

Vorlage Nr. 65/2023		
für die Sitzung des Personal- und Organisationsausschusses.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 0

Anerkennung eines 1,0 unbefristeten überplanmäßigen Bedarfs "Zentralredaktion bremerhaven.de" sowie von 1,5 unbefristeten überplanmäßigen Bedarfen "Content Creator:in Social Media" für die Magistratskanzlei

A Problem

Laut aktuellem Koalitionsvertrag zwischen SPD, CDU und FDP (2023 – 2027) ist der Social Media Bereich des Magistrats deutlich auszubauen, um aktuell und zielgruppenspezifisch die Bürger:innen Bremerhavens fortlaufend zu informieren. Die Koalition erkennt damit die Wichtigkeit eigener Kommunikationswege an, um Inhalte passgenau und zielgruppenspezifisch platzieren zu können. Hierfür muss die Kommunikation, Beteiligung und der Austausch mit den Bürger:innen deutlich ausgebaut werden.

Moderne Öffentlichkeitsarbeit für den Magistrat geht im Zeitalter der Digitalisierung und der sozialen Netzwerke deutlich über die klassische „Pressearbeit“ der Vergangenheit hinaus. Der Großteil der Bürger:innen ist kaum noch über die althergebrachten (kostenpflichtigen) Printmedien zu erreichen. Der Magistrat ist aber gehalten, die Bürgerinnen und Bürger adäquat über wichtige politische Entscheidungen, für sie relevante Veränderungen und Dienstleistungen in der Verwaltung und Termine in der Stadtgesellschaft zu informieren.

Der Magistrat informiert seine Bürger:innen im Wesentlichen über das Internetportal bremerhaven.de. Dieses dient als das zentrale Eingangsportal im Sinne eines digitalen Schaufensters, welches alle wichtigen und interessanten Themen sowohl für die Besucher:innen der Stadt als auch insbesondere für die Bremerhavener Bürger:innen präsentiert.

Die Inhalte werden bisher einzeln von den Fachämtern für ihre jeweiligen Bereiche eingestellt. Das führt zwar zu einer Fülle an Informationen, sorgt aber auch für eine inhaltliche Überfrachtung, Heterogenität und teilweise zur Unübersichtlichkeit der Webseite. Wegen vieler einzelner Unterseiten ist eine benutzerfreundliche Bedienung, respektive ein einfaches Auffinden der gesuchten Inhalte aktuell kaum möglich. Diese Rückmeldung hat die Pressestelle in den vergangenen Monaten immer wieder sowohl von den Mitarbeiter:innen der Verwaltung als auch von externen Nutzer:innen erhalten.

Zudem ist durch die dezentrale Verwaltung der Inhalte eine gezielte Kommunikationsstrategie aller Inhalte nur schwer durchführbar. Dabei spielt nicht zuletzt die Aktualität der Inhalte eine wesentliche Rolle. So ist insbesondere zu gewährleisten, dass die „Visitenkarten“ der Organisationseinheiten (Leistungsportfolio, Öffnungszeiten etc.) stets auf dem neuesten Stand sind, denn sie stellen die Informationsquelle nicht nur für die Internetnutzenden, sondern auch für das Bürgertelefon und andere Vermittlungsstellen dar. Im Zuge der stetigen Veränderung

bzw. Erweiterung des städtischen Dienstleistungsangebots haben sich diesbezüglich in der Vergangenheit deutliche Optimierungsbedarfe ergeben.

Ziel muss sein, dass die Bürger:innen mit einem Blick auf die bremerhaven.de wissen, welche Themen aktuell relevant für sie und die Stadt sind. Das erfordert ein Umdenken im Umgang mit der Webseite. Sie ist mehr als das Serviceportal und die Präsentation der Verwaltung – sie soll künftig der erste digitale Anlaufpunkt für die Stadt Bremerhaven sein. Wie genau die Webseite dafür künftig ausgestaltet sein muss, ist zentrale Frage des bereits gestarteten Relaunch-Prozesses.

Hinzu kommen stetig steigende gesetzliche Anforderungen an die Webseite hinsichtlich der Barrierefreiheit, des Datenschutzes und des Urheberrechts. Durch die dezentrale Bereitstellung der Inhalte fällt eine Übersichtlichkeit und die Sicherstellung der Einhaltung der gesetzlichen Grundlagen zunehmend schwer.

Über die Webseite hinaus sollen künftig auch andere digitale Kommunikationswege genutzt werden, um die Bürger:innen zu erreichen. So ist ein Magistrats-Newsletter geplant, der zu nächst vierzehntägig über alle relevanten Themen des Magistrats berichtet.

Auch die politische Arbeit der Stadtverordnetenversammlung und ihrer Ausschüsse soll künftig stärker kommuniziert werden. Im Zeitalter von Fake-News und Informations-Blasen ist es für vertrauenswürdige Institutionen unerlässlich, die Inhalte selbst korrekt darzustellen.

