

## Vorwort

Dieses Fachbuch hat die Funktion einer fachlich fundierten und praxisnahen Überblicksdarstellung über die Möglichkeiten des Einsatzes von Social Media und Messengerdiensten im kommunalen Bereich. Zuerst werden die kommunalen Kommunikationsanlässe und Kommunikationszielgruppen charakterisiert, wie etwa Tagestouristen im Segment des Tourismusmarketings. Anschließend werden typische Kommunikationskanäle von Kommunen aufgezeigt. Dies gibt die Basis, um den Stellenwert von Social Media als Kanal für kommunale Themen generell darzustellen und dabei der veränderten Mediennutzung Rechnung zu tragen.

Anschließend werden die unterschiedlichen Varianten der Social-Media-Kommunikation charakterisiert, die durch die Verwaltung in Form der Fachabteilungen und Ämter und die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister als Verwaltungsspitze durchgeführt werden. Dabei geht es auch um die Frage, wie die regelmäßige Kommunikation mithilfe von Redaktionsplänen und Tools strukturiert werden kann. In diesem Zusammenhang gehört zu einer professionellen Werbekommunikation mit sozialen Medien auch die Einbeziehung anderer Werbekanäle zur Ausgestaltung von crossmedialen Mediamix-Kampagnen.

Social Media sind insbesondere als Instrument für den Dialog mit der Bürgerschaft geeignet, was eine gezielte Analyse von Kommunikationsanlässen und Dialogbedürfnissen im kommunalen Sektor erfordert. Um das volle Potenzial sozialer Medien ausschöpfen sowie zeitnah und dezentral kommunizieren zu können, müssen die daraus resultierenden Anforderungen an die Organisationskultur und Führungsstruktur berücksichtigt werden.

Mit Messengerdiensten wie WhatsApp lässt sich eine neue Form der Vernetzung unter Kommunalpolitikern und kommunalen Stakeholdern bewirken, bei der man jedoch auch einige rechtliche Einschränkungen berücksichtigen muss. In diesem Zusammenhang gilt es auch bei sozialen Medien insgesamt die technischen und rechtlichen Anforderungen an eine dem öffentlichen Anlass kommunaler Belange entsprechende sichere und verlässliche Kommunikation zu realisieren.

Dieses Fachbuch liefert den theoretischen Hintergrund und die dazugehörige praktische Umsetzung, um die notwendigen Handlungsfelder der kommunalen

Kommunikation mithilfe von Social Media und Messengerdiensten erschließen zu können.

Ich danke WEKA MEDIA für die Unterstützung dieses Projekts und meiner Frau Beate Ritter für die Übernahme des Erstlektorats, das es mir ermöglichte, den Titel in dem notwendigen knappen Zeitfenster umzusetzen.

Ettenheimmünster, im November 2021

Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer