

| | | |
|--|------------|--|
| Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister - | | Datum 05.11.2014 |
| Dezernat OB | Amt BOB | Öffentlichkeitsstatus öffentlich |

I N F O R M A T I O N

I0317/14

| Beratung | Tag | Behandlung |
|---|------------|------------------|
| Der Oberbürgermeister | 18.11.2014 | nicht öffentlich |
| Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik | 27.11.2014 | öffentlich |

Thema: Information zur Stellungnahme S0179/13 zum Antrag A0084/13 AG Neue Medien/Social Media

Gemäß Antrag A0084/13 beschloss der Stadtrat mit der Beschluss-Nr. 2002-69(V)13 unter Beachtung des Änderungsantrages A0084/13/1:

„Der Oberbürgermeister wird beauftragt, zweimal jährlich im Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik (RWB) über die speziellen Belange im Bereich Social Media zu informieren und zu diskutieren.“

Dazu ergeht folgende Information zum Sachstand:

Aktuelle Situation:

Städtische Homepage www.magdeburg.de

Die städtische Homepage der Landeshauptstadt Magdeburg www.magdeburg.de verzeichnete in den letzten 12 Monaten rund 330.000 Besucher, sowie rund 160.000 Besucher unter www.magdeburg-tourist.de. In den Foren gingen zudem fast 250 Anfragen ein, die zeitnah beantwortet werden konnten.

Damit ist die städtische Homepage seit Jahren ein fester Bestandteil im Bewusstsein der Bürger Magdeburgs. Virtuelle Angebote wie das Formulardepot, das Forum, das Ratsinformationssystem, der Veranstaltungskalender, die Gratisbörse, das virtuelle Fundbüro, die Anmeldung des Wunschkennzeichens, die Internetabfrage zu Pass und Ausweis, das Kita-Portal, die Möglichkeit von Onlinebuchungen oder der Webshop unter magdeburg-tourist.de haben sich mittlerweile etabliert.

Mit dem MD-Melder wurde am 20. Januar 2014 ein weiterer Zugangskanal in die Verwaltung eröffnet. 1.550 Meldungen sind allein in den ersten sechs Monaten nach dem Start des MD-Melders unter www.magdeburg.de eingegangen. 97 Prozent der Meldungen wurden erfolgreich abgearbeitet und im Internet auf „grün“ geschaltet. Durchschnittlich gehen monatlich 180 Mängelhinweise ein.

Um das Angebot der städtischen Homepage noch attraktiver zu gestalten, wurden wesentliche Teile der Homepage aktualisiert und ergänzt. So wird momentan das Portal „Wirtschaft + Arbeit“ komplett neu gestaltet und bietet neben einer überarbeiteten Navigation und neuen Inhalten auch neue Funktionalitäten, wie die Möglichkeit, einzelne Inhalte als Favoriten zu markieren und diese dann als PDF-Dokument ausdrucken zu können.

Um die bestehenden Städtepartnerschaften stärker zu fokussieren, wurden die Seiten komplett neu gestaltet und neu strukturiert. Über die Informationen zu den einzelnen Partnerstädten und die Zusammenarbeit hinaus, kann man sich jetzt auch über Videos und Bildergalerien einen virtuellen Eindruck über die Partnerstädte verschaffen.

Die Möglichkeit, für einen virtuellen Rundgang bietet auch die neue Internetseite, die seit November über den geplanten Ersatzneubau des Strombrückenzuges informiert. Interessierte Bürger und Gäste der Stadt erhalten dazu umfangreiche, anschauliche und stets aktualisierte Informationen zum Bauvorhaben. Die Internetseite ist die Basis für einen Dialog mit den ausgewiesenen Ansprechpartnern und schafft die Grundlage, alle Interessierten am Bauprojekt aktiv teilhaben zu lassen. Die Internetseiten unter Bürger + Stadt > Leben in Magdeburg > Verkehr > Strombrückenzug enthält zahlreiche Fotostrecken sowie anschauliche Visualisierungen des Bauprojektes.

Nicht zuletzt wurden und werden zahlreiche Projekte auf der städtischen Homepage medial begleitet. Beispiele dafür sind die für 2015 anstehenden 2. European Choir Games 2015 in Magdeburg, der jährliche Sachsen-Anhalt-Tag oder die Meile der Demokratie, um nur einige zu nennen.

Neu ist seit September 2014 auch der Navigationspunkt „Magdeburg 2.0“ unter dem die Landeshauptstadt Magdeburg über ihre virtuellen Angebote im Internet sowie ihre Auftritte in den sozialen Netzwerken informiert. Der neue Navigationspunkt verweist nicht nur auf die Plattformen von Facebook, Twitter, Youtube und Flickr, sondern unter anderem auch auf eine neue Pinnwand (Netvibes). In diesem sogenannten Dashboard können sich Nutzer schnell und unkompliziert über aktuelle Magdeburger Themen sowie über Serviceleistungen der Verwaltung und Veranstaltungen informieren.

Unter dem neuen Menüpunkt findet man aber auch den Mängelmelder, die Internetforen, die Online-Services des Landeshauptstadt Magdeburg, das Formulardepot und häufig gesuchte Anliegen im Bürgerservice. Wer eine schöne Stadtansicht als Bildschirmschoner für den PC, als Hintergrundbildschirm für das Tablet oder als Smartphone-Fotogruß herunterladen möchte, dem bietet Magdeburg 2.0 eine Bildergalerie mit Fotos zum Download oder sogenannte Headerbilder für die eigene Chronik bei Facebook.

Auch Informationen zu einigen der Hotspots für die WLAN-Nutzung im Stadtgebiet sind bei Magdeburg 2.0 zu finden, darunter der Otto-Hotspot für den Alten Markt.

