



# **Tätigkeitsfelder des Presse- und Informationsamtes**

**Frankfurt am Main, 2015**



## **Die Verortung des Presse- und Informationsamtes**

Das Presse- und Informationsamt (PIA) ist ein zentraler Kommunikationsdienstleister für den Magistrat und die Stadtverwaltung. Es ist in dem städtischen Gefüge von zentraler und dezentraler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Kompetenzknoten, der die dezentralen Tätigkeiten miteinander vernetzt und den gegenseitigen Austausch fördert. Vor allem ist das PIA auch bei dezernatsübergreifenden Kommunikationstätigkeiten, insbesondere bei Großveranstaltungen gefragt. Die Tätigkeit des PIA ist immer loyal gegenüber dem Magistrat und parteipolitisch neutral.

## **Das Frankfurter System der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Frankfurt hat ein System von zentraler und dezentraler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Dieses ist historisch gewachsen und nicht nach einem Plan entstanden. Stichworte sind: relativ starke Zentralisation in den sechziger, siebziger und achtziger Jahren. Ende der achtziger Jahre zu Zeiten der rot-grünen Koalition eine starke Eigenprofilierung von Ämtern und Dezernaten. Diese Entwicklung hat sich bis heute fortgesetzt, indem dezentral zahlreiche Pressereferenten und Öffentlichkeitsarbeiter eingestellt wurden. Für eine komplizierte, große und vielfältige Institution wie die Stadtverwaltung ist dieses Wechselspiel von zentral und dezentral durchaus effizient, auch wenn wir im Rahmen des Städtetages in dieser Hinsicht eher die Position von Exoten haben.

Es ist wichtig, dass wir an den Fachthemen in den Ämtern und Dezernaten Kommunikatoren haben, die sowohl alle Details der Arbeit ihrer Kollegen kennen, aber eben dazu auch den Blick des Pressereferenten oder der Öffentlichkeitsarbeiterin haben und erkennen, welches kommunikative Potential in den einzelnen Themen liegt. Es ist sinnvoll, dass ein großer Teil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit dezentral umgesetzt wird, zumal die Ämter ihre jeweilige Zielgruppe am besten kennen und sich darauf gut einstellen können. Kurze Wege sind in der Kommunikation immer gut.

Es ist aber ebenso wichtig, dass es einen Kompetenzknoten gibt, der für dezernatsübergreifende Themen, für Koordinierung und für die Stärkung des gemeinsamen Dachs zuständig ist. Der Kompetenzknoten hält zudem ein sehr spezialisiertes Know-how bereit, das zumindest nach heutigem Stand dezentral nicht aufgebaut werden kann, jedenfalls nicht mit einem zu vertretenden Kostenaufwand. Das Know-how dient sowohl dazu, den Ämtern und Dezernaten Plattformen für ihre Präsentation anzubieten und bereit zu halten, als auch die Ämter und Dezernate auf Wunsch zu beraten.

Das Presseamt hat die gewachsene Struktur von zentraler und dezentraler Kommunikation weiter entwickelt, indem es sich darum gekümmert hat, dass die Kommunikatoren der Stadt untereinander vernetzt sind. So finden mehrmals jährlich Veranstaltungen des Netzwerkes



Öffentlichkeitsarbeit statt, auf denen zentrale Themen besprochen, Know-how ausgetauscht und sich untereinander vernetzt wird. Man muss nicht in jedem Amt das Rad neu erfinden.

Dieses Netzwerk ist inzwischen zu einem wichtigen Bestandteil des städtischen Systems von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geworden und hat die gewachsenen Strukturen zu einem sinnvollen System entwickelt.

Das Presseamt steht als Zentralamt auch in der Verantwortung für die Gesamtdarstellung der Stadt nach außen. Die Stadtverwaltung und der Magistrat müssen insgesamt bei dem Bürger ein gutes und weitgehend auch einheitliches Bild abgeben. Das gemeinsame Dach „Stadt Frankfurt“ muss bei allen Aktivitäten immer gut erkennbar sein.

## **Die Arbeitsfelder des Presse- und Informationsamtes**

Die wichtigsten Arbeitsfelder des PIA im Überblick: täglich erscheinender Newsletter, Presseauswertung, Presseauskünfte, Video-Produktionen, Fotos inkl. des Ausbaus einer Datenbank für die Ämter, Betreuung der aktuellen Seiten des Internetauftritts frankfurt.de, Betreuung der zentralen Social Media Kanäle (facebook, Twitter, Youtube), Entwicklung der internen Kommunikation (intranet, Mitarbeiter Portal), Veranstaltungsmanagement, Neubürgerkommunikation mit dem Ei Gude-Buch, Betreuung zentraler Publikationen in Print und Online, Amtsblatt, Tage der offenen Tür, Bahnhofsviertelnacht, Beratungsstelle Film, Imagearbeit für Höchst und Netzwerk Öffentlichkeitsarbeit.

Sehr viele dieser Felder sind sehr eng miteinander verzahnt. Sowohl an den Daueraufgaben als auch an zeitlich begrenzten Projekten sind in der Regel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit sehr unterschiedlichen Fähigkeiten beteiligt. Diese reibungslose und schnelle Kooperation der unterschiedlichen Professionen ist unabdingbar für die Bewältigung der breit gefächerten Aufgaben. Insofern spiegelt sich der rasante Wandel in der Kommunikationsbranche auch im Presseamt wieder, das man auch als eine kleine Multimedia-Agentur bezeichnen könnte.

