Bereich 1 - 1.05 EDV, Ansprechpartner: Daniel Körbel ☎ 1517 daniel.koerbel@worms.de
Bereich 1 - 1.02 Kommunikation und Marketing, Ansprechpartnerin: Margaretha Mohr ☎ 1201 margaretha-m@worms.de

Erforderlichkeitsprüfung und Konzeption zur Nutzung der sozialen Netzwerke Facebook und Instagram

für den Social-Media-Auftritt „Pfingstmarkt Worms“

1. Anlass und Ziel der Erforderlichkeitsprüfung

Die Stadt Worms baut ihre digitale Präsenz kontinuierlich aus, um ihrer Informations- und Beteiligungsverantwortung zeitgemäß nachzukommen. Vor der Einrichtung bzw. dem Betrieb eines Social-Media-Auftritts ist gemäß dem Handlungsrahmen für die Nutzung sozialer Medien durch öffentliche Stellen des Landes Rheinland-Pfalz (LfDI) eine Erforderlichkeitsprüfung erforderlich.

Gegenstand dieser Prüfung ist die Nutzung der sozialen Netzwerke **Facebook und Instagram** für einen Social-Media-Auftritt speziell für den **„Pfingstmarkt Worms“** – ein langjähriges städtische Veranstaltung. Der Markt findet jährlich zur Pfingstzeit statt und verwandelt den Festplatz am Rhein in ein mehrtägiges Familien-, Unterhaltungs- und Vergnügungsfest mit Attraktionen, Fahrgeschäften, Musik- und Kinderprogramm.

2. Einordnung des „Pfingstmarkts Worms“

Der Pfingstmarkt ist ein traditionsreiches Familienfest in Worms, das jedes Jahr rund um Pfingsten auf dem Festplatz am Rhein stattfindet. Das Fest zeichnet sich durch eine Mischung aus Fahrgeschäften, Bühnenprogramm, Gastronomie, Familien- und Kinderangeboten sowie besonderen Highlights wie dem **Ballonglühen** aus.

Die Veranstaltung richtet sich an ein breites Publikum: Familien, Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Touristinnen und Touristen sowie Menschen aus der gesamten Region. Aufgrund der Vielfalt und Dauer des Markts besteht ein hoher dynamischer Informations- und Kommunikationsbedarf.

3. Kommunale Aufgaben, Veröffentlichungspflichten und wirtschaftlicher Kontext

Die Stadt Worms hat Verpflichtungen zur Information und Beteiligung ihrer Bürgerinnen und Bürger. Insbesondere Veranstaltungen mit hoher Bürgerbeteiligung und touristischer Bedeutung tragen zur Identität und Lebensqualität der Stadt bei. Gleichzeitig sind Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung städtischer Angebote wichtige Aufgaben der Verwaltung. Die Bewerbung des Pfingstmarkts dient unter anderem:

- der Steigerung der Besucherzahlen,
- der Belebung des städtischen Raums,
- der Förderung lokaler Wirtschaft und Gastronomie,
- der Stärkung des Images von Worms als attraktiver Fest- und Veranstaltungsort.

4. Wandel der Mediennutzung und Reichweite

Die Reichweite klassischer analoger Medien – insbesondere gedruckter Publikationen – ist in den letzten Jahren rückläufig, während digitale und soziale Medien zunehmend zum zentralen Informations- und Kommunikationsmedium geworden sind. Digitale Kanäle ermöglichen messbare Reichweite, schnelle Informationsverbreitung sowie eine interaktive, zielgruppenorientierte Ansprache – besonders für Veranstaltungen, bei denen Inhalte regelmäßig und zeitnah angepasst werden müssen.

Die Nutzung sozialer Medien ist daher kein „Zusatz“, sondern ein notwendiger Bestandteil moderner Veranstaltungskommunikation.

