Wolfsburg

Prämierte Kommunikation

[07.11.2016] Das Kommunikationskonzept der Stadt Wolfsburg zur diesjährigen Kommunalwahl ist für den Politikaward nominiert worden. Neben Informationen auf der Website und dem Facebook-Auftritt umfasste das Angebot „Live dabei“ unter anderem Videos auf dem städtischen YouTube-Kanal, eine Twitterwall sowie einen Livestream aus dem Rathaus.

Das Kommunikationskonzept der Stadt Wolfsburg zur Kommunalwahl am 11. September 2016 hat nicht nur die Nutzer der städtischen Online-Kanäle überzeugt, sondern auch die Jury des diesjährigen Politikawards. Wie die Stadt Wolfsburg mitteilt, wurde das Angebot „Live dabei“ in dem bundesweiten Wettbewerb in der Kategorie „Digital Public Affairs“ auf die Liste der besten Fünf gewählt. „Alle Interessierten, auch jene, die am Wahlabend nicht live vor Ort im Rathaus sein konnten, sollten sich mit wenig Aufwand über die Kommunalwahl in Wolfsburg, deren Verlauf und Ergebnisse informieren können. Neben einfacher und übersichtlicher Information sollte auch eine Plattform für die Diskussion zur Verfügung gestellt werden. Auf diese Weise wollten wir stärkeres Interesse am politischen Geschehen wecken – und langfristig wieder eine höhere Wahlbeteiligung hervorrufen. Der Erfolg bestärkt uns in dem Vorhaben, kommende Ereignisse auf ähnliche Weise zu begleiten“, freut sich Dennis Weilmann, Leiter des Referats Kommunikation der Stadt Wolfsburg. Die Kommune hatte auf der städtischen Website umfassend über alle Aspekte der Kommunalwahl informiert. Es wurden Videoclips zu verschiedenen Themen erstellt und sowohl im städtischen YouTube-Kanal als auch auf Facebook veröffentlicht. Durchgehend bewarb die Stadt Wolfsburg die Nutzung des Hashtags #wobwahl und bildete die Tweets moderiert auf einer Twitterwall online sowie auf einer Leinwand im Rathaus ab. Am Wahlabend zeigte ein durchgehender Livestream die Präsentation der eingehenden Auszählungsergebnisse aus dem Rathaus auf wolfsburg.de und per Facebook-Live auf der städtischen Fanpage. Dazu wurden Live-Interviews mit politischen Vertretern und vorproduzierte Videos eingespielt. Wie die Stadt Wolfsburg mitteilt, verzeichnete die städtische Website am Wahltag rund 90.000 Seitenaufrufe, mehr als zwei Drittel der Besucher griffen über ein mobiles Endgerät darauf zu. Über Facebook wurden 85.000 User erreicht, auf Twitter rund 36.000 Impressions gezählt. Dabei konnten nach Angaben der Stadt auch neue Nutzer, Fans und Follower generiert werden. Eine hohe Reichweite verzeichnete auch der Livestream am Wahlabend: Rund 25.000 Videoaufrufe bei Facebook sowie rund 8.600 Zuschauer auf wolfsburg.de. Die Gewinner des diesjährigen Politikawards, der vom Magazin politik&kommunikation vergeben wird, werden am 24. November in Berlin gekürt.

(bs)

Stichwörter: Social Media, Social Media, Wolfsburg