

Neuer Stadtauftritt
Kreditbegehren

Bericht und Antrag des Stadtrates vom 2. November 1999

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Der rasche gesellschaftliche, technologische und wirtschaftliche Wandel unserer Zeit beeinflusst die Politik massgeblich. Von Behörden, Parlament und Verwaltung wird schnelles und flexibles Handeln erwartet. Entscheidende Bedeutung erhält in diesem Zusammenhang die Kommunikation nach Innen und nach Aussen. Dazu gehört das Auftreten gegenüber Einwohnerinnen und Einwohnern, Medien- und Interessenvertretern sowie die gegenseitige Information mit den Mitarbeitenden der Stadtverwaltung.

1. Ziel

Die Stadt Zug ist eine attraktive Stadt; sie will dieses Bild auch nach aussen pflegen. Sie schaut zuversichtlich in die Zukunft. Organisatorisches Rückgrat im öffentlichen Leben soll die Stadtverwaltung sein, die sich als modernes Unternehmen versteht, das seinen Kunden nützliche Dienstleistungen erbringt. Aufgrund dieser Dienstleistungen soll die Stadt Zug von allen Dialoggruppen als gut funktionierende Stadt mit einer bürgernahen Verwaltung erkannt werden. Als Stadt, Lebens- und Wirtschaftsraum, in der man sich wohl fühlt. Als Stadt, die überdurchschnittlich gute Möglichkeiten für die persönliche und wirtschaftliche Weiterentwicklung bietet.

Dieses Bild soll aktiv kommuniziert werden. Denn unsere Stadt sieht sich einer immer härteren Standort-Konkurrenz von Städten und Gemeinden ausgesetzt. Ein besserer Auftritt der Stadtverwaltung nach innen und nach aussen muss zu besserer Qualität der städtischen Dienstleistungen führen. Aktive Kommunikation ist ein Gebot der Stunde. Zu ihr gehören: Sachgerechte Vermittlung von Botschaften, allgemein verständliche Darstellung komplexer Zusammenhänge, Herstellung von Verbindungen, Organisation von Auftritten und Veranstaltungen. Kommunikation schafft Verständnis und dadurch (neues) Vertrauen, eine grosse Herausforderung unserer Zeit.

2. Ausgangslage

Ein neues Erscheinungsbild (Corporate Design) ist seit längerem ein Anliegen des Stadtrates und wurde schon einmal zur Bewerbung ausgeschrieben. Im Hinblick auf eine allgemeine Neuausrichtung der Stadtverwaltung (Corporate Identity) hat der Stadtrat das Projekt jedoch zurückgestellt. Im Jahre 1998 hat er beschlossen, die Stadtverwaltung ab 1999 einem Corporate Identity-Prozess zu unterziehen, um zu einem neuen Gesamterscheinungsbild zu kommen. Im Sommer 1999 sind die Leitgedanken des Stadtrates zur Zukunft der Stadt Zug veröffentlicht worden ("Die Zukunft der Stadt Zug gestalten"). Darin hat der Stadtrat seine Absicht bekundet, in der laufenden Legislatur einem überzeugenden Stadtauftritt besonderes Gewicht zuzumessen. Wörtlich führt er dazu aus:

"Der Stadtrat will eine hohe Übereinstimmung zwischen den politischen Leitvorstellungen zur Entwicklung der Stadt und dem Erscheinungsbild der Stadt in allen Publikationen, Anschriften und öffentlichen Auftritten erreichen. Diese Aufgabe geht über einen modernisierten visuellen Auftritt hinaus und umfasst auch die Neuformulierung des Stadtleitbildes und die Weiterführung der Stärke- und Schwächeanalyse angesichts eines härteren Standortwettbewerbs."

