

Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Herrn Maicher
Fischmarkt 1
99084 Erfurt

Drucksache 2339/21; Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO; Social Media Strategie der Stadtverwaltung; öffentlich

Journal-Nr.:

Sehr geehrter Herr Maicher,

Erfurt,

Ihre Anfrage beantworte ich wie folgt:

1. Welche Social-Media-Strategie legt die Stadt Erfurt ihren Online-Auftritt zugrunde und wie plant die Stadtverwaltung ihren Content?

Die Informationen aus der Stadtverwaltung sollen über die sozialen Medien vor allem Bürgerinnen und Bürger erreichen, die sie nicht „klassisch“ auf www.erfurt.de oder im Amtsblatt abrufen. Facebook und Co. stellen daher einen zusätzlichen Informationskanal dar, der nicht nur der großflächigen Distribution vorhandener Inhalte, sondern auch der Kommunikation dient und die Interaktion anregt. Das heißt, hier ist es möglich, auf Fragen direkt einzugehen, ggf. Antworten aus den einzelnen Ämtern abzufragen und mit der Bürgerin oder dem Bürger in Dialog zu treten. Mittels Social Media will die Stadtverwaltung ihr Wirken einer breiten Zielgruppe nahe bringen und durch multimediale Inhalte wie z. B. Videos bürgernah, anschaulich und allgemein verständlich präsentieren. So kann es gelingen, die Arbeit der Stadtverwaltung in ihrem breiten Spektrum transparent zu vermitteln und dadurch die positive Wahrnehmung zu fördern.

Für die Planung des Contents nutzt die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ein datenschutzkonformes Content-Management-System. Veröffentlicht werden vor allem jene Inhalte, die auch auf Erfurt.de zu finden sind, also vorrangig Pressemitteilungen, Videos, Bildergalerien, etc. Die Contentplanung orientiert sich daher sehr stark am öffentlichkeitsrelevanten Tagesgeschehen.

2. Wie ist die Entwicklung auf den verschiedenen Plattformen hinsichtlich der einschlägigen Kennzahlen (Follower/-innen, Reichweite, Interaktionen, etc.), welche Ziele verfolgt die Öffentlichkeitsarbeit auf der jeweiligen Plattform und inwieweit werden die Kommentarspalten moderiert

Seite 1 von 3

sowie an die Verwaltung gerichtete Fragen beantwortet?

Von der Stadtverwaltung Erfurt werden sieben offizielle Facebook-Accounts, vier Instagram-Accounts, ein LinkedIn-Konto und ein Videokanal betrieben. Die folgenden Aussagen beziehen sich aufgrund der Vielzahl der Kanäle und des damit verbundenen Umfangs auf die beiden Hauptkanäle der Landeshauptstadt Erfurt auf Facebook und Instagram, die von der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit administriert und redaktionell betreut werden.

Ende November 2021 hat die die Facebook-Seite der Stadtverwaltung Erfurt 10.453 Abonnenten, die Zahl der Gefällt-mir-Angaben liegt mit 9.031 knapp dahinter. Reichweitenstärkste Beiträge auf Facebook waren im Jahr 2021 ein Beitrag zu Vandalismus am Aunteich am 10. Mai (54.279), ein Beitrag zur Unterstützung durch die Erfurter Feuerwehr in den westdeutschen Hochwassergebieten am 18. Juli (48.232) und am 21. Juli (25.716) sowie ein Video über die Fertigstellung des Aunteichs am 2. Juni (22.383). Allgemein sind es „bunte“, positiv besetzte Themen, die die stärkste Reichweite aufweisen (Buga, Domstufenfestspiele, Weihnachtsbaum) sowie jene, die zur Meinungsäußerung und Diskussion anregen (Allgemeinverfügungen zu Corona, Vandalismus). Gemäß Dienstanweisung werden auf Facebook fast ausschließlich Inhalte von Erfurt.de zweitveröffentlicht.

