



DER BÜRGERMEISTER
UND LANDESHAUPTMANN
VON WIEN

Mit "Wien ist anders" wurde vor 20 Jahren ein Slogan geschaffen, der sich – typisch für einen guten Werbespruch – im heimischen aber auch internationalen Sprachgebrauch als Redewendung und imagefördernde Maßnahme durchgesetzt hat. In diesem Slogan steckt nicht nur die Überzeugung eines guten Selbstverständnisses – dahinter steckt auch jahrelange strategische Pressearbeit.

Der Anspruch des Anderssein setzte neue Standards. Auch im Bereich der Kommunikationsarbeit der Stadt. Mitte der 90er Jahre war klar: Der Frage, wie man eine Stadt positioniert, die sich über Gegensätze definiert – überschaubar und dennoch eine internationale Metropole, Ruheoase und gleichzeitig Veranstaltungsmekka, dynamischer Wirtschaftsstandort mit international attestierter Lebensqualität – musste mit zeitgemäßer Kommunikationsphilosophie begegnet werden.

Ein gesamtheitliches Kommunikationsmodell – die "Integrative Öffentlichkeitsarbeit" – wurde entwickelt. Das vor vier Jahren eingeleitete Modell, eine Mischform aus dezentraler und zentraler Kommunikationssteuerung, hat sich in der Zwischenzeit bewährt. Etwa 160 Öffentlichkeitsarbeiterinnen und Öffentlichkeitsarbeiter aus rund 70 Fachdienststellen ziehen an einem Strang, wenn es um die fachspezifische, öffentlichkeitswirksame und auch interne Vermarktung von Projekten und öffentlichen Leistungen geht. Im Vergleich zu anderen internationalen Verwaltungen liegt Wien hier sicherlich im professionellen Spitzenfeld der Informationsleistung.

Aber nicht nur das kommunikationstechnische Branding oder "Corporate Design" war wichtig bei diesem neuen, zeitgemäßen Kommunikationsansatz: Auch die Kundenbeziehungen sollten aktualisiert und überprüft werden. Mit Customer Relationship Management (CRM) werden daher seit vorigem Jahr vom Presse- und Informationsdienst Umfragedaten nach neuen Schlüsseln zusammengeführt, mit dem Ziel, dialogtauglichere Kommunikationsschienen und kundenfreundlichere Services zu schaffen.

Dass dabei Sprache ein wesentliches Transportmittel sein kann, ist klar. Daher unterstütze ich auch das Projekt "Wien spricht anders", das seit Sommer letzten Jahres sehr engagiert in Angriff genommen wurde. Eine kundenfreundlichere und serviceorientiertere Verwaltungssprache zu entwickeln, halte ich für vielversprechend. Vor allem wenn es darum geht, den Standard "Wien ist anders" zu halten und laufend zu verbessern.

A handwritten signature in blue ink, reading "Michael Häupl". The signature is written in a cursive, flowing style.

Dr. Michael Häupl

