

1.	Social Media	1
1.1	Was ist Social Media?	1
1.2	Warum nutzt die Stadt Ravensburg Social Media in ihrer Kommunikation?	1
1.3	Welche Vorteile erhofft sich die Stadt Ravensburg durch die Nutzung von Social Media?	2
1.4	Themen.....	2
1.5	Zielgruppe	3
2.	Inhalt der Kommunikation	3
3.	Social-Media-Plattformen der Stadt Ravensburg	4
4.	Social Media Redaktion: Redaktionelle und technische Betreuung	5
5.	Ansprechpartnerin für Social Media	6
6.	Alternative Informations- und Kommunikationswege	6

1. Social Media

1.1 Was ist Social Media?

Social Media sind digitale Kommunikationskanäle. Der Fokus liegt auf die Vernetzung von Nutzern. Auf den einzelnen Plattformen können die Nutzer eigene Inhalte publizieren, aber auch miteinander interagieren und kommentieren. Nutzer können sowohl Privatpersonen als auch Personen des öffentlichen Lebens, Unternehmen, Vereine, Organisationen und Behörden sein.

In den letzten Jahrzehnten fand ein digitaler Wandel statt, der die Entstehung der unterschiedlichen Social-Media-Kanäle begünstigt hat und eine Veränderung in der Art und Weise herbeigeführt hat, wie Menschen miteinander kommunizieren, informieren und arbeiten. Digitale Medien sind durch diesen Wandel etabliert und sind mittlerweile für die Gesellschaft sehr wichtig.

1.2 Warum nutzt die Stadt Ravensburg Social Media in ihrer Kommunikation?

Social Media ist inzwischen ein fester Bestandteil der Alltagskommunikation. Menschen nutzen Soziale Media im privaten und beruflichen Kontext. Die verschiedenen Plattformen dienen als Informationsquelle, zur Unterhaltung und zur Pflege von Kontakten. Verschiedene Studien belegen, dass Menschen täglich mehrere Stunden auf Social Media verbringen. Im Jahr 2022 waren Facebook, TikTok und Instagram gemäß einer Cloudflare-Untersuchung weltweit die beliebtesten Internet- und Social-Media-Dienste. Die Plattform YouTube belegte in der Kategorie Video-Streaming-Plattformen den ersten Platz.¹

Social Media ist für die externe Kommunikation ein wichtiger Bestandteil. Die einzelnen Plattformen dienen als Informations- und Kommunikationskanäle, damit die Stadtverwaltung ihre Bürgerinnen und Bürger, interessierte Menschen, Stakeholder und potenzielle Touristen informieren kann. Durch die effiziente Nutzung von Social Media ist es möglich, Inhalte ungefiltert, direkt und schnell an die Community und darüber hinaus zu bringen. Durch die Vernetzung der Nutzer können städtische Inhalte verbreitet werden, sodass eine enorme Reichweite erzielt werden kann. In-

¹ <https://onlinemarketing.de/cases/zehn-beliebteste-social-media-plattformen-2022-cloudflare>

nerhalb kurzer Zeit, können Informationen eine große Anzahl von Menschen erreichen. Für die Informationspflicht einer Stadtverwaltung ist Social Media ein wesentlicher Baustein, um die verschiedenen Zielgruppen zu erreichen.

Mit Hilfe der Kommentar- und Nachrichtenfunktion haben Nutzer die Möglichkeit, der Stadtverwaltung Rückmeldung zu den einzelnen Themen zu geben. Diese Information ist für die Stadtverwaltung sehr hilfreich um herauszufinden, wie die aktuelle Stimmung ist. Auch richten Bürgerinnen und Bürger über die Social-Media-Kanäle immer häufiger allgemeine Anfragen an die Verwaltung, was in Zukunft die Anfrage per E-Mail verdrängen könnte. Durch die Digitalisierung, die Vernetzung und den Austausch kann die Stadtverwaltung ihre Informationen an die Bevölkerung weitergeben und kommt somit ihrer Informationspflicht vollumfänglich nach. Als Instrument der Krisenkommunikation bietet Social Media inzwischen unverzichtbare Vorteile.

Social Media bietet die Möglichkeit, eine Community aufzubauen, die sich mit Ravensburg identifiziert und die von der Stadt geposteten Botschaften weiterverteilt und in ihrem Sinne in der Diskussion von Themen argumentiert. Das erhöht die Reichweite der Informationen der Stadt und dient der Imagepflege. Durch die Nutzung von Social Media rückt der persönliche Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern in den Fokus und es entsteht ein "Wir-Gefühl".

