

Vorlage an den Landrat

Beantwortung der Interpellation 2021/622 von Jan Kirchmayr: «Social Media Strategie des Kantons Basel-Landschaft»

2021/622

vom 23. November 2021

1. Text der Interpellation

Am 30. September 2021 reichte Jan Kirchmayr die Interpellation 2021/622 «Social Media Strategie des Kantons Basel-Landschaft» ein. Sie hat folgenden Wortlaut:

Die Sozialen Medien werden in unserer digitalisierten Gesellschaft immer wichtiger. Sie sind ein Bestandteil der Kommunikation von Unternehmen, Institutionen, Verwaltungen etc. Über die Sozialen Medien erreicht man einen grösser werdenden Teil der Bevölkerung, der sich auf den verschiedensten Kanälen wie Facebook, Twitter, Instagram usw. bewegt und informiert.

Während der Corona-Pandemie hat sich verdeutlicht, dass eine zielgerichtete und verständliche Kommunikation, die keine Widersprüche hervorruft, essenziell ist. Die Bevölkerung erwartet eine rasche Kommunikation und die Sozialen Medien können dabei helfen. Es lässt sich feststellen, dass der Kanton seine Kommunikation in den Sozialen Medien laufend ausgebaut hat und trotzdem scheinen gewisse Abläufe noch nicht zu funktionieren. So ist es in Unternehmen und Verwaltungen beispielsweise gängig, dass in Antworten jeweils markiert wird, von wem diese stammen – beim Kanton ist dies noch nicht der Fall. Weiter lassen sich die Kommunikationsverantwortlichen des Kantons auf Twitter teilweise auf Diskussionen mit anonymen Accounts ein. Eine dieser Diskussion endeten unter anderem damit, dass der Kanton in einem Tweet behauptete, die Maskenpflicht an den Schulen sei «Symbolpolitik» gewesen. Der Kanton hat den Tweet mittlerweile gelöscht und sich dafür entschuldigt. Hier besteht noch Verbesserungsbedarf.

Ich bitte den Regierungsrat um die Beantwortung der folgenden Fragen:

- a. Zum Social-Media Konzept des Kantons
 - a. Seit wann liegt dieses vor? Wer hat es erarbeitet? Wie wurde es eingeführt und umgesetzt? Wer kontrolliert die Umsetzung?
- b. Zielsetzung
 - a. Welches Ziel verfolgt der Kanton mit der Kommunikation in den Sozialen Medien?
 - b. Wen konkret möchte man auf den verschiedenen Kanälen (Facebook und Twitter) erreichen?
 - c. Für welche Informationen und Situationen erachtet der Regierungsrat die Sozialen Medien als geeignetes Medium?

- d. Viele Jugendliche und junge Erwachsene sind nicht mehr auf Facebook, sondern auf Instagram. Ist ein entsprechender Account des Kantons auf Instagram geplant? Welche Vor- und Nachteile sieht der Regierungsrat in einem solchen Account?
- c. Zugang zu den Social Media-Accounts des Kantons
 - a. Wie viele Personen haben Zugang zu den Social Media-Accounts des Kantons? In welchen Positionen sind diese Personen angestellt? Was sind die Bedingungen, damit jemand Zugang zu den entsprechenden Accounts erhält?
 - b. Haben sich die Gruppe der zugangsberechtigten Personen in den vergangenen Monaten verändert? Wurde der Zugang eingeschränkt?
 - c. Können zugangsberechtigte Personen auch von ihren privaten Geräten aus auf die Accounts des Kantons zugreifen?
 - d. Wie stellt der Kanton sicher, dass seine Accounts nicht gehackt werden? Arbeitet er mit regelmässigen Passwort-Änderungen, einem Passwort-Manager oder der Zwei-Faktor-Authentifizierung?
 - e. Wie stellt der Kanton sicher, dass keine Fehlinformationen getwittert/gepostet werden und keine kommunikativen Fehlritte passieren?
 - f. Wie oft finden entsprechende Schulungen für die Social Media-Verantwortlichen des Kantons statt?
- d. Anpassungen seit der Pandemie
 - a. Welche Anpassungen hat der Kanton seit Beginn der Pandemie an seinem Umgang mit den Sozialen Medien vorgenommen?
 - b. Ist angedacht, dass zukünftig in Kommentaren, die im Namen des Facebook- oder Twitter-Accounts des Kantons getätigt werden, das Kürzel der kommentierenden Person markiert wird?
 - c. Welche Learnings zieht der Kanton aus der Pandemie in Bezug auf seine Kommunikation in den Sozialen Medien?
 - d. Ist die Kommunikationsabteilung des Kantons genügend hoch dotiert, um die zunehmende Arbeit für die Kommunikation in den Sozialen Medien zu bewältigen oder bedarf es zusätzlicher Mittel?

