Budgetbericht 2027

001 / Büro Oberbürgermeister

Vortragender: Andreas Weber

STADT Kempten Allgäu

Budgetvolumen:

	Ansätze 2027 -in Euro-	Ansätze 2026 -in Euro-	Ergebnis 2025 -in Euro-
Einnahmen	20.000	20.000	83.032,60
Ausgaben	307.500	275.500	279.354,36
Zuschussbedarf	-287.500	- 255.500	- 196.321,76

Auswahl Veranstaltungen 2025 – Büro OB



30. APRIL 2025

Verleihung Ehrenbürgerwürde an Alt-OB Dr. Ulrich Netzer

Feierlicher Festakt mit Empfang im Rathaus



9. MAI 2025

Wiedereröffnung des Kornhauses

Festakt mit großem Rahmenprogramm (65 Mitwirkende sowie 20 Kinder)



10. MAI 2025

Bürgerfest und Tag der offenen Tür im Kornhaus

12.000+ Besucherinnen und Besucher

Auswahl Veranstaltungen 2025 – Büro OB



15. JULI 2025

Verleihung der Ehrenamtskarte 2025/2027

an 362 Ehrenamtliche (mit Begleitungen) im Rahmen eines festlichen Abends im Kornhaus



9. AUGUST 2025

Eröffnung der 74. Allgäuer Festwoche

mit Ministerpräsident Dr. Markus Söder und rund 600 geladenen Gästen im wiedereröffneten Kornhaus



17. SEPTEMBER 2025

Einbürgerungsfeier in der Schrannenhalle

mit rund 130 Neubürgerinnen und Neubürgern (sowie ihren Familien)

Budgetvolumen:

	Ansätze 2027 -in Euro-	Ansätze 2026 -in Euro-	Ergebnis 2025 -in Euro-
Einnahmen	20.000	20.000	83.032,60
Ausgaben	307.500	275.500	279.354,36
Zuschussbedarf	-287.500	- 255.500	- 196.321,76

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Aufgabenschwerpunkte:

früher

- Pressearbeit (Pressestelle mit Presseanfragen, Pressemitteilungen)
- Redaktionelle Betreuung Website
- Social Media, insbesondere Facebook, als Zweitverwertung der News auf der Website
- Flyer und Broschüren
- Corporate Design

Heute zusätzlich bzw. künftig

- **Steuerung & Strategie** (nötig: Anpassung Dienstanweisung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Erstellen & regelmäßiges Anpassen von Social Media Guidelines, Umgang mit KI, Aktivitäten der Fachämter insbesondere auf Social Media)
- **Social Media Management** (stadtübergreifend, aber auch in Bezug auf neue Kanäle: WhatsAPP, TIKTOK, auch mithilfe KI – Was macht Sinn?)
- **Grundsatz des Storytellings, Denken in Kampagnen**: Bürger*innen von Anfang an mitnehmen, Handeln der Verwaltung nachvollziehbar machen
- **Content Produktion,** auch filmische und grafische Gestaltung
- **Interaktionsmanagement**: Barrierefreiheit, Leichte Sprache, Beteiligungsformate, Bürgerdialog
- **Interne Kommunikation**
- **Krisenfall/Katastrophenschutz**: Gestiegene Anforderung an Kommunikation im Katastrophenfall durch Social Media

BESPIELTE KANÄLE · FOLLOWER IM ÜBERBLICK

Über 28.700 Follower auf den Social-Media-Kanälen

28.726
Follower insgesamt auf vier Kanälen

15.617
Facebook · Kempten.de

11.775
Instagram · @kempten_rathaus

686
YouTube · @KemptenAllgaeu · 216 Videos

645
LinkedIn · Stadt Kempten (Allgäu), u. a. Stellenangebote

machmit
machmit.kempten.de · digitale Bürgerbeteiligung

Quelle: öffentliche Profilangaben der Kanäle, abgerufen am 03.11.2026 · Summe ohne Bereinigung von Mehrfach-Follows

BEISPIELE · REELS UND IHRE AUFRUFE

Unsere stärksten Beiträge sind Videos



Stadtradeln

Reel · 09.06.2026

50.000

Aufrufe
2.600 Interaktionen



Kunstwerk „Sprachlos“

Reel · 05.08.2026

68.000

Aufrufe
ca. 2.600 Interaktionen



Neuer Illersteg

Reel · 12.10.2026

45.100

Aufrufe
1.500 Interaktionen



Bachtelweiher

Reel · 26.10.2026

26.300

Aufrufe
702 Interaktionen



#stadtrataktuell

Reel · 02.11.2026

19.800

Aufrufe
530 Interaktionen

Quellen: Aufrufe laut Instagram @kempten_rathaus, Stand 09.11.2026 · Stadtradeln und Interaktionen: Meta Business Suite, Abruf 27.10.2026

INSTAGRAM @KEMPTEN_RATHAUS · ÜBERSICHT OKTOBER 2026

Fast 600.000 Aufrufe in 60 Tagen

11.775
Follower · +2,6 % in 30 Tagen

598.257
Aufrufe in 60 Tagen (27.8.–25.10.), davon ≈ 310.000 in den letzten 30 Tagen

45.285
erreichte Konten (Reichweite), 60 Tage

+413
Netto-Follower in 60 Tagen · **+39 %** Zuwachs ggü. Vormonat

≈ 5.821
Interaktionen in 60 Tagen: Likes, Kommentare, Shares, Speichern

≈ 37.500
Aufrufe am stärksten Tag – ausgelöst durch den Illersteg-Reel

Quelle: Instagram-Insights, Stand 26.10.2026 · Instagram-Auswertung Oktober 2026, @kempten_rathaus

LINKS UND SERVICE

Social Media führt die Menschen zu unseren Angeboten

06.10.2025 – 27.10.2026

10.800

Link-Klicks auf kempten.de, Baustellen, Stellen und Service

+183 % ggü. gleich langem Zeitraum davor

- **Kommunalwahl März 2026:** an zwei Spitzentagen rund 2.200 bzw. 1.500 Link-Klicks
- **Service-Stories Mai 2026:** Parkraum 48 Klicks, Baustellen je 32 Klicks
- **Highlights im Profil:** Aktuelles, Baustellen, Karriere, Smart City
- **37.400 Profilbesuche** (06.10.2025 – 27.10.2026), +68 % ggü. Vorzeitraum

Quelle: Meta Business Suite, Instagram · Social-Media-Auswertung Mai 2026

Strategisches Ziel der Social-Media-Aktivitäten

Entscheidungen des Stadtrats und Handeln der Stadtverwaltung **nachvollziehbar erklären**

Bürgerinnen und Bürger informieren und **mitnehmen**

Akzeptanz für Projekte und Entscheidungen erhöhen