

Bedeutender Twitter-Standort

[10.06.2016] Als einer der bedeutendsten Twitter-Standorte tut sich die Stadt Frankfurt am Main hervor – und allen voran das städtische Presse- und Informationsamt. Es hat in diesen Tagen die Zahl von 100.000 Followern erreicht. Damit etabliert sich die Plattform vor denen großer Metropolen.

Ob Feuerwehr oder Flüchtlingshelfer, Redaktionen oder Museen, Polizei oder Verkehrsgesellschaft: Sie alle nutzen in Frankfurt am Main die Kommunikationsplattform Twitter. „Wegen dieser aktiven Community gilt Frankfurt als einer der bedeutendsten Twitter-Standorte in Deutschland“, erklärt Oberbürgermeister Peter Feldmann. Allen voran gehe das Frankfurter Presse- und Informationsamt (PIA). Als die städtische Institution mit den meisten Abonnenten hat sie laut dem OB in diesen Tagen die Zahl von 100.000 Followern erreicht. „Mit 100.000 Followern liegt die Frankfurter Plattform sogar noch vor den großen Metropolen Berlin, München und Köln. Allein Hamburg verfügt mit 111.000 Abonnenten über eine größere Community – allerdings auch über doppelt so viele Einwohner“, so Feldmann weiter. Laut der Mainmetropole ist das PIA seit dem Jahr 2009 auf Twitter aktiv. Seit Anfang 2015 werde die Plattform gezielt als Service- und Nachrichtenkanal genutzt. „Das Themenspektrum an Twitter-Anfragen ist sehr breit“, sagt Nikolaus Münster, Leiter des PIA. „Wir reagieren möglichst zeitnah auf jegliche Art von Anfragen, um so einen Mehrwert für die Follower zu schaffen. Mit diesem Konzept hat das PIA die Zahl seiner Twitter-Anhänger in nur einem Jahr fast verdoppelt.“ Wegen seiner enormen Schnelligkeit ist Twitter nach Angaben von Frankfurt auch in der Krisenkommunikation von zentraler Bedeutung. „Hier finden sich die Informationen quasi in Echtzeit wieder“, sagt Markus Röck, Leiter der Pressestelle der Feuerwehr Frankfurt. „Bis wir im Notfall ein klassisches Medium wie eine Pressemitteilung formuliert und in Umlauf gebracht haben, haben uns die Informationen auf den Social-Media-Kanälen längst überholt.“ Wie die Stadt berichtet, hat die Feuerwehr Frankfurt im Jahr 2015 eine Testwarnung geteilt, um die Ausbreitungsgeschwindigkeit von Warnmeldungen wissenschaftlich auswerten zu lassen. Nicht zuletzt diese Auswertung habe gezeigt, dass Twitter eine geeignete Plattform ist, um in kurzer Zeit viele Menschen und Multiplikatoren wie beispielsweise Journalisten zu erreichen. Wegen der vielen Nutzer in der Region habe Twitter Deutschland übrigens im Jahr 2014 eine Kampagne allein für Frankfurt gestartet. Unter dem Hashtag #meinfrankfurt werden seitdem fortlaufend Momentaufnahmen aus der Mainmetropole geteilt. Interessierte, die nicht bei Twitter oder Facebook sind, finden die Informationen im jetzt aktualisierten Social Media Newsroom (SMN) der Stadt.

(ve)