

Instagram

Das Stadtbild prägen

[03.06.2019] Neben Facebook und Twitter ist auch Instagram für Kommunen interessant, da es sich insbesondere für das Stadtmarketing eignet. Über ihre Erfahrungen mit dem Bildernetzwerk berichten die Stadt Nürnberg, der Kreis Unna und das Bezirksamt Hamburg-Harburg.

Weltweit eine Milliarde aktive Nutzer – diese Marke hat das Bildernetzwerk Instagram im Juni vergangenen Jahres geknackt. In Deutschland sind es über 15 Millionen User. Kein Wunder, dass sich immer mehr Kommunen für den kostenlosen Social-Media-Dienst zum Teilen von Bildern und Videos interessieren. Denn Instagram ist die ideale Plattform, um ein Stadtbild im Internet zu prägen und insbesondere eine jüngere Zielgruppe zu erreichen. Zudem sind die Einstiegshürden niedrig und die App einfach zu bedienen.

„Als visuell geprägtes Netzwerk ist Instagram für Stadtmarketing-Zwecke besonders gut geeignet“, bestätigt Johannes Barthel, Social-Media-Redakteur bei der Stadt Nürnberg. Die Frankenmetropole ist bereits seit Juni 2014 auf Instagram vertreten und gilt daher als Vorreiter. „Vergleichsweise neue Formate wie Instagram-Stories oder IG TV erlauben es zudem, Veranstaltungen gut zu begleiten oder Themen wie Beteiligungsverfahren und Bauprojekte vertiefter vorzustellen. In diesen Formaten sehen wir viel Potenzial, jüngere und digitalaffine Gruppen mit unseren kommunalen Inhalten zu erreichen.“

Imagepflege und moderner Arbeitgeber

Der nordrhein-westfälische Kreis Unna hat neben Accounts auf Facebook und Twitter seit Ende Juni 2018 auch einen auf Instagram. Der Kreisverwaltung ging es dabei insbesondere darum, ihr Image speziell bei jüngeren Bürgern zu verbessern und sich darüber hinaus als moderner Arbeitgeber zu präsentieren. „Der Einsatz von Instagram war durch die Abwanderung von jüngeren Bürgern von Facebook die logische Konsequenz“, erklärt Matthias Horstmann, Social Media Manager im Kreis Unna. „Das hat sich für uns aber definitiv gelohnt. Der Account wächst organisch sehr stark, und unsere Follower bringen sich durch Kommentare, Verlinkungen, Nachrichten oder Storys mehr und mehr ein.“

Bürgernahe und niedrigschwellige Informationsquelle

Auch das Bezirksamt Hamburg-Harburg ist seit Juni vergangenen Jahres auf Instagram aktiv. Wie Dennis Imhäuser, Pressesprecher des Bezirksamts berichtet, dient das Bildernetzwerk als bürgernahe und niedrigschwellige Informationsquelle für die Berichterstattung von Veranstaltungen und Ereignissen wie dem Harburg-Empfang, Demokratie- oder Integrationskonferenzen oder dem Tag des offenen Denkmals. „Instagram kann seine Stärken hierbei voll ausspielen“, sagt Imhäuser. „Durch die Möglichkeit der Instagram-Stories können Inhalte sehr gut visuell dargestellt und es kann lebendig von Veranstaltungen berichtet werden. Für die Live-Berichterstattung verwenden wir darüber hinaus Twitter, denn auf diesem Profinetzwerk sind viele Pressevertreter und Politiker aktiv.“ Das Ziel des Bezirksamts Hamburg-Harburg, via Instagram vor allem junge Menschen und Familien zu erreichen, wurde laut dem Pressesprecher auf jeden Fall erreicht. Das habe etwa ein gemeinsamer Insta-Walk mit Jugendlichen durch das Harburger Rathaus im vergangenen Jahr gezeigt.

