Erforderlichkeit eines Social Media Auftritts für die Stadt Speyer

1. Social-Media-Kanäle der Stadt Speyer

Bei aktuellen Großthemen wie der Corona-Pandemie, dem Ukraine-Krieg, der Energiemangellage oder in Situationen der Gefahrenabwehr wie bei Hochwasser sind die sozialen Netzwerke in den letzten Jahren hinsichtlich der schnellen und zielgerichteten Information der Bürgerschaft zu unverzichtbaren Informationsportalen geworden.
Die Bürgerschaft hat großes Interesse an Informationen aus der Verwaltung und über das Stadtgeschehen. Dass gerade in oben genannten Krisensituationen Nachrichten vermehrt über die sozialen Netzwerke abgerufen und geteilt werden, unterstreicht die Bedeutung von Social Media. Dafür stehen auch die steigenden Nutzerzahlen von Facebook und Instagram.
So konnten über Facebook innerhalb von zwei Jahren (letzter Abruf: 15. März 2024) rund 1.370 neue Follower gewonnen werden: Die Anzahl der Nutzer*innen der städtischen Facebook-Seite „speyer.de“ ist von 11.360 auf 12.730 gestiegen. Die Reichweite der Beiträge liegt zumeist im mittleren bis hohen vierstelligen Bereich, je nach Themengebiet können aber auch bis zu 30.000 Menschen erreicht werden.
Auch der Instagram-Kanal der Stadt Speyer „visitspeyer“, welcher hauptsächlich auf touristische Inhalte ausgelegt ist, erfreut sich immer größerer Beliebtheit: So konnten für Instagram innerhalb des Jahres 2023 knapp 1.600 neue Follower gewonnen werden. Die Anzahl der Follower ist von rund 10.400 auf 12.000 gestiegen. Die Reichweite der Beiträge liegt zumeist im mittleren vierstelligen Bereich, je nach Themengebiet können aber auch bis zu 15.000 Nutzer*innenkonten erreicht werden. Im vergangenen Jahr wurden 113 Beiträge gepostet. Ergänzend dazu wurden Stories im mittleren dreistelligen Bereich geteilt bzw. selbst erstellt.

Die Zahlen belegen, dass bei Bürgerinnen und Bürgern, aber auch bei Gästen der Stadt der Bedarf besteht, vermehrt und intensiver über Social-Media-Kanäle zielgerichtet informiert zu werden.

Der im Jahr 2025 erstellte LinkedIn-Kanal bietet der Wirtschaftsförderung Speyer die Möglichkeit, in einer modernen und professionellen Art und Weise mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren. Über LinkedIn kann sich die Abteilung Wirtschafsförderung der Stadt Speyer als Ansprechpartner für wirtschaftliche Fragen und als aktiver Gestalter der Wirtschaftsentwicklungen in Speyer positionieren. Ein besonderer Mehrwert ergibt sich durch die Möglichkeit, dass Beiträge geteilt, geliked und kommentiert werden können. Dies sorgt für eine deutlich größere Reichweite als ein klassischer Mailverteiler.

Auch im kulturellen Bereich und bei Angeboten sowohl für junge ebenso wie für ältere Menschen wird der Bedarf immer größer, über soziale Medien zu informieren.
Über alle Fachbereiche der Verwaltung hinweg wird der Wunsch an das Social Media Management herangetragen, in den sozialen Netzwerken auf die jeweiligen Themengebiete aufmerksam zu machen. So führen beispielsweise städtische Kinder- und Jugendeinrichtungen an, dass sie ihre Zielgruppe im Vergleich zu Hinweisen auf der Homepage

oder Aushängen schneller und zuverlässiger über Social Media erreichen und so über aktuelle Entwicklungen (wie kurzfristige Absagen von Veranstaltungen) informieren können. Zwar hat die Homepage der Stadt Speyer eine größere Reichweite, die Bürgerschaft bekommt allerdings keinen Hinweis darauf, wenn neue Inhalte eingestellt werden – im Gegensatz zur Funktion des „Feeds“ bei Facebook und Instagram, über den auf neue Beiträge aufmerksam gemacht wird. Für ausführlichere Informationen kann in den Beiträgen mittels Link auf die jeweilige Homepage-Seite verwiesen werden.

