

Inhalt

1. Art des Konzepts / Erforderlichkeit	2
2. Beschreibung des Social Media-Angebots	3
3. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle und technische Betreuung	5
4. Alternative Kontaktmöglichkeiten	5
5. Selbstverpflichtung	6

Dieses Konzept orientiert sich an den Richtlinien des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz (Stand: 30.04.2020):

https://www.datenschutz.rlp.de/fileadmin/lfdi/Dokumente/Hinweise_zum_SM-Konzept.pdf

1. Art des Konzepts / Erforderlichkeit

Mit der Präsenz des Landesamts für Steuern (LfSt) in sozialen Netzwerken soll die Reichweite und die Sichtbarkeit vergrößert werden. Insbesondere die Zielgruppe der 16-bis 27-jährigen nutzt soziale Medien zur Informationsbeschaffung und zur Meinungsbildung. Das LfSt erhält zudem durch die Vernetzung mit anderen relevanten Akteurinnen und Akteuren stets aktuelle Informationen über jugendpolitische oder wissenschaftliche Entwicklungen. Die Social-Media-Strategie des LfSt verfolgt folgende Ziele:

- Menschen erreichen, die durch klassische Kanäle wie Presse-Printerzeugnisse, Website, Mailinglisten, Newsletter, Hörfunk/TV o.ä. nicht mehr erreicht werden.
- Leicht beziehbare und mit geringem Aufwand verbundene Inhalte für jüngere Altersgruppen generieren.
- Schnelle Reaktion und Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzern.
- Zusätzliche Informationsquelle für Interessierte, Journalistinnen und Journalisten o.Ä..
- Schnelle Vermittlung von Inhalten an eine breite Öffentlichkeit.

Die Verbreitung von Veranstaltungshinweisen und anderen relevanten Inhalten über Social-Media-Kanäle hilft somit, dem gesetzlichen Auftrag der Sensibilisierung im Sinne einer jugendgerechteren Gesellschaft nachzukommen. Auch ist aufgrund der hohen Reichweite innerhalb der Kanäle das Angebot über die bestehenden Informationskanäle (z.B. Homepage) auszuweiten.

2. Beschreibung des Social Media-Angebots

Das LfSt ist in mehreren sozialen Mediennetzwerken präsent: Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, WhatsApp und X (vormals Twitter). Alle Anbieter weisen eine hohe Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern aller Altersgruppen auf und werden von privaten und öffentlichen Stellen benutzt. Die Social-Media-Präsenz des LfSt ist ergänzend zu den Angeboten der Webseite zu betrachten.

X (vormals Twitter): Der X-Account des LfSt dient in erster Linie der schnellen Verbreitung von fachlichen Neuigkeiten (Tweets und Retweets) an die breite Öffentlichkeit und Fachpublikum, wie z.B. Steuerberater. Die eigene Nachricht soll in möglichst kurzer Zeit von möglichst vielen Menschen gelesen werden. Kurznachrichten können z.B. auf Veröffentlichungen neuer Pressemeldungen hinweisen. X kann dazu genutzt werden, anderen Institutionen und Fachpublikum (z.B. Steuerberater) zu folgen und so ungefiltert und schnell Neuigkeiten zu erhalten.

Facebook: Die Facebook-Präsenz des LfSt ist ein weiterer Pfeiler der Öffentlichkeitsarbeit und stellt im Wesentlichen Informationen zur Ausbildung und Nachwuchsrekrutierung, z. B. allgemeine Informationen zu Veranstaltungen, Projekten, Veröffentlichungen usw. aus dem Bereich der Ausbildung zur Verfügung. Insbesondere die schnelle und übersichtliche Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzern sind für die Arbeit des LfSt von Bedeutung. So können registrierte Nutzer zu den geposteten Beiträgen sowohl mit dem LfSt als auch untereinander in Dialog treten. Im Gegensatz zu Twitter können Einträge auf Facebook etwas ausführlicher aufbereitet werden und es wird üblicherweise mehr mit Bildern gearbeitet. Interessant ist Facebook für das LfSt auch zur Bekanntmachung eigener Veranstaltungen, z. B. Berufsinformationsveranstaltungen, Jobbörsen etc. und als Plattform für interessierte Jugendliche. Inhalte können öffentlich gepostet werden, so dass sie auch von nicht bei Facebook Registrierten eingesehen werden können.

