volontär/innen haben ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und anschließend eine feste Anstellung in anderen Pressestellen gefunden. Auch in der Praktikumsbetreuung engagiert sich die Stabsstelle.

Eine Blitzumfrage in einigen Städten Baden-Württembergs am 29. Oktober 2013 ergab folgendes Bild für die Personalsituation der städtischen Pressestellen:

Stadt	Einwohner	feste Stellen	Mitarbeiter /innen
Stuttgart	591.015	23,0	30
Karlsruhe	291.995	12,3	15
Freiburg im Breisgau	214.234	10,4	12
Heidelberg	148.415	11,0	18
Ulm	117.541	4,5	5
Heilbronn	116.716	8,0	8
Pforzheim	115.211	4,5	5
Villingen-Schwenningen	80.268	2,8	3

Zwar variiert der Aufgabenzuschnitt der Pressestellen von Stadt zu Stadt, dennoch ist festzuhalten, dass die Tübinger Pressestelle personell unterdurchschnittlich besetzt ist.

Seit August 2012 sind die Hausdruckerei, Reprintstelle und Buchbinderei (= 001/H) als eigenständiges Team an die Stabsstelle angegliedert und werden von der Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geleitet. Hieraus ergibt sich ein guter Synergieeffekt für die gesamte Verwaltung, da die Herstellung von Faltblättern und Broschüren jetzt in einer Hand liegt – von der Vorberatung, Text- und Bildarbeit, Layouterstellung, Druckvorbereitung bis zur Produktion. Zugleich ist die Führungsspanne und Verantwortung bei 001 durch diese Reorganisation stark gestiegen.