

Social Media-Konzept der Stadt Trier: Instagram

Stand: 14.4.2020

Die Stadt Trier betreibt seit dem 19. März 2020 im Netzwerk Instagram unter dem Profil Stadt_Trier einen Informationskanal.

Sinn und Zweck:

Die Stadt Trier betreibt einen Kanal in Instagram. Instagram ist ein Netzwerk im Social Web, bei dem in erster Linie mit Bildern und mit kurzen Videos und Bildern im Format „Story“ Informationen mitgeteilt werden können. Instagram hat 15 Millionen Nutzer in Deutschland. 13 Prozent der Bevölkerung nutzen laut der ARD-ZDF-Online-Studie einmal wöchentlich Instagram. 2019 war es in Deutschland das am stärksten wachsende Netzwerk.

Durch gut gestaltete Bilder und Stories lassen sich auch komplexe Inhalte in einfacher Form darstellen und schnell an eine junge Zielgruppe verbreiten. Dies zu erreichen, war ein Ziel in der akuten Krisensituation am Beginn der Corona-Pandemie. Es ging darum, Informationen über die Inhalte von Allgemeinverfügungen oder Rechtsverordnungen beispielsweise über Versammlungsverbote und Schließungen von öffentlichen Einrichtungen schnell an große Zielgruppen zu verbreiten. Die Zahl der Menschen, die dem Instagram-Kanal der Stadt Trier folgten, ist innerhalb der beiden ersten Wochen der Pandemiekrise sehr schnell auf rund 1400 gewachsen. Für diese Krise wurde das Ziel der schnellen Kommunikation an eine junge Zielgruppe daher erreicht.

Diese Zielgruppe (siehe unten) mit für sie relevanten Informationen aus Stadtverwaltung und Stadtrat direkt zu erreichen, ist auch außerhalb der Krisenkommunikation ein Ziel der städtischen Kommunikation. Sinn und Zweck ist dabei sowohl Information der Bevölkerung über städtisches Handeln wie auch Imagebildung für die Stadtverwaltung vor dem Hintergrund des zunehmenden Fachkräftemangels und der Suche nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Vorgesehene Inhalte:

Die Stadt Trier kommuniziert über Instagram vor allem Nachrichten aus der Verwaltung oder dem Stadtrat und dessen Ausschüssen, die wichtig für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt sind. Das können Beschlüsse aus den Gremien sein, Servicemeldungen beispielsweise über städtische Baustellen und Verkehrsumleitungen oder Öffnungszeiten von Ämtern oder über krisenhafte Ereignisse, die eine schnelle Kommunikation nötig machen (beispielsweise Allgemeinverfügungen in der Corona-Pandemie, Unwetterereignisse oder Großbrände). Das Netzwerk kann zudem genutzt werden, um das Personalamt bei der Suche nach Fachkräften über die Imagebildung der Verwaltung oder die Verbreitung von städtischen Stellengesuchen insbesondere im Bereich der Auszubildenden und Anwärterinnen und Anwärter zu unterstützen, da die junge Zielgruppe in Instagram deutlich leichter zu erreichen ist als über die bisher vorhandenen Kommunikationskanäle der Stadt.

Die Kommunikation läuft in der Regel entweder über Bilder mit Texten oder Grafiken, kurze Videos oder gifs direkt auf dem Instagram-Kanal oder im Story-Format. In den Texten zu Bildern können Links zur städtischen Homepage hinzugefügt werden, die die ausführlicheren Informationen enthalten. Längere Video-Inhalte können auch über Storys sowie die in Instagram enthaltene IGTV-Plattform verbreitet werden.

Zielgruppe:

60 Prozent der Instagram-Nutzer sind zwischen 14 und 29 Jahren alt, 17 Prozent zwischen 30 und 49, nur fünf Prozent über 50 (Quelle: ARD-ZDF-Online-Studie 2019). Damit ermöglicht es einem das für Fotos und Videos gemachte Netzwerk, junge Leute zu erreichen, die sich auf klassischen Wegen der Pressearbeit im Hinblick auf den Medienwandel nur schwer erreichen lassen. Auch andere große Plattformen wie Facebook oder Twitter erreichen bei dieser Altersgruppe nicht annähernd eine vergleichbare Reichweite. Das so genannte Engagement für Organisationen liegt auf Instagram 10-mal höher als auf Facebook, und mehr als 80-mal höher als auf Twitter. Instagram ist potenziell das einzige Netzwerk, auf dem man als Verwaltung oder Kommune die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen erreichen und an sich binden kann.

Besonders im Hinblick auf die Nachwuchsgewinnung erscheint es hilfreich, die Zielgruppe der jüngeren Leute direkt anzusprechen. Wer beispielsweise eine Instagram-Story mit einem Feuerwehrmann oder Rettungssanitäter sieht und darin etwas über die Aufgaben und das Arbeitsfeld dieser wichtigen Berufsgruppen erfährt, der ist mutmaßlich eher bereit, sich für eine freie Stelle oder einen Ausbildungsplatz zu bewerben. In diesen Berufen und in vielen anderen Berufsfeldern steht die Stadtverwaltung angesichts des Fachkräftemangels in der Region Trier in direkter Konkurrenz mit Unternehmen oder anderen Verwaltungen oder besonders auch mit Unternehmen in Luxemburg. Diese nutzen längst Social-Media-Kommunikationswege zum Personal-Recruiting. Daher ist die Präsenz der Stadtverwaltung auf einem Kanal wie Instagram für die Personalgewinnung äußerst hilfreich.