Über zwei Jahre nach dem letzten Relaunch stehen in den nächsten Wochen zudem größere Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich der Nutzbarkeit für Besucher der Seite und vor allem der Maschinenlesbarkeit durch Suchmaschinen an.

Ein besonderes Angebot erwartet die Nutzer der städtischen Homepage und der Fanpage unter Facebook im Dezember. Die Landeshauptstadt wird einen virtuellen Adventskalender präsentieren, bei dem es über Bildausschnitte zu erraten gilt, welche Sehenswürdigkeit Magdeburgs sich dahinter versteckt. Unter allen richtigen Einsendern werden ein Stadtrundgang und ein Theaterbesuch verlost.

Soziale Netzwerke

3.2.1 Twitter

Seit Juli 2010 besteht der offizielle Twitter-Account der Landeshauptstadt Magdeburg <https://twitter.com/Ottostadt>, über den sich ca. 4.000 Twitter-Nutzer anhand von fast 3.000 Meldungen – neuerdings auch über Bilder und kurze Videos – seit mittlerweile vier Jahren schnell und einfach über aktuelle Ereignisse in der Landeshauptstadt Magdeburg informieren können.

3.2.2. Facebook

Dieses Angebot ergänzt der offizielle Facebook-Account der Stadt mit der Fanpage „Magdeburg.de“ unter www.facebook.com/Landeshauptstadt.Magdeburg.

Fast 9.100 aktive Nutzer haben den Account der Stadt durch die „Gefällt mir“-Angabe abonniert. Zwischen 1.500 und 10.000 Besucher nutzen täglich die Möglichkeit, Pressemitteilungen, Veranstaltungen, Bildergalerien und Videos anzusehen und zu kommentieren. Seit Sommer 2014 ist von hier aus auch der MD-Melder erreichbar.

Zudem wurde das Impressum neu strukturiert und auch an die mobile Version angepasst. Für die touristische Vermarktung Magdeburgs betreibt die MMKT Magdeburg eine eigene Fanpage unter www.facebook.com/TouristInformationMagdeburg auf der sich aktuell über 20.000 aktive Nutzer regelmäßig über touristische Angebote und Veranstaltungen in Magdeburg informieren.

3.2.3 YouTube

Seit 2009 besteht der Magdeburger YouTube-Kanal, der mittlerweile unter dem Namen „Ottostadt Magdeburg“ abgerufen werden kann. Interessierte Bürgerinnen und Bürger haben seit April 2013 die Möglichkeit, die Übertragung der monatlichen Stadtratssitzungen zeitversetzt anzusehen.

Zwischen 100 und 400 Besucher nutzen derzeit diesen Service.

Eine im Juni 2013 über YouTube verbreitete Dankesrede des Oberbürgermeisters an alle Fluthelfer wurde beispielsweise von über 1.500 Besuchern angesehen. Das aktuelle Statement zum City-Tunnel des Oberbürgermeisters besuchten über 500 Nutzer.

3.2.4. Flickr

Das Social-Media-Angebot der Stadt Magdeburg umfasst weiterhin einen Flickr-Account zur Präsentation von Bildern (www.flickr.com/photos/landeshauptstadt_magdeburg/).

Hier veröffentlicht die Landeshauptstadt Magdeburg regelmäßig aktuelle Fotos und vermittelt so einen Einblick in die Stadt, ihre Sehenswürdigkeiten, touristische Höhepunkte und aktuelle Veranstaltungen.

3.2.5. RSS Feed

RSS - Abkürzung für Really Simple Syndication (etwa »wirklich einfache Verbreitung«) - ist eine Technologie, die es dem Nutzer ermöglicht, die Inhalte einer Magdeburger Webseite (oder Teile davon) zu abonnieren. Über den RSS-Feed der Landeshauptstadt Magdeburg werden momentan die aktuelle Pressemeldungen und der Veranstaltungskalender angeboten.

3.2.6. Netvibes

Im Newsroom unter Netvibes bietet die Landeshauptstadt Magdeburg seit 2014 eine Zusammenfassung ihrer wichtigsten Nachrichten und Serviceinformationen an.

Die Pressemeldungen der Stadt sind hier genauso vertreten, wie die neusten Meldungen in den sozialen Netzwerken oder aktuelle Bildergalerien und Videos.

3.2.6. Mobile Version

Seit dem Relaunch der städtischen Homepage 2012 ist diese neben der klassischen Website auch in einer angepassten Version für mobile Endgeräte wie Tablet oder Smartphone verfügbar. Neben den Pressemeldungen sind hier Adressen, Dienstleistungen, Veranstaltungen und der MD-Melder mobil abrufbar.

Die Stadt Magdeburg hat sich bewusst gegen eine App-Variante entschieden.

Mit der Mobilversion können Kosten- und Pflegeaufwand gering gehalten werden, da die Redaktion direkt über das bestehende Redaktionssystem erfolgen kann und keine aufwendige Programmierung für verschiedene Betriebssysteme und unterschiedliche Endgeräte erfolgen muss. Damit ist die Mobilversion auch unabhängig von Vorgaben kommerzieller App-Stores.

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.

In diesem Rahmen erfolgte am 20. Oktober eine Schulung von 40 Redakteuren zum Thema „Social Media und Recht“ durch Rechtsanwalt Knut Hartstock, der über rechtssicheren Umgang mit WEB 2.0 Anwendungen informierte.

Unter der Berücksichtigung der vom Deutschen Städtetag in seinen Leitlinien vorgegebenen Voraussetzungen wird es vorerst das Ziel sein, das derzeitige Niveau der bestehenden Social Media Angebote weiterhin beizubehalten.

Dr. Trümper