

# Online-Vermarktung verbessern

Martin Himmelheber (him)

19. April 2023



Schramberg. Die CDU-Fraktion ist unzufrieden mit der langen Zeitspanne, die es dauert, bis die Verwaltung einen Antrag bearbeitet. Jüngstes Beispiel: Die Verbesserung der Onlinevermarktung städtischer Veranstaltungen.

Ende März besprach die Verwaltung den Antrag, den die CDU-Fraktion Anfang Mai 2022 gestellt hatte. Claudia Schmid, zuständig für die VHS und den Theaterring, führte aus, wie die Verwaltung Social Media bisher nutze. Das JUKS, die Tourismusabteilung und die städtischen Museen seien „gut dabei“. Die Volkshochschule und der Theaterring seien über die städtische Homepage angebunden. Mit 1200 bis 1500 Nutzerinnen und Nutzern seien die Zahlen hier beachtlich.

## Anzeigen auf Facebook

„Seit Anfang März werden Veranstaltungen auch mit kostenpflichtigen Anzeigen bei Facebook beworben“, berichtete Schmid weiter. Insgesamt werde der Kulturbereich immer digitaler, das Buchen von Kursen oder der Kauf von Eintrittskarten geschehe immer öfter online. Für den Theaterring und die VHS seien eigenen Accounts bei Instagram geplant. Wichtig dabei, die Kolleginnen, die diese Aufgabe übernehmen, hätten „Spaß dabei“. Das solle die zweite Säule neben der klassischen Informationsvermittlung werden.

Auch die städtische Pressestelle werde genutzt und schicke Pressemitteilungen an die Zeitungen. Schließlich sei auch ein gesamtstädtisches Amtsblatt „in der Überlegung“, heißt es in ihrer Vorlage. Derzeit prüfe die Stadt den dafür notwendigen Aufwand und werde im zweiten Halbjahr darüber im Rat berichten. Ein Amtsblatt könne „die Identifikation mit der Gesamtstadt fördern“, so Schmid, und alle über die Veranstaltungen in der Stadt kostenfrei informieren.

## Enttäuschung bei der CDU

CDU-Stadtrat Dominik Dieterle war über den Bericht enttäuscht. Seit Mai 2022 warte man auf die Antwort. Er erinnerte an den CDU-Antrag, wonach wie gesetzlich vorgesehen, Anträge innerhalb von zwei Sitzungsperioden beantworten werden sollen. Er hoffe, dann nun auch die von der CDU geforderte Gesamtstrategie komme. Es sei ihm nicht klar, weshalb unterschiedliche Abteilungen unterschiedlich voringen. Das sei beim JUKS nachvollziehbar. Aber dessen Reichweite sollten auch andere Abteilungen nutzen. Acht verschiedene Accounts seien zu viel.

Claudia Schmid verstand die Enttäuschung Dieterles. Man sei sich innerhalb der Verwaltung nicht ganz einig gewesen, wie die Vermarktung geschehen soll. Man dürfe den einzelnen Account auch nicht durch zu große Vermischung verwässern: „Wer etwas über Tourismus erfahren will, möchte nicht auch über alle Baustellen etwas lesen müssen.“

Oberbürgermeisterin Dorothee Eisenlohr meinte, bei Social Media gehe es um Geschwindigkeit und Zielgruppen. „Die Accounts nehmen sich gegenseitig nichts weg.“ Sie erinnerte auch an die Stelle des neuen Pressesprechers Hannes Herrmann. Man müsse auch an die „Silver Ager“ denken und vielleicht mehr plakatieren, um ältere Menschen zu erreichen.

Achim Ringwald, der die Facebookseite der Stadt betreut, berichtete, man mache schon viel von dem, was die CDU gefordert habe. OB Eisenlohr meinte schließlich, das ganze sei „kein abgeschlossener Prozess“, und Dieterle bestätigte, die Öffentlichkeitsarbeit laufe schon bisher gut. Der Ausschuss nahm den Bericht zur Kenntnis.