

<b>Der Regionaldirektor</b>	<b>REGIONALVERBAND RUHR</b> 
<b>Drucksache Nr.:14/1636-1</b>	

	31.07.2024
Fraktionsanfrage Antwort	öffentlich

Beratungsfolge	Beratungsstatus	Sitzung am	TOP
Ausschuss für Kultur, Sport und Vielfalt	zur Kenntnis	05.09.2024	

**Betreff: Antwort auf die Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen  
kir - Erweiterung digitaler Marketing-Strategien**

**Antwort:**

**1. Wie groß ist die Reichweite der aktuell genutzten Kanäle – gemessen an den Zahlen**

**a. der Aufrufe und Besucher\*innen der Website**

In der Nacht auf den 30. Oktober 2023 wurde bei der Südwestfalen-IT (SIT) ein sogenannter Ransomware-Angriff entdeckt. Die SIT GmbH ist ein IT-Dienstleister für zahlreiche Kommunen, vor allem im westfälischen Raum. Auch die Daten und das Betriebssystem des RVR-Portals kulturinfo.ruhr lagen auf dem Server der SIT, sodass die kir-Redaktion durch den Hackerangriff und die darauffolgende Notabschaltung des Systems durch die Firma SIT auf einen Schlag die Arbeitsfähigkeit des Betriebssystems und ihren kompletten Datensatz verloren hat.

Insgesamt waren die Auswirkungen des Cyberangriffs für den Kundenkreis von SIT enorm. Viele Kommunen konnten ihre komplette IT nicht mehr nutzen und keine digitalen Dienstleistungen für die Bürgerinnen und Bürger mehr anbieten. Dank eines glücklichen Zufalls konnte das kir-Team eine nicht mehr aktuelle Fassung des Betriebssystems des kir-Portals auf dem Server eines vorhergehenden Dienstleisters reaktivieren, sodass schon mit dem Wiederaufbau der Daten begonnen werden konnte, während das Bundesamt für Sicherheit und Informationstechnik (BSI) und das Landeskriminalamt noch mit umfangreichen Ermittlungen beschäftigt waren und SIT komplett handlungsunfähig war.

In einem personal- und zeitaufwendigen Prozess wurden und werden vom kir-Team Schritt für Schritt die Datensätze rekonstruiert bzw. wieder neu ermittelt und ins System eingepflegt. Diesen unfreiwilligen Restart hat das kir-Team gleichzeitig für einen Relaunch genutzt. Mittlerweile kann die Redaktion einen visuell moderneren Auftritt mit einem weitestgehend aufgearbeiteten Datenbestand vorweisen.

Durch den Hackerangriff stand das Portal für zwei Monate gar nicht (November, Dezember 2023) und für weitere drei Monate (Januar bis März 2024) nur mit einer rudimentären, im Aufbau befindlichen Datenbasis zur Verfügung. Auch die statistischen Erhebungsmöglichkeiten waren zeitweilig nicht gegeben bzw. besaßen im Anschluss nur begrenzte Aussagefähigkeit. Da das Portal während der (Wieder-)Aufbauphase zunächst gar nicht erreichbar und danach nur wenig attraktiv war, hat es während dieser Zeit zahlreiche User\*innen verloren. Dies erklärt, dass im Mai und Juni 2024 nur 1.256 Nutzer\*innen in 1.545 Sitzungen das kir-Portal aufgerufen haben. Durch den Wiederhochlauf des Datenbestandes und die Attraktivitätssteigerung erwartet das kir-Team nun wieder steigende Nutzerzahlen.

### **b. den Downloads der App**

900 Downloads (ansonsten siehe oben)

### **c. der Auflage des Magazins?**

Die Auflage der Printausgabe liegt bei 45.000 Exemplaren je Nummer (30.000 Exemplare werden über Publicity an den kultur-themenrelevanten Auslagestellen vertrieben. Weitere 15.000 Exemplare werden zur Auslage den für Stadtmarketing zuständigen kommunalen Stellen in der Metropole Ruhr zugesandt). Das Heft erscheint viermal im Jahr und erreicht bei Publicity weit überdurchschnittliche Abgriffzahlen. Vor dem Hintergrund knapper werdender Finanzmittel und mit dem Ziel einer Verjüngung der Zielgruppe bereitet die kir-Redaktion für das kommende Jahr eine partielle Neuausrichtung der kir-Angebote vor, in deren Rahmen verstärkt auf die digitalen und sozialen Medien gesetzt und der redaktionelle Inhalt erweitert wird.

