

# Social-Media-Konzept MWWK

---

Stand: November 2020

## Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung: Warum braucht das MWWK einen Social-Media-Auftritt?	2
II	Datenschutz	3
III	Zielgruppen des MWWK im Social-Media-Bereich	5
IV	Ableitung: Auswahl der Social-Media-Kanäle	7
V	Auftritt auf den Social-Media-Kanälen des MWWK	9
	a) Facebook	
	b) Twitter	
VI	Vernetzung mit anderen Behörden / Einrichtungen	10
VII	Eingang von fachlichen Fragen	11

## I Einleitung: Warum braucht das MWWK einen Social-Media-Auftritt?

Das MWWK ist Teil der Landesregierung und unterliegt als solcher der staatlichen Informationspflicht. Wie durch das Bundesverfassungsgericht 1977 konkretisiert, bedeutet dies nicht nur die Herausgabe von Informationen, wenn diese verlangt werden. Vielmehr beinhaltet die staatliche Informationspflicht das sich aktiv an die Öffentlichkeit wenden der Regierung. Institutionalisiert hat sich in diesem Rahmen die klassische Pressemitteilung, die durch die Landesregierung und ihre Ministerien herausgegeben wird. Auch das Interview, das Pressegespräch oder die Pressekonferenz sind im Rahmen der institutionalisierten Öffentlichkeitsarbeit zu nennen.

Inzwischen hat die Informationssuche über die sozialen Netzwerke stark zugenommen. Im Jahr 2016 haben die sozialen Netzwerke (31 %) die Zeitungen (29 %) als Nachrichtenquellen in Deutschland überholt. Damit liegen lediglich das Fernsehen (72 %) sowie das Radio (46 %) als regelmäßig genutzte Nachrichtenquellen über den sozialen Netzwerken. Damit sind die sozialen Medien in ihrer Wichtigkeit innerhalb eines Jahres um sechs Prozentpunkte gestiegen. Bei jungen Menschen bis 24 Jahre ergibt sich ein verschärfter Trend: Hier liegt das Fernsehen (69 %) zwar auch noch auf dem ersten Platz; verliert aber in gleichem Maße wie die gedruckten Zeitungen an Zuspruch (15 Prozentpunkte auf 36 %). Daneben geben 58 % der Nutzer\_innen unter 24 Jahren an, dass sie ihre Informationen rein aus Onlinemedien beziehen.

Um der staatlichen Informationspflicht nachzukommen, genügt es demnach nicht mehr, auf herkömmliche und institutionalisierte Öffentlichkeitsarbeit zurückzugreifen. Vielmehr bedarf es einer der neuen Mediennutzung angepassten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die den Strategien der PR folgt.

Die neuen sozialen Netzwerke ermöglichen dem MWWK eine zielgruppengenaue Aussteuerung der Inhalte, schnelle Informationsweitergabe und direkte Kommunikation mit Meinungsführern und Pressevertreter\_innen.

Die Ziele der Social-Media-Auftritte sind:

- Menschen erreichen, die über klassische Kanäle wie Pressearbeit, Website o.ä. nicht mehr erreicht werden. Dabei wollen wir möglichst viele Altersgruppen erreichen.
- Neue bzw. andere Zielgruppen mit niedrigschwelligem Angebot erreichen.
- Einen Blick hinter die Kulissen der Landesregierung ermöglichen.
- Schnelle Reaktion und Kommunikation ermöglichen und über Nutzerverhalten eine Rückmeldung bekommen.
- Eine zusätzliche Informationsquelle für Journalisten schaffen.
- Informationen schnell und direkt an eine große Öffentlichkeit vermitteln (insbesondere im Krisenfall)

Das Konzept wird regelmäßig evaluiert; zuletzt November 2020.

## II      Datenschutz

Der Beauftragte für den Landesdatenschutz hat auf einer Unterseite der Homepage [www.datenschutz.rlp.de](http://www.datenschutz.rlp.de) einen Handlungsrahmen sowie Vorgaben für die Nutzung von sozialen Medien für rheinland-pfälzische Verwaltungen definiert.

