

# Social Media Konzept Stadt Bad Honnef

## Inhalt

1. Erforderlichkeit .....	1
2. Beschreibung des Social-Media-Angebots.....	2
2.1. <i>Social-Media-Buttons auf der Internetseite</i> .....	2
2.2. <i>Facebook-Auftritt</i> .....	2
2.3. <i>Instagram-Auftritt</i> .....	3
2.4. <i>Youtube-Kanal</i> .....	3
3. Redaktionelle und technische Betreuung/Impressum.....	4
4. Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen.....	4
5. Alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten .....	4
6. Sensibilisierung .....	5
7. Veröffentlichung/Evaluierung .....	5
8. Datensparsamkeit/Datenschutzerklärung.....	5

### 1. Erforderlichkeit

Die Stadt Bad Honnef nutzt zurzeit folgende soziale Medien:

Facebook

Instagram

Youtube

Die Stadt Bad Honnef hat ein Social-Media-Angebot eingerichtet, um bestimmte Zielgruppen besser zu erreichen, für die im Sinn ihres gesetzlichen Auftrags ein Informationsauftrag besteht. Die Nutzung der genannten sozialen Medien ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Bad Honnef. Über diese Social-Media-Kanäle will die Stadt Bad Honnef auch einen allgemeinen Einblick in ihre Projekte bieten, in akuten Situationen Informationen bereitstellen und auf bestimmte Serviceangebote hinweisen. Dies dient ausschließlich der Information von BürgerInnen, Touristen, KooperationspartnerInnen sowie Institutionen und umfasst primär keine konkreten Verwaltungsleistungen.

Das Social-Media-Angebot stellt eine Ergänzung beziehungsweise einen Ausschnitt des Internetangebots dar. Dieses Angebot unterstützt und ergänzt den Internetauftritt der Stadt Bad Honnef. Zudem könnte im Fall von technischen Störungen des allgemeinen Online-Angebots der Informationsfluss der Stadt Bad Honnef über die Social-Media-Auftritte aufrechterhalten werden.

Das Angebot ist erforderlich, weil immer mehr vor allem junge Menschen, aber auch ältere Interessenten, soziale Medien als primäre beziehungsweise einzige Informationsquelle nutzen. Ohne soziale Medien würde die Stadtverwaltung einen Teil ihrer BürgerInnen nur

schwer oder gar nicht erreichen. Dies wird auch durch die häufige Nachfrage seitens der Auszubildenden und anderer KundenInnen der jüngeren Generation bei den Mitarbeitenden der Stadt Bad Honnef, ob es entsprechende Informationen auch auf Instagram und anderen Social-Media-Kanälen gäbe, verdeutlicht.

Die über die sozialen Medien verbreiteten Informationen zum Inhalt der Verwaltungsarbeit finden sich in der Regel auch auf der Internetseite der Stadt Bad Honnef, für die keine Registrierung erforderlich ist. Ein Nachteil ist daher nicht gegeben, auch wenn das Social-Media-Angebot nicht genutzt wird.

Der Social-Media-Auftritt dient nicht zur unmittelbaren Kontaktaufnahme mit der Stadt Bad Honnef. Bei individuellen Anfragen, zum Beispiel über Facebook, bedient sich die Stadtverwaltung der sogenannten Direktnachricht an den oder die einzelne/n NutzerIn mit dem Hinweis, den Kontakt über die Telefonhotline der Stadt Bad Honnef aufzunehmen bzw. beantwortet, wenn möglich die Frage direkt an den/die NutzerIn. Bei fachlichen Themen verweist das Social Media-Team an den zuständigen Fachdienst. Die Kontaktaufnahme soll in erster Linie über die herkömmlichen Wege, wie persönliche Gespräche, Telefon und E-Mail erfolgen. Von daher werden über die sozialen Medien keine personenbezogenen Daten der Nutzerinnen und Nutzer von der Stadt Bad Honnef gespeichert und auf den eigenen Servern abgelegt.

## 2. Beschreibung des Social-Media-Angebots

### **Übergeordnetes Ziel: Vertrauen schaffen, Beziehungen stärken, Bürgernähe aufbauen**

#### 2.1. *Social-Media-Buttons auf der Internetseite*

Auf der Internetseite der Stadt Bad Honnef werden keine Social-Media-Plugins gesetzt, sondern sogenannte Social-Bookmarks (Diese sind als Link zu den entsprechenden Diensten eingebunden. Nach dem Anklicken der eingebundenen Grafik werden die Nutzenden auf die Seite des jeweiligen Anbieters weitergeleitet).

#### 2.2. *Facebook-Auftritt*

Zweck / Ziel: Einbringen von Informationen der Stadtverwaltung zu den Bereichen Services, Freizeit und Leben. Aufbau einer Community, Information über städtische Ereignisse und Dienstleistungen, Interaktion mit den BewohnerInnen.

