

Landtag Rheinland-Pfalz
Büro des Präsidenten

26. Juni 2018

Konzept für die Social Media-Kommunikation

Inhaltsverzeichnis

1. Analyse	3
1.1 Situation	3
1.2 Ziel	3
1.3 Zielgruppen	4
2. Strategie	5
3. Maßnahmen	7
4. Barrierefreiheit	9
5. Netiquette	9
6. Datenschutz und Informationsfreiheit	9
7. Evaluation	12

1. Analyse

1.1 Situation

Die parlamentarische Demokratie wird immer wieder kritisiert. Zentrale Kritikpunkte, die in der öffentlichen Debatte geäußert werden, sind:

- Komplexität und mangelnde Transparenz von Entscheidungsverfahren
 - Beispielsweise in Form von Unklarheit der Verantwortlichkeiten im Mehrebenensystem
- Transnationales Regieren, das nicht oder nur unzureichend legitimiert ist
- Parteien, die ihre Vermittlungsfunktion nicht mehr erfüllen
- Medien, die nicht mehr aufklären, bilden und die Wirklichkeit von Bürgerinnen und Bürgern mit ihren Sorgen und Präferenzen darstellen
- Investoren, Banken, Unternehmen und supranationale Regime (WTO, Weltbank), die an die Stelle der Demokratie treten

Eine bekannte Folgerung daraus ist zum Beispiel die These der „Postdemokratie“, die durch den Wissenschaftler Colin Crouch geprägt wurde und einen Legitimitätsverlust politischer Akteure und Institutionen sieht (vgl. Vorländer, Hans (2017): Demokratie – in der Krise und doch die beste Herrschaftsform? In: Informationen zur politischen Bildung: Demokratie. Heft 322. S. 72-81 und Öztürk, Asiye (2011): Editorial. In: Aus Politik und Zeitgeschichte: Postdemokratie? 1-2/2011. S. 2).

1.2 Ziel

Aufgrund dieser Kritik ist es nötig, zu handeln. Soziale Medien spielen dabei eine relevante Rolle, denn viele Menschen nutzen sie. Laut der ARD/ZDF Onlinestudien 2016/2017 sind neun von zehn Deutschen online. Laut Statistischem Bundesamt (Erhebung über die private Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien aus dem ersten Quartal 2017) sind 55 % der Internetnutzerinnen und Internetnutzer für private Kommunikation auf „sozialen Netzwerken“ unterwegs.

Soziale Medien möchte die Landtagsverwaltung dazu nutzen, die Begeisterung für die parlamentarische Demokratie zu stärken/zu wecken. Konkret möchte sie durch Social Media:

- Verständnis für Entscheidungsverfahren fördern
- Distanz zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Politik/Politikerinnen und Politikern abbauen
- Zur politischen Meinung befähigen
- Zum politischen Engagement motivieren
- Die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Veranstaltungen der Landtagsverwaltung erhöhen
- Über die im Landtag diskutierten politischen Inhalte informieren
- Medienresonanz herbeiführen

1.3 Zielgruppen

Die Social Media-Kommunikation der Landtagsverwaltung im Zeitraum zwischen dem 08.06.2017 und dem 26.03.2018 wurde evaluiert. Auf der Basis dieser Evaluation lauten die Zielgruppen der Social Media-Kommunikation der Landtagsverwaltung:

- Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 14 und 17 Jahren, die weniger politikaffin sind
 - Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 14 und 17 Jahren, die politikaffin sind (als Multiplikatoren)
- Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 25 und 34 Jahren, die sich für den Themenbereich „Sicherheit“ interessieren und weniger politikaffin sind
 - Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 25 und 34 Jahren, die sich für den Themenbereich „Sicherheit“ interessieren und politikaffin sind (als Multiplikatoren)
- Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 25 und 34 Jahren, die sich für den Themenbereich „Bildung“ interessieren und weniger politikaffin sind
 - Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 25 und 34 Jahren, die sich für den Themenbereich „Bildung“ interessieren und politikaffin sind (als Multiplikatoren)
- Fachpublikum im politischen Bereich (z. B. Journalistinnen und Journalisten, Pressesprecherinnen und Pressesprecher, Abgeordnete, Lehrerinnen und Lehrer)

Die Landtagsverwaltung nutzt eine Facebook-Seite, da sich auf Facebook größtenteils Menschen zwischen 25 und 34 Jahren bewegen, die möglicherweise weniger politikaffin sind (Quelle: Facebook Zielgruppen-Insights, „The Annual Topics & Trends Report“ von Facebook vom 11. Februar 2018 und die ARD/ZDF Onlinestudien 2016/2017).

Darüber hinaus wird ein Instagram-Account genutzt, da sich dort insbesondere Menschen zwischen 14 und 17 Jahren bewegen (Quelle: ARD/ZDF Onlinestudien 2016/2017 und die „Politische Jugendstudie“ von BRAVO und YouGov aus dem Jahr 2017).

Außerdem nutzt die Verwaltung des Landtags einen Twitter-Kanal, da dort Fachpublikum/Multiplikatoren aus dem politischen Bereich anzutreffen ist (Quelle: Twitter Analytics).

Die Landtagsverwaltung nutzt einen Kanal bei YouTube, da sich dort größtenteils Menschen zwischen 14 und 17 Jahren bewegen, die möglicherweise weniger politikaffin sind (Quelle: ARD/ZDF Onlinestudien 2016/2017 und die „Politische Jugendstudie“ von BRAVO und YouGov aus dem Jahr 2017).

2. Strategie

Die Landtagsverwaltung

- fördert das Verständnis für Entscheidungsverfahren
- baut die Distanz zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Politik/Politikerinnen und Politikern ab
- befähigt zur politischen Meinung
- motiviert zum politischen Engagement
- erhöht die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Veranstaltungen der Landtagsverwaltung
- informiert über die im Landtag diskutierten politischen Inhalte
- führt Medienresonanz herbei

durch die Nutzung von Social Media indem sie Inhalte veröffentlicht, die Nutzerinnen und Nutzer zu Interaktionen (also zum Beispiel Kommentieren) bringen. Interaktionen sind für die Landtagsverwaltung sehr relevant, da sie eine direkte Kommunikation mit der Zieleguppe darstellen. Werden beispielsweise Inhalte, die das Verständnis für Entscheidungsverfahren fördern sollen, von Personen aus der Zielgruppe geteilt, ist das in der Regel ein deutliches

Zeichen dafür, dass sich diese Menschen damit identifizieren und dies auch anderen Menschen zeigen möchten.

In der Nutzung von **Facebook und Instagram** liegt der **Schwerpunkt** der Social Media-Kommunikation.

3. Maßnahmen

	Facebook	Instagram
Ziel der Landtagsverwaltung	Verständnis für Entscheidungsverfahren fördern; Distanz zwischen Bürgern und Politik abbauen; zur politischen Meinung befähigen; mehr Teilnehmer an Veranstaltungen; über politische Inhalte informieren	Distanz zwischen Bürgern und Politik abbauen; zum politischen Engagement motivieren
Ziel der Social Media-Kommunikation	Interaktionen	Interaktionen
Zielgruppe	Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 25 und 34 Jahren, die sich für die Themenbereiche Sicherheit und Bildung interessieren und weniger politikaffin sind	Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 14 und 17 Jahren, die weniger politikaffin sind
Maßnahmen	<p>Thematischer Schwerpunkt: Sicherheits- und Bildungspolitik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung einzelner Bürger, durch die sich Anträge/Gesetzentwürfe erklären lassen • Veranstaltungen ankündigen, begleiten, nachbereiten • Persönliches/Unterhaltsames von Landtagspräsident, Vizepräsidenten, Mitarbeitern, Abgeordneten • Teilen oder Aufbereitung von Inhalten Dritter • Zusammenarbeit mit Influencern • Handlungsaufforderungen (Aufrufe, Fragen) • Verständliche Sprache • Lokaler Bezug 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung einzelner politisch aktiver Jugendlicher • Begegnungen zwischen Jugendlichen und Politikern • Zusammenarbeit mit Influencern • Handlungsaufforderungen (Aufrufe, Fragen) • Verständliche Sprache • Lokaler Bezug