Auf dieser Grundlage unterrichtet das MWWK die Nutzerinnen und Nutzer über den Datenschutz und mahnt zur Datensparsamkeit. Für Facebook und Twitter sind jeweils eigene Datenschutzerklärungen nach dem Muster des Landesbeauftragten für Datenschutz erstellt, die ebenfalls mittels eines Links von der jeweiligen Plattform auf rlp.de abgerufen werden können. Hier sind auch Gewinnspiel-Regeln enthalten.

Die Datenschutzhinweise sind gut erreichbar von Facebook und Twitter abrufbar und wurden dort zusätzlich als Tweet bzw. Posting veröffentlicht. Es ist geplant, dies in regelmäßigen Abständen zu wiederholen. Außerdem zu finden ist ein Link zum Informationsangebot [www.youngdata.de](http://www.youngdata.de). Diese Angaben machen es möglich, dass Betroffene ihre Rechte wahrnehmen können. In den Datenschutzerklärungen sind die Datenschutzerklärungen der Plattformbetreiber verlinkt.

Im Falle von Facebook wird auf die Seiten-Insights-Ergänzung von Facebook verwiesen, um die Informationen über die Vereinbarung gemäß Art. 26 DSGVO zur Verfügung zu stellen. Die von der Datenschutzkonferenz (DSK) formulierten Fragen, die diese Ergänzung noch nicht beantwortet, wurden von der Staatskanzlei an Facebook adressiert. Die Antwort wird geprüft und ggf. eine gesonderte Vereinbarung darüber angestrebt.

Neben einem Hinweis auf die Eigenverantwortlichkeit der registrierten Nutzerinnen und Nutzer bei der Nutzung des Angebots weist das MWWK im Sinne des Cross-Media-Gebots auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten hin. Auf Facebook erfolgt die Nennung von E-Mail, Telefon und Postanschrift des MWWK i sowie die Nennung der Website [mwwk.rlp.de](http://mwwk.rlp.de), auf der ebenfalls alle Kontaktdaten abrufbar sind. Auf Twitter erfolgt die Nennung der Website [mwwk.rlp.de](http://mwwk.rlp.de), auf der die obigen Kontaktdaten abrufbar sind.

Zur Sensibilisierung erfolgen über die Accounts regelmäßig Hinweise zu datenschutzrelevanten Themen.

Verantwortlich für die redaktionelle und technische Betreuung der Angebote ist die Pressestelle des MWWK.

Die Bearbeitung der Betroffenenrechte erfolgt in Abstimmung zwischen der Pressestelle und des behördlichen Datenschutzbeauftragten. Die Betroffenen können sich dabei zur Wahrnehmung Ihrer Rechte gemäß Art. 15 ff. DSGVO an den behördlichen Datenschutzbeauftragten wenden. Dieser prüft die Rechte der Betroffenen. Die Pressestelle ist dabei verantwortlich für die Zulieferung der für die Bearbeitung erforderlichen Informationen an den behördlichen Datenschutzbeauftragten sowie für die Umsetzung etwaiger Maßnahmen.

