

Stuttgart

Social-Media-Präsenz ausgebaut

[07.01.2011] Stuttgart hat zum Jahreswechsel seine Web-2.0-Angebote erweitert und in einem zentralen Newsroom gebündelt. Zudem bietet die baden-württembergische Landeshauptstadt ab Mitte Januar eine Stuttgart-App für Smartphones an.

Die baden-württembergische Landeshauptstadt Stuttgart hat ihre Social-Media-Präsenz im Internet ausgebaut. Wie die Stadtverwaltung mitteilt, wurde der bisherige Pressebereich auf der städtischen Website zum Jahreswechsel durch einen Social-Media-Newsroom ersetzt. Dieser bündelt die digitalen Kommunikationskanäle und diene als zentrale Website für alle Web-2.0-Aktivitäten der Verwaltung. Neben aktuellen Themen stelle der Newsroom klassische Presseinformationen, Bilder, Videos sowie Publikationen der Stadt zum Download und zum Verlinken bereit. Zudem wurden der städtische Twitter-Account, der kürzlich gestartete Facebook-Auftritt sowie externe Blogs und Tweets in den Newsroom integriert. Nach Angaben des neuen Stadtsprechers und Leiters der Abteilung Kommunikation, Markus Vogt, nutzt Stuttgart mit der neuen Plattform wie kaum eine andere deutsche Großstadt die Möglichkeiten des Web 2.0 für die Kommunikation. Vogt: „Der Newsroom ist ein weiterer Schritt in Richtung digitaler Bürgerdialog. Denn: Wir öffnen den Newsroom auch für andere Web-2.0-Plattformen. Die Stadt ist hier nur einer von mehreren Diskussionsteilnehmern.“ Aktuelle Meldungen aus dem Stuttgarter Rathaus können ab Mitte Januar darüber hinaus auch von unterwegs abgerufen werden: dann soll die Stuttgart-App für iPhones und Android Smartphones zur Verfügung stehen. Die mobile Applikation soll ebenfalls mit dem städtischen Twitterdienst verknüpft werden und bietet neben Veranstaltungstipps, Informationen zu Sehenswürdigkeiten sowie über die aktuelle Belegung der Parkhäuser Nutzern auch die Möglichkeit, ihr Wunschkennzeichen direkt online zu reservieren.

(bs)

Stichwörter: Social Media, Stuttgart, Social Media, Web 2.0, iPhone-App, Mobilportale, Facebook, Twitter