

Ziel

Das Engagement und die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger für Offenburg und die Identifikation mit ihrer Stadt werden gestärkt.

K1: Zahl der Zugriffe auf die Homepage der Stadt Offenburg (inklusive Module wie Landesgartenschau, Klimaschutz, Innenstadt usw.)

K2: Zahl der Bürgerbeteiligungen und Zahlen zu teilnehmenden Frauen und Männern

K3: Zahl der Follower/Freunde bei Facebook usw.

K4: Zahl der Pressemitteilungen

Im Rahmen der strategischen Zielvorgaben, das Engagement und die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger für Offenburg sowie deren Identifikation mit ihrer Stadt zu stärken, ist die Organisationseinheit Marketing und Kommunikation im Dezernat I zuständig und aktiv für die städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – d.h. sie ist Informationsdrehscheibe Richtung externe Medien, gibt das Offenblatt/Amtsblatt der Stadt Offenburg heraus, erstellt Reden und Vorworte, verantwortet die Internetkoordination und -entwicklung, überwacht das Corporate Design.

Weiter ist sie für die Vorbereitung und Durchführung von Ehrungen sowie die Würdigung von Alters-, Ehe- und Arbeitsjubilaren zuständig.

Die Organisationseinheit hat im Jahr 2023 44 (2022: 44) Ausgaben des **städtischen Amtsblatts – OFFENBLATT** – mit 708 (704) Seiten (redaktionell und Anzeigen) erarbeitet. Enthalten ist in jeweils 22 (4) Ausgaben ein Veranstaltungskalender, der auch Teil einer von der Organisationseinheit erstellten Jahres-Veranstaltungsübersicht ist, auf die von vielen Externen zugegriffen wird. Aufgrund der Corona-Pandemie musste der Kalender in 2022 in reduziertem Umfang erscheinen. Seit September 2023 erscheint das Offenblatt bei der Stadtanzeiger Verlags-GmbH & Co. KG, was auch ein neues Layout mit sich bringt.



Rund 2.000 **mündliche und schriftliche Presseanfragen** zum kommunalpolitischen Geschehen sowie zu städtischen Aufgaben und Planungen wurden beantwortet oder deren Beantwortung koordiniert. Die Organisationseinheit hat zu 56 (56) **Pressegesprächen** eingeladen. Es wurden 545 (487) **schriftliche Pressemitteilungen** an die

Medien herausgegeben (K4) - diese Informationen werden seit 2012 zusätzlich über soziale Medien kommuniziert, Schwerpunkt Facebook und Instagram.

Die aktuell über Facebook (K3) aktiven Verwaltungsbereiche (OB, OEMK, Bad, Kultur/Reithalle, VHS, Stadtbibliothek, Musikschule, Städtische Galerie, Museum, Salmen, Freiheitsfest, Kunstschule, Integration/Interkulturelle Stadt Offenburg, Institut für deutsche Sprache, Jugendbüro, Klimaschutz, Landesgartenschau Offenburg, Feuerwehr, Messe) zählen aktuell zusammen rund 38.200 (Dez 2022: 37.800) Follower. Das Flaggschiff der Facebook-Aktivitäten blieb „Offenburg – Infoportal der Stadtverwaltung“ mit rund 12.600 (12.300) Followern. Besonders Personen zwischen 25 und 54 Jahren nutzen diese Medien, am intensivsten die Altersgruppen zwischen 25 und 44 Jahren.

Mit der Einführung eines Instagram-Kanals im September 2019 wurde das Social-Media-Angebot der Verwaltung erweitert. Mit diesem sich dynamisch entwickelnden sozialen Netzwerk wurden zusätzliche Zielgruppen erschlossen. Die Instagram-Angebote aller städtischen Fachbereiche und Einrichtungen zählen zusammen 35.100 (32.400) Follower und wachsen weiterhin kontinuierlich. Das Flaggschiff ist auch hier der Account der Stadtverwaltung Offenburg mit 7.300 (6.600) Followern.

Die sozialen Netzwerke werden, begleitet von der OE Marketing und Kommunikation, durch die zuständigen Fachbereiche administriert. Diese zusätzlichen Informationskanäle fördern Bürgernähe und Dialog und erleichtern Bürgerbeteiligung (K2).

Der Organisationseinheit obliegt zudem die Koordination und Weiterentwicklung des Internetauftritts der Stadt Offenburg. Es besteht eine Kooperation mit rund 80 Administratoren in Fachbereichen und Abteilungen.

Zusätzliche, verlinkte, zielgruppenorientierte Websites bzw. Module neben der Überblick gebenden www.offenburg.de sind: Kommunale Kriminalprävention, Klimaschutz, Innenstadt, VHS, Stadtbibliothek, Kulturbüro, Städtische Galerie, Kunstschule, Museum, Museumspädagogik, Stadtarchiv, Salmen, Musikschule, Mehrgenerationenhaus, IdS, SFZs, Seniorenbüro und Landesgartenschau; hinzu kommen die in Eigenregie verantworteten Webauftritte der Ortsteile, der städtischen Gesellschaften, Eigenbetriebe, Beteiligungen – wie z.B. Freizeitbad Stegermatt, TBO, Feuerwehr, Messe oder Wohnbau/Stadtbau.

Daneben fertigte die Organisationseinheit in Zusammenarbeit mit den Fachbereichen, städtischen Töchtern sowie Externen 169 (137) **Reden und Grußworte** für Repräsentationsanlässe der

Verwaltungsspitze und ihrer Stellvertreter sowie 20 (32) **Vorworte/Editorials** für Flyer, Broschüren, Kataloge oder Bücher.

Im Rahmen der Wahrung des **Corporate Design** leistete die Organisationseinheit den Fachbereichen genauso Hilfestellung wie bei der Schlussredaktion von Flyern, Plakaten und Broschüren.

Weiter wurden 118 (261) **Ausschreibungen, Stellenanzeigen und Nachrufe** geprüft und in verschiedenen Medien geschaltet. Bis 2022 lag die Zuständigkeit für die Schaltung von Stellenausschreibungen in externen Medien bei der Organisationseinheit. Inzwischen zeichnet sich hierfür der Fachbereich 2 Personal und Organisation verantwortlich.

Die Organisationseinheit organisierte zudem die Ehrung von 46 (85) Blutspender*innen – 16 (27) Kernstadt, 30 (46) Ortsteile. 2023 wurden 2 Bundesverdienstkreuze (0), 2 (1) Staufermedaillen und 7 (5) Landesehrennadeln verliehen. Hinzu kommt die Verleihung von 3 (0) Bürgermedaillen im Rahmen des städtischen Neujahrsempfangs. Mit teils standardisierten, teils individuellen OB-Schreiben sowie Präsenten bedacht wurden 2.687 (2.655) Alters- und Ehejubilare. Zum 18. Geburtstag erhielten 580 (574) junge Bürgerinnen und Bürger ein Glückwunschsreiben. Für 45 (45) Arbeitsjubilare wurden die Urkunden beantragt und deren Übergabe organisiert.

Produkt 11300001: „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“

(In Klammer: die Vorjahrszahlen zum Vergleich)