5. Erforderlichkeit von Facebook & Instagram für den „Pfingstmarkt Worms“

5.1 Zeitkritische, dynamische Inhalte

Der Pfingstmarkt erstreckt sich über mehrere Tage mit wechselnden Programmpunkten, Öffnungszeiten, Aktionen und besonderen Höhepunkten. Beispiele sind:

- tägliche Öffnungszeiten und Programmtipps,
- Familientag mit Kinderaktionen, Ermäßigungen und Walking Acts,
- Großes Ballonglühen als Highlight der Veranstaltungswoche,
- wechselnde Musik- und Unterhaltungsbeiträge.

Diese Informationen müssen schnell, aktuell und mobil verbreitet werden – Eigenschaften, die statische Print-Programme oder zentrale Websites allein nicht abdecken können.

5.2 Ergänzung bestehender Kanäle

Social Media ersetzt keine klassischen städtischen Informationskanäle wie Homepage, Amtsblatt oder Pressemitteilungen, sondern ergänzt diese sinnvoll. Insbesondere bei Veranstaltungsangeboten wie dem Pfingstmarkt kann Social Media:

- **mobil und zeitnah informieren**,
- **visuelle Eindrücke und Emotionen vermitteln**,
- **speziell jüngere Zielgruppen erreichen**,
- **interaktiv in den Dialog gehen** (z. B. Hinweise, Tipps, Rückfragen zur Veranstaltung).

5.3 Zielgruppenorientierte Reichweite

Die Kombination aus **Facebook** und **Instagram** deckt unterschiedliche Zielgruppen ab:

- **Facebook:** breites, generationsübergreifendes Publikum, insbesondere Erwachsene und Familien, eignet sich gut für ausführliche Hinweise, Service-Informationen und Programmupdates.
- **Instagram:** visuelle Plattform mit hoher Reichweite bei jüngeren Zielgruppen, ideal für Event-Fotos, kurze Videos, Stories und Live-Updates.

Für ein familienfreundliches Volksfest wie den Pfingstmarkt ist diese Mischung zielführend, um verschiedene Altersgruppen anzusprechen und Reichweite aufzubauen (z. B. Familien, Jugendliche, Touristinnen/Touristen).

6. Konzeptionelle Ausrichtung der Social-Media-Nutzung

Die Social-Media-Accounts für den Pfingstmarkt werden als **Informations- und Servicekanäle** genutzt. Inhalte sind u. a.:

- Ankündigungen und Highlights des Pfingstmarkts,
- Service-Informationen zu Öffnungszeiten, Anreise und Programm,
- visuelle Eindrücke und Atmosphärebilder,
- Hinweise auf besondere Aktionen wie Familientag oder Ballonglühen,
- Verknüpfung mit Angeboten in Stadtteilen und städtischen Partneraktionen.

Interaktive Funktionen wie Kommentare oder Direktnachrichten werden moderiert und datenschutzkonform genutzt; personenbezogene Daten werden nicht gespeichert.

---

7. Datenschutz, Guidelines und Redaktionelles

Vor und während der Nutzung der sozialen Medien werden beachtet:

- die städtischen Social-Media-Guidelines,
- die Netiquette der Stadt Worms,
- die datenschutzrechtlichen Vorgaben des Landes-LfDI.

Datenschutzinformationen werden transparent über das Impressum und die städtische Website bereitgestellt.

Die redaktionelle Betreuung und Moderation der Pfingstmarkt-Accounts erfolgt durch die **Abteilungen 1.02 Kommunikation und Marketing und 7.03 Tourist Information** in Abstimmung mit den fachlich zuständigen Bereichen.

---

8. Fazit

Aufgrund der hohen öffentlichen Bedeutung, der Dynamik der Inhalte, des breiten Zielgruppeninteresses und des lokalen wirtschaftlichen Nutzens ist die Nutzung von **Facebook und Instagram** speziell für den “Pfingstmarkt Worms” **erforderlich, sachgerecht und angemessen**.

Die Social-Media-Präsenz ergänzt die bestehenden Kanäle und trägt wesentlich dazu bei, die Informations-, Beteiligungs- und Vermarktungsziele der Stadt Worms im Rahmen dieser traditionsreichen Veranstaltung zu erreichen.