

Stadt Waldenbuch, Kreis Böblingen

Datum	Aktenzeichen	Bearbeitung	Gremium	Sitzungsart	Vorlagen-Nr.
16.02.2021	047.8	Hauptamt Petra Eisele Tel.: 07157 1293-48	VA 09.03.2021	öffentlich	SV/059/2021

Sachstandsbericht Stadtmarketing "Lebendiges Waldenbuch - Lebenswert, wirtschaftsstark, vielfältig"

Anlagen

1. Präsentation „Lebendiges Waldenbuch - Lebenswert, wirtschaftsstark, vielfältig“
2. Social Media-Strategie der Stadt Waldenbuch
3. Broschüre „Social Media in öffentlichen Verwaltungen. Strategien für einen zeitgemäßen Bürgerdialog.“ Staatsanzeiger für Baden-Württemberg
4. Bookingkit

I. Beschlussvorschlag

1. Zur Bewerbung der Aktionen im Rahmen eines innovativen und Corona-konformen Veranstaltungskonzeptes für das Jahr 2021 stimmt der Verwaltungsausschuss der Einrichtung einer öffentlichen Instagram-Seite „Stadtmarketing Waldenbuch“ und einer Facebook-Unternehmensseite „Stadt Waldenbuch“ zu.
2. Der Verwaltungsausschuss empfiehlt dem Gemeinderat, zur Durchführung des Festivals „Lebenswert“ in Kooperation mit der KulturRegion Stuttgart im Haushalt 2022 finanzielle Mittel in Höhe von 15.000 € bereitzustellen.

II. Vorberatung

- = ohne Vorberatung
 = Vorberatung im VA = Vorberatung im TA

III. Finanzielle Auswirkungen (Social Media)

- keine finanziellen Auswirkungen
- Auswirkungen auf den **Ergebnishaushalt** von rund 6.000 € im Jahr 2021
(Personalaufwand 2 h pro Woche 4.377 €, zwei iPhone 8 für ca. 1.000 € ggfs. müssen weitere Endgeräte für die Führungskräfte künftig angeschafft werden.)
- von der Haushaltsplanung abgedeckt unter dem Produkt 57 50 / 4271 0000 Stadtmarketing

IV. Sachverhalt

Die **(Wieder-)Belebung der Innenstadt** ist von zentraler Bedeutung. Wie in der jüngsten Gemeinderatssitzung thematisiert, besteht insbesondere der Wunsch „einer Wiederbelebung der Grabenstraße mit Gewerbe und Handel“. In vielen Bereichen ist eine rückläufige Entwicklung der Besucher- und Schülerzahlen zu verzeichnen (z.B. Museen, Stadtbücherei, Musikschule). Auch die

Gastronomie, der Einzelhandel und das Gartenhallenbad leiden unter den Veränderungen durch Corona. Diesem Negativtrend soll frühzeitig entgegengewirkt werden, vor allem durch Marketingmaßnahmen und zielgerichtete Infrastrukturverbesserungen. Wer neue Medien mit ihrer Technik befürwortet, sollte auch die Akzeptanz für Standorte zum Ausbau des Mobilfunknetzes sowie 5G fördern und vertreten.

AG Lebendiges Waldenbuch

Im Februar hat sich daher innerhalb des GHV eine Arbeitsgruppe gegründet „Lebendiges Waldenbuch - Lebenswert, wirtschaftsstarke, vielfältig“. Die Mitglieder beschäftigen sich mit folgenden Themen: Digitalisierung, Innenstadtentwicklung, gemeinsame Aktionen. Es wird von zentraler Bedeutung sein frühzeitig Corona-konforme Veranstaltungen und Aktionen zu planen und zu bewerben. Geplant ist für das Jahr 2021 ein Veranstaltungskonzept, welches entsprechend den Jahreszeiten Outdoor-Aktivitäten in den Fokus stellt (siehe Anlage 1).

Soziale Medien

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollen auch soziale Medien genutzt werden. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: sie reichen von der einfachen **Informationsverbreitung** über die **positive Imagepflege** bis hin zur aktuellen **Kommunikation** mit BürgerInnen, Vereinen, Unternehmen und anderen Ämtern. Gewachsen ist seit März 2020 vor allem die Bedeutung von Social Media für die Krisenkommunikation, als Instrument zur Steigerung der Bürgerbeteiligung. Aufgrund der Reichweite können wichtige Informationen gezielt verbreitet werden. Die zwei wichtigsten Kanäle sind momentan Facebook und Instagram. WhatsApp soll aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht eingesetzt werden. Die größte private Facebook Gruppe „Waldenbuch“ umfasst 2.969 Mitglieder, die Beiträge der Stadtverwaltung (wöchentliche Corona Updates seit März 2020) werden regelmäßig von rund 1.000 Personen gesehen.

Tourismus und Kooperationen

Gerade für den Bereich **Tourismus** ist das Potenzial der Sozialen Medien sehr hoch. Die Kommunikation über Instagram ist informativ, aber emotionaler. Es geht nicht nur um den sachlichen Austausch, sondern auch um Momente, die Menschen in Wort, Bild oder Ton miteinander teilen. Eindrücke mitten aus dem Leben und aus der Stadtgesellschaft können ein „Wir-Gefühl“ erzeugen und die Bindung zur Kommune als Lebens-, Arbeits- oder Urlaubsraum stärken. (siehe Anlage 3). Instagram soll dazu genutzt werden, überregional die Marke „Waldenbuch – die Stadt mit Schokoladenseiten“ zu stärken. Ganz gezielt sollen auch unser Stadtführungsangebot sowie die Waldexkursionen vermarktet werden. Dank des neuen Buchungssystems „Bookingkit“ können Führungen auch online gebucht werden; diese **Synergieeffekte** gilt es zu nutzen (siehe Anlage 4). Kooperationen z.B. mit Stuttgart Marketing, der KulturRegion und Schönbuch & Heckengäu sind zentral. Auch die Zusammenarbeit mit Influencern ermöglicht die Erhöhung des Bekanntheitsgrades.

Festival „Lebenswert“ in 2022

Schon jetzt stehen gemeinsame Projekte im Jahr 2022 in den Startlöchern. Die KulturRegion plant ein Festival zum Thema „Lebenswert“. Der Kulturanthropologe Julian Warner hat im Februar als künstlerischer Leiter des Projekts seine Arbeit aufgenommen. Ein erstes Kennenlerngespräch fand bereits statt. Julian Warner könnte sich für Waldenbuch eine Veranstaltung zum Thema „Innovation“ vorstellen, passend zur Gründerfreundlichen Kommune. Dabei sollen gezielt die Waldenbacher Bürgerinnen und Bürger (Kinder ebenso wie Erwachsene) einbezogen werden. Im Falle einer positiven Empfehlung des Verwaltungsausschusses und entsprechender Beschlussfassung durch den Gemeinderat, werden im Haushalt 2022 für dieses Kooperationsfestival 15.000 € eingestellt. Zum Vergleich: Die Kosten für die „Natur- und Genießerwochen“ (inklusive „La Dolce-Vita – Urlaubstage in Waldenbuch“) im Jahr 2020 lagen bei rund 20.000 €.

V. Begründung

Das Potenzial von Sozialen Medien wurde bisher nicht voll ausgeschöpft, diese sind jedoch ein wichtiger Schritt Richtung „Digitales Rathaus“. Facebook und Instagram können dabei sehr unterschiedlich und der Zielgruppe entsprechend eingesetzt werden. Facebook soll rein informativ

genutzt werden, Instagram spricht dafür vor allem junge Menschen an und vermittelt über hochwertige Bilder ein positives Lebensgefühl.

Die Zahl der Menschen, die sich über Printmedien über politische oder kommunale Themen informieren, ist rückläufig. Vor allem bei der jüngeren Generation ist eine verstärkte Tendenz zur überwiegenden Nutzung von Online-Medien zu erkennen. Online können Informationen an die BürgerInnen wesentlich aktueller sowie schneller verbreitet werden. Durch Nutzung der Teilen- und Liken Funktion können die User, zum Beispiel nachdem sie ein Corona-Update gelesen haben, diese direkt an andere User weiterleiten. Die dadurch entstehenden Vernetzungseffekte können bewirken, dass bei der richtigen Nutzung erheblich mehr Bürger erreicht werden könnten, als dies bei den klassischen Kommunikationsmaßnahmen der Fall ist. Durch die Umfragefunktion bei Facebook oder in Instagram die „Stories“, können die BürgerInnen darüber hinaus auch in Planungsprozesse einbezogen werden.

Für die Organisationsstruktur, Abläufe und Verantwortlichkeiten wurde eine Social-Media-Strategie erstellt (siehe Anlage 2).

VI. Weitere Vorgehensweise

Die Administration für die Facebook-Unternehmensseite wird von Frau Eisele und Frau Jacob in gemeinsamer Zusammenarbeit übernommen. Die Zuständigkeit liegt beim Hauptamt, als stellvertretende Hauptamtsleiterin unterstützt Frau Jacob inhaltlich. Pro Woche soll es mindestens zwei Beiträge geben. Kommentare sind möglich, eine Moderation soll nur in Ausnahmen stattfinden (z.B. Hassrede). Datenschutzerklärung und Impressum werden datenschutzkonform eingestellt und immer auf dem neuesten Stand gehalten. Tonalität: Bei Facebook werden alle gesiezt, bei Instagram geduzt. 82 Prozent der Nutzer wollen bei Instagram geduzt werden. In sozialen Medien ist das „Du“ die Konvention, das Sie wird von vielen Nutzern als konstruiert und distanziert wahrgenommen. Frau Eisele plant erstmals ab März/April 2021 Veranstaltungen in dieser neuen Form „papierlos“ und somit auch umweltfreundlicher zu bewerben. Die Umsetzung hängt von der Corona-Lage ab. Über die Erfolge, Resonanz und Erfahrungen wird berichtet.

gez. Lutz
Bürgermeister

--	--	--	--	--	--