

Bereich 1 - 1.05 EDV, Ansprechpartner: Daniel Körbel ☎ 1517 ✉ daniel.koerbel@worms.de

Bereich 1 - 1.02 Kommunikation und Marketing, Ansprechpartnerin: Margaretha Mohr ☎ 1201 ✉ margaretha-m@worms.de

Erforderlichkeitsprüfung und Konzeption zur Nutzung eines eigenen Facebook- und Instagram-Kanals im Rahmen der Binnenmarketingkampagne „#wormsliebe“

Im Folgenden wird begründet, weshalb die Abteilungen 7.03 Tourist Information und 1.02 Kommunikation & Marketing einen neuen Facebook- und Instagram-Kanal im Rahmen der Kampagne #wormsliebe einrichten möchten. Das Vorgehen folgt dabei dem Handlungsrahmen für die Nutzung von sozialen Medien durch öffentliche Stellen, herausgegeben vom Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit in Rheinland-Pfalz (LfDI).

Die Abteilungen 7.03 Tourist Information und 1.02 Kommunikation & Marketing haben gemeinsam die Binnenmarketingkampagne #wormsliebe entwickelt. Der Anlass für die Kampagne ist das auslaufende Tourismuskonzept sowie eine zunehmende Unzufriedenheit der Bürger, die vor allem in sozialen Netzwerken geäußert wird, da diese zu den bevorzugten Kommunikationskanälen zählen.

Das Konzept: Die Kampagne #wormsliebe zielt darauf ab, das Gemeinschaftsgefühl und die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt zu stärken. Es soll ein positives Image der Stadt gefördert und deren vielfältige Facetten hervorgehoben werden – sei es kulturell, historisch oder gesellschaftlich. Die Kampagne möchte den Menschen zeigen, dass sie nicht nur in Worms leben, sondern die Stadt durch ihre individuelle und kollektive Identität aktiv mitgestalten. Das Hashtag #wormsliebe soll die emotionale Bindung der Bürger zu ihrer Stadt betonen und persönliche Geschichten, Erlebnisse und Eindrücke, die mit Worms verbunden sind, sammeln. Bürger können ihn in sozialen Medien verwenden, um ihre Liebe und Verbundenheit zu Worms zum Ausdruck zu bringen, sei es durch Bilder, Geschichten oder Videos, die besondere Momente in der Stadt zeigen.

Die Idee: Das Konzept der Kampagne basiert auf der Darstellung mehrerer Motive, die die Vielfalt und verschiedenen Perspektiven von Worms zeigen. Dabei konzentrieren wir uns auf die zentralen Themen Gemeinschaft, Tradition, Feiern und Kultur. Diese Motive sollen die wichtigsten Aspekte von Worms in den Vordergrund rücken, wie die Menschen, die Stadtgeschichte und den kulturellen Reichtum. Ein zentrales Element des Konzepts ist das Icon, das als visuelles Kommunikationsmedium dient. Es symbolisiert die Verbundenheit und den Zusammenhalt in der Stadt und unterstreicht das Gemeinschaftsgefühl. Dieses Icon vermittelt auf eine einfache, aber kraftvolle Weise die Werte von Worms und verbindet die verschiedenen Themen visuell.

Die Ziele: Die Förderung der Verbundenheit der Bürger mit Worms zielt darauf ab, sie als stolze Botschafter ihrer Stadt zu gewinnen und durch einen Wandel vom „Motzer“ zum „Macher“, also eine positivere Einstellung zu etablieren. Das Motto: Ideen statt Kritik. Außerdem möchten die Verantwortlichen die Transparenz und Kommunikation städtischer Maßnahmen verbessern sowie die Zufriedenheit und Identifikation mit städtischen Akteuren und deren Arbeit stärken.

Die Kampagne läuft offiziell bis Oktober 2025. Das Hashtag #wormsliebe sowie die damit verbundenen Inhalte und Geschichten sollten sich bis dato etabliert haben, sodass auch nach offiziellem Kampagnenende die Kampagne bzw. die Idee dahinter weiterlebt und sich positiv auf die Stadt sowie die Förderung der Stadtidentifikation auswirkt. Die Redakteure betreuen die Accounts folglich auch nach Kampagnenende weiter.

