

Konzept für die Auftritte des Landratsamtes Alb-Donau-Kreis in den Sozialen Netzwerken

Inhaltsverzeichnis

Ziele und Art der Nutzung	3
Zielgruppen und Kanäle	4
Ist-Zustand	5
Inhalte	5
Budget	6
Redaktionelle Verantwortung	7

Ziele und Art der Nutzung

Das Landratsamt Alb-Donau-Kreis ist seit dem 28. Oktober 2020 mit Profilen in den Sozialen Netzwerken Facebook (landratsamtadk) und Instagram (albdonaukreis) vertreten. Seit dem 18. November 2021 betreibt das Landratsamt auch einen YouTube-Kanal (Landratsamt Alb-Donau-Kreis), auf dem Imagefilme eingestellt werden. Diese werden von der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit betreut.

Die Auftritte in den Sozialen Netzwerken ergänzen die Öffentlichkeitsarbeit und das bestehende Informationsangebot (Internetseiten, Pressemitteilungen an Zeitungen, Radio- und Fernsehsender sowie Gemeindemitteilungsblätter, Flyer). Angesichts der stark sinkenden Zeitungsauflagen können über die Sozialen Medien weitere Bevölkerungsgruppen angesprochen werden – insbesondere auf Instagram sind besonders jüngere Personen vertreten, die sich weniger oder gar nicht über die klassischen Medien informieren.

Ziel ist es, den Alb-Donau-Kreis als wirtschaftsstarke, lebenswerte und weltoffene Region zu präsentieren. Dadurch soll die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit „ihrem“ Landkreis verstärkt werden. Wir möchten zudem Einblicke in die einzelnen Aufgabenfelder der Kreisverwaltung geben, und damit das Verwaltungshandeln nachvollziehbar und transparent machen. Zudem erhalten die Bürgerinnen und Bürger über die Sozialen Medien eine weitere, niedrigschwellige Kontaktmöglichkeit. Direktnachrichten und Kommentare werden im Rahmen des Community-Managements nach Möglichkeit zeitnah beantwortet.

Es ist zudem von großer Bedeutung für den demokratischen Diskurs, dass auch staatliche Institutionen in den Sozialen Netzwerken für die Bürgerinnen und Bürger ansprechbar und sichtbar sind. Wenn Behörden dort nicht kommunizieren, kann noch leichter ein Informationsvakuum entstehen, in dem sich Fake News und Verschwörungstheorien ausbreiten können. Die Präsenz in den Sozialen Medien ermöglicht es den Behörden, die Faktenlage nachvollziehbar darzulegen. Dies hat sich insbesondere in der Corona-Pandemie als sinnvoll gezeigt.

Zusätzlich können im Rahmen des Katastrophenschutzes im Notfall wichtige Informationen zum Bevölkerungsschutz schnell und unkompliziert verbreitet werden. Die Auftritte in den Sozialen Netzwerken ergänzen dabei den bestehenden Warnmix.

Das Abonnieren der Kanäle ist für die Nutzerinnen und Nutzer freiwillig und nicht notwendig, um sich über die Arbeit des Landratsamtes zu informieren: Es besteht bei allen relevanten Themen jederzeit die Möglichkeit, sich über die Internetseite www.alb-donau-kreis.de zu informieren. Dort sind auch alle veröffentlichten Pressemitteilungen für die Dauer von einem Jahr einzusehen.

Zielgruppen und Kanäle

Grundsätzlich richtet sich das Angebot an alle Einwohnerinnen und Einwohner des Alb-Donau-Kreises. Über die Social Media-Kanäle sollen insbesondere Bevölkerungsgruppen angesprochen werden, die sich wenig oder nicht (mehr) über die klassischen Medien informieren und nicht über Pressemitteilungen erreicht werden können. In der Bevölkerung werden allerdings verschiedene Plattformen verwendet. Laut der [Online-studie von ARD und ZDF von 2021](#) gehören die Netzwerke Facebook und Instagram zu denjenigen Plattformen, die am häufigsten genutzt werden. Insbesondere Instagram wird von jüngeren Personen zwischen 14 und 29 intensiv genutzt. Das bietet eine Chance für das Landratsamt, seine Aufgaben und Angebote auch dieser Altersgruppe näherzubringen.

Anhand der Schlüsselkennzahlen (KPIs) Reichweite, Anzahl der Abonnenten und Interaktionen wird wöchentlich eine Erfolgsmessung durchgeführt. Als öffentliche Behörde geht es jedoch nicht allein darum, die Reichweite zu erhöhen und so mehr Menschen zu erreichen. Das Landratsamt sieht sich auch verpflichtet, über Inhalte zu informieren, die trotz ihrer objektiven Wichtigkeit in den Sozialen Netzwerken wenig Resonanz erfahren.

Zusätzlich zu den Kanälen, die von der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit betreut werden, gibt es weitere Profile des Landratsamtes in den Sozialen Medien:

Die Bildungsregion betreibt Auftritte auf Instagram (bildungsregion_albdonaukreis) und Facebook (Bildungsregion Alb-Donau-Kreis), zudem ist der Fachdienst Ländlicher Raum, Kreisentwicklung zuständig für die Auftritte von @albdonaukreistourismus und der Geschäftsstelle Weltkultursprung (@weltkultursprung). Auf diese wird in diesem Konzept nicht näher eingegangen.

Ist-Zustand

Die bisherige Erfahrung zeigt, dass die Sozialen Netzwerke eine unverzichtbare Ergänzung zur klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bilden. Dort erreicht die Kreisverwaltung andere Bevölkerungsgruppen als über Pressemitteilungen, die in Zeitungen oder dem Radio veröffentlicht werden bzw. die eigene Homepage.

Seit den Plattform-Beitritten haben sich die Profile des Landratsamtes sehr gut etabliert, die Reichweite konnte kontinuierlich gesteigert werden – sowohl auf Instagram als auch auf Facebook jeweils rund 3000 Follower. Es sind viele positive Rückmeldungen dazu eingegangen, teilweise auch analog. Viele Nutzerinnen und Nutzer wenden sich per Direktnachricht oder in den Kommentaren an das Landratsamt und freuen sich über eine kurzfristige, nützliche Auskunft. Insbesondere die Informationen zur Corona-Pandemie haben eine große Reichweite erhalten. Aufgrund der guten Resonanz wird die Nutzung der Sozialen Netzwerke weiter fortgeführt.

Inhalte

Die redaktionelle Verantwortung liegt bei der Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit, die relevante Themen zielgruppengerecht und passend für die jeweiligen Kanäle auswählt. Die Fachdienste liefern teilweise Informationen und Fotos zu, dieses Vorgehen soll weiter ausgebaut werden. In der Regel sollten zwischen 2 bis 5 Posts pro Woche veröffentlicht werden, essentiell ist dabei eine hochwertige Qualität der Bilder und Grafiken sowie kurze und ansprechende Texte.

Grundsätzlich orientiert sich das Layout in den Sozialen Medien an der Corporate Identity des Landratsamtes. Dabei wird darauf geachtet, die unterschiedlichen Content-Kategorien auch visuell voneinander abzugrenzen:

Kategorien und Format

- Aktuelle Meldungen (Foto, Foto mit Banner, SharePic je nach Wichtigkeit mit blauem oder rotem Rahmen)
- Heimvorteil (Foto)
- Möglichmacher (Foto, Foto mit Banner)
- Veranstaltungstipps (SharePic mit grünem Rahmen)
- Wichtige Informationen (SharePic mit rotem Rahmen)
- Stories (langfristig gespeichert werden folgende Kategorien in den Highlights: Mobilität, Corona, Tourismus, Ausbildung)

Auf Instagram wird zusätzlich verstärkt auf unser Ausbildungs- und Studienangebot aufmerksam gemacht, da dort eine jüngere Zielgruppe anzutreffen ist. Auf YouTube werden die Imagefilme des Alb-Donau-Kreises präsentiert.

Sowohl Instagram als auch Facebook bewerten seit einiger Zeit Videos durch ihre Algorithmen höher als Posts mit Bildern und Grafiken. Sofern die Kapazitäten vorhanden sind, soll der Bereich Bewegtbild ausgebaut werden.

Budget

Um auf die Social-Media-Kanäle des Landratsamtes aufmerksam zu machen, wird ein geringes Budget von wenigen hundert Euro pro Jahr für Facebook Ads und Instagram Promotions bereitgestellt. Dieses wird ebenfalls verwendet, um noch mehr Nutzerinnen und Nutzer auf besonders relevanten Themen für die Bevölkerung aufmerksam zu machen, wie beispielsweise Änderungen beim Eigenbetrieb Abfallwirtschaft oder Bürgerbeteiligungsformate.

Redaktionelle Verantwortung

Landratsamt Alb-Donau-Kreis
Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit
Daniela Baumann
Schillerstraße 30
89077 Ulm
E-Mail: presse@alb-donau-kreis.de