

So nutzen Luzerner Gemeinden Social Media

Über die sozialen Medien können öffentliche Verwaltungen Informationen auch an ein jüngeres Zielpublikum bringen.

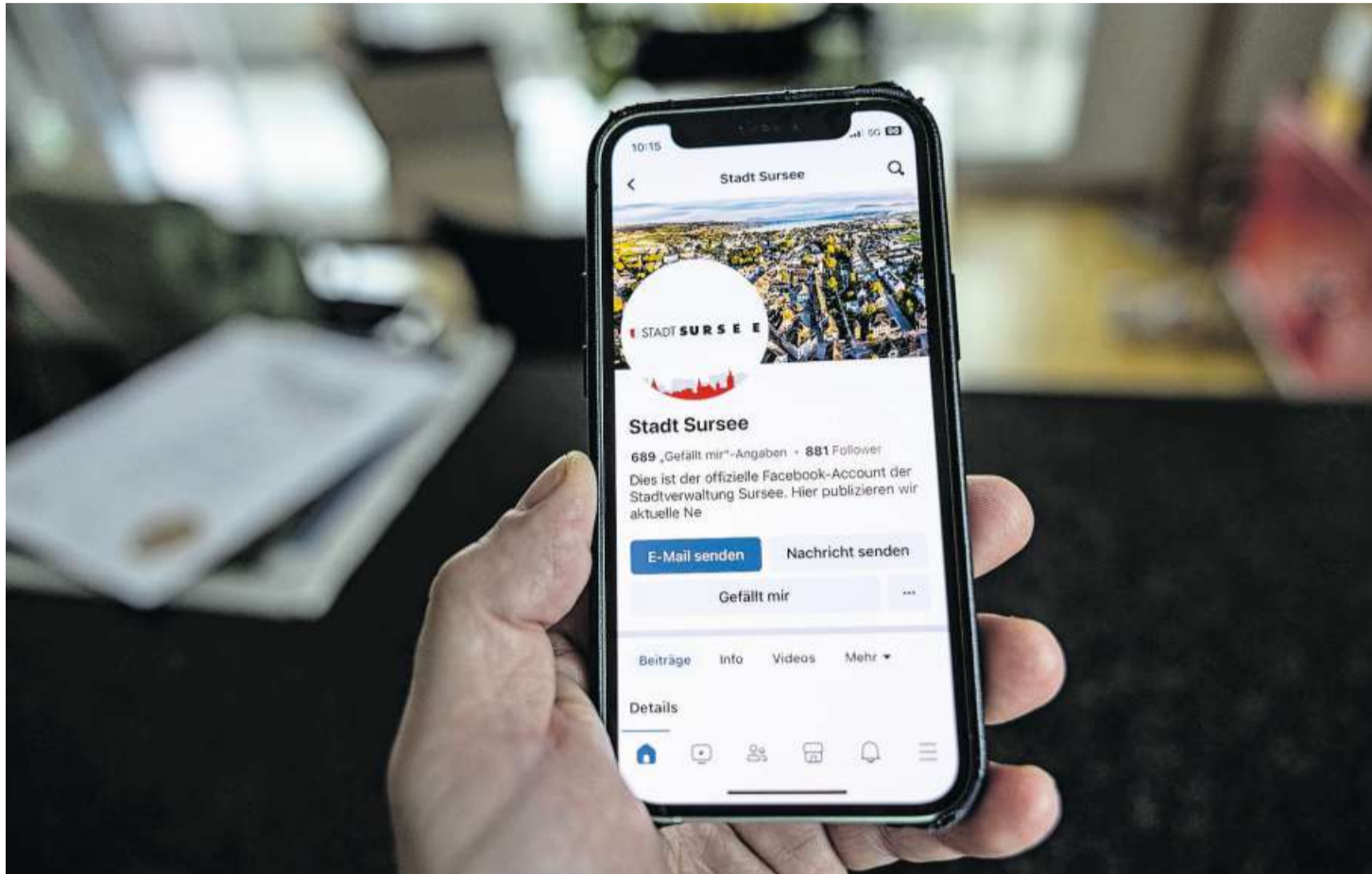
Susanne Balli

Ob auf Facebook, Instagram, X (ehemals Twitter), Youtube oder LinkedIn: Immer mehr öffentliche Verwaltungen nutzen Social Media. Denn auf diesen und ähnlichen Plattformen können zum Beispiel aktuelle Veranstaltungen beworben sowie Angebote oder Mitteilungen niederschwellig unter die Bevölkerung gebracht werden. Auch einige Kommunalbehörden im Kanton Luzern haben Social Media entdeckt. Doch längst nicht alle nutzen diese Kommunikationskanäle.

