



öffentliche Sitzungsvorlage

Ausschuss für Kultur und Stadttheater am 30.06.2025

Amt: 17 Kulturamt
Verantwortlich: Martin Fink, Leiter Amt 17
Vorlagennummer: 2025/17/467

TOP 3

Öffentlichkeitsarbeit - Entfristung Personal

Sachverhalt:

Ziele und Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit im Kulturamt

Die Öffentlichkeitsarbeit eines Kulturamtes dient dazu, die Kulturangebote der Stadt nach außen zu vermitteln und die öffentliche Wahrnehmung zu gestalten. Zu den Aufgaben gehören

- die Information über Veranstaltungen und Aktivitäten der eigenen Häuser, wie Museen,
- die Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Fortführung der Bildungsarbeit auf versch. Kommunikationsebenen und Kommunikationsmedien
- die Pflege von Beziehungen zu Medien, Bürgerinnen und Bürgern sowie zu Interessensgruppen
- Zielgruppenanalysen und Audience Development (systematische Gewinnung, Bindung und Erweiterung des Publikums)

Ziele sind die Erfüllung des Bildungsauftrages, die Erhöhung der Besucherzahlen, die Stärkung des kulturellen Profils der Stadt und die Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz der Kultur.

Wie ist die Öffentlichkeitsarbeit im Kulturamt aufgestellt?

Das Kernteam für Öffentlichkeitsarbeit, Digitale Vermittlung und Kulturmarketing, das sich in Kempten um diese Aufgaben kümmert, besteht aus 1,75 Stellenanteilen, aufgeteilt auf 3 Personen:

Stellennr.	Aufgabe	Stellen- umfang	TVöD	Status
175/02	Fachgebietsleitung ÖA, Kommunikation und Strategieentwicklung	74% = 28,7 Std.	E 11	unbefristet im Stellenplan hinterlegt
175/03	Sachbearbeitung Digitale Vermittlung, Digital- und Diskursmanagement	50% = 19,5 Std.	E 9b	zum 01.08.2022 befristet geschaffen; ab 1.12.2022 besetzt, „Testphase“ bis 31.12.2025
175/04	Sachbearbeitung	50%	E 9a	unbefristet im

	ÖA und Kommunikation	= 19,5 Std.		Stellenplan hinterlegt, aktuelle Stelleninhaberin jedoch bis 31.12.2025 befristet angestellt („Sachgrund“: Prüfung der Entwicklungen und Aufgabenprofile der 2024 neu gegründeten Stadtmarketing GmbH)
--	----------------------	-------------	--	---

Diese drei Stellen machen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für alle Abteilungen und Häuser des Kulturamtes, d.h. für

- Kempten-Museum, APC, Stadtarchäologie, Erasmuskapelle, Kunsthalle, Kunstaussstellung, Marstall und die Sonderausstellungen, Kulturmanagement und die Großevents, sowie das Stadtarchiv
- Kulturelle Bildung
- Kulturelle Aufgaben (Erinnerungskultur, Kulturentwicklung, Kulturförderung)
- Die Mitarbeiterinnen sind abteilungsübergreifend tätig und kümmern sich um die Erstellung aller Werbemittel (Flyer, Plakate, Banner, Pylonen), die Pflege der Webseiten und die digitalen Kanäle (Instagram, Facebook)

Durch diese hervorragende Arbeit konnten in den letzten Jahren, mit 1,75-Stellen etliche

- Besucherrekorde gebrochen werden: Eiszeit, Römerfest, KunstNacht, Kunsthalle...
- Presseresonanz (Art-Magazin, National Geographic, Süddeutsche Zeitung, ...)
- Steigerung der Zugriffszahlen auf den Webseiten des Kulturamtes, mitunter um über 100% (Kempten-Museum)
- Steigerung der Zahlen auf Instagram, am Beispiel des Kanals des Kempten-Museum: um nahezu 300%

Fazit: Die Öffentlichkeitsarbeit des Kulturamts ist schlank aufgestellt, arbeitet sehr effizient und nutzt alle Synergien innerhalb der verschiedenen Abteilungen. In Kommunen vergleichbarer Größe sind den einzelnen Häusern feste Stellen zugewiesen, was einen wesentlich höheren Personalbedarf bedeutet.

Genese der Stelle Sachbearbeitung digitale Vermittlung

In der Sitzung des Kulturausschusses vom 9. April 2018 hat das Kulturamt erstmals eine digitale Strategie für die Museen der Stadt Kempten vorgestellt, um der digitalen Transformation der Gesellschaft, die auch so gut wie alle Kernaktivitäten der Museen betrifft, Rechnung zu tragen.

Die Museen der Stadt Kempten wurden von der *Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen* in Bayern für das Projekt „Digitale Strategien für Museen“ ausgewählt und bei der Erarbeitung dieser Strategie beratend unterstützt.

