

Postulat Bruno Zimmermann, SVP: 100% Privatisierung des Stadtmagazins im Zeichen einer neuen explizit bürger- und wirtschaftsfreundlichen Publikation für die Zuger Einwohnerschaft

Bericht und Antrag des Stadtrats vom 27. Mai 2014

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Am 14. Mai 2013 hat Bruno Zimmermann, SVP, das Postulat „100 % Privatisierung des Stadtmagazins im Zeichen einer neuen explizit bürger- und wirtschaftsfreundlichen Publikation für die Zuger Einwohnerschaft“ eingereicht. Der Wortlaut des Vorstosses ist der Beilage zu entnehmen.

Wir unterbreiten Ihnen hiermit unseren Bericht, den wir wie folgt gliedern.

1. Ausgangslage
2. Zusammensetzung der Redaktion
3. Vorgeschlagenes Geschäftsmodell
4. Fazit

1. Ausgangslage

Mit dem Budget 2011 stellte die Geschäftsprüfungskommission (GPK) den Antrag, die «Flut von Publikationen» einzudämmen. Gefordert wurde, anstelle der bisherigen Medien zytlos, klick und anderen städtischen Publikationen (Flyer, Einladungen) eine Publikation herauszugeben, welche die verschiedenen Kommunikationsbedürfnisse der Stadtverwaltung weitgehend abdeckt. Die Einsparungen betragen beim klick CHF 64'000.00 (inkl. Druck) und beim zytlos CHF 15'000.00 (exkl. Druck) jedoch ohne Personalkosten (beim zytlos viel Freiwilligenarbeit). Es werden zudem viel weniger Einladungskarten und Flyer erstellt und nur noch in Ausnahmefällen an alle Haushaltungen verschickt. Wichtige Publikationen wie der Jahresbericht und der Legislaturbericht des Stadtrats werden dem Stadtmagazin beigelegt und nicht mehr separat versandt. Dadurch erhalten die Einwohnerinnen und Einwohner die städtischen Informationen kompakt und die Stadt spart Versandkosten.

2. Inhaltliche und redaktionelle Fragen

Der Stadtrat teilt die Auffassung des Postulanten: Die Stadt Zug soll für die Zuger Bevölkerung ein regelmässig erscheinendes qualitativ hochstehendes Stadtmagazin herausgeben. Dieses soll die Zugerinnen und Zuger ansprechen und Nähe mit der Stadt Zug generieren.

Das Stadtmagazin richtet sich an alle Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Zug. Es ist einerseits Plattform für Jung und Alt mit Informationen, Dialogen, Unterhaltung und Wissenswertem rund um die Stadt Zug mit all ihren kulturellen, wirtschaftlichen, bildungsrelevanten und städtebaulichen Facetten. Andererseits soll das Magazin auch Nähe zur Stadtverwaltung, deren Anliegen und einen politischen Diskurs bieten. Insofern ist das Magazin auch für weitere Anspruchsgruppen wie politische Gremien, Partner, Lieferanten, Mitarbeitende, deren Angehörige, potentielle Arbeitnehmer und benachbarte Gemeinden sowie für den Kanton von Interesse.

Eine reine Informationsvermittlung ist wenig anhaltend. Was heute gelesen oder gehört wird, ist morgen bereits wieder vergessen. Gerade vielschichtige Themen im städtischen Umfeld müssen daher für die Leserinnen und Leser in Alltagssituationen eingebunden und erlebbar erzählt werden. Es reicht nicht mehr, einfach Fakten in die Welt zu setzen. Ein nachhaltiger Dialog mit der Bevölkerung kann nur erreicht werden, wenn Geschichten erzählt werden. Crossmediale Verlinkungen mittels Internet, Social Media, insbesondere Facebook, und interaktive Elemente wie Wettbewerbe und Feedbackaufforderungen bieten zusätzlich die Möglichkeit, sich vielschichtig mit den verschiedenen Inhalten auseinanderzusetzen. So werden eine anhaltende Erinnerung und positive Einstellung überhaupt erst möglich. Mit einem gleichmässig hohen Kommunikationsdruck können wir diesen Prozess verstärken.

Im Kommunikations-Mix ergänzt das Stadtmagazin die anderen Kommunikationsinstrumente (Medienmitteilung, Internet, soziale Medien, etc.). Es ist ein langsames und hochwertiges Transportmittel, das nicht nur die Tagesaktualität abbildet, sondern städtische Themen mit einer gewissen Tiefenschärfe und aus einer anderen Perspektive angeht. Die Stadtverwaltung Zug verlegt das Stadtmagazin, um mit gebündelter Kraft ihre Informationspflicht leisten zu können und versteht es als Mittel zur Imagepflege. In ihrem Selbstverständnis als Dienstleistungsunternehmen sieht sie das Stadtmagazin als Kundenzeitschrift – eine Typengattung, die trotz Krise der Printmedien im deutschsprachigen Raum einen wahren Boom erlebt. Reine Verlautbarungen wird man in modernen Magazinen von Firmen und öffentlichen Organisationen immer weniger finden. Denn die Leserinnen und Leser erwarten vor allem zwei Dinge: Nutzwert und Glaubwürdigkeit. Wie dies zu erreichen ist, schreiben Kurt Weichler und Stefan Endrös, zwei renommierte Fachleute im Bereich Corporate Publishing, in ihrem Buch «Die Kundenzeitschrift»: Sie empfehlen, das Magazin auf postalischem Weg zuzustellen, Unterhaltung und nutzwerte Informationen zu liefern und kommen zum Schluss, dass die Leser-Blatt-Bindung höher ist, je höher der Seitenumfang und je regelmässiger der Erscheinungsrhythmus ist (Weichler/Endrös, Die Kundenzeitschrift, UVK Verlagsgesellschaft GmbH, Konstanz, 2010, Seite 12).

Um die thematischen Ziele zu erreichen, braucht es eine fokussierte Redaktionsarbeit: Das Stadtmagazin verschreibt sich Themen, die der städtischen Politik und der städtischen Verwaltung nahe sind. Im Postulat wird gefordert, die Redaktion mit Vertretern verschiedener Interessensgruppen zu bestücken und eine Publikation zu produzieren, «welche die Bedeutung der Wirtschaft, der ansässigen Firmen, aber auch der kulturellen Schönheiten dieser Stadt genügend Rechnung trägt». Der Stadtrat ist ebenfalls der Ansicht, dass die angesprochenen Themen gebührend Niederschlag im Stadtmagazin finden sollten. Gleichzeitig befürchtet er, dass mit einer heterogenen Zusammensetzung der Redaktion die Fokussierung auf das Kerngeschäft verloren geht. Er erachtet es insbesondere auch nicht als seine Aufgabe, eine Gewerbe- oder Tourismuszeitung zu verlegen, zumal es solche Publikationen bereits gibt.

Das Stadtmagazin ist im dritten Publikationsjahr, es sind bisher neun Nummern erschienen. Die Rückmeldungen aus der Bevölkerung sind grossmehrheitlich positiv. Das Magazin hat sich in der Stadt einen Namen gemacht. Mit einer inhaltlichen Änderung würde nach Ansicht des Stadtrats ein grosser Teil dieser Aufbauarbeit – und damit viel Glaubwürdigkeit – wieder zerstört. Eine Medienpublikation braucht eine gewisse Konstanz in Aufmachung, Konzeption und Erscheinungsweise, um als glaubwürdig wahrgenommen zu werden. Der Stadtrat will deshalb am redaktionellen Kurs grundsätzlich festhalten. Er sieht aber in folgenden Punkten Optimierungspotenzial:

- Noch klarere Fokussierung auf städtische Themen: Im Stadtmagazin sollen Themen aufgegriffen werden, welche die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Zug bewegen. Allerwelts-Themen oder Artikel, die auch in anderen Städten geschrieben werden könnten, gilt es zu vermeiden.
- Bessere Einbindung des Grossen Gemeinderats: Die Redaktion setzt sich bis anhin aus Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Departementen zusammen, um möglichst alle städtischen Themen abdecken zu können. Das Stadtmagazin sieht sich aber als Organ von Stadtrat, Verwaltung und Grosselem Gemeinderat gleichermassen. Deshalb schlägt der Stadtrat vor, ein Mitglied des Büros des Grossen Gemeinderats in einem jährlichen Turnus in die erweiterte Redaktion einzubinden. Dem Büro GGR ist freigestellt zu bestimmen, welches Mitglied in die Redaktion Einsitz nimmt.

3. Vorgeschlagenes Geschäftsmodell

Das Postulat schlägt vor, dass künftig ein Zuger Medienanbieter das Stadtmagazin verlegt. Die Stadt soll keine Beiträge oder Subventionen mehr leisten. Im Gegenteil: Der neue Verleger soll frei sein, das Magazin mittels Werbung zu finanzieren und einen Netto-Ertrag zugunsten der Stadtkasse erwirtschaften.