	Twitter	YouTube
Ziel der Landtagsverwaltung	Mehr Teilnehmer an Veranstaltungen; über politische Inhalte informieren; Medienresonanz herbeiführen	Verständnis für Entscheidungsverfahren fördern; Distanz zwischen Bürgern und Politik abbauen; zur politischen Meinung befähigen; zum politischen Engagement motivieren; mehr Teilnehmer an Veranstaltungen; über politische Inhalte informieren
Ziel der Social Media-Kommunikation	Interaktionen	Interaktionen
Zielgruppe	Fachpublikum im politischen Bereich (z. B. Journalistinnen und Journalisten, Pressesprecherinnen und Pressesprecher, Abgeordnete, Lehrerinnen und Lehrer)	Menschen aus Rheinland-Pfalz zwischen 14 und 17 Jahren, die weniger politikaffin sind
Maßnahmen	Thematischer Schwerpunkt: Sicherheits- und Bildungspolitik <ul style="list-style-type: none"> • Neuigkeiten aus Ausschüssen und Plenarsitzungen • Veranstaltungen ankündigen, begleiten, nachbereiten • Öffentliche Termine des Landtagspräsidenten und seiner Vertreter ankündigen und begleiten • Statements des Landtagspräsidenten • Retweets von Organisationen/Medien 	<ul style="list-style-type: none"> • Erklärvideos • Zusammenarbeit mit Influencern • Handlungsaufforderungen (Aufrufe, Fragen) • Verständliche Sprache • Lokaler Bezug

4. Barrierefreiheit

Bei allen Veröffentlichungen mit Bildmaterial wird die Barrierefreiheit möglichst gewährleistet. Dazu werden beispielsweise die Inhalte von Grafiken zusätzlich als Text beschrieben oder Videos Untertitelt.

5. Netiquette

Bei Facebook, Instagram, Twitter und YouTube sind Diskussionen unter dem „Dach“ des Landtags möglich. Daher werden folgende Diskussionsregeln festgelegt:

Äußerungen, die im Rahmen der Kanäle des Landtags in den sozialen Medien getätigt werden, sollten insbesondere

- *sachlich*
- *rücksichtsvoll*
- *respektvoll*
- *fair*
- *höflich*

sein.

Der Landtag Rheinland-Pfalz behält sich das Recht vor, Äußerungen, die dagegen und gegen geltendes Recht verstoßen, nach Möglichkeit zu löschen. Darüber hinaus behält sich der Landtag Rheinland-Pfalz vor, die Netiquette anzupassen.

6. Datenschutz und Informationsfreiheit

Die Landtagsverwaltung berücksichtigt die Anforderungen des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (LfDI). Daher werden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Die Kenntnisnahme von relevanten Informationen, die der Landtag über Facebook, Instagram, Twitter und YouTube kommuniziert, wird auch über andere Wege (z. B. über die Website des Landtags) ermöglicht. **Klassische Informations- und Kontaktmöglichkeiten werden durch Social Media nicht ersetzt.**
- Bei Facebook, Instagram, Twitter und YouTube weist die Landtagsverwaltung auf alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten in Form eines Impressums hin und macht sich somit auch als Anbieter kenntlich.
 - In allen genannten Kanälen ist das **Impressum als solches gekennzeichnet und mit maximal zwei Schritten** erreichbar.
 - Bei Facebook sind in der mobilen und in der Desktop-Version zwei Schritte nötig. Auf der Startseite der Facebook-Seite ist zunächst ein Klick auf „Impressum“ und dann ein weiterer Klick auf den ebenso gekennzeichneten Link zur Website des Landtags nötig, um das Impressum lesen zu können.
 - Im Twitter-Kanal reicht in der mobilen und in der Desktop-Version ein Schritt. Es ist ein Klick auf den als „Impressum“ gekennzeichneten Link zur Website des Landtags im Bereich des Logos nötig, um das Impressum lesen zu können.
 - Bei Instagram reicht in der mobilen und in der Desktop-Version ein Schritt. Es muss die u. a. als „Impressum“ gekennzeichnete Internetadresse zur Website des Landtags im Bereich des Logos aufgerufen werden, um das Impressum lesen zu können.
 - In der Desktop-Version des YouTube-Kanals reicht ein Schritt. Im Bereich des Titelfotos ist ein Klick auf „Impressum“ nötig. In der mobilen Version sind zwei Schritte nötig. Hier muss zunächst ein Klick auf „Kanalinfo“ und dann ein weiterer Klick auf den ebenso gekennzeichneten Link zur Website des Landtags erfolgen, um das Impressum lesen zu können.
 - Bei Facebook (mobil & Desktop), Twitter (mobil & Desktop), Instagram (mobil & Desktop) und YouTube (Desktop) wird direkt auf der Startseite des jeweiligen Kanals **auf das Impressum hingewiesen, um der Forderung nach einer Platzierung „im allgemeinen Navigationsmenü“** nachzukommen. In der mobilen Version der Startseite des YouTube-Kanals ist allerdings kein Hinweis auf das Impressum gegeben. Dazu ist ein Klick auf „Kanalinfo“ nötig.
- Für alle genannten Plattformen stellt die Landtagsverwaltung Datenschutzerklärungen bereit.

