

Interpellation der FDP-Fraktion betreffend Auskünfte zum Stadtmagazin

Antwort des Stadtrats vom 30. April 2013

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Am 12. April 2013 haben Etienne Schumpf und Eliane Birchmeier für die FDP-Fraktion die Interpellation „Auskünfte zum Stadtmagazin“ eingereicht. Sie stellen darin dem Stadtrat eine Reihe von Fragen. Wortlaut und Begründung des Vorstosses sind aus dem vollständigen Interpellationstext im Anhang ersichtlich.

Frage 1

Was kostet das Stadtmagazin pro Ausgabe? Welches sind die externen Kosten (Text-/Redaktionsleistungen, Gestaltung, Bildredaktion/-rechte, Vorstufe, Druck, Ausrüsten, Lettershop und Distribution etc.)?

Antwort

Die Kosten des Stadtmagazins betragen (exkl. interne Kosten) pro Ausgabe rund CHF 40'000.--. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

| | | |
|-------------------------|-----|-----------|
| Planung | CHF | 1'500.-- |
| Konzeption | CHF | 2'000.-- |
| Gestaltung | CHF | 8'500.-- |
| Texte | CHF | 5'000.-- |
| Bilder | CHF | 4'500.-- |
| Illustration | CHF | 1'000.-- |
| Korrektorat | CHF | 1'000.-- |
| Reserve | CHF | 650.-- |
| Druck, Litho, Ausrüsten | CHF | 14'350.-- |
| Versand | CHF | 1'500.-- |

Frage 2

Was sind die internen Kosten pro Ausgabe?

Antwort

Die internen Kosten belaufen sich auf rund CHF 15'000.-- pro Ausgabe (Personalaufwand Leitung Kommunikation, Praktikantin und Redaktionsteam).

Frage 3

Welche Einsparpotentiale gibt es bei den internen und externen Kosten?

Antwort

Das Layoutmandat mit den in Antwort 1 aufgelisteten Positionen wurde im Rahmen eines zweistufigen Vergabeverfahrens der wirtschaftlich günstigsten Anbieterin vergeben. Diese externen Kosten sind fix. Bei den internen Kosten besteht bei entsprechender Straffung der Prozesse ein gewisses Sparpotenzial. Im Übrigen hat der Stadtrat im Rahmen der Spar- und Verzichtsplanung bereits im März 2013 beschlossen, nur noch drei statt wie bisher vier Ausgaben des Stadtmagazins pro Jahr zu produzieren.

Frage 4

Wie hoch sind die Werbeeinnahmen pro Ausgabe?

Antwort

Aufgrund der Resultate einer qualitativen Studie, welche im Vorfeld zur Evaluation des Stadtmagazins erstellt wurde, hat der Stadtrat beschlossen, im Stadtmagazin auf Werbung zu verzichten. Die Studie zeigt, dass Leserinnen und Leser eine Durchmischung mit Fremdwerbung als beeinflussend und irritierend empfinden würden. Ein professionelles Anzeigenmarketing würde zudem einen grossen Mehraufwand bedeuten.

Frage 5

Welche Funktion hat das Stadtmagazin im Kommunikationsmix der Stadt Zug und welche Ziele sollen damit erreicht werden? Wird die Zielerreichung überprüft? Welche Resultate/Erkenntnisse liegen allenfalls vor?

Antwort

Das Stadtmagazin richtet sich an alle Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Zug. Es dient in erster Linie der Information der Bevölkerung. Das Magazin soll aber auch Nähe zur Politik und zur Stadtverwaltung schaffen. Eine reine Informationsvermittlung ist dabei wenig nachhaltig. Deshalb werden Themen für die Leserinnen und Leser in Alltagssituationen eingebunden und erlebbar erzählt. Crossmediale Verlinkungen mittels Internet, Social Media und interaktive Elemente wie Wettbewerbe

und Feedbackaufforderungen ermöglichen eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen Inhalten. Die Leserinnen und Leser nutzen regelmässig diese Möglichkeiten. Durchschnittlich erhält die Redaktion per Post oder E-Mail 15 Rückmeldungen pro Ausgabe. Diese sind - mit Ausnahme von drei Leserbriefen von Mitgliedern des Komitees BS 14 (Bürgerlicher Stadtrat 2014) sowie zwei kritischen E-Mails - durchwegs sehr positiv. So urteilt z.B. Markus Ineichen, Dozent für Kommunikation, Luzern, über das Stadtmagazin wie folgt: „toll gemacht, anspruchsvoll, weit weg vom Banalen und Populistischen!“.