Instagram: Die Präsenz des LfSt auf Instagram wurde eingerichtet, um der Finanzverwaltung ein sympathisches und modernes Image zu geben und der wachsenden Zahl junger Nutzerinnen und Nutzer auf dieser Plattform die Ausbildungsangebote der Steuerverwaltung Rheinland-Pfalz unkompliziert und mit geringem Aufwand näherbringen zu können. Mittels passender Bilder kann hier ein guter Einstieg in komplexe Thematiken gefunden werden und mit der Zielgruppe sofort interagiert werden. Hier werden Beiträge daher in jugendgerechter Sprache gepostet.

TikTok: Die Präsenz des LfSt auf der Plattform TikTok bietet ebenfalls die Möglichkeit, einen modernen Karriereauftritt zu gestalten und die Ausbildungs- und Studienangebote der Steuerverwaltung potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern näher zu bringen. Hier können mit Hilfe kurzer Videosequenzen die einzelnen Berufsfelder und die Thematik eines steuerrechtlichen Studiums oder Ausbildung zielgruppenorientiert präsentiert werden.

WhatsApp: Die Präsenz des LfSt auf der Plattform WhatsApp erlaubt eine schnelle Kommunikation mit interessierten Bewerberinnen und Bewerbern. Dabei können insbesondere allgemeine Verfahrens- und Bewerbungsabläufe, ebenso wie anstehende Veranstaltungen (z.B. Ausbildungsmessen, Karrieretage, Praktika) abgesprochen werden. Seitens des LfSt werden unter Beachtung der DSGVO keine vertraulichen oder personenbezogenen Daten kommuniziert.

YouTube: Die Plattform bietet die Möglichkeit, diejenigen Videos zu veröffentlichen, die für andere Plattformen wie Instagram oder TikTok zu ausführlich sind. YouTube eignet sich vor allem dafür, informative Videos hochzuladen, um tiefer in komplexe Thematiken einzutauchen. Des Weiteren eröffnet es die Möglichkeit, dass kurze Videosequenzen bei TikTok oder Instagram erscheinen, die zugehörigen längeren Versionen hingegen bei YouTube, wodurch eine Kopplung zwischen den Kanälen erreicht werden kann, um daraus resultierend eine höhere Reichweite zu gewinnen.

Zudem kann durch YouTube noch eine weitere Zielgruppe angesprochen werden, die ggf. durch andere Plattformen nicht erreicht werden kann.

Sowohl die auf Facebook, Instagram, TikTok, Youtube als auch auf Twitter veröffentlichten Inhalte sind für Nutzerinnen und Nutzer ohne eigenen Account sichtbar. Die datenschutzrechtlichen Hinweise werden auf allen Plattformen sichtbar gemacht.

3. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle und technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung der Social-Media-Kanäle „Facebook“, „Instagram“, „Youtube“, „WhatsApp“ und „TikTok“ liegt bei der Hochschule für Finanzen in Edenkoben (poststelle@hochschule.fin-rlp.de) und beim Ausbildungsreferat (Ausbildung@lfst.fin-rlp.de); die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des Social-Media-Kanals „Twitter“ bei der Pressestelle (Pressestelle@lfst.fin-rlp.de)

4. Alternative Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass die Social Media-Kanäle lediglich weitere von verschiedenen Optionen darstellt, um mit dem LfSt in Kontakt zu treten oder Informationen zu erhalten. Alternativ können die über diese Seite angebotenen Informationen bspw. auch auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.lfst-rlp.de/jobs-karriere> abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang Poststelle@lfst.fin-rlp.de-mail.de wenden. Bei telefonischen Anfragen an die 0261 / 4932-0 (Die Telefonzentrale ist montags bis donnerstags in der Zeit von 8:30 bis 16:00 Uhr und freitags in der Zeit von 8:30 bis 13:00 Uhr besetzt).

Zur Wahrnehmung der Betroffenenrechte nach Art. 15 ff. DSGVO können Sie sich gerne an die/den Datenschutzbeauftragten des LfSt wenden. Diese erreichen diese/n per E-Mail unter Datenschutz@lfst.fin-rlp.de sowie telefonisch unter 0261/4932-36873. Weitere Informationen zum Thema Datenschutz finden Sie unter <https://lfst.rlp.de/lfst/datenschutz>.

Anschrift:

Landesamt für Steuern

Ferdinand-Sauerbruch-Str. 17

56073 Koblenz

5. Selbstverpflichtung

Dieses Konzept wird einmal im Jahr von uns hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Die Nutzerinnen und Nutzer werden von uns regelmäßig hinsichtlich der Risiken für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung sensibilisiert.