



Kurfürstliches Palais
Willy-Brandt-Platz 3
54290 Trier
Telefon 0651 9494-0
Telefax 0651 9494-170
poststelle@add.rlp.de
www.add.rlp.de

01.07.2021

Konzept für die Social Media-Kommunikation der ADD über von Twitter und Instagram

1. Zweck, Art und Umfang

Die Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion (ADD) ist eine obere Landesbehörde und somit öffentliche Stelle des Landes Rheinland-Pfalz. Öffentliche Stellen als Verantwortliche im Sinne der Datenschutzgrundverordnung unterliegen der Aufsicht des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (LfDI). Dieses Konzept orientiert sich daher an den durch den LfDI in einem Handlungsrahmen formulierten Anforderungen für die Nutzung von Social Media für öffentliche Stellen (Stand 06.03.2020).

Bereits 1977 stellte das Bundesverfassungsgericht fest, dass Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Stellen nicht nur zulässig, sondern auch notwendig ist. Die demokratische Meinungsbildung und Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger setzt voraus, dass sie über Sachfragen, Entscheidungen und Maßnahmen auch genügend wissen, um sich ein Urteil überhaupt bilden zu können. (BVerfGE 44,125).

Diesem Anspruch auf Information der Bürgerinnen und Bürger können staatliche Stellen praktisch nur unter zur Hilfenahme der Massenmedien nachkommen. Pressemitteilungen und Presseerklärungen, Erläuterungen von Sachverhalten und Entscheidungen, Stellungnahmen, Interviews, Hintergrundgespräche und Hinweise richten sich von daher an die Massenmedien, damit diese sie kritisch prüfen, diskutieren, vervielfältigen, in einen Gesamtzusammenhang stellen und so der demokratischen Willensbildung dienen. Seit 1977 hat sich die Medienlandschaft in Deutschland jedoch deutlich verändert. Gab es damals allein Tageszeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen, so ist die



Medienlandschaft heute weitaus vielfältiger, schneller und digital. Vor allem das mittlerweile klassische Medium Internet, seine Nutzung durch die Bürgerinnen und Bürger, aber auch technische Neuerungen haben viel zu dieser Veränderung beigetragen. Social Media ist ein fester Bestandteil der Medienlandschaft geworden. Es bietet anders als klassische Massenmedien grundsätzlich die Möglichkeit einer Zwei-Wege-Kommunikation, es ist ein schnelles, bildlich dominiertes Medium und es wird von jungen Zielgruppen weitaus stärker genutzt als andere Informationskanäle.

Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Stellen im Jahr 2021 darf sich daher nicht nur auf die klassischen Medien des Rundfunks und der Zeitung konzentrieren, wenn sie alle Bürgerinnen und Bürger noch in einem ausreichenden Maße erreichen will. Die ARD/ZDF-Langzeitstudie 2020 stellt fest, dass bei der Gruppe der 14-29jährigen das Internet mit 97% Tagesreichweite gegenüber einem Vergleichswert an der Gesamtbevölkerung von 72% ein Medium ist, das so gut wie jede/jeder in der Altersgruppe nutzt.¹ Dabei dienen das Internet und die sozialen Medien schon seit langem als Informationsmedium und Nachrichtenquelle. Soziale Netzwerke wurden bereits 2016 von 31% der Nutzerinnen und Nutzer regelmäßig als Nachrichtenquelle verwendet, der Anteil der 18-24jährigen, die soziale Medien als Nachrichtenquelle nutzen lag auch damals schon wesentlich höher bei 48%². Somit waren bereits vor 5 Jahren für jeden Zweiten unter 25 Jahren soziale Medien eine wesentliche Informationsquelle. Dieser Trend dürfte sich weiter verstärkt haben. Bei den Jugendlichen ist die Nutzung sozialer Medien heute noch stärker ausgeprägt. In der JIM Studie 2020, die der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest als Basisuntersuchung zum Medienumgang 12-19jähriger herausgegeben hat, geben 89% der Jugendlichen an das Internet täglich oder mehrmals die Woche zu nutzen. Im Schnitt liegt die tägliche Online-Nutzung in dieser Altersgruppe bei 258 Minuten und damit bei deutlich über 4 Stunden am Tag. Immerhin 11-12% dieser Zeit dient der Informationssuche. Nach der ARD/ZDF Onlinestudie 2020 nutzen 53% der 14-29jährigen täglich den Social Media Kanal Instagram.

Sich dieser Entwicklung zu verschließen, würde bedeuten gerade die jüngeren Bürgerinnen und Bürger nicht mehr in einem angemessenen Umfang informieren zu können.