- In allen genannten Kanälen sind die **Datenschutzerklärungen als solche gekennzeichnet und mit maximal zwei Schritten** erreichbar.
 - Bei Facebook sind in der mobilen und in der Desktop-Version zwei Schritte nötig. Auf der Startseite der Facebook-Seite ist zunächst ein Klick auf „Info“ und dann ein weiterer Klick auf den als „Datenschutzerklärung“ gekennzeichneten Link zur Website des Landtags nötig, um die Erklärung lesen zu können.
 - Im Twitter-Kanal reicht in der mobilen und in der Desktop-Version ein Schritt. Es ist ein Klick auf den als „Datenschutzerklärung“ gekennzeichneten Link zur Website des Landtags im Bereich des Logos nötig, um die Erklärung lesen zu können.
 - Bei Instagram sind in der mobilen und in der Desktop-Version zwei Schritte nötig. Es muss die u. a. als „Datenschutzerklärung“ gekennzeichnete Internetadresse zur Website des Landtags im Bereich des Logos aufgerufen werden und dann auf den als „Datenschutzerklärung Facebook und Instagram“ gekennzeichneten Link geklickt werden, um die Erklärung lesen zu können.
 - In der mobilen und in der Desktop-Version des YouTube-Kanals sind zwei Schritte nötig. Hier ist ein Klick auf „Kanalinfo“ nötig und dann ein weiterer Klick auf den als „Datenschutzerklärung“ gekennzeichneten Link zur Website des Landtags nötig, um die Erklärung lesen zu können.
- Bei Twitter (mobil & Desktop) und Instagram (mobil & Desktop) wird direkt auf der Startseite des jeweiligen Kanals **auf die Datenschutzerklärungen hingewiesen, um der Forderung nach einer Platzierung „im allgemeinen Navigationsmenü“** nachzukommen.
 - Bei Twitter und Instagram wird darüber hinaus auch noch einmal pro Monat auf die Datenschutzerklärung hingewiesen.
 - In der mobilen und in der Desktop-Version der Startseite des Facebook- und YouTube-Kanals ist allerdings kein Hinweis auf die jeweilige Datenschutzerklärung gegeben. Im Facebook-Kanal wird daher einmal pro Monat durch ein Posting auf die Datenschutzerklärung hingewiesen.
- Bei Facebook, Instagram, Twitter und YouTube weist die Landtagsverwaltung auf die **datenschutzrechtlichen Risiken** von Social Media-Diensten außereuropäischer Anbieter auf verschiedene Weise hin.
 - Facebook, Twitter, Instagram: 1 Mal pro Halbjahr Hinweis auf die datenschutzrechtlichen Risiken von Social Media-Diensten außereuropäischer

Anbieter durch Posting; sichergestellt durch eine entsprechende Eintragung im Redaktionsplan

- YouTube: dauerhafte Verlinkung auf den Hinweis auf die datenschutzrechtlichen Risiken von Social Media-Diensten außereuropäischer Anbieter in der Navigationsleiste unter dem Punkt „Kanalinfo“

Für die Konzeption, Redaktion und Technik sowie für Fragen des Datenschutzes (Information an Bürgerinnen und Bürger über die Risiken für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung) ist schwerpunktmäßig Hubertus Glandorf aus Büro des Präsidenten des Landtags verantwortlich. Haben Nutzerinnen und Nutzer diesbezüglich Fragen, können sie die in den jeweiligen Angeboten genannten Kontaktmöglichkeiten nutzen und dadurch den Mitarbeiter erreichen.

7. Evaluation

Der Facebook-, Twitter-, und Instagram- und YouTube-Kanal der Landtagsverwaltung wird fortlaufend evaluiert. Erkenntnisse werden umgehend zur Verbesserung umgesetzt. Nach einem gewissen Zeitraum erfolgt eine zusammenfassende Evaluation. Dazu werden Analyse-Tools der jeweiligen Plattformen ausschließlich auf der Basis der dort zur Verfügung gestellten Daten genutzt. Im Mittelpunkt stehen die Daten zu Interaktionen und Zielgruppen.