



# SOCIAL MEDIA KONZEPT

---

der Landesarchivverwaltung  
Rheinland-Pfalz

Stand 01.10.2025

# Inhaltverzeichnis

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Einleitung: Weshalb das LAV in den Social-Media-Kanälen vertreten sein sollte..... | 3  |
| 2. Ziele eines Social-Media-Auftritts für die LAV .....                               | 5  |
| 3. Zielgruppen der LAV für Social-Media .....                                         | 6  |
| 4. Auswahl der Social-Media-Kanäle .....                                              | 7  |
| 4.1 Die von der LAV genutzten Social-Media-Kanäle nach Zielen .....                   | 8  |
| 4.2 Die von der LAV genutzten Social-Media Kanäle nach Zielgruppen.....               | 9  |
| 5. Art um Umfang des Social-Media-Auftritts.....                                      | 10 |
| 5.1 Art und Häufigkeit der Beiträge .....                                             | 10 |
| 5.2 Bild- und Videobeiträge.....                                                      | 12 |
| 5.3 Interaktion / Interaktive Funktionen .....                                        | 12 |
| 5.4 Vernetzung mit anderen Behörden / Einrichtungen / Personen .....                  | 13 |
| 5.5 Evaluation .....                                                                  | 14 |
| 6. Verantwortliche und Ansprechpartner/innen.....                                     | 15 |
| 7. Datenschutz und Sensibilisierung .....                                             | 16 |
| 8. Social-Media-Datenschutzfolgeabschätzung gem. Art.35, Abs.1.....                   | 17 |
| Anlage.....                                                                           | 18 |

# 1. Einleitung: Weshalb die LAV in den Social-Media-Kanälen vertreten sein sollte

## Wandel in der Mediennutzung

Social-Media-Dienste sind zu einem wesentlichen Bestandteil im beruflichen und privaten Informations- und Kommunikationsverhalten vieler Nutzerinnen und Nutzer geworden.

Um die Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen, ist es erforderlich, zeitgemäße Kommunikationskanäle zu nutzen. Es genügt nicht mehr, auf herkömmliche institutionalisierte Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit (Pressemitteilung, Pressekonferenz, gedruckte Informationen etc.) zuzugreifen. Vielmehr bedarf es einer der neuen Mediennutzung angepassten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Online-Angebote wie Webseiten zählen seit dem Aufkommen des Internets zum Standard. Entsprechend hat sich die Mediennutzung in der Gesellschaft gewandelt. Digitalisierung und Globalisierung haben auch Einfluss auf das Kommunikations- und Informationsverhalten des Individuums.

Die Nutzung Sozialer Netzwerke (Social-Media) ist in den vergangenen Jahren gestiegen und hat sich weltweit, und somit auch in der deutschen Bevölkerung, etabliert.

80 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren nutzten 2023 täglich das Internet.<sup>1</sup> Bis zum 30. Lebensjahr sind so gut wie alle Personen täglich online, um zum Beispiel Videos, Mediatheken, Nachrichten, Musikstreaming, Podcasts, Social Media oder Chats zu nutzen. Lediglich bei den über 70-Jährigen hält sich mit 54 Prozent eine Mehrheit, die das Internet und Online-Dienste nicht täglich nutzt. Überhaupt nicht wird das Internet in dieser Altersgruppe von 22 Prozent genutzt.

52 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen in einer normalen Woche Social Media. In der jüngsten Altersgruppe greifen neun von zehn Personen mindestens einmal in der Woche auf Social Media-Angebote zurück, ab 70 Jahren sind es mittlerweile 14 Prozent. An einem normalen Tag sind es 35 Prozent der Bevölkerung, die Social Media nutzen (68 Prozent bei unter 30-Jährigen).

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung wird eine Nutzungsdauer von 31 Minuten ermittelt (69 Minuten bei unter 30-Jährigen). Bei der mindestens wöchentlichen Nutzung haben in diesem Jahr die beiden Spitzenreiter die Plätze getauscht: Instagram führt das Ranking der Social Media Nutzung mit 35 Prozent vor Facebook mit 33 Prozent an. Mit Abstand folgen TikTok (15 Prozent) und Snapchat (13 Prozent).

---

<sup>1</sup> Kern-Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023, <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>

## **Rolle der Sozialen Medien im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit**

Soziale Netzwerke sind mittlerweile zu einem Massenmedium geworden und fester Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Hier finden Kommunikation, Information und Medienrezeption statt.

Die LAV trägt dem geänderten Mediennutzungsverhalten Rechnung.

Die Sozialen Netzwerke ermöglichen der LAV eine zielgruppenorientierte Aussteuerung der Inhalte, schnelle Informationsweitergabe und direkte Kommunikation mit Kunden, Kooperationspartnern, Meinungsführern sowie Pressevertreterinnen und -vertretern. Die Nutzung der sozialen Netzwerke zur Information von Bürgerinnen und Bürgern sowie Institutionen über die Arbeit und Angebote der LAV sind ein wichtiger Bestandteil zeitgemäßer Kommunikation.

## **Rechtsgrundlage für den Betrieb von Social-Media Angeboten**

Öffentliche Stellen können als Annexkompetenz zu ihren Aufgaben Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Sofern personenbezogenen Daten erhoben werden, greift Art. 6 Abs. 1 lit. e DS-GVO i.V.m. § 3 Landesdatenschutzgesetz (LD SG).

Im Zusammenhang mit der Nutzung von Social Media-Plattformen werden i.d.R. personenbezogene Daten verarbeitet. Seitenbetreiber selbst haben keinen Zugriff auf die personenbezogenen Daten, sondern nur auf die zusammengefassten Seiten-Insights.

Öffentliche Stellen müssen daher den bestehenden datenschutzrechtlichen Anforderungen gerecht werden.

## 2. Ziele eines Social-Media-Auftritts für die LAV

Allgemeine Zielsetzung des LAV ist, über die Social-Media-Kanäle vorhandene Informationen (vor allem neue Angebote, aktuelle Informationen, Pressemitteilungen usw.) mit möglichst geringem Aufwand an eine möglichst breite Öffentlichkeit zu streuen.

Die Ziele eines Social-Media-Auftritts sind:

- Informationen schnell und direkt an eine große Öffentlichkeit vermitteln.
- Bürgernähe durch Nutzung der von Bürgerinnen und Bürgern genutzten Informations- und Kommunikationskanäle.
- Neue bzw. andere Zielgruppen erreichen: insbesondere Menschen, die über klassische Kanäle wie Pressearbeit, Website o.ä. nicht erreicht werden. Dabei wollen wir möglichst viele Altersgruppen erreichen.
- Schnelle Kommunikation ermöglichen.
- Image der LAV als moderne Einrichtung festigen, die aktuelle Medien nutzt.
- Reaktionen auf von uns veröffentlichte Inhalte bekommen.
- Eine zusätzliche Informationsquelle für Medien schaffen.
- „Networking“: Netzwerke zu bestehenden Kontakten und Kooperationspartnern stärken, sowie neue Netzwerke aufbauen.

Darüber hinaus ist die Nutzung von bestimmten Social-Media-Kanälen eine technisch vorgegebene Voraussetzung für die Einbindung von eigenen Audio- oder Videodateien auf der Webseite der LAV. Durch das verwendete Content-Management-System TYPO3 und dem Host beim LDI wird die Nutzung bestimmter Anbieter zwingend erforderlich (siehe dazu Kapitel 5 „Art und Umfang des Social Media Auftritts“).

### 3. Zielgruppen der LAV für Social-Media

Die Öffentlichkeitsarbeit der LAV relevanten Zielgruppen sind hier überblicksartig und in alphabetischer Sortierung dargestellt.

#### **Allgemeine Bevölkerung**

(Bürgerinnen / Bürger)

#### **Bildungseinrichtungen**

Hochschulen VHS

Schulen Kindergärten/Kitas

#### **Fachöffentlichkeit**

Archivische Fachöffentlichkeit

Archive wissenschaftlicher Einrichtungen

Archive in RLP

Bundesarchiv

Kirchenarchive

Landes- u. Kommunalarchive

Medienarchive

Parlaments- u. Parteiarchive

Private Archive

Wirtschaftsarchive

#### **Fürsprecher**

#### **Geschäftliche Kontakte**

Dienstleister

Lieferanten

#### **Interne Öffentlichkeit**

Mitarbeiter/innen und Mitarbeiter

Ehemalige Mitarbeiter/innen

#### **Kooperationspartner und Sponsoren Nutzerinnen und Nutzer (auch zukünftige)**

Wissenschaftler/innen

Studierende

Heimatforschende

Familienforschende

Schüler/innen

Auszubildende

Lehrkräfte

Menschen, die sich in der (beruflichen) Weiterbildung befinden

Seniorinnen und Senioren Ehrenamtlich Tätige Kulturinteressierte Bürger/innen

#### **Landesregierung**

Ministerium (MWWK)

andere Ministerien

Landtagsabgeordnete u. Politiker/innen

andere Landesbehörden

#### **Presse Unternehmen**

#### **Vereine**

#### **Zukünftige Mitarbeiter/innen**

(per Veröffentlichung von Stellenanzeigen)

**Primäre Zielgruppen für das Social Media-Angebot sind:** die allgemeine Bevölkerung, Nutzerinnen und Nutzer, Landesregierung und Ministerien, Bildungseinrichtungen, Pressemedien und Fachöffentlichkeit.

**Sekundäre Zielgruppen sind:** Fürsprecher, Geschäftliche Kontakte, interne Öffentlichkeit, Kooperationspartner und Sponsoren, Unternehmen, Vereine und zukünftige Mitarbeiter.

## 4. Auswahl der Social-Media-Kanäle

Es gibt eine Reihe von Social-Media-Kanälen. Derzeit führende und von der LAV genutzte Kanäle sind:

### 1. Facebook

Facebook ist weltweit und in Deutschland das führende Soziale Netzwerk, das neben Unternehmen vor allem auch Privatpersonen aller Altersgruppen genutzt wird. Daher ist Facebook als Social-Media-Kanal essentiell. Hier können neben Textinformationen auch Bilder und weitere Medienformate (Videos etc.) verbreitet und geteilt werden.

Eine Kommentarfunktion erlaubt es, in den Dialog miteinander zu treten.

### 2. Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk von Meta Platforms, das sich auf den Austausch von Fotos und Videos spezialisiert hat. Nutzer erstellen ein Profil, um visuelle Inhalte wie Bilder, Videos, Stories und Reels zu posten, die sie mit Filtern bearbeiten können. Andere Nutzer können diesen Profilen folgen, um deren Inhalte in ihrem eigenen Feed zu sehen, die Beiträge mit Likes und Kommentaren zu versehen und über private Nachrichten (Direct Messages) zu kommunizieren.

### 3. YouTube

YouTube ist die größte Social-Media-Website für die gemeinsame Nutzung von Videos weltweit. Sie ermöglicht es Benutzern, Videos auf die Plattform hochzuladen, Videos von anderen Benutzern anzusehen und mit ihnen zu interagieren. Die Nutzung von YouTube ist eine technisch vorgegebene Voraussetzung für das Einbinden von Videodateien auf der Webseite der LAV.

Die drei dargestellten Netzwerke unterscheiden sich deutlich in ihren Möglichkeiten und Schwerpunkten. Facebook ist eine vielseitige Plattform für Texte, Fotos und Videos sowie für Gruppen und Veranstaltungen. Instagram ist auf visuelle Inhalte wie Fotos und Kurzvideos (Reels) spezialisiert, mit Fokus auf Ästhetik und schnelle Interaktion. YouTube ist eine globale Videoplattform, die für längere Videoinhalte, Tutorials und Vlogs konzipiert ist und eine Suchmaschinenfunktion hat.

Weitere Soziale Netzwerke werden derzeit aus Kapazitätsgründen sowie aus dem Grund der Datensparsamkeit aktuell nicht genutzt.

Im nächsten Schritt soll abgeglichen werden, inwieweit diese drei Kanäle der eigenen Zielsetzung an einen Social-Media-Kanal entsprechen und inwieweit über sie die definierten Zielgruppen erreicht werden können.

#### 4.1 Die von der LAV genutzten Social- Media-Kanäle nach Zielen<sup>2</sup>

| Ziel                                                                                                                                                                                                        | Facebook | Instagram | YouTube |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|---------|
| Informationen schnell und direkt an eine große Öffentlichkeit vermitteln.                                                                                                                                   | ✓        | ✓         |         |
| Neue bzw. andere Zielgruppen erreichen. Menschen erreichen, die über klassische Kanäle wie Pressearbeit, Website o.ä. nicht mehr erreicht werden. Dabei wollen wir möglichst viele Altersgruppen erreichen. | ✓        | ✓         | ✓       |
| Schnelle Kommunikation ermöglichen                                                                                                                                                                          | ✓        | ✓         |         |
| Reaktionen auf von uns veröffentlichte Inhalte bekommen.                                                                                                                                                    | ✓        | ✓         |         |
| Eine zusätzliche Informationsquelle für Journalisten schaffen.                                                                                                                                              |          | ✓         |         |
| „Networking“: Netzwerke zu bestehenden Kontakten und Kooperationspartnern stärken sowie neue Netzwerke aufbauen.                                                                                            | ✓        | ✓         |         |
| Image der LAV als moderne Einrichtung fetigen, die aktuellen Meiden nutzt.                                                                                                                                  | ✓        | ✓         | ✓       |
| Voraussetzung um eigene Audio-/Videodateien auf der Webseite bereitstellen                                                                                                                                  |          |           | ✓       |

<sup>2</sup> Grundlage: Unsere Einschätzung/Beobachtung aus der Praxis. Großes Häkchen = besonders hohe Relevanz für das Ziel

## 4.2 Die von der LAV genutzten Social-Media-Kanäle nach Zielgruppen<sup>3</sup>

Die zuvor ermittelten Zielgruppen sind nicht alle in einem Format oder Medium gemeinsam zu erreichen.

| Zielgruppe (primär)                          | Facebook       | Instagram | YouTube |
|----------------------------------------------|----------------|-----------|---------|
| <b>Allgemeine Bevölkerung</b> (Bürger/innen) | ✓              | ✓         | ✓       |
| <b>Bildungseinrichtungen</b>                 |                |           |         |
| Fachöffentlichkeit                           | ✓              | ✓         | ✓       |
| Archivische Fachöffentlichkeit               | ✓ <sup>4</sup> | ✓         | ✓       |
| Archive wissenschaftlicher Einrichtungen     | ✓              | ✓         | ✓       |
| Archive in RLP                               | ✓              | ✓         | ✓       |
| Bundesarchiv                                 | ✓              | ✓         | ✓       |
| Kirchenarchive                               | ✓              | ✓         | ✓       |
| Landes- u. Kommunalarchive                   | ✓              | ✓         | ✓       |
| Medienarchive                                | ✓              | ✓         | ✓       |
| Parlamentsarchive                            | ✓              | ✓         | ✓       |
| Wirtschaftsarchive                           | ✓              | ✓         | ✓       |
| <b>Nutzerinnen/Nutzer</b>                    |                |           |         |
| Wissenschaftler/innen                        | ✓              | ✓         | ✓       |
| Studierende                                  | ✓              | ✓         | ✓       |
| Heimatsforschende                            | ✓              | ✓         | ✓       |

<sup>3</sup> Unsere Einschätzung/Beobachtung nach. Größerer Haken = Zielgruppen werden stärker erreicht.

<sup>4</sup> Insbesondere durch Gruppen. Innerhalb von Gruppen kann man sich zu einem bestimmten Thema austauschen, die LAV ist in vielen archivischen Gruppen Mitglied.

|                                   |                 |                  |                |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|----------------|
| Schüler/innen                     | ✓               | ✓                | ✓              |
| Seniorinnen und Senioren          | ✓               | ✓                | ✓              |
| Ehrenamtliche Tätige              | ✓               | ✓                | ✓              |
| Kulturinteressierte Bürger/innen  | ✓               | ✓                | ✓              |
| <b>Zielgruppe (sekundär)</b>      | <b>Facebook</b> | <b>Instagram</b> | <b>YouTube</b> |
| Fürsprecher                       | ✓               | ✓                | ✓              |
| Geschäftliche Kontakte            | ✓               | ✓                | ✓              |
| Interne Öffentlichkeit            | ✓               | ✓                | ✓              |
| Kooperationspartner und Sponsoren | ✓               | ✓                | ✓              |
| Landesregierung                   | ✓               | ✓                | ✓              |
| Presse                            | ✓               | ✓                | ✓              |
| Unternehmen                       | ✓               | ✓                | ✓              |
| Vereine                           | ✓               | ✓                | ✓              |
| künftige Mitarbeiter/innen        | ✓               | ✓                | ✓              |

Es zeigt sich, dass die Zielgruppen mit den genutzten Social-Media-Kanälen erreicht werden können.

## 5. Art und Umfang des Social-Media-Auftritts

Das Landeshauptarchiv Rheinland-Pfalz nutzt ausgehend von den aufgeführten Zielgruppen und der Nutzerstruktur folgende Social-Media-Kanäle (Stand Oktober 2025):

- a) Facebook (Accountname: @landesarchivverwaltung\_rlp)
- b) Instagram: (Accountname: @landesarchivverwaltung\_rlp)
- c) YouTube<sup>6</sup> (Accountname: @landesarchivverwaltungrlp2025)

Die verschiedenen Funktionen der sozialen Netzwerke (inhaltlichen Ausrichtung, der Art zu kommunizieren usw.) werden für unterschiedliche Inhalte genutzt.

Im Sinne des Cross-Media-Gebots wird in der Regel, auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten hingewiesen (z.B. durch Verlinkung zur Website).

### 5.1 Art und Häufigkeit der Beiträge

Die Art und Häufigkeit der Beiträge ist abhängig von den Zielen, der Zielgruppe und den entsprechend genutzten Social-Media-Kanälen (siehe Kapitel 2 bis 4). Generell sollen Beiträge hochwertige, nutzenstiftende Inhalte bieten, die der jeweiligen Zielgruppe einen Mehrwert bieten. Dazu werden die Inhalte für die verschiedenen Kanäle optimiert. Es wird jede Form von Diskreditierung, Provokation oder gar Beleidigung vermieden. Die Social-Media-Aktivitäten dienen ausschließlich der Förderung des Archivwesens und seiner Aufgaben mit der in Kapitel 2 genannten Zielen.

#### Grobausrichtung:

Bei Facebook werden neue Angebote, aktuelle Informationen, Beiträge zur Unterhaltung und Veranstaltungshinweise gepostet (= für langlebigere Informationen; „Long Tail“).

Bei Instagram werden aktuelle Informationen und Neuigkeiten gepostet (= Informationen in Echtzeit, Nachrichtencharakter).

#### Inhaltliche Ausrichtung der Beiträge:

- Nachrichten, die auf der Website der LAV stehen v.a. Pressemitteilungen
- Ankündigung und Bewerben von Veranstaltungen
- „kleinere Nachrichten“ zu aktuellen Themen, die für eine Pressemitteilung keine ausreichend große Bedeutung haben; Saisonale Ereignisse
- Hinweise auf Besonderheiten (z. B. geänderte Öffnungszeiten zu besonderen Anlässen z.B. Personalversammlung)

<sup>6</sup> Siehe Punkt 3: Voraussetzung für die Einbindung von eigenen Audio- oder Videodateien auf der Webseite der LAV.

- Themen aus der Archivwelt, die über die LAV hinausgehen (z.B. aus Verbänden) Stellenanzeigen der LAV
- Blick hinter die Kulissen und die Arbeit der LAV
- Themen, die für die Aufgabenerfüllung von Archiven von Interesse sind
- Bewerbung neuer Angebote / Dienstleistungen
- Bewerbung aller Aktivitäten zur Förderung des Archivwensens RLP.
- Es wird eine positive Berichtserstattung über die Arbeit der LAV angestrebt Online-Seminare und Erklär-Videos

### **Häufigkeit der Beiträge:**

Wenn Inhalte zur Verfügung stehen und sie auch den Anforderungen und Interessen der Zielgruppen entsprechen, sollten diese auch veröffentlicht werden. Im redaktionellen Alltag werden Beiträge möglichst geplant, aber auch tagesaktuell entschieden und bewertet was gepostet wird. Daraus ergibt sich welche Beitragsfrequenz machbar ist. Es sollten möglichst regelmäßig Beiträge erfolgen, um aktuell zu bleiben und Anreize zu schaffen den Auftritt häufig zu besuchen oder zu folgen.

Als interner Richtwert wurden ca. 2 bis 3 Posts pro Woche festgelegt.

## **5.2 Bild- und Videobeiträge**

Es sollte möglichst visuell gearbeitet werden, da es schwierig ist, mit reinen Textbeiträgen Aufmerksamkeit zu generieren. Generell gilt: Sensibilität beim Einstellen von fremden Bildern/Texten. Bildrechte und die Einhaltung des Urheberrechts müssen gewährleistet sein. Soweit es sich um fremde Bilder handelt, dürfen Bilder nur veröffentlicht werden, wenn der Urheber bekannt ist und dessen Einwilligung zur Nutzung oder entsprechende Lizenzen vorliegen. (Siehe auch Kapitel 8 Datenschutz)

## **5.3 Interaktion / Interaktive Funktionen**

Im Unterschied zu klassischen Massenmedien (Zeitungen, Radio, Film) mit ihren linearen Kommunikationswegen setzen Social Media auf digitale Kommunikationswege mit einem hohen Echtzeitfaktor. Die Kommunikation in Sozialen Medien ist nicht eindimensional von der Behörde/Unternehmen zum Kunden hinzuverstehen, daher sollte auf alle Interaktionen der Follower zeitnah reagiert werden. Gerade bei Facebook sorgt eine hohe Interaktion (Nachrichten/Kommentare/Klicks auf Beiträge/Gefällt mir-Angaben) für mehr Reichweite.

**Kommentare/Nachrichten:**

Social-Media-Kanäle bieten die Möglichkeit, dass Bürgerinnen und Bürger Anfragen als Nachricht oder Kommentar an die Accounts der LAV stellen können. Diese sollten beantwortet werden, da das Medium sonst seinen eigentlichen Zweck der unkomplizierten, schnellen Information und Kommunikation verfehlt.

Dabei empfiehlt sich folgendes Vorgehen

- Eingang von Anfrage wird bestätigt und auf eine baldige Antwort verwiesen.
- Anfrage wird per Mail an die betreffende Abteilung gerichtet.
- Antwort der Abteilung wird mit der Referat Öffentlichkeitsarbeit abgesprochen.
- Antwort wird zeitnah versendet und auf weitere Anfragemöglichkeiten wie die E-Mail wird hingewiesen.

Wird die Kommentarfunktion angeboten, muss auch mit kritischen Kommentaren umgegangen werden. Auf negative Beiträge soll offen, sachlich und angemessen reagiert werden.

Beleidigende, diskriminierende oder rechtswidrige Inhalte können gelöscht werden, hierfür gelten zudem eindeutige Regularien seitens der Social-Media-Plattformen. Die LAV Moderation und Reaktion auf Kommentare erfolgen während der Dienstzeiten.

**Weitere Interaktionsmöglichkeiten:**

Die einfachste und bekannteste Form von Interaktion ist das von Facebook eingeführte „ liken“ (Daumen hoch), bei dem Gefallen mit einem einzigen Klick ausgedrückt wird. Die meisten Social-Media-Kanäle bieten diese oder ähnliche Interaktionsmöglichkeiten an. Durch dieses einfache „ liken“ kann zu einzelnen Beiträgen oder ganze Seiten ein Feedback gegeben werden. Den „ like“-Button zu nutzen ist sinnvoll, wenn keine schriftliche Reaktion (wie bei Fragen) erforderlich ist.

**Inhalte teilen („sharing“):**

Inhalte anderer Nutzer, die zum Themenbereich der LAV passen, können geteilt (oder „ retweetet“) werden. Wird die LAV in anderen Beiträgen genannt oder verlinkt, können diese Inhalte ebenfalls geteilt werden.

**5.4 Vernetzung mit anderen Behörden/Einrichtungen/Personen**

Social Media basiert auf Netzstrukturen. Die Menschen verbinden sich als Fan oder Follower mit anderen Menschen, Unternehmen oder Firmen, die ihre Interessen teilen und die für sie persönlich, beruflich oder aus sonstigen Gründen relevant sind.

Fast alle rheinland-pfälzischen Ministerien, Universitäten und Hochschulen haben eigene Social Media-Präsenzen. Ebenso viele Kultureinrichtungen und nahezu alle Weiterbildungseinrichtungen sind zu finden. Die LAV selbst folgt der Landesregierung, Ministerien, Kooperationspartnern, Archiven usw. Alle Einrichtungen die den „Gefällt-mir- Button“ der LAV-Accounts anklicken oder „Follower“ werden, sollten zurück „angeklickt“ werden. Bei Firmen ist jedoch große Zurückhaltung geboten.

Freundschaftsanfragen von Privatpersonen werden beantwortet.

Es bietet sich an, in eigenen Beiträgen andere Präsenzen zu verlinken / zu markieren. Dies steigert die eigene Reichweite sowie die Interaktion mit den Social-Media-Seiten der LAV. Auch gemeinsame Beiträge sind denkbar, müssen jedoch geplant und abgesprochen werden.

## **5.5 Evaluation**

Das vorliegende Konzept soll regelmäßig evaluiert werden.

Hier sollen folgende Entwicklungen berücksichtigt werden:

- Beobachtung der Entwicklung und Nutzung von Social-Media in der Gesellschaft durch Auswertung von aktuellen Studien.
- Zielgruppendefinition der LAV:  
Welche Zielgruppen sollen über die Social Media-Auftritte erreicht werden.
- Beobachtung der Nutzung der Social-Media-Angebote der LAV (quantitative und qualitative Analyse). Hierfür werden die von Facebook und Instagram angebotenen statistischen Auswertungen genutzt und jährlich evaluiert.
- Veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen.

## 6. Verantwortliche und Ansprechpartner/innen

Die Verantwortung im Sinne des Presserechtes liegt bei:

Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz  
Leiterin Dr. Beate Dorfey  
Karmeliterstraße 1/3  
56068 Koblenz

Die redaktionelle Betreuung erfolgt durch das Referat Öffentlichkeitsarbeit. Ansprechpartnerin für die Social-Media-Auftritte der LAV ist:

Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Dr. Christine Goebel  
Telefon: 0261 9129-117  
[Social-media@lav.rlp.de](mailto:Social-media@lav.rlp.de)

Datenschutzbeauftragter:

Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz  
Dr. Daniel Heimes und Dr. Eike Alexander von Boetticher  
Karmeliterstraße 1-3  
56068 Koblenz  
Telefon: 0261 – 9129 – 0  
E-Mail: [datenschutz@lav.rlp.de](mailto:datenschutz@lav.rlp.de)

## 7. Datenschutz und Sensibilisierung

Datenschutz ist ein Grundrecht. Jeder hat das Recht, im Rahmen der Gesetze über die Erhebung und Verarbeitung seiner Daten selbst zu entscheiden. Dies ist der Inhalt des informationellen Selbstbestimmungsrechtes. Beim Datenschutz geht es um personenbezogene Daten. Das sind alle Informationen, die die jeweilige Person betreffen, etwa Name und Adresse oder persönliche Einstellungen. Diese Daten dürfen von staatlichen Stellen und privaten Unternehmen nur erhoben und genutzt werden, wenn ein Gesetz dies erlaubt oder die jeweilige Person eingewilligt hat. Auf diese Weise sollen das Persönlichkeitsrecht und die Privatsphäre geschützt werden. Das ist die Aufgabe des Datenschutzes.

Die LAV orientiert sich beim Thema Datenschutz an den derzeit gültigen Empfehlungen des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit des Landes Rheinland-Pfalz (LfDI). Das vorliegende Konzept sowie gesonderte Datenschutzhinweise für alle Social-Media-Kanäle sind auf der Webseite der LAV <https://lav.rlp.de> veröffentlicht und auch von den einzelnen Social Media-Kanälen per Verlinkung (maximal 2 Schritte) abrufbar. Es besteht weiterhin auf der Webseite der LAV eine Verlinkung zur Homepage des Landesdatenschutzbeauftragten.

Zudem sind in der Datenschutzerklärung die LAV-Verfahrensweise festgelegt, wenn Nutzerinnen und Nutzer ihre Rechte nach §§ 18-20 Landesdatenschutzgesetz geltend machen möchten (Auskunft, Berichtigung, Sperrung, Löschung, Widerspruch, Unterlassung, Beseitigung). Die Social Media-Angebote der LAV sind in das Verarbeitungsverzeichnis gemäß Art. 30 DS-GVO aufgenommen.

Die Bearbeitung der Betroffenenrechte erfolgt in Abstimmung zwischen der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie dem behördlichen Datenschutzbeauftragten. Die Betroffenen können sich dabei zur Wahrnehmung ihrer Rechte gem. Art. 15 ff. DSGVO an den behördlichen Datenschutzbeauftragten wenden. Dieser prüft die Rechte der Betroffenen. Die Stabsstelle ist dabei verantwortlich für die Zulieferung der für die Bearbeitung erforderlichen Informationen an den behördlichen Datenschutzbeauftragten sowie für die Umsetzung etwaiger Maßnahmen.

Im Fall von Facebook wird auf deren Seiten-Insights-Ergänzung<sup>8</sup> hingewiesen, um die Informationen über die Vereinbarung gem. Art. 26 DSGVO zur Verfügung zu stellen.

---

<sup>8</sup> Siehe: [www.facebook.com/legal/terms/page\\_controller\\_addendum](https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum)

Die von der Datenschutzkonferenz (DSK) formulierten Fragen wurden seitens der LAV RLP an Facebook adressiert, die LAV als nachgeordnete Behörde im Zuständigkeitsbereich des Ministeriums für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur wird daran anknüpfen.

Einmal pro Halbjahr erfolgt auf Facebook und Instagram eine Aktion zur Sensibilisierung der Bürgerinnen und Bürger über die Risiken für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung.

Über das Social-Media-Angebot werden seitens der LAV keine personenbezogenen Daten erhoben. Lediglich bei einer Anfrage von Nutzern über Facebook werden personenbezogene Daten erfasst und ggf. an die entsprechende Stelle innerhalb der LAV zur Beantwortung bzw. weiteren Bearbeitung weitergeleitet. Der Umfang wird auf das notwendige Maß beschränkt und gilt im gleichen Maße wie beim üblichen Schriftverkehr oder einer E-Mail.

Neben einem Hinweis an die Eigenverantwortlichkeit der registrierten Nutzerinnen und Nutzer bei der Nutzung des Angebots weist die LAV im Sinne des Cross-Media-Gebots auf alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten hin. Auf Facebook erfolgt als Kontaktmöglichkeit die Nennung von E-Mail-Adresse, Telefonnummer und Postanschrift der LAV sowie die Nennung der Webseite <https://lav.rlp.de> auf der alle weiteren Kontaktdaten abrufbar sind. Auf X (ehemals Twitter) erfolgt die Nennung der Webseite <https://lav.rlp.de>, auf der ebenfalls die weiteren Kontaktmöglichkeiten abrufbar sind.

Die Möglichkeiten, den technisch-organisatorischen Datenschutz zu gestalten, hängen wesentlich von den Optionen ab, welche die Plattformbetreiber eröffnen.

Zugriff auf Daten, welche die Plattformbetreiber der LAV zur Verfügung stellen, haben ausschließlich die für die Betreuung des Accounts zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

## **8. Social-Media-Datenschutzfolgeabschätzung gem. Art. 35, Abs. 1 der Europäischen Datenschutzgrundverordnung**

Nachstehend erhalten Sie die Datenschutzfolgeabschätzungen rund um die von der LAV RLP genutzten Social-Media-Kanäle:

**Facebook** ➡

**Instagram** ➡

**YouTube** ➡

**Blog** ➡

## Anlage

### NETIQUETTE FÜR SOCIAL MEDIA DER LANDESARCHIVVERWALTUNG RLP

Die Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz ist auch auf den Social-Media-Kanälen Instagram | Facebook | YouTube mit einem eigenen Account vertreten. Auf diese Weise soll ein direkter Kontakt und Austausch mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern gefördert werden. Für die Kommunikation auf den Social-Media-Kanälen gilt die nachfolgende Netiquette:

Liebe Nutzerinnen und Nutzer,

wir freuen uns, dass Sie die Social Media Angebote der Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz nutzen. Sie können sich gerne mit Kommentaren und Beiträgen an Diskussionen beteiligen. Wir bitten jedoch um die Einhaltung der Kommentierregeln. Falls diese nicht eingehalten werden, behalten wir uns das Recht vor, Inhalte gegebenenfalls zu löschen und an die jeweiligen Plattformbetreiber zu melden.

#### 1. Respektvoller Umgang

Achten Sie bei Ihren Beiträgen immer auf einen fairen und höflichen Ton und bleiben Sie sachlich: Behandeln Sie andere Nutzerinnen und Nutzer stets so, wie Sie selbst behandelt werden möchten. Vergessen Sie bitte nicht, dass hinter jeder Nutzerin und jedem Nutzer ein Mensch steht. Argumentieren Sie nie mit persönlichen Angriffen oder mit Argumenten, die sich gegen Personen richten. Lassen Sie Nutzerinnen und Nutzern ihre Meinungen und versuchen Sie nicht, Ihre Auffassung anderen aufzuzwingen. Beiträge, die Beleidigungen, Obszönitäten, persönliche Angriffe, persAuffassung anderen rassistische, antisemitische, homophobe oder sexistische Äußerungen enthalten, werden von uns gelöscht beziehungsweise an die jeweiligen Plattformbetreiber gemeldet; die Verfasserinnen oder Verfasser werden von uns blockiert. Gleiches gilt für Beiträge, die in vulgärer, missbräuchlicher oder hasserfüllter Sprache verfasst sind oder das Recht Dritter sowie Urheberrechte verletzen.

## **2. Themenbezug beachten**

Die Social-Media-Beiträge bieten Informationen zu Veranstaltungen, Karriere und Themen der Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz. Daher sollten sich die Diskussionsbeiträge auch auf das jeweilige Thema beziehen. Sollte die nicht der Fall sein, behalten wir uns das Recht vor, Beiträge gegebenenfalls zu entfernen.

## **3. Missbräuchlich Nutzung**

Die missbräuchliche Nutzung der verschiedenen Social-Media-Kanäle als Werbeflächen für andere Webseiten oder Dienste sowie das kommerzielle oder private Anbieten von Waren und Dienstleistungen ist nicht gestattet und führt zur Löschung des Beitrages beziehungsweise zur Meldung des Beitrages. Inhalte, Informationen, Software oder anderes Material, das gegen bestehende Gesetze verstößt, dürfen nicht gepostet werden.

## **4. Zitate und Bilder**

Wenn Sie in einem Beitrag ein Zitat einbringen möchten, nennen Sie bitte auch die Quelle und den Urheber. Nur für die anderen Nutzerinnen und Nutzer nachprüfbare Zitate und Quellenangaben sollten genutzt werden. Bedenken Sie beim Posten von Bildern, dass Sie über deren Rechte verfügen sollten. Mit der Verlinkung zu externen Webseiten sollte möglichst sparsam umgegangen werden.

## **5. Verantwortlichkeit**

Wir übernehmen keine Verantwortung für die Beiträge der Nutzerinnen und Nutzer, diese liegt bei der jeweiligen Person selbst. Die Verfasserin oder der Verfasser der Beiträge gibt der Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz mit dem Einstellen seines Beitrages das Recht, den Beitrag dauerhaft auf den Social-Media-Kanälen vorzuhalten.

## **6. Verstöße gegen Kommentierregeln**

Als Betreiber dieser Präsenz werden wir Verstöße gegen die hier aufgeführten Kommentierregeln nicht dulden. Wir behalten uns vor, Beiträge jederzeit und gegebenenfalls auch ohne Angaben von Gründen zu löschen beziehungsweise zu melden. Bei mehrfachen Verstößen gegen die Netiquette behalten wir uns vor, Userinnen und User zu blocken. Mit der Interaktion auf unseren Social-Media-Kanälen erkennen Sie diese Richtlinien an. Verstöße gegen die allgemeinen Gesetze und Rechtsvorschriften können unter Umständen zum Ausschluss aus der jeweiligen Plattform führen und in schwerwiegenden Fällen die Einleitung rechtlicher Schritte zur Folge haben.

## **7. Anfragen**

Wir möchten Fragen stets beantworten und auf Beiträge reagieren. Wenn Sie uns abends oder am Wochenende schreiben, kümmern wir uns am nachfolgenden Werktag gerne um Ihr Anliegen. Wir möchten jedoch darauf hinweisen, dass die Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz auf Grund der gesetzlichen Zuständigkeiten keine Rechtsauskünfte oder rechtlichen Ratschläge erteilen darf. Daher bitten wir um Verständnis, dass weder eine verwaltungsgemäße Bearbeitung von Einzelfällen, noch eine individuelle Lebensberatung durchgeführt werden kann. Wenn Sie allerdings Anleitungen oder weitergehende Hilfestellungen rund um Themen der Landesarchivverwaltung benötigen, ist es sinnvoll, wenn Sie uns eine E-Mail: ([social-media@lav.rlp.de](mailto:social-media@lav.rlp.de)) schreiben oder sich unter der Rufnummer 0261 9129-0 an unser Serviceteam wenden (Montag bis Donnerstag von 8.00 bis 16.30 Uhr und Freitag geschlossen).

Wir danken für Ihr Verständnis und freuen uns auf den Dialog mit Ihnen!

Ihre Landesarchivverwaltung Rheinland-Pfalz