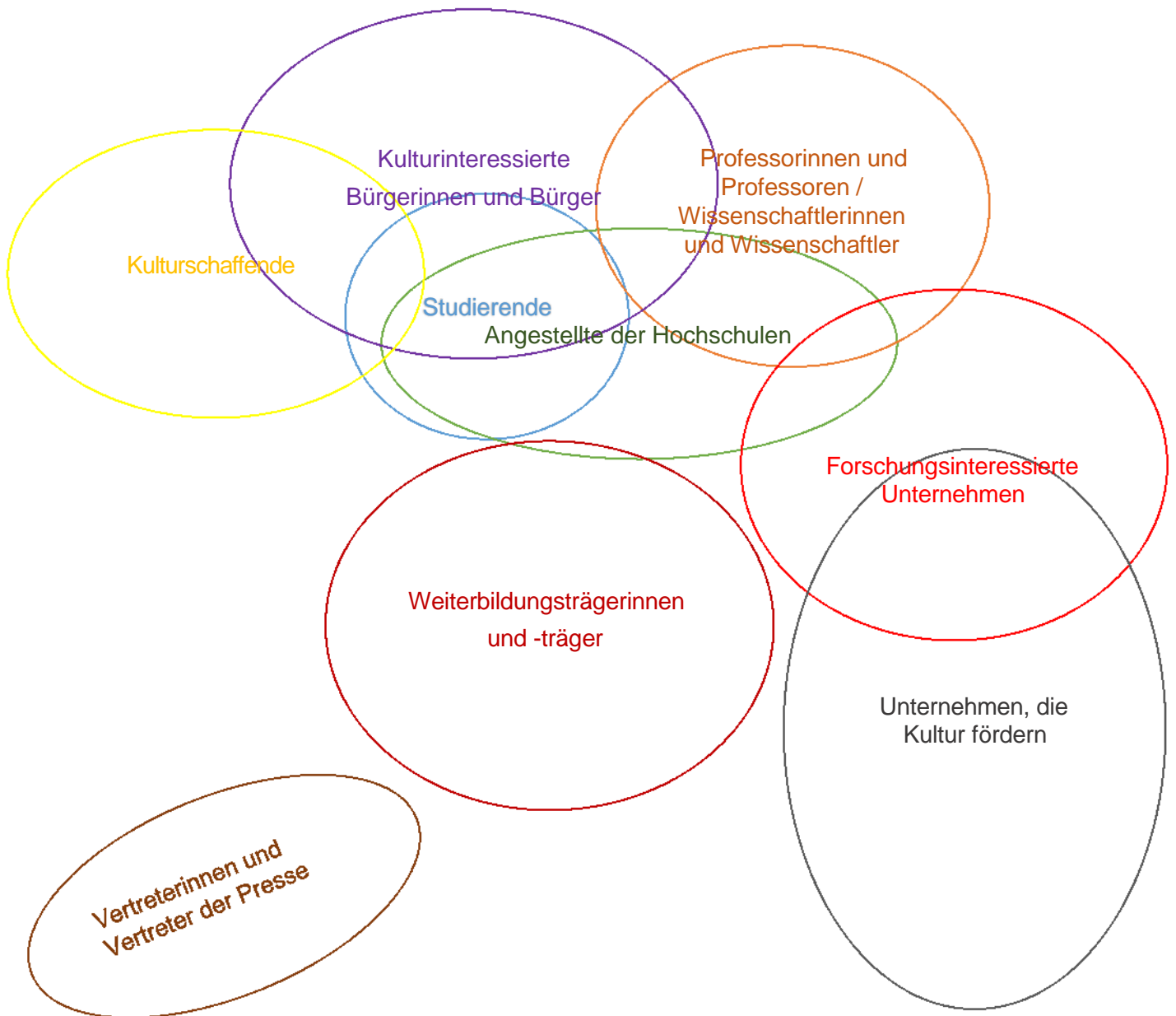
Das Social Media Angebot des MWWK wird in das Verarbeitungsverzeichnis gemäß Art. 30 DSGVO aufgenommen.

Die Möglichkeiten, den technisch- organisatorischen Datenschutz zu gestalten, hängen wesentlich von den Optionen ab, die die Plattformbetreiber eröffnen. Das MWWK wählt, soweit Einstellungen auf den Plattformen möglich sind, die Möglichkeit mit der größten Datensparsamkeit aus. Zugriff auf die Daten, die die Plattformbetreiber des MWWK zur Verfügung stellen, haben ausschließlich die für die Betreuung der Accounts zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Aus derzeitiger Sicht ist eine Datenschutzfolgeabschätzung nicht erforderlich. Ein hohes Risiko besteht nicht. Insbesondere werden – soweit bekannt - keine besonderen Daten gemäß Art. 9 DSGVO verarbeitet. Auch die anderen auf der Prüfliste des LfDI genannten Punkte sind – soweit bekannt - nicht einschlägig. Dies wird regelmäßig geprüft.