Während der Pandemie haben sich diese Plattformen als besonders wirksam für die Bürgerinformation erwiesen, da die Zielgruppen nicht mehr persönlich erreicht werden und Bürgerinformationsveranstaltungen u. ä. in Präsenz nicht stattfinden konnten.
Gegenüber den bisherigen Vertriebskanälen mit Plakaten und Anzeigen stellen die Sozialen Netzwerke eine kostengünstige Alternative mit hoher Reichweite dar, die eine schnelle Information der Bürger*innen sicherstellen kann.

2. Beschreibung der Social Media Auftritte

2.1 Facebook

Die Facebook-Seite der Stadt ist unter dem Namen „speyer.de“ zu erreichen und dient als eigenständiger Kanal der Stadtverwaltung. Redaktionell betreut wird das Angebot vom Social Media Manager der Pressestelle, welche über die Stabsstelle an das Büro OB angegliedert ist. Auf diese Weise können konkrete und verlässliche Informationen direkt an die Bürger*innen weitergegeben werden. Des Weiteren betreibt die Stadtverwaltung Speyer diverse andere Kanäle, die Inhalte aus größeren Fachbereichen und -abteilungen übermitteln und von den jeweiligen Fachkräften betreut werden:

Kulturbüro
Kulturelles Erbe – Stadtarchiv
Musikschule
Stadtbibliothek
Volkshochschule
Purrmann-Haus
Frühjahrs- und Herbstmesse
Weihnachts- und Neujahrsmarkt
Beirat für Migration und Integration
KEKS Speyer

Durch die Vielfalt an Themen, die die Bürger*innen interessieren und die ihnen einen Informationsgewinn verschaffen, werden Handeln und Angebote der Stadtverwaltung als Institution offen und verständlich dargestellt.
Auf der Facebook-Seite gibt es für die Nutzer*innen die Möglichkeit, Themenbeiträge der Stadtverwaltung mit ihrem Facebook-Profil zu kommentieren. Dabei sind sie dazu aufgerufen, sich an die Netiquette zu halten, die über die Homepage der Stadt Speyer einzusehen ist: www.speyer.de/de/netiquette. Darin wird darauf hingewiesen, welche Regeln bei der Konversation zu beachten sind, damit ein offener Austausch mit dem Social Media Team sowie mit anderen Nutzer*innen gelingen kann. So können Kommentare beispielweise mit rassistischen oder sexistischen Inhalten oder solche, die der Verbreitung von Fake News dienen sollen, zum verborgen oder gelöscht werden oder gar zum Blockieren des jeweiligen Profils führen. Sollte die Kommentarfunktion von den Nutzer*innen in nicht angemessener Form genutzt werden, behält sich die Stadtverwaltung vor, diese zu schließen.

Das Redaktionsteam behält sich vor, unter Postings im Namen der Stadtverwaltung auf Fragen oder Anmerkungen in Kommentaren einzugehen und entsprechend zu antworten. Allerdings versteht sich die Facebook-Seite der Stadtverwaltung nicht als Bürgerbeteiligungsplattform und stellt keinen Ersatz für eine Service-Hotline dar, sondern ist ein Informationsmedium. Bei spezifischen Fragen oder Anmerkungen werden die Bürger*innen an das Beschwerdemanagement bzw. den Bürgerservice der Stadtverwaltung oder entsprechende Informationen auf der Homepage unter www.speyer.de verwiesen.
Zusätzlich zur Kommentarfunktion haben die Nutzer*innen die Möglichkeit, Direktnachrichten an die Facebook-Seite der Stadtverwaltung zu schicken, welche vom Redaktionsteam schnellstmöglich beantwortet werden.

