



SEMINAR

23. - 24.02.2023, Online

Social Media im öffentlichen Sektor 2023

**Social Media Strategien * Instagram Bootcamp *
Datenschutz**

Mit Expert*innen aus den Einrichtungen und Institutionen:

- Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)
- Technische Universität Chemnitz
- Landtag von Baden-Württemberg

Highlights:

- Präsentation: Social Media Strategien planen, entwickeln & umsetzen mit der BVG
- Workshop: Leitfaden für eine digitale Strategie
- Präsentation: Kommunikation via Website – Anforderungen und Herausforderungen

**Weitere Details auf
unserer Website**



Veranstaltungsprogramm Tag 1

08:30-09:00 Akkreditierung & Check-In

09:00-09:05 Begrüßung durch die Europäische Akademie für Steuern, Wirtschaft & Recht

09:05-09:30 Vorstellungsrunde der Teilnehmenden

- Begrüßung durch den Referenten
- Erwartungen der Teilnehmenden

Impulsvortrag 09:30-10:30

Trends im Social Media

- KI generierte Texte für Blogartikel oder Social Media Posts
- Text-zu-Bild-Software mit Dall-E 2 erstellen und Kunstwerke kopieren
- Hybride Workflows zur Steigerung der Produktivität durch Automatisierung
- Remote-Präsenz als neues Arbeitsmodell
- Deep Fake Calls, die neue Waffe von Cyberbetrügern?
- Ist das die neue digitale Revolution?
- Auswirkung der digitale Transformation auf unsere Arbeitswelt

Eine Diskussionsrunde ist in den Beitrag inkludiert

Matthias Fejes, Stellv. Pressesprecher, Technische Universität Chemnitz

10:30-11:00 Pause



**Präsentation
11:00-12:00**

**Social Media Strategien planen, entwickeln & umsetzen
mit der BVG**

- Wie entsteht eine Social Media Kampagne?
- Wie wird aus einer Social Media Kampagne eine Strategie?
- Reflektion der Zielgruppen und die bewusste Entscheidung einer Imagestrategie
- Wie entwickelt man digitalen, nachhaltigen & bürgernahen Content?
- Welche Plattformen steigern die unternehmerische Reichweite?
- Umgang mit dem Shit Storm und was wir daraus lernen
- Unternehmerische Entscheidung zur Social Media Nutzung, um Bürgerkommunikation, Reichweite & Service zu gewährleisten
- Kann Mastodon die DSGVO konforme Alternative zu Social Media werden?
- Warum die BVG vorerst nicht auf der Plattform TikTok postet

Eine Diskussionsrunde ist in den Beitrag inkludiert

Frank Büch, Leiter Marketing, Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)

12:00-13:00

Mittagspause

**Workshop
13:00-15:00**

Leitfaden für eine digitale Strategie

- Welche Zielgruppe wollen wir erreichen?
- Was ist das Ziel & welche Botschaft soll vermittelt werden?
- Auswahl geeigneter Kanäle
- Gestaltung von nachhaltigem Content
- Erstellung eines Content Plans
- Entwicklung einer individuellen Strategie

Nach einem Impulsbeitrag werden die Teilnehmenden in Kleingruppen Ansätze für einen Leitfaden für eine digitale Strategie entwerfen. Anschließend werden die Ergebnisse im Plenum diskutiert.

Frank Büch, Leiter Marketing, Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)

15:00-15:30

Pause

**Präsentation
15:30-16:30**

DSGVO und Social Media

Gernot Kirchner, Datenschutzbeauftragter, Technische Universität Chemnitz



16:30

Ende des Tages



Veranstaltungsprogramm Tag 2

08:30-09:00 "Check-in"

09:00-09:15 Begrüßung durch den Referenten

Präsentation 09:15-10:15

Kommunikation via Website – Anforderungen und Herausforderungen

- Wie hat sich das Nutzungsverhalten verändert?
- Ein Muss für alle Websites: Mobilversion anbieten
- Eigene Angebote für Zielgruppen (Barrierefreiheit, Leichte Sprache, Livestreams)
- Wie lassen sich Informationen transparent und übersichtlich darstellen?

Eine Diskussionsrunde ist in den Beitrag inkludiert

Marco Piljic, Pressesprecher, Social Media, Landtag von Baden-Württemberg

10:15-10:45 Pause

Präsentation 10:45-12:00

Von Responsive Design bis Social Media: Wie sehen digitale Kommunikationsstrategien aus?

Kommunikationsabteilungen müssen immer mehr eine größere technologische Komplexität überblicken und bedienen. Abhilfe schafft hier eine Crossmedial Social Media Strategie.

- Die wichtigsten To-dos für eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie
- Welcher Content eignet sich für welchen Kanal?
- Einsatz von Social-Media-Tools
- Bezahlte Werbung
- Umgang mit Hass und Hetze

Eine Diskussionsrunde ist in den Beitrag inkludiert

Marco Piljic, Pressesprecher, Social Media, Landtag von Baden-Württemberg

12:00-13:00 Mittagspause



Veranstaltungsprogramm Tag 2

INSTAGRAM BOOTCAMP

**Präsentation
13:00-14:00**

Was macht einen guten Beitrag aus?

- Praxisbeispiele von erprobten Techniken, ansprechenden Content zu erstellen
- Eigenes Personal nutzen: So bereiten Sie Interviews mit eigenen Mitarbeitenden selbst vor
- Weitere Möglichkeiten

Matthias Fejes, Stellv. Pressesprecher, Technische Universität Chemnitz

14:00-14:30

Pause

**Best Practice
14:30-15:30**

Bezahlte und organische Vermarktungstechniken auf Instagram

- Welche Möglichkeiten der bezahlten Vermarktung haben wir im Öffentlichen Sektor?
- Organische Vermarktung: So kann es funktionieren
- Vor,- und Nachteile, mit Influencern zusammen zu arbeiten

Matthias Fejes, Stellv. Pressesprecher, Technische Universität Chemnitz

15:30

Ende der Veranstaltung