2. Einleitende Bemerkungen

Der Regierungsrat hat im April 2018 die [Social-Media-Strategie](#) des Kantons Basel-Landschaft beschlossen und in Kraft gesetzt. Diese ist zusammen mit den wichtigsten Informationen zu den vom Kanton genutzten Social-Media-Kanälen auf der [Internetseite](#) des Kantons publiziert. Die meisten Fragen der Interpellation sind in der Social-Media-Strategie beantwortet.

3. Beantwortung der Fragen

1. Zum Social-Media Konzept des Kantons

- a. Seit wann liegt dieses vor? Wer hat es erarbeitet? Wie wurde es eingeführt und umgesetzt? Wer kontrolliert die Umsetzung?

Der Regierungsrat hat die Social-Media-Strategie am 17. April 2018 mit Regierungsbeschluss Nr. 2018-575 beschlossen und in Kraft gesetzt.

Erarbeitet wurde die Social-Media-Strategie von der Arbeitsgruppe Kommunikation unter der Leitung des Regierungssprechers.

Die Arbeitsgruppe Kommunikation ist auf strategischer Ebene verantwortlich für die Steuerung, Organisation und Qualitätssicherung der Social-Media-Kanäle. Für die operative Leitung, das Monitoring, die Koordination und die Rechtevergabe für die Social-Media-Kanäle ist die Landeskanzlei bzw. der Regierungssprecher verantwortlich (siehe [Social-Media-Strategie](#), Kapitel 2.7).

Bei der Organisation der Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle wird unterschieden zwischen der Bewirtschaftung im Normalbetrieb und der Bewirtschaftung bei einem Ereignis bzw. in der Ereigniskommunikation.

Im Normalbetrieb erfolgt die Bewirtschaftung bzw. Redaktion themen- und kanalspezifisch durch die Kommunikationsfachleute der jeweils zuständigen Direktion.

Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle im Normalbetrieb:

<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">AG KOM</div>	<p>Steuerung: Die Arbeitsgruppe Kommunikation ist verantwortlich für die Steuerung, Organisation und Qualitätssicherung der Social-Media-Kanäle.</p>
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">LKA</div>	<p>Gesamtleitung: Operative Leitung, Monitoring, Koordination und Rechtevergabe liegen bei der Landeskanzlei (Regierungssprecher/Kom LKA).</p>
<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">LKA</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">FKD</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">VGD</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">BUD</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">SID</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">POL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">STA</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">SPORT</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">KULTUR</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">KKS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">PA</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">STABL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin: 2px;">BKSD</div> </div>	<p>Redaktion: Die Kommunikationsverantwortlichen von Landeskanzlei, Direktionen und Polizei bewirtschaften ihre Themeninhalte eigenständig. Zudem können ausgewählte Dienststellen relevante Meldungen in Absprache mit den Kom-Leitungen der Direktionen ebenfalls selber auf den gemeinsamen Kanälen publizieren.</p>

Im Ereignisfall übernimmt der Informationsdienst des Kantonalen Krisenstabs die Gesamtleitung und Redaktion aller relevanten Social-Media-Kanäle, bei Blaulicht-Ereignissen in Koordination mit der Polizei Basel-Landschaft. Für die politische Kommunikation ist im Ereignisfall die Landeskanzlei zuständig.

Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle im Ereignisfall oder in der Ereigniskommunikation:

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px;">AG KOM</div>	<p>Steuerung: Die AG KOM ist auf strategischer Ebene verantwortlich für die Steuerung, Organisation und Qualitätssicherung der Social-Media-Kanäle im Ereignisfall.</p>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px;">KKS</div>	<p>Gesamtleitung und Redaktion aller relevanten Kanäle erfolgt im Ereignisfall zentral durch die KKS Info-Team (Publikation und Beantwortung von Anfragen); Koordination mit POL erfolgt durch KKS.</p>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px;">LKA</div>	<p>Politische Inhalte werden im Ereignisfall in Absprache mit dem KKS durch LKA bewirtschaftet (z. B. Statements RR oder LR).</p>
<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;">Facebook BL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;">Facebook POL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;">Twitter BL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;">Twitter POL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;">Weitere nach Bedarf</div> </div>	<p>Zentral bewirtschaftete Kanäle im Ereignisfall: Facebook BL, Twitter BL sowie Facebook Polizei und Twitter Polizei werden im Ereignisfalls zusammengeschaltet. Je nach Bedarf können weitere Kanäle für die zentrale Bewirtschaftung ergänzt werden (z. B. Kanäle Sportamt bei einem Ereignis im Zusammenhang mit Sport).</p>

2. Zielsetzung

a. Welches Ziel verfolgt der Kanton mit der Kommunikation in den Sozialen Medien?

Der Einsatz der Social-Media-Kanäle ist eine Ergänzung zu den bestehenden Kommunikationskanälen des Kantons und verfolgt gemäss [Social-Media-Strategie](#) (Kapitel 2.2) folgende Ziele:

- Der Regierungsrat und die kantonale Verwaltung werden im Originalton wahrgenommen.
- Die Öffentlichkeit wird über die Social-Media-Kanäle direkt, zeitnah und niederschwellig informiert.
- Die Inhalte der bewirtschafteten Social-Media-Kanäle sind aktuell und kanalgerecht aufbereitet und wecken Interesse für Themen des Kantons.
- In den bespielten Social-Media-Plattformen nimmt der Kanton mit den Nutzerinnen und Nutzern den Dialog auf.
- Die Social-Media-Kanäle unterstützen die Informationsführung bei einem Ereignis.

b. Wen konkret möchte man auf den verschiedenen Kanälen (Facebook und Twitter) erreichen?

Der Einsatz der Social-Media-Kanäle richtet sich gemäss [Social-Media-Strategie](#) (Kapitel 2.3) primär an folgende Zielgruppen:

- Bevölkerung des Kantons Basel-Landschaft
- Stimmberechtigte des Kantons Basel-Landschaft
- Mitglieder von Parteien, Verbänden, Interessensgruppen
- Medienschaffende
- Mitarbeitende der kantonalen Verwaltung
- Potenzielle Mitarbeitende

- Am Kanton Basel-Landschaft Interessierte: Potenzielle Neuzuzüger/innen, am Wirtschaftsstandort Interessierte, Vertreterinnen und Vertreter aus Bundesbern, touristisch Interessierte

c. Für welche Informationen und Situationen erachtet der Regierungsrat die Sozialen Medien als geeignetes Medium?

