

Beschlussvorschlag:

„Der Ausschuss für Kultur und Heimatpflege nimmt den Erfahrungsbericht zur Kenntnis.“

Birgit Alkenings

Erläuterungen und Begründungen:

Neben den traditionellen Kommunikationswegen nutzt die Verwaltung seit einigen Jahren zunehmend die digitalen Möglichkeiten des Web 2.0.

Diese Entwicklung wurde bereits 1998 im Strategiepapier Kultur als Zukunftsaufgabe formuliert. In mehreren Bereichen des Kulturamtes wird das Web 2.0 seither kontinuierlich und projektbezogen eingesetzt.

Im Zuge der zweiten Fortschreibung des Strategiepapiers Kultur im Jahr 2013 konnte daher auf die erfolgte Einführung neuer Medien verwiesen werden. Dieser Entwicklungsprozess befindet sich „im Fluss“ und ist noch nicht abgeschlossen. Er soll sich in Zukunft durch die nach Möglichkeit flächendeckende Nutzung der Tools Facebook, Twitter, Blog und weiterer aktueller digitaler Social-Media-Angebote im Gesamtkulturamt weiter intensivieren.

Ziel ist es, die digitale Kundeninformation und den kommunikativen Austausch mit Kooperationspartnern, Einzelkunden und Kundengruppen flächendeckend in allen Bereichen des Kulturamtes anzubieten, anzuwenden und weiterzuentwickeln.

Da sich das Kulturamt mit seinen unterschiedlichen Angeboten als Dienstleister versteht, ist es wesentlich, durch die Nutzung der digitalen Wege über Social-Media-Tools, eine Struktur zur direkten und schnellen Kontaktaufnahme zum Kunden, der zunehmend auf schnelle und hohe Aktualität der Informationen Wert legt, aufzubauen und zu pflegen.

Die Vernetzungsmöglichkeit durch die digitale Interaktion ist als Instrument der Zielgruppenbildung, -entwicklung und -pflege von großer Bedeutung für die effiziente Vermarktung der verschiedenen Kulturangebote, für die Rückkoppelung mit dem Empfänger der Information und für die Imagebildung des gesamten Kulturbereiches. Dabei sollen aktuelle digitale Entwicklungen nach Möglichkeit berücksichtigt und als Instrumente der Information und Kommunikation bereitgestellt werden.

Durch entsprechende Schulungen insbesondere für den Bereich der Stadtbücherei liegt aktuell ein sehr hohes Maß an Medien-Kompetenz vor, die in speziell ausgerichteten Veranstaltungen der Öffentlichkeit angeboten wird.

Da die Nutzung der neuen Medien innerhalb des Kulturamtes unterschiedlich ist, sind die Erfahrungen aus den Produktbereichen Kulturelle Veranstaltungen, Kulturförderung, Stadtbücherei, Musikschule, Wilhelm-Fabry-Museum und Stadtarchiv zu den Tools Facebook, Twitter, Blog und sonstigen Social-Media-Tools nachfolgend dargestellt.

FacebookMusikschule:

Der Facebook-Auftritt <https://de-de.facebook.com/MusikschuleHilden> wurde 2011 eingerichtet. Gestaltet wurde die Seite von der Musikschulleitung mit Unterstützung entsprechender kundiger Musikschul-Mitarbeiter. Die Resonanz darauf ist jedoch bis heute eher verhalten.

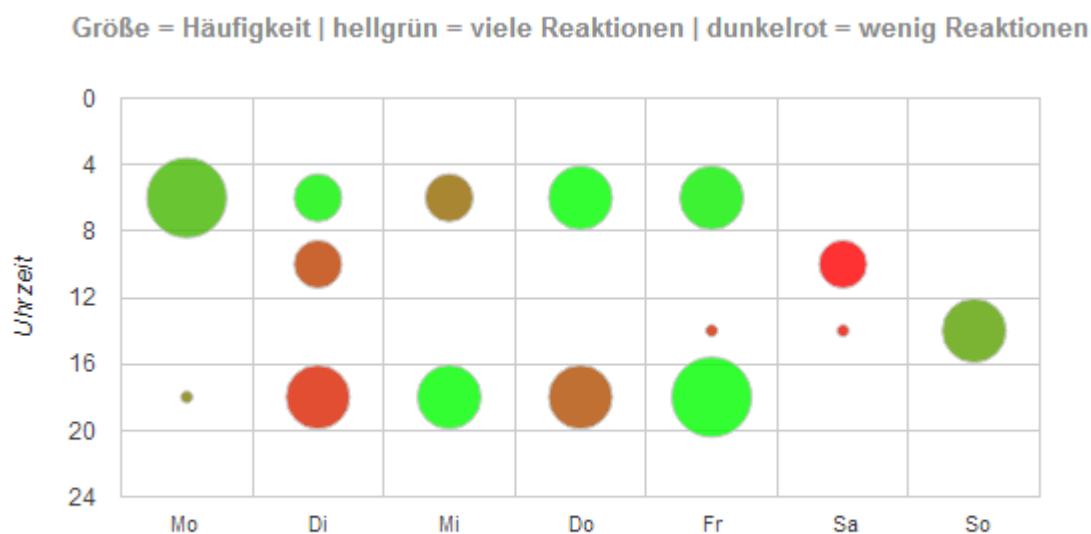
Nicht zuletzt bedingt durch den Wechsel in der Schulleitung ist die Seite längere Zeit nicht regelmäßig gepflegt und aktualisiert worden. Derzeit wird geprüft, wie die regelmäßige Pflege zukünftig sichergestellt werden könnte. Eine Überarbeitung der Seite ist geplant.