## **Presseabteilung**

Die Presseabteilung umfasst sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und den Abteilungsleiter. Sie hat ein breit gefächertes Leistungsspektrum, von dem die Pressearbeit im engeren Sinn nur einen kleinen Teil ausmacht. Die anderen Tätigkeitsfelder befassen sich vor allem mit den verschiedenen Formen der Bürgerkommunikation. Alle Tätigkeiten greifen eng ineinander sowohl hinsichtlich der Vernetzung in der Stadt als auch hinsichtlich des Informationsflusses.

Die Felder im Einzelnen sind:

- zweimal täglich erscheinende Newsletter,
- tägliche Presseauswertung,
- Presseauskünfte
- Video-Produktionen,
- Fotos inklusive des Aufbaus einer Datenbank,
- Betreuung der aktuellen Seiten des Internetauftritts frankfurt.de,
- Betreuung der zentralen Social Media Kanäle (facebook, Twitter, Youtube),
- Entwicklung der internen Kommunikation (Intranet, Mitarbeiterportal),

### Newsletter inklusive Feature

Zweimal am Tag versendet das PIA einen Newsletter mit Nachrichten aus der Stadtverwaltung an die Presse. Die Nachrichten kommen von den Ämtern und Dezernaten und werden von eineinhalb Redakteuren des PIA journalistisch überarbeitet. Sie werden zeitweise von einem Volontär unterstützt, der in dem Bereich „Texten/Redigieren“ von den Redakteuren ausgebildet wird. Ursprünglich als reiner Pressedienst entwickelt, erreicht der Newsletter heute rund 2000 Adressaten, unter anderem Frankfurter Bürger, Mitarbeiter der Stadt und 300 Journalisten im ganzen Bundesgebiet. Dieses Produkt ist in den Redaktionen als der städtische Informationskanal anerkannt und genießt aufgrund der seriösen und guten journalistischen Aufbereitung hohe Wertschätzung. Der Arbeitsaufwand für den Newsletter besteht vor allem in der Nachrecherche bei oft unvollständigen Angaben, dem Redigieren und in der technischen Aufbereitung für den Versand. Gleichzeitig werden diese Meldungen auf der Homepage der Stadt im Bereich „Aktuelles“ eingestellt.

Einmal in der Woche enthält der Newsletter ein Feature, d.h. einen längeren Artikel über Frankfurter Besonderheiten, der oft von regionalen Zeitungen im Bundesgebiet und nahezu wöchentlich von Frankfurter Zeitungen und Onlineportalen übernommen wird. Außerdem dienen diese Texte vielen Redaktionen als Anregung und Recherchegrundlage für eigene Geschichten, vor allem von Funk und Fernsehen. Mit diesen Artikeln, die sowohl von PIA-Mitarbeitern als auch von Fremdautoren verfasst werden, stellen wir wichtige neue und

innovative Themen aus der Stadtverwaltung und Stadtgesellschaft vor und leisten einen Beitrag zur Imagearbeit und Sympathiewerbung für Frankfurt. Des Weiteren beraten die Redakteurinnen andere Ämter und Dezernate bei ihrer Pressearbeit und verfassen Pressemitteilungen sowie Texte in deren Auftrag, die dann im Newsletter und auf der Homepage der Stadt veröffentlicht werden.

### Presseauswertung

Täglich werden die Zeitungen FAZ, FR, FNP, Bild, Welt-Kompakt, Offenbach-Post, Süddeutsche sowie wöchentlich Spiegel, Focus und Zeit morgens nach der Frankfurt-Berichterstattung ausgewertet, kopiert und elektronisch versandt. Die Auswertung soll einen schnellen Überblick über das politische Geschehen in Frankfurt geben. Viele Ämter erstellen zusätzlich eine eigene Auswertung unter ihren jeweiligen Gesichtspunkten.

### Presseauskünfte

Das PIA ist sowohl für Journalisten außerhalb von Frankfurt als auch für Redaktionen, die nicht den Schwerpunkt Kommunalpolitik haben, in der Regel die erste Anlaufstelle bei Recherchen. Die Kolleginnen und Kollegen geben meist eine erste Auskunft, vermitteln bei tiefergehenden Fragen aber an das zuständige Dezernat oder Amt.

### Videos

Bewegte Bilder spielen in der gesamten Kommunikation eine immer größere Rolle. Filme werden in sozialen Netzwerken veröffentlicht, geteilt oder auf einer der zahlreichen Videoplattformen im World Wide Web in wenigen Minuten hundertfach angeklickt. Um städtische Inhalte auf diesen neuen Kanälen zu positionieren und gerade auch eine jüngere Zielgruppe abzuholen und einzubinden, sind neue Kommunikationsformen wie das bewegte Bild nötig. Aus diesem Grund hat das PIA im Jahr 2009 – ohne Personalaufstockung – eine Videoredaktion eingerichtet, die aus eineinhalb Redakteurinnen besteht. Auf der einen Seite drehen und schneiden die Redakteurinnen Filme selbst, für das Presseamt oder andere Dezernate und Ämter, die zur positiven Imagebildung und zur Identifikation mit Frankfurt beitragen – auf der anderen Seite stehen sie anderen Dezernaten und Ämtern beratend im Filmbereich zur Verfügung und helfen, bspw. Ausschreibungen in diesem Bereich zu organisieren und zu betreuen. Die Filme werden dann sowohl auf frankfurt.de, als auch im städtischen YouTube- und Facebook-Kanal verbreitet. Hinzu kommen externe Kanäle wie beispielsweise RheinMain TV oder die HessenMediathek, die regelmäßig die städtischen Beiträge übernehmen und ihre Sende- bzw. Onlineplätze damit bestücken.