Social Media geben den politischen Institutionen und der Verwaltung eine Chance, mit der Öffentlichkeit schnell und direkt in einen Dialog zu treten. Die politischen Institutionen und die Verwaltung sind in den Social Media sowieso ein Thema. Nur wenn eigene Kanäle strategisch eingesetzt und bewirtschaftet werden, besteht eine Chance, den damit verbunden Risiken adäquat zu begegnen und zu reagieren. Mit einem Social-Media-Auftritt können auch positive Inhalte des Kantons kommuniziert werden, die für eine Platzierung in den klassischen Medien einen zu geringen Newswert haben. Ebenso sind eigene Social-Media-Kanäle ein geeignetes Instrument, um in anderen Medien publizierten falschen oder einseitigen Berichten zu entgegnen. Vor allem im Ereignisfall sind das Monitoring und der Einsatz von Social Media nötig, um die Informationshoheit zu behalten. Beispiele für konkrete Inhalte sind in der [Social-Media-Strategie](#) (Kapitel 2.6) beschrieben.

d. Viele Jugendliche und junge Erwachsene sind nicht mehr auf Facebook, sondern auf Instagram. Ist ein entsprechender Account des Kantons auf Instagram geplant? Welche Vor- und Nachteile sieht der Regierungsrat in einem solchen Account?

Grundsätzlich ist die Social-Media-Strategie nicht auf bestimmte Kanäle ausgerichtet. Vielmehr soll sich die Wahl der eingesetzten Kanäle nach der jeweils aktuellen Entwicklung der Social Media ausrichten. Dabei gilt es allerdings zu beachten, dass aus Ressourcengründen für die Bewirtschaftung und für das Monitoring die Anzahl der eingesetzten Kanäle begrenzt bleibt. Unter diesen Gesichtspunkten wird zurzeit geprüft, ob und mit welchem Konzept der Kanton Basel-Landschaft auch Instagram als Social-Media-Kanal nutzen soll. Dazu laufen zurzeit Pilotversuche auf Instagram durch die [Polizei Basel-Landschaft](#), das [Sportamt BL](#) und die [Lernenden BL](#).

3. Social Media-Accounts des Kantons

a. Wie viele Personen haben Zugang zu den Social Media-Accounts des Kantons? In welchen Positionen sind diese Personen angestellt? Was sind die Bedingungen, damit jemand Zugang zu den entsprechenden Accounts erhält?

Die Social-Media-Kanäle werden durch die Kommunikationsfachleute des Kantons bewirtschaftet. Die Bewirtschaftung erfolgt themen- und teilweise kanalspezifisch. Berechtigungen für die Publikationen haben der Regierungssprecher, die Kommunikationsmitarbeitenden von Direktionen und einzelnen Fachstellen sowie der Polizei und das Webteam der Landeskanzlei. Insgesamt haben ca. 15 Personen eine Publikationsberechtigung.

b. Haben sich die Gruppe der zugangsberechtigten Personen in den vergangenen Monaten verändert? Wurde der Zugang eingeschränkt?

Nein, Änderungen bei den Berechtigungen wurden nur im Rahmen von personellen Mutationen vorgenommen.

c. Können zugangsberechtigte Personen auch von ihren privaten Geräten aus auf die Accounts des Kantons zugreifen?

Theoretisch ist dies möglich. Grundsätzlich erfolgt die Bewirtschaftung über die Geräte des Kantons (Desktop, Laptop und Mobile-Geräte).

- d. *Wie stellt der Kanton sicher, dass seine Accounts nicht gehackt werden? Arbeitet er mit regelmässigen Passwort-Änderungen, einem Passwort-Manager oder der Zwei-Faktor-Authentifizierung?*

Der Zugang für die Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle erfolgt über die Software «Sprout Social». Die Passwörter werden regelmässig geändert.

- e. *Wie stellt der Kanton sicher, dass keine Fehlinformationen getwittert/gepostet werden und keine kommunikativen Fehlritte passieren?*

Für die Publikation in Social-Media-Kanälen gilt das Vier-Augen-Prinzip. Zudem erfolgt ein Monitoring der Beiträge über die Landeskantlei und die Arbeitsgruppe Kommunikation. Allfällige Fehler werden korrigiert bzw. berichtigt. Falls sich grundsätzliche Fragen im Zusammenhang mit der Bewirtschaftung oder Fehlinformationen stellen, werden diese in der Arbeitsgruppe Kommunikation thematisiert und gelöst.