Für eine langfristige, erfolgreiche Umsetzung dieser Digitalen Strategie wurde damals bereits ein zusätzlicher Personalbedarf im Bereich des Marketings bzw. der Öffentlichkeitsarbeit ermittelt und im Kulturausschuss detailliert vorgestellt. Konkret wurde die Einstellung eines zusätzlichen Mitarbeiters oder einer Mitarbeiterin im Aufgabenbereich der digitalen Kommunikation für die Kemptener Museen (Digital Manager) mit einem Stellenumfang von 60% (23,4 Std.) empfohlen. Die Vorstellung dieser Strategie mit der Benennung des Personalbedarfs wurde als Bericht zustimmend zur Kenntnis genommen.

Eine an diesem Bedarf orientierte Stelle wurde bis 2022 nicht geschaffen. Die Strategie wurde erfolgreich umgesetzt, indem eine externe Mitarbeiterin (ausgebildet in digitaler

Kommunikation) diese Strategie für die Museen umgesetzt hat.

2022 erfolgte die Überprüfung dieser Praxis durch das Rechnungsprüfungsamt, das Personalamt und die Abteilung Organisation des Amtes für zentrale Dienste. Die Prüfung ergab, dass die Umsetzung der digitalen Strategie eine Linienaufgabe ist und nicht an eine externe Agentur oder Marketing-GmbH delegiert werden kann. Anderenfalls droht die Gefahr der Scheinselbstständigkeit.

Daraufhin beschlossen 2022 Personalausschuss und HFA die Schaffung einer zusätzlichen 50%-Stelle Digital Management, zunächst befristet bis 31.12.2025. Die Verstetigung der Stelle sollte dann nochmals geprüft werden.

Aufgaben der beiden befristeten Stellen

Stelle	Aufgaben
Sachbearbeitung Digitale Vermittlung und Diskursmanagement Social Media (175/03)	1. Content-Erstellung und -Pflege vorwiegend für die Kanäle vom APC und Kempten-Museum: Instagram und Facebook - Planung, Erstellung und Veröffentlichung von Beiträgen auf Instagram und Facebook, abgestimmt auf aktuelle Ausstellungen, Veranstaltungen und museumspädagogische Inhalte - Themenbezogene Aufbereitung musealer Inhalte mit zielgruppengerechter Ansprache - Inhaltliche Vermittlung im Sinne der Leitbilder der Museen (z. B. Teilhabe, Barrierefreiheit, Bildung für alle) - Sicherstellung der Aktualität und Attraktivität der Social-Media-Kanäle - Konzeption und Umsetzung neuer digitaler Formate und Kampagnen - Strategische Weiterentwicklung der Content-Planung 2. Digitale Vermittlung und Bildung - Gestaltung einer digitalen museumspädagogischen Umgebung auf Social Media - methodisch, didaktische Aufbereitung von Inhalten mit kulturellem Bildungsanspruch - Entwicklung digitaler Partizipationsformate - User-Aktivierung durch interaktive Lerninhalte - Social Media-Kanal mit Qualitätsanspruch (Fachwissen, valide und validierte Informationen, ...) - virtuelle Einblicke in den Museums- und Kulturbetrieb 3. Community-Management: - Betreuung der Community durch Beantwortung von Kommentaren und Nachrichten. - Monitoring von Feedback und Diskussionen für schnelle und angemessene Reaktionen. 4. Zusammenarbeit und Vernetzung: - Abstimmung mit der Öffentlichkeitsarbeit des Kulturamts und städtischen Einrichtungen - Kooperation mit Kulturakteur:innen, Influencer:innen und Medien zur Reichweitenerhöhung. - Zusammenarbeit mit Museumsnetzwerken, sowie kooperative Erstellung von Beiträgen