Schaut man sich auf den Homepages der Gemeinden um, zeigt sich, dass gerade kleinere bis mittelgrosse Gemeinden ihren Auftritt im Internet auf die eigenen Websites beschränken. Wenig überraschend sind es mit einigen Ausnahmen vor allem die grösseren Gemeinde- und Stadtverwaltungen, die Social Media nutzen. Allen voran die Stadt Luzern, die Facebook, X, Youtube, Instagram und LinkedIn braucht. Ebenfalls auf Facebook zu finden sind beispielsweise Horw, Emmen, Kriens oder Sursee.

Social Media als Legislaturziel

Die Gemeinde Meggen ist weniger aktiv auf Social Media. Kurt Rühle, Kommunikationsbeauftragter von Meggen, sagt auf Anfrage: «Wir nutzen zurzeit LinkedIn für Informationen und Stellenausschreibungen.» Im Vordergrund stehe für Meggen die Nutzung von Instagram und LinkedIn. Der Kommunikationsausschuss der Gemeinde werde sich im nächsten Jahr mit



Der Facebook-Auftritt der Stadt Sursee.

Bild: Patrick Hürlimann (21. 12. 2023)

dem Thema Social-Media-Plattformen befassen. «Verläuft der Prozess positiv, könnte die Nutzung von Social Media in der neuen Legislatur als Legislaturziel des Gemeinderates definiert werden», sagt er.

Ebenfalls auf LinkedIn vertreten ist die Gemeinde Buttisholz. «Im kommenden Jahr ist die Implementierung eines Instagram-Kanals geplant», teilt Kilian Graf, Geschäftsführer von Buttisholz, auf Anfrage mit. Zudem gehört Buttisholz zu den wenigen Gemeinden im Kanton

«Wenn eine Gemeinde auf Social Media mitmachen will, sollte sie auch aktiv sein und regelmässig etwas posten.»

Adrian Felber
Stadtschreiber von Sempach

Luzern, die im Jahr 2020 den digitalen Dorfplatz Crossiety eingeführt haben.

Digitaler Dorfplatz neben Social-Media-Kanälen

«Crossiety wird weiterhin reg genutzt. Aktuell haben wir über 1400 registrierte Nutzer», so Kilian Graf. Sämtliche Mitteilungen werden laut Graf auf Crossiety veröffentlicht, ebenso auf LinkedIn, in einem Newsletter und auf der Gemeindeforum. Der Veranstaltungskalender der Gemeinde werde ausschliesslich

auf Crossiety geführt. Die Erfahrungen damit seien gut. «Für die junge Bevölkerungsschicht ist diese Plattform jedoch zu wenig attraktiv. Deshalb müssen diese Bewohner über neue Kanäle erreicht werden.»

Über den digitalen Dorfplatz Crossiety verfügt auch Sursee. Die Stadtverwaltung nutzt ausserdem X, Facebook, Instagram, LinkedIn und Youtube. Kürzlich hat die Stadtverwaltung auf diesen Kanälen eine Stelle im Werkdienst ausgeschrieben.

Weitere Gemeinden mit digitalen Dorfplätzen sind zudem Buchrain, Schüpfheim und Entlebuch. Aber auf den klassischen Social-Media-Kanälen sind die letzteren zwei sowie die weiteren Gemeinden im Entlebuch nicht zu finden.

Werbung für die Region machen andere

Dies, obwohl sich die Region bestens für attraktive Posts in den sozialen Medien eignen würde. Das ist wohl damit zu erklären, dass die Biosphäre Entlebuch die Region bereits offensiv über diverse Kanäle vermarktet. Immerhin: Den Link zur Biosphäre führen die Gemeinden auf ihren Homepages auf.

Auch Sempach würde sich bestens eignen für einen Auftritt auf Social Media. Doch fündig wird man hier nicht. Stadtschreiber Adrian Felber bestätigt: «Wir haben kein Profil auf Social-Media-Kanälen.» Zwar sei es immer wieder mal ein Thema. Es frage sich aber, welches das richtige Medium sei. «Das hängt von der Zielgruppe ab, die man erreichen will», sagt er. Und weil Sempach über keine Kommunikationsstelle verfüge, sei es schliesslich eine Frage der Ressourcen. «Wenn eine Gemeinde auf Social Media mitmachen will, sollte sie auch aktiv sein und regelmässig etwas posten», findet Felber.

Seit Juli auf Instagram präsent ist die Stadt Willisau. Man verfolge das Ziel, vermehrt über die sozialen Medien zu kommunizieren. Dadurch soll ein breiteres Publikum aktiv angesprochen werden. Seither postet die Verwaltung rege aus dem Leben im Städtli.

Kommunikation

«Heikel wird es bei sehr polarisierenden Themen»

Interview: Susanne Balli

Immer mehr öffentliche Verwaltungen sind auf diversen Social-Media-Kanälen präsent. Auch einige Gemeinden im Kanton Luzern nutzen diese Kommunikationskanäle, um Informationen zu verbreiten. Wir haben Seraina Mohr, Dozentin an der Hochschule Luzern (HSLU) und Leiterin Competence Center Communication Management, danach befragt, wo denn die Chancen und die Risiken liegen.

