



**Fachkongress 5. März 2015**

## **Workshop 3: »Social-Media-Marketing und Mobility«**

### **Exposé**

Soziale Medien sind internetbasierte Angebote, die auf Interaktion, nutzergenerierten Inhalten und den technischen Möglichkeiten des Web 2.0 basieren. Sie sind Werkzeuge der dialogorientierten Kommunikation, Partizipation und des Wissensmanagements.



Zu den Sozialen Medien gehören unter anderem Blogs, Foren, Microblogging-Dienste, soziale Netzwerke, Wikis sowie Portale zum Austausch von Medien. Dabei können sowohl die großen, kommerziellen Social-Media Plattformen, wie Facebook, Twitter & Co. zum Einsatz kommen, als auch Plattformen, die die Städte und Gemeinden nach ihren Anforderungen programmieren. Das kann zum Beispiel bei Bürgerbeteiligungsverfahren sinnvoll sein.

Mit dem Aufkommen der Sozialen Medien hat sich die gesamte Kommunikation grundlegend verändert. Das Internet hat sich von einer „Informations-Plattform“ zu einer „Mitmach-Plattform“ entwickelt. Die Bürger nutzen das Internet nicht mehr nur als Informationsquelle, sondern beteiligen sich aktiv: Sie kommentieren Inhalte, stellen Fragen oder schreiben selbst Beiträge.

Bei den Sozialen Medien stehen der Dialog und die Interaktion im Mittelpunkt der Kommunikation. Bürger und Verwaltung können sich über Ideen, Anregungen, Projekte, Beteiligungsverfahren oder Fragen austauschen. Das schafft Bürgernähe und kann zu einer effektiveren Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beitragen.

In den letzten Jahren ist die Zahl von Netzwerken und Nutzern explodiert. Auf welcher dieser Plattformen soll man finanzielle und personelle Ressourcen investieren? Wie erreicht man seine Zielgruppe am besten? Welche begleitenden Marketingmaßnahmen sind notwendig, um seine Zielgruppe über die Social-Media Kanäle zu erreichen?

Der Workshop gibt einen Einblick in die großen Social-Media Plattformen, wie z.B. Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Xing und LinkedIn. Es werden jeweils auch die Vor- und Nachteile sowie die Zielgruppen des jeweiligen Dienstes herausgearbeitet. Nicht alle Dienste machen für die jeweiligen Anwendungsszenarien Sinn. Der Fokus wird auf Facebook und Twitter gelegt. Die Teilnehmer legen auf Facebook und Twitter Schritt-für-Schritt eigene Profile an und lernen, welche Einstellungen es gibt und worauf sie achten müssen.

Alle 60 Sekunden werden etwa 2,5 Millionen Posts auf Facebook verschickt - wie müssen also Inhalte aufbereitet werden, damit sie aus der Masse herausstechen und wahrgenommen werden? Visueller Content statt Textwüsten. Bilder und kurze Videos erreichen mehr Aufmerksamkeit und werden häufiger geteilt. Netzwerke, wie zum Beispiel Instagram funktionieren nur mit wirklich gutem Bildmaterial.

Und last but not least: Internet goes mobile. Mit Laptops, Smartphones und Tablets ist das Netz mobil geworden. Immer mehr Menschen nutzen mobile Endgeräte, um sich im Internet zu informieren. Welche Auswirkungen hat das auf die Kommunikation der Verwaltung mit ihren Bürgern und Bürgerinnen? Der Workshop gibt einen Überblick über die neuesten Trends in Bezug auf Apps und Websites mit responsive Designs.

Responsive Design ist die Möglichkeit die jeweilige Internetseite optimal auf Geräten wie PCs, Laptops, Smartphones und Tablets zu präsentieren.

Es werden live die Apps für Facebook und Twitter auf den mobilen Plattformen IOS (Apple) und Android präsentiert. Bei Bedarf werden die Teilnehmer auch bei der Installation der entsprechenden Apps unterstützt.

Und selbstverständlich haben die Teilnehmer die Möglichkeit alle Fragen loszuwerden. Dafür steht beim Workshop ausreichend Zeit zur Verfügung.

Mit den beiden Referenten Janette Seiz und Gerd Armbruster konnten wir zwei Referenten gewinnen, die mit ihrer Expertise das gesamte Spektrum von Social Media angefangen von der Online Redaktion bis zur technischen Umsetzung abdecken.

### Referenten:

Janette Seiz



Team Online-Kommunikation der  
Landeshauptstadt Stuttgart

Gerd Armbruster



Leiter Abteilung IT Infrastruktur  
Stadt Mannheim