Sonstige Social-Media-Aktivitäten sind derzeit nicht angedacht, da es in den Reihen der Mitarbeiter/innen niemanden mit entsprechenden Kenntnissen gibt, der die damit verbundenen regelmäßigen Aufgaben sach- und fachgerecht erfüllen könnte.

Stadtbücherei:

Ende April 2011 startete das Team der Stadtbücherei mit ihrem Facebookauftritt <https://www.facebook.com/stadtbuecherei.hilden?ref=hl>. Gestaltet wurde die Seite von Bibliotheksmitarbeiterin Edda Nowak (aktuell in Elternzeit), die sich am sehr erfolgreichen Auftritt der Mediothek Krefeld orientierte <https://www.facebook.com/Mediothek.Krefeld?fref=ts>. Zunächst wurde Facebook genutzt, um neue Medien oder Veranstaltungen zu bewerben. Die Resonanz darauf war jedoch verhalten.

Durch die Teilnahme an der Initiative „Lernort Bibliothek“ des Landes NRW änderten sich Auftritt und Inhalt der Angebote. Die Teilnahme an den Schulungen durch Julia Bergmann und Christoph Deeg (2011 bis 2013) und Wibke Ladwig (2014) wurde durch die Bezirksregierung verpflichtend für alle Bibliotheksmitarbeiterinnen vorgegeben. Aktuell (Stand: 21.10.2014) verzeichnet die Stadtbücherei rund 650 „Likes“ bei Facebook. 69% der Nutzer sind weiblich, 31% männlich. Die stärkste Nutzergruppe ist zwischen 35 und 44 Jahren alt. Der Anteil Jugendlicher zwischen 13 und 17 Jahren liegt hingegen nur bei weniger als 2%. 37% der Nutzer sind in Hilden wohnhaft.



"Stadtbücherei Hilden ist am erfolgreichsten am Freitag."

Gepostet wird jeden Tag. Durch die Funktion des „Vorplanens“ können auch die Wochenenden und geschlossenen Montage abgedeckt werden. Besonders gut kommen Informationen zum Bibliotheksteam oder Blicke hinter die Kulissen des Bibliotheksalltags an.

Kulturelle Veranstaltungen

Im Produkt Kulturelle Veranstaltungen wurde der Kommunikationsweg über Facebook erst einmal genutzt und zwar zur Information über die Ausschreibung des Wilhelm-Fabry Förderpreises 2013 (Schlagzeug). Erwartungsgemäß führte dies zu einer sehr schnellen Information der Zielgruppe. Da für 2015 die Durchführung der kreisweiten „neanderland BIENNALE“ in Planung ist, an der sich Hilden beteiligen wird, ist die Kommunikation über die entsprechende Facebook-Adresse in Vorbereitung. Weiterhin soll dieses Medium ebenfalls im kommenden Jahr für die Informations- und Wer-

beunterstützung bei der Ausschreibung zum Jugendkunstpreis zur Anwendung kommen, sowie generell als Instrument der interaktiven Kommunikation mit Kunden/Nutzern entwickelt werden. Eine entsprechende Maßnahme für den Bereich der Werbung/Öffentlichkeitsarbeit – Entwicklung des Einsatzes von social media- ist im Arbeitsprogramm des Kulturamtes für 2015 enthalten. Bislang wird der Kultur-Newsletter, der 14-tägig herausgegeben wird, als schnelles digitales Informationsinstrument genutzt.

Wilhelm-Fabry-Museum:

Bereits 2009 wurde im Rahmen der Vorbereitungen des Fabry-Jahres ein Facebook-Profil für Wilhelm Fabry angelegt:

<https://www.facebook.com/wilhelm.fabry>

Darüber wurden im Jahr 2010 zunächst im Wesentlichen die Veranstaltungen des Museums beworben. Nach einer Phase der schwächeren Nutzung wurde der Auftritt ab 2012 wieder stärker, seit 2013 regelmäßig genutzt. Die Bewerbung von Veranstaltungen wird zwar weiterhin betrieben, steht inzwischen aber im Hintergrund.

