



Beschlussvorlage 2015/172	Referat	Bürgermeister
	Abteilung	Abt. 61, Öffentlichkeitsarbeit/Kultur/Sport
	Verfasser(in)	

Gremium	Termin	Vorlagenstatus
Stadtrat	18.06.2015	öffentlich

Neukonzeption des "Friedberger Stadtboten"

Beschlussvorschlag:

Der Friedberger Stadtbote erscheint ab September / Oktober 2015 neu konzipiert.

Die Verwaltung wird beauftragt, mit der Firma studio a/a3kultur eine entsprechende Vereinbarung als Redaktionspartner zu treffen.

Haushaltsmittel sind für das Jahr 2015 vorhanden. Für die weiteren Jahre sind die entsprechenden Haushaltsmittel einzustellen.

anwesend:	für den Beschluss:	gegen den Beschluss:
-----------	--------------------	----------------------



Sachverhalt:

Chronologie:

Der Friedberger Stadtbote erschien erstmals am 17. Juni 1980. Seither fungierte er als Amts- und Informationsblatt der Stadt Friedberg. Die Redaktionsarbeit lief über die Stadtverwaltung. Die städtischen Bekanntmachungen wurden über die Tagespresse (Friedberger Allgemeine) veröffentlicht.

Im Jahr 2002 wurde der „Stabo“ nach Diskussionen im Stadtrat zwischenzeitlich eingestellt. 2009 wurde der „Stabo“ erneut aufgelegt und ist seither auch offizielles Bekanntmachungsorgan der Stadt. Redaktionelle Unterstützung und Blattgestaltung/Layout erhielt die Stadtverwaltung bis dato von freien Journalisten, zuletzt von Herrn Florian Winkler-Ohm.

Analyse:

Der Friedberger Stadtbote erscheint in der aktuellen Form inhaltlich und gestalterisch zu unattraktiv. Die Gewichtung zwischen redaktionellen Beiträgen und amtlichen Veröffentlichungen ist zu stark im amtlichen Teil. Rückmeldungen ergeben zudem die Kritikpunkte „wird gar nicht wahrgenommen“ oder „nicht gut lesbar“. Veranstaltungshinweise und Termine nehmen zu wenig Raum ein. Ein „Dialog“ mit der Bürgerschaft war bisher nicht vorgesehen.

Konzeptionsvorschlag:

Der „Stabo“ soll künftig inhaltlich und gestalterisch aufgewertet und den Anforderungen der neuen Medien sowie den Lesergewohnheiten angepasst werden. Dazu zählt auch die Kompatibilität der Texte mit Auftritten im Netz. Wichtig erscheint, dass der „Stabo“ Verankerung in der Bürgerschaft findet. Es soll in Zukunft nicht nur „Sprachrohr“ für Bürgermeister, Verwaltung und Politik sein, sondern auch die Bürgerinnen und Bürger zum Dialog einladen.

Es sind folgende Inhalte vorgesehen:

- Bürgerfotos werden auf die Eingangsseite (Cover) gesetzt
- Rathausnachrichten und Bekanntmachungen
- Rubriken für Bürgermeister und Fraktionen, um die Sichtweise zu aktuellen Themen darzustellen
- Bürgerengagement und Vereinsleben: Aktive Bürger, Vereine, Gruppen stellen ihre Arbeit vor
- Kultur: Was Wann Wo; Gespräche mit Machern; Hintergründe



- Kinder- und Schülerredaktion: Kooperation mit Friedberger Schulen, Beiträge zu deren interessanten Themen
- Blick in die Nachbarschaft: Was läuft, in Aichach, Kissing, Mering, im Wittelsbacher Land, in Augsburg
- Wirtschaftsschaufenster: Nachrichten und Porträts von Unternehmen aus der Stadt

Zur Neukonzeption gehört auch die Erhöhung des Erscheinungstaktes (geplant sind 18-20 Ausgaben pro Jahr), um insbesondere bei der Veröffentlichung von Bekanntmachungen flexibler zu sein und Abläufe in Verwaltungsverfahren (zum Beispiel in Verfahren der Bauleitplanung) zu beschleunigen. Hier gab es in der Vergangenheit immer wieder einmal zeitliche Probleme/Verzögerungen.

