



Social-Media-Rahmenkonzept des Kantons Basel-Stadt

1. Ausgangslage

Mit dem Rahmenkonzept von 2017 wurde im Kanton Basel-Stadt eine gesamtkantonale Social-Media-Strategie eingeführt und Social Media als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit etabliert. Unter Social Media werden digitale Medien verstanden, die es Nutzenden ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und eigene mediale Inhalte mit Text, Bild und Video/Audio zu erstellen.

Die Social-Media-Landschaft und die Art und Weise, wie Menschen diese Plattformen nutzen, verändert sich kontinuierlich. Plattformen wie TikTok und LinkedIn stiessen zu Facebook, X, Instagram etc. dazu und haben ihre Relevanz in den letzten paar Jahren für bestimmte Zielgruppen erheblich gesteigert. Die Kommunikationsstile und Inhalte haben sich weiterentwickelt. Die Kommunikation mit Bildern und Videos auf Social-Media-Kanälen ist äusserst bedeutsam geworden und wird in Zukunft noch zunehmen – im Hinblick auf die jungen Generationen, auf Menschen mit einer Behinderung, auf bildungsferne Menschen und Menschen mit Migrationshintergrund. Der Kanton hat laut Informations- und Datenschutzgesetz (IDG; Öffentlichkeitsprinzip) den Auftrag, die Bevölkerung aktiv zu informieren. Dies geschah traditionell beispielsweise über Medienmitteilungen, die Webseite und über Behördenpublikationen. Das Mediennutzungsverhalten hat sich mit Social Media fragmentiert. Menschen müssen auf den von ihnen favorisierten Kanälen direkt informiert werden. Regierung und Verwaltung müssen ihre Informationen in diese Kanäle tragen und sich den Formaten und Regeln dieser Kanäle anpassen. Die Arbeit im Bereich Social Media findet ergänzend und parallel zur Bedienung der traditionellen Formate statt.

Aus diesen Gründen wird das Rahmenkonzept den sich laufend entwickelnden Gegebenheiten angepasst.

2. Ziele der Social-Media-Kommunikation

Kommuniziert wird gemäss den [Grundsätzen der Kommunikation von Regierungsrat und kantonalen Verwaltung](#).

Die Ziele der gesamtkantonalen Präsenzen auf Social Media:

1. Erreichen der Zielgruppen auf den von ihnen genutzten Informationskanälen.
2. Informieren über die Tätigkeit von Regierung und Verwaltung, über Angebote, Standort, Personalgewinnung, Abstimmungen und Wahlen sowie Gewähren von Einblicken in die Regierungs- und Verwaltungsarbeit.
3. Förderung von Interaktion und Teilhabe.
4. Förderung des Interesses an staatlichen Tätigkeiten und politischen Prozessen.

Social-Media-Plattformen bieten idealerweise die Möglichkeit zur Interaktion und Beteiligung. Sie unterstützen den Kanton Basel-Stadt dabei, transparent, offen und zeitnah Wohnbevölkerung und Interessierte, die Öffentlichkeit, zu informieren und mit ihnen zu kommunizieren. Das vorliegende Rahmenkonzept bietet die Grundlage, um die Social-Media-Strategie des Kantons Basel-Stadt weiterzuentwickeln, damit der Kanton seine Reichweite und Interaktivität weiter ausbauen und die Öffentlichkeit noch gezielter ansprechen kann.

3. Zielgruppen und Kanäle

Social-Media-Inhalte werden am Nutzungsverhalten der basel-städtischen Wohnbevölkerung ausgerichtet, um diese dem Informations- und Datenschutzgesetz (IDG; Öffentlichkeitsprinzip) folgend zu erreichen. Informationen können auch auf Plattformen verbreitet werden, die gesellschaftlich oder politisch kontrovers diskutiert werden, sofern sie von breiten Bevölkerungskreisen genutzt werden und sich grundsätzlich an das geltende Recht halten. Die Auswahl und periodische Überprüfung von Social-Media-Plattformen erfolgt anhand ihrer Eignung zur Erfüllung des Informationsauftrags, zur Erreichung relevanter Zielgruppen sowie unter Berücksichtigung von rechtlichen Rahmenbedingungen, Ressourcenaufwand, Nutzen und strategischer Relevanz. Die Entwicklung der Communities auf den einzelnen Plattformen wird kontinuierlich beobachtet und regelmässig beurteilt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fliessen in die laufende Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie ein.

Die Staatskanzlei bewirtschaftet die departementsübergreifenden Social-Media-Kanäle. Departemente und Dienststellen können ergänzend eigene Kanäle bewirtschaften, um spezifische Zielgruppen zu erreichen, etwa im Rahmen von Kampagnen, Grossanlässen oder zu Themen mit besonderem Fachbezug. Inhalte dieser Kanäle werden auf den gesamtkantonalen Kanälen geteilt, sofern sie für ein breiteres Publikum relevant sind. Die Koordination erfolgt durch die Staatskanzlei in Zusammenarbeit mit den Departementen und Dienststellen.