In seinem Profil wird Wilhelm Fabry als Mitarbeiter des Stadtarchivs ausgewiesen. Das persönliche Profil von Wilhelm Fabry bietet im Gegensatz zum Auftritt einer Institution die Möglichkeit, Mitglied einer oder mehrerer Gruppe zu sein, z.B. „Du kommst aus Hilden, wenn ...“ (derzeit 4.192 Mitglieder) oder „City Talk“ (aktuell 1.008 Teilnehmer). Die Beteiligung an Diskussionen innerhalb dieser Gruppen ist ebenso möglich wie das Aufgreifen von Fragen zur Stadtgeschichte oder die Verbreitung von Informationen in leicht verständlicher, nicht wissenschaftlicher Form. Durch diese niederschweligen Angebote (Stadtgeschichte „light“) wird ein jüngeres Publikum erreicht, neue Nutzer, die die Institution Stadtarchiv zur Informationsbeschaffung nicht nutzen würden, das Archiv und seine Funktion möglicherweise gar nicht kennen. Neugier wird geweckt, weitere Fragen werden angeregt. Fabry gilt bei einigen Nutzern inzwischen als Autorität in Sachen Stadtgeschichte („Frag doch Wilhelm Fabry, der scheint ja alles zu wissen.“). Facebook dient so der Schaffung bzw. Förderung eines historischen Bewusstseins und der Bildung bzw. Festigung einer städtischen Identität und ist damit innerhalb kurzer Zeit integraler Bestandteil der historischen Bildungsarbeit des Stadtarchivs geworden.

Soweit bekannt, gibt es im weiten Umkreis kein Stadtarchiv, das Facebook auf diese – von einem Kollegen einmal als „charmant“ bezeichnete – Weise nutzt.

Wilhelm Fabry hat derzeit 215 Freunde

Stadtarchiv:

Am 9. Juni 2014 wurde zusätzlich auch eine offizielle Seite des Stadtarchivs Hilden eingerichtet

<https://www.facebook.com/stahilden>

Dies erwies sich aus verschiedenen Gründen als sinnvoll. Im Mittelpunkt steht der Nutzer, seine Interessen und das sich stark veränderte und sich weiter verändernde Nutzerverhalten. Die Erreichbarkeit für Nutzer ist leicht, Öffnungszeiten, E-Mail-Adresse, Telefonnummern sind auf einen Blick zu sehen. Daneben ist die offizielle Seite wichtig zum Austausch mit anderen Archiven. Auf diesem Wege können best practise-Beispiele besser bekannt gemacht und zur Nachahmung bzw. Übernahme empfohlen werden. Die Seite dient der (weltweiten) Vernetzung und dem „Teilen“ des Archivbestandes.

Das Stadtarchiv Hilden hat derzeit 133 „Gefällt-mir“-Angaben. Mit 58% überwiegen die männlichen Nutzer. Die aktivste Gruppe sind die 25-34-Jährigen (28%). Immerhin 16% der Nutzer sind in der Altersgruppe zwischen 55 und 64 Jahren.

Nur etwa die Hälfte der Nutzer stammt aus Hilden. Außer aus den umliegenden Großstädten Düsseldorf und Köln gibt es Nutzer u.a. in Berlin und München.

Dass das Thema in der Archivszene derzeit stark diskutiert wird, zeigt sich am Thema des Deutschen Archivtages 2014, der unter dem Titel **Neue Wege ins Archiv – Nutzer, Nutzung, Nutzen** im September stattfand.

Ein Beitrag lautete **Die Revolution des Nutzerkontakts. Soziale Medien als Instrument archivistischer Aufgabenerfüllung.**

Daher sind sowohl der Austausch mit anderen Archiven und auch die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen eminent wichtig.

Eine Archivmitarbeiterin besuchte deshalb 2014 ein vom LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrum angebotenes Seminar mit Workshop mit dem Titel „Bloggen-Liken-Taggen Einführung in die Möglichkeiten des Web 2.0 für die archivische Arbeit

Twitter

Stadtbücherei:

Der Start für Twitter erfolgte im Mai 2012 https://twitter.com/Hi_Buecherei. Auslöser war die Teilnahme an der Initiative „Lernort Bibliothek“ und den damit verbundenen Coachings durch Christoph Deeg. Der Schwerpunkt bei Twitter liegt im Verbreiten von Informationen und dient weniger der Unterhaltung (wie bei Facebook). Seit Beginn der Twitter-Aktivitäten wurden bislang (Stand: 21.10.2014) über 3.400 Tweets verfasst oder weiter geleitet („retweetet“). Wichtig bei Twitter ist die Verschlagwortung des Inhalts durch sogenannte „Hashtags“. Nutzer können dadurch thematisch in Twitter Themen verfolgen. Rund 450 Nutzer folgen der Stadtbücherei auf Twitter. Die Altersstruktur lässt sich hier leider nicht ermitteln.