Die Stadt Ravensburg ist sich bewusst, dass generell die Nutzung sozialer Medienkanäle mit Risiken verbunden ist. Eine entsprechende individuelle Bewertung für alle städtische eingesetzten Kanäle hat die Stadt Ravensburg durchgeführt und halten die datenschutzrechtlichen und sicherheitstechnischen Maßnahmen und Anforderungen ein, die an öffentliche Stellen bei der Nutzung von sozialen Netzwerken gestellt werden.

1.3 Welche Vorteile erhofft sich die Stadt Ravensburg durch die Nutzung von Social Media?

- Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern von Ravensburg und den Ortschaften und weiterer Stakeholder
- Erschließung neuer Zielgruppen
- Erreichen der Zielgruppe durch Zielgruppendifferenzierung: z.B. Bürgerinnen und Bürger, Touristen, Arbeitssuchende, ehemalige Ravensburgerinnen und Ravensburger, Unternehmen, Verbände, Organisationen, Vereine, Menschen, die in Ravensburg arbeiten, Schülerinnen und Schüler (auch externe)
- Direkter und schneller Zugang zur Öffentlichkeit
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Steigerung des Images
- Schärfung des Arbeitgeberprofils
- Stärkung des Wirtschaftsstandortes Ravensburg
- Kommunikationsinstrument im Falle einer Krise
- Möglichkeit der Interaktion

1.4 Themen

Die vorrangigen Ziele unserer Social-Media-Präsenzen sind zusammengefasst:

- Bereitstellen eines breiten Themenmixes bestehend aus Information und Unterhaltung → Infotainment
- Transparenz
- Eine bürgernahe Verwaltung zu zeigen, indem auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den veröffentlichten Inhalten zu sehen sind.
- Mehr Bürgernähe durch direkten Austausch und Interaktion
- Verbesserung des Images, Steigerung des Bekanntheitsgrades und Reichweite
- Recruiting
- Instrument der Krisenkommunikation
- Vorstellung und Vermarktung eigener Angebote
- Förderung der Digitalisierung in der Verwaltung

Social Media stellt keinen klassischen Bürgerdienst dar. Das bedeutet, es werden keine konkreten Bürgeranliegen bearbeitet und auch keine Verwaltungsleistungen angeboten. In diesen Fällen verweisen wir auf einen entsprechenden Mitarbeiter mit E-Mail-Adresse oder Telefonnummer und auf die städtische Homepage. Kleinere Anliegen bzw. wenig komplexe Fragen von Bürgern, können über Social Media beantwortet werden.

Wir geben wir keine sensiblen Daten wie Zeugnisse, Lebensläufe und Bescheide über unsere Kanäle weiter und nehmen diese auch nicht an. Ist dieser Austausch im Bürgerdialog notwendig, wird auf einen alternativen Kanal außerhalb von Social Media verwiesen. Die Social-Media-Redaktion behält sich vor, Beiträge von Dritten zu entfernen, wenn sie auf den städtischen Social-Media-Kanälen die Datenschutzrichtlinien verletzen oder gegen die auf der Homepage veröffentlichte Netiquette verstoßen.

1.5 Zielgruppe

Mit den städtischen Social-Media-Kanälen wollen wir die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Ravensburg und der Ortschaften sowie die Menschen in der Umgebung, die sich für unsere Meldungen interessieren, ebenso wie Touristen/Besucher und (potenzielle) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter etc. informieren. Die Zielgruppe umfasst von Jung bis Alt. Damit wir jegliche Altersgruppe und deren bevorzugte Plattform erreichen, besitzt die Stadt Ravensburg unterschiedliche Kanäle auf den verschiedenen Plattformen (Strategie der Zielgruppendifferenzierung).

2. Inhalt der Kommunikation

Mit unserer Social-Media-Kommunikation stellen wir unsere Verwaltung mit den verschiedenen Bereichen und deren Themenvielfalt dar. Aus diesem Grund veröffentlichen wir auf unseren Kanälen sämtliche Verwaltungsthemen, kommunalpolitische Entscheidungen, aktuelle Meldungen, Hinweise auf unsere Dienstleistungen und Veranstaltungen, die für unsere Zielgruppe relevant sind.