Inhalte: Auf Facebook werden parallel zur Veröffentlichung auf der Website alle Pressemeldungen, Terminankündigungen von Veranstaltungen und Service Tipps der Stadt Bad Honnef publiziert. Aber auch kurzfristige Information für BürgerInnen zu aktuellen Ereignissen (bspw. kurzfristige Sperrungen, Störungen etc.) werden hier verbreitet. Weiterhin werden über Informationen zu Infrastrukturprojekten, Berichte über lokale Initiativen und ähnliche Themen aufbereitet. Zugleich wird bei ausgewählten Veranstaltungen kurz vor dem Beginn und während der Veranstaltungen über die laufenden Inhalte und die Rahmendaten informiert.

Zielgruppe: Vor allem in der sogenannten Generation X (Jahrgänge 1965-1980) werden sehr viele Personen erreicht. Damit spricht die Stadtverwaltung direkt ihre BürgerInnen an.

Interaktion: Antworten auf Bürgerfragen und Kommentaren auf der eigenen Seite, Umfragen und Abstimmungen zu städtischen Themen, Teilen von Beiträgen von lokalen Vereinen und Initiativen.

Die eingestellten Inhalte sind für alle BesucherInnen einsehbar, das heißt auch für Nicht-Registrierte. Eine Interaktion ist jedoch nur durch vorherige Registrierung möglich.

### 2.3. *Instagram-Auftritt*

Zweck: Kennenlernen und Branding der Stadt Bad Honnef, um so eine Follower-Gruppe aufzubauen. Die Plattform mit ihrem Schwerpunkt auf visuellem Content unterstützt dieses Ziel. Auf Instagram erfolgt eine visuelle Darstellung des städtischen Lebens, der Kanal unterstützt die Förderung des Tourismus und lokaler Attraktionen, sodass eine jüngere Zielgruppe eingebunden wird.

Inhalte: Die Inhalte des Facebook-Auftritts der Stadtverwaltung sind auch auf Instagram sichtbar. Hierbei wird klar unterschieden: emotionale Themen werden als Beitrag mit entsprechender Bildsprache gespielt, kurzfristige Informationen und Pressemitteilungen als Stories aufgearbeitet. Der Inhalt des Instagram Auftritts setzt sich aus Informationen zu aktuellen Themen und Events, Kurznachrichten zu aktuellen Ereignissen (bspw. Hochwasser-Ticker) und stimmungsvollen Aufnahmen und unterhaltendem Content zusammen. Dies bedingt sich durch die Art der Plattform. NutzerInnen erwarten hier unterhaltende Elemente mit Bezug zu ihrem Alltag. Konkret handelt es sich hier um Bilder und kurze Videos von Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Straßenkunst, Einblicke in das städtische Leben oder auch Geschichten hinter den Kulissen von städtischen Projekten.

Interaktion: Verwendung von Hashtags für lokale Trends, Story-Interaktionen wie Umfragen und Fragen, Nutzer-generierte Inhalte durch das Teilen von Beiträgen der Bewohner sowie die entsprechende Verlinkung und Standortanzeige.

Zielgruppe: Instagram wird vornehmlich von Generation Z (Jahrgänge 1997-2006) genutzt. Damit spricht die Stadtverwaltung direkt ihre jüngeren BürgerInnen und weitere Interessierte einer jüngeren Zielgruppe an. Die NutzerInnen sind hier im Schnitt jünger als auf Facebook, was eine Bespielung des Kanals sinnvoll macht.

Die eingestellten Inhalte der Stadt Bad Honnef sind für alle BesucherInnen einsehbar, das heißt auch für Nicht-Registrierte. Eine Interaktion ist jedoch nur durch vorherige Registrierung möglich.

### 2.4. *Youtube-Kanal*

Zweck: Alle Videos, die die Stadt Bad Honnef für den Internetauftritt oder andere Zwecke produziert, sind auf dem allgemeinen YouTube-Kanal der Stadt Bad Honnef einsehbar. Er soll eine Übersicht über die Videos der Stadt Bad Honnef bieten. Über eine thematische Verschlagwortung sind die Videos mittels Suchmaschinen recherchierbar. Der Kanal wird zudem benötigt, um Videos und Erklärfilme zur Arbeit der Stadt Bad Honnef und deren Informationsangebot möglichst einfach, kostengünstig und im Sinne der Barrierefreiheit abzubilden und u.a. auf der Website der Stadtverwaltung darzustellen. Zudem lassen sich mit Bewegtbildern bestimmte Zielgruppen (vor allem junge Erwachsene) besser erreichen als mit rein textlichen Informationen. Daher werden auf Facebook und Instagram ebenfalls Videos narrativ eingesetzt, die parallel auf YouTube verbreitet werden. Kurz gesagt bietet YouTube

die Bereitstellung von informativen Videos über städtische Projekte, eine Einbindung der Gemeinschaft durch visuelle Inhalte und fördert somit die Transparenz und das Engagement.