Neben der Präsentation und dem Austausch durch einen Gemeinschaftsstand aller Akteure auf städtischen Veranstaltungen lebt die Kampagne durch die Nutzung von Werbeflächen in Worms sowie durch das Posten und Teilen von Inhalten auf Social Media.

Die Stadt Worms hat vielfältige, größtenteils gesetzlich normierte, Veröffentlichungspflichten. Hinzu kommt der politisch erklärte Wille einer größtmöglichen Bürgerbeteiligung. Neben den Veröffentlichungspflichten und -wünschen ist die Stadt Worms, auch als am Kommunalen Entschuldungsfond teilnehmende Kommune, verpflichtet, ihre Einnahmemöglichkeiten auszuschöpfen. Dies beinhaltet auch, eigene Produkte, Dienstleistungen und Angebote zu vermarkten, um eine möglichst hohe Inanspruchnahme und Auslastung zu erzielen. Hierbei ist zudem das Gebot des wirtschaftlichen Mitteleinsatzes zu beachten.

Die statistische Erfassung der letzten zehn Jahre zeigt eine deutliche Zunahme der Nutzung von online- und digitalen Informationsportalen. Einschlägige Studien belegen diesen Trend. Insbesondere soziale Netzwerke erfahren seit einigen Jahren enormen Zuspruch und sind für viele Menschen fester Bestandteil des Alltags geworden. Vor diesem Hintergrund sowie im Hinblick auf das Konzept der Kampagne ist die Einrichtung entsprechender Social-Media-Kanäle unerlässlich.

Die Abteilung 7.03 veröffentlicht auf den wormsliebe-Kanälen das eigens dafür produzierte Werbematerial (Fotos + Videos), die Testimonials sowie Informationen rund um die Kampagne und den Standdiensten bei städtischen Veranstaltungen.

Die Abteilung 7.03 muss gewährleisten, dass die auf Instagram und Facebook veröffentlichten Informationen in der Regel auch auf anderen Wegen (Print, Homepage, etc.) veröffentlicht werden. Dies geschieht unter anderem durch Pressemitteilungen und Veröffentlichungen auf der städtischen Homepage. In der Praxis gilt die Vorgabe, dass Instagram/Facebook als zusätzliches Medium zu den Veröffentlichungen allgemeiner Medienartikel genutzt wird.

Gemäß des LfDI können öffentliche Stellen nach Maßgabe der Erforderlichkeit interaktive Funktionen nutzen, etwa auf Kommentare und Fragen antworten und Kommunikation moderieren, wenn Verarbeitung und Übermittlung personenbezogener Daten vermieden werden und auf die Nutzung alternativer Wege erkennbar hingewiesen wird. Die allgemeine Interaktion und Kommunikation mit den Nutzern kann also stattfinden. So können zum Beispiel inhaltliche Fragen zu bestimmten Themen/Veranstaltungen beantwortet werden.

Vor der Einrichtung der Kanäle wurden rechtliche Aspekte geprüft und berücksichtigt. Die „Social-Media Guidelines“ der Stadt Worms wurden wie auch die speziellen „Social-Media-Guidelines“ für Mitarbeiter der Stadt Worms, die aktiv die Dienste Facebook und Instagram bespielen, berücksichtigt. Zusätzlich wird die für Stadt Worms erarbeitete „Netiquette“ verwendet, die Verhaltensregeln für alle Akteure der Portale der Stadt Worms umfasst. Die redaktionelle Betreuung der beiden Kanäle erfolgt durch die Abteilung 7.03 Tourist Information.

Unter Beanspruchung des LfDI werden die beiden Social-Media-Auftritte datenschutzkonform gestaltet. Dies geschieht auf den Social-Media Seiten selbst sowie ausführlich in den verlinkten Datenschutzzinformationen im Impressum der städtischen Homepage www.worms.de.

Die Abteilung 7.03 speichert keinerlei Nutzerdaten von oder über Instagram/Facebook und der Nutzung der betreffenden Social-Media-Portale. Die ausführlichen Datenschutzzinformationen der Stadt Worms sind zu finden unter: <http://www.worms.de/de/service/impressum.php>