Monatlich produzieren die beiden Redakteurinnen zwei feste Formate: die Stadtteilserie und die Serie „Die 1000 Wunder von Frankfurt“. Hinzu kommen aktuelle Videos zu Frankfurter Ereignisse, wie beispielsweise den Städtetag, die Tage der offenen Tür, die Luminale, die MTV Music Awards oder die Bahnhofsviertelnacht. Darüber hinaus unterstützt die Videoredaktion Frankfurter Kampagnen und Großveranstaltungen mit dem bewegten Bild, beispielsweise die Frauen-WM 2011. Hier wurde im Vorfeld der Veranstaltung ein Imagefilm mit Henni Nachtsheim produziert, der unter anderem im Stadion, Fernsehen (ARD/ZDF), im Internet und auf Leinwänden zu sehen war. Der Film wurde 2011 mit dem „Oscar“ der Onlinekommunikation, dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation, ausgezeichnet.

Damit setzte sich der mit einem geringen Budget produzierte Film gegen Mitbewerber wie die Daimler AG durch und wurde von führenden Experten der Onlinekommunikation prämiert.

Im Rahmen des Deutschen Städtetages 2013 realisierte die Videoredaktion unter anderem zusammen mit dem Hauptamt und der Tourismus + Congress GmbH Frankfurt am Main einen offiziellen Imagefilm für die Stadt. Dieser wirbt nun in deutscher und englischer Sprache im Internet und auf diversen Veranstaltungen, Kongressen im In- und Ausland für die Mainmetropole. In diesen Tagen wird der Film auf der ITB in Berlin prämiert. Daneben bietet das PIA auf frankfurt.de Footage-Material von Frankfurt an, das von Filmschaffende und Journalisten aus der ganzen Welt nachgefragt und genutzt wird und zur Imagebildung der Stadt beiträgt.

Als Produktionen anderer Dezernate und Ämter, die wesentlich durch die beiden Redakteurinnen unterstützt wurden – sei es durch eigene Produktion, Beratung und Betreuung – sind unter anderem zu nennen:

- Filme zum Thema „Vielfalt bewegt Frankfurt“/AmkA
- Bürgerhaushalt/Stadtkämmerei
- Filme zu den Tagen der offenen Tür/diverse Ämter und Dezernate
- Innenstadt-konzept/Stadtplanungsamt
- GrünGürtel-Film/Umweltamt
- Mehrsprachigkeit/VHS
- Mehrere Filme zu den GreenBuilding Preisträgern /Energierreferat
- Sportgala/Sportamt
- „Urban Lab“/Umweltamt, zur Bewerbung der Stadt als Green City 2012, wurde 2012 als weltweit bester Imagefilm des Jahres mit dem Silver Award in Hamburg ausgezeichnet.

## Fotos

Fotos sind vor allem im Netz gefragt. Das Foto hat in der Kommunikation heute ein fast ebenso starkes Gewicht wie das geschriebene Wort. In manchen Fällen ist es sogar wichtiger. Aus diesem Grund hat das PIA – ebenfalls ohne personelle Aufstockung - einen Bildredakteur eingestellt. Er verbessert unsere Produkte im Internet, im Intranet, in den Social Media-Kanälen sowie bei Projekten und Print-Publikationen mit anschaulichen Fotos und unterstützt außerdem andere Ämter bei allen Fragen rund um das Thema Bild. Sein Aufgabengebiet umfasst neben der tagesaktuellen Arbeit in der Redaktion zudem die Wahrnehmung von Fototerminen und die Bearbeitung der zahlreichen externen Anfragen von Institutionen und Medienpartnern. Des Weiteren ist er damit befasst, eine zentrale Datenbank für Fotos aufzubauen. Dafür sind in den vergangenen Monaten bereits mehrere tausend aktuelle Aufnahmen erstellt worden. Das technische Instrumentarium soll zusammen mit dem Relaunch von frankfurt.de zur Verfügung stehen. Dazu steht er dem Amt für Kommunikationstechnik in beratender Funktion zur Seite.

## Onlineredaktion

Die Onlineredaktion besteht aus einer Person, ist für die ständige Aktualisierung der städtischen Website [www.frankfurt.de](http://www.frankfurt.de) zuständig und arbeitet in enger Kooperation mit dem Amt für Informations- und Kommunikationstechnik an der Weiterentwicklung und Erneuerung des städtischen Internetauftrittes.

Darüber hinaus entwickelt die Onlineredaktion eigene Informationswebseiten begleitend zu Themenschwerpunkten (Frankfurt.Info, Specials) oder auch kleinere Veranstaltungswebsites.

Der tägliche Arbeitsaufwand besteht vor allem in der internetgemäßen Aufbereitung der Nachrichten aus der hauseigenen Textredaktion, aber auch der Texte und Servicemeldungen aus den Ämtern und Dezernaten für die Themenseiten des Webauftrittes. Dazu gehört das Setzen von Links, um dem Nutzer weiterführende Hintergrundinformationen anzubieten wie das Verbinden der Texte mit Bildern, Grafiken, Filmsequenzen oder Audiobeiträgen. Das vernetzte Arbeiten und die redaktionelle Abstimmung mit den hausinternen Kolleginnen und Kollegen sowie den Öffentlichkeitsarbeitern der Ämter und Dezernate ist für diese Arbeit unerlässlich.

