

Interview

Aufwand nicht unterschätzen

[28.06.2017] Bevor eine Kommune den Dialog über soziale Medien startet, ist gute Vorarbeit wichtig, meint Oldenburgs Oberbürgermeister Jürgen Krogmann im Kommune21-Interview. Er nutzt seit rund einem Jahr unter anderem Facebook und zieht eine positive Zwischenbilanz.

Herr Oberbürgermeister Krogmann, Sie sind seit gut einem Jahr in verschiedenen sozialen Medien aktiv. Was hat Sie dazu bewogen, den Dialog mit den Bürgern verstärkt auf digitalem Weg zu suchen?

Für mich sind die sozialen Medien ein wichtiges Mittel und Angebot zur Kommunikation. Ich bin angetreten mit dem Anspruch, die Bürgerinnen und Bürger umfassend über meine Arbeit im Rathaus zu informieren und sie einzubinden. Dazu gehören die traditionellen Bürgersprechstunden, eine umfangreiche Bürgerbeteiligung bei größeren Projekten und natürlich auch der Kontakt über soziale Medien.

Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie konkret?

Ich nutze vor allem Facebook regelmäßig, um ganz verschiedene Themen zu kommunizieren: Das können besondere Veranstaltungen sein, Auszeichnungen, die die Stadt Oldenburg vergibt, aber auch Neuigkeiten über große Projekte, wie zum Beispiel die Entstehung eines neuen Stadtteils auf dem ehemaligen Fliegerhorst. Auch bei Twitter bin ich vertreten, nutze es aktiv aber weniger regelmäßig, und es gibt einen Blog, in den auch die Facebook- und Twitter-Beiträge eingebunden sind.

Welche Erfahrungen haben Sie bislang gemacht: Wird das Angebot von den Bürgern angenommen?

Mit der Jahresbilanz bin ich zufrieden. Mehr als 1.500 Personen folgen meiner Facebook-Seite, das ist für den Beginn ganz in Ordnung. Die Auswertung des ersten Jahres hat gezeigt, dass wir bei einigen Themen schon eine enorme Reichweite hatten. Besonders gut lief ein Bild mit Nicholas Cage, der im Rahmen des Oldenburger Filmfests im Rathaus war: Damit haben wir fast 9.000 Menschen erreicht, das war schon außergewöhnlich viel. Aber auch Themen, die die Stadtentwicklung betreffen, erreichen regelmäßig mehr als zweitausend Leute, die die Beiträge außerdem immer mehr teilen und kommentieren.

Was bringt Ihnen der Einsatz von Social Media für Ihre Arbeit als Oberbürgermeister?

Mir bringt es eine direkte Rückkoppelung mit den Menschen und daraus kann auch ein Gespür für Themen entstehen, die Oldenburg derzeit bewegen. Man bekommt auch ein Gespür dafür, dass nicht alle Debatten so aufgeregt geführt werden, wie man es den sozialen Medien unterstellt. Ich habe da im ersten Jahr jedenfalls keine kritische Situation erlebt.

„Die Pflege der einzelnen Kanäle funktioniert auf Dauer nicht nebenbei.“

Sie hatten auch einen eigenen Blog gestartet, um darüber etwa Diskussionen zu Themen wie Wohnungsbau, Bildungsinvestitionen oder Flüchtlingsarbeit anzustoßen. Ist dieses Konzept aufgegangen?

Das Angebot war richtig und wir wollen es auch beibehalten, ich hätte mir da aber mehr Resonanz erhofft. Wir arbeiten daran, die Seite bekannter zu machen und Themen aufzugreifen, über die die Bürger lesen und diskutieren wollen. Vielleicht sind für viele Menschen aber auch die herkömmlichen Wege, um ins

Gespräch zu kommen, ausreichend, etwa bei Veranstaltungen, in der Bürgersprechstunde, bei Bürgerbeteiligungen in größeren Projekten – oder eben über Facebook.

Soziale Medien erfordern einen gewissen Aufwand, die Bürger erwarten zum Beispiel eine schnelle Reaktion, wenn sie sich über digitale Kanäle an ihr Stadtoberhaupt wenden. Wie stellen Sie dies sicher?

Natürlich schaue ich selbst regelmäßig auf die Einträge. Außerdem erhalte ich Unterstützung durch eine Mitarbeiterin im Pressebüro der Stadtverwaltung, die sich um meine Facebook-Seite kümmert. Wir haben es bisher immer geschafft, die Fragen zügig zu beantworten.

Welche Tipps haben Sie für Amtskollegen, die ebenfalls soziale Medien für den Bürgerdialog nutzen wollen, was muss hierbei beachtet und was darf nicht unterschätzt werden?

Gute Vorarbeit ist wichtig, da haben wir uns Zeit genommen und für das Konzept mit einer Agentur zusammengearbeitet, die sich mit sozialen Medien gut auskennt. Unterschätzen sollte man nicht, dass die sozialen Medien ganz eigene Regeln und Anforderungen mit sich bringen. Jeder Kanal hat seine Eigenheiten: Themen müssen für Facebook, Twitter oder einen Blog völlig unterschiedlich aufbereitet werden. Ebenso müssen Themen, die in der klassischen Pressearbeit funktionieren, in den sozialen Medien noch lange nicht auf Interesse stoßen. Das mussten wir alle zusammen lernen. Auch sollte man bedenken, dass die Pflege der einzelnen Kanäle auf Dauer nicht nebenbei funktioniert. Man muss deutlich mehr Zeit investieren, als man zu Beginn vielleicht denkt.

()

Dieser Beitrag ist in der Juni-Ausgabe von Kommune21 im Schwerpunkt Social Media erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Social Media, Social Media, Oldenburg, Jürgen Krogmann