2.2 YouTube

Die Stadt Speyer betreibt diverse Kanäle beim Videoportal YouTube:

Der YouTube Kanal „Gremien Stadt Speyer“ wird für die Übertragung von Ausschuss- sowie Stadtratssitzungen genutzt, welche zusätzlich vom Offenen Kanal Speyer im TV übertragen werden. Die Sitzungen werden live und in voller Länge ausgestrahlt. Über den Kanal „Stadt Speyer“ werden Themen zum Stadtgeschehen gezeigt wie die Neujahrsansprachen der Oberbürgermeisterin, Vorträge oder auch Imagevideos aus dem Stadtmarketing. Zusätzlich hat die Musikschule der Stadt Speyer einen eigenen Kanal, der u.a. Aufführungen überträgt und somit zur musikalischen Bildung einen weiteren Beitrag leistet.

2.3 Instagram

Für die Stadtverwaltung Speyer werden diverse Instagram-Kanäle betrieben, um die Vielfältigkeit der Themen abzudecken. So werden die Inhalte aus größeren Fachbereichen und -abteilungen übermittelt und von den jeweiligen Fachkräften betreut.

- Tourist-Information
- Jugendförderung
- Kulturbüro
- Musikschule
- Stadtbibliothek

Der größte Instagram-Kanal der Stadt Speyer „visitspeyer“ dient als eigenständiger touristischer Kanal der Tourist-Information Speyer. Redaktionell betreut wird das Angebot von thematisch qualifizierten Mitarbeitenden der Tourist-Information, die dem Fachbereich 3 „Kultur, Tourismus, Bildung und Sport“ in der Stadtverwaltung zugeordnet ist.

In diesem Kanal werden touristisch relevante Themen für Gäste und Speyer-Interessierte wie Stadtimpressionen, Freizeitaktivitäten, Veranstaltungen jeglicher Art, reiserelevante Servicethemen, Gewinnspiele dargestellt sowie das Angebot der Tourist-Information wie

Führungsangebote, Merchandise-Produkte oder allgemeine Stadtinformationen benutzerfreundlich aufbereitet. Der Instagram Auftritt versteht sich als schnelllebiges interaktives Inspirations- und Informationsmedium.

Für die Nutzer*innen gibt es die Möglichkeit, Postings, Stories und Reels der Tourist-Information mit ihrem privaten Instagram-Profil zu liken, zu kommentieren und in Interaktion mit dem Konto „visitspeyer“ zu treten. Nutzer*innen haben die Option dem Konto „visitspeyer“ zu folgen, was diese dann zu aktiven Follower*innen macht. Dies hat den Vorteil, dass die Follower*innen immer direkt informiert sind, sobald der Kanal „visitspeyer“ etwas neues publiziert.
Zusätzlich zur Link- und Kommentarfunktion haben die Nutzer*innen die Möglichkeit, Direktnachrichten auf das Instagramkonto zu schicken, welche vom Redaktionsteam schnellstmöglich beantwortet werden.

Das Redaktionsteam behält sich vor, unter Postings auf Fragen oder Anmerkungen in Kommentaren einzugehen und entsprechend nach Rücksprache mit der jeweiligen betroffenen internen bzw. externen Instanzen zu antworten bzw. zu verweisen. Das Instagramkonto „visitspeyer“ führt für den Austausch in der Kontobiografie den Link der Netiquette für den Umgang auf der Social Media-Plattform auf. Dieser führt auf die Homepage der Stadt Speyer: www.speyer.de/de/netiquette.

2.4 LinkedIn

Der LinkedIn-Kanal der Wirtschaftsförderung Speyer dient als eigenständige, digitale Kommunikationsplattform für Unternehmen, Investoren, Existenzgründer und andere wirtschaftlich relevante Akteure und Interessierte. Redaktionell betreut wird der Kanal von fachlich versierten Mitarbeitenden der Wirtschaftsförderung Speyer, die der Stabstelle 020 – Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Veranstaltungen der Stadtverwaltung zugeordnet sind.

Der LinkedIn-Auftritt der Wirtschaftsförderung Speyer ist ein zentraler Baustein des Standortmarketings und bietet regelmäßig vielfältige Inhalte. Dazu zählen aktuelle News und Updates, Berichte über Firmenbesuche, Informationen zur Innenstadt, statistische Einblicke, Erfolgsgeschichten lokaler Unternehmen sowie Ankündigungen zu Events und Networking-Möglichkeiten. Anlassbezogene Themen umfassen unter anderem Förderprogramme und Unterstützungsangebote, Branchenfokus, praxisnahe Tipps für Existenzgründer sowie die Vorstellung von Kooperationsmöglichkeiten.

Der LinkedIn-Kanal versteht sich als dynamisches Informations- und Vernetzungsmedium. Nutzer*innen können Beiträge liken, kommentieren und direkt mit dem Redaktionsteam der Wirtschaftsförderung Speyer in Kontakt treten. Die Möglichkeit des direkten Austauschs und der schnellen Interaktion sorgt dafür, dass alle Follower*innen stets aktuell informiert werden und unkompliziert in den Dialog treten können.

3. Erforderlichkeit der Social-Media-Kanäle

Im Folgenden wird die Notwendigkeit der Social-Media-Kanäle für die Stadt Speyer dargelegt.

3.1 Facebook

Facebook bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, die für eine moderne und zeitgemäße Kommunikation notwendig sind. Denn gerade die Zielgruppe zwischen 20 und 55 Jahren nutzt beispielsweise Facebook, sowohl um zu kommunizieren, als auch um sich zu informieren. Auch Bürgerinnen und Bürger über 55 Jahren, die sich zumeist über die Printmedien oder Regional-TV informiert haben, beziehen ihre Informationen nun vermehrt im Internet und über soziale Medien. Auf Facebook bieten sich neue Möglichkeiten der Kommunikation wie das Erstellen von Galerien, die Einbindung anderer Social-Media-Kanäle wie Instagram oder YouTube und die bessere Umsetzung von Kooperationen z.B. mit anderen Organisationen oder Einrichtungen- Damit können nicht nur Netzwerke gebildet, sondern die Bürger*innen noch umfassender informiert werden. Zudem tragen neue Techniken wie Videotools zu mehr Transparenz hinsichtlich Vorgänge seitens der Stadtverwaltung bei und stärken somit das Vertrauen bei der Bevölkerung.
Mit dem Facebook-Kanal wird im Sinne der Crossmedialität die Reichweite der Informationen aus der Stadtverwaltung erhöht und die Bürger*innen auf den von ihnen gewählten Plattformen erreicht. Auch bei größeren Ereignissen wie einer Pandemie oder Notfallereignissen wie Hochwasser im Stadtgebiet kann die Facebook-Präsenz als weiterer

Informationskanal genutzt werden, der die Bürger*innen für umfassende Informationen auf die Homepage der Stadt führen kann.
Für die Verwaltung bietet sich zudem die Chance, sich auch als Arbeitgeberin zielgruppenorientiert darzustellen und beispielsweise für Ausbildungsmöglichkeiten zu werben

Ein weiterer großer Aspekt ist, dass mit Plattformen wie diesen die Identifikation mit der Stadt, der Verwaltung und den Menschen, die dort leben, gefördert werden. Postings, welche an den Nationalsozialismus erinnern, das kulturelle Gedächtnis der Gemeinschaft geprägt. Berichte über Aktionen in diesem Zusammenhang wie die „Stolperstein- Verlegung“ stärken das Bewusstsein über die Vergangenheit. Postings beispielsweise zum Welt-Krebs-Tag haben zum einen eine nationale Bedeutung, zum anderen geben sie tagesaktuelle Impulse.
Berichte über Unternehmensbesuche, welche sich der Wirtschaft vor Ort widmen, können über andere Kanäle wie die Homepage nicht in dem Maße ausgespielt werden, da solche Postings von der Interaktion der Leser*innen leben: Kommentieren, Teilen, Liken – diese Funktionen sind spezifisch für Social-Media-Kanäle und tragen elementar zur Stärkung des Wir-Gefühls der Stadtgesellschaft bei.

