

Der Bürgermeister



Postanschrift: Stadtverwaltung 53754 Sankt Augustin

An die
Fraktionen und Fraktionslosen
im Rat der Stadt Sankt Augustin

im Hause
(per E-Mail)

Dienststelle
Bürgermeister- Ratsbüro
Markt 1

Auskunft erteilt:
Herr v. Borzyskowski

Zimmer:
401

Telefon (0 22 41) 243-0

Durchwahl: 394

Telefax (0 22 41) 243-430

Durchwahl: 77394

E-Mail-Adresse: luca.vonborzyskowski@sankt-augustin.de

Internet-Adresse: <http://www.sankt-augustin.de>

Besuchszeiten

Rathaus

montags bis freitags:
8.30 Uhr - 12.00 Uhr,
montags:
14.00 Uhr - 18.00 Uhr

Bürgerservice

montags bis freitags:
7.30 Uhr - 12.00 Uhr,
montags und donnerstags:
14.00 Uhr - 18.00 Uhr

Ihr Schreiben vom

Ihr Zeichen

Mein Zeichen
BRB-vB

Datum
26.06.2023

Arbeit der Pressestelle

Anfrage SPD, DS-Nr.: 23/0268

Beratungsfolge
Rat

Sitzungstermin
20.06.2023

Behandlung
öffentlich

Sehr geehrte Damen und Herren,

die aufgeführten Fragen beantworte ich wie folgt:

1. Wie viele Pressemitteilungen veröffentlicht die Stadt Sankt Augustin wöchentlich im Schnitt?

Im Jahr 2022 wurden insgesamt 431 Pressemitteilungen veröffentlicht, im Schnitt also 8,3 Pressemitteilungen pro Woche. Im Jahr 2023 wurden bislang (Stand 23. KW) 207 Pressemitteilungen veröffentlicht, im Schnitt also 9 pro Woche.

2. Über welche Kanäle werden diese veröffentlicht?

Die Pressemitteilungen werden per E-Mail an einen großen Presseverteiler versandt (u.a. lokale und überregionale Medien, Fraktionsmitglieder, verschiedene Verwaltungsmitarbeitende). Zudem werden die Pressemitteilungen auf der Startseite der Homepage und den thematisch passenden Unterseiten sowie in der City-Key-App veröffentlicht (mit Ausnahme von Veranstaltungsankündigungen im Kultur- und Umweltbereich, da diese separat im Veranstaltungskalender erscheinen). Aus einigen Pressemitteilungen werden zudem Beiträge für die Sozialen Medien erstellt.

3. Welche Kanäle werden in den sozialen Medien regelmäßig bespielt?

Die Pressestelle administriert den jeweiligen Kanal bei Facebook, Instagram und Youtube. Dabei ist die stärkste Präsenz bei Facebook mit regelmäßigen Postings. Zudem werden regelmäßig aktuelle Stories im städtischen Instagram-Account gepostet zusätzlich zum dort bestehenden dauerhaften Informationsangebot.

Bankverbindungen

Kreissparkasse Köln
VR-Bank Rhein-Sieg eG
Postbank Köln
Steyler Bank GmbH

IBAN DE11 3705 0299 0033 0016 52 Swift BIC: COKSDE33XXX
IBAN DE53 3706 9520 5000 4590 13 Swift BIC: GENODED1RST
IBAN DE39 3701 0050 0023 1085 03 Swift BIC: PBNKDEFF370
IBAN DE14 3862 1500 0000 0119 49 Swift BIC: GENODED1STB

Öffentliche Verkehrsmittel

Haltestelle: Sankt Augustin Zentrum/Hochschule
Bonn-Rhein-Sieg
Straßenbahn: 66, 67
Busse: 508, 517, 518, 529, 535, 540, 599

4. Wie viele Einträge (Posts) veröffentlicht die Stadt Sankt Augustin in welchen Kanälen, wöchentlich im Schnitt?

Im Jahr 2023 wurden bislang (Stand 23. KW) 104 Beiträge bei Facebook gepostet, also im Schnitt 4,52 pro Woche. Hinzu kommen aktuelle Beiträge in der Story bei Facebook und Instagram.

5. Auf wie viele Kommentare wird wöchentlich im Schnitt reagiert?

Die Notwendigkeit, auf Fragen, Hinweise und Anregungen in den Kommentaren, sowohl unter eigenen als auch unter fremden Beiträgen, zu reagieren, hängt stark von den (tages-) aktuell virulenten Themen ab. Beispielsweise hat der Post zur Ankündigung der Parkraumbewirtschaftung im Stadtzentrum mit 79 Kommentaren (eigene und fremde) in den letzten drei Monaten die meisten Kommentare erhalten. Eine exakte wöchentliche Durchschnittszahl kann nicht ermittelt werden.

