Wolfsburg

Voll im Trend

[20.02.2017] Die Stadt Wolfsburg versorgte ihre Bürger bei der Kommunalwahl 2016 über eine neue Website und soziale Medien mit aktuellen Infos. Das gefiel nicht nur den Fans und Followern, sondern auch der Jury des Politikawards.

Das statistische Jahrbuch 2016 des statistischen Bundesamts zeigt: 70 Prozent aller Internet-Nutzer surften im ersten Quartal 2015 über mobile Endgeräte – dieser Trend war bereits 2013 absehbar, als die Stadt Wolfsburg ihren Internet-Relaunch plante. Die neue Website sollte mit einem modernen und emotionalen Design überzeugen, mehr Interaktion und Partizipation ermöglichen und durch eine verbesserte Suchmaschine und themenbasierte Content-Struktur nutzerfreundlicher werden – und das alles musste selbstverständlich für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert sein.
Im März 2014 ging die neue Version der Website online. Sie bietet nun auf über 90 Prozent der Seiten eine Kommentarfunktion, um dem Bürger die Kontaktaufnahme mit der Verwaltung noch einfacher zu machen. Ein Bürgerservice-Mo-dul ermöglicht einen schnellen Überblick über rund 170 Verwaltungsleistungen von A wie Ausfuhrkennzeichen bis Z wie Zuzugsprämie. Auch im Bereich der Online-Services arbeitet die Stadt Wolfsburg kontinuierlich an einer Weiterentwicklung. Neben einem neuen Stadtplan und einem interaktiven Schadensmeldungsformular bietet sie den Bürgern seit neuestem auch die Möglichkeit eines Live-Chats mit den Mitarbeitern im Service-Center.

13.000 Fans auf Facebook

Darüber hinaus verstärkt die Stadt Wolfsburg ihr Engagement in den sozialen Netzwerken. Während der Facebook-Auftritt der niedersächsischen Kommune bereits seit dem Jahr 2012 intensiv betreut wird und mittlerweile über 13.000 Fans zählt, hat das Team der Online-Kommunikation seit Mitte 2016 auch das Engagement bei Twitter ausgeweitet. „Unser Twitterkanal existiert bereits seit Mai 2013, allerdings haben wir diesen bis Mitte 2016 nur genutzt, um unsere Pressemitteilungen zu verbreiten. Im August 2016 haben wir den Hamburger Wahlbeobachter Martin Fuchs für ein Seminar ins Rathaus eingeladen, um eine richtige Content-Strategie zu erarbeiten“, erklärt Nicole Fischer, Twitter Admin der Stadt Wolfsburg.
Mit der niedersächsischen Kommunalwahl im September 2016 bot sich dann die Möglichkeit, das vermehrte Engagement sichtbar zu machen. Denn den Mitarbeitern des Referats für Kommunikation war klar, dass am Wahltag viele Bürger die Online-Medien der Stadt verfolgen würden. Um die Bürger umfassend über alle Medienkanäle zu informieren, wurde daher ein eigenes Kommunikationskonzept für den Wahlabend entwickelt. So lieferte eine differenzierte Wahlseite auf der Internet-Präsenz der Stadt am Wahlabend nicht nur reguläre Hintergrundinformationen, sondern auch Wahlergebnisse in Echtzeit. Ergänzt wurde dies durch eine Web App. Die Online-Anwendung zeigt die Wahlergebnisse anhand einer interaktiven Stadtkarte mobilfähig an. Insgesamt erfolgten an diesem Tag rund 90.000 Seitenaufrufe auf wolfsburg.de, davon 68 Prozent über mobile Endgeräte.