3.2 YouTube

Die Übertragung der Ausschuss- und Stadtratssitzungen leisten einen Beitrag zur Demokratieförderung und zur Transparenz und damit zur Verbesserung direktdemokratischer Beteiligungsmöglichkeiten auf kommunaler Ebene. Denn auf diese Weise wird eine mittelbare Teilhabe am politischen Geschehen vor Ort und eine verstärkte Identifikation mit dem jeweiligen Lebensraum geleistet. Die Informationsangebote erfolgen zwar unabhängig von der Nachfrage, eine kontinuierliche Zuschauernachfrage spiegelt aber das Interesse der Bürgerschaft in den politischen Themen in Speyer wider. Zu Zeiten der Pandemie erlangte diese Möglichkeit der Partizipation große Bedeutung, da aufgrund der Kontaktbeschränkungen eine Öffentlichkeit in Präsenz nicht hergestellt werden konnte. Dank der Übertragungen über YouTube hatte jede Bürgerin und jeder Bürger die Chance, das politische Geschehen barrierefrei zu verfolgen. Aufgrund der positiven Resonanz aus der Bevölkerung wurde dieses Format auch nach Ende der Kontaktbeschränkungen beibehalten.

Ähnliches gilt für mediale Beiträge aus dem Stadtgeschehen. Da Videos dieser Art nicht in voller Länge auf der Homepage oder über Facebook/Instagram ausgestrahlt werden können, erweist sich YouTube als geeignete Plattform, auf welche durch Verlinkungen aufmerksam gemacht wird.

3.3 Instagram

Instagram ermöglicht es der Tourist-Information schnell und ansprechend mit den Nutzer*innen zu kommunizieren, in Kontakt zu treten und sie über aktuelle Ereignisse, Projekte und Veranstaltungen in der Stadt auf dem Laufenden zu halten. Durch den touristischen Instagram-Kanal kann die Außenwirkung der Stadt positiv beeinflusst werden

und die Stadt Speyer sowie die Region als attraktives Reiseziel bzw. als Wohnort oder wirtschaftliche Investitionsmöglichkeit in das Bewusstsein der Nutzer*innen gerufen werden.

Darüber hinaus bietet Instagram die Möglichkeit, mit den Nutzer*innen in einen direkten Dialog zu treten. Durch Kommentare, Direktnachrichten und Interaktionen können Fragen beantwortet, Reiseerlebnisse geteilt, Anregungen entgegengenommen und Themen gelöst werden. Dies fördert die Transparenz und das Vertrauen zwischen der Tourist-Information und der Zielgruppe.

Durch die Nutzung von Instagram kann die Tourist-Information ihre Reichweite stetig erweitern und eine direkte Zielgruppenansprache gewährleisten. Mit Instagram werden im Sinne der Crossmedialität die Reichweite der Informationen aus der Tourist-Information sowie der Stadtverwaltung erhöht und die Gäste auf der von ihnen gewählten Plattform erreicht.

Die touristisch relevanten Zielgruppen, definiert über die Tourismusstrategie 2025 der Pfalz.Touristik e.V., werden mit der Alterspanne von 25-45 Jahren, Onlineaffinität und dem durchschnittlichen Nutzerprofil bei den „visitspeyer“ Followern getroffen.