Partner:

Um diese Prämissen zu gewährleisten, schlägt die Verwaltung die Zusammenarbeit mit einem bewährten Redaktionsteam, dem studio a/a3kultur, vor. Dieses übernimmt die Rolle der redaktionellen Moderation zwischen Rathaus / Politik / Bürgerschaft. Eine lebendige Korrespondenz zwischen den Akteuren ist als Ziel vorgegeben.

Ein „Mann vor Ort“ aus dem a3-kultur-team wird feste Ansprechzeiten in der Friedberger Verwaltung anbieten und angeleitete Formate wie die Berichterstattung aus den Fraktionen, Kooperation mit Vereinen und Schulen sowie Gastbeiträge von engagierten Bürgern entwickeln.

Seit vier Jahren produziert das Redaktionsteam von a3kultur die monatlich erscheinende Zeitung mit den Kulturnachrichten und Terminen für die Region. Das a3 steht dabei für die Landkreise Wittelsbacher Land, Augsburg Land und Stadt Augsburg.

Neben diesem Printprodukt beschäftigt sich a3kultur mit der Konzeption, Erstellung, Produktion und Verteilung von Sonderveröffentlichungen für Kunden aus Kultur, Wirtschaft und Handel, sowie mit der Entwicklung von Onlinemedien.

Hervorgegangen ist die a3kultur-Redaktion aus der Agentur studio a, mit den Aufgabenbereichen Kultur, Verlag und Marketing. Geschäftsführer ist Jürgen Kannler. Der Medienmanager und Dipl. Kaufmann Michael Bernicker unterstützt das a3kultur-Team seit einem Jahr im Bereich Projektentwicklung und wird ab Sommer diesen Jahres eine Geschäftsführerposition im Verlag einnehmen. Gegenwärtig zählt das Team neun festangestellte Werbe-, Medien und Logistikprofis. Ergänzt wird die Stammmannschaft durch freiberufliche Journalisten, Grafiker und Fotografen. Einige Mitarbeiter leben oder lebten im Stadtgebiet, mit dem sie nach eigenen Angaben vertraut sind

Zu den Partnern zählen neben gut 300 Programmachern auch zahlreiche Unternehmen aus der Region.

Finanzierung pro Ausgabe und vier Seiten:



Bisher: ca. 1.500 € (nach Abzug Anzeigengelder)

Künftig ca. 2.700 € (nach Abzug Anzeigengelder)

Für die ersten Ausgaben in diesem Haushaltsjahr sind Mittel bei der Aufstellung des Haushalts berücksichtigt worden und somit vorhanden.

Eine entsprechende Aufstockung des Etats auf 60.000 Euro ist ab dem Haushalt 2016 zu berücksichtigen.

Verantwortliche der Geschäftsführung und der künftige „Mann vor Ort“ aus der a3kultur-Redaktion sind zur Stadtratssitzung eingeladen, um sich und die Konzeption vorzustellen.



Finanzierung pro Ausgabe und 4 Seiten:

Bisher

Redaktion/Layout: 493,85 €

Druck: 1.027,63 €

Verteilung: 791,36 €

Kosten: 2.312,84 €

Rücklauf über Anzeigenpartner (Stadtsparkasse): - 833,33 €

1.479,51 €

neu (kalkuliert)

Redaktion/Grafik/Drucklegung: 2.380,00 € (3.213 € bei 6 Seiten)

Druck: 1.027,63 € (entspr. erhöht bei 6 Seiten, noch nicht ermittelt)

Verteilung: 791,36 €

Kosten: 4.198,99 €

Rücklauf über Anzeigen (ausgeweitet auf ca. 2-4 städtische Partner): - 1.500 € (Schätzung)

Darüber hinaus erhält a3-Kultur die Möglichkeit, weitere Anzeigenakquise zu deren Gunsten zu betreiben.

2.698,99 €