Rheinland-Pfalz

Vom Pressedienst zum Newsroom

[10.04.2019] Die Landesregierung Rheinland-Pfalz wird ihren Landespressedienst zu einem modernen, vernetzten Mediendienst umbauen. Auch Bürger sollen künftig in direkten Dialog mit der Regierung treten können.

Dahin gehen, wo die Menschen sind. Diese Maxime gilt in besonderem Maße für eine Regierung. Nimmt man das ernst, muss auch die Regierungskommunikation dahin gehen, wo die Menschen sind: in die sozialen Netzwerke. Denn diese sind längst zu einem Massenmedium geworden.
Schon lange vor Aufkommen von Social Media hat die Geschäftsordnung der Landesregierung den Informationsauftrag an ihre Bürgerinnen und Bürger festgeschrieben. Die Regierung ist verpflichtet, die Bürger über ihre Arbeit aufzuklären und darüber zu informieren, was im Land passiert. Ziel ist es, möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Landesregierung Rheinland-Pfalz wird daher ihren Landespressedienst zu einem modernen, vernetzten Mediendienst umbauen. Künftig werden neben Pressevertretern verstärkt auch Bürger direkt informiert und können in den Dialog mit ihrer Regierung treten.

Spitzenreiter bei der Nutzung sozialer Medien

Um das auch technisch bewerkstelligen zu können, wird die Pressestelle zum Newsroom. Darin werden alle Informationen und relevanten Themen der Landesregierung gebündelt, vernetzt und analysiert. Das ist wichtig, da sich immer mehr Menschen über Social Media informieren: Laut aktueller ARD/ZDF-Online-Studie sind über 90 Prozent aller Menschen ab 14 Jahren im deutschsprachigen Raum online – Tendenz steigend. Noch stärker nimmt die Zahl der täglichen Internet-Nutzer zu. Gleichzeitig sinkt die Versorgung durch klassische Medien. Das führt zu einer Zersplitterung der Medienkanäle. Auch Print-Medien folgen zunehmend digitalen Leitmedien und Social Media.
In Deutschland werden hauptsächlich Facebook und Twitter genutzt: Facebook hat 32 Millionen Nutzer, auf Twitter setzen rund 12 Millionen Deutsche, vor allem Multiplikatoren und Entscheider aus Politik, Wirtschaft und Medien. Weitere bedeutende Netzwerke sind Instagram, YouTube, Snapchat und WhatsApp. Laut einer aktuellen Studie des Fraunhofer-Instituts (wir berichteten) ist Rheinland-Pfalz im Bundesvergleich sogar Spitzenreiter bei der Nutzung sozialer Medien: 60 Prozent nutzen Facebook und Twitter, so viele wie in keinem anderen Bundesland. Darauf muss sich die Regierungskommunikation einstellen.
Heute wird erwartet, dass auch eine Regierung rund um die Uhr kommuniziert. Nach einem Großereignis wie einer Naturkatastrophe oder einem Terroranschlag muss nahezu in Echtzeit eine Reaktion erfolgen. Ein Tweet oder Post kann dabei teilweise mehr Menschen erreichen als eine Zeitungsmeldung. Vor dem Aufkommen von Social Media war es legitim, wenn Meldungen erst Stunden später oder am nächsten Tag veröffentlicht wurden, da es keine Möglichkeit zur sofortigen Verbreitung gab. Mit der Nutzung sozialer Medien durch Bürger und Pressevertreter muss sich auch die Regierung an die Schnelligkeit der Nachrichtenverbreitung anpassen.

Crossmedial gegen Politikverdrossenheit

Aus dem Medienwandel ergeben sich neue Chancen und Notwendigkeiten für die Regierungskommunikation: Jede demokratische Regierung sollte gegenüber den Bürgern nachweisen, wie

sie das Land gestaltet und verwaltet – was sie unternimmt, um das Leben zu verbessern und Missstände zu beseitigen. Dafür ist Regierungskommunikation über Medien und über soziale Netzwerke wichtig. Eine crossmediale politische Kommunikation ist somit ein bedeutender Beitrag für den notwendigen Dialog zwischen Regierung und Bürgern und damit auch ein Mittel gegen Politikverdrossenheit. Social Media heißt natürlich nicht, jeden Hype mitzumachen. In der Ansprache muss und wird sich die Kommunikation der Landesregierung unterscheiden, denn sie ist der Sachlichkeit verpflichtet.
Um Bürger sowie klassische Medien über die Arbeit der Landesregierung, der Ministerpräsidentin sowie der Minister zu informieren, nutzen die Staatskanzlei und einige Ministerien bereits Social-Media-Kanäle. Diese werden nun strategisch weiterentwickelt. Rheinland-Pfalz hatte als erstes Bundesland ein Digitalisierungskabinett. Dem Anspruch, Vorreiter in der Digitalisierung zu sein, folgt auch die Kommunikationsstrategie der Landesregierung.

Synergien schaffen

Da mit den zusätzlichen Aufgaben nicht automatisch die Ressourcen steigen, ist es wichtig, die Arbeit besser zu vernetzen und Synergien zu schaffen. Die Pressestelle der Landesregierung wird deshalb einen zentralen Newsroom aufbauen. Dort werden die Informationen zusammenlaufen sowie Themen vernetzt, analysiert und auf unterschiedlichen Plattformen sowie Websites ausgespielt. Für die Regierungskommunikation bedeutet das, dass für die Ministerien weiter das Ressortprinzip gilt und jedes Ministerium die Inhalte selbst bestimmt.
Die User sozialer Netzwerke sollen außerdem verstärkt über Social Media mit der Staatskanzlei und den Ministerien in Verbindung treten können. Dialog und Interaktionen sind ausdrücklich erwünscht. Dabei sind die Social-Media-Kanäle als zusätzlicher Kommunikationskanal zu verstehen, ganz im Sinne des Crossmedia-Gebots. Sie ersetzen klassische Wege per Brief, E-Mail, Pressemeldung, Pressekonferenz, Website oder Publikationen nicht, sondern ergänzen und verbinden sie.

()

Stichwörter: Social Media, Facebook, Newsroom, Rheinland-Pfalz, Twitter