Stadtarchiv:

Twitter wird derzeit vom Wilhelm-Fabry-Museum und vom Stadtarchiv (noch) nicht genutzt.

Blog

Stadtbücherei:

Überaus erfolgreich ist der Blog der Stadtbücherei, die „Leseoase“. Auslöser war auch hier, wie bei Twitter, die Teilnahme an den Coachings der Initiative „Lernort Bibliothek“. Im Januar 2012 startete die „Leseoase“. Sie ist vergleichbar mit dem Feuilleton einer Tageszeitung. Seitdem wurden über 550 Blogbeiträge an Dienstagen, Donnerstagen und Samstagen veröffentlicht. Verfasst werden sie von allen Bibliotheksmitarbeiterinnen und -mitarbeitern. Die Themen sind sehr vielfältig; seitens der Bibliotheksleitung gibt es hierzu keine Vorgaben oder Einschränkungen. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen sich im Blog selbst vor. 2012 erfolgten durchschnittlich 44 Aufrufe des Blogs pro Tag. In 2013 hatte sich die Anzahl bereits auf 84 fast verdoppelt. Für 2014 liegt die Prognose bei deutlich über 100 Aufrufen pro Tag.

Stadtarchiv:

Das Stadtarchiv unterhält kein eigenes Blog, beteiligt sich jedoch am dezentralen Blog „1914-1918: Ein rheinisches Tagebuch - Quellen aus Archiven des Rheinlandes“ (vgl. Niederschrift der 1. Ausschusssitzung am 4. September 2014, TOP Kulturelle Mitteilungen).

Dabei handelt es sich um ein Gemeinschaftsprojekt des Landschaftsverbandes Rheinland (LVR) mit derzeit neunzehn beteiligten rheinischen Archiven. Auf den Tag genau 100 Jahre nach ihrem Entstehen werden seit Ende Juli täglich Texte aus Tagebüchern, städtischen Akten, Briefe, Feldpostkarten, Zeitungsartikel und Fotos online gestellt. Das Projekt soll bis 2018, also bis zum Kriegsende, fortgesetzt werden. So entsteht sukzessive eine umfangreiche Quellensammlung, die nicht nur für die heimatgeschichtliche und wissenschaftliche Forschung eine Fundgrube darstellt, sondern auch für den Geschichtsunterricht nutzbar ist. Durch zeitversetztes Posten ist die Bedienung des Blogs auch am Wochenende und an Feiertagen möglich. Bis zum 10.11.2014 wurden vom Stadtarchiv Hilden 125 Beiträge gepostet. Der Blogpost wird unmittelbar auf der Facebook-Seite des Archivs mit einem kurzen, prägnanten Satz geteilt und durch Wilhelm Fabry weiter verbreitet. Außerdem erfolgt eine Verbreitung durch die oben erwähnten Gruppen.

Die Quellen zum Ersten Weltkrieg auf den Tag genau finden Sie unter <http://archivewk1.hypotheses.org>. Es ist geplant, dass eine Archivmitarbeiterin an einer professionellen Schulung des Max-Weber-Instituts teilnimmt. Das Max-Weber-Institut ist mit der redaktionellen Betreuung des Blog-Portals „Hypotheses.org“ in Deutschland beauftragt, auf dem der Blog „1914-1918: Ein rheinisches Tagebuch“ gehostet wird.

Sonstige Social-Media-ToolsStadtbücherei:

Das Monitoring der Social-Media Aktivitäten erfolgt über die Statistikprogramme der Plattformen. Darüber hinaus kommen kostenfreie Tools wie „Backlinktest“ (wer verlinkt auf mich?), „Social Mention“ (über welche Themen wird gerade gesprochen?) oder „Twingly“ (welche Blogs sind relevant zu meinem Thema?) zum Einsatz.

Fazit:

Aus den dargestellten Aktivitäten ist erkennbar, dass sich der Kulturbereich sehr intensiv mit der Nutzung des Web 2.0 befaßt und diese Kommunikationsmöglichkeit für die einzelne Kultureinrichtungen erkannt, bzw. bereits in den Arbeitsablauf integriert hat. Dieses zukunftsorientierte Handeln soll weiter entwickelt werden. Hierauf verweist das Kulturamt in seinem vorgelegte Arbeitsprogramm 2015.

Birgit Alkenings