

KT-Drucks. Nr. 055/2023

Landratsamt Böblingen, Postfach 1640, 71006 Böblingen

Der Landrat

Amtsleiterin

Franziska Fais
Telefon 07031 663 1356
Telefax 07031 663 1999
f.fais@lrabb.de

Az:

07.03.2023

Bericht zur Social Media Präsenz des Landkreises Böblingen

Anlage 1: ARD-ZDF-Onlinestudie 2022

I. Vorlage an den

Verwaltungs- und Finanzausschuss
zur Kenntnisnahme

21.03.2023

öffentlich

II. Bericht

1. Hintergrund: Social Media im Landratsamt Böblingen

Die Bedeutung von Social Media als Informationsplattformen wächst stetig. Nach der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie nutzen 50% der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren mindestens einmal wöchentlich Social Media.¹ Dies ist eine Steigerung um drei Prozent im Vergleich zu 2021 und deckt sich mit den Erkenntnissen der Bevölkerungsumfrage des Landratsamts, die sich unter anderem mit der Mediennutzung befasste (siehe KT-Drucks. Nr. 046/2023). Auch für den Landkreis Böblingen hat diese Umfrage bestätigt, dass mehr als die Hälfte der Befragten Social Media verwenden.

¹ Koch, W., (2022). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022. Reichweiten von Social-Media-Plattformen und Messengern. *Media Perspektiven*, 10, S. 471 f.: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Koch.pdf

Dies bedeutet eine moderate Steigerung gegenüber einer repräsentativen Umfrage im Landkreis Böblingen aus dem Jahr 2016. Es ist hervorzuheben, dass Social-Media-Angebote insbesondere eine junge Zielgruppe ansprechen. Diese lassen sich infolge des Medienwandels oft nicht mehr über klassische Pressearbeit erreichen. So hat die ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 festgestellt, dass 88% der 14-29-Jährigen und 69% der 30-49-Jährigen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram oder TikTok mindestens einmal wöchentlich verwenden.

Das macht es für die Öffentlichkeitsarbeit des Landratsamts erforderlich, auf Social Media präsent zu sein. Das Landratsamt ist mit Facebook (seit 2014), YouTube (seit 2017) und Instagram (seit 2020) auf Social Media aktiv. Zudem ist Google in Verwendung, um Nutzer-Rezensionen zum Landratsamt zu verwalten. Als Teil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollen diese Kanäle das Verwaltungshandeln transparent und verständlich machen sowie Missverständnisse und Fehlinformationen beseitigen. Darüber hinaus ist beispielsweise über die Kommentarnutzung eine direkte Interaktion der Bürgerinnen und Bürgern mit der Verwaltung möglich. Die Betreuung der Kanäle erfolgte bis Januar 2020 über verschiedene Redakteure aus Zentralstelle und den Fachämtern – wobei die Gesamtverantwortung bei der Zentralstelle lag. Mit diesen Voraussetzungen konnten bis Januar 2020 auf dem wichtigsten Kanal Facebook rund 4.000 Fans erreicht werden.

2. Bisherige Entwicklung der Social-Media-Kanäle (2020-2023)

Im Januar 2020 wurde in der Zentralstelle ein Volontär in Vollzeit eingestellt, der die Verantwortung über die Weiterentwicklung dieser Kanäle übernahm. Innerhalb der Zentralstelle war diese Praktikantenstelle bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zugeordnet. Zu seinen Aufgaben gehörte es unter anderem, eine Social-Media-Strategie zu entwickeln und einen Instagram-Account zu konzipieren, der primär eine junge Zielgruppe ansprechen soll. Instagram ist bei den 14-29-Jährigen aktuell die beliebteste Social-Media-Plattform und wird von 74% dieser Altersgruppe mindestens einmal wöchentlich genutzt.²

Parallel zur Professionalisierung der Social-Media-Arbeit des Landratsamts wuchs die Gesamtbedeutung digitaler Medien durch die Corona-Krise. Das Landratsamt hat in der Krisenkommunikation verschiedene Online-Kampagnen eingesetzt, wie zum Beispiel #MaskeAufKreisBB in 2020, #ÄrmelHoch(KreisBB) in 2021 und #BBesserGeimpft in 2022. Das erfolgreichste Video unter dem Hashtag „#ÄrmelHoch: Gute Gründe für das Impfen“ erreichte im März 2021 auf Facebook über 460.000 Aufrufe. Diese Entwicklung machte die Stelle eines Social-Media-Managers innerhalb der Zentralstelle erforderlich. Die Vollzeitstelle ist seit Januar 2021 dem Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zugeordnet und soll die Social-Media-Aktivitäten in folgenden Feldern weiter ausbauen: Strategie, Content-Erstellung, Community-Management und Monitoring. Zudem ist der Social-Media-Manager Ansprechpartner der Fachämter für alle Fragen, die diese digitalen Kanäle betreffen. Social Media ist damit fester Bestandteil des Kommunikationskonzepts des Landratsamts.

² Ebd., S. 472 f.

Aktuell hat das Landratsamt Böblingen mit über 9.000 Followern auf Instagram unter allen Landratsämtern in Baden-Württemberg die meisten Follower. Zudem hat das Landratsamt über 14.000 Fans auf Facebook – nur der Ortenaukreis hat mehr Facebook-Fans.

3. Ausblick

In den nächsten Jahren werden Anforderungen und Bedeutung von Social Media wachsen, was allgemein eine weitere Professionalisierung in diesem Feld mit sich bringen wird. Eine besondere Herausforderung liegt in der Dynamik des Bereichs Social Media. So zeigt die aktuelle ARD/ZDF-Onlinestudie eine immer stärkere Ausdifferenzierung der Altersgruppen auf bestimmte Social-Media-Kanäle. In der wöchentlichen Nutzung lassen sich folgende Beobachtungen feststellen:³ Bei den 50-69-Jährigen ist Facebook mit 31% die mit Abstand beliebteste Plattform. Die 30-49-Jährigen verwenden vor allem Facebook (47%) und Instagram (39%). Dagegen zeigt sich bei den 14- 29-Jährigen eine große Vielfalt, sodass Facebook allein nicht mehr ausreicht: Sie nutzen Instagram (74%), Snapchat (47%), TikTok (44%) und Facebook (42%).

Dies macht die Social-Media-Arbeit noch komplexer. Denn jede Plattform hat ihre eigenen Besonderheiten, die berücksichtigt werden müssen. Instagram ist zum Beispiel zunehmend auf Kurzvideos fokussiert, während Bilder auf Facebook weiterhin hohe Reichweiten erzielen. Andere Plattformen sind dagegen ausschließlich auf Videos beschränkt. Der Social-Media-Manager muss daher seine Strategie laufend an das Nutzerverhalten, technische Begebenheiten und rechtliche Anforderungen anpassen.



Roland Bernhard

³ Ebd., S. 472 f.