

| |
|---|
| <i>Betreff</i> Konzept für Social Media Präsentation der Stadt Plön |
|---|

| | |
|---|----------------------------|
| <i>Fachbereich:</i> Fachbereich 5 - Tourismus & Kultur | <i>Datum</i> 14.02.2024 |
| <i>Sachbearbeitung:</i> Caroline Backmann | |
| <i>Aktenzeichen:</i> | |

| | | |
|---|-------------------------------------|--------------------|
| <i>Beratungsfolge (Zuständigkeit)</i> Hauptausschuss der Stadt Plön (Entscheidung) | <i>Sitzungstermin</i> 26.02.2024 | <i>Status</i> Ö |
|---|-------------------------------------|--------------------|

Sachverhalt:

Am 15.01.2024 haben Jarka Luther und Babette Otto (Mitarbeiterinnen der TIP) im Ältestenrat ausführlich die Notwendigkeit und einen Umsetzungsfahrplan für eine Social Media Präsenz der Stadt Plön vorgestellt. Die ausführliche Präsentation befindet sich in der Anlage.

Die wesentlichen Inhalte sind:

Warum Social Media, konkret Facebook und Instagram?

- **Bürgeransprache:** Social Media ermöglicht es, die Bürger dort abzuholen, wo sie bereits aktiv sind. Rund 70% der Nutzer verwenden soziale Netzwerke täglich.
- **Austausch und Kontaktpflege:** Social Media bietet eine Plattform für den direkten Austausch mit Bürgern und anderen Akteuren. Das Communitymanagement, einschließlich Likes, Kommentaren, Teilen und Beantworten von Nachrichten, fördert eine aktive Bürgerbeteiligung.
- **Neue Zielgruppen:** Durch Social Media können auch neue Zielgruppen, insbesondere die nächste Generation, erreicht werden.
- **Kostenloser Zugang zur Öffentlichkeit:** Social Media bietet einen kostenlosen Kanal für den Dialog und die Kommunikation mit der Öffentlichkeit.
- **Krisenkommunikation:** Schnelle Warnungen, Sperrungen, Baustelleninformationen und ähnliche Themen können effektiv über Social Media kommuniziert werden.
- **Stadt überregional bekannt machen:** Durch eine gezielte Social-Media-Strategie kann die Stadt Plön ihre Reichweite über die regionalen Grenzen hinaus ausweiten.
- **Suchmaschinenoptimierung:** Die Präsenz in sozialen Medien beeinflusst die Auffindbarkeit in Suchmaschinen positiv.
- **Stärkung des Wirtschaftsstandorts:** Social Media bietet nicht nur eine enorme Reichweite, sondern auch präzise Werbemöglichkeiten zur gezielten Ansprache bestimmter Zielgruppen.
- **Imagepflege:** Durch einen aktiven Social-Media-Auftritt kann die Stadt steuern, wer welche Informationen über sie verbreitet.

Themen für die Kommunikation

Die Stadt Plön verfügt über eine Vielzahl von Themen, die über Social Media kommuniziert werden können (siehe 3 + 4 Folie in der Präsentation), darunter z.B. PLÖN.Schnack mit der Bürgermeisterin auf dem Wochenmarkt, Ergebnisse des Leitbild- und Markenprozesses, Onlinebuchungen beim Bürgerbüro, Ferienprogramme, E-Ladesäulen, Leerstandsmanagement und vieles mehr.

→ **Fazit:** Die Stadt Plön hat bereits eine solide Basis für die Umsetzung eines Social-Media-Auftritts, darunter abgestimmte Pressemitteilungen und Stadtnachrichten. Es fehlt jedoch eine Fachkraft, die die Beiträge für Social Media aufbereitet und koordiniert, Informationen sammelt und das Stadtleben im Blick hat. Krisenmanagement ist ebenfalls von entscheidender Bedeutung.