### III Zielgruppen des MWWK im Social-Media-Bereich

Eine grobe Ermittlung der Zielgruppen des MWWK ist überblicksartig im Folgenden dargestellt. Diese Zielgruppen sind nicht alle in einem Format oder Medium gemeinsam zu erreichen. Dennoch ergeben sich Schnittmengen, die genutzt werden sollten:



Dabei sind verschiedene Social-Media-Kanäle für unterschiedliche Zielgruppen besonders geeignet:

- Facebook: Studierende, Kulturschaffende, Forschungsinteressierte Unternehmen, Unternehmen, die Kultur fördern, Weiterbildungsträgerinnen und -träger, Angestellte von Hochschulen, Kulturinteressierte Bürgerinnen und Bürger des Landes RLP
- Twitter: Vertreterinnen und Vertreter der Presse, Meinungsführer in den jeweiligen Bereichen des MWWK, Professorinnen und Professoren, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler
- Instagram: Studierende, Schülerinnen und Schüler, die das MWWK über die Angebote des rheinland-pfälzischen Hochschulsystems informieren möchte, Kulturschaffende
- YouTube: Studierende, Schülerinnen und Schüler, die das MWWK über die Angebote des rheinland-pfälzischen Hochschulwesens informieren möchte, Forschungseinrichtungen in begrenztem Maße
- Blogs: Kulturschaffende, Einzelpersonen und Meinungsführer aus den Bereichen des MWWK

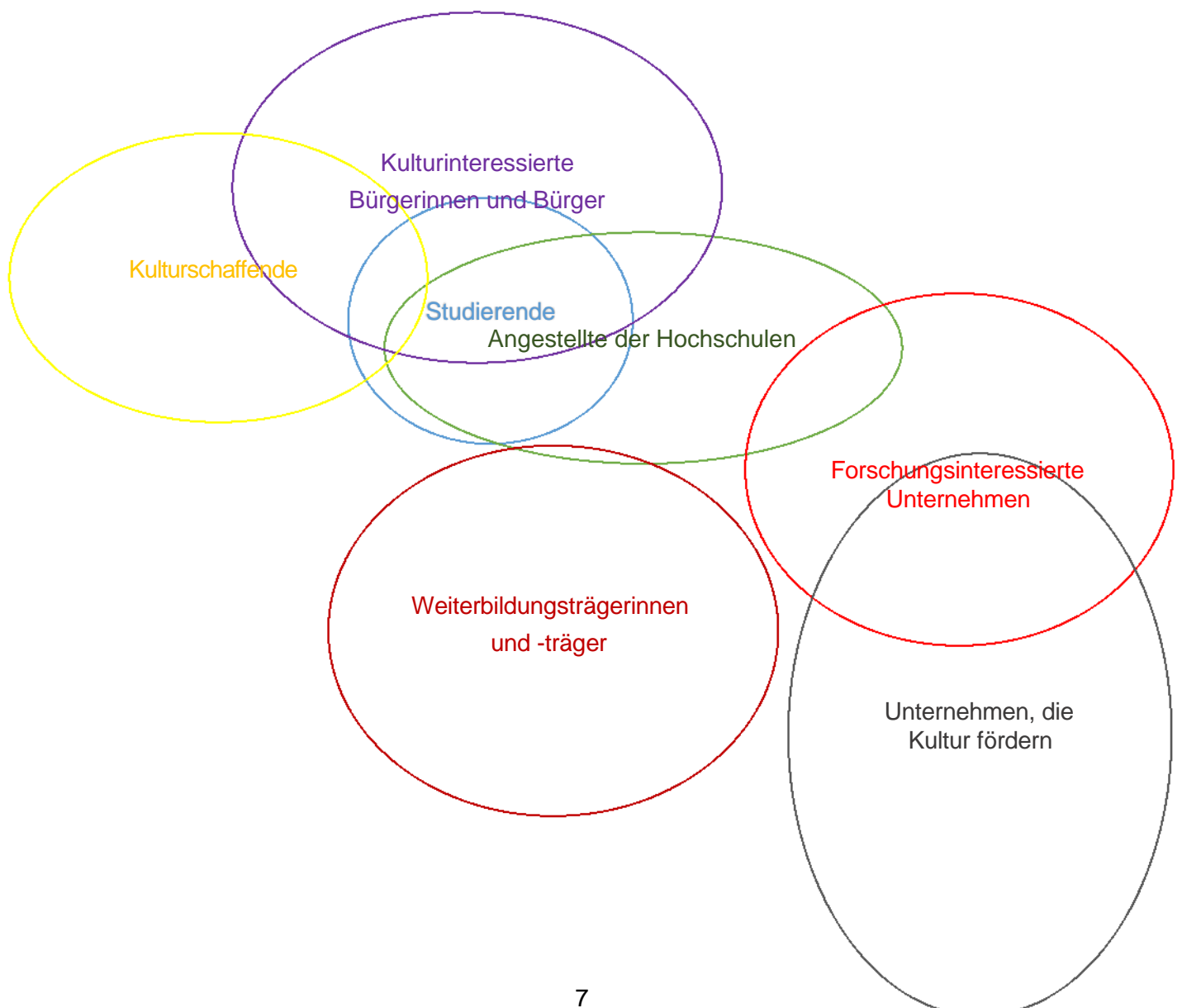
#### IV Ableitung: Auswahl der Social-Media-Kanäle

Ausgehend von der aufgeführten Auswahl an Zielgruppen des MWWK empfiehlt sich der Aufbau von Social-Media-Präsenzen auf a) Facebook und b) Twitter.

Es ist sicher zu stellen, dass möglichst alle Informationen, die auf diesen Kanälen der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, auch durch über andere, freizugängliche Quellen, z. B. über Presseinformationen, Homepage etc., verfügbar sind.

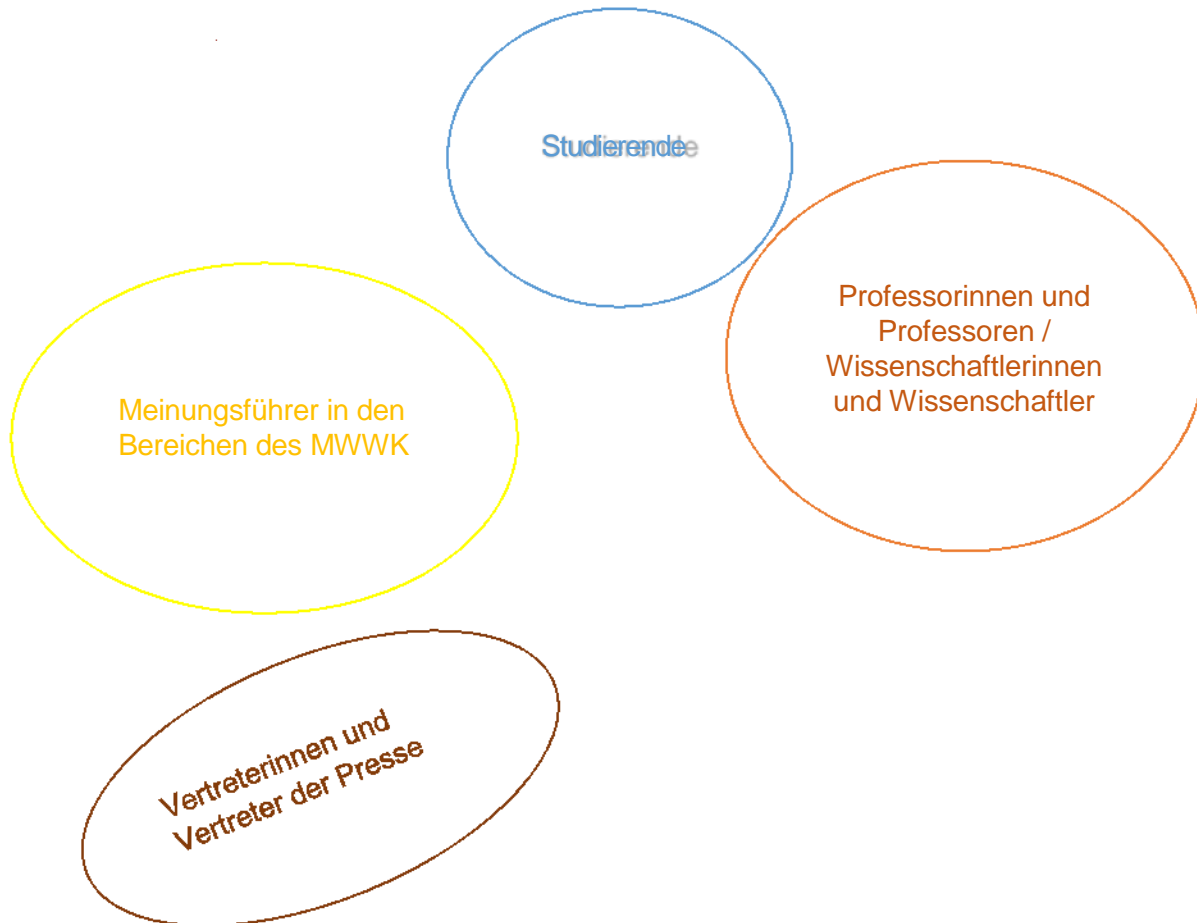
##### a) Facebook

Zielgruppen für das Medium „Facebook“ sind: Studierende, Kulturschaffende, Forschungsinteressierte Unternehmen, Unternehmen, die Kultur fördern, Weiterbildungsträgerinnen und -träger, Angestellte von Hochschulen, Kulturinteressierte Bürgerinnen und Bürger des Landes RLP



b) Twitter

Zielgruppen für das Medium „Twitter“ sind: Vertreterinnen und Vertreter der Presse, Meinungsführer in den jeweiligen Bereichen des MWWK, Professorinnen und Professoren, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler



Die beiden Medien „Facebook“ und „Twitter“ ermöglichen demnach eine Abdeckung aller relevanten Zielgruppen für das MWWK.



## V Auftritt auf den Social-Media-Kanälen des MWWK

Das Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur RLP bietet folgende Social-Media-Kanäle an (Stand 24.11.2020):

- a) Facebook
- b) Twitter

Die Verantwortung im Sinne des Presserechtes liegt bei

Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur RLP

Markus Nöhl, Pressesprecher

Mittlere Bleiche 61

55116 Mainz

Ansprechpartnerinnen und -partner für die Social-Media-Auftritte des MWWK sind:

Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur RLP

Markus Nöhl, Pressesprecher (06131 16-4597; [markus.noehl@mwwk.rlp.de](mailto:markus.noehl@mwwk.rlp.de))

Pauline Kopf, Voluntärin (06131 16-4532; [pauline.kopf@mwwk.rlp.de](mailto:pauline.kopf@mwwk.rlp.de))

Mittlere Bleiche 61

55116 Mainz

