Grosser Gemeinderat, Vorlage

Interpellation der SVP-Fraktion vom 23. Februar 2021 betreffend «Ausdehnung städtischer Kommunikationsaktivitäten»

Antwort des Stadtrats Nr. 2664 vom 18. Mai 2021

Sehr geehrte Frau Präsidentin
Sehr geehrte Damen und Herren

Am 23. Februar 2021 hat Gemeinderat Gregor Bruhin im Namen der SVP-Fraktion die Interpellation «Ausdehnung städtischer Kommunikationsaktivitäten» eingereicht. Er stellt darin dem Stadtrat eine Reihe von Fragen. Wortlaut und Begründung des Vorstosses sind aus dem vollständigen Interpellationstext im Anhang ersichtlich.

Der Stadtrat vertritt die Auffassung, dass die Kommunikation für eine Organisation wie die Stadtverwaltung von Zug wertschöpfungsrelevant ist. Die Kommunikation stellt die Wahrnehmung der Politik und des öffentlichen Dienstes zum Wohle der Zuger Bevölkerung in den Fokus und beeinflusst das Erscheinungsbild der Stadt Zug massgeblich. Eine positive Wahrnehmung der Leistungen der Stadtverwaltung von Zug ist ein Beitrag zum guten Image unserer Stadt. Und dieses Image ist einer der Faktoren, welcher die Bevölkerung unserer Stadt in der Wahl von Zug als Wohnort bestärkt und der auch für neu zuzuziehende Menschen und Unternehmen wichtig ist. Das zeigt sich immer wieder in Gesprächen des Stadtrates, die er beispielsweise an den Neuzuzügeranlässen führt. Die Bevölkerung unserer Stadt und die hier ansässigen Unternehmen sorgen für eine solide Ertragslage durch den stetigen Fluss von beträchtlichen Steuereinnahmen. Folglich ist das durch die Kommunikation mitgeprägte positive Image der Stadt Zug von hoher Relevanz für die Wertschöpfung in und für unsere Stadt. Zudem kann festgestellt werden, dass die Stadt Zug als moderne Stadt immer wieder eine digitale Vorreiterrolle spielt. Dazu gehört auch, dass neue Kommunikationsformen wie zum Beispiel ein Podcast ausprobiert werden.

Frage 1

Was führte zum Entscheid, dass man das Anbieten eines Podcast als Staatsaufgabe klassifizierte?

Antwort

Die Komplexität der staatlichen Aufgaben und Dienstleistungen hat in den letzten Jahren und Jahrzehnten erheblich zugenommen. Die Informationsbedürfnisse der Bevölkerung sind sehr hoch. Neue Informations- und Kommunikationstechnologien, ein zunehmender Wettbewerb um Aufmerksamkeit und die gestiegenen Erwartungen der Anspruchsgruppen bedingen eine professionelle Kommunikation. Dabei richtet sich die Wahl der Kommunikationsmittel (der Kommunikationsmix) nach den jeweiligen Zielen, den Bedürfnissen der Dialoggruppen und den vorhandenen Ressourcen. Übergeordnetes Ziel ist es, dass das Handeln von Stadtrat und Stadtverwaltung in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird und nachvollziehbar ist und dass die städtischen Angebote und Dienstleistungen bekannt sind und genutzt werden.

Zudem trägt die Stadt Zug durch Information und Kommunikation zur freien Meinungsbildung bei. Dadurch wird die Bevölkerung, die Wirtschaft und die Gesellschaft zur Mitwirkung an der Zukunftsgestaltung von Zug animiert, was zu ausgewogenen und breit abgestützten Entscheidungen führt. Die Stadt Zug kommuniziert über verschiedene analoge und digitale Kanäle, so beispielsweise mit dem Stadtmagazin (print, online, App), über Social Media (Facebook, Instagram, Twitter), über die webbasierte Mitwirkungsplattform (www.mitwirken-zug.ch) oder die neue eZug-App.

Der Entscheid, zusammen mit der Agentur Tincan eine Podcast-Serie als Pilot mit vorerst vier Episoden zu produzieren, folgte den veränderten Bedürfnissen der Zielgruppen. Podcasts gewinnen auch in der Schweiz zunehmend an Beliebtheit. Bereits 2019 gaben 23 Prozent der Deutschschweizer/innen an, zumindest einmal pro Monat einen Podcast zu hören. Podcasts sind vor allem bei einem jüngeren Publikum beliebt (Quelle: SRF-Umfrage zu Medientrends). Die jüngeren Zugerinnen und Zuger werden nicht durch klassische Medienmitteilungen erreicht, weshalb der Podcast eine Möglichkeit ist, weitere Teile der Bevölkerung zu informieren und für städtische Themen zu interessieren. Zudem hat die Stadt Zug das Image, besonders innovativ zu sein und mit ihrer «digital first»-Strategie immer wieder Massstäbe zu setzen. Dieses Image will die Stadt Zug weiter pflegen. Podcasts sind bis jetzt als Kommunikationsmittel von öffentlichen Verwaltungen noch nicht stark verbreitet, jedoch bei anderen Schweizer Städten in Prüfung, so u.a. Frauenfeld. Auch hier übernimmt die Stadt Zug eine Vorreiterrolle.