Erwartungen erfüllt

Auch bei der Stadt Nürnberg haben sich die Erwartungen voll und ganz erfüllt. „Zum einen liegt das daran, dass das Netzwerk selbst so erfolgreich wurde, was bei unserem Start im Jahr 2014 in dieser Form natürlich nicht garantiert war“, erklärt Johannes Barthel. „Zum anderen konnten wir einen sehr starken Kanal mit über 34.000 Followern aufbauen, mit dem wir deutlich jüngere Zielgruppen erreichen als mit unseren anderen Social-Media-Auftritten.“

Kommunen, die Instagram nutzen wollen, sollten sich vor der Einrichtung eines Accounts aber genau über das Netzwerk und seine Funktionsweise informieren. „Ein gutes Konzept ist Voraussetzung für den Einstieg“, sagt Matthias Horstmann vom Kreis Unna. „Wir haben eine klare Aufgabenverteilung sowie einen Standard für Posts geschaffen. So stellen wir sicher, unserem Anspruch an die Außendarstellung gerecht zu werden.“ Zudem sollte Horstmann zufolge auf jeden Fall der Datenschutzbeauftragte eingebunden werden. „Dieser hat mögliche Konsequenzen in der sehr schnelllebigem Social-Media-Welt im Blick.“ Eine datenschutzrechtliche Verpflichtung sei etwa die Impressumspflicht. Leider biete Instagram keine Möglichkeit, rechtliche Informationen oder ein Impressum zu hinterlegen. Kommunen könnten sich aber eines Tricks bedienen und hierfür das Feld Biografie verwenden. Hier sollte dann mindestens ein Link zum Impressum der kommunalen Website zu finden sein.

Gelungener Umgang mit Social Media

„Organisatorisch sind zwei Dinge für die Nutzung von Instagram wichtig: ausreichend zeitliche und personelle Ressourcen sowie Zugang zu einem dienstlichen Smartphone und einer Spiegelreflex- oder Systemkamera“, ergänzt Dennis Imhäuser vom Bezirksamt Hamburg-Harburg. „Hinzu kommt die Ausstattung mit einer geeigneten Software zur Bildbearbeitung. Die Voraussetzungen für einen gelungenen Umgang mit Social Media generell liegen in der Bereitschaft, sich ständig in neue Kommunikationsformen einzuarbeiten, Trends und Entwicklungen auf den Plattformen aufzuspüren und sich dort zu vernetzen.“

Die Interaktion mit anderen Nutzern ist auch nach den Erfahrungen der Stadt Nürnberg wichtig für einen gelungenen Instagram-Auftritt. „Es reicht längst nicht aus, auf Kommentare zu den eigenen Bildern zu reagieren. Viel wichtiger ist es, die Inhalte, die über Nürnberg gepostet werden, zu sichten, zu liken und zu kommentieren“, erklärt Social-Media-Manager Johannes Barthel. „Das ist zwar sehr zeitintensiv, aber unserer Ansicht nach eine Grundvoraussetzung für einen gut funktionierenden Instagram-Account.“ Unerlässlich sei die persönliche Vernetzung mit lokalen, engagierten Instagramern (Igers). In Nürnberg beispielsweise gingen aus der Vernetzung mit den @igers_nuernberg bislang drei große Ausstellungen mit Instagram-Bildern aus der Stadt hervor, außerdem zahlreiche „Igersmeets“, also Fotospaziergänge mit spannenden Blicken hinter die Kulissen von Lost Places oder städtischen Einrichtungen. „Die Vernetzung mit der lokalen Community und deren Ergebnisse in Form etwa der Ausstellungen tragen erheblich dazu bei, dass von Nürnberg ein sehr vielfältiges und schönes Bild auf Instagram zu finden ist“, betont Barthel. „Die Reaktionen auf unsere städtischen Inhalte, die wir über Instagram bekommen, sind zum allergrößten Teil konstruktiv und positiv.“

Einfach mal trauen

Nicht erwartet hatte das städtische Presse- und Informationsamt beim Start des Instagram-Accounts den großen Arbeitsaufwand, den neben der Produktion von eigenen Inhalten vor allem der Aufbau und die Pflege der Community mit sich bringen. „Der Nutzen – und davon sind wir auch nach rund fünf Jahren auf Instagram überzeugt – überwiegt den Aufwand aber deutlich“, so Johannes Barthel.

Insgesamt sollte eine Kommune, die auf Instagram oder anderen Netzwerken aktiv sein möchte, liberal mit Social Media umgehen, meint Matthias Horstmann vom Kreis Unna abschließend. Die eigenen Mitarbeiter von Social-Media-Aktivitäten auszuschließen, etwa durch das Blockieren entsprechender Websites, ist in

seinen Augen verschenktes Potenzial. Horstmann: „Der Gedanke, sich vor sozialen Medien zu verschließen, ist aus Sicht des Kreises Unna überholt. Und damit der letzte Tipp: Man muss sich auch einfach mal trauen!“

()

Stichwörter: Social Media, Instagram, Nürnberg, Kreis Unna, Bezirksamt Hamburg-Harburg