

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
BOB	S0179/13	22.08.2013
zum/zur		
A0084/13 – FDP - Fraktion		
Bezeichnung		
AG Neue Medien/Social Media		
Verteiler		Tag
Der Oberbürgermeister		27.08.2013
Ausschuss für kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten		19.09.2013
Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik		26.09.2013
Stadtrat		10.10.2013

Mit dem Antrag soll der Oberbürgermeister beauftragt werden, zu prüfen, unter welchen Voraussetzungen und mit welchen Konsequenzen eine ständige Arbeitsgruppe „Neue Medien/Social Media“ (Arbeitstitel) eingerichtet werden kann.

Aufgabe dieser AG soll u.a. die Er- und Bearbeitung von Vorschlägen sein, die sich aus den sich ständig erweiternden Möglichkeiten der „Neuen Medien“ und deren Anwendung für die Stadtverwaltung und die Bürger ergeben sowie die Aktualisierung dieser. Dabei sind realisier- und finanzierbare Lösungen anzustreben.

In der AG sollten neben Fachleuten auch Ideengeber und fachkundige Bürger mitarbeiten.

Dazu möchte ich wie folgt Stellung nehmen:

Die Landeshauptstadt Magdeburg betreibt - neben der städtischen Homepage mit ihren Bürgerforen unter www.magdeburg.de - seit fast drei Jahren eine ganze Reihe von Anwendungen im Bereich Social Media.

Seit Juli 2010 besteht der offizielle Twitter-Account der Landeshauptstadt Magdeburg www.twitter.com/LH_Magdeburg, über den sich derzeit fast 2900 Twitter-Nutzer anhand von fast 1700 Meldungen in den letzten 3 Jahren schnell und einfach über aktuelle Ereignisse in der Landeshauptstadt Magdeburg informieren.

Dieses Angebot ergänzt der offizielle Facebook-Account der Stadt mit der Fanpage „Magdeburg.de“ unter <https://www.facebook.com/Landeshauptstadt.Magdeburg>. Fast 6500 aktive Nutzer habenden Account der Stadt mit ihren „Gefällt mir“-Angaben abonniert. Rund 40 000 Besucher monatlich nutzen die Möglichkeit, Pressemitteilungen, Veranstaltungen, Bildergalerien und Videos zu sehen und zu kommentieren.

Für die touristische Vermarktung Magdeburgs betreibt die MMKT Magdeburg eine eigene Fanpage unter <https://www.facebook.com/TouristInformationMagdeburg?fref=ts> auf der sich aktuell fast 14 000 aktive Nutzer regelmäßig über touristische Angebote und Veranstaltungen in Magdeburg informieren.

Seit 2009 besteht der Magdeburger YouTube-Kanal, mittlerweile unter dem Namen „Ottostadt“, auf dem seit April 2013 u. a. die zeitversetzte Übertragung der monatlichen Stadtratssitzungen

zu sehen ist. Eine im Juni 2013 über YouTube verbreitete Dankesrede des Oberbürgermeisters an alle Fluthelfer wurde beispielsweise von über 1300 Besuchern angesehen.

Im Städte-Ranking unter pluragraph.de, einer Plattform für Social-Media-Benchmarking und Social-Media-Analyse im nicht-kommerziellen Bereich, gehört Magdeburg mit seinen Social-Media-Aktivitäten mittlerweile zu den Top 20. Im Juni 2013 wurde die Facebook-Seite der Stadt Magdeburg für ihre Social-Media-Kommunikation während des Hochwassers sogar zum „Profil der Woche“ gekürt.

Das Social-Media-Angebot der Stadt Magdeburg umfasst weiterhin einen Flickr-Account zur Präsentation von Bildern und einen RSS-Feed, mit dem man aktuelle Pressemeldungen und Veranstaltungsinformationen abonnieren kann.

Alle Aktivitäten werden strukturbedingt im Rahmen der personellen und finanziellen Möglichkeiten der Pressestelle im Bereich BOB koordiniert und durch einen an die besonderen Anforderungen einer kommunalen Internetpräsenz angepassten Social-Media-Guideline geregelt. Zur Steuerung aller Aktivitäten im Internet gibt es seit 2000 die Kommunale AG Internet (KAI), in der Mitarbeiter aus allen Ämtern und Fachbereichen der Stadtverwaltung mitarbeiten. Diese Arbeitsgruppe befasst sich u.a. mit den aktuellen Entwicklungstrends und Möglichkeiten zu deren Umsetzung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung. Innerhalb der monatlichen Sitzungen der KAI, an der die fast 80 Internetredakteure aus allen Fachämtern und Eigenbetrieben teilnehmen, werden Anregungen und Vorschläge zu den Social-Media-Aktivitäten gesammelt und gemeinsame Zielstellungen erarbeitet.

Damit setzt die Stadt Magdeburg bereits jetzt eine realisier- und finanzierbare Lösung zur Er- und Bearbeitung von Vorschlägen um, die sich aus den sich ständig erweiternden Möglichkeiten der „Neuen Medien“ und deren Anwendung ergeben.

Es wird seitens der Verwaltung empfohlen, den Antrag modifiziert zu beschließen.

Auf Grund der vorgenannten Ausführungen empfiehlt die Verwaltung keine neue Arbeitsgruppe, sondern schlägt statt dessen vor, bei Bedarf 2 mal jährlich im Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik (RWB) analog der Verfahrensweise beim Relaunch der städtischen Website zu informieren und die speziellen Belange im Bereich Social Media zu diskutieren.

Dr. Trümper