

Diemelstadt

Dorf-App statt Bürgerzeitung

[16.09.2019] Als erste Kommune in Deutschland setzt Diemelstadt für die Kommunikation zwischen und mit den Bürgern auf Crossiety – den digitalen Dorfplatz. Bürgermeister Elmar Schröder erläutert, warum sich die Gemeinde für die App aus der Schweiz entschieden hat.

Herr Bürgermeister Schröder, Diemelstadt nutzt als erste deutsche Kommune die Dorf-App Crossiety. Wie kamen Sie auf die Idee, eine Dorf-App für Ihre Gemeinde zu nutzen?

Anlass war eine umfangreiche Befragung unserer Einwohner bei Dorfwerkstätten im Herbst vergangenen Jahres. Nach deren Auswertung zeigte sich, dass die Kommunikation zwischen den Bürgern, aber auch die Informationen aus dem Rathaus und aus den Vereinen als sehr wichtig erachtet werden.

Sie hätten auch eine Bürgerzeitung oder eine Infobroschüre entwickeln können?

In der Tat. Bei der Bewertung der verschiedenen Kommunikationswege sind wir jedoch schnell auf eine elektronische Lösung gekommen. Einerseits, weil der Digitalisierung die Zukunft gehört, andererseits, weil eine Bürgerzeitung ausschließlich den Informationsaspekt erfüllen, nicht aber das in den durchgeführten Dorfwerkstätten geäußerte Kommunikationsbedürfnis bedienen kann. Sich miteinander vernetzen sowie austauschen zu können, sind die Voraussetzungen für mehr Nähe und Verbundenheit. Der Bürgerwunsch war es, über alle Altersgruppen hinweg eine neue Qualität menschlichen Miteinanders zu erzielen.

Wie sind Sie vorgegangen als feststand, dass eine App eingesetzt werden soll?

Wir haben uns viel Hilfe von außen geholt. Der Kommunikationsberater, der die Dorfwerkstätten moderiert hat, kannte sich auch gut im Online- und App-Bereich aus. So entstand der Kontakt zum gotoMEDIA-Team, das Anfang 2019 die Vertriebsverantwortung für Crossiety in Deutschland übernommen hat. Nach verschiedenen Informations- und Beratungsterminen, bei denen uns gotoMEDIA ausführlich über die Möglichkeiten, den Nutzen sowie die Kosten informierte, entschieden wir uns im Januar, Crossiety in Diemelstadt einzusetzen.

Was waren die wichtigsten Argumente für Crossiety?

Bei der Recherche im Markt ist uns aufgefallen, dass es in Deutschland noch nicht sehr viele Anwendungen im Segment Dorf-App gibt. Was an Lösungen vorhanden ist, steckt zum Teil noch in der Entwicklung, konzentriert sich mehr auf den Aspekt Information, hat noch keine realen Anwender und ist oftmals teuer. Für Crossiety gibt es umfangreiche Erfahrungen aus der Schweiz, da dort schon über 30 Gemeinden sowie Städte die Kommunikationslösung nutzen. Eines von vielen Alleinstellungsmerkmalen bei Crossiety – dem digitalen Dorfplatz – ist das Community Management, welches eine permanente Projektbetreuung, die kompetente Unterstützung beim Community-Aufbau sowie die Qualitätsüberprüfung der veröffentlichten Beiträge gewährleistet. Technische Fragen beantwortet ein Supportteam. Mit dem digitalen Dorfplatz, der Gruppenbildung sowie dem CrossChat stehen drei eigenständige Funktionalitäten zur Verfügung. Die daraus resultierende Vielfalt und Flexibilität sind einzigartig. Von Anfang an begeistert hat uns die Usability von Crossiety. Sie stellt sicher, dass die Online-Plattform auch generationenübergreifend eine hohe Akzeptanz findet.

„Das Thema Datenschutz hatte bei der Suche nach einer optimalen Lösung Priorität.“

Wie haben Sie Crossiety in Diemelstadt eingeführt?