Diese Arbeit – vor allem der ständige Austausch mit den Fachämtern und die Erstellung der Inhalte – übersteigt aufgrund der Vielzahl der Themen und Kontakte die aktuellen Kapazitäten der Pressestelle. Deshalb wird die Schaffung einer zusätzlichen Stelle (vornehmlich Erstellung und Pflege des Contents für die bremerhaven.de) beantragt.

Um die Inhalte der Webseite bremerhaven.de – und damit die aktuellen Themen von Magistrat und Stadtverordnetenversammlung – zusätzlich auch dort kommunizieren und platzieren zu können, wo die Bürger:innen ihre Informationen beziehen, sind die Social-Media-Kanäle der Stadt ein entscheidendes Instrument der modernen Öffentlichkeitsarbeit des Magistrats. Eine große Mehrheit der Bürger:innen bezieht ihre Informationen heute aus den sozialen Netzwerken.

Seit Jahresbeginn gelingt es der Pressestelle zunehmend, die Follower-Zahlen der Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram, X (ex Twitter)) zu steigern. Das liegt vor allem an der inhaltlichen Neu-Ausrichtung der einzelnen Beiträge (verständlich, aktuell, informierend, ansprechend), aber entscheidend auch an der zunehmenden Nutzung von kurzen Videobeiträgen (sog. Reels).

Um künftig wichtige Themen des Magistrats, der Fachämter und der Stadtverordnetenversammlung auf den eigenen Kanälen bespielen zu können, muss deshalb zwingend auch das Social Media Team an Presseterminen/Sitzungen/Eröffnungen teilnehmen um Content (Inhalte) erstellen zu können.

Aktuell besteht das Social Media Team aus zwei Vollzeitstellen, der Social Media Managerin (Contentplanung, Formatentwicklung, Schnittstellenarbeit, Qualitätssicherung) und der „Redakteurin“, die vornehmlich für das posten und erstellen der Beiträge verantwortlich ist. Darüber hinaus beschäftigt die Pressestelle eine Werkstudentin (20 Std./Woche) als Content Creator:in, die Fotos, Filmaufnahmen und Grafiken erstellt.

Die Praxis hat gezeigt, dass dieser Personalbesatz aufgrund der Vielzahl an Themen und Terminen nicht ausreichend ist. Zudem ist die Beschäftigung von (ständig wechselnden) Werkstudent:innen nicht zielführend, um einer modernen, digitalen Kommunikationsstrategie für den Magistrat als größtem Arbeitgeber gerecht zu werden. Aus diesem Grund wird die

Schaffung von 1,5 Stellen „Content Creator:in Social Media“ beantragt.

B Lösung

Der Personal- und Organisationsausschuss bewilligt für die Magistratskanzlei einen 1,0 unbefristeten überplanmäßigen Bedarf „Zentralredaktion bremerhaven.de“ (Entgeltgruppe 10 TVöD (Entgeltordnung/VKA), vorbehaltlich Bewertung) sowie 1,5 unbefristete überplanmäßige Bedarfe „Content Creator:in Social Media“ (Entgeltgruppe 9b TVöD (Entgeltordnung/VKA), vorbehaltlich Bewertung).

C Alternativen

Werden nicht vorgeschlagen.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlags

Auf der Grundlage der Personalthauptkosten entstehen zusätzliche Personalkosten in Höhe von ca. 177.000 € brutto/Jahr, die aus dem Personalkostenbudget der Magistratskanzlei getragen werden.

Klimaschutzzielrelevante Auswirkungen ergeben sich nicht.

Die Besetzung der überplanmäßigen Bedarfe erfolgt gendergerecht.

Auswirkungen auf ausländische Mitbürger:innen, Menschen mit Behinderungen, besondere Belange des Sports sowie eine unmittelbare Betroffenheit einer zuständigen Stadtteilkonferenz liegen nicht vor.

E Beteiligung / Abstimmung

Aus organisatorischer Sicht bestehen keine Einwände.

Im Rahmen der Besetzung der überplanmäßigen Bedarfe sind die Mitbestimmungsgremien zu beteiligen.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Keine. Eine Veröffentlichung nach dem BremIFG ist sichergestellt.

G Beschlussvorschlag

Der Personal- und Organisationsausschuss bewilligt für die Magistratskanzlei einen 1,0 unbefristeten überplanmäßigen Bedarf „Zentralredaktion bremerhaven.de“ (Entgeltgruppe 10 TVöD (Entgeltordnung/VKA), vorbehaltlich Bewertung) sowie 1,5 unbefristete überplanmäßige Bedarfe „Content Creator:in Social Media“ (Entgeltgruppe 9b TVöD (Entgeltordnung/VKA), vorbehaltlich Bewertung).

Zum Stellenplan 2024/2025 sind entsprechende Stellenplananträge zu stellen.

Melf Grantz
Oberbürgermeister