¹ Vgl. Beisch/Schäfer Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media Fassung vom 01.11.20 in Media Perspektiven 9/2020 S. 464

² Vgl. Hölzig/Hasebrink Nachrichtennutzung über soziale Medien im internationalen Vergleich S. 538 in Media Perspektiven 11/2016



Dabei beachtet die ADD stets das CrossMedia-Gebot des LfDI. Soziale Medien ersetzen nicht die klassischen Informationswege über Medien und Internet, sie ergänzen sie. Die Bürgerinnen und Bürger können sich ihre Informationswege aussuchen; das umfangreiche und ausführlichere Angebot finden sie auf den Internetseiten. Kurzinformationen, Überschriften, Bilder, Hinweise und Themenideen sowie Erfahrungsberichte und Videos der Anwärterinnen und Anwärter über ihre Ausbildungszeit präsentiert die ADD ergänzend im Social Media-Bereich. Ein link zu dem kompletten Informationsangebot verweist regelmäßig auf die Internetseiten. Die Nutzung der sozialen Medien soll den Bürgerinnen und Bürgern, die durch die klassischen Medien nicht zu erreichen sind, einen Weg zu den umfassenderen Informationsmöglichkeiten im Internet weisen und sie damit in die Möglichkeit versetzen, sich über die Zuständigkeiten, Aufgaben und Inhalte der ADD zu informieren. Junge Menschen versucht die ADD zum Zwecke der Personalgewinnung verstärkt über die sozialen Medien anzusprechen und in dieser Zielgruppe für das Berufsfeld der öffentlichen Verwaltung als attraktiver Arbeitgeber zu werben.

Die ADD möchte durch die Nutzung der Social Media Kanäle Twitter und Instagram die Reichweite ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit insbesondere für die Bürgerinnen und Bürger, die verstärkt Social Media Kanäle zu ihrer Information nutzen, erhöhen und gerade jüngere Menschen auf das Informationsangebot und die Ausbildungsmöglichkeiten im Zuständigkeitsbereich der ADD aufmerksam machen. Darüber hinaus erachtet die ADD vor allem twitter, aber auch Instagram, als notwendige und ergänzende Instrumente und im Rahmen der Krisenkommunikation als erforderlich an, um eine ausreichende Anzahl an Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen in sehr kurzer Zeit über die digitalen Medien auf die von der ADD auf ihren Internetseiten und anderen Kanälen zur Verfügung gestellten Informationen im Krisenfall hinzuweisen. Die Kommunikation ist in einem solchen Krisenfall auf schnelle Schlagzeilen zu ausführlicheren Informationen und bildliche Verhaltenshinweise, die Benachrichtigungsfunktion und die Einfachheit diese Nachrichten unkompliziert und schnell zu teilen, angewiesen. Den Social Media Kanal Instagram nutzt die ADD vorwiegend als Teil der Personalgewinnungsstrategie für junge Nachwuchskräfte. Mit bildlich unterstützenden Darstellungen aus dem Ausbildungsalltag der Anwärterinnen und Anwärter soll das Interesse für eine berufliche Tätigkeit in unserem Hause gerade bei einer sehr jungen und zum Teil noch schulischen Zielgruppe geweckt werden.



Die ADD nutzt den Social Media Kanal Twitter für

- Kurzfassungen von Pressemitteilungen
- Zusätzliche Veröffentlichung von Pressefotos
- Hinweise zu Veranstaltungen und Terminen
- Themenüberschriften im Zuständigkeitsbereich der ADD vor allem mit Verweisen auf bereits vorhandene Inhalte der Internetseiten
- Ergänzende und schnelle Krisenkommunikation
- Allgemeine Informationen zur Verwaltung inklusive der Darstellung der Aufgaben und Leistungen der der ADD
- Verlinkung mit andern Landesbehörden und Institutionen im Zuständigkeitsbereich der ADD insbesondere durch retweets
- Personalgewinnung, Hinweise zu Stellenausschreibungen
- PR/Marketing
- Ergänzende Kontaktmöglichkeit der Bürgerinnen und Bürger zur Vermittlung eines Ansprechpartners oder einer einfachen Auskunft mit Verweis auf alternative Kommunikationskanäle.

