

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Der Oberbürgermeister -		Datum 12.05.2015
Dezernat BOB	Amt BOB	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich

**I N F O R M A T I O N**

**I0135/15**

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	19.05.2015	nicht öffentlich
Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik	28.05.2015	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](http://www.magdeburg.de)**

Die städtische Homepage der Landeshauptstadt Magdeburg [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) verzeichnete in den letzten 12 Monaten rund 400.000 Besucher, wobei die Anzahl der Besucher im Wahlmonat März fast doppelt so hoch war wie in den Vormonaten.

In den Foren gingen zudem fast 254 Anfragen ein, die zeitnah beantwortet werden konnten. Damit ist die Zahl der Anfragen über die städtische Homepage seit Jahren fast konstant. Festzustellen ist, dass viele Bürger mittlerweile vermehrt die Möglichkeit der Kommunikation über Facebook und Twitter nutzen. Über diese Kanäle steigt die Zahl der Anfragen stetig an.

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](http://magdeburg-tourist.de) haben sich mittlerweile etabliert.

Der neue MD-Melder, der seit Januar 2014 unter <http://www.magdeburg.de/Start/Bürger-Stadt/Verwaltung-Service/MD-Melder> zu finden ist, wird von den Bürgern rege genutzt und kann monatlich ca. 250 Einträge verzeichnen, von denen durchschnittlich 90% zeitnah beantwortet und bearbeitet werden können.

Um das Angebot der städtischen Homepage noch attraktiver zu gestalten, wurden wesentliche Teile der Homepage aktualisiert und ergänzt. So wurde und wird 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.

Bürger und Gäste der Stadt sollen auch weiterhin umfangreiche, anschauliche und stets aktualisierte Informationen zum Bauvorhaben in Magdeburg erhalten.

Neben den bestehenden Seiten zur Strombrückenverlängerung wurden die Planfeststellungsunterlagen für den 4. Bauabschnitt des Bauvorhabens „2. Nord-Süd-Verbindung der Straßenbahn“ im Internet veröffentlicht und sind damit für alle Bürger digital einsehbar.

Im Zuge des Bauprojekts „Eisenbahnüberführung Ernst-Reuter-Allee“ wird ein Internetauftritt erarbeitet. Dieser wird neben Visualisierungen, Beschreibungen des Bauprojektes und aktuellen Informationen auch Bildergalerien und Ansichten zu den derzeitigen Verkehrseinschränkungen im Zusammenhang mit den Baumaßnahmen beinhalten.

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, die Meile der Demokratie oder „Die Lange Nacht der Wissenschaft“, um nur einige zu nennen.

## **Soziale Netzwerke**

### *Twitter*

Seit Juli 2010 besteht der offizielle Twitter-Account der Landeshauptstadt Magdeburg <https://twitter.com/Ottostadt>, über den sich aktuell ca. 4.600 Twitter-Nutzer anhand von fast 3.600 Meldungen – neuerdings auch über Bilder und kurze Videos – schnell und einfach über aktuelle Ereignisse in der Landeshauptstadt Magdeburg informieren können. Im Durchschnitt werden täglich 3 Post veröffentlicht, die ca. 3.500 Nutzer ansehen, teilweise retweeten oder favorisieren.

2015 wurde der Twitter-Account auf Antrag seitens der Landeshauptstadt Magdeburg offiziell verifiziert und zeigt nun deutlich, dass es sich hierbei um den offiziellen Account der Stadt handelt. Ein wichtiger Schritt in Sachen Glaubwürdigkeit und Anerkennung des Status als Sprachrohr der Stadt.

### *Facebook*

Dieses Angebot ergänzt der offizielle Facebook-Account der Stadt mit der Fanpage „Magdeburg.de“ unter [www.facebook.com/Landeshauptstadt.Magdeburg](http://www.facebook.com/Landeshauptstadt.Magdeburg). Fast 9.700 aktive Nutzer haben den Account der Stadt durch die „Gefällt mir“-Angabe abonniert. Zwischen 1.500 und 15.000 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](http://www.facebook.com/TouristInformationMagdeburg), auf der sich aktuell mehr als 21.700 aktive Nutzer regelmäßig über touristische Angebote und Veranstaltungen in Magdeburg informieren.

### *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 1.600 Besuchern angesehen. Das aktuelle Statement zum City-Tunnel des Oberbürgermeisters besuchten über 500 Nutzer. Über diesen Kanal hat die Landeshauptstadt Magdeburg auch ihren aktuellen Imagefilm verbreitet, der bis heute allein über YouTube fast 16.000 Aufrufe verzeichnen kann. Ergänzt wird das Angebot zusätzlich u.a. mit Videos zu den Partnerstädten Magdeburgs, einer Simulation zur virtuellen Wirtschaftsregion oder der sicher auch für viel Touristen interessanten Aktion „otto tourt mit Mady“.

#### *Flickr*

Das Social-Media-Angebot der Stadt Magdeburg umfasst weiterhin einen Flickr-Account zur Präsentation von Bildern ([www.flickr.com/photos/landeshauptstadt\\_magdeburg/](http://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. Im Rahmen der Verleihung des Kaiser-Otto-Preises 2015 wird an dieser Stelle wieder Journalisten die Möglichkeit geboten, aktuelles Bildmaterial zu nutzen.

#### *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.

#### *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.

## **Ausbau der Angebote**

#### *E-Petition*

Seit April 2015 bietet die Landeshauptstadt eine weitere Möglichkeit der Bürgerbeteiligung. Unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) können Magdeburgerinnen und Magdeburger eine Online-Petition einreichen.

Nach Ausfüllen des Online-Formulars unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) erhält der Einbringer von der Stadtverwaltung ein Schreiben zur Bestätigung der Einreichung. Um Missbrauch zu vermeiden, muss dieses unterschrieben zurückgesendet werden, damit die eindeutige Identität des Einbringers festgestellt werden kann. Außerdem besteht auf diesem Weg auch die Möglichkeit, zusätzliche Unterlagen zur Online-Petition einzureichen.

Die Titel der eingereichten Petitionsthemen werden im Internet unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) veröffentlicht. Neben der Überschrift des Anliegens wird nur der Status der Bearbeitung oder der dazugehörige Beschluss des Ausschusses für Kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten gezeigt. Die Identität des Einbringers bleibt somit geschützt.

Bisher wurde ein Online-Formular ausgefüllt und zu weiteren Bearbeitung angewiesen.

#### *Open Data*

Laut dem Stadtratsbeschluss Nr. 1404-50(V)12 vom 05.07.2012 zum A0151/11 wird durch eine stadtinterne AG Open Data mit je einem Dezernatsvertreter innerhalb des städtischen Internetauftritts unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) momentan

ein Angebot zur Darstellung offener Verwaltungsdaten erarbeitet. Derzeit erfolgt die Erstellung der zugehörigen Seiten innerhalb des Webauftritts der Stadt, die Schulung der Redakteure und ab Juni die Einspeisung der Daten durch die einzelnen Fachämter. Ziel ist die Freischaltung zum September 2015.

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.

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