Es ist wichtig, kritische Themen vorab zu identifizieren, mögliche Kritikpunkte zu erarbeiten und vorformulierte Antworten bereitzuhalten.

Eine Netiquette bzw. ein Social Media Nutzungskonzept mit Datenschutz-Themen sollte erstellt werden, um eine Grundlage für die Kommunikation zu haben. Kommentare sollten zugelassen, aber moderiert werden, bzw. auf die Netiquette hingewiesen werden, damit ein Austausch mit und unter den Bürgern zu den verschiedenen Themen stattfinden kann und somit eine positive Kommunikation mit der Gemeinschaft zu gewährleisten.

Kommunikationsstrategie

- Teilen über weitere Kanäle: Nutzung anderer Kanäle wie Social-Media-Kanäle der Tourist Information, Stadtbücherei und Jugendzentrum zur gegenseitigen Unterstützung.
- Printprodukte: Einbindung von Printmedien wie Plakaten, Flyern, Briefbögen und Mailsignaturen zur zusätzlichen Verbreitung der Social-Media-Präsenz.
- Digitale Stelen und Newsletter: Nutzung der Bildschirmschoner der digitalen Stelen und Hinweise in Newslettern zur weiteren Verbreitung und Information.
- Redaktionsplan: Erstellung eines Redaktionsplans mit vorhersehbaren Themen für das Jahr. Abstimmung mit der Bürgermeisterin und gegebenenfalls anderen Abteilungen, um einen klaren Fahrplan zu erstellen und mögliche Bild- oder Bewegtbild-Shootings zu planen.
- Flexibilität: Berücksichtigung kurzfristiger Themen und Veranstaltungen, um spontan auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können.

Aufgaben

- Generierung von Reichweite und Aufbau des Kanals.
- Erstellung eines Redaktionsplans.
- Sammeln, Aufarbeiten und Erstellen von Inhalten mit neutraler Textgestaltung und Storytelling.
- Abstimmung mit Fachbereichen und der Bürgermeisterin.
- Abstimmung des rechtlichen Rahmens, einschließlich Nutzungskonzept, Impressum, Datenschutz und Netiquette.
- Erstellung oder Beauftragung von Bild- und Videomaterial.
- Communitymanagement, einschließlich Beantwortung von Kommentaren und Nachrichten sowie Reposting.

- Krisenmanagement durch Verfolgung und Informierung bei aktuellen Diskussionen, ggf. Eingehen auf Bedarf, sowie Informierung der Fachbereiche und Bürgermeisterin.
- Begleitung von Social Media-relevanten Veranstaltungen und Vor-Ort-Terminen.

Skills

- Erforderliche Fähigkeiten: Social-Media-Affinität, Erfahrung in Moderation und Onlinekommunikation.
- Rufbereitschaft außerhalb der Kernarbeitszeit, insbesondere in den Abendstunden und am Wochenende.

Personalaufwand

Für die dauerhafte Umsetzung der Aufgabe ist die Bereitstellung von 10,5 Stunden / wöchentlich erforderlich. Diese sind im Bereich des FB 5 bei einer bereits für online-Marketing verantwortlichen Kollegin zu verorten (bisher 19,5 Stunden / wöchentlich).

Finanzielle Auswirkungen:

Die Anhebung der wöchentlichen Arbeitszeit um 10,5 Stunden war bisher nicht Gegenstand der Haushalts- und Finanzplanung. Der zusätzliche Personalaufwand beläuft sich auf insgesamt 15.600 € jährlich und führt zu einer entsprechenden Erhöhung der Jahresfehlbedarfe.

Klimarelevanz & Begründung: Positiv Negativ keine

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss befürwortet die Einrichtung und Umsetzung einer Social Media Strategie für die Stadt Plön und stellt über den Stellenplan 2024 die entsprechenden zusätzlichen personellen Ressourcen (10,5 Stunden wöchentlich) im FB 5 / Tourist Info Plön zur Verfügung.

I.A.
Backmann

Anlagen: