

Stand: 7. Februar 2019

Konzept Social Media – Twitter-Account

1. Zugangsdaten
2. Tweets absetzen
3. Verantwortlichkeiten
4. Themenspeicher

1. Zugangsdaten

Accountname: @BAWandsbek
Verknüpftes E-Mail-Postfach: [REDACTED]
Links-/ URL-Verkürzer: <https://t1p.de/>

2. Tweets absetzen

Checkliste Tweets:

Kein Tweet ohne Bild oder Video. Bildquelle immer mit angeben.
Möglichst kein Tweet ohne Hashtags.
So oft wie möglich andere Nutzer*innen vertaggen.
Etwa 3 bis maximal 7 Tweets pro Woche (inklusive Retweets).

Retweets uneingeschränkt:

- bei Institutionen der FHH
- von Terminen der Protagonisten

Retweets, eingeschränkt:

- bei Institutionen mit Förderung durch das BA
- bei Berichterstattung

keine Retweets:

- gewerbliche Angeboten
- touristische Angeboten
- interne Termine
- fehlende Protagonisten

Zielgruppen sind:

- o EinwohnerInnen des Bezirks Wandsbek
- o AkteurInnen (Institutionen/KooperationspartnerInnen/ Vereine/ Firmen/ Stiftungen etc.) im Bezirk

Zielgruppen sind nicht:

- o TouristInnen
- o MitarbeiterInnen des BA Wandsbek → stattdessen Nutzung von Newsletter, Mitarbeiterinnenzeitungen und Sharepoint

Stand: 7. Februar 2019

- PolitikerInnen (Bezirks- und Landesebene) → auf Neutralitätsgebot achten!

Ansprechhaltung:

- Förmlich
- Siezen

Ziele:

- Imagepflege
- Sammlung von Erfahrungen mit sozialen Netzwerken/ Medien
- Erweiterung der kommunizierten Themen (alles was zu klein für eine PM ist oder große Themen, die kontinuierlich begleitet werden können)
- eigene Themen/ Hashtags besetzen, Agendasetting
- Der Termin steht im Vordergrund. Zu große Personalisierung vermeiden.

Kerngeschichte/ Narrativ:

- Das BA Wandsbek ist Experte für den Bezirk, ist hier stark vernetzt und eine gute Anlaufstelle für alle an Wandsbek Interessierten.
- Der Twitter-Account des BA kuratiert Inhalte, macht aufmerksam, weist hin, sibt aus und bietet kompakt das Wichtigste zum Bezirk.
- Der Account soll zeigen, wie das Bezirksamt genau in dieses Umfeld hineinwirkt, was es (an)bietet und wo es überall zur Verbesserung der Lebensumstände der Wandsbekerinnen und Wandsbeker beiträgt.

Protagonisten:

-
-
-

Leitzahlen Erfolgsmessung:

- Interaktionsrate mit Zielgruppe
- Retweets und Erwähnungen

3. Verantwortlichkeiten

Zugangsdaten des Accounts/ Tweetdeck an
Hauptverantwortlichkeit bei IS, Freigabe durch
Kanalbetreuung wochentags von 9 bis 17 Uhr
Wöchentliche Berichterstattung Themen
Monatliche Berichterstattung Erfolgsmessung (schriftlich)