



**Protokollauszug**  
**17. Sitzung vom 9. September 2013**

**242/2013 16.07**

**Einführung Stadtmagazin**  
**Vorlage Nr. 15/2013: Antrag des Stadtrates auf Genehmigung eines**  
**jährlich wiederkehrenden Beitrages in der Höhe von Fr. 90'000 für**  
**die Herausgabe eines Stadtmagazins**

Referent des Stadtrates:

Toni Brühlmann  
Ressorvorsteher Präsidiales

**Weisung**

**A. Ausgangslage**

Der Masterplan Kommunikation 2006 hatte zum Ziel, das Image der Stadt zu verbessern und eine professionelle Kommunikation aufzubauen. Unter anderem wurden folgende Projekte definiert und umgesetzt:

- Erarbeitung eines Slogans
- Erarbeitung von Kernbotschaften
- Entwicklung und Umsetzung des Corporate Designs
- Überarbeitung Homepage
- Erstellung einer Standard-Präsentation zum Thema Stadtentwicklung
- Intensivierung der Kommunikation zu den verschiedenen Dialoggruppe durch verschiedene Aktivitäten und Massnahmen

2012 überprüfte der Stadtrat in zwei Workshops den Masterplan Kommunikation 2006 und passte ihn den neuen Anforderungen an. Während der alte Masterplan vor allem die Verbesserung der Aussenwahrnehmung anstrebte, soll der Masterplan 2013 vermehrt auf die stadtinterne Kommunikation ausgerichtet werden.

Am 24. Juni 2013 genehmigte der Stadtrat die definitive Fassung des Masterplans Kommunikation 2013. Dabei wurden drei Zielpositionierungen definiert:

- Schlieren als Dienstleisterin
- Schlieren als Wohnstandort
- Schlieren als Wirtschaftsstandort

Basierend auf dieser Positionierung wurden die Massnahmenfelder Image/Positionierung, Stadtmagazin, Organisationskommunikation und Kommunikationsprozesse definiert und daraus Umsetzungsmassnahmen erarbeitet.

## B. Einführung Stadtmagazin

Im Masterplan Kommunikation 2013 wurde das Massnahmenfeld Stadtmagazin wie folgt beschrieben:

„Den Behörden und der Verwaltung fehlt seit Jahren ein eigenes Kommunikationsmittel, um die Bevölkerung direkt anzusprechen bzw. das Informationsbedürfnis der Einwohnerinnen und Einwohner abzudecken. Das neu aufzubauende Stadtmagazin soll dazu dienen, die Identität zu stärken. Dies ist besonders wichtig in einer Phase, wo die Einwohnerzahl rasant ansteigt. Das Stadtmagazin ist ideal, um Positionierungsthemen darzulegen und auf das positive Wirken der Behörden aufmerksam zu machen.“

Unter der Leitung des Stadtpräsidenten wurde eine Arbeitsgruppe mit dem Auftrag eingesetzt, ein Konzept zu entwickeln, welches die wesentlichen Punkte für die Herausgabe des Magazins regelt. Die Arbeitsgruppe empfiehlt, das Magazin viermal jährlich herauszugeben, 4farbig, 24 Seiten umfassend (inkl. Umschlag), wobei für das Jahr 2014 lediglich zwei Ausgaben nach den Sommerferien vorgesehen sind. Im ersten Halbjahr sind Vorbereitungsarbeiten wie das Gestaltungskonzept oder Verträge mit Dienstleistenden zu erarbeiten.

Für die grafische Umsetzung sowie redaktionelle Unterstützung wurden zwei Agenturen zu einer kurzen Konkurrenzpräsentation eingeladen. Es ist vorgesehen, mit der Agentur Sennhauser Creative Consulting, SCC Kommunikation AG, Zürich, zusammenzuarbeiten. Die Inserateacquisition wird extern vergeben, ist aber noch nicht erfolgt.

Das Redaktionsteam setzt sich aus dem Büro des Stadtrates, der Fachstelle Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie einem Redaktor der Agentur zusammen.

Es wird geprüft, ob der Abfallkalender ins Stadtmagazin integriert werden kann, um Synergien beim Versand zu nutzen.

### Kosten

Als einmalige Kosten fallen ca. Fr. 18'000 für die Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes an. Die jährlich wiederkehrenden Kosten basieren auf diversen vorliegenden Offerten. Bei der Auswahl der Agentur wurden folgende Kriterien berücksichtigt: Referenzen, Verfügbarkeit von Spezialisten (Umfang der Dienstleistungen), Vorgehensvorschlag, Beratungskompetenz, Preis. Die Arbeitsgruppe entschied sich für die Sennhauser Creative Consulting SCC Kommunikation AG. Nach der Entwicklung des Gestaltungskonzeptes übernimmt die Agentur nicht nur die Layout- Aufgaben, sondern auch journalistische Leistungen, Bild und Illustrationen sowie Produktion und Versand.

Der Inserateumfang wurde aus Qualitätsgründen auf 30 % des zur Verfügung stehenden Raumes limitiert. Es wird mit Einnahmen in der Höhe von ca. Fr. 7'000.- pro Ausgabe gerechnet (nach Abzug der Aquisitionskosten). Die Inserateacquisition wird ebenfalls extern vergeben, da in der Verwaltung für diese Aufgabe keine Ressourcen zur Verfügung stehen.

Die jährlich wiederkehrenden Kosten setzen sich aus den Positionen Layout/Reinzeichnung (Agentur), Redaktion extern, Druck, Versand und diverse Unkosten/Reserve zusammen und betragen total Fr. 90'000. Für die Einnahmen aus den Inseraten wird mit Fr. 28'000 gerechnet, womit sich die Nettokosten auf Fr. 62'000 pro Jahr reduzieren.

### **Interne Ressourcen**

Eine Aufwandschätzung aufgrund des Konzeptes sowie Erfahrungen anderer Gemeinden geht davon aus, dass für die Fachstelle Kommunikation mit 10 Stellenprozenten gerechnet werden muss. Für die weiteren Mitglieder der Redaktion ist ein Aufwand von insgesamt rund 25 Stunden pro Ausgabe vorgesehen. Dies beinhaltet eine gemeinsame Sitzung und insbesondere für die Chefredaktorin (Stadtschreiberin) zusätzliche Aufgaben.

### **Antrag an das Gemeindeparlament:**

1. Für die Herausgabe eines Stadtmagazins wird ein jährlich wiederkehrender Beitrag von Fr. 90'000 zulasten Konto Nr. 110.3103 genehmigt.

Status: öffentlich

STADTRAT SCHLIEREN



Toni Brühlmann  
Stadtpräsident



Walter Suter  
Stadtschreiber a. i.