Instagram betreibt die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadtverwaltung seit Dezember 2020 und erreicht hier aktuell 4.115 Follower. Im Laufe des nächsten Jahres ist hier nicht nur zahlenmäßig eine deutlich positive Entwicklung angestrebt, auch der Content selbst soll ausgebaut werden, sobald ausreichend personelle Kapazitäten zur Verfügung stehen. So soll sich der Mehr- und Informationswert des Accounts für Nutzerinnen und Nutzer durch plattformspezifische Inhalte wie Insta-Stories und Info-Grafiken erhöhen.

Die Kommentare werden im Rahmen der personellen Kapazitäten moderiert. Direkte Fragen in den Kommentaren und Nachrichten werden dabei nach Möglichkeit zeitnah beantwortet. Bei Bedarf erfolgen hierzu inhaltliche Abfragen in den Fachämtern. Reine Meinungsäußerungen werden nicht kommentiert, ebenso entstehende Diskussionen unter den Nutzerinnen und Nutzern, solange sie sachlich bleiben. Kommentare, die nicht der festgelegten Netiquette entsprechen und z. B. Beleidigungen enthalten, werden verborgen.

Einschließlich dieser beiden Hauptaccounts ist die Stadtverwaltung Erfurt auf folgenden Plattformen präsent:

Facebook

Account	Redaktion	Start	Abonnenten	
			Aktuell	Vorjahr
Landeshauptstadt Erfurt @StadtErfurt	Abt. PÖA	02/2018	10.453	7.556
Oberbürgermeister Andreas Bausewein @andreas.bausewein.10	Abt. PÖA	11/2019	4.989	4.113
Erinnerungsort Topf & Söhne @erinnerungsort.topf.und.soehne	Kulturdirektion/ T&S	11/2019	847	559
Kultur in Erfurt @erfurtkultur	Kulturdirektion	12/2020	831	-
Jüdisches Leben in Erfurt/ @JuedischesLebenErfurt	M. Stürzebecher	03/2018	636	398

Citymanagement in Erfurt @Citymanagement.StadtErfurt	P. Stepputtis	11/2020	377	747
Volkshochschule Erfurt @vhs.erfurt	VHS	03/2021	274	-

Instagram

Account	Redaktion	Start	Abonnenten
Kultur in Erfurt @erfurtkultur	Kulturdirektion	04/2018	4.537
Landeshauptstadt Erfurt @erfurt_de	Abt. PÖA	12/2020	4.115
Blumenstadt Erfurt @blumenstadterfurt	Garten- und Fried- hofsamt	11/2020	1.139
Stadtbibliothek Erfurt @bibliothekerfurt	Stadt- und Regional- bibliothek	02/2021	926

LinkedIn

Account	Redaktion	Start	Abonnenten
Stadtverwaltung Er- furt	Abt. PÖA	12/2020	661

YouTube

Account	Redaktion	Start	Abonnenten
Kultur in Erfurt @erfurtkultur	Kulturdirektion	05/2021	61

3. Ist künftig die Verwendung des Kurznachrichtendienstes Twitter geplant und wenn nicht aus welchen Gründen?

Nein, da Twitter als Plattform nicht mit unseren Zielen und anvisierten Zielgruppen übereinstimmt. Twitter ist zwar das „Urgestein“ der sozialen Medien, die Zahl der aktiven (!) Nutzerinnen und Nutzer in Deutschland ist jedoch vergleichsweise gering. Twitter ist nach wie vor als Nachrichtenmedium etabliert, ist gleichzeitig aber vor allem Plattform für meinungsbasierte und politische Diskussionen, die von zahlreichen Journalisten, Politikern und anderen Meinungsbildnern aktiv und vernetzend genutzt wird. Unsere eigentliche Zielgruppe, die Bürgerinnen und Bürger, erreichen wir hier kaum, sodass Aufwand und Nutzen bei beschränkten personellen Kapazitäten nicht in Verhältnis stehen.

Mit freundlichen Grüßen

A. Bausewein