Der Stadtrat liess den Vorschlag mehreren in Frage kommenden Anbietern – regionale Druckereien, lokale Medienunternehmen und regionale Verlage – präsentieren. Das Resultat der Marktkenner ist einhellig: Das geforderte Geschäftsmodell kann so nicht umgesetzt werden. Auf Grund der Verschiebung von Inseraten von Print zu Online wird das Inseratepotenzial auch in der Region Zug immer kleiner. Keiner der fünf angefragten potenziellen Anbieter erklärte sich bereit, Verhandlungen über die Umsetzung des skizzierten Geschäftsmodells aufzunehmen. Es sei nicht möglich, eine behördliche Publikation dieser Grösse vollständig zu refinanzieren, geschweige denn einen Ertrag an die Stadtkasse zu liefern. Man könne nicht von einem privaten Verleger erwarten, das volle Risiko zu tragen, während die Stadt die Gewinne einstreicht und den Nutzen habe. Alle angefragten Marktkenner bezeichneten das vorgeschlagene Geschäftsmodell als unrealistisch und nicht umsetzbar. Als Beispiel für den schwachen Inseratemarkt wird das Regionalmagazin «Wink» genannt, das wegen fehlenden Werbeeinnahmen nach 35 Jahren die Erscheinung dieses Jahr einstellen musste.

Gleichwohl hat sich der Stadtrat mit dem Thema der Werbefinanzierung befasst. Es ist dabei zu beachten, dass dabei zuerst einmal Sockelkosten für Akquisition, Verwaltung und Druck von Inseraten entstehen. Deshalb muss Potenzial und tatsächlicher Ertrag genau abgeschätzt werden, was wiederum Initialkosten zur Folge hätte. Eine erste Grobanalyse hat ergeben, dass die dreimalige Erscheinungsweise die Akquisition von Inseraten für Veranstaltungen weitgehend ausschliesst; es käme lediglich Image-Werbung in Frage, wobei Werbung für politische Parteien, religiöse Organisationen etc. weitgehend ausgeschlossen wären. Das Inserate-Potenzial würde sich damit auf Gewerbetreibende der Stadt Zug beschränken. Würde die Stadt Zug in diesem Segment aktiv akquirieren, würde es andere regionale Medien und insbesondere auch die Zeitung des kantonalen Gewerbeverbands konkurrenzieren. Der Stadtrat lehnt deshalb die Werbefinanzierung ab. Nicht zuletzt auch, weil eine qualitative Umfrage bei den Stadtzugerinnen und Stadtzuger ergeben hat, dass sie sich ausdrücklich ein werbefreies Publikationsorgan wünschen.

Gleichwohl ist der Stadtrat bereit, neue Einnahmequellen zu prüfen. So testet die Abteilung Kommunikation in Zusammenarbeit mit der Kioskbetreiberin Valora AG, das «Stadtmagazin» für interessierte Leserinnen und Leser ausserhalb der Stadt Zug zu verkaufen. Die Valora AG nimmt die nächsten drei Ausgaben des Stadtmagazins in ihr Sortiment an ausgewählten Verkaufsstellen im Kanton Zug auf. Der Preis pro Ausgabe beträgt 4.50 Franken. Da 36'000 Personen täglich für die Arbeit in den Kanton pendeln – davon ein grosser Teil in die Stadt Zug –, besteht ein Potenzial für den Verkauf. Die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Zug bekommen das Magazin selbstverständlich weiterhin kostenlos nach Hause geliefert.

4. Fazit

Der Stadtrat hat sich mit den Vorschlägen des Postulanten auseinandergesetzt – sowohl aus inhaltlicher wie auch aus wirtschaftlicher Sicht. Fachleute und Marktkenner attestieren dem Stadtmagazin einen attraktiven und hochwertigen Auftritt. In einer schnellen, digitalen Online-Welt schafft ein sorgfältig produziertes Printprodukt Übersicht, Einordnung, Glaubwürdigkeit und Transparenz. Der Stadtrat will deshalb grundsätzlich am redaktionellen Kurs festhalten. Er schlägt aber vor, neu ein GGR-Mitglied in das Redaktionsteam berufen zu lassen.

Abklärungen bei Kennern des Zuger Werbe- und Inseratemarkts haben ergeben, dass das vom Postulanten vorgeschlagenen Geschäftsmodell nicht realisierbar ist. Gleichwohl ist der Stadtrat bestrebt, die Finanzierung des Stadtmagazins laufend zu optimieren und neue Einnahmequellen nach Möglichkeit (Bsp: Kiosk-Verkauf) zu suchen.

Wir beantragen Ihnen,

- auf die Vorlage einzutreten,
- den Bericht des Stadtrats zur Kenntnis zu nehmen, und
- das Postulat Bruno Zimmermann, SVP, vom 14. Mai 2013 betreffend 100%-Privatisierung des Stadtmagazins im Zeichen einer neuen explizit bürger- und wirtschaftsfreundlichen Publikation für die Zuger Einwohnerschaft als erledigt von der Geschäftskontrolle abzuschreiben.

Zug, 27. Mai 2014

Dolfi Müller
Stadtpräsident

Beat Moos
Stadtschreiber-Stv.

Beilage:

- Postulat Bruno Zimmermann, SVP, vom 14. Mai 2013 betreffend 100%-Privatisierung des Stadtmagazins im Zeichen einer neuen explizit bürger- und wirtschaftsfreundlichen Publikation für die Zuger Einwohnerschaft

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