Die Redaktion sammelt pro Ausgabe alle Rückmeldungen und bespricht diese an der nächsten Redaktionssitzung. Gestützt darauf werden Inhalt und Gestaltung des Stadtmagazins laufend optimiert. Mit der wiederum Ende Legislatur geplanten Umfrage zur Bevölkerungszufriedenheit werden selbstverständlich auch Fragen zum Stadtmagazin gestellt.

Frage 6

Wurden zugunsten des Stadtmagazins andere behördliche Publikationen gestrichen? Wenn ja, was für ein Betrag kann damit bis heute eingespart werden?

Antwort

Mit dem Budget 2011 verlangte die Geschäftsprüfungskommission, die „Flut von Publikationen, Flyern, Einladungen etc.“ einzudämmen. Anstelle der Zeitschrift für die ältere Bevölkerung „zytlos“ und des Magazins „klick!“ des Bildungsdepartements solle nur noch eine Publikation, welche sämtliche Kommunikationsbedürfnisse der Stadtverwaltung abdeckt, herausgegeben werden.

Der Stadtrat hat diesen Auftrag umgehend umgesetzt: Die beiden Magazine „zytlos“ (Versand nur an die über 60-Jährigen) und „klick!“ (Versand in alle Haushalte) wurden eingestellt. Auch diese beiden Magazine wurden im Übrigen bei den entsprechenden Zielgruppen sehr geschätzt.

Die Kosten des „klick!“ betragen CHF 22'000.-- pro Ausgabe, jene des „zytlos“ rund CHF 16'000.-- pro Ausgabe; dies jeweils ohne interne Kosten. Mit rund CHF 40'000.-- pro Ausgabe bewegt sich das professionell gestaltete Stadtmagazin somit im gleichen Rahmen wie die beiden inzwischen eingestellten Printmedien.

Dadurch, dass nun weniger Infobroschüren und Flyer erstellt und nur noch in Ausnahmefällen an alle Haushaltungen verschickt werden, können jährlich Kosten von rund CHF 10'000.-- eingespart werden. So wird beispielsweise die Kurzfassung des Jahresberichts dem Stadtmagazin beigelegt und es entfallen so diese Versandkosten.

Frage 7

Ist dieses Projekt „Stadtmagazin“ auf eine gewisse Zeitdauer beschränkt?

Antwort

Das Stadtmagazin ersetzt wie vorstehend ausgeführt verschiedene andere Publikationen der Stadt. Es ist zusammen mit Medienkonferenzen, Medienmitteilungen, Informationsveranstaltungen, Abstimmungsbroschüren, Internet etc. ein wichtiges städtisches Kommunikationsinstrument. Es ist daher nicht „auf eine gewisse Zeitdauer beschränkt“.

Frage 8

Was für Verbesserungspotenziale sieht der Stadtrat beim Stadtmagazin?

Antwort

Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses werden in jeder Ausgabe leichte Anpassungen des Konzepts umgesetzt. So wurde z.B. ein noch konkreterer Bezug zu städtischen Themen und Projekten hergestellt. Weiter werden die kommunikativen Bedürfnisse der Departemente und Abteilungen bei der Themenwahl noch stärker berücksichtigt.

Fazit: Das Stadtmagazin befindet sich aus der Sicht des Stadtrates auf einem guten Weg. Es hat eine gute Resonanz in der Bevölkerung gefunden und sich zu einem Medium entwickelt, das - zusammen mit anderen Kommunikationsmitteln des Stadtrates - Brücken zwischen den verschiedenen Bevölkerungsgruppen sowie der Verwaltung schlägt.

Antrag

Wir beantragen Ihnen, die Antwort des Stadtrats zur Kenntnis zu nehmen.

Zug, 30. April 2013

Dolfi Müller, Stadtpräsident

Arthur Cantieni, Stadtschreiber

Beilage:

- Interpellation der FDP-Fraktion vom 12. April 2013 betreffend Auskünfte zum Stadtmagazin

Die Vorlage wurde vom Präsidentialdepartement verfasst. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Stadtpräsident, Dolfi Müller, Tel. 041 728 21 01.