

Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion
FREIE WÄHLER/FDP/Piraten
Herr Stassny
im Hause

DS 2749/17 – Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO – Facebookseite des Oberbürgermeisters - öffentlich

Journal-Nr.:

Sehr geehrter Herr Stassny,

Erfurt,

Ihre Anfrage beantworte ich wie folgt:

1. In diesem Zusammenhang bitte ich darzulegen, wie dies mit den Antworten auf die Anfrage im Einklang steht, da gerade die Videos weder "als Pressemitteilung, als Text auf Erfurt.de oder im Amtsblatt" nutzbar sind.

Menschen informieren sich über die verschiedensten Kommunikationskanäle über das, was sich in ihrem Umfeld abspielt und was für sie von Belang ist oder zu sein scheint. Diese Kanäle gibt es mittlerweile nicht mehr nur analog (Presse), sondern auch digital (Social Media). Sie alle funktionieren nach demselben Prinzip: Je interessanter diese Kommunikationskanäle bestückt sind, je interessanter sie also "gemacht" sind, desto höher die Akzeptanz durch den Leser oder User.

Kommunikationskanäle der Stadtverwaltung Erfurt müssen nicht nur den Anspruch haben, neutral und ausgewogen über wichtige Dinge zu informieren – der Anspruch muss auch sein, möglichst viele Bürger mit den Kanälen zu erreichen und zu informieren. Letztendlich befinden sich die Informationskanäle der Stadtverwaltung auch in einer Art Konkurrenzkampf mit den verschiedensten anderen Kanälen, in den die Bürger mehr oder weniger ausführlich/sachlich informiert werden.

Das bedeutet, dass unsere Kanäle inhaltlich so gestaltet werden müssen, dass sie auch von möglichst vielen Lesern/Usern angenommen werden. Je abwechslungsreicher, je vielfältiger, je informativer, desto besser. Im Fall Social Media bietet sich eine Kombination von Text, Foto und Video an, um die Informationen zu transportieren. Bei Facebook gilt die Regel, dass Videos öfter verteilt werden, als zum Beispiel reine Textnachrichten.

Seite 1 von 3

Die Facebookseite "Oberbürgermeister Andreas Bausewein" bedient sich Videos aus verschiedenen Gründen: Zum einen sollen Videos dafür sorgen, dass Facebook die Posts an mehr User verteilt als reine Textnews, zum anderen sind Videos natürlich auch ein probates Mittel, um User an ein Thema heranzuführen. Bewegte Bilder machen nun einmal mehr neugierig, als reine Buchstaben.

In der Antwort auf die DS 1988/17 hieß es, dass die Nutzung von Facebook in Kombination mit erfurt.de erhebliche Möglichkeiten bietet, weitere Zielgruppen als bisher bedienen zu können. Dabei gilt, dass Social Media vor allem zwei Aufgaben erfüllen soll: Die Bürgerinnen und Bürger müssen so vielfältig wie möglich über die Arbeit der Stadtverwaltung informiert werden, sie müssen so kurz wie möglich informiert werden – das gebietet das Medium. Social Media soll aber auch als Sprungbrett für weitere Informationen dienen, die der User bei Interesse auf der Homepage der Stadt findet, wo im Übrigen auch Videos gepostet werden.

Etwa zwei Drittel aller geposteten Beiträge haben einen weiterführenden Link auf erfurt.de, ein Drittel nicht. Das liegt u.a. auch daran, dass sich nicht alle Beiträge für eine Weiterleitung eignen, weil schon in wenigen Sätzen alles gesagt ist. Manche Inhalte von Videos haben einen rein unterhaltsamen Wert, auch sie eignen sich nicht für Amtsblatt oder erfurt.de. Ein Kommunikationskanal, egal ob Zeitung oder Social Media, muss aber auch diese unterhaltsamen Elemente enthalten, um genügend Abwechslung bieten zu können, damit der User ihn nicht als Quelle ignoriert.

In Ihrer Anfrage beziehen Sie sich auf die Passage der Mehrfachnutzung von Informationen und Nachrichten "als Pressemitteilung, als Text auf Erfurt.de oder im Amtsblatt". Diese Aussage ist natürlich auch weiterhin gültig, aber eben nicht für alle Informationen, die das Rathaus verlassen. Das liegt u.a. daran, dass sich nicht jeder Informationskanal für jedes Thema eignet (u.a. auch eine Frage des Platzes), das liegt aber auch daran, dass nicht jedes Thema so aufbereitet werden kann, dass es zu jedem zur Verfügung stehenden Kanal passt.

Die Mehrfachnutzung von Themen ist ein elementarer Bestandteil der Informationstätigkeit der Stadtverwaltung. Viele Themen, wie zum Beispiel die Eröffnung des ICE-Knotens, finden im Vorwege als Pressegespräch und OB-Interview auf Facebook statt, tagaktuell als Post auf der Facebook-Seite (inklusive Verlinkung auf erfurt.de) und als Pressemitteilung bzw. Pressearbeit, im Nachgang im Amtsblatt.

Naturgemäß ist ein Interview als bewegtes Bild nicht eins zu eins abzudrucken, die Inhalte aber, und genau darum geht es, finden sich in den allermeisten Fällen in den gedruckten Medien bzw. auf erfurt.de wieder.

Medienarbeit der Presse- und Öffentlichkeit bedeutet auch, für die Bürgerinnen und Bürger relevante Informationen und Themen aus den Ämtern zu recherchieren und so zu verarbeiten, dass sie über die verschiedenen Kanäle gestreut werden können. Dabei spielt der Konjunktiv eine nicht unerhebliche Rolle – können heißt nicht müssen.

2. Ich bitte um Darstellung der wöchentlich aufgewendeten Zeit der beiden Mitarbeiter für die Betreuung der Facebookseite sowie der Erstellung der Videos.

Zu dieser Frage lassen sich keine detaillierten Aussagen treffen. Dafür gibt es mehrere Gründe, die auch in der Antwort auf die Drucksache DS 1988/17 aufgeführt werden. Die aufgewendete Zeit berechnet sich nicht nur über das eigentliche Recherchieren und Verarbeiten der Nachrichten, im Fall Facebook ist auch die Kontrolle der Kommentare und die Beantwortung der

Anfragen zu berücksichtigen. Das ist natürlich abhängig vom Thema: Die Stellungnahme des OB zum Thema Rot Weiß Erfurt erreichte zum Beispiel weit mehr als 40.000 User (und hunderten Kommentaren), "Freies WLAN für Erfurt" etwa 5.000 User, Naturschutz à la Erfurt" ca. 700 User. Ohne Frage kostet Facebook Zeit, die aber bei anderen Aufgaben und durch Umverteilung der Aufgaben eingespart wird.

Die Frage nach der Zeitaufwendung für die Erstellung der Videos ist ebenfalls nicht detailliert zu beantworten, weil ein großer Teil der Videos auch Teil der allgemeinen Pressearbeit und natürlich auch als Dokumentation unerlässlich sind. Manche Videos, die auf Facebook gepostet werden, finden sich ebenfalls auf erfurt.de wieder oder werden der Presse als Roh-Material angeboten. Tatsache ist auch, dass die Kollegen der Pressestelle nicht nur filmen, sondern auch fotografieren, um andere (analoge) Medien bedienen zu können. Wichtig dabei ist immer, dass der Inhalt der Nachricht transportiert wird, egal über welches Medium.

Videos, die auf der Facebookseite "Oberbürgermeister Andreas Bausewein" veröffentlicht werden, sind nicht nur unterschiedlich lang, sondern auch von unterschiedlicher bildlicher Qualität. Manche Interviews brauchen nicht geschnitten zu werden, dann bedeutet das in der Regel maximal fünf Minuten. Andere Videos, wie zum Beispiel das über "Naturschutz à la Erfurt", brauchen Zeit für Dreh und Schnitt – das dauert kann mehrere Stunden dauern. Wichtig ist aber zu betonen, dass ein gutes, ein interessantes Video der Türöffner für weitere Information in den verschiedenen anderen Medien sein sollte und seinen Weg auch auf erfurt.de finden sollte.

Abschließend möchte ich noch darauf hinweisen, dass der Pressesprecher in der Vergangenheit mehrfach verschiedene Mitglieder aller im Rathaus vertretenden Fraktionen angesprochen hat, um die Arbeit der Pressestelle, insbesondere die Vorstellungen über Social Media, darzustellen und auch Möglichkeiten zur Kooperation auszuloten. Bislang hat keine Fraktion dieses Angebot angenommen.

Mit freundlichen Grüßen

Andreas Bausewein