3. Stärken und Schwächen der Stadtkommunikation

Aus Sicht der Stadtrates ist die Kommunikation zwischen der Stadtbehörde und der Bevölkerung nach wie vor geprägt durch einen unbürokratischen, unkomplizierten und direkten Zugang zu Amtsstellen und Behördenmitgliedern. Lokale Medien informieren täglich über Fragen, die in der Beziehung zwischen Bevölkerung und Behörden von Bedeutung sind. Die Stadt ist über neue Medien wie Internet präsent und spricht überdies die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger und/oder die Haushalte der Stadt mit direkten Informationen an. Der Stadtrat stellt aber auch fest, dass die sozialen Beziehungen lockerer geworden sind und dass es Bevölkerungsgruppen gibt, deren Bedürfnisse und Anliegen den Behörden nicht unmittelbar zur Kenntnis gelangen. Das visuelle Erscheinungsbild der Stadt auf amtlichen Publikationen und bei der Bezeichnung von Amtsstellen ist uneinheitlich und stark erneuerungsbedürftig. Die aktive Information der Stadtbehörden konzentriert sich noch stark auf amtliche Verlautbarungen, die allenfalls über die lokalen Medien verbreitet werden. Der direkte Draht zu Institutionen, Firmen, politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgern muss verstärkt werden. Junge Einwohnerinnen und Einwohner von Zug, die traditionellen Institutionen wie Vereinen, Parteien oder Berufsvereinigungen gegenüber Distanz wahren, sind in die öffentliche Meinungsbildung zu wenig einbezogen. Die Integration ausländischer Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt kann verbessert werden. Der Stadtrat hat zwar am 19. Mai 1998 neue Informationsrichtlinien verabschiedet. Die Mittel für eine aktive Kommunikation fehlen der Stadt indes bis zum heutigen Tag.

4. Die Prioritäten

Aus Sicht des Stadtrates geht es in erster Linie darum, die traditionellen Qualitäten eines unkomplizierten und sachorientierten Dialogs zwischen Stadtbehörden und der Stadtbevölkerung zu erhalten und zu fördern. Zum andern geht es darum, politische Entscheide von Exekutive und Legislative nachvollziehbar zu kommunizieren und Verwaltungsabläufe transparenter darzustellen. Schliesslich sind neue Kommunikationsträger wie zum Beispiel das Internet, auch von der Stadt zu nutzen. Ihr öffentlicher Auftritt auf allen Kanälen muss qualitativ hohen Ansprüchen genügen, informativ, sachbezogen und ansprechend sein. Diese neue Art der Kommunikation soll durch ein neues Erscheinungsbild auch visuell ihren Ausdruck finden.

5. Die konkreten Schritte

Als erstes sollen folgende Schritte eingeleitet werden:

5.1 Die Vertiefung der Stärke-/Schwächeanalyse als Ausgangspunkt eines neuen Dialogs mit der Stadtbevölkerung

Die vom Stadtrat im Sommer 1999 vorgelegte politische Absichtserklärung soll Grundlage einer vertieften Auseinandersetzung über Möglichkeiten und Gefahren der Stadt mit verschiedenen Dialoggruppen und mit der Bevölkerung sein. Laufende Projekte, aber auch Ergebnisse von Hearings, von Expertengesprächen unter Einbezug der Stadtverwaltung, von gezielten Meinungsumfragen vervollständigen die vom Stadtrat skizzierte Ausgangslage und führen zu präzisen Sollwerten für die Entwicklung der Stadt.

5.2 Die Erneuerung des visuellen Auftritts der Stadt

Die visuelle Erscheinung der Stadt in Schriften, Anschriften (Gebäude / Fahrzeuge u.a.m.) und Auftritten ist den heutigen Verhältnisse anzupassen (Corporate Design).

5.3 Flankierende Massnahmen

Parallel zum visuellen Auftritt der Stadt sind die traditionellen Formen der Kommunikation zwischen Stadtbehörden und der Bevölkerung zu überprüfen, anzupassen und zu ergänzen, so z.B.:

- Inhalt und Form amtlicher Bekanntmachungen
- Orte und Gelegenheiten, wo die Stadt und ihre Qualitäten dargestellt werden
- Orte und Gelegenheiten, wo die Stadt durch Exekutive und/oder Legislative zu vertreten ist
- Orte und Gelegenheiten, wo die Stadt einen direkten Draht zu Institutionen, Firmen sowie politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgern pflegt.

Diese Massnahmen zusammen genommen bilden die Basis für eine aktive Kommunikation.

6. Projektorganisation und -kosten

Das Projekt "Neuer Stadtauftritt" wird von einem Projektteam unter stadträtlicher Leitung geführt. Das Projektteam wird unterstützt von einem externen Kommunikationsbüro, das die Grundlagen-, Entwicklungs- und Umsetzungsarbeit leistet. Die Auswahl des Kommunikationsbüros erfolgt unter den Gesichtspunkten Fachkompetenz, Ideenvielfalt, Umsetzungsstärke, Akzeptanz, Praktikabilität, Wirtschaftlichkeit und Kenntnisse der Stadt Zug.

Die Durchführung des Projektes soll bis Ende 2002 abgeschlossen sein. Aufgrund eingeholter Richtkosten und Erfahrungszahlen ist mit Projektkosten von ca. Fr. 300'000.-- zu rechnen nach folgender Aufstellung:

1. Grundlagenarbeit (Analysen, Erhebungen, Untersuchungen, öffentliche Hearings, Auswertung)	Fr. 70'000.--
2. Entwicklungsarbeit (externe und interne Kommunikation, visuelle Erscheinung in Wort, Bild und Ton)	Fr. 90'000.--
3. Umsetzungsarbeit (Schulungen, Einführung neuer Kommunikationsabläufe und visueller Auftritte, Erfolgskontrollen)	Fr. 110'000.--
4. Unvorhergesehenes	Fr. 30'000.--
Total	<u>Fr. 300'000.--</u>

In den Voranschlägen 1999 und 2000 sind unter der Laufenden Rechnung Fr. 100'000.-- bzw. Fr. 50'000.-- enthalten. Weitere Betreffnisse sind in die Voranschläge 2001 und 2002 aufzunehmen.

Nicht in den Projektkosten enthalten sind die daraus hervorgehenden Ausführungskosten.

7. Zusammenfassung

Das Projekt "Neuer Stadtauftritt" dient einerseits dazu, eine hohe Identifizierung zwischen Behörden und Bevölkerung der Stadt Zug zu erreichen, andererseits aber auch die Qualitäten der Stadt nach Aussen darzustellen. Mit der Durchführung wird ein Projektteam unter stadträtlicher Leitung beauftragt. Es soll von einem externen Kommunikationsbüro unterstützt werden, welches die Grundlagen-, Entwicklungs- und Umsetzungsarbeit leistet. Die Projektkosten belaufen sich auf schätzungsweise Fr. 300'000.--. Das Projekt soll bis Ende 2002 abgeschlossen sein.

Antrag:

Der Stadtrat beantragt Ihnen, auf die Vorlage einzutreten und für das Projekt "Neuer Stadtauftritt" zu Lasten der Laufenden Rechnung einen Kredit von Fr. 300'000.-- zu bewilligen.

Zug, 2. November 1999

DER STADTRAT VON ZUG

Der Stadtpräsident: Der Stadtschreiber:

Christoph Luchsinger Albert Rüttimann

Beilage:

Beschlussesentwurf

BESCHLUSS DES GROSSEN GEMEINDERATES VON ZUG NR. 1195
BETREFFEND PROJEKT "NEUER STADTAUFTRITT"

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

in Kenntnis von Bericht und Antrag des Stadtrates Nr. 1515 vom 2. November 1999

b e s c h l i e s s t :

1. Für das Projekt "Neuer Stadtauftritt" wird zu Lasten der Laufenden Rechnung ein Kredit von Fr. 300'000.-- (Indexstand 1.10.1999) bewilligt.
2. Die Jahresbetreffnisse sind in die entsprechenden Voranschläge aufzunehmen.
3. Dieser Beschluss tritt unter Vorbehalt des Referendums nach § 6 Gemeindeordnung sofort in Kraft.

Er ist im Amtsblatt zu veröffentlichen und in die Sammlung der Ratsbeschlüsse aufzunehmen.

Der Stadtrat wird mit dem Vollzug beauftragt.

Zug, 23. November 1999

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

Der Präsident:

Der Stadtschreiber:

Rainer Hager

Albert Rüttimann

Referendumsfrist: 27. November - 27. Dezember 1999