- f. *Wie oft finden entsprechende Schulungen für die Social Media-Verantwortlichen des Kantons statt?*

Die Weiterbildungen finden auf verschiedenen Ebenen kontinuierlich statt:

- Individuelle Weiterbildungen der Kommunikationsfachleute des Kantons
- Workshops im Rahmen der Arbeitsgruppe Kommunikation
- Themenschwerpunkte im Rahmen der monatlichen Sitzungen der Arbeitsgruppe Kommunikation
- Weiterbildungen im Rahmen der interkantonalen Zusammenarbeit

4. *Anpassungen seit der Pandemie*

- a. *Welche Anpassungen hat der Kanton seit Beginn der Pandemie an seinem Umgang mit den Sozialen Medien vorgenommen?*

Das Social-Media-Konzept, welches vor allem auch in Hinblick auf Ereigniskommunikation oder einen Ereignisfall erarbeitet wurde, hat sich bewährt. Während der Pandemie haben die Social-Media-Kanäle geholfen, eine aktive Kommunikationsführung des Kantons zu leisten. Zudem konnten viele Fragen beantwortet und Sicherheit vermittelt werden. Wie erwartet hat sich gezeigt, dass der Aufwand für die Bewirtschaftung sehr hoch ist. Entsprechend mussten die Ressourcen für die Bewirtschaftung temporär erhöht werden.

- b. *Ist angedacht, dass zukünftig in Kommentaren, die im Namen des Facebook- oder Twitter-Accounts des Kantons getätigt werden, das Kürzel der kommentierenden Person markiert wird?*

In der Regel werden in den Social-Media-Kanälen des Kantons sachliche Informationen vermittelt, die keine persönliche Zeichnung benötigen. Bei Auskünften und allfälligen Kommentaren wird künftig ein Namenskürzel der Autorin/des Autors verwendet.

- c. *Welche Learnings zieht der Kanton aus der Pandemie in Bezug auf seine Kommunikation in den Sozialen Medien?*

Social-Media-Kanäle sind immer auch Gefässe, in denen man sich kritisch äussert. Teilweise erfolgte dies in der Pandemie ungehemmt und manchmal auch sehr provokativ. Damit richtig umzugehen, ist eine besondere Herausforderung und ein «Learning» aus der Pandemie.

Zudem hat sich gezeigt, dass es gerade in ausserordentlichen Lagen besonders wichtig ist, mit etablierten eigenen Kanälen in den Social Media präsent zu sein.

- d. *Ist die Kommunikationsabteilung des Kantons genügend hoch dotiert, um die zunehmende Arbeit für die Kommunikation in den Sozialen Medien zu bewältigen oder*

bedarf es zusätzlicher Mittel?

Es gibt keine Kommunikationsabteilung des Kantons – die Kommunikation des Kantons ist dezentral in der Landeskanzlei und in den Direktionen sowie in einzelnen Dienststellen organisiert. Dies hat den Vorteil, dass die Kommunikationsfachleute nahe bei den fachspezifischen Inhalten sind und so eine adäquate Kommunikation sichergestellt werden kann. Dies gilt auch für die Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle.

Mit den bestehenden Mitteln sind die Bewirtschaftung und das Monitoring der bestehenden Social-Media-Kanälen möglich. Ebenso die zentrale Koordination durch die Landeskanzlei. Im Fall einer ausserordentlichen Lage müssen die Ressourcen temporär aufgestockt werden. Im Fall eines Ausbaus der Social-Media-Aktivitäten des Kantons müsste der Bedarf an Personalressourcen geprüft werden.

Liestal, 23. November 2021

Im Namen des Regierungsrats

Der Präsident:

Thomas Weber

Die Landschreiberin:

Elisabeth Heer Dietrich