

## Parlamentarischer Vorstoss

2021/622

---

Geschäftstyp:	Interpellation
Titel:	<b>Social Media Strategie des Kantons Basel-Landschaft</b>
Urheber/in:	Jan Kirchmayr
Zuständig:	—
Mitunterzeichnet von:	—
Eingereicht am:	30. September 2021
Dringlichkeit:	—

---

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:

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?
  2. 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?
3. 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?
  4. 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?