

}essentials{

André Haller

Social Media für Kommunalpolitiker



Springer Gabler

essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Fachwissen von Springerautor*innen kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials* sind Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autor*innen aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

André Haller

Social Media für Kommunalpolitiker



Springer Gabler

André Haller
FH Kufstein Tirol, Kufstein, Österreich

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-33629-5

ISBN 978-3-658-33630-1 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-33630-1>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung der Verlage. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Rolf-Günther Hobbeling

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Eine kurze Einführung in Social Media und ihre Geschichte
- Darstellung der wesentlichen Funktionen und Kennzahlen der prominentesten Social Network Sites
- Wissen über die strategische Planung und praktische Anwendung von Social Media in der kommunalpolitischen Arbeit
- Best-Practice-Beispiele der (kommunal-)politischen Kommunikation in Social Media
- Nützliche Tools für die eigene Social-Media-Arbeit

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Social Media im Mediensystem	3
2.1	Geschichte der sozialen Medien	3
2.2	Nutzung klassischer und neuer Medien	5
2.3	Theoretische und praktische Grundlagen von Social Media	6
2.4	Grundsätze guter Social-Media-Arbeit in der Kommunalpolitik	9
3	Die wichtigsten Plattformen	13
3.1	Facebook	13
3.2	Instagram	17
3.3	Twitter	19
3.4	Blogs	21
3.5	Sonderfall WhatsApp	22
4	Instrumente der kommunalen politischen Kommunikation in Social Media	25
4.1	Social Media als Informationsquellen	25
4.2	Social Media als Organisations- und Mobilisierungsplattformen	29
4.3	Dialogische Kommunikation mit dem Bürger	31
4.3.1	Grundlagen des dialogischen Social-Media-Dialogs	31
4.3.2	Beispiel für dialogische Online-Kommunikation	32
4.3.3	Weitere Instrumente der dialogischen Kommunikation	34
4.4	Content Marketing und werthaltige Inhalte für User	35
4.4.1	Grundlagen des Content Marketing	35
4.4.2	Social-Media-Plan für Kommunalpolitiker	39

4.5	Bezahlte Werbung in Social Media	40
5	Nützliche Tools für die kommunalpolitische Social-Media-Kommunikation	45
5.1	Instrumente zur Koordination von lokalpolitischen Organisationen	45
5.2	Blogs in der Lokalpolitik	46
5.3	Hilfsmittel für die Bildgestaltung in Social Media	47
5.4	Weitere Tools für die Social-Media-Arbeit	49
6	Best-Practice-Beispiele in der kommunalen Social-Media-Kommunikation	53
6.1	Stefan Kuhn, Stadtratswahl 2020 in Bamberg	54
6.2	Nicolas Lahovnik, Bürgermeisterwahl 2020 in Wunsiedel	55
6.3	Ralph Edelhäuser, Online-Bürgersprechstunden in Roth	56
6.3.1	Darstellung des Falles	56
6.3.2	Interview mit Ralph Edelhäuser, 1. Bürgermeister der Stadt Roth	57
6.4	Stefan Thar, Stadtratswahl 2020 in Sulzbach-Rosenberg	60
6.5	Tipps und Hinweise von Kommunikationsexperten	62
6.5.1	Interview mit Volker Konrad, Kampagnenberater	62
6.5.2	Interview mit Ronald Kaiser, Social-Media-Experte	64
7	Fazit	67
	Literatur	71