Die Onlineredaktion beobachtet und analysiert den sich rasant entwickelnden Web-Markt und lotet aus, welche Innovationen für das städtische Angebot von Nutzen sind. In Kooperation mit dem Onlinebüro (Amt 16) entstehen permanent neue Informationsangebote für den Nutzer. Seit Ende 2009 ist die Onlineredaktion in die Planung und Umsetzung des Großprojektes „Relaunch [www.frankfurt.de](http://www.frankfurt.de)“ involviert: gemeinsam mit dem Onlinebüro werden die strategische Neuausrichtung, konzeptionelle Neugestaltung, die Anwendung neuer Informations-Technologien, der Ausbau von Bürgerbeteiligungsangeboten und die verbesserte Nutzung diverser Web.2.0 – Elemente erarbeitet. Der Gedankenaustausch und die Abstimmungsprozesse mit den städtischen Ämtern und Gesellschaften, sowie regelmäßige Sitzungen in unterschiedlichsten Gremien prägen den Arbeitsalltag.

## Social Media

Die Sozialen Medien haben sich zu wichtigen Kommunikationskanälen entwickelt, derer sich eine bürgernahe Stadtverwaltung bedienen sollte. Seit 2009 betreut das PIA eine offizielle Facebook-Fanpage der Stadt Frankfurt am Main, einen Twitter-Serviceauftritt sowie - seit knapp vier Jahren und in enger Abstimmung mit seiner Video-Redaktion - einen städtischen Youtube-Kanal mit imagefördernden Filmen unserer Stadt. Zunächst wurden diese Kanäle von Kolleginnen und Kollegen neben ihren eigentlichen Aufgabengebieten betreut. Im vergangenen Jahr haben wir uns dazu entschlossen, eine frei gewordene Stelle mit einem Social-Media-Redakteur zu besetzen. Facebook bietet zum einen die Möglichkeit, durch regelmäßiges Posten einen an Frankfurt interessierten, loyalen Kundenkreis (Fangemeinde) aufzubauen, ihn mit Neuigkeiten aus der Stadtverwaltung und der Stadtgesellschaft zu versorgen und damit sowohl über Leistungen und Angebote der Stadtverwaltung zu informieren sowie ein positives, grenzüberschreitendes Image von Frankfurt zu erzeugen. Derzeit umfasst die Frankfurt-Community auf Facebook knapp 192.000 Personen.

Twitter hat sich von seiner anfänglichen Belanglosigkeit zu einem Kanal für eine Informationselite entwickelt. Ein früherer FAZ-Redakteur drückte das bereits vor einigen Jahren pointiert so aus, dass er keine Agentur mehr benötige, da er alle für ihn wichtigen Informationen über Twitter erhalte. Für die Stadt ist Twitter inzwischen ein relevanter, äußerst direkter und wohl der schnellste Kommunikationskanal geworden. Die Stadt hat auf Twitter derzeit etwa 21.500 Abonnenten und rangiert damit beispielsweise weit vor München (13.800).

Ein wesentlicher Baustein dieser Informations- und gleichzeitig Imagearbeit über Facebook und Twitter liegt in der Möglichkeit, über die Sozialen Medien mit den Bürgerinnen und Bürgern in direkten, wechselseitigen Austausch zu treten. Diese vom PIA betriebene Kontaktarbeit (im klassischen Sinne auch Kundenservice) hat in den vergangenen Monaten enorm an Intensität gewonnen und wächst zusehends. Frankfurter Bürgerinnen und Bürger nutzen insbesondere Twitter und Facebook, um Ihre Anliegen unmittelbar an die Stadtverwaltung zu richten, Beschwerden zu äußern oder wertvolle Anregungen zu geben. Die Bearbeitung solcher Fälle ist arbeits- und zeitintensiv, aber lohnend: So stößt das städtische Engagement in den Sozialen Medien bei den Bürgerinnen und Bürgern auf weitgehend große Anerkennung. Bei beiden Kanälen ist eine hohe, kommunikative Professionalität und ein besonders Feingefühl erforderlich, da für jeden Kanal und jeden Kundenkreis (jede Community) die richtige Tonlage getroffen werden muss.

Das PIA bespielt die zentralen Social Media Kanäle der Stadt. Dies geschieht in engem Austausch mit den Ämtern und Gesellschaften, da natürlich die Beantwortung jeder ämterbezogenen Nutzeranfrage mit dem jeweils zuständigen Fachamt abgestimmt werden muss. Darüber hinaus bewirbt das PIA bei den Kolleginnen und Kollegen der Ämter, Dezernate und Gesellschaften diese Kanäle als Plattformen für ihre jeweiligen Inhalte.



Seine eigenen Erfahrungen im Social Media Bereich vermittelt das PIA über interne städtische Fortbildungen und ein immerwährendes Beratungsangebot mit den Kolleginnen und Kollegen. Als weitere, stadtweite Hilfestellung hat das PIA einen Richtlinien- und Empfehlungskatalog für die Nutzung der Sozialen Medien (Social Media Guidelines) entwickelt, der sich derzeit in der innerstädtischen Abstimmung befindet und als Teil der Allgemeinen Geschäftsweisung (AGA) verankert werden soll.