6. Welche Kommunikationsziele verfolgt die Verwaltung und wie wird deren Erreichung überprüft?

Kommunikativ steht das Ziel im Vordergrund, Sankt Augustin mit dem Leitbild der „WissensstadtPLUS“ aus dem Stadtentwicklungskonzept, als familienfreundliche und zukunftsgerichtete Stadt mit guten Anbindungen an den öffentlichen Nahverkehr, Autobahnen und den Flughafen Köln/Bonn in einer prosperierenden Region und somit als einen attraktiven Wohn- und Gewerbestandort darzustellen. Viele Freizeiteinrichtungen, kleine und große Naherholungsgebiete, die Lage im Grünen zwischen Rhein, Sieg und Siebengebirge machen Sankt Augustin lebens- und liebenswert. Das Ziel ist, die Bürgerinnen und Bürger über die Stadt und ihre Angebote zu informieren. Es geht beispielsweise um vielfältige Dienstleistungsangebote (z.B. im Bürgerservice oder im sozialen und technischen Bereich), Veranstaltungen (z.B. im Kultur- und Umweltbereich) oder auch relevante Nachrichten (z.B. Veränderungen im Stadtbild). Bei der Kommunikation soll mit einer aktiven und adressatengerechten Kommunikation Transparenz, Vertrauen und Glaubwürdigkeit geschaffen werden. Die Erreichung dieser Ziele lässt sich kaum quantitativ ermitteln. Vielmehr lässt sich dies an der Resonanz in den unterschiedlichen Medien sowie in Gesprächen mit Bürgerinnen und Bürgern in unterschiedlichen Bereichen der Verwaltung ablesen. In diesem Kontext sei darauf hingewiesen, dass die Zahl der Follower (und damit verbunden auch die Reichweite) in den Sozialen Medien in den vergangenen knapp drei Jahren beachtlich angewachsen ist.

7. Werden Suchanfragen der Bürger beobachtet (Analyse der Website und der eigenen SoMe Kanäle) und medial entsprechend darauf reagiert?

Im Rahmen der datenschutzrechtlichen Möglichkeiten werden für die Homepage verschiedene Analysetools eingesetzt. Im Mai wurde die städtische Homepage beispielsweise 63.358 Mal besucht und von diesen Personen insgesamt 251.830 Seiten aufgerufen. Im Schnitt wurden also pro Besuch vier Unterseiten aufgerufen. Zu den beliebtesten Unterseiten zählen „Sport und Bäder“, „Job und Karriere“, die Veranstaltungsübersicht (Kulturbereich) und aktuelle Meldungen zu Verkehrseinschränkungen bzw. Baustellen (derzeit insbesondere zur Sperrung der A59 in den Sommerferien). Auch im Bereich der „Lebenslagen / Dienstleistungen“ (Vorläufer des Serviceportals) kann ausgewertet werden, welche Dienstleistungen besonders häufig abgerufen werden. Diese Erkenntnisse spielen dann bei der Konzeption des Serviceportals eine Rolle (z.B. leichtere Auffindbarkeit der häufig verwendeten Dienstleistungen).

Im Bereich der sozialen Medien werden insbesondere die Analysetools von Facebook ausgewertet, um die Kommunikation hinsichtlich der Auswahl spezifischer Themen bestmöglich zu gestalten. In den letzten drei Monaten war etwa die erste Veranstaltungsankündigung für

die Eröffnung des Karl-Gatzweiler-Platzes mit einer Reichweite von rund 14.000 am erfolgreichsten. Daneben erreichen Beiträge mit relevanten Informationen zu unserer Stadt (z.B. Parkraumbewirtschaftung im Stadtzentrum (Reichweite 9.481), Termine der Karnevalszüge (Reichweite 5.566) oder Informationen zu Straßensperrungen (z.B. Sperrung Rad- und Fußweg Siegaue Menden, Reichweite 5.207), aber auch Beiträge mit Unterhaltungswert (z.B. Teilnahme des Bürgermeisters am Radio Bonn/Rhein-Sieg-Betriebsduell) regelmäßig hohe Reichweiten.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, reading "Max Leitterstorf". The signature is written in a cursive style with a prominent initial 'M' and a long, sweeping underline.

Dr. Max Leitterstorf
Bürgermeister