

Wolfsburg

## Fan von Facebook

**[25.04.2013] Die Entscheidung, einen Facebook-Account zu eröffnen, hat die Stadt Wolfsburg nicht bereut. Die Erfahrungen sind durchweg positiv. Der Social-Media-Kanal dient der Image-Pflege und transportiert wichtige Themen der Kommune.**

Die Stadt Wolfsburg ist seit Anfang November 2012 bei Facebook aktiv. Unter [www.facebook.com/stadtwolfsburg](http://www.facebook.com/stadtwolfsburg) und dem Namen wolfsburg.de bietet sie neben täglich aktuellen Inhalten eine Vielzahl von Informationen zu den Highlights sowie den zentralen Themen in der Stadt. Der Schritt zu Facebook ist Wolfsburg wie vielen anderen Kommunen auch nicht leicht gefallen. Bis zur Freischaltung der Fanpage nutzte die Stadt für die Kommunikation lediglich die klassischen Kanäle wie den städtischen Internet-Auftritt, die Pressearbeit und Publikationen. Die beeindruckend wachsenden Nutzerzahlen bei dem sozialen Netzwerk führten bei der Stadt aber relativ schnell zu der Erkenntnis, dass man auf diesen Kommunikationskanal in der heutigen Zeit keinesfalls verzichten kann. Je intensiver sich die Verantwortlichen mit der Thematik beschäftigten, desto mehr Fragen stellten sich, etwa wer im Namen der Stadt bei Facebook posten darf und wie negative Beiträge zu kritischen Themen behandelt werden sollen oder wie man sich dem inakzeptablen Umgang von Facebook mit dem Datenschutz stellt. Diese und weitere Fragen galt es, im Vorfeld zu klären. Zudem wurde beobachtet, wie andere Städte mit Facebook umgehen. Gespräche mit den zuständigen Personen auf verschiedenen Tagungen und Seminaren machten schließlich Mut, es ebenfalls zu versuchen.

### **Strategie entwickelt, Mitarbeiter geschult**

Der erste und wichtigste Schritt war die Entwicklung einer Strategie, welche die genannten Fragen beantwortet und daraus resultierend klare Zielsetzungen formuliert. Parallel wurde mit dem Verwaltungsvorstand frühzeitig die Bereitstellung finanzieller und personeller Ressourcen geklärt. Die städtische Online-Kommunikation wurde zur Bewältigung der neuen Aufgaben um eine Planstelle aufgestockt. Was die Datenschutzproblematik anbelangt, hat sich die Stadt entschlossen, auf ihrer Homepage zwar auf Facebook zu verlinken, jedoch auf den Gefällt-mir-Button zu verzichten. So wird verhindert, dass personenbezogene Daten an Facebook übermittelt werden. Darüber hinaus wird auf der Homepage ausdrücklich auf die Datenschutzrichtlinien und Risiken von Facebook hingewiesen. Um Sicherheit für alle redaktionell beteiligten Mitarbeiter zu gewährleisten, wurden Social Media Guidelines erstellt. Diese enthalten neben der Erläuterung der Strategie allgemeine Verhaltensempfehlungen und Regeln – unter anderem dazu, wer innerhalb der Stadtverwaltung in welchem zeitlichen Umfang kommunizieren darf und wie mit dienstlichen Informationen umzugehen ist. Zudem wurde das hausinterne Qualifizierungsprogramm um ein Social-Media-Seminar erweitert.

### **Sinnvoller neuer Kommunikationskanal**

Die Fanpage wird in der Regel sieben Tage die Woche bespielt. Im Vordergrund stehen eher sanfte Themen, wie Veranstaltungshinweise oder Fotos der Stadt – also alles, was das Wir-Gefühl anspricht und ein positives Image vermittelt. Daneben werden selbstverständlich zentrale Themen der Stadt transportiert. Eine Löschung von Kommentaren gibt es nicht – es sei denn, sie verstoßen gegen Sitte und Anstand. In Ergänzung zur städtischen Homepage und anderen Medien füllt die Wolfsburger Facebook-Fanpage

eine Lücke. Die Stadt kommt den Bürgern damit ein Stück näher und erfüllt die Erwartungen insbesondere der jüngeren Altersgruppe zwischen 18 und 34 besser, als dies bislang der Fall war. Mit inzwischen rund 1.390 Fans bei steigender Tendenz und einem bunten Repertoire an unterhaltsamen wie auch ernsten Themen ist Facebook für die Wolfsburger Verwaltung zu einer Plattform geworden, auf der ein gegenseitiger Austausch stattfindet. Zudem wird jeder Eintrag akribisch analysiert, sodass die Verantwortlichen einen guten Überblick darüber haben, welche Themen angesagt sind und welche nicht. Nach rund sechs Monaten kann man sagen, dass die Stadt Wolfsburg durch ihre Facebook-Fanpage einen sinnvollen neuen Kommunikationskanal eröffnet hat.

()

Dieser Beitrag wird in der Mai-Ausgabe von Kommune21 im Schwerpunkt Social Media veröffentlicht. Das Heft erscheint am 30. April 2013. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Social Media, Wolfsburg, Facebook, Social Media