

Community-Building via Messenger-Dienst

Von der Bundesregierung bis zur lokalen Polizeidienststelle: Wie Behörden und Kommunen, aber auch Kultureinrichtungen WhatsApp als direkten Draht zur Bevölkerung nutzen – und welche Herausforderungen dabei warten.

Ein Blick auf das eigene Smartphone macht schnell klar: Die Möglichkeiten der Kommunikation sind vielfältig – sei es ein Anruf, eine SMS, eine E-Mail oder ein Post auf Social Media. Ein Kommunikationskanal sticht dabei besonders hervor: der Messenger-Dienst.

Laut Statistischem Bundesamt nutzten im ersten Quartal 2024 insgesamt 80 Prozent der 16- bis 74-Jährigen in Deutschland Apps wie WhatsApp, Telegram oder Signal. Dieser Wert lag leicht über dem EU-Durchschnitt von 79 Prozent.

Besonders beliebt ist der Dienst WhatsApp, der wie Facebook und Instagram zu Meta Platforms gehört. Die Consumer Insights Global Umfrage 2024 von Statista zeigt, dass 76 Prozent der 18- bis 64-Jährigen in Deutschland diesen Instant Messenger regelmäßig nutzen. Auch der D21 Digital-Index 2024/2025 bestätigt die hohe Nutzung quer durch die Generationen: Von der Generation Z über Y und X, die als Heavy User zu sehen sind, bis hin zu einem Drittel der Generation bis 1945 sind Messenger-Dienste fester Bestandteil der Kommunikation. Der Facebook Messenger folgt mit 27 Prozent regelmäßiger Nutzung auf Platz zwei.

Diese hohe Marktdurchdringung bietet nicht nur Werbetreibenden in der Privatwirtschaft, sondern auch Behörden und Organisationen der öffentlichen Hand eine enorme Chance. Sie können bestehende Zielgruppen binden und neue Nutzer:innen für sich und ihre Services gewinnen. Denn Menschen greifen ständig zum Smartphone – laut Bitkom durchschnittlich 155 Minuten pro Tag –

und überprüfen E-Mails, Social-Media-Kanäle und eingehende Nachrichten in Messenger-Diensten.

DIREKTER DRAHT ZUR ZIELGRUPPE

Seit Juni 2023 bietet WhatsApp die sogenannten Kanäle an. Diese ermöglichen es Nutzern, durch ein kostenloses Abonnement Updates und Informationen von Personen, Organisationen und Unternehmen zu erhalten, die sie interessieren. Sie sind gleichbedeutend mit den Begriffen Einweg-Newsletter oder Broadcast-Dienst: Nur die Administratoren können Nachrichten, Bilder, Videos, Links, Umfragen und andere Inhalte posten. Nutzende können lediglich mit Emojis auf die Beiträge reagieren.

Eine weitere Besonderheit ist, dass die Anzahl der Abonnierenden unbegrenzt ist und keine Weitergabe von sensiblen Daten wie Telefonnummer, Name oder Profilbild erfolgt. Dies macht WhatsApp-Kanäle zu einem interessanten Tool, um den eigenen Kommunikationsmix möglichst datenschutzkonform zu erweitern.

Zahlreiche Akteure der öffentlichen Hand haben WhatsApp als Kommunikationskanal für sich entdeckt. Seit April 2024 ist die Bundesregierung im Messenger-Dienst vertreten. Das Bundespresamt, genauer gesagt die Online- und Social-Media-Redaktion, ist für die Bespielung des Kanals verantwortlich. Hier werden Informationen zu Regierungsentscheidungen, Gedenk- und Aktionsterminen des Bundeskanzlers sowie Wertschutz-Themen und gesetzlich vorgeschrieben veröffentlicht, wie ein Bundespresamt mitteilt. Die Beiträge kommen in der Regel aus einer Foto, ergänzt durch eine prägnante Headline“ regelmäßig werden zudem Sprachnachrichten und Zeitzeug:innen

Allerdings

nur wenig
der Bundes
Bundes
das
hät



Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 14 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!