

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 31.01.2008
Dezernat OB	Amt Amt 13	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0037/08

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	12.02.2008	nicht öffentlich
Finanz- und Grundstücksausschuss	05.03.2008	öffentlich
Ausschuss für kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten	20.03.2008	öffentlich
Verwaltungsausschuss	28.03.2008	öffentlich

Thema: Möglichkeiten der Bürgerinformation

Mit Beschluss Nr. 1695-56(IV)07 zum Änderungsantrag DS 0126/07/69 hat der Stadtrat den Oberbürgermeister wie folgt beauftragt:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt zu prüfen, welche möglicherweise kostengünstigeren Möglichkeiten zur Bürgerinformation, die auch alle Magdeburger(innen) erreicht, gefunden werden könnte als die derzeit praktizierten. Das Prüfergebnis ist dem KRB, dem FG und dem VW vorzulegen.

Im Ergebnis der Prüfung nehme ich dazu wie folgt Stellung:

Die Stadtverwaltung nutzt zur Information der Magdeburgerinnen und Magdeburger sowie von Touristen, Investoren und allen, die sich für die Stadt interessieren verschiedene Wege und Instrumentarien. Grundsätzlich stehen die verschiedenen Formen direkter Kommunikation mit dem Bürger und vielfältige Möglichkeiten medienvermittelter Kommunikation nebeneinander. Ihr Einsatz erfolgt abhängig von Inhalt und Absicht, Zielgruppe, Rezeptionsgewohnheiten, verfügbaren Mitteln sowie Zeitpunkt und Ort der Veröffentlichung. Die verschiedenen Instrumentarien der direkten und medienvermittelten Kommunikation, die von der Stadt eingesetzt werden, wurden in der Stellungnahme zum Änderungsantrag (S 0125/07) ausführlich dargestellt.

Kommunikation gelingt dann erfolgreich, wenn die ausgesandte Nachricht für den Empfänger einen Mehrwert hat, das heißt, sie weckt Neugier, sie bedient ein persönliches Interesse oder sie wird aktuell benötigt. Aus diesem Grund setzt die Stadt seit vielen Jahren – neben den verschiedenen Formen der direkten Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern – einen Medienmix ein, um möglichst viele Bürgerinnen und Bürger zu erreichen und den Rezeptionsgewohnheiten der unterschiedlichen Adressatengruppen gerecht zu werden.

Gleichwohl hat sich das Internet in den zurückliegenden Jahren zu dem Medium entwickelt, das Informations- bzw. Kommunikationsbedürfnisse am umfassendsten und flexibelsten erfüllen kann – nicht zuletzt, weil Informationen und Service-Angebote dort rund um die Uhr zur Verfügung stehen und der Nutzer auf elektronischem Weg Kontakt zur Stadtverwaltung aufnehmen kann. Die Landeshauptstadt Magdeburg hat ihren Internetauftritt unter www.magdeburg.de seit 1997 systematisch ausgebaut und von einem Medium der Information für die Bürgerinnen und Bürger zu einem Medium der Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern weiterentwickelt.

Der überproportionale Anstieg der Nachfrage nach Internetangeboten in den letzten zehn Jahren, der sich allen seriösen Prognosen zufolge fortsetzen wird, und die Haushaltssituation der Stadt haben bereits zu einem deutlichen Rückgang von Druckerzeugnissen, und damit zu einer Reduzierung der Kosten für Veröffentlichungen geführt. Über die in der S0125/07 hinausgehende Darstellung von Einsparungen hat die Stadtverwaltung im vergangenen Jahr die Ausgaben für die Veröffentlichung von Ausschreibungen in der Lokalzeitung nochmals um rd. 17.000 € reduziert.

Zur stärkeren Nutzung elektronischer Medien für die Veröffentlichung von Bekanntmachungen finden derzeit Gespräche mit dem Innenministerium des Landes Sachsen-Anhalt sowie verwaltungsinterne Abstimmungen statt.

Grundsätzlich müssen die von einer Stadtverwaltung eingesetzten „Möglichkeiten der Bürgerinformation“ die unterschiedlichen Rezeptionsgewohnheiten von Bürgerinnen und Bürgern, Touristen und Gästen berücksichtigen. Zur Vielfalt der eingesetzten Instrumente kommunaler Öffentlichkeitsarbeit gibt es deshalb auch in Zukunft keine Alternative. Zur Kosteneinsparung nutzt die Stadt dabei auch künftig Synergie-Effekte (z.B. durch gemeinsame Veröffentlichungen), verzichtet auf kostenintensive Extra´s und versucht, Broschüren und – in Teilen - auch den städtischen Internetauftritt durch Anzeigen oder Sponsoring zu refinanzieren.

Im Ergebnis meiner Ausführungen betrachte ich damit den Prüfauftrag des Stadtrates, insbesondere unter dem Aspekt weiterer Kosteneinsparungen, als erledigt.

Dr. Trümper