Im Zuge dessen befassen wir uns auch mit der Steigerung der Reichweite und der Ansprache neuer Zielgruppen. Ziel ist es, kir nicht nur als Kultur-Kalenderportal für Nutzerinnen und Nutzer gezielt weiter zu etablieren, sondern auch als Netzwerk und Plattform für Kulturschaffende attraktiv zu machen. In einem ersten Schritt haben wir bereits eine Rubrik eingeführt („Profile“), in der Kunstschaffende aller Sparten präsentiert werden. Derzeit geschieht dies in Form von redaktionellen Porträts, die sich in verkürzter Form auch in der Printausgabe (mit Verweis auf das Online-Portal) wiederfinden.

Die Einbindung von Akteurinnen und Akteuren soll zudem die Reichweite und Bekanntheit von kir innerhalb der Kulturszene stärken. Hier setzen wir auch auf die mittelbare Werbung innerhalb der Community und die Social-Media-Follower der Kulturschaffenden.

## **2. Bis Ende 2023 hat kir einen eigenen Instagram-Kanal bespielt. Warum wurde dieser nicht weitergeführt?**

Wie bereits unter Punkt 1 ausgeführt, hat der RVR durch den Hackerangriff auf die Südwestfalen-IT zum Ende des Jahres 2023 seine kompletten kir-Daten verloren. Infolgedessen war es der Redaktion über einen längeren Zeitraum nicht möglich, auf eben diese Daten zuzugreifen und einen verlässlichen Contentplan zu erstellen. Alle personellen Ressourcen wurden für den Wiederaufbau der Datenbasis benötigt. Pünktlich zur Printausgabe 4/2024 wird der Instagram-Kanal wieder an den Start gehen, um die dann aktuelle Ausgabe bestmöglich zu präsentieren und zu bewerben. Des Weiteren wird die digitale Strategie bereits mit Ankündigung des neuen Hefts dahingehend ausgebaut

und gefestigt, die kir-Marke unabhängig von der Printausgabe weiter zu stärken und einen noch deutlicheren inhaltlichen Mehrwert durch den Instagram-Kanal zu bieten. Das reiche Kulturangebot der Region wird wie bislang in geeigneter Form präsentiert, außerdem werden die Posts künftig durch redaktionelle Inhalte ergänzt.

**3. Verfügt die Verwaltung über Kapazitäten, den kir-Instagram-Kanal fortzuführen sowie weitere relevante Soziale Medien zu bespielen?  
Wenn ja, wie könnte ein plattformspezifisches Kommunikationskonzept aussehen?**

Durch den nicht mehr gegebenen personellen Engpass ab Sommer 2024 sind die dafür nötigen Kapazitäten bereits eingeplant. Eine plattformspezifische Kommunikationsstrategie und Neuausrichtung sind bereits in der Entstehung (siehe oben). Der Fokus liegt auf einer noch engeren Verzahnung des Social Media-Kanals und des Internetauftritts. Auch eine höhere Sichtbarkeit innerhalb der RVR-Website steht auf der Agenda. Das neue Kommunikationskonzept zielt besonders auf die digitalen Ausspielungskanäle.

Folgend Maßnahmen sind geplant:

- Marketingmaßnahmen: Gezielte Werbe- und Anzeigenschaltung (z. B. bei Google, Instagram)
- Erweiterung der redaktionellen Porträts: Hier ist eine direkte Verknüpfung der Porträts im kir-Portal mit den jeweiligen Profilen und dem Content der Kulturschaffenden auf deren Websites und in deren sozialen Medien geplant. So soll wechselseitiger Traffic entstehen, auch in den Sozialen Medien.

**4. Wie schätzt die Verwaltung den Vorschlag ein, ergänzend zu den kir-eigenen Kanälen Influencer\*innen einzubinden? Hier wäre zum Beispiel eine Zusammenarbeit mit lokalen Akteur\*innen denkbar, die über ihre Plattformen kulturelle Events und Informationen aus dem Ruhrgebiet teilen.**

**a. Falls diese Ergänzung als sinnvoll erachtet wird, welche Personen würden als „Kulturinfluencer\*innen“ in Frage kommen und wie könnte eine Kooperation konkret ausgestaltet werden?**

Die kir-Redaktion hält die Einbindung von lokalen Kulturinstitutionen aus dem gesamten Ruhrgebiet für sehr sinnvoll. Vor dem Hackerangriff auf SIT ist es der kir-Redaktion durch redaktionelle Beiträge bereits gelungen, interessante Follower wie zum Beispiel das Lehmbruck Museum, das Museum Folkwang oder die Stiftung Zollverein für den kir-Instagram-Kanal zu gewinnen. Diese Vernetzung soll in Zukunft wieder aufgenommen und ausgebaut werden.

Auch die Kulturszene, insbesondere auch die freie Szene, bietet hier ein interessantes Potenzial, als Kulturbotschafterinnen und -botschafter über ihre eigenen Kanäle als Multiplikatoren zu fungieren. Allerdings gilt die Notwendigkeit, den auf diesem Wege in das Portal einfließenden Content zu kuratieren und zur Qualitätssicherung bzw. zur Beachtung der für ein öffentlich-rechtliches Portal gültigen Maßstäbe ggf. redaktionell einzugreifen (keine direkte Eingabe durch Externe auf dem kir-Server / Datensicherheit). Die personellen Ressourcen in der kir-Redaktion setzen hier allerdings zeitlich und quantitativ Grenzen. Dabei sollten möglichst viele Kultursparten berücksichtigt und die räumliche Abdeckung des gesamten Ruhrgebiets beachtet werden.

## 5. Gibt es Überlegungen, die Bekanntheit von kir zusätzlich zu steigern, indem Anbieter\*innen von Kulturveranstaltungen über ihre Kanäle auf kir hinweisen?

Insgesamt streben wir eine stärkere Ausrichtung von kir auf jüngere Zielgruppen und damit eine Fokussierung auf digitale Kanäle an.

Dabei wollen wir zum Beispiel auf den Potenzierungseffekt durch das Teilen der kir-Beiträge in Social Media setzen. Ein Beispiel: Im vergangenen Jahr (vor dem Hackerangriff auf SIT) haben wir im redaktionellen Online-Bereich ein Interview mit den beiden Sprechern der RuhrBühnen, Vasco Boenisch und Olaf Kröck, veröffentlicht. Beide haben das Interview über ihre eigenen Social Media Kanäle geteilt – und das brachte auch kir viele neue Follower ein. Diese Effekte wollen wir künftig weiter ausbauen.

Eine Nutzung der RVR-eigenen Kanäle zur Steigerung der Bekanntheit ist ebenfalls angedacht. So könnten zum Beispiel Inhalte über den idr ausgespielt werden. Nachrichtenrelevante Inhalte aus der redaktionellen Arbeit bei kir können mit Verweis auf das kir-Portal über den idr verbreitet werden. So wird bisher auch bereits mit dem Erscheinen der jeweils aktuellen Printausgabe verfahren: Eine entsprechende idr-Meldung informiert über Inhalte und verweist zudem auf Auslageorte und Downloadmöglichkeiten sowie auf weitere Inhalte zum Thema im kir-Portal.

Eine Kampagne bei Kommunen und anderen Kalender-Anbietern im Ruhrgebiet zur Einbindung der kir-Termine ist ebenso denkbar wie die Organisation eines Netzwerktreffens. Für letzteres müssten jedoch zunächst Geldmittel eingeworben werden.

Alle genannten Maßnahmen sollen dazu beitragen, das Online-Angebot der kulturinfo.ruhr weiter zu der regionalen Kulturplattform für Publikum wie auch für Akteur\*innen zu entwickeln. Über die reine Information zu Terminen und Veranstaltungsstätten der Metropole Ruhr hinaus bietet kir schon jetzt tiefergehende Inhalte, Positionen und Vernetzungen, die durch die genannten Maßnahmen noch ausgebaut werden. Zentral ist dabei die Einbeziehung der Kulturszene der Metropole Ruhr – als Nutzer\*innen, Multiplikator\*innen, Akteur\*innen und Netzwerker\*innen. Ziel ist es, eine Art virtuelle Bühne zu etablieren, auf der sich Künstlerinnen und Künstler (redaktionell begleitet) darstellen können. Dieser Mehrwert des kir-Portals ergänzt die bereits in der Region verankerte Kalenderfunktion sowie die redaktionellen Inhalte des kir-Angebots und unterstreicht die Einzigartigkeit des digitalen Angebots für die Metropole Ruhr. Nicht zuletzt bekräftigt dies die Kompetenz des Regionalverbandes Ruhr im Themenschwerpunkt regionale Kultur und seine Rolle als Netzwerker, Koordinator, Impulsgeber, Dienstleister und Projektträger in der Metropole Ruhr.

Sachbearbeiter/in	Referat / Referatsleiter/in	Bereich / Beigeordnete/r	Regionaldirektor Garrelt Duin
<b>von Oepen , Marie</b>	<b>Raillon, Christian</b>	<b>R1 Strategische Entwicklung und Kommunikation</b>	
Akt.zeichen			