Live-Stream und Videoclips zur Wahl

Die Online- und Offline-Kommunikation zu verbinden, war das Ziel des Kommunikationskonzeptes für den Wahltag. Dies sollte auch durch einen Live-Stream aus der Wolfsburger Bürgerhalle ermöglicht werden. Bei jeder Wahl steht die Bürgerhalle sowohl politischen Vertretern als auch den Bürgern offen, um live und vor Ort die Präsentation der Wahlergebnisse zu verfolgen. Zwei Kameras sorgten dafür, dass jeder

Interessierte die Geschehnisse aus der Wolfsburger Bürgerhalle bequem vom Sofa aus mitverfolgen konnte. Aufgelockert wurde der Live-Stream durch selbstproduzierte Videoclips rund um die Wahl. Neben einem Wahlaufruf von Oberbürgermeister Klaus Mohrs wurden Passantenbefragungen durchgeführt und ein Erklärvideo des Hare-Niemeyer Wahlsystems gedreht. Zusätzlich wurden während der Sendung Interviews mit Oberbürgermeister Klaus Mohrs und mehreren politischen Vertretern aus der Wolfsburger Parteilandschaft geführt.
Am Wahlabend verfolgten 8.600 Zuschauer die Geschehnisse über den Live-Stream auf der städtischen Internet-Seite. Noch beeindruckender sind die Zuschauerzahlen auf Facebook. Hier wurde der Live-Stream mittels Facebook Live übertragen. 25.000 User schauten sich den Stream an und diskutierten über die Wolfsburger Kommunalwahl. „Am Wahlabend gingen 2.500 Kommentare auf unserer Facebook-Seite ein. Eigentlich hatten wir geplant, zusätzlich zum Live-Stream ab und an die Zwischenstände der Wahlergebnisse zu posten, aber bei so vielen Kommentaren waren wir nur damit beschäftigt, Fragen zu beantworten“, erinnert sich Henry Eichberg, Facebook-Admin der Stadt Wolfsburg. 120.000 Minuten Abrufdauer des Live-Stream zählten die eingesetzten Analyse-Tools. Um die Stimmung im Netz auch für den Zuschauern in der Bürgerhalle sichtbar zu machen, wurde eine Twitterwall eingerichtet.

Künftig auch auf Instagram

Der Hashtag #wobwahl wurde in den Tagen vor der Wahl bereits umfangreich über die sozialen Medien beworben, sodass er zwischenzeitlich auf Platz 17 im Ranking der meistgenutzten Hashtags deutschlandweit kletterte. Insgesamt brachte das Kommunikationskonzept zur Wolfsburger Kommunalwahl dem Facebook- Kanal 200 neue Fans, 90 weitere Follower auf Twitter und der Stadt Wolfsburg die Nominierung zum Politikaward. Das Angebot „Live dabei“ wurde im bundesweiten Wettbewerb in der Kategorie „Digital Public Affairs“ auf die Liste der besten Fünf gewählt.
Zum Ende des vergangenen Jahres konnte das Referat Kommunikation noch zwei kleinere Projekte an den Start bringen. Görkem Yesilnur freut sich darauf, in Zukunft den Instagram-Account der Stadt Wolfsburg bekannter zu machen: „Genau wie Twitter gibt es den Instagram-Account der Stadt Wolfsburg schon länger, jedoch wurde er nur sporadisch bespielt. Ich möchte den Account dafür nutzen, Engagement zu generieren und eine Community aufzubauen. Außerdem kann man durch die Nutzung von Hashtags auch international Aufmerksamkeit für unsere Stadt generieren.“

Microsites runden Angebot ab

Kurz vor Weihnachten gingen auch noch die neuen Microsites online. Sie sollen den vorhandenen Internet-Auftritt ergänzen. Die Microsites orientieren sich am Design und Layout der Hauptseite und werden hauptsächlich dafür genutzt, Großprojekten der Stadt Wolfsburg einen eigenen Rahmen zu geben. Die erste Microsite hat eine besondere Aufgabe: Sie informiert über den Tag der Niedersachsen, der vom 1. bis 3. September 2017 in Wolfsburg stattfindet. Zeitgleich mit der Logovorstellung ist der Prototyp der Microsites fertig geworden. Bisher ist aber nur die Basisversion der Seite online, die noch nicht über alle Funktionalitäten und Bedienelemente wie zum Beispiel das Umfrage- und Kartentool, die Newsletter-Funktion und eine Film- und Bildergalerie verfügt. Ab Anfang des Jahres 2017 werden diese Elemente verfügbar sein. Dann können noch weitere Microsites mit vollständigem Funktionsumfang an den Start gehen. Wo die Reise hingeht, können die User aber schon jetzt auf wolfsburg.de/tdn17 erkennen.

()

Stichwörter: CMS | Portale, Web 2.0, Social Media, Wolfsburg