Beispiele aus der Praxis

- Themen aus den Ämtern → Vorstellung der Arbeit aus den verschiedenen Ämtern bzw. Abteilungen wie die Vorstellung der Online-Bürgerdienste oder der Bücherei der Dinge (Resi)

- Aktuelle Meldungen, die auch als Pressemitteilung oder auf der Homepage veröffentlicht sind oder werden (z. B. auch Themen der Klimakommunikation, z. B. kommunaler Wärmeplan, Fernwärme)
- Projekte, die das jeweilige Amt aktuell bearbeitet
- Entscheidungen des Gemeinderates und der Verwaltung
- Information über aktuelle Entwicklungen und Projekte
- Widerkehrende Bürgerinformationen wie beispielweise Trinkwasserbrunnen, Winterdienst
- Städtische Kultur-, Freizeit- und Sportveranstaltungen, insbesondere wichtige Ereignisse in Ravensburg wie das Rutenfest, Fasnet etc.
- Bürgerbeteiligungsprojekte
- Allgemeine Informationen zur Verwaltung & Servicemeldungen (Öffnungszeiten, Dienstleistungen, Baustellen etc.)
- Jobangebote und Ausbildungsberufe
- Märkte wie Wochenmarkt, Christkindlesmarkt und Martinimarkt
- Touristische Themen

Die Stadtverwaltung ist Teil des öffentlichen Dienstes. Die einzelnen Dienstleistungen sind ein Dienst an der Gesellschaft. Als Stadtverwaltung müssen wir sagen, was wir tun und warum wir es tun. Wir müssen erklären, vermitteln und vor allem zuhören.

3. Social-Media-Plattformen der Stadt Ravensburg

Gemäß der "Digital 2023"-Studie von "we are social" und "Meltwater" nutzt rund 85 % der deutschen Bevölkerung Social Media und jeder Nutzer hat im Schnitt 5,3 Accounts.

Facebook:

Die Social-Media-Plattform Facebook ist in Deutschland sehr beliebt und weist sehr hohe Nutzerzahlen auf. Deshalb nutzt die Stadt Ravensburg Facebook, um über aktuelle Meldungen, Projekte, Veranstaltungen, offene Stellenanzeigen und Dienstleistungen zu informieren und zu interagieren. Der städtische Facebook-Kanal hat eine beachtliche Anzahl an Followern, erzielt hohe Reichweiten und wächst weiter. Der Kulturkanal informiert über kulturelle Angebote und Neuigkeiten in Ravensburg. Die am stärksten vertretene Altersgruppe: 25 bis 55 Jahre.

Instagram:

Instagram ist in Deutschland sehr beliebt und hat wie Facebook sehr hohe Nutzerzahlen. Die Stadt Ravensburg ist mit fünf Kanälen vertreten, die unterschiedliche Schwerpunkte haben. Der Kanal [stadt.ravensburg](#) thematisiert alle wichtigen News rund um Ravensburg und die Ortschaften, aktuelle Ereignisse, Kommunalpolitik und Highlights. [visitravensburg](#) zeigt Ravensburg als Einkaufs- und Erlebnisstadt mit Events und Freizeitaktivitäten und bedient damit insbesondere die Segmente Tourismus und Stadtmarketing. Die Ravensburger Kulturszene wird auf [kultur.ravensburg](#) gespiegelt und zeigt einen Überblick der Kultureinrichtungen und –akteure. [kunstmuseumravensburg](#) und [museumhumpisquartier](#) zeigen jeweils Inhalte zu ihren laufenden Ausstellungen, Behind-the-science-Aufnahmen und fokussieren sich auf die Bewerbung ihrer Ausstellungen und Events. Die am stärksten vertretene Altersgruppe: 18 bis 44 Jahre.

YouTube:

Auf YouTube veröffentlicht die Stadtverwaltung Ravensburg Lang- und Kurzvideos. YouTube wird von jungen und alten Menschen mit oder ohne Zugangsdaten genutzt. Der niederschwellige Zugang für Nutzer macht YouTube zu einer für die Stadtverwaltung interessanten Plattform.

TikTok:

TikTok wird in Deutschland jedes Jahr beliebter. Ab 2024 sollen auf dieser Plattform Videos über Ravensburg als attraktive Stadt für Touristen und für das Einkaufserlebnis in der Innenstadt veröffentlicht und die Vielzahl der Veranstaltungen gezeigt werden. Zusätzlich möchte sich die Stadtverwaltung als Ausbildungsbetrieb zeigen und die Arbeitgebermarke mit dem Fokus auf Young Professionals stärken.

LinkedIn:

Das berufliche Netzwerk möchte die Stadt Ravensburg ab dem Jahr 2024 aktiv nutzen, um die Stadtverwaltung als modernen, familienfreundlichen Arbeitgeber zu zeigen und für das Recruiting zu nutzen. Zudem soll die Plattform als weiterer Vertriebskanal für Stellenangebote genutzt werden.