## VI Vernetzung mit anderen Behörden / Einrichtungen

Innerhalb der Landesregierung sind im Rahmen einer behutsamen Öffentlichkeitsarbeit über Social Media nahezu alle Ministerien bei Twitter und teilweise auch auf Facebook aktiv. Insbesondere die Staatskanzlei verfügt über eine Vielzahl von Kommunikationskanälen.

Daneben haben alle Universitäten und Hochschulen des Landes einen eigenen Facebook-Auftritt; lediglich die Universitätsmedizin hat noch keine eigene Präsenz erstellt. Viele Kultureinrichtungen und nahezu alle Weiterbildungseinrichtungen sind auf Facebook zu finden.

Es bietet sich an, in eigenen Beiträgen immer möglichst viele andere Facebook-Präsenzen zu verlinken / zu markieren. Dies steigert die eigene Reichweite sowie die Interaktionen mit der Facebook-Seite des MWWK. Auch gemeinsame Beiträge sind denkbar, müssen jedoch geplant und abgesprochen werden.

Insbesondere in Krisensituationen, z. B. die Corona-Pandemie, können durch das gezielte Teilen von Social Media-Meldungen wichtige Botschaften verstärkt und damit die Reichweite erhöht werden.

## VII Eingang von fachlichen Fragen

Insbesondere Facebook aber auch Twitter bieten die Möglichkeit, dass Nutzerinnen und Nutzern der Medien Fragen an die Accounts des MWWK stellen. Im Sinne der umfassenden Bürgerinformation werden konkrete Anfragen über die Social-Media-Kanäle bearbeitet und eine entsprechende Rückantwort erteilt.

Dabei empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- Eingang von Anfragen wird bestätigt und auf eine baldige Antwort verwiesen.
- Anfrage wird per Mail an die betreffende Abteilung gerichtet.
- Antwort der Abteilung wird ggf. mit der Büroleitung rückgekoppelt.
- Antwort wird versendet und auf weitere Anfragemöglichkeiten wie z. B. E-Mail wird hingewiesen.
- Die Anfrage wird ausgedruckt; der Mailverkehr ebenfalls. Beides wird miteinander veraktet.