



Protokollauszug
13. Sitzung vom 24. Juni 2013

172/2013 16.07 Kommunikation
Antrag des Stadtrates auf Abschreibung des Postulates von Pascal
Leuchtmann über die Professionalisierung der Kommunikation

Am 17. Mai 2011 ist von Parlamentsmitglied Pascal Leuchtmann folgendes Postulat eingegangen:

"Wir bitten den Stadtrat zu prüfen, ob und wie die gesamte Kommunikation der Stadtverwaltung professionalisiert werden kann.

Begründung

Zurzeit sind mehrere kleine Anfragen und Postulate des Gemeindeparlaments zu Teilbereichen der Kommunikation pendent. Einige Basis-Kommunikationsinstrumente der Stadtverwaltung, insbesondere die Medienmitteilungen, erfüllen die formalen, professionellen Anforderungen nicht. Verschiedene Anspruchsgruppen bezeichnen die Kommunikation der Stadtverwaltung als mangelhaft. Beispiel: Limmattaler vom 5. Februar zur Inventarisierung kulturhistorischer Objekte „Der Stadtrat entschuldigt sich“.

Eine gute Kommunikation trägt zu einem guten Image der Stadt bei und schafft Vertrauen in die Stadtverwaltung. Es gibt mehrere sichtbare Ansätze, dass sich Stadtrat und Stadtverwaltung um eine gute Kommunikation bemühen. Sie sollten aber nicht nur auf berechnete Forderungen des Gemeindeparlaments eingehen, sondern dafür sorgen, dass die Kommunikation als Ganzes stimmig wird. Auch sollte die Kommunikation integriert und aus Ressourcengründen effizient und effektiv gestaltet werden.

Es empfiehlt sich daher, dass die Stadtverwaltung ihre vielen Anspruchsgruppen identifiziert und deren Informationsbedürfnisse analysiert. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen kann sie die notwendigen Kommunikationsinstrumente entwickeln und diese aufeinander abstimmen. Die bestehenden Kommunikationsinstrumente sollten zudem - wo nötig - professionalisiert werden.“

Das Postulat von Pascal Leuchtmann wurde an der 11. Sitzung des Gemeindeparlaments vom 20. Juni 2011 zur Prüfung und Berichterstattung an den Stadtrat überwiesen.

Bericht an das Gemeindeparlament

1) Ausgangslage

Grundlage der bisherigen Kommunikationsmassnahmen war der Masterplan Kommunikation aus dem Jahr 2006. Der Stadtrat verfolgte mit dem Masterplan 2006 das Ziel, das Image der Stadt zu verbessern und eine professionelle Kommunikation aufzubauen. Unter anderem wurden folgende Projekte umgesetzt:

- Erarbeitung eines Slogans (Schlieren - wo Zürich Zukunft hat)
- Erarbeitung von Kernbotschaften
- Entwicklung und Umsetzung des Corporate Designs (inkl. Logo)
- Überarbeitung der Homepage
- Erstellung einer Standard-PowerPoint-Präsentation zum Thema Stadtentwicklung
- Intensivierung der Kommunikation zu den verschiedenen Dialoggruppen durch verschiedene

2) Situationsanalyse

Schlierens Medienpräsenz hat sich in den vergangenen Jahren gut entwickelt, negative Berichterstattungen finden kaum mehr statt. Die Stadt hat sich baulich stark entwickelt, die Einwohnerzahl ist um 4'000 gestiegen, in absehbarer Zeit ist mit 20'000 Einwohnerinnen und Einwohnern und ebenso vielen Arbeitsplätzen zu rechnen. Aufgrund dieser Veränderungen hat der Stadtrat die Bedürfnisse der verschiedenen Anspruchsgruppen analysiert und basierend auf Stadtidee - Leitbild - Regierungsrichtlinien 2010 - 2014 den Masterplan 2006 mit Unterstützung eines professionellen Kommunikationsspezialisten überarbeitet.

