

Social Media Rahmenkonzept –

Landeszentrale für Umweltaufklärung Rheinland-Pfalz

Inhaltsverzeichnis

Ausgangssituation	2
Ziele und Zielgruppen.....	2
Facebook und Instagram Kanal.....	3
Bewerbung zur Reichweitensteigerung auf Social Media	3
Herausgeber*in und Verantwortlichkeiten.....	5
Datenschutz	6
Netiquette.....	6

Ausgangssituation

Die Landeszentrale für Umweltaufklärung in Rheinland-Pfalz, kurz LZU, will ihre Zielgruppen auch mit einem Social Media Angebot ansprechen. Das Angebot umfasst aktuell einen Facebook sowie einen Instagram-Kanal. Das ist zunehmend erforderlich, denn ohne dieses Instrument der Alltagskommunikation fast aller Altersgruppen, kann ein Großteil der Bürger*innen nicht mehr erreicht werden.

Eine aktuelle ARD/ ZDF Online-Studie (<https://www.ard-zdf-onlinestudie.de>) zeigt, Öffentlichkeit und öffentlicher Diskurs finden heute nicht nur auf der Straße und in klassischen Medien, sondern auch auf Social Media statt. Über 90 Prozent der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland sind dort aktiv. Kommunikation, auch politische Kommunikation, ist heute zunehmend digital und findet auch über Social Media statt. Hier können zusätzlich Bürgerinnen und Bürger adressiert werden, die über die klassischen Kanäle der Pressearbeit und die Webseite nicht erreicht werden. Über keinen anderen Kommunikationsweg können innerhalb kurzer Zeit gleichzeitig eine solch hohe Anzahl an Menschen angesprochen werden wie über Social Media.

Mit der Kombination der beiden Plattformen Facebook und Instagram kann eine breite Spanne der Altersgruppen erreicht werden.

Zudem sind viele der Projektpartner*innen, Organisationen, Verbände und Bildungsträger*innen der LZU auf Facebook und/oder Instagram vertreten.

Ziele und Zielgruppen

Die LZU ergänzt mit ihrem Social Media Angebot die klassischen Informations- und Kontaktmöglichkeiten (Brief, E-Mail, Website, Publikationen und Veranstaltungen) im Sinne des Cross-Media-Gebots. Social Media ist also als zusätzlicher Kommunikationskanal zu verstehen, der die vorhandenen Kanäle nicht ersetzt, sondern nur vervollständigt.

Das Social Media Angebot wird dabei dialogorientiert genutzt. Durch Interaktion (Teilen, Liken, Kommentieren u.a.) wird die Diskussion mit den Zielgruppen ausgebaut.

Ziele:

- **im Sinne der BNE** zum Wandel in eine zukunftsfähige Gesellschaft befähigen: Mit gezielten Aktionen **Bereitschaft für umweltgerechtes Verhalten** wecken.
- der **heutigen Alltagskommunikation entsprechende Information** zu Arbeit und Projekten der LZU sowie deren Projektpartner*innen anbieten.
- die **Wirksamkeit und Reichweite** der Produkte (Aktionen, Ideen etc.) erhöhen.
- Einladung zu Veranstaltungen
- eine Möglichkeit der **Kommunikation in Echtzeit** z.B. bei Veranstaltungen, Aktionen schaffen.
- **Zielgruppen erreichen**, die nicht mehr nur über die klassischen Medien erreichbar sind.

- **Interaktion** mit Interessierten, Multiplikator*innen, Akteur*innen.

Zielgruppen:

- **An BNE und Umweltbildung interessierte Bürgerinnen und Bürger.** Dabei insbesondere die Altersgruppen **zwischen 16 und 40 Jahren**, die die LZU mit den klassischen Informationskanälen immer weniger erreicht
- **Multiplikator*innen** in Organisationen, Verbänden, Initiativen, Unternehmen, schulischen und außerschulischen Bildungseinrichtungen sowie Presse, Verwaltung und Politik

Facebook und Instagram Kanal

Aktuell betreibt die LZU einen Facebook-Kanal (@lzu.rlp) und einen Instagram-Kanal (@lzu_rlp).

Die Reichweite eines Posts liegt im drei- bis unteren fünf-stelligen Bereich.

Bewerbung zur Reichweitensteigerung auf Social Media

Ein wichtiges Instrument unserer Social-Media-Arbeit auf Facebook und Instagram ist die „Bewerbung“. Sie dient der gezielten Reichweitensteigerung, zum Beispiel bei Einladungen zu Veranstaltungen oder Aktionen. „Bewerbung“ bedeutet im Kontext der Social-Media, dass auf der Basis von uns ausgewählten Indikatoren Zielgruppen thematisch und geografisch gezielt mit unseren Posts erreicht werden können.

Facebook archiviert die Anzeigen. Auf die Archivierung kann kein Einfluss genommen werden.

Bei der Zielgruppenauswahl gehen wir wie folgt vor:

- Grundsätzlich werden alle Prinzipien staatlichen Informationshandelns befolgt: Damit sind die Grundsätze der Allgemeinzugänglichkeit der Information, das Sachlichkeits- und Richtigkeitsgebot, das Neutralitätsgebot sowie das Verbot der Wahlwerbung gemeint
- Alle Nutzer*innen auf Facebook und Instagram können die Beiträge der LZU unabhängig von deren Bewerbung einsehen.
- Die Zielgruppenauswahl erfolgt durch Einschlusskriterien
- Die Auswahl der Zielgruppenmerkmale ist transparent. Sie ist im Social Media Rahmenkonzept einsehbar. Das Social Media Rahmenkonzept ist abrufbar unter <https://umdenken.rlp.de/de/ueber-uns/social-media/> Dieser Link ist auch auf der Facebook-Seite der LZU im Bereich „Info“ zu finden. Auf Instagram gelangt man über den Link in der Bio auf die Startseite der LZU, und über einen weiteren Klick auf ebenso diese Seite: <https://umdenken.rlp.de/de/ueber-uns/social-media/>

- Die Zielgruppenauswahl wird regelmäßig überprüft und ggf. nach den hier dargelegten Grundsätzen überarbeitet. Dies liegt auch daran, dass Facebook und Instagram selbst Änderungen am Wording von u.a. Zielgruppen-Merkmalen vornehmen. Änderungen werden entsprechend angegeben.
- Das Schalten von Anzeigen bzw. das Bewerben von Beiträgen auf Facebook und Instagram erfolgt themenspezifisch.
- Es können einzelne Beiträge und Veranstaltungen beworben werden.

Zielgruppenmerkmale:

Die Landeszentrale für Umweltaufklärung RLP nutzt im Microtargeting neben der Altersauswahl und dem Standort Rheinland-Pfalz (ggf. Region, z.B. bei Einladungen zu regionalen Veranstaltungen) folgende Zielgruppenmerkmale (Interessensfelder der User), je nach Thema des Beitrags. Wir weisen darauf hin, dass Facebook und Instagram nur eine vorgegebene Auswahl an Merkmalen zur Verfügung stellen.

Auf dieser Grundlage wählt die LZU themenspezifisch aus den nachfolgenden Kategorien dem Beitrag entsprechende Merkmale aus.

BNE im Elementarbereich, Kitas, Schulen

Lesen, Lernen, Kindergarten, Schule, Kinderbetreuung, Grundschule, Pädagogik, ErzieherIn,

Ernährungsbildung

Gesunde Ernährung, Essen, Kochen, Rezepte, Klima, Gesundheit, Ökologie, ökologische Landwirtschaft, Regionale Lebensmittel, Kita, Kindergarten, Schule, Pädagogik, Gesundheitsbildung, Gesundheitswissenschaften

Gärten, Pflanzen, Boden

Ökologie, Garten, Natürliche Umwelt, Natur, Botanik, Botanischer Garten, Boden, Pflanzen, Klima

Naturschutz, Schutzgebiete, Wald

Wald, Berge, Klima, Ökologie, Wildtier, Tierschutz, Natürliche Umwelt, Natur, Baum, Pflanzen, Politik und soziale Themen, Politik Seen, Nationalpark, Nachhaltiges Bauen, Holz, Abenteuerreisen, Outdoor, Trekking, Zelten

Abfall

Abfall, Mülltrennung, Bioabfall, Abfallwirtschaft, Verpackung, Plastik, Kunststoff, Second-Hand Shop, Fast Fashion, Klima, Natur, Natürliche Umwelt, Umweltgesundheit

Energie, Ressourcen

Klima, Erneuerbare Energie, Elektrische Energie, Sonnenenergie, Nachhaltige Energie, Windenergie, Windkraftanlage, Bioenergie, Solarstrom, Energieeffizienz, Photovoltaik, Photovoltaikanlage, Photovoltaik-Freiflächenanlage, Wärme, Strom, Stromerzeugung, Stromnetz

Mobilität

Öffentlicher Verkehr, Klima, Energieeffizienz, Nachhaltige Energie, Bahn, Elektroauto, Hybridautos, Hybridelektro kraftfahrzeug, Straßenverkehr, Erneuerbare Energie, Solarstrom

Wasser

Wasser, Trinkwasser, Wasserversorgung, Wasserqualität, Wasseraufbereitung, Abwasser, Wasserkraft, Wasserwirtschaft

Umweltbildung, Nachhaltigkeit allgemein

Politik und soziale Themen, Politik, Natur, Natürliche Umwelt, Klima

Veranstaltungen

Aktuelle Veranstaltungen, sowie weitere themenspezifische Merkmale aus den genannten Zielgruppen

Ausstellungen

Themenspezifische Merkmale aus den genannten Zielgruppen

Herausgeber*in und Verantwortlichkeiten

Herausgeberin für ‚lzu_rlp‘ auf Instagram und ‚Landeszentrale für Umweltaufklärung RLP‘ auf Facebook ist die LZU. Verantwortlich im Sinne des Presserechts ist Roland Horne, Leiter der LZU. Zuständige Mitarbeiterin für Social Media ist Sabrina Müller. Sie ist verantwortlich für die redaktionelle und inhaltliche Ausgestaltung der unterschiedlichen Kanäle. Ein Redaktionsteam unter der Leitung von Stefanie Lotz wird die Beobachtung und Pflege gewährleisten. Genannte Kontakt- und Ansprechpartner*innen sind im Impressum zu finden.

Datenschutz

Der Beauftragte für den Landesdatenschutz gibt einen Handlungsrahmen sowie Vorgaben für die Nutzung von Social Media für rheinland-pfälzische Verwaltungen vor.

Dementsprechend ist dieses Social Media Rahmenkonzept sowie Datenschutzhinweise für Social Media auf der Website der LZU publiziert. Außerdem ist auf der Website der LZU ein Link zum Informationsangebot www.youngdata.de zu finden. Diese Angaben machen es möglich, dass Betroffene ihre Rechte wahrnehmen können.

Konzept und Datenschutzhinweise sowie Kontaktmöglichkeiten und Netiquette sind auch auf den Social Media Kanälen der LZU durch Hinweise und / oder Links abrufbar.

Einmal pro Halbjahr wird auf jedem benutzten Kanal ein Post zum Datenschutz veröffentlicht, um die Bürgerinnen und Bürger im Hinblick auf Datensparsamkeit und Datenschutz zu sensibilisieren.

Im Sinne des Cross-Media-Gebots weist die LZU Redaktion auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten hin.

Auf Facebook erfolgt die Nennung von E-Mail, Telefon und Postanschrift der LZU, sowie die Nennung der Website www.umdenken.rlp.de, auf der ebenfalls alle Kontaktdaten abrufbar sind.

Auf Instagram wird ein Link zur Website umdenken.rlp.de eingestellt.

Die Datenschutzhinweise sind auch hier unter folgendem Link zu finden: <http://umdenken.rlp.de/de/ueber-uns/social-media/>

Dieses Konzept beruht auf den Konzept-Richtlinien des Landesbeauftragten für Datenschutz und wird in regelmäßigen Abständen evaluiert.

Netiquette

Diese Netiquette ist eingebunden im Informationsbereich des Facebook-Accounts und auf Instagram über den Link zur Website der LZU aufzurufen.

Wir, die Landeszentrale für Umweltaufklärung, freuen uns über einen fairen und konstruktiven Austausch über unsere Inhalte. Wir bitten dabei um die Beachtung unserer Netiquette. Denken Sie immer daran: Sie kommunizieren mit anderen Menschen.

Geltendes Recht: Alle Beiträge, die rechtswidrige Inhalte aufweisen, werden unverzüglich gelöscht. Stellen Sie sicher, dass Sie auch die Rechte zur Verbreitung der von Ihnen veröffentlichten Inhalte haben. Das Urheberrecht ist zu respektieren.

Freundlicher Umgang: Wir bitten um einen freundlichen Umgangston. Beleidigungen, Verleumdungen, Drohungen, persönliche Schmähungen, Unterstellungen und pauschalisierende Diffamierungen sowie Abwertungen Einzelner oder Gruppen sind zu unterlassen. Ebenso verboten sind Äußerungen, die rassistische, sexistische, fremdenfeindliche, homophobe oder anderweitig diskriminierende Äußerungen enthalten, ebenso wie Aufrufe zu Hass und Gewalt. Kommentare, die gegen genannte Punkte verstoßen, werden von uns gelöscht.

Klare Ausdrucksweise: Wir bitten um eine klare, höfliche Ausdrucksweise, die auf Zynismus und Ironie weitgehend verzichtet, um Missverständnissen und Verwirrungen vorzubeugen.

Beim Thema bleiben: Wir bitten darum, bei den Diskussionen zu unseren Beiträgen beim Thema zu bleiben, um die Qualität der Debatten zu wahren. Achten Sie außerdem darauf, keine Unwahrheiten zu verbreiten.

Kommerzielle Inhalte, Werbung und Spam werden verborgen bzw. gelöscht.

In Ihrem eigenen Interesse sollten Sie keine persönlichen, vor allem keine sensiblen Daten preisgeben. Nicht von sich selbst und nicht von anderen.

Vielen Dank für Ihr Verständnis und viel Spaß beim Diskutieren.