Interaktionsmöglichkeiten:

Auf Instagram gibt es verschiedene Interaktionsmöglichkeiten für die angemeldeten Nutzer. Sie können Beiträge und Storys „ liken“ und kommentieren. Das Amt für Presse und Kommunikation stellt daher sicher, dass Kommentare dort moderiert werden und mögliche Fragen von Nutzern in Zusammenarbeit mit den jeweils betroffenen Ämtern zeitnah beantwortet werden. Es gibt auch die Möglichkeit, direkte Nachrichten an die Betreiber von Instagram-Profilen zu schicken. Das Amt für Presse und Kommunikation wird solche Nachrichten beantworten, aber keinerlei private Daten mit Nutzern auf diesem Weg austauschen. Dazu wird auf die entsprechenden Kommunikationskanäle über die Internetseite, Telefon oder E-Mail verwiesen.

Redaktionelle Betreuung / Impressum

Verantwortlich nach Telemediengesetz (TMG):

Rathaus der Stadt Trier

Der Oberbürgermeister

Wolfram Leibe

Am Augustinerhof

54290 Trier

Telefon 0651/718-0

Telefax 0651/718-4100

E-Mail: rathaus@trier.de

Umsatzsteuer-ID: DE149876342

Die technische und redaktionelle Betreuung des Instagram-Kanals obliegt dem zentral für Kommunikation im Rathaus der Stadt Trier zuständigen Amt für Presse und Kommunikation. Es kann

für einzelne Posts Mitarbeiter anderer städtischer Ämter oder Beteiligungen der Stadt fallweise hinzuziehen.

Verantwortlich für die redaktionelle Betreuung und zuständige Ansprechpartner für Fragen von Nutzerinnen und Nutzern sind Amtsleiter Michael Schmitz (Telefon: 0651/718-1130) oder Stellvertreter Ernst Mettlach (0651/718-1131).

Im Profil des Instagram-Accounts wird auf das Impressum auf www.trier.de/impressum verlinkt und kenntlich gemacht, dass das Presseamt für die Posts verantwortlich ist.

Die Betreuung der Instagram-Seite und das Monitoring geschehen auch außerhalb der Geschäftszeiten der Verwaltung – ohne dass daraus ein Anspruch auf direkte Reaktionen 24/7 für Bürgerinnen und Bürger erwachsen kann.

Datenschutz

Die Datenschutzerklärung der Stadt Trier finden Sie unter: www.trier.de/datenschutz/

Kontaktdaten der Datenschutzbeauftragten

Die Stadt Trier hat eine behördliche Datenschutzbeauftragte bestellt, die die Dienststellen der Stadtverwaltung bei der Sicherstellung des Datenschutzes unterstützt.

Datenschutzbeauftragte der Stadtverwaltung Trier
Am Augustinerhof
54290 Trier
Telefon: 0651/718-0
E-Mail: datenschutz@trier.de

Beschwerderecht bei einer Aufsichtsbehörde

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz Rheinland-Pfalz kontrolliert die öffentlichen Stellen in Rheinland-Pfalz in Bezug auf die Einhaltung der Datenschutzgesetze und anderer Vorschriften über den Datenschutz. Außerdem geht er Beschwerden von Bürgern nach.

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz
Postfach 30 40
55020 Mainz
Telefon: 06131/208-2449
Fax: 06131/208-2497
E-Mail: [poststelle\(at\)datenschutz.rlp.de](mailto:poststelle(at)datenschutz.rlp.de)

Hinweis auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten

Über das Instagram-Profil der Stadt Trier werden Informationen verbreitet, die entweder bereits im Vorhinein oder im Nachgang auch auf der Homepage der Stadt Trier unter www.trier.de ohne Anmeldung oder/und in der kostenlos allen Haushalten in Trier zugestellten Rathaus Zeitung zugänglich gemacht werden. Auch die Rathaus Zeitung ist auf trier.de abrufbar.

Die auf Instagram verbreiteten Inhalte können über www.instagram.com/Stadt_Trier von allen Internetnutzern auch ohne Anmeldung gesehen werden. Dies gilt nicht für das Format der Storys. Nicht bei Instagram angemeldete Nutzer können über die Internetseite aber nicht mit der Stadt Trier interagieren, also keine Likes oder Kommentare abgeben. Angemeldete Instagram-Nutzerinnen und Nutzer können über das Profil der Stadt Trier über das Amt für Presse und Kommunikation in Kontakt mit der Stadtverwaltung treten. Auf diesem Weg ist kein Austausch persönlicher Daten möglich und kein amtlicher Vorgang. Für Nutzerinnen und Nutzer, die sich nicht bei Instagram anmelden wollen, sind Kontaktmöglichkeiten mit der Verwaltung unter www.trier.de/kontakt/ dargestellt.

Bürgerinnen und Bürger, die der Verwaltung Anregungen geben wollen, können dies überdies über das Portal www.trier-mitgestalten.de tun.

Veröffentlichung und Evaluierung

Das Amt für Presse und Kommunikation prüft jährlich, ob und wie erfolgreich die angestrebten Kommunikationsziele mit dem Instagram-Profil erreicht werden. Dieses Social-Media-Konzept für Instagram wird auf der Homepage der Stadt unter <https://www.trier.de/rathaus-buerger-in/aktuelles/social-media/> der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.