4. Social-Media-Aufgaben der Staatskanzlei

Die Staatskanzlei pflegt die gesamtkantonalen Social-Media-Kanäle. Sie führt die Feder beim Rahmenkonzept, bei der Erstellung von kantonalen Richtlinien, Leitfäden und Strategien und unterstützt Departemente und Dienststellen bei Bedarf. Departemente und Dienststellen bringen sich über Fachgruppen in die Weiterentwicklung ein.

Social-Media-Plattformen bringen kontinuierlich neue Formate und Funktionen. Die Social-Media-Strategien für die gesamtkantonalen Kanäle werden von der Staatskanzlei laufend überprüft und angepasst. Auf neue Entwicklungen will die Staatskanzlei schnell reagieren. Dies erfordert eine agile Organisation, gemeinsame Nenner und Koordination.

5. Strategische Einbindung der Kommunikation

- **Gesamtheitliche Planung:** Social Media wird idealerweise als integraler Bestandteil in die Kommunikationsplanung des Kantons einbezogen: Departemente denken bei der Kommunikationsplanung bereits daran, ob und für welche Social-Media-Kanäle ihre Information relevant ist. Dies bedeutet, dass bei der Planung von Behördeninformationen, die Inhalte, falls passend, parallel für die Ausgabe in die Social-Media-Kanäle aufbereitet werden. Die entsprechenden Prozesse sind departementsspezifisch auszugestalten.
- **Zielgerichtete Nutzung:** Jede Social-Media-Plattform wird spezifisch und zielgerichtet genutzt, um unterschiedliche Zielgruppen optimal zu erreichen.

6. Koordination und Abstimmung

- **Koordination einzelner Social-Media-Beiträge:** Jedes Departement hat andere Prozesse. Die Staatskanzlei versucht, mit allen einen möglichst einfachen, pragmatischen Austausch zu finden.
- **Abstimmung zwischen Staatskanzlei, Departementen und Dienststellen:** Via Intranet, Teams und in Fachgruppenmeetings werden Erfahrungen ausgetauscht, Best Practices geteilt

und gemeinsame Richtlinien, Leitfäden und Strategien entwickelt. Gemeinsam werden neue Trends und Technologien besprochen, ausprobiert und beobachtet und deren Potenzial für die Öffentlichkeitsarbeit des Kantons evaluiert.

7. Qualitätssicherung

- **Content-Management:** Unter der Federführung der Staatskanzlei werden Richtlinien und Leitfäden für die Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten auf Social Media entwickelt und implementiert. Beim Erstellen von Content wird darauf geachtet, dass Beiträge relevant, konsistent, qualitativ hochwertig und in Form und Tonalität auf die jeweilige Plattform abgestimmt sind.
- **Monitoring und Evaluation:** Die Analyse der Social-Media-Aktivitäten erfolgt durch regelmässiges Monitoring, um die Effektivität der Kommunikation zu messen und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen. Erfolgsindikatoren umfassen nicht nur quantitative Messungen wie Reichweite, sondern auch qualitative Aspekte wie Community-Aufbau, -Bindung, und -Weiterentwicklung.
- **Einsatz von KI:** Der Einsatz von KI-gestützten Werkzeugen erfolgt gestützt auf die «Richtlinie für die Nutzung von Online-Tools der künstlichen Intelligenz (KI-Nutzung) in der Verwaltung», verantwortungsvoll und unter Wahrung von Transparenz, Richtigkeit und rechtlicher Vorgaben. Social Media fallen nicht unter die in der Richtlinie genannten «offiziellen Publikationen». Konkrete Ausführungen zur Anwendung von KI sind in den Redaktionsrichtlinien festgehalten.

8. Interaktive Kommunikation

- **Dialog und Interaktion:** Fragen werden zeitnah beantwortet. Fakten werden richtiggestellt. Beim Community Management halten wir uns an die in der Redaktionsrichtlinie formulierten Grundsätze und an die Rechtsgrundlagen des Kantons Basel-Stadt.
- **Feedback und Beteiligung:** Über Social-Media-Kanäle kann sich die Bevölkerung/Öffentlichkeit direkt einbringen. Social-Media-Nutzende können sich untereinander austauschen. Die Beteiligung findet jedoch keinen Eingang in Partizipationsverfahren des Kantons im Sinne von § 55 der Verfassung des Kantons Basel-Stadt.

9. Integration in Krisenkommunikation

- **Krisenkommunikation:** Die gesamtkantonalen Social-Media-Kanäle sind mit der Abteilungsleitung Kommunikation der Staatskanzlei in die kantonale Krisenkommunikation integriert. Dies ermöglicht eine schnelle und effektive Kommunikation im Krisenfall, um die Bevölkerung/Öffentlichkeit zeitnah zu informieren und Missverständnisse zu vermeiden.

10. Gültigkeit und Verbindlichkeit dieses Rahmenkonzepts

Dieses Social-Media-Rahmenkonzept ist das offizielle, vom Regierungsrat genehmigte, für den Kanton Basel-Stadt verbindliche Dokument.

Diesem Dokument beigelegt sind die Redaktionsrichtlinien Social Media. Diese konkretisieren die hier dargestellten Inhalte und werden gemeinsam mit der Fachgruppe Social Media regelmässig überprüft und bei Bedarf angepasst.