3.4 LinkedIn

Der LinkedIn-Kanal bietet der Wirtschaftsförderung Speyer die Möglichkeit, in einer modernen und professionellen Art und Weise mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren. Dabei ist er eine geeignete Ergänzung des E-Mail-Newsletters, der nur angemeldete Personen adressiert und damit eine geringere Reichweite besitzt und die Häufigkeit der Aussendung ist limitiert. LinkedIn ermöglicht es, sich als Ansprechpartner für wirtschaftliche Fragen und als aktiver Gestalter der Wirtschaftsentwicklungen in der Stadt Speyer zu positionieren. Ein besonderer Mehrwert ergibt sich durch die Möglichkeit, dass Beiträge geteilt, geliked und kommentiert werden können. Dies sorgt für eine deutlich größere Reichweite als ein klassischer Mailverteiler.

- Relevanz für Unternehmen: Präsentation von Unterstützungsangeboten, Netzwerkmöglichkeiten und Förderprogrammen, die für Unternehmen von Interesse sind.
- Relevanz für Investoren: Darstellung von Investitionspotenzialen und Standortvorteilen von Speyer.
- Relevanz für (Solo-)Selbstständige: Vernetzung untereinander und ggfs. Generierung von Aufträgen (Stärkung der lokalen Wertschöpfung).
- Mehrwert für Start-ups: Bereitstellung von Informationen zu Gründungsförderung, Mentoring und anderen relevanten Ressourcen.
- Relevanz für die Öffentlichkeit: Darstellung der wirtschaftlichen Bedeutung Speyers und seiner Rolle im regionalen (und nationalen) Kontext.

4. Redaktionelle Betreuung / Impressum

Die redaktionelle und technische Betreuung für den Facebook-Kanal übernimmt das Social Media-Team der Pressestelle und für den YouTube-Kanal der OK Speyer.
Die Betreuung des Instagram-Kanals ist bei der Tourist-Information der Stadt Speyer und die des LinkedIn-Kanals bei der Abteilung Wirtschaftsförderung verortet.

Alle Informationen sind auf den Social Media Seiten im Informationsbereich sowie auf der Homepage unter www.speyer.de verortet.

Das Internet-Portal www.speyer.de und die angeschlossenen Internetseiten sind ein Projekt der Stadt Speyer. Die Stadt Speyer ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Sie wird vertreten durch Oberbürgermeisterin Stefanie Seiler.

Stadt Speyer
Maximilianstraße 100
67346 Speyer
+49 6232 14-0
+49 6232 14-2458
poststelle@stadt-speyer.de

5. Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen

Zur Ausübung ihrer Rechte nach Artt. 15 ff. Datenschutzgrundverordnung können sich Betroffene während der angezeigten Öffnungs- und Administrationszeiten (Montag bis

Donnerstag 8 bis 17 Uhr und Freitag 8 bis 13 Uhr) an die Pressestelle der Stadtverwaltung wenden. Hierfür steht eine E-Mail-Adresse, die Nachrichten-Funktion der Social-Media-Kanäle oder die Post-Adresse zur Verfügung. Außerhalb der angezeigten Öffnungs- bzw. Administrationszeiten ist nicht mit einer Antwort vor dem nächsten Werktag zu rechnen. Die Rechte der Betroffenen umfassen: Auskunft, Berichtigung, Sperrung, Löschung, Widerspruch, Unterlassung und Beseitigung.

Hinweis auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten

Alle bereitgestellten Informationen auf den Social Media Kanälen sind immer auch uneingeschränkt über die Homepage der Stadt unter www.speyer.de zugänglich sowie weitestgehend über das stadteigene Amtsblatt abrufbar.
Die Stadtverwaltung bietet immer alternative Kommunikationswege an, durch die die Nutzer*innen mit der Stadtverwaltung und dem Social Media Team in Kontakt treten können. Kontaktdaten wie E-Mail-Adresse, Postadresse und Telefonnummern sind im Informationsbereich hinterlegt und zudem im Impressum verfügbar.

6. Veröffentlichung

Das Social Media Konzept ist allgemein zugänglich und in der Datenschutzerklärung auf der Homepage verlinkt.

Verantwortlich

Annika Roth
Pressesprecherin
Telefon 06232 14-2525
annika.roth@stadt-speyer.de