Im Krisen- oder Katastrophenfall stellen die städtischen Social Media Kanäle aufgrund ihrer mittlerweile gut entwickelten Reichweite und unmittelbaren Ansprache ein sehr wichtiges Kommunikationsinstrument dar. Aus diesem Grund arbeitet das PIA in Abstimmung mit der Frankfurter Feuerwehr, zukünftig auch mit der Landespolizei Frankfurt – die ebenfalls über einen eigenen Twitter-Auftritt verfügt – an sinnvollen Kommunikationsroutinen.

### Interne Kommunikation

Eine gute interne Kommunikation und das Überzeugen der städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Entscheidungen des Magistrats ist eine wichtige Basis für jede Imagearbeit. Wer soll gut über Frankfurt reden, wenn dies nicht vor allem auch die städtischen Bediensteten tun? Interne Kommunikation ist für die Identifikation mit dem Arbeitgeber, für die Unternehmenskultur notwendig. Gut informierte, motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind leistungsfähiger und die Qualität ihrer Arbeit für die Stadtverwaltung und ihr Dienst am Bürger werden besser und effizienter.

Das Presseamt betreibt mit bescheidenen Mitteln – mit einem Mitarbeiter, der aber auch noch an anderen Projekten wie Presseveranstaltungen und an den Vorbereitungen zum Tag der Deutschen Einheit 2015 beteiligt ist - derzeit Mitarbeiterkommunikation für die gesamte Stadtverwaltung. Dieser Mitarbeiter pflegt als Redakteur den kommunikativen Teil des zentralen Intranets der Stadtverwaltung. Sprich: Er recherchiert Themen, erarbeitet Artikel,

stimmt sie mit anderen städtischen Stellen ab, gibt sie in das Content-Management-System ein und veröffentlicht sie. Er aktualisiert somit laufend die Rubriken des Intranet-Auftritts der Mitarbeiterkommunikation. Seine weitere Agenda sieht wie folgt aus: In Zusammenarbeit mit dem Netzwerk interne Kommunikation, das von ihm organisiert und eingeladen wird, werden derzeit Pläne für einen monatlichen städtischen Newsletter entwickelt, der an alle Beschäftigten gehen soll. Das zentrale Intranet der Stadtverwaltung soll darüber hinaus mit den Intranets – soweit vorhanden – der Ämter verbunden werden. Zudem soll das Thema „Mitarbeiterkommunikation“ grundsätzlich bearbeitet und systematisch in der Stadtverwaltung verankert werden. Mittelfristiges Ziel ist ein neues Mitarbeiterportal, das der zentrale Ort der Stadtverwaltung für Wissensmanagement, Personalservice und interne Kommunikation sein soll.

## **Abteilung Öffentlichkeitsarbeit**

In der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit sind viereinhalb Kolleginnen und die Abteilungsleiterin beschäftigt.

Diese Abteilung verantwortet

- die Neufrankfurter-Kommunikation,
- die Bahnhofsviertelnacht,
- die Tage der offenen Tür,
- das Management von Großveranstaltungen,
- die Beratungsstelle Film,
- das Amtsblatt,
- zentrale Publikationen in Online und Print
- konzeptionell das Thema Image und Stadtmarketing und Corporate Design,
- die Veranstaltungen und Pflege des Netzwerks Öffentlichkeitsarbeit.

### Tage der offenen Tür

Die Tage der offenen Tür finden alle zwei Jahre statt und sind eine qualitativ hochwertige Dialogveranstaltung für den Frankfurter Bürger. Politik und Verwaltung präsentieren sich jeweils zu einem inhaltlichen Schwerpunkt (dieses Jahr: Welt - Heimat – Frankfurt) und bieten dem Bürger auf vielen verschiedenen Ebenen Informationen und Gespräche an. Die Besucher erleben im Rathaus, wie die kommunalen Gremien und Ämter der Stadtverwaltung die Interessen der Frankfurter Bevölkerung aufgreifen und an welchen Projekten sie arbeiten. Damit stärkt die Stadt Frankfurt am Main nicht nur ihr Image als moderne, offene Stadt, sondern fördert auch das positive Lebensgefühl ihrer Bürgerinnen und Bürger.

Die Veranstaltung ist mit einem sehr hohen Aufwand verbunden, da die Kooperation mit den Ämtern und deren Koordination viel Zeit beansprucht. Durch die vernetzte Zusammenarbeit im Vorfeld findet ein wichtiger Austausch auch zwischen den Ämtern der einzelnen Dezernate statt, die die innerstädtische Vernetzung fördert und vertieft. Zu den Tagen der offenen Tür kommen jeweils – nach unserer Schätzung – 25.000 Bürger.

