Bremen

Aktiv im Social Web

[31.08.2011] Bremen ist auf Twitter und Facebook vertreten und findet hier wachsenden Zuspruch. Die Pläne für die Zukunft umfassen die Ergänzung bestehender Plattformen um neue Funktionen, das Erschließen weiterer Kanäle sowie eine stärkere Bürgerbeteiligung.

Im Rahmen des Auftrags, Reputationsmanagement für die Freie Hansestadt Bremen im Social Web zu betreiben, ist die bremen.online GmbH erstmals Mitte 2009 aktiv geworden. Was mit Twitter klein begann, hat sich zu einem weiten Feld mit hohem Arbeitsaufwand, aber auch viel Potenzial entwickelt. Rund 2.700 Follower erhalten heute über Twitter aktuelle Meldungen aus und über Bremen. Von Wahlergebnissen über Verkehrsmeldungen bis hin zu Veranstaltungsankündigungen werden jeden Tag informative Tweets angeboten. Twitter bietet zudem die Möglichkeit, mit Nutzern zu interagieren. Die Mitarbeiter des Teams Social Media bei bremen.online erhalten über den Microblogging-Dienst täglich ein breites Spektrum an Mitteilungen: von der präzisen, auf 140 Zeichen begrenzten Fehlermeldung über Themenvorschläge bis hin zu Anfragen, die beispielsweise an das Standesamt weitergeleitet werden.

Qualität statt Quantität

Bremen ist natürlich auch mit einer Fanpage auf Facebook vertreten. Die derzeit fast 12.000 Freunde können sich aktiv in tagesrelevante Diskussionen einbringen, eigene Veranstaltungstipps veröffentlichen sowie über iFrame-Apps an Gewinnspielen teilnehmen. Bilder, Videos und der Austausch der User untereinander führen zu einer neuen Qualität der Interaktion und ergänzen grundlegende Elemente der Bürgerbeteiligung. Das klassische Sender-Empfänger-Prinzip wird aufgelöst. Die Themen setzen nicht mehr nur allein die Betreiber eines Angebots, sondern auch die Nutzer.
Den Bremen-Seiten auf Twitter und Facebook ist gemein, dass vornehmlich auf qualitativ hochwertige Beiträge geachtet und nicht zugunsten einer raschen Steigerung der Follower- und Fan-Zahlen auf Qualität verzichtet wird. Der Anspruch ist es, Bremer Bürgern und Touristen ein seriöses Angebot über Kanäle anzubieten, die weit über gewohnte Internet-Auftritte hinausreichen.

Social Media Monitoring

Ob die Maßnahmen im Social Web erfolgreich sind, wird mit Mitteln des Social Media Monitoring überprüft. Klassische Kennzahlen verlieren in sozialen Netzwerken immer weiter an Bedeutung. Der Vergleich nackter Zahlen lässt keine Rückschlüsse auf den Grad und die Qualität der Interaktion zu und bietet bei verschiedenen Strategien der Nutzerbeteiligung keine Vergleichsmöglichkeiten. Der Entwicklung neuer Kennzahlen, die auf die Gegebenheiten des Social Web ausgerichtet sind, wird in relevanten Fachforen und -blogs viel Aufmerksamkeit geschenkt. Die Anpassung und Weiterentwicklung solcher Kennzahlen für die von bremen.online betreuten Auftritte ist deshalb eine wesentliche Aufgabe der Mitarbeiter.
Neben den Präsenzen auf Facebook und Twitter sowie der zugehörigen Erfolgskontrolle beschäftigen sich die Mitarbeiter der bremen.online GmbH auch mit Media-Sharing-Diensten wie Flickr und Slideshare sowie spezialisierten Angeboten zum Social Tagging wie Mister Wong. Ziel ist hier, zusätzliche Medien und Dokumente gebündelt auf eigens auf den spezifischen Inhalt ausgelegten Portalen zur Verfügung zu stellen.

Ausblick auf künftige Aktivitäten

Auch zukünftig soll auf aktuellen Social-Web-Plattformen ein Mehrwert geboten werden. Bereits jetzt beschäftigen sich Mitglieder des Teams Social Media mit Location Based Services und Check-ins und prüfen, wie dadurch für Nutzer und Verwaltung potenzielle Mehrwerte geschaffen werden können. Eine Terminvergabe in Ämtern via Twitter oder eine zeitnahe Benachrichtigung per SMS, wann der Sachbearbeiter frei sein wird, sind nur die ersten Überlegungen. Die Ergänzung der Initiative D115 via Twitter wird ebenso geprüft wie die Möglichkeiten, die das neue soziale Netzwerk Google+ bieten kann. Der Bündelung der Informationen aus den sozialen Netzwerken im Social Media Newsroom kommt künftig ebenfalls eine große Bedeutung zu. Abgesehen von sozialen Netzwerken können nutzergenerierte Inhalte oder auch klassische Pressemitteilungen, Pressefotos und Imagefilme in einem Presseportal 2.0 abgebildet werden. Plattformen für Open Data, flankiert von Angeboten in traditionellen sozialen Netzwerken, bieten großen Entwicklungsspielraum für das ohnehin wegweisende Bremer Informationsfreiheitsgesetz (BremIFG). Eine einfachere Auffindbarkeit der Daten führt neben der verbesserten Aufbereitung, beispielsweise durch Wettbewerbe und Einbindung interessierter privater Nutzer, zu mehr Transparenz und Effizienz und wird sich somit letztendlich auch kostensenkend auswirken.

Abgesehen von der Schaffung weiterer Kanäle, über die sich Bürger, Kunden und Journalisten informieren können, geht es in Zukunft im Wesentlichen um eine engere Einbindung interessierter Teilnehmer. Die Unterfütterung von Bürgeranträgen über das Social Web, die gegebenenfalls mit dem neuen Personalausweis signiert werden könnten, ist dabei ebenso denkbar wie spezielle Portale zur bürgernahen Bauleitplanung. Meldungen zu Infrastrukturproblemen und das Feedback der betroffenen Behörden lassen sich ebenfalls über neue Tools zur Bürgerbeteiligung abbilden. Vom Einsatz dieser Mittel profitieren beide Seiten: Mögliche Fehlplanungen werden frühzeitig erkannt und die Effizienz bei der Beseitigung von Problemen gesteigert. Bürger fühlen sich ernst genommen und geben neue Denkanstöße. Ferner kann die Forderung nach mehr Bürgernähe ohne großen finanziellen Aufwand erfüllt werden.

()

http://twitter.com/bremen_de

Stichwörter: Social Media, Bremen, Facebook, Twitter, Social Media Monitoring, bremen.online GmbH