Der Initialaufwand für die Entwicklung der Podcast-Pilotserie zusammen mit der Agentur Tincan belief sich insgesamt auf CHF 11'000.00, die Produktion einer Podcast-Ausgabe kostet pauschal CHF 5'300.00 exkl. MwSt. Zu erwähnen ist, dass die Komposition und Produktion der Jingles (der akustische «rote Faden» der Podcast-Serie) in Zusammenarbeit mit der Musikschule Zug erfolgte.

Mit dem Podcast erhält die Stadt Zug die Möglichkeit, Inhalte, die evtl. schon über andere städtische Kanäle kommuniziert wurden, nochmals aufzunehmen und zu vertiefen, oder neue Themen zu vermitteln. Ein Podcast macht Informationen niederschwellig zugänglich: Weil man die Podcast-Folgen abonnieren kann, werden diese bei der Publikation an das gesamte Publikum ausgespielt, was in einer treuen Hörerschaft resultiert. 92 Prozent hören Podcasts, während sie andere Aufgaben erledigen (Quelle: Werbewoche). Dies führt nicht zu einer schlechteren Wirkung der Inhaltsvermittlung. Das Gegenteil ist der Fall, weil die Informationen aufgenommen werden, während der Geist aktiv ist. Podcasts haben einen guten Ruf, sie wirken neu und frisch. Die auditive Ebene folgt einem Bedürfnis von vielen Menschen, welche Inhalte nicht nur über Texte vermittelt erhalten möchten. Es sei beispielsweise an Hörbücher erinnert, die einen grossen Zuspruch geniessen. Zudem hat man beim Podcast die Informationshoheit über die publizierten Inhalte und kann so im Vergleich zu gängigen Sozialen Medien eine selbstbestimmte Wirkung erzielen. Ein Podcast wird als Informationsmedium eingesetzt, hat aber auch einen hohen Unterhaltungswert.

Frage 2

Warum wird ein solcher Outsourcing Auftrag an eine Baarer Firma vergeben, warum wurde keine Stadtzuger Firma gewählt?

Antwort

Bei der Arbeitsvergabe berücksichtigt der Stadtrat jeweils nach Möglichkeit stadtzugerische Unternehmen. Das 2009 aus einer Maturaarbeit an der Kantonsschule Zug entstandene Startup-Unternehmen war ursprünglich in der Zuger Altstadt domiziliert, bevor es im Zuge seiner Expansion 2016 nach Baar übersiedelte. Am 1. Mai 2021 ist die Firma wieder in die Stadt Zug zurückgekehrt und hat seither ihre Büros im Feldpark.

Frage 3

Wie hoch sind die gesamten Outsourcing-Leistungen der Abteilung Kommunikation in TCHF und im Verhältnis zum gesamten Abteilungsbudget?

Antwort

Im Jahr 2020 erreichte der Gesamtaufwand der Abteilung Kommunikation (Kostenstelle 1250) CHF 676'227.00

Die Outsourcing-Leistungen (Konto 3199.15) der Abteilung Kommunikation betragen im Jahr 2020 CHF 203'595.90, dies entspricht 30.1% des Gesamtaufwands.

Die grössten Rechnungsposten waren dabei die qualitative und quantitative, repräsentative Befragung zum Stadtmagazin (CHF 62'515.00), die Umsetzung der Stadtmagazin-Ausgaben (CHF 60'778.00, exkl. Druckkosten), die Prozessbegleitung für die Entwicklung des neuen Escheinungsbildes (CHF 31'617.00) sowie Fotoaufnahmen (CHF 16'982.00).

Frage 4

Gibt es Messgrössen, welche zu Beginn dieses Projektes «BeZug» festgelegt wurden und der Erfolgsmessung dienen?

- Wenn ja, was wären das für Kriterien und über welchen Zeitraum werden diese erhoben?
- Was wären Gründe das Projekt nach dem definierten Zeitraum einzustellen resp. fortzuführen?

Antwort

Digitale Medien wie ein Podcast erlauben eine detaillierte Auswertung der Nutzer/innen und der Nutzerzahlen. Dabei werden sog. KPIs (Key Performance Indicators) festgelegt und gemessen (Anzahl Abonnenten, Anzahl wiederkehrende Hörer/innen). Diese werden in periodischen Intervallen laufend geprüft und lassen sich zurückverfolgen. Dazu kommen direkte Userfeedbacks von der Landingpage oder über WhatsApp. Nach der vierten Episode, die Ende August/Anfang September 2021 erscheint, werden die Nutzerzahlen und die Feedbacks analysiert und dann aufgrund der Relation von Aufwand und Ertrag entschieden, ob die Podcast-Serie mit zusätzlichen vier Episoden weitergeführt werden soll. Stand 6.5.2021 wurden die ersten beiden Podcast-Episoden insgesamt 227 mal angehört.

Antrag

Wir beantragen Ihnen,

- die Antwort des Stadtrats zur Kenntnis zu nehmen.

Dr. Karl Kobelt
Stadtpräsident

Martin Würmli
Stadtschreiber

Beilage/n:

Vorstoss vom 23. Februar 2021

Die Vorlage wurde vom Präsidentsdepartement verfasst. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Stadtpräsident Dr. Karl Kobelt, Departementsvorsteher, Tel. 058 728 90 10.