### Neufrankfurter-Kommunikation

Rein rechnerisch wälzt Frankfurt seine Einwohnerschaft alle 15 Jahre einmal um. D.h. die Frankfurter sind zumindest zum Teil sehr mobil, sie kommen für einige Jahre hierher und ziehen dann weiter. Für das Image unserer Stadt ist es von großer Bedeutung, dass diejenigen, die hierher ziehen, schnell ankommen, sich aufgenommen und wohl fühlen und – im Falle eines späteren Wegzugs – dann gut über Frankfurt reden. Aus diesem Grund haben wir die Neufrankfurter-Kommunikation entwickelt. Jeder Neufrankfurter erhält bei

seiner Anmeldung ein Buch, das schnell und sympathisch einen guten Überblick über die Angebote der Stadt gibt. Die Kooperation mit traffiQ und werbliche Gutscheine tragen zur Finanzierung bei. Als besonderen Gutschein gibt es eine Einladung zu einer Begrüßung im Kaisersaal, die bisher dreimal im Jahr stattfinden. Ein weiterer Gutschein beinhaltet eine individuelle Beratung in der Bürgerberatung, bei der Neufrankfurterinnen und Neufrankfurter sich ihr Paket mit wichtigen Informationen über Angebote und Einrichtungen der Stadt zusammenstellen können

### Bahnhofsviertelnacht

Das Presse- und Informationsamt hat zum Bahnhojsjubiläum 2008 die „Bahnhofsviertelnacht“ aus der Taufe gehoben. Hauptziel der Veranstaltung ist es, das Bahnhofsviertel in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken: Inhalte zu transportieren, Entwicklungen transparent zu machen, Begegnungen zu ermöglichen. Im Bahnhofsviertel tut sich seit einigen Jahren sehr viel. Die Anlieger kämpfen sehr engagiert für Verbesserungen im Viertel und die Stadt investiert zweistellige Millionenbeträge. Der Stadtteil macht einen großen Schritt nach vorne. Mit der Bahnhofsviertelnacht unterstützt das Presse- und Informationsamt diese Entwicklung und zeigt den Frankfurtern unter anderem, was die einzelnen Dezernate vor Ort bewegen. Die Veranstaltung soll dazu beitragen, den Stadtteil in seiner ganzen Lebendigkeit und Vielfalt für die Frankfurterinnen und Frankfurtern bekannter und attraktiver zu machen und die Vernetzung innerhalb des Viertels zu fördern. In nur fünf Jahren ist die Bahnhofsviertelnacht zu einer festen Größe unter den Frankfurter Veranstaltungen geworden. Sie trägt dazu bei, dass mittlerweile ein differenzierteres Bild des Bahnhofsviertels in den Medien transportiert und in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

### Imagearbeit Höchst

Den Auftrag, regelmäßig einen Beitrag zur Verbesserung des Images von Höchst zu leisten, hat das PIA vom früheren Stadtkämmerer Hemzal erhalten. Nach einem erheblichen Einbruch und Niedergang befindet sich Höchst wieder in einer positiven Entwicklung. Auch hier ist es eine wichtige Aufgabe, die interessanten und schönen Seiten von Höchst vorzustellen und mit ihnen zu werben. U.a. organisiert das PIA Führungen in Höchst, die bis zu 300 Teilnehmer haben, hat über lange Zeit eine Straßenbahn mit Höchstwerbung fahren lassen und organisiert Veranstaltungen die eine Ausstrahlung über den Stadtteil hinaus haben.

### Beratungsstelle Film

Die Beratungsstelle Film wurde als eine Servicestelle für Filmschaffende mit dem Ziel eingerichtet, Frankfurt als Schauplatz für Film- und Fernsehproduktionen attraktiv zu

machen. Frankfurt hat in den vergangenen Jahren als Drehort erheblich an Bedeutung gewonnen. Die Stadt muss sich entsprechend aufstellen und den Teams den notwendigen Service bieten. Das PIA vermittelt u.a. auch zwischen Filmschaffenden und Verwaltung, wenn es zu Differenzen kommt, organisiert Gesprächsrunden mit Filmschaffenden und bietet in Zusammenarbeit mit der Film Commission Hessen Location-Touren an, die regelmäßig bei Frankfurter Filmfestivals stattfinden und auf filmreife Stadtansichten aufmerksam machen. Bei Filmen, die das Bild der Stadt Frankfurt prägen, unterstützt und initiiert sie Previews, Premieren und Besuche am Set. Zudem beteiligt sich die Beratungsstelle Film am „Networking Lunch der Film Commission Hessen“ während der Berlinale. Dort werden ausgesuchte Videoproduktionen aus Frankfurt gezeigt.

### Netzwerk Öffentlichkeitsarbeit

Außerhalb des PIA beschäftigen sich rund 80 Kolleginnen und Kollegen ganz oder teilweise mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In früheren Zeiten gab es keinen Austausch unter den Ämtern und den Dezernaten über diese Arbeit. Mit der Einrichtung des Netzwerkes Öffentlichkeitsarbeit kommen die Kolleginnen und Kollegen mehrmals im Jahr zusammen. Der Antrieb des Netzwerkes ist es, vor allem Erfahrungen und Fachwissen auszutauschen sowie gemeinsam an großen Themen zu arbeiten, die für alle Dezernate relevant sind, wie z. B. Bürgerdialog oder Arbeiten mit Agenturen und Dienstleistern. Es entstehen neue Kooperationen, Synergien werden genutzt, Kosten und Ressourcen auf Dauer gespart. Der öffentliche Auftritt der Stadt Frankfurt am Main, ihrer Verwaltung und ihrer Institutionen wird verbessert und wirksamer gemacht. Darüber hinaus hat das PIA in Zusammenarbeit mit dem Personal- und Organisationsamt ein Fortbildungspaket zum Thema „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ erarbeitet, das alle relevanten Arbeitsfelder der Kommunikation abdeckt und entsprechend weiterentwickelt wird, wie zum Beispiel zum Thema Social Media.

### Großprojekte

Bei dezernatsübergreifenden Großprojekten hat die Stadt in den vergangenen 15 Jahren oft eigene Kommunikationsetats eingestellt, die durch das PIA verwaltet werden. Das hat sich als ein gutes Modell erwiesen, da die Stadt so Ereignisse mit einer großen Strahlkraft für ihre Image-Werbung nutzt. Diese Projekte sind sehr arbeitsintensiv, da in einem solchen Rahmen viele Eigenproduktionen stattfinden und zusätzlich die Agenturen betreut und gesteuert werden müssen.

### Publikationen

Das PIA ist verantwortlich für die wöchentliche Erstellung des Amtsblattes, was eine penible Korrekturarbeit erfordert, da Fehler in den Ausschreibungen möglicherweise sehr teuer für die Stadt werden können. Darüber hinaus publiziert das PIA einzelne allgemeine Publikationen wie „Frankfurt auf einen Blick“ zu Frankfurt. Dies wird eine wichtige Aufgabe

sein, da auf dem Feld der Publikationen sich einiges getan hat. Unter dem Stichwort „Crossmedia Publishing“ wird genau zu betrachten sein, über welche Kommunikationsformate/-wege die Bürgerinnen und Bürger optimal erreicht werden.

### Onlinekommunikation

Ein wichtiger Baustein der Öffentlichkeitsarbeit ist zweifelsohne die Onlinekommunikation geworden – Themenblogs, Social Media, Verknüpfung von online und offline. All das muss und wird bei neuen Projekten mitgedacht. Vor allem mit dem Ziel, jene zu erreichen, die die klassischen Kanäle nicht nutzen und zum anderen die Frankfurterinnen und Frankfurter einzubinden und in den Dialog mit ihnen zu treten. Das PIA versucht frühzeitig, neue Formate und Ideen zu entwickeln und sinnvoll einzusetzen. So ist im Zuge der Bahnhofsviertelnacht 2011 ein Blog realisiert worden, auf dem unter anderem Menschen aus dem Bahnhofsviertel im Vorfeld der Veranstaltung online einen Einblick in ihren Stadtteil gegeben und somit die Kommunikationsziele der Veranstaltung unterstützt haben. Niedrigschwellige Projekte wie der Fan-Fotowettbewerb auf Facebook, mit dem wir 2012 gestartet sind, tragen zu einer starken Identifikation mit der Stadt und zur Stärkung des Images bei. Wir laden die Community dazu ein, ihre selbstgeschossenen Frankfurt-Fotos zu teilen. Aus allen Einsendungen bestimmten die Frankfurt-Fans monatlich ihr Lieblingsfoto. Der Internetauftritt zu den Tagen der offenen Tür gibt Interessierten schon vorher Einblick in die Themen. Da die Seite im „Responsive Design“ programmiert ist, können Besucherinnen und Besucher sich mit ihren Smartphones an den Veranstaltungstagen im Römer gut orientieren und auf das Programm zugreifen. Über die Anlass- und Projektbezogenen Onlineaktivitäten hinaus, ist das PIA in das Projekt „Frankfurt fragt mich“ eingebunden und wird die Plattform redaktionell betreuen.

### Corporate Design

Die Außendarstellung der Stadt Frankfurt ist derzeit sehr heterogen. Das gemeinsame Dach „Stadt Frankfurt“ wird zum Teil gar nicht mehr verwendet. Sinnvoll wäre eine Stärkung des gemeinsamen Dachs, die aber den Ämtern auch Spielräume für ihre Eigendarstellung belässt. Wir gehören alle zur Stadtverwaltung und das sollte sich auch nach außen transportieren. In welchem Maße da etwas verändert wird, ist eine Frage von Diskussionen und Überzeugung und nicht ein Frage von Erlassen oder Anordnungen. Das Erscheinungsbild eines Unternehmens nützt nur so viel, wie es auch gelebt wird. Das Thema wird derzeit nicht weiter verfolgt.

### **Anlagen:**

Auszüge aus dem Leitbild des PIA aus dem Jahr 2009  
Vision PIA 2020

## Leitbild des Presse- und Informationsamtes (PIA) aus dem Jahr 2009 (Auszüge)

### **Vorwort**

Das Leitbild beschreibt das Selbstverständnis des Amtes und seine langfristige strategische Ausrichtung, sowie die die Arbeit bestimmenden Werte und Regeln. Es dient als verpflichtende Orientierung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Leitbild wurde unter Einbeziehung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erarbeitet und soweit als möglich wurde Konsens über die wichtigsten Aussagen hergestellt.

Das Leitbild zieht die Konsequenzen aus den Veränderungen in der Kommunikationsbranche und in der Politik in den vergangenen Jahren.

### **1. Verortung**

Das Presse- und Informationsamt bezieht seinen übergeordneten Auftrag aus der demokratischen Verfassung unseres Gemeinwesens. Die Demokratie benötigt eine teilnehmende und informierte Bürgerschaft. Die Bürger über die städtischen Angelegenheiten zu informieren und Formen des Dialogs und der Beteiligung zu entwickeln, ist Aufgabe des Presse- und Informationsamtes. Darüber hinaus hat es, wie die gesamte Verwaltung, eine Verpflichtung zum Service für den Bürger.

Auftraggeber des PIA ist grundsätzlich der Magistrat. Im Einzelnen kann dies aber heißen, dass das PIA seine Kommunikationsaufgaben aus der Politik und den Beschlüssen des Magistrats herleitet und erfüllt, ohne dass es einen direkten Auftrag gibt. Das PIA ist in seiner Arbeit politisch neutral und loyal gegenüber dem Magistrat.