Inhalte: Dargestellt werden Informationen über ausgewählte, wichtige Themen, wie beispielsweise Videos über Großveranstaltungen im Stadtgeschehen (Martinimarkt, Marktschau, Europäische Mobilitätswoche / Autofreies Schmelztal), Meilensteile in Verwaltungsprojekten (z.B. Eröffnung Umbau Insel Grafenwerth) oder auch die Weihnachtsansprachen des Bürgermeisters. Perspektivisch kann und soll ein Ausbau erfolgen: fortführende Dokumentationen über städtische Entwicklungen, Interviews mit Stakeholdern, virtuelle Touren durch Stadtviertel, Tutorials für städtische Dienstleistungen wie Müllabfuhr oder Stadtbibliotheken sind denkbar.

Interaktion: Verwendung von Anleitungen und Erklärungen für städtische Dienstleistungen.

Die eingestellten Inhalte sind für alle BesucherInnen einsehbar, das heißt auch für Nicht-Registrierte.

### 3. Redaktionelle und technische Betreuung/Impressum

Facebook-, Instagram-, YouTube- Angebot der Stadtverwaltung

Redaktionelle Betreuung und Ansprechpartner für Fragen von NutzerInnen:  
Team Wirtschaftsförderung der Stadt Bad Honnef, [lebensfreude@bad-honnef.de](mailto:lebensfreude@bad-honnef.de),  
[meinbadhonnef.de](http://meinbadhonnef.de)

### 4. Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen

Ansprechpartner für die Rechte nach §§ 18-20 Landesdatenschutzgesetz ist die behördliche Datenschutzbeauftragte der Stadt Bad Honnef:

Charlotte Mattick, Rechtsassessorin

Rathausplatz 1

D-53604 Bad Honnef

Telefon: +49 2224 184-120

[charlotte.mattick@bad-honnef.de](mailto:charlotte.mattick@bad-honnef.de)

Es gibt eine interne Anweisung, dass alle diesbezüglichen Fragen sofort und unmittelbar an den behördlichen Datenschutzbeauftragten weiterzuleiten sind.

### 5. Alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten

Die genannten sozialen Medien sind Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Bad Honnef und umfassen keine konkreten hoheitlichen Aufgaben der Stadtverwaltung. Die hoheitlichen Aufgaben der Stadt Bad Honnef selbst laufen über die für die jeweilige Aufgabe vorgesehenen Kommunikationswege (persönliches Gespräch, Internetseite, Telefon, Fax, E-Mail, Bekanntmachungen und Pressemitteilungen). Die Informationen in den sozialen Medien erscheinen in der Regel auch über andere Kommunikationskanäle, zum Beispiel die allgemeine Internetseite, das Amtsblatt, diverse Newsletter, Einladungsschreiben und anderes.

## 6. Sensibilisierung

Diesem Social-Media-Konzept ist ein entsprechender, aufklärender Hinweis beigefügt. Dieser Link ist auch in den Datenschutzerklärungen enthalten. Da sich das Social-Media-Angebot in erster Linie an junge Menschen richtet (siehe Punkt „Erforderlichkeit“), wird die datenschutzrechtliche Problematik auch anlässlich von Veranstaltungen der Stadtverwaltung, zum Beispiel bei Ausbildungsmessen angesprochen.

Die generellen Gefahren sozialer Netzwerke – beispielsweise Identitätsdiebstahl oder das Ausspähen privater Informationen – sollten nie unterschätzt werden. Mit einigen Hilfestellungen kann das Leben im Internet abgesichert werden:

- Verwenden Sie unterschiedliche und komplexe Passwörter für die Anmeldung bei Sozialen Netzwerken.
- Nutzen Sie für den Zugriff auf Ihre Benutzerkonten bei sozialen Netzwerken eine Zwei-Faktor-Authentisierung.
- Klicken Sie nicht unüberlegt auf Links oder Buttons.
- Seien Sie wählerisch bei Kontaktanfragen,
- Schützen Sie Ihre Privatsphäre und geben Sie nicht zu viel von sich preis.

Ausführlichere Hilfestellungen bietet die Seite des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik.

## 7. Veröffentlichung/Evaluierung

Der Kosten-Nutzen-Effekt, die datenschutzmäßige Rechtmäßigkeit und die strategische Ausrichtung unserer Social-Media-Präsenz wird in regelmäßigen Redaktionssitzungen (mindestens zweimal jährlich) überprüft und evaluiert.

## 8. Datensparsamkeit/Datenschutzerklärung

Über das Social-Media-Angebot werden durch die Stadt Bad Honnef keine personenbezogenen Daten der NutzerInnen erhoben. Lediglich bei E-Mail-Anfragen von NutzerInnen werden personenbezogene Daten erfasst und an die zuständige Stelle innerhalb der Stadt Bad Honnef weitergeleitet. Der Umfang wird auf das zur Bearbeitung der Anfrage erforderliche Maß beschränkt.

Die NutzerInnen der Social-Media-Angebote abonnieren Informationen der Stadtverwaltung und registrieren sich als „Follower“ oder „Fan“ dieser Angebote freiwillig. Damit ist sichergestellt, dass nur die NutzerInnen erreicht werden, die sich aktiv dafür entscheiden.

Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie auf der Seite der Datenschutzerklärung zu Social-Media-Angeboten der Stadt Bad Honnef.