	5. Analyse, Reporting und Weiterentwicklung: - Überwachung von Reichweite und Nutzerverhalten. - Erstellung kurzer Reports zur Erfolgskontrolle. - Ableitung von Empfehlungen zur Verbesserung der Social-Media-Arbeit. - Zielgruppenanalyse 6. Krisenkommunikation & Monitoring (Diskursmanagement): - Früherkennung potenzieller Konflikte auf Social Media. - Entwicklung von Strategien für professionelle Kommunikation in Krisensituationen. 7. Printmedien – Gestaltung & CI - Entwurf und Umsetzung von Flyern, Plakaten, Aufklebern und weiteren Werbemitteln bei kurzfristigen Anforderungen. - Sicherstellung eines konsistenten visuellen Auftritts gemäß Corporate Identity.
Sachbearbeitung ÖA und Kommunikation (175/04)	1. Öffentlichkeitsarbeit • Pflege und Aktualisierung des Internetauftritts des Kulturamts auf kempten.de • Betreuung des Intranetauftritts des Kulturamtes und seiner Abteilungen • Koordination und Pflege der Internetauftritte der Kemptener Museen und des Kulturamts: • Pflege und Aktualisierung Cambodunum App • Integration der Kemptener Museen in externe Websites • Zulieferung von Inhalten für die Präsenz auf Facebook, Instagram und YouTube, Technische Vorbereitung von Livestreams • Verfassen von Pressemitteilungen • Bearbeitung von Presseanfragen: • Unterstützung bei Planung und Durchführung von Presseterminen: • Information und Beratung für kulturinteressierte Bürger 2. Kulturelles Marketing • Erstellung eines monatlichen Newsletters: Angebote aller Abteilungen des Kulturamtes einschließlich Bibliothek und Stadtarchiv. • Gestaltung von Informationsmaterialien • Redaktionelle Unterstützung bei Publikationen • Umsetzung von Richtlinien zur digitalen Barrierefreiheit • Analyse und Implementierung digitaler Vermarktungsplattformen zur Förderung von Kulturveranstaltungen, wie z.B. Kulturpass. • Netzwerkarbeit 3. Bewerbung des Kulturprogramms • Koordination und Schnittstellenarbeit mit Fachabteilungen • Bewerbung und Begleitung kultureller Veranstaltungen und Ausstellungen • Verfassen von Programmtexten

	• Begleitung von Veranstaltungen • Betreuung von Pressevertretern vor Ort • Unterstützung bei der Beauftragung von Anzeigen • Mitbetreuung diverser Veranstaltungskalender: Verantwortung für die Pflege und Aktualisierung interner und externer Veranstaltungskalender wie feratel und allgaeu.de 4. Unterstützung des OB-Büros, der Amts- und der Abteilungsleitungen • Verfassen von Grußworten für städt. Würdenträger: Erstellung von Reden für offizielle Anlässe und Veranstaltungen. • Beratung und Unterstützung bei fachlichen Fragestellungen 5. Digitalisierung und interne Kommunikation • Optimierung von Arbeitsprozessen • Schnittstellenarbeit mit IT- und Fachabteilungen • Schulung und Unterstützung der Mitarbeiter
--	---

Diese beiden Stellen sind für die Arbeitsfähigkeit der Kulturverwaltung essentiell. Durch sie wird die Arbeit des Kulturstandes erst sichtbar, sie adressieren gezielt Zielgruppen und überzeugen durch gute Kommunikations- und Marketingarbeit Menschen davon, die Veranstaltungen und Kultureinrichtungen der Stadt Kempten (Allgäu) zu besuchen. Werden sie gestrichen oder ins Stadtmarketing versetzt, werden das Kulturstand, die Museen und der APC unsichtbar; der Bildungsauftrag kann nicht mehr erfüllt werden.

Die Empfehlung des Deutschen Museumsbundes und der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen empfiehlt dezidiert, Kommunikationskanäle hausintern zu betreuen und sie mit allen korrespondierenden Abteilungen zu verknüpfen.

Aufgabenabstimmung mit Stadtmarketing Kempten

Mit dem Stadtmarketing Kempten wurde in aufeinander aufbauenden Arbeitsrunden der jeweilige Aufgabenzuschnitt konkretisiert. Während Kempten Stadtmarketing eine übergreifende Strategie zum Auftritt der Stadt Kempten erarbeitet, informiert, wirbt und vermittelt das Kulturstand die dort erarbeiteten Produkte und Inhalte. Wesentliches Unterscheidungsmerkmal ist der Bildungsauftrag, der untrennbar mit der Öffentlichkeitsarbeit des Kulturstandes verbunden ist.

2. Ressourceneinsatz (falls nicht relevant, bitte freilassen)

a. Personell-organisatorische Auswirkungen:

- Verstetigung der Stellennr. 175/03
- Entfristung der Mitarbeiterin auf Stellennr. 175/04 (Stelle im Stellenplan enthalten)

b. Finanzielle Auswirkungen

- 175/03 (TVöD E9b): dauerhafte Verankerung der Stelle im Stellenplan = 39.750 Euro/Jahr (AG-Belastung)
- 175/04 (TVöD E9a): ist als unbefristet im Stellenplan enthalten → Entfristung der Mitarbeiterin ist somit haushaltsneutral

c. Deckungsvorschlag:

Aufnahme in den Personalhaushalt.

3. Klimafolgenabschätzung

Die Klimawirkungsprüfung der Beschlussvorlage ergab, dass das Vorhaben keine klimarelevanten Auswirkungen hat.

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Kultur und Stadttheater empfiehlt dem Personalausschuss die dauerhafte Verstetigung der Stellennr. 175/03 (Sb Social Media Redakteur/in, 50 %, EG 9b TVöD) sowie die dauerhafte Entfristung der Mitarbeiterin auf Stellennr. 175/04 (Sb Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, 53 % bis 31.12.2025, 50 % ab 01.01.2026, EG 9a TVöD).“