Der Social Media Kanal Instagram der ADD richtet sich explizit an ein sehr junges Publikum. Er wird genutzt für:

- Personalgewinnung, Stellenausschreibungen
- Steigerung der Attraktivität als öffentlicher Arbeitgeber durch bildlich unterstützte Erfahrungsberichte und Ausbildungsinhalte der Anwärterinnen und Anwärter
- Allgemeine und bildlich unterstützte Informationen zur Verwaltung
- Themenüberschriften im Zuständigkeitsbereich der ADD vor allem mit Verweisen auf bereits vorhandene Inhalte der Internetseiten
- Hinweise auf Termine und Veranstaltungen
- als ergänzender, zusätzlicher medialer Kanal im Falle der Krisenkommunikation

Alle Angebote der ADD auf twitter sind frei zugänglich. Lediglich zur Kommunikation über twitter ist ein twitter-Account nötig. Die Inhalte auf Instagram sind nur für Nutzerin-



nen und Nutzer zugänglich, die auch einen Instagram- Account haben. Alle Informationen zu Ausbildungsinhalten und Ausbildungsmöglichkeiten finden sich jedoch frei zugänglich auch auf den Internetseiten der ADD wieder. Frei zugänglich für jederfrau/jedermann ist zudem die Kommunikation per e-mail.

Auf Fragen, Kommentare und Nachrichten kann Montag bis Freitag zu den üblichen Geschäftszeiten umgehend geantwortet werden. Zuständig für den Social Media-Kanal Twitter und Instagram der ADD ist das Referat 11 der ADD vertreten durch die Referatsleitung Anja Gilweit. Die redaktionelle und technische Betreuung erfolgt durch die Pressestelle der ADD vertreten durch Miriam Lange. Die Inhalte zur Personalgewinnung und Ausbildung auf Instagram verantwortet Referat 12 der ADD vertreten durch die Referatsleitung Sabine Scalla.

2. Netiquette für die Kommunikation auf Twitter und Instagram

Wir wollen einen verantwortungsbewussten, respektvollen und konstruktiven Umgang miteinander und bitten deshalb unsere Netiquette zu beachten:

- *Für Spam, Beleidigungen, Verleumdungen, üble Nachrede und Provokation sowie Kommentare mit vulgären, gewaltverherrlichenden, diskriminierenden, rassistischen, sexistischen, hassgefüllten und/oder gesetzeswidrigen Äußerungen oder Inhalten ist auf unseren Seiten kein Platz!*
- *Wir sind eine öffentliche Stelle und nehmen daher keine Werbung auf.*
- *Erwähnungen und Kommentare müssen einen sachlichen Bezug zum Thema des tweets/Instagram-Beitrages haben.*
- *Wir kommunizieren in deutscher Sprache, versuchen aber auch Englisch und Französisch zu verstehen.*
- *Urheberrechte sind stets zu wahren, insbesondere bei bildlichen Darstellungen. Bei Zitaten und Beiträgen ist die Quelle zu benennen.*
- *Wir haften nicht für Beiträge anderer Nutzer!*
- *Bitte keine sensiblen Daten in der Social Media Kommunikation verwenden! Wir vermitteln gerne Ansprechpartner und Stellen im Bereich unserer Zuständigkeit auf anderen Kanälen.*



Die ADD behält sich vor, Beiträge, die gegen diese Netiquette verstoßen, zu löschen bzw. den jeweiligen Nutzer künftig aus der Diskussion auszuschließen. Darüber hinaus gelten die Nutzungsbedingungen des jeweiligen sozialen Netzwerks.

3. Datenschutz und Informationsfreiheit

Die ADD erhebt selbst keinerlei personenbezogene Daten der Nutzerinnen und Nutzer für eigene Zwecke. Wir verweisen hier aber ausdrücklich auf das Impressum und die Datenschutzhinweise des Kurznachrichtendienstes twitter! und Facebook (Instagram).

Verantwortlich im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung, des Bundesdatenschutzgesetzes und des rheinland-pfälzischen Landesdatenschutzgesetzes sowie sonstiger datenschutzrechtlicher Bestimmungen ist neben twitter und Facebook (Instagram) auch die

Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion (ADD),

vertreten durch den Präsidenten Thomas Linnertz

Willy-Brandt-Platz 3, 54290 Trier, Deutschland

Tel.: +49 (651) 9494-0

E-Mail: poststelle@add.rlp.de

Website: www.add.rlp.de

Der Datenschutzbeauftragte des Verantwortlichen ist:

Joachim Hilgert

E-Mail: Datenschutz@add.rlp.de

Halbjährlich verweisen wir auf die Datenschutzerklärungen und den Umgang mit sozialen Medien auf unserem twitter-Kanal, unserem Instagram-Kanal und unseren Internetseiten, auf denen auch unser Social Media-Konzept für den Kurznachrichtenkanal twitter und den Social-Media-Kanal Instagram veröffentlicht ist. Bürgerinnen und Bürger sollen so für die mit der der Social Media-Kommunikation verbundenen Risiken und für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung sensibilisiert werden.