

Bremen setzt auf Social Media: Bürgerdialog wird digitaler!

Erfahren Sie, wie buten un binnen soziale Medien nutzt, um Bremer Themen zu kommunizieren und den Dialog mit der Öffentlichkeit zu fördern.



Bremen, Deutschland - In einem dynamischen Zeitalter, wo die Informationsflut täglich wächst, ist es umso wichtiger, dass Medienangebote aktiv auf ihre Bethatestäuberschaft setzen. **buten un binnen** hat dies erkannt und nutzt soziale Medien wie Facebook, Instagram und TikTok, um mit dem Publikum in Dialog zu treten. Das Ziel ist klar: Eine breite Zielgruppe zu erreichen und die Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu fördern, ganz im Sinne des Medienstaatsvertrags, der die Rahmenbedingungen für die moderne Medienlandschaft festlegt.

Ein aktuelles Beispiel aus Bremen zeigt dies eindrücklich: Die Stadt hat den Kauf des ehemaligen Galeria-Karstadt-Kaufhof-

Gebäudes verkündet, und diese Neuigkeit wurde auf verschiedenen sozialen Plattformen geteilt. Auf Facebook kamen bereits rund 300 Kommentare zusammen, die in die weitere Berichterstattung einfließen werden. Auch die Zahlen sind beeindruckend: Ein kurzes Video vom 26. Juni 2025 erzielte 1,6 Millionen Aufrufe und sammelte 25.000 Likes sowie 7.100 Kommentare. **Der Medienstaatsvertrag** unterstützt solche Initiativen und fördert die Vernetzung der Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Sender.

Interaktive Kommunikation im Fokus

Um Fragen und Anregungen ihrer Nutzer schnell zu berücksichtigen, sind die Social-Media-Redakteurinnen und -Redakteure von buten un binnen täglich von 6 bis 22 Uhr aktiv. Sie sichern die Kommunikation und moderieren die Kommentarspalten, die bewusst für sachliche Diskussionen gedacht sind. Auch wenn die Anzahl der täglichen Kommentare und Nachrichten stark variiert, wird stets ein reger Austausch zwischen Medienmacher:innen und Publikum angestrebt.

Besonders spannend sind die formalen Aspekte: Die interaktive Kommunikation ist im Rahmen der 22. Novelle des Medienstaatsvertrags beauftragt worden. Dabei erfolgt eine Flexibilisierung der Verweildauern und eine stärkere Betonung von Bewegtbild- und Audioangeboten, ohne die Presseähnlichkeit zu erreichen. Dies schließt ausdrücklich soziale Netzwerke wie die angesprochenen Plattformen ein. Der Fokus liegt darauf, jüngeren Menschen einen Zugang zu Informationen zu ermöglichen und alltägliche kulturelle Themen anzusprechen, was sich auch im Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks niederschlägt.

Ein Blick auf die Programminhalte

Die Angebote innerhalb der ARD, wie etwa bei EinsFestival oder EinsPlus, sind speziell auf die Interessen junger Zuschauer:innen ausgerichtet. Während EinsFestival kulturelle Themen und

Alltagskultur in den Vordergrund stellt, vermittelt EinsPlus Wissen über gesellschaftliche Zusammenhänge und unterstützt die Medienkompetenz der Zuschauer. **Die ARD** legt diesen Fokus auf junge Menschen, um ihnen nicht nur Unterhaltung, sondern auch Orientierung in der modernen Wissensgesellschaft zu bieten.

Die digitale Transformation hat das Land also auch in Bremen fest im Griff. Mit den sozialen Medien als einem wichtigen Werkzeug wird der Dialog zwischen Medien und Bürger:innen aktiv gefördert. So kann man gespannt sein, wie sich diese Entwicklungen in Zukunft weiter gestalten und welche Impulse sie für die Informationsgesellschaft setzen werden.

Details	
Ort	Bremen, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.butenunbinnen.de• www.transparenz.bremen.de• www.ard.de

Besuchen Sie uns auf: mein-bremen.net