3) Masterplan 2013

Während der Masterplan 2006 vor allem die Verbesserung der Aussenwahrnehmung zum Ziel hatte, soll der Masterplan 2013 vermehrt auf die stadtinterne Kommunikation ausgerichtet werden. Auf der Positionierung basieren die Hauptbotschaften inkl. Slogan und Gestaltungsstil. Die Positionierung Schlierens als Dienstleisterin, als Wohnstandort und als Wirtschaftsstandort wurde neu definiert.

Zielpositionierung Schlieren als Dienstleisterin

Die Stadt Schlieren will sich unkonventioneller und auffälliger positionieren. Der Auftritt soll eine Spur persönlicher gestaltet werden. Sicht- und fassbare Politiker, klar benannte und gut erreichbare Ansprechpartner in der Stadtverwaltung geben Schlieren ein Gesicht.

Die Stadt Schlieren mit ihren politischen Behörden und ihrer Verwaltung ist eine professionelle Dienstleisterin mit effizienten, kundenorientierten Prozessen. Beim Erbringen der Dienstleistungen zeigt sie Persönlichkeit. Dies bedeutet, dass die Einwohnerinnen und Einwohner sowie weitere Zielgruppen wissen, wer auf politischer Ebene und in der Verwaltung für die jeweiligen Aufgaben verantwortlich ist. Sie verbinden mit dem Begriff "Stadt Schlieren" nicht eine anonyme Oberfläche, sondern Namen, die für Qualität und Professionalität bürgen.

Dadurch entsteht ein bürgernahes Profil, das Bindung ermöglicht. Die Stadt führt ihre Kundinnen und Kunden transparent durch die Geschäftsprozesse. Die Kunden wissen stets, wer ihr Ansprechpartner ist. Anliegen von Ansprechgruppen werden ernst genommen und rasch sowie in möglichst persönlicher Form beantwortet. Kernbegriffe: Persönlichkeiten, Qualität, Bürgernähe.

Zielpositionierung Schlieren als Wohnstandort

Die Urbanität Schlierens soll sichtbarer und erlebbarer werden.

Schlieren ist eine Agglomerationsstadt mit einer starken Identität. Die bauliche Gestaltung des Zentrums unterstreicht den städtischen Charakter. Die Gebiete um das Zentrum herum verfügen über eine gute Wohnqualität. Das dichte Angebot an Kulturveranstaltungen und Freizeitbeschäftigungen, Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten ist ansprechend und vielseitig. An der Limmat oder auf dem Schlierenberg finden die Einwohnerinnen und Einwohner direkt vor der Haustür Raum für Ruhe und Erholung. Damit bietet Schlieren eine hohe Lebensqualität.

Die Chancen, die sich durch soziale und kulturelle Vielfalt und durch wirtschaftliche Initiative ergeben, werden für eine gemeinsam gestaltete Entwicklung des Zusammenlebens genutzt. Kernbegriffe: Städtische Identität, attraktives Zentrum, Wohnqualität, Nähe zur Natur.

Zielpositionierung Schlieren als Wirtschaftsstandort

Die Stadt will die ansässigen und ansiedlungswilligen Unternehmen noch stärker betreuen und miteinander vernetzen. Mit einer weiterhin aktiven Wirtschaftspolitik soll die Entwicklung von Trendbranchen in Schlieren gefördert werden:

Die Stadt Schlieren verfügt über eine vitale und vielseitige Wirtschaft. Sie ist einerseits geprägt von namhaften und innovativen Unternehmen, die in Zukunftsbranchen wie Biotech, Clean-Tech und visuelle Medien positioniert sind. Andererseits sind in Schlieren viele traditionelle gewerbliche Betriebe und Dienstleistungsunternehmen tätig, die Arbeitsplätze anbieten und die Bedürfnisse der Bevölkerung abdecken. Innovative Unternehmen tragen zur positiven Wahrnehmung von Schlieren bei und schätzen die Standortvorteile. Die Stadt betreut die bereits ansässigen, aber auch ansiedlungswilligen Unternehmen und fördert die Vernetzung innerhalb der Schlieremer Wirtschaft

sowie zwischen Wirtschaft, Kultur und Politik. Kernbegriffe: Aktive Betreuung der Unternehmen, Vernetzung fördern, Cluster aus Zukunftsbranchen.