Wir haben auf eine Mischung aus kaskadierender Verbreitung und Train-the-Trainer-Prinzip gesetzt. Konkret heißt das: Bevor wir Crossiety der großen Öffentlichkeit vorgestellt haben, wurden engagierte Frauen und Männer aus der Verwaltung und den Vereinen mit der App vertraut gemacht und gebeten, Inhalte in die Anwendung einzustellen. So wurde innerhalb weniger Wochen eine interessante Themenvielfalt sichtbar. Unter Hinweis auf die bereits vorhandenen Inhalte wurden dann weitere ausgewählte Nutzergruppen über die gegebenen Kommunikationschancen von Crossiety informiert und ebenfalls gebeten, Inhalte einzustellen. Dank dieser Vorgehensweise waren beim offiziellen Roll-out Ende April schon 500 Bürger angemeldet, über 70 Gruppen gebildet und der digitale Dorfplatz informierte über viele bevorstehende Veranstaltungen oder lokale Meldungen. So konnten neue Mitglieder gleich den Nutzen von Crossiety erleben. Crossiety kann als App oder Web-Lösung genutzt werden. Webbasiert können auch nicht angemeldete Mitglieder die mit dem Status ‚öffentlich‘ eingestellten Neuigkeiten und Veranstaltungen abrufen.

Wie waren die Erfahrungen bei der Einführung?

Extrem gut. Bevor wir an die breite Öffentlichkeit gingen, waren praktisch schon alle Vereine mit Selbstdarstellungen und Hinweisen auf Veranstaltungen in Crossiety vertreten. Dass beim offiziellen Roll-out ohne vorherige Pressearbeit bereits zehn Prozent der Bevölkerung angemeldet waren, verdeutlicht das große Interesse der Bürger an einer adäquaten Kommunikationslösung. Die Gruppenbildung sowie Erstellung von offenen oder geschlossenen Diskussionsforen werden intensiv zum gezielten Austausch genutzt. Je nach Thema werden darüber Ideen zum Bürgerbus, zu einem geplanten Spielplatz oder die Immobilienentwicklung im Ort diskutiert.

Viele Menschen in Deutschland haben Probleme mit vergleichbaren Lösungen wie zum Beispiel Facebook und dem Datenschutz. Haben Sie entsprechende Erfahrungen gemacht?

Das Thema Datenschutz hatte bei der Suche nach einer optimalen Lösung Priorität. Ganz bewusst sollte es eine Lösung sein, die europäischen Datenschutz sicherstellt und vermeidet, dass Informationen ausgewertet oder für Werbezwecke missbraucht werden. Das zweistufige Verifizierungsverfahren von Crossiety gewährleistet, dass nur tatsächlich im Umfeld lebende und mit E-Mail- und SMS-verifizierte Bürger angemeldet sind.

Hat sich die Investition in Crossiety aus Ihrer Sicht gelohnt?

Absolut. Mit der Einführung von Crossiety konnten wir den Bürgern zeigen, dass die Verwaltung ihre Wünsche ernst nimmt und dass auch in einer kleinen Gemeinde Digitalisierung zum Nutzen der Einwohner möglich ist. Wir sind zuversichtlich, dass sich Crossiety nach dem guten Start in Diemelstadt dauerhaft positiv weiterentwickeln wird. In nur drei Wochen hat sich die Zahl der angemeldeten Bürger fast verdoppelt, sodass nun 20 Prozent aller Diemelstädter über Crossiety vernetzt sind. Unser engagiertes Projekt-Team vor Ort setzt sich weiter intensiv dafür ein, insbesondere Vereine über die gegebenen Kommunikationschancen zu gewinnen. Unser Ziel ist es, dass alle lokalen Aktivitäten über Crossiety ausgetauscht werden und die Verbreitung höher ist als bei allen anderen üblichen Social-Media-Kanälen.

()

Dieser Beitrag ist in der Ausgabe September 2019 von Kommune21 erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Social Media, Diemelstadt, Apps, Crossiety, Bürgerkommunikation, Elmar Schröder