Wie viel Sinn ergibt es, als Kommunalbehörde auf Social Media präsent zu sein?
Seraina Mohr: Die Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren insbesondere bei jüngeren Personen sehr stark auf Social Media verlagert. Für viele sind Social Media zum wichtigsten Kanal geworden, um sich über Neuigkeiten zu informieren oder auszutauschen. Deshalb macht es auf jeden Fall Sinn, als Behörde da auch präsent

zu sein, um mit dieser Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Welche Chancen bieten sich dadurch für öffentliche Verwaltungen?

Behörden können aufzeigen, wie vielfältig ihre Aufgaben und auch Herausforderungen sind. Und sie können auf diesem Weg schneller in den direkten Dialog mit den Bewohnerinnen und Bewohnern treten. Teilweise können so Fragen schnell und einfach beantwortet werden. Es kann aber auch sein, dass Themen aufkommen, die man sonst nicht auf dem Radar hat, für die Bevölkerung aber wichtig sind. Im besten Fall können mit der Zeit Social Media auch für partizipative Prozesse genutzt werden.

Gibt es Themen, die sich besonders gut für die Publikation via Social Media eignen?

Viele Behörden punkten mit überraschenden und auch humorvollen Beiträgen, mit denen

sie Nähe und auch Nahbarkeit signalisieren. Das können Informationen und Geschichten aus der Gemeinde sein oder Porträts von Behördenmitgliedern oder auch Leuten aus der Gemeinde. Es können aber auch rein informative Themen sein.

Und welche Inhalte sollten lieber nicht via Social Media transportieren werden?

Heikel wird es bei sehr polarisierenden Themen, da wäre ich

eher zurückhaltend, weil man auch riskiert, sehr heftige Reaktionen hervorzurufen, da die Diskussionskultur auf Social Media in der Regel nicht zur Eskalation beiträgt. Dafür eignen sich nach wie vor Veranstaltungen vor Ort am besten, um auch als Behörde direkt Rede und Antwort zu stehen. Es kann aber selbstverständlich via Social Media auf solche Anlässe aufmerksam gemacht werden, um möglichst viele für eine Teilnahme zu gewinnen.

Erreichen Verwaltungen junge Personen tatsächlich besser über Social Media?

Eine reine Präsenz mit Informationen ist in der Regel noch nicht ausreichend. Es braucht ein Community Management, welches sich darum kümmert, dass Fragen beantwortet oder Inputs aufgenommen werden. Sinnvoll ist es auch, sich mit gut vernetzten Gruppen aus der Gemeinde auszutauschen. So gibt es in vielen Gemeinden eigene Online-Communities, die auf Social

Media gut vernetzt sind. Genau so wie es für eine Gemeinde wichtig ist, Vereine und Interessensgruppen zu kennen, gilt das auch für den digitalen Raum. Auch da ist es wichtig zu wissen, wer aktiv und gut vernetzt ist und welche Themen diskutiert werden.

Gemeinden, die nicht auf Social Media aktiv sind, begründen dies zum Teil mit fehlenden Ressourcen. Wie aufwendig ist der Auftritt auf Social Media für eine Gemeinde?

Es reicht nicht, einfach die Inhalte der Website oder aus dem Amts- oder Gemeindeblatt zu publizieren. Social Media lebt auch von überraschenden Einblicken, guten Bildern und der passenden Sprache und Tonalität. Es braucht personelle Ressourcen für die Erstellung von Inhalten, aber auch, um zu beobachten, was auf den Kanälen passiert und Anfragen oder Kommentare zu beantworten oder überprüfen. Die Präsenz

auf Social Media muss daher integraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie einer Gemeinde sein, um Synergien zu nutzen und die Aufwände im Rahmen zu halten.

Welche Social Media-Kanäle eignen sich für welche Inhalte?

Ich würde umgekehrt fragen, welche Kommunikationsziele verfolgt werden und welche Zielgruppen man vor allem erreichen will. So können etwa Unternehmen in der Gemeinde vermutlich am einfachsten über LinkedIn erreicht werden. Stehen dagegen jüngere Zielgruppen im Zentrum, kommt kaum jemand an Instagram vorbei. Facebook ist bei den älteren Zielgruppen nach wie vor aktuell, bei jüngeren dagegen nicht mehr sehr attraktiv. Bei Tiktok haben viele grundlegende Bedenken bezüglich der Datensicherheit. Ebenso verabschieden sich im Moment zahlreiche Unternehmen und Behörden von X (vormalig Twitter).



Seraina Mohr.

Bild: zvg/HSLU