



MITTEILUNGSVORLAGE

VORL.NR. 108/13

Federführung:

Büro Oberbürgermeister

Sachbearbeitung:

Spear, Peter
Flach, Clemens
Jenne, Susanne

Datum:

18.03.2013

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Verwaltung	07.05.2013	ÖFFENTLICH

Betreff: Öffentlichkeitsarbeit mit Internet, Facebook und Co. - Zwischenbilanz und Ausblick

Bezug SEK:

**Bezug:
Anlagen:**

Mitteilung:

Das Büro Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat zum 01.03.2012 eine zusätzliche Stelle erhalten, die auf zwei Jahre bis 28.02.2014 befristet ist. Grund für den Stellenbedarf: Das Tätigkeitsfeld Internet ist in den vergangenen Jahren immens gewachsen. Zusätzlich entwickelten sich neue Chancen der Kommunikation und Interaktion beispielsweise über die sozialen Netzwerke wie Facebook. Mit dieser zusätzlichen Stelle wollten wir zudem unsere Internetbeauftragte Sabine Schmieder entlasten.

Für unsere inzwischen sehr umfangreiche Homepage ludwigsburg.de ist Sabine Schmieder verantwortlich. Sie koordiniert unter anderem über das Content-Management-System die Inhalte in Absprache mit den Fachbereichen und entwickelt die Webseite technisch und inhaltlich weiter. Darüber hinaus ist sie zuständig für den Betrieb zahlreicher weiterer Webseiten wie harteneckerhoehe.de, ludwigsburg-wohnen.de, kinderuni-ludwigsburg.de, forum.ludwigsburg.de, mhparena.ludwigsburg.de. Unsere Internetbeauftragte berät und betreut die Fachbereiche außerdem bei weiteren Webprojekten (Lokale Agenda, Interkommunale Zusammenarbeit etc.) und ist aktiv in der Medianaufbereitung (Bilder, Videos, Animationen, PDF-Dateien, Grafiken etc.).

Sabine Schmieder erstellt und verwaltet außerdem die Formulare auf unserer Homepage, die die Bürgerschaft für zahlreiche Anträge nutzen kann. Gemeinsam mit dem Kommunalen Rechenzentrum entwickelt sie interaktive Anwendungen weiter und richtet Schnittstellen ein, zum Beispiel zu nethotels, Easyticket oder zum Beschwerdemanagement. Mit der zusätzlichen Stelle hat Sabine Schmieder erstmalig eine Vertretung und Unterstützung.

Um den Dialog mit möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern zu führen und ihnen so viele Informationen wie möglich zugänglich zu machen, hatte sich die Stadtverwaltung entschlossen, die Öffentlichkeitsarbeit auf dem Gebiet des Internets auszubauen.

Internet:

Ob beim Stadtteilwettbewerb „Meine Eglosheimat“, bei der STEP-Bürgerbeteiligung in den Stadtteilen oder der Radschulweg-Befragung – in der Kommunikation läuft heute mehr als bisher über die Homepage der Stadt Ludwigsburg. Die Bürgerinnen und Bürger schauen sich dort zum Beispiel Wettbewerbsvorschläge an, lesen Informationen über die Weiterentwicklung ihrer Stadtteile oder laden von der städtischen Webseite Dokumente, Pläne und mehr direkt auf ihren PC.

Um diese Möglichkeiten anzubieten, müssen die Inhalte vorbereitet und online eingestellt werden. Mit der zusätzlichen Stelle im Bereich Internet ist es uns im vergangenen Jahr gelungen, mehr Inhalte und Projekte für unsere Homepage aufzubereiten – beispielsweise die Aktivitäten des Fachbereichs Bürgerschaftliches Engagement: Der Boy's- und Girl's Day zur Berufswahl, die Vortragsreihe für Frauen in der Kommunalpolitik oder das Engagement von Leih-Omas und Leih-Opas für Kinder.

Vorhaben des Fachbereichs Tiefbau und Grünflächen wie das Ökoprojekt Zugwiesen oder das Naturinfozentrum Hungerberg haben wir ebenfalls online begleitet. Aktuelle Homepage-Inhalte für den Fachbereich Stadtplanung zählen auch dazu: Karten, Übersichten, Briefe und Informationen zur Online-Befragung beim Thema Radschulwege oder Vor- und Nachberichte für die Bürgerschaft rund um die Diskussionsabende zur Neugestaltung der Eberhardstraße.

Facebook:

Wir wollten und möchten zudem die Chance nutzen, gezielt die Altersgruppe der 18- bis 39-Jährigen anzusprechen, die zum Teil nur noch im Internet anzutreffen sind. Deshalb kommuniziert die Stadtverwaltung seit Herbst 2011 regelmäßig auf Facebook. Die Anzahl unserer Fans liegt mittlerweile bei über 3600 Personen, Tendenz weiterhin steigend. Unsere Fans sind hauptsächlich im Alter zwischen 14 und 44 Jahren. Frauen und Männer halten sich in etwa die Waage. Die Fans stammen zum Großteil aus Ludwigsburg und der direkten Umgebung.

Im Vergleich mit anderen Städten wie Esslingen (3900 Fans), Heilbronn (1700) oder Reutlingen (6100) belegen wir einen guten Platz, bei der Kommunikation sind wir besser: Während in den genannten Städten im Durchschnitt 60 bis 120 Fans über ihre Seite sprechen, sind es bei uns regelmäßig zwischen 100 und 200.

Die Themen auf Facebook sind vielfältig: Diese reichen von der Bürger-Umfrage zum Ludwigsburger Bahnhof, der fehlenden Straßenbeleuchtung bis hin zu Informationen, die Personen abfragen, wenn sie sich auf einen Gesprächstermin im Rathaus vorbereiten. Diese und andere Beispiele der täglichen Praxis koordiniert die zusätzliche Internet-Stelle und veröffentlicht die Antworten. Unser Ziel lautet: Bürgeranfragen und Beschwerden auf Facebook beantworten wir in Absprache mit den zuständigen städtischen Fachleuten in der Regel innerhalb eines Arbeitstags.

Die Arbeit im sozialen Netzwerk bietet darüber hinaus die Möglichkeit, der Bürgerschaft nach dem Motto „Gutes tun, darüber reden und Vorbild sein“ viele vorbildliche Projekte zu präsentieren und andere zum Nachahmen zu motivieren. Das ehrenamtliche Engagement spielt dabei häufig eine große Rolle. Über ihre Facebook-Fanseite stellte die Stadtverwaltung Aktionen wie die Renovierung des Grillplatzes an der Eglosheimer Seeschlossallee vor: Mit Fotos und kurzen Texten präsentierten wir über eine Bildergeschichte die ehrenamtliche Arbeit der Mitglieder eines Ludwigsburger Autoclubs auf dem Gelände. Eine andere Fotostory zeigt etwa die Bemühungen der fleißigen Bienezüchter und Studierenden am Naturinfozentrum Hungerberg (Casa Mellifera).

Ebenso nutzen wir damit die Möglichkeit, engagierte Projekte wie das „Peace me up“-Musikfestival am Innenstadtcampus zu unterstützen – vom Veranstaltungskalender über Plakatwerbung bis hin zur Kommunikation an digitalen City-Terminals in der Innenstadt, auf der Homepage und über Facebook. Mit solchen Inhalten und Informationen zu Aktivitäten geht die Verwaltung auf ein breites Spektrum an Jugendlichen aus allen gesellschaftlichen Milieus zu: Ganz gleich, ob Ballett-Werkstatt oder HipHop-Tanz, Poetry-Slam, Musikorchester, Rollschuh-Sport oder Fairtrade-Aktion – die Stadt hält den Kontakt zu den jungen Leuten.