Das Presse- und Informationsamt hat als Zentralamt eine hohe Verantwortung für die Gesamtkommunikation der Stadtverwaltung. Es nimmt eine Vermittlerfunktion zwischen Magistrat/Verwaltung einerseits und den Medien und den Bürgern andererseits ein.

### **2. Aufgaben**

Das Presse- und Informationsamt informiert die Medien und die Bürger über die Stadt und die Stadtverwaltung. Es fördert durch seine Informationsarbeit und durch Sympathiewerbung die Identifikation mit Frankfurt, das Wir-Gefühl. Abgesehen von den Bürgern Frankfurts sind die städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine wichtige Zielgruppe, da deren Haltung zu ihrer Stadt in der Imagebildung besonderes Gewicht hat. Das PIA stärkt das Image der Stadt in Frankfurt und in der Bundesrepublik und in geringem Maße auch im Ausland.

Innerhalb der Stadtverwaltung ist das Presse- und Informationsamt der Kompetenzknoten für Kommunikation. Es verfügt über ausgebildete Journalisten und PR-Berater, die Erfahrung in den Medien und in Agenturen haben sollten. Um die städtische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu optimieren, kooperiert das PIA mit den Pressereferenten und den Öffentlichkeitsarbeitern der Dezernate und Ämter. Dazu gehören auch stadinterne Fortbildungsangebote des PIA.

Das PIA deckt als Dienstleister das gesamte Spektrum an Kommunikationsmaßnahmen - auch interner - ab, wo notwendig mit externer Unterstützung. In geeigneter Form informiert es in der Stadtverwaltung über sein Leistungsspektrum und wirbt so um Aufträge. Als Zentralamt muss das PIA in alle übergreifenden städtischen Aktivitäten an Medienarbeit und PR einbezogen sein.

### **3. Leistungen und Kompetenzen**

Als Fachamt für Kommunikation leistet das PIA einen zentralen Beitrag zur bestmöglichen öffentlichen Darstellung von Magistrat und Verwaltung. Als Zentralamt übernimmt es eine Initiativ- und Koordinationsrolle. Es erkennt kommunikative Erfordernisse und ergreift die notwendigen Initiativen. Bei übergreifenden Themen koordiniert es die Ämter untereinander, um so Grundlagen für einen gemeinsamen Auftritt nach außen zu schaffen. In seiner Arbeit reflektiert das Amt stets, wie eine Botschaft beim Empfänger ankommt und orientiert sich an der Dialogkommunikation. Das PIA verfügt über hervorragende Frankfurt-Kenntnisse.

Die Angebotspalette des PIA reicht von der konzeptionellen Beratung über alle kommunikativen Dienstleistungen in Text, Bild und Ton bis hin zum organisatorischen Service. Durch Beratung, Anleitung und Fortbildung unterstützt das PIA Magistrat und Verwaltung bei der Entwicklung und Sicherung eines hohen dezentralen Qualitätsstandards im Bereich der Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Mit dieser umfassenden Dienstleistung trägt das PIA wesentlich zur Steuerung der Kommunikation bei. Dies gilt auch für das Vermeiden von kommunikativen Schäden durch Krisenkommunikation.

Angesichts der sehr unterschiedlichen Anforderungen muss das Amt über sehr hohe Flexibilität verfügen, also ein „atmendendes“ Amt sein.

### **4. Werte des Amtes**

Das Amt legt auf allen Gebieten großen Wert auf möglichst hohe professionelle Standards. Dazu gehört ständige eigene Fortbildung, um die Entwicklungen in der Kommunikationsbranche aktuell mitzubekommen. Das PIA muss in jeder Hinsicht glaubwürdig sein. Als Kommunikationsamt muss es in- und außerhalb der Stadtverwaltung hervorragend vernetzt sein. Neugier und Eigeninitiative sollten wichtige Eigenschaften aller Mitarbeiter sein. Das Prüfen und das Hinterfragen, ob und wie wir unsere Arbeit verbessern können, ist ein ständiger Prozess. Zuverlässigkeit und Serviceorientierung gehören zu den Grundtugenden des PIA. Die komplexen Kommunikationsaufgaben des Amtes lassen sich nur als funktionierendes Team über alle Abteilungsgrenzen hinweg bewältigen. Feste Bestandteile der Betriebskultur sind Offenheit, gegenseitiges Vertrauen, hohes Engagement, Anerkennung, Hilfsbereitschaft und gegenseitiger Respekt. Im Umgang miteinander gelten für alle die Grundregeln: Zuhören und ausreden lassen, Kritik angemessen äußern, Kritik



aufnehmen, Sachlichkeit bewahren, Diskussionskultur zulassen und fördern, Verantwortung nicht nur bei anderen suchen, an Absprachen halten.

### Vision für das PIA 2020 (erarbeitet im Januar 2014)

#### **Vision 2020**

- Wir sind **das** Presse- und Informationsamt der deutschen Städte.
- Sowohl stadintern als auch extern sind wir mit großer Selbstverständlichkeit **erster Ansprechpartner** für die Kommunikation.
- Wir sind Experte, Motor und Gestalter der **Marke Frankfurt**.
- Wir sind **personell, räumlich, finanziell und technisch** sehr gut aufgestellt.
- Wir sind **wertgeschätzt** von der Politik

#### **Unser Werte**

- engagierte Teamplayer
- kritische Offenheit
- innovative Trendsetter
- Qualitätsbewusstsein
- Flexible Dienstleister