Aufgrund der neuen Positionierungen und der stärkeren Gewichtung der stadtinternen Kommunikation ergeben sich für den Masterplan Kommunikation 2013 folgende Massnahmenfelder:

- A) Image/Positionierung
- B) Stadtmagazin
- C) Organisationskommunikation
- D) Kommunikationsprozesse

Umsetzungsmassnahmen

Basierend auf diesen Massnahmenfeldern wurden folgende Umsetzungsmassnahmen erarbeitet:

A) Image/Positionierung

1. Positionierung in die Kommunikation einbauen
 - a. Auftritt Stadtrat: Positionierungsstarke Themen werden intensiver und aktiver als bisher kommunikativ genutzt. Die Auftritte des Stadtrats als Exekutivorgan werden verstärkt, um der Botschaft ein Gesicht zu geben.
 - b. Die Positionierung wird in die Kommunikation der Standortförderung eingebaut (im persönlichen Gespräch, in Präsentationen etc.).
 - c. Die Positionierung wird in Kommunikationsmitteln wie Broschüren, Filmen, Homepage, Stadtmagazin etc. zum Ausdruck gebracht.
2. Slogan
Der Slogan "Schlieren - wo Zürich Zukunft hat" wird weiterhin verwendet, insbesondere in der Standortförderung. Auf die Entwicklung eines neuen, allgemein eingesetzten Slogans wird vorerst verzichtet.

B) Stadtmagazin

3. Um die Identität zu stärken und die Integration von Neuzuzüglern und Neuzuzügerinnen zu fördern will der Stadtrat ab Frühjahr 2014 ein Stadtmagazin herausgeben. Das Stadtmagazin soll die Positionierungsthemen darlegen und auf das positive Wirken der Behörden aufmerksam machen.

C) Organisationskommunikation

4. Das Öffentlichkeitsprinzip wird konsequent umgesetzt. Gemäss Stadtratsbeschluss Nr. 76 vom 2. April 2012 werden Stadtratsbeschlüsse seit 1. Oktober 2012 unter Berücksichtigung des Reglements über die Veröffentlichung von Stadtratsbeschlüssen im Internet (Website der Stadt Schlieren) veröffentlicht, ebenso die entsprechenden Aktenauflagen.
5. Die Homepage soll zu einem attraktiven Informationsträger und zur Plattform für eGov entwickelt werden. Die Möglichkeiten, die E-Government für die elektronische Abwicklung von Verwaltungsgeschäften bietet, sollen optimal ausgeschöpft werden. Zudem soll das Mobile-Computing unterstützt werden durch das Angebot von Gemeinde-Apps.
6. Der Einsatz dialogorientierter Kommunikation (Facebook, Twitter) wird projektbezogen geprüft.
7. Die Präsenz der Stadt Schlieren im öffentlichen Raum soll mit einem Konzept zur Erhaltung und Pflege von Beschriftungsträgern (Gebäude, Anlagen, Fahrzeuge, Bekleidung, Abfalleimer, Sitzbänke u.a.) allgemein verstärkt werden.

D) Kommunikationsprozesse

8. Die internen Kommunikationsprozesse sind festgelegt; das Vorgehen bei Anfragen von Bürgerinnen und Bürgern oder von Medien ist geklärt. Es besteht ein regelmässig aktualisiertes Konzept für die Kommunikation im Krisenfall. Die Kommunikation der Stadtratsbeschlüsse wird festgelegt und koordiniert (Stadtratsnachrichten, Medienmitteilungen, Medienkonferenzen).

Im Budget 2013 sind für Kommunikationsmassnahmen Fr. 100'000.-- eingestellt.

Antrag an das Gemeindeparlament:

Der Stadtrat beantragt gemäss der Geschäftsordnung des Gemeindeparlamentes im Sinne von Art. 79 der Geschäftsordnung des Gemeinderates das Postulat von Pascal Leuchtmann über die Professionalisierung der Kommunikation als erledigt abzuschreiben.

Status: öffentlich

STADTRAT SCHLIEREN

Toni Brühlmann
Stadtpräsident

Walter Suter
Stadtschreiber a. i.