Auf diesen öffentlichen Kanälen wirbt die Stadt auch für familienfreundliches Arbeiten. Ausgezeichnet mit dem „Zertifikat Audit Beruf und Familie“ ist die Stadtverwaltung vorbildlich für Unternehmen. Das gilt auch für die Ausbildung: Für 13 verschiedene Berufe sprach die Stadtverwaltung über ihre eigene Facebook-Seite gezielt junge Leute an. Von 326 Bewerbungen um Ausbildungsplätze in den unterschiedlichsten Berufen haben 123 das Internet als Hauptquelle für ihre Bewerbung angegeben, also rund ein Drittel. Im Vergleich zu früheren Jahren bedeutet das eine Steigerung um 50 Prozent. Die jüngeren Leute informieren sich zunehmend über das Netz. Im Hinblick auf den demografischen Wandel und damit rückläufige Zahlen der nachfolgenden Generation zeigt sich, dass die Stadtverwaltung hier zu Recht aktiv geworden ist.

Fazit:

Mit der zusätzlichen Internet-Stelle haben wir die Chance, stärker als bislang auf mehreren Wegen an die Öffentlichkeit zu gehen, um alle Gruppen in der Bürgerschaft zu erreichen und mit Themen der Stadt präsenter zu sein – auf der Homepage und über Soziale Medien genauso wie mit Pressemitteilungen oder Artikeln in den Mitteilungs- und Anzeigenblättern. Beispiele: Die Arbeit der Tagesmütter in den ersten drei Ludwigsburger Kindernestern, die gerade ihren ersten Geburtstag feiern durften, veröffentlichten wir über all diese Medien. Über Chancen und Inhalte der Bürgerbeteiligung an Entscheidungen für die Stadt und ihre Stadtteile informieren wir ebenfalls sowohl in den Printmedien als auch auf unserer Homepage und Facebook-Fanseite.

Mit unserer Fanseite ist es uns außerdem gelungen, das Image der Stadt und der Stadtverwaltung positiv zu verstärken und für viele Themen und Veranstaltungen zu werben. Der rege Austausch der Fans mit uns über Veranstaltungen, Freizeitaktivitäten, Ehrenamt und Bürgerbeteiligung bestätigt dies. In vielen Fällen helfen wir mit unseren Auskünften weiter und erhalten dafür positive Rückmeldungen. Selbst bei kontroversen Themen, die bislang eine Ausnahme waren, ist es gelungen, für unsere Haltung Verständnis zu erhalten.

Weitere Schritte:

- Im Internet wollen wir unsere Aktivitäten weiter ausbauen. Mobile Internetseiten von ludwigsburg.de sind in Vorbereitung, so dass wir künftig auch über Smartphones die junge Zielgruppe ansprechen können.
- Geplant sind zudem Audio- und Video-Dateien, die auf der städtischen Homepage abgerufen werden können (zum Beispiel Grußworte, Stellungnahmen oder Kurzinterviews der Dezernenten).
- Überdies möchten wir den Bürgerinnen und Bürgern im Internet die Chance einräumen, dem Oberbürgermeister Fragen zu stellen, die dort auch beantwortet werden. Bei diesem Kommunikationsangebot stimmen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über die drei besten Fragen ab. Diese beantwortet der Oberbürgermeister online. Dadurch entsteht auf dieser Internetseite ein Themenarchiv, das jederzeit einsehbar ist.

- Neben den Sozialen Netzwerken möchten wir zudem mehr Angebote bei den elektronischen Dienstleistungen für die Bürgerinnen und Bürger machen. Auch auf diesem Gebiet müssen wir innovativer werden. Eine interne Untersuchung des Geschäftsprozesses hat ergeben, dass hier mehr Personalkapazitäten nötig sind, um einen Stillstand zu verhindern.

Diesem veränderten Informations- und Dienstleistungsbedürfnis der Menschen müssen wir uns als Film- und Medienstadt auch in Zukunft stellen, und zwar mehr denn je. Es ist wichtig und notwendig, diese Aktivitäten weiterhin als Ergänzung zur bisherigen Öffentlichkeitsarbeit anzubieten, um einen möglichst großen Kreis unserer Bürgerinnen und Bürger zu erreichen.

Unterschriften:

Peter Spear

Susanne Jenne

Clemens Flach

Verteiler: 10, 20, PRV