



Richtlinie für das Kommunikationsmanagement des Landes Vorarlberg

Organisationskonzept, Jänner 2026

Beschlossen in der Sitzung der Landesregierung am 20.01.2026 | Erlasssammlung Zahl: 1-0-1/04-50

Inhalt

I. Ausgangssituation	3
1. Anwendungs- und Geltungsbereich	3
II. Die wesentlichen Ziele der Richtlinie	4
1. Effiziente Abläufe.....	4
2. Transparente Budget- und Kostendokumentation.....	4
3. Wirkungskontrolle durch Evaluierung.....	4
4. Einheitliches Erscheinungsbild.....	4
III. Vorgehensweise bei neuen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen	5
IV. Die wichtigsten Pfeiler der Richtlinie zum Kommunikationsmanagement.....	5
1. Kommunikationsverantwortung	5
2. Planung und Ablauf von bestehenden Kommunikationsmaßnahmen	5
3. Planung und Ablauf von neuen, zukünftigen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen	6
4. Umgang mit Medienanfragen	6
5. Effizienzkontrolle durch Evaluierung	6
6. Betreuungsleistung durch die Landeskommunikation bei neuen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen:.....	6
7. Inkrafttreten.....	7

I. Ausgangssituation

Das Land Vorarlberg versteht sich als modernes, bürgerliches Dienstleistungsunternehmen. Die Kommunikation der Landesregierung prägt das öffentliche Bild und soll transparent zeigen, welche Aufgaben und Ziele verfolgt werden.

Die Landeskommunikation koordiniert vielfältige Themen, damit das Land als Einheit wahrgenommen wird. Seit 2002 ist die Öffentlichkeitsarbeit geregelt, und der Landes-Rechnungshof empfahl 2006 eine klarere Struktur. Die vorliegende Richtlinie „Kommunikationsmanagement“ - anstatt bisher „Öffentlichkeitsarbeit“ - setzt auf Zusammenarbeit aller Beteiligten unter Führung der Landeskommunikation, um Projekte und Kommunikationsmaßnahmen frühzeitig abzustimmen und abteilungsübergreifend zu verknüpfen.

1. Anwendungs- und Geltungsbereich

Die Landeskommunikation ist für die Umsetzung der Richtlinie und Ansprechpartner für alle Kommunikationsbereiche des Landes zuständig. Die Richtlinie gilt für sämtliche Gruppen, Abteilungen und Dienststellen der Landesverwaltung und umfasst sowohl bezahlte als auch unbezahlte Kommunikationsmaßnahmen.

Grundsätzlich stehen jeder Abteilung und Dienststelle die Leistungen der Landeskommunikation zur Verfügung vorbehaltlich der fachlichen Bewertung durch die Landeskommunikation. Die Landeskommunikation prüft Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich wesentlicher Kriterien (z.B. Kosten-Nutzen, Zielgruppen, Kanäle und Corporate Design).

Die Richtlinie umfasst u. a. Zusammenarbeit mit Agenturen, Gestaltung und Schaltung von Werbemitteln, Pressearbeit, Veranstaltungen, Online-Kommunikation, Social Media und Wettbewerbe.

II. Die wesentlichen Ziele der Richtlinie

1. Effiziente Abläufe

Die Landeskommunikation steuert abteilungs- und dienststellenübergreifend die Kommunikationsmaßnahmen.

Durch Planung werden Ressourcen und Synergien optimal genutzt. Externe Agenturen werden bei bestehenden Maßnahmen nach Zustimmung der Landeskommunikation eingebunden, bei neuen Maßnahmen übernimmt die Landeskommunikation die Beauftragung. Schaltungen in parteinahen Medien sind ausgeschlossen.

2. Transparente Budget- und Kostendokumentation

Jährliche Budgetplanung und laufende Kostendokumentation sind verpflichtend und müssen der Landeskommunikation übermittelt werden. Änderungen sind abzustimmen.

3. Wirkungskontrolle durch Evaluierung

Die Wirkung der Kommunikationsmaßnahmen wird regelmäßig durch Evaluierungen überprüft. Die Fachabteilungen führen diese durch, die Landeskommunikation fordert Wirkungskontrollen ein.

4. Einheitliches Erscheinungsbild

Das Land muss bei allen Kommunikationsleistungen klar als Absender erkennbar sein. Es gelten die Vorgaben des Corporate Design Manuals.

III. Vorgehensweise bei neuen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen

Für neue kostenpflichtige Kommunikationsmaßnahmen gilt folgender Ablauf:

Die Fachabteilung stellt einen Antrag bei der Landeskommunikation mit Zielen, Zielgruppe, Budget und Genehmigung des Regierungsmitglieds und weiteren Punkten. Die Landeskommunikation stellt hierfür eine Vorlage zur Verfügung.

Die Landeskommunikation prüft und entscheidet über die Umsetzung, sucht Synergien und entwickelt die Maßnahmen gemeinsam mit der Dienststelle bzw. Abteilung.

Die Landeskommunikation bucht gegebenenfalls die Schaltungen (Print und Online), das Budget bleibt bei der Abteilung bzw. Dienststelle, die auch die Kostendokumentation übernimmt. Meldungen nach dem Medientransparenzgesetz erfolgen ab 2026 durch die Landeskommunikation ausschließlich für jene Maßnahmen, die durch die Landeskommunikation schriftlich genehmigt wurden.

IV. Die wichtigsten Pfeiler der Richtlinie zum Kommunikationsmanagement

1. Kommunikationsverantwortung

Die Richtlinie regelt die Planung und Umsetzung der Kommunikationsarbeit. Die Themenfindung der Kommunikationsmaßnahmen erfolgt weiterhin grundsätzlich in den Dienststellen und Abteilungen in Abklärung mit den zuständigen Regierungsmitgliedern.

Bestehende entgeltliche Kommunikationsmaßnahmen werden von den Fachabteilungen verantwortet (z.B. Anzeigen und Kampagnen - Print und Online), neue entgeltliche Maßnahmen von der Landeskommunikation.

2. Planung und Ablauf von bestehenden Kommunikationsmaßnahmen

Abteilungen und Dienststellen melden den aus ihrer Sicht notwendigen Bedarf an die Landeskommunikation. Bedarf und gegebenenfalls Maßnahmen werden gemeinsam abgestimmt und festgelegt. Medienpläne und Layouts werden gemeinsam erstellt, externe Dienstleister gegebenenfalls eingebunden. Der fachliche Input kommt von der Abteilung bzw. Dienststelle. Die Endkontrolle und Freigabe erfolgt durch die Landeskommunikation. Abrechnung und Evaluierung liegen bei der Fachabteilung.

3. Planung und Ablauf von neuen, zukünftigen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen

Die Landeskommunikation übernimmt die Steuerung, legt Maßnahmen fest und erstellt Medienpläne nach Austausch mit der zuständigen Abteilung bzw. Dienststelle. Allfällige externe Dienstleister werden von der Landeskommunikation beauftragt. Fachlicher Input kommt von der Abteilung bzw. Dienststelle. Endkontrolle und Freigabe erfolgen gemeinsam.

Die Landeskommunikation übernimmt die Rechnungskontrolle sowie Eintragungen im Medientransparenzportal.

Die Verantwortung für den Regierungsantrag obliegt der jeweiligen Abteilung oder Dienststelle. Jeder Regierungsantrag der Kommunikationsarbeit beinhaltet ist der Landeskommunikation zur Mitzeichnung vorzulegen.

Die Budgetverantwortung sowie die Verbuchung der Kosten bleibt bei der Abteilung oder Dienststelle.

4. Umgang mit Medienanfragen

Medienanfragen sind unverzüglich an die Landeskommunikation zu melden.

5. Effizienzkontrolle durch Evaluierung

Evaluierungen sind bei der Budgeterstellung einzuplanen. Die Verantwortlichen Abteilungen und Dienststellen führen vor und nach Kampagnen Erhebungen durch und berichten an das Regierungsmitglied und die Landeskommunikation.

6. Betreuungsleistung durch die Landeskommunikation bei neuen entgeltlichen Kommunikationsmaßnahmen:

Die Landeskommunikation übernimmt die Rolle bei Angebotseinholung, Vergabe und Koordination.

7. Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am 20. Jänner 2026 in Kraft und ersetzt die vorhergehende „Richtlinie für die Öffentlichkeitsarbeit des Landes Vorarlberg – Organisationskonzept“, die bis 30. Juni 2025 in Geltung stand und befristet bis zum 31. Dezember 2025 wieder in Geltung gesetzt wurde.

