

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 12.04.2016
Dezernat OB	Amt BOB	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0096/16

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	19.04.2016	nicht öffentlich
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	28.04.2016	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 (ohne www.magdeburg-tourist.de) verzeichnete monatlich rund 100.000 Besucher.

In den Foren gingen von Oktober 2015 bis April 2016 rund 65 Anfragen ein, die zeitnah beantwortet werden konnten. Das sind fast 40 Anfragen weniger als im vergleichbaren Zeitraum 2014/15. Damit geht die Zahl der Anfragen über die städtische Homepage langsam zurück. 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.

Die gesellschaftliche Entwicklung spiegelt sich auch auf der Homepage der Landeshauptstadt wieder. Das Thema Flüchtlinge/ Migrantinnen ist seit Ende 2015 vermehrt auf den städtischen Internetseiten präsent. So wurde das bereits bestehende Migrationsportal um weitere Informationsangebote zum Thema Flüchtlinge erweitert. Unter „Bürger + Stadt“ im Bereich „Leben in Magdeburg“ wurde ein Portal erstellt, das neben aktuellen Unterbringungszahlen auch Informationen zu Themen wie Asyl, Integration oder zu Beratung, Hilfe und Spenden anbietet. Ergänzt wird das Angebot seit Dezember 2015 durch das Flüchtlingshilfe-Portal „HelpTo“. Unter der Internet-Adresse magdeburg.help.to können sich Organisationen, Initiativen, Unternehmen, Vereine sowie engagierte Bürgerinnen und Bürger schnell und unkompliziert auf lokaler Ebene über das austauschen, was bei der Betreuung und Integration von Flüchtlingen benötigt wird. Auch die Flüchtlinge selbst gehören zur Zielgruppe, daher werden viele Informationen ebenfalls auf Englisch bereitgestellt.

Nicht zuletzt wurden und werden zahlreiche Projekte auf der städtischen Homepage medial begleitet. Beispiele dafür sind der jährliche Sachsen-Anhalt-Tag, die Meile der Demokratie oder „Die Lange Nacht der Wissenschaft“, um nur einige zu nennen.

Soziale Netzwerke

Nach intensiven Bemühungen wurden in den letzten Monaten sowohl der Twitter-, als auch der Facebook-Account durch die jeweiligen Betreiber der Social Media Plattformen verifiziert. Damit ist für jeden Nutzer ersichtlich, dass es sich hier um die offiziellen Accounts der LH MD handelt, ein wichtiger Schritt in Sachen Glaubwürdigkeit und Anerkennung des Status als Sprachrohr der Stadt – gerade im Hinblick auf Krisensituationen.

Twitter

Seit Juli 2010 besteht der offizielle Twitter-Account der Landeshauptstadt Magdeburg <https://twitter.com/Ottostadt>, über den sich aktuell ca. 5.600 Twitter-Nutzer anhand von fast 4.500 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 Tweets veröffentlicht und die städtischen Informationen in 28 Tagen durchschnittlich 80.000-mal ansehen, retweeted oder favorisiert.

Über das Analyse-Tool „Tweet-Analytics“ erfolgt seit 2015 eine genaue Analyse u.a. der Zugriffszahlen und der Reichweite.

Facebook

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

Fast 10.800 aktive Nutzer haben den Account der Stadt durch die „Gefällt mir“-Angabe abonniert. Zwischen 2.500 und 40.000 Besucher lesen die einzelnen Beiträge und nutzen täglich die Möglichkeit, Pressemitteilungen, Veranstaltungen, Bildergalerien und Videos anzusehen und zu kommentieren.

Für die touristische Vermarktung Magdeburgs betreibt die MMKT Magdeburg eine eigene Fanpage unter www.facebook.com/TouristInformationMagdeburg, auf der sich aktuell mehr als 21.600 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 1.600 Besucher nutzen derzeit diesen Service, 228 Nutzer haben den YouTube-Kanal abonniert.

Über diesen Kanal hat die Landeshauptstadt Magdeburg auch ihren aktuellen Imagefilm verbreitet, der bis heute allein über YouTube fast 20.500 Aufrufe verzeichnen kann. Ergänzt wird das Angebot zusätzlich u.a. durch Videos zu den Partnerstädten Magdeburgs, aktuellen Statements des Oberbürgermeisters, Visualisierungen von Großprojekten oder durch Beiträge zu Preisverleihungen oder städtischen Großveranstaltungen.

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. Im Rahmen der Verleihung des Kaiser-Otto-Preises 2015 wurde 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 aktuellen Pressemeldungen und der Veranstaltungskalender angeboten.

Hootsuite

Seit Beginn des Jahres 2016 nutzt die Internetredaktion die kostenlose Basisversion des Social-Media-Tools „Hootsuite“. Damit können verschiedenen sozialen Netzwerken zentral verwaltet und Nachrichten über verschiedene Social-Media-Accounts z. B. am Wochenende zeitversetzt veröffentlicht werden.

Ausbau der Angebote

E-Petition

Seit April 2015 bietet die Landeshauptstadt eine weitere Möglichkeit der Bürgerbeteiligung. Unter www.magdeburg.de können Magdeburgerinnen und Magdeburger eine Online-Petition einreichen.

Nach Ausfüllen des Online-Formulars unter 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 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.

Open Data

Laut dem Stadtratsbeschluss Nr. 1404-50(V)12 vom 05.07.2012 zum A0151/11 wurde durch eine stadtinterne AG Open Data mit je einem Dezernatsvertreter innerhalb des städtischen Internetauftritts unter www.magdeburg.de ein Angebot zur Darstellung offener Verwaltungsdaten erarbeitet. Die Freischaltung des Portals erfolgte im November 2015. Insgesamt enthält das Portal „Offene Verwaltungsdaten“ unter „Verwaltung + Service“ fast 130 Datensätze aus 12 Themengebieten von „Wirtschaft & Arbeit“ bis „Bevölkerung & Demografie“.

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