WhatsApp Channels:

Die Stadt Ravensburg möchte im Laufe des Jahres 2024 einen WhatsApp Channel gründen und dort die aktuellen Meldungen veröffentlichen. Da viele Menschen in Deutschland WhatsApp nutzen, sieht die Stadt Ravensburg diese Plattform als eine Möglichkeit, Menschen jeglichen Alters zu erreichen, die nicht auf den oben genannten Plattformen vertreten sind. Über diese Plattform möchte die Stadt aktuelle Meldungen in kurzer Form an interessierte Nutzer veröffentlichen.

4. Social Media Redaktion: Redaktionelle und technische Betreuung

Der offizielle Facebook-, Instagram-, YouTube-, LinkedIn und WhatsApp-Auftritt der Stadt Ravensburg wird zentral von der Abteilung Kommunikation im Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft gesteuert und weiterentwickelt.

Der Instagram-Kanal visitravensburg wird vom Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Abteilung Stadtmarketing betreut. Der Instagram-Kanal kultur.ravensburg und der gleichnamige Facebook-Account wird vom Kulturstädt, Abteilung Kulturmanagement verwaltet und die beiden Instagram-Accounts museumhumpisquartier und kunstmuseum werden von dem jeweiligen Museum betreut. Im Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft findet die Gesamtsteuerung statt.

Der TikTok-Kanal wird von den Abteilungen Kommunikation, Stadtmarketing und Kulturmanagement gemeinsam betreut.

Vollständige Übersicht der städtischen Social-Media-Kanäle und ihre Redaktion:

Facebook-Seiten der Stadtverwaltung:

- Stadt Ravensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation)
- Kultur Ravensburg (Kulturstädt, Abteilung Kulturmanagement)
- Museum Humpis-Quartier (Kulturstädt, Abteilung Museum Humpis-Quartier)
- Kunstmuseum Ravensburg (wird nicht mehr bespielt; Kulturstädt, Abteilung Kunstmuseum)

- Tourismus- & Stadtmarketing RV (besteht aus technischen Gründen und wird nicht gespielt; Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Abteilung Stadtmarketing)

Instagram-Seiten der Stadtverwaltung:

- stadt.ravensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation)
- visitravensburg (Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Abteilung Stadtmarketing)
- kultur.ravensburg (Kulturamt, Abteilung Kulturmanagement)
- museumhumpisquartier (Kulturamt, Abteilung Museum Humpis-Quartier)
- kunstmuseumravensburg (Kulturamt, Abteilung Kunstmuseum)

YouTube-Seiten der Stadtverwaltung

- StadtRavensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation)
- kunstmuseumravensburg5126 (Kulturamt, Abteilung Kunstmuseum)

TikTok:

- Stadt Ravensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation; Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Abteilung Stadtmarketing; Kulturamt, Abteilung Kulturmanagement)

LinkedIn:

- Stadt Ravensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation)

WhatsApp Channels:

- Stadt Ravensburg (Amt für Kommunikation, Politik und Gesellschaft, Abteilung Kommunikation)

5. Ansprechpartnerin für Social Media

Ansprechpartnerin für Fragen bezüglich der Social-Media-Dienste der Stadt Ravensburg:

Jennifer Hoppe

Leiterin der Social-Media-Redaktion der Stadt Ravensburg

Marienplatz 35

88212 Ravensburg

E-Mail: jennifer.hoppe@ravensburg.de

6. Alternative Informations- und Kommunikationswege

Um keine Information über die Stadtverwaltung Ravensburg zu verpassen, benötigen Sie keinen Account bei den obengenannten Social-Media-Plattformen. Auf der städtischen Homepage www.ravensburg.de veröffentlicht die Stadt Ravensburg alle Informationen. Hier können Sie die

gleichen Informationen in gleicher oder ähnlicher Form abrufen, die die Stadtverwaltung auf ihren Social-Media-Plattformen veröffentlicht. Auf www.ravensburg.de können alle wichtige Informationen über die Stadtverwaltung und alle städtische Pressemitteilungen sowie touristische Angebote, Kultur/Geschichte, Stadtbücherei und Veranstaltungen abgerufen werden. Auch die Online-Dienste mit Formularangeboten, Terminvergaben beim Bürgeramt oder Bauamt können über die städtische Homepage abgerufen werden. Mängel und Schäden können direkt unter <https://schadensmelder.ravensburg.de/> gemeldet werden.