

Information über Beschluss mit Folgekosten

Hinweise: Bitte jedes der unten stehenden Felder befüllen und maximal zwei bis drei Seiten!

Referat: RIT	Haupt-/Abteilung(en) (Bereich): I-B5	betroffene Referate:
Öffentliche BV: <input checked="" type="checkbox"/> Markierfeld	Nicht-Öffentliche BV: <input type="checkbox"/> Markierfeld	Federführung: RIT
Arbeitstitel geplanter Beschluss: Kommunikation der Digitalisierung sicherstellen		

1. Aufgabe

1.1 Kurze Beschreibung der Aufgabe:

Die Digitalisierung mit ihren unterschiedlichen Maßnahmen wirkt sowohl auf die Stadtgesellschaft (Bürgerinnen und Bürger der LH München, Wirtschaftsunternehmen) als auch auf die Stadtverwaltung ein. Eine erfolgreiche Digitalisierung erfordert neben den technologischen und organisatorischen Innovationen vor allem auch Akzeptanz und Mitwirkung sowohl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter innerhalb als auch der Nutzerinnen, Nutzer und Partner außerhalb der Stadtverwaltung. Daher ist eine effektive Kommunikation der Digitalisierungsmaßnahmen nach Innen und Außen essentieller Erfolgsfaktor für alle Maßnahmen.

Konkrete Aufgaben sind dabei:

- fachlich-inhaltliche Gestaltung der Webpräsenz (Kommunikationsschnittstelle von und zu den Bürgerinnen und Bürgern)
Digitalisierung verändert auch den Kontakt zwischen Bürgerschaft und Verwaltung. Ein zentraler Weg, die Bürger und Bürgerinnen digital zu erreichen ist der Einsatz von SocialMedia
- Unterstützung und Beratung der Referate bei ihren SocialMedia-Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung
- SocialMedia für die Bürgerbeteiligung aktiv nutzen und damit die Digitalisierung der städtischen Verwaltung bürgerorientiert vorantreiben
- Durchführung von Veranstaltungen (intern und extern) zur Förderung der Digitalisierung (z.B. Informationsveranstaltungen, Dialogveranstaltungen, Einbindung der Bürgerschaft in Digitalisierungsaktivitäten)
- Professionalisierung des digitalen Erscheinungsbildes der LHM (z.B. Unterstützung am Tag der Daseinsvorsorge, Erstellung und Veröffentlichung von Videos)
- Festlegung einer einheitlichen Kommunikationsstrategie (intern und extern; inklusive Maßnahmenkatalog) zur Kommunikation der Digitalisierungsziele, -maßnahmen und Erfolge an die relevanten Zielgruppen

1.2 Aufgabenart

Pflichtaufgabe <input type="checkbox"/> Markierfeld	freiwillige Aufgabe <input checked="" type="checkbox"/> Markierfeld	bürgernahe Aufgabe <input type="checkbox"/> Markierfeld
Daueraufgabe <input checked="" type="checkbox"/> Markierfeld	zeitlich begrenzte Aufgabe <input type="checkbox"/> Markierfeld	

Kurze Begründung:

Freiwillige und bürgernahe Aufgabe: Die Maßnahmen der Digitalisierung entlasten den Bürger und die Wirtschaft von Amtsgängen.

Daueraufgabe: Der Aufbau und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Digitalisierung stellt eine Daueraufgabe der Verwaltung dar. Die hierzu benötigten und beantragten Stellen sind dauerhaft notwendig. Bei einer Befristung der Stellen bis Ende 2025 kann nach einer angemessenen Anlaufzeit über eine Zielerreichungs- und Wirkungsanalyse die Dauerhaftigkeit nachgewiesen werden.

1.3 Auslöser des Mehrbedarfs

inhaltlich/ qualitative Veränderung der Aufgabe <input checked="" type="checkbox"/> Markierfeld	neue Aufgabe <input type="checkbox"/> Markierfeld	quantitative Aufgabenausweitung <input type="checkbox"/> Markierfeld
--	---	---

Kurze Erläuterung:

Das bestehende Angebot (derzeit erbracht durch 2 VZÄ) muss beibehalten und ausgebaut werden, um die Stadtgesellschaft und die Stadtverwaltung entsprechend der Digitalisierungsstrategie deutlich breiter und direkter zu erreichen. Neben der Erweiterung des Veranstaltungsangebots ist der Auf- und Ausbau der Aktivitäten im Bereich der SocialMedia-Kommunikation ein wichtiger Baustein zur Erreichung der Digitalisierungsziele.

Die damit zu erzielenden Wirkungen sind

- eine transparentere Verwaltung
- deutlich erhöhte Akzeptanz bei der Bürgerschaft und in der Wirtschaft
- höherer Nutzungsgrad der Onlinedienste der Stadt und
- ein verbesserter Bekanntheitsgrad der Digitalisierungsmaßnahmen

Um diese Ziele und Wirkungen zu erreichen muss auch der Fokus auf die interne Beratung der an der Digitalisierung beteiligten Referate erweitert werden.

Für die aktive Nutzung der Sozialen Medien werden derzeit 2 externe Kräfte eingesetzt, die durch interne Kräfte (Fachanalyst für digitale Kommunikation) ersetzt werden sollen.

Neben den zusätzlichen internen Kräften ist es auch notwendig im angemessenen Umfang Sachmittel für diesen Aufgabenbereich zur Verfügung stellen.

Diese Sachmittel werden verwendet für:

- Erstellung einer Kommunikationsstrategie intern und extern
- externe und interne Veranstaltungen,
- Rahmenverträge für Spezialleistungen (Spezialisten-Know-How für Einzelaufträge; z.B. für Event-App, Infografik, Video),
- interne Schulungsmaßnahmen und
- Zusatzausrüstung und IT-Unterstützung (z.B. zur Planung und Erstellung von Beiträgen)

2. Finanzielle Auswirkungen	
2.1 Zahlungen gesamt	2020 - 2024
2.1.1 Gesamteinzahlungen konsumtiv	0 €
2.1.2 Gesamtauszahlungen konsumtiv	3.550.000 € Sachkosten 1.350.000 € Personalkosten
2.1.3 Gesamteinzahlungen investiv	0 €
2.1.4 Gesamtauszahlungen investiv	0 €
2.2 konsumtiv	Planjahr 2020
2.2.1 Einzahlungen	0 €
2.2.1.1 Zuwendungen und allgemeine Umlagen	0 €

2.2.1.2 Sonstige Transfereinzahlungen	0 €
2.2.1.3 Öffentlich-rechtliche Leistungsentgelte	0 €
2.2.1.4 Privatrechtliche Leistungsentgelte	0 €
2.2.1.5 Kostenerstattungen und Kostenumlagen	0 €
2.2.1.6 Sonstige Einzahlungen aus lfd. Verwaltungstätigkeit	0 €
2.2.2 Auszahlungen	1.114.000 €
2.2.2.1 Personalauszahlungen	150.000 €
2.2.2.2 Auszahlungen für Sach- und Dienstleistungen (ohne Arbeitsplatzkosten): Information / Kommunikation für die Münchener Bürgerschaft, direkt und über SocialMedia Kommunikationsstrategie Digitalisierung	650.000 € 300.000 €
2.2.2.3 Arbeitsplatzkosten	14.000 €
2.2.2.4 Transferauszahlungen	0 €
2.2.2.5 Sonstige Auszahlungen aus lfd. Verwaltungstätigkeit	0 €
2.3 investiv	Planjahr 2020
2.3.1 Einzahlungen	0 €
2.3.2 Auszahlungen	0 €

3. Erforderliche Stellenbemessung gem. Leitfaden ist erfolgt? Ja Markierfeld Nein Markierfeld

Da es sich hierbei um strategisch-konzeptionelle Aufgaben handelt, kam dieser Teil des Stellenbemessungsleitfadens zur Anwendung: Ziele und Wirkungen vgl. 1.3. Die Schätzung erfolgte auf Grund der Erfahrungswerte im Projekt E- und Open-Government und der im Rahmen der Digitalisierung notwendigen deutlich erhöhten Kommunikationsmaßnahmen.

4. Geltend gemachter Bedarf			
geltend gemachter Stellenmehrbedarf für das Planjahr	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR
	2	0	IT, 3; je ein E11, A12 SocialMedia Manager
	3	0	IT; 3; je 1 mal E11, A12, E12; Fachanalyst für Digitale Kommunikation
geltend gemachter Stellenmehrbedarf für den Gesamtzeitraum	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR
	2	0	IT, 3; je ein E11, A12, SocialMedia Manager
	3	0	IT; 3; je 1 mal E11, A12, E12; Fachanalyst für Digitale Kommunikation
bereits für die Aufgabe	VZÄ	davon befristet VZÄ	QE, FR

4. Geltend gemachter Bedarf			
eingesetzt	1,0		4; Öffentlichkeitsarbeit
	1,0		3; Öffentlichkeitsarbeit

5. zusätzlicher Büroraumbedarf		
5.1 Kann der geltend gemachte Stellenbedarf in den vorhandenen Bestandsflächen des Referats untergebracht werden?		
<input type="checkbox"/> Ja Markierfeld	<input type="checkbox"/> Nein Markierfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Teilweise Markierfeld
5.2 Falls „nein“ / „teilweise“ ausgewählt wurde: Für wie viele der in Ziffer 3 gemeldeten VZÄ wird Büroflächenbedarf ausgelöst? Für 3 VZÄ (durch den Einsatz von internen Mitarbeitenden werden 2 Arbeitsplätze für Externe Mitarbeit nicht mehr benötigt)		

6. Refinanzierung	
6.1 des geltend gemachten Stellenbedarfs:	
Art:	Höhe in %:
6.2 des geltend gemachten Sachmittelbedarfs:	
Art:	Höhe in %: