

Konzept Social Media 2023

Wieso Social Media?

Als Ministerium haben wir einen Informationsauftrag für die allgemeine Bevölkerung „Bürger:innen“. Social Media ermöglicht uns eine schnelle und direkte Art der Kommunikation und Wissensvermittlung und richtet sich in erster Linie direkt an die Bürger:innen.

Mit Social Media können wir insbesondere folgende Punkte erreichen und unterstützen:

1. **Infotainment:** Wissensvermittlung (z.B. „Recht einfach erklärt“, „Wie schaut ein Gerichtssaal aus“)
2. **Entertainment:** der Account soll „Wohlfühl-Content“ enthalten, ohne „lächerlich“ zu wirken (z.B. lustige Begriffe, die nur im öffentlichen Dienst gängig sind, Tier-Content etc)
3. **Recruiting**
4. **Employer Branding**

Mehr Postings bedeuten höhere Sichtbarkeit und Reichweite, weshalb grundsätzlich 3 Postings oder mehr pro Woche erstrebenswert wären. Aufgrund der angespannten Personalsituation ist aktuell geplant, zu Beginn jedenfalls 1-2 Postings in der Woche zu erreichen. Wenn die Kapazitäten es zulassen und die vorliegenden Informationen eine höhere Frequenz ermöglichen, sollen nach Möglichkeit mehr Postings veröffentlicht werden.

Plattformen

Das BMJ soll vorrangig auf dem Kanal **Instagram** präsent sein. Diese Plattform ermöglicht es, dass wir eine junge Zielgruppe (14+) optimal erreichen, um unsere Inhalte möglichst breit zu streuen. Unsere Zielgruppe auf Instagram liegt zwischen 14-40+ (Praktikant:innen, Lehrlinge sowie Bürger:innen und Mitarbeiter:innen) aller Geschlechter mit Interesse an

der Justiz und dem Ministerium. Um vor allem für die jüngere Zielgruppe attraktiver zu werden, wählen wir auf dieser Plattform die Ansprache der User:innen per Du.

Der Name des Accounts auf Instagram soll lauten: @bmj_aut



Bei **Facebook** handelt es sich weiterhin um die größte Social Media Plattform, auf der auch ältere Personen erreicht werden können. Das BMJ soll daher auch hier vertreten sein. Da es sich um die einzige Social Media Plattform handelt, die stetig User verliert, sollen hier (vorerst) keine speziell angefertigten Postings erarbeitet werden, sondern die Inhalte von Instagram „gespiegelt“ werden. Auch hier wählen wir die Ansprache der User:innen per Du.

Der Name der Unternehmensseite auf Facebook soll lauten: Seitenname: BMJ - Bundesministerium für Justiz
Benutzername: @bmj_aut.



Als Ergänzung zu diesen B2C (Business to Consumer) Kanälen ist geplant, auf **LinkedIn** insbesondere auch eine ältere und fachspezifische Zielgruppe zu erreichen, indem vorerst eine Unternehmensseite hinterlegt wird. Diese Unternehmensseite kann von BMJ Mitarbeiter:innen verlinkt werden und auf diese Weise erreichen wir ohne großen Aufwand die B2B (Business to Business) Szene und Personen mit höherem Bildungsabschluss. Auf dieser Plattform sollen die Inhalte der anderen Kanäle nicht 1:1 gespiegelt werden, sondern die Inhalte bei entsprechenden Kapazitäten angepasst werden. Insbesondere ist es lohnend, diese Unternehmensseite mit Inhalten zu bespielen,

die in unsere vordefinierten Ziele Employer Branding und Recruiting einzahlen. Hier wählen wir die Ansprache der User:innen per Sie.

Der Name der Unternehmensseite auf LinkedIn soll lauten: **BMJ - Bundesministerium für Justiz**



Aufbau der Accounts

Das übergeordnete Ziel des jeweiligen Kanals ist, die Tätigkeit des Bundesministeriums für Justiz und der:des Bundesminister:in darzustellen, aber auch die Aufgaben und Berufsgruppen der Justiz (Gerichte/Staatsanwaltschaften/Justizanstalten/Verwaltung) für die Zielgruppen in einfacher Sprache sichtbar zu machen.

Es sollen aber auch die Dienststellen der Justiz dargestellt werden. Von den Staatsanwaltschaften, Gerichten und Justizanstalten können jeweils Vorstellungen erfolgen sowie über Veranstaltungen, personelle Veränderungen und offene Stellenausschreibungen berichtet werden etc.

Ausdrücklich kein Inhalt des Accounts werden konkrete Gerichts- und Ermittlungsverfahren sein. Es ist aber unser Ziel, in Zusammenarbeit mit den Medienkompetenzstellen der Oberstaatsanwaltschaften und Oberlandesgerichten abstrakte rechtliche Informationen rund um Verfahren von öffentlichem Interesse darzustellen und auch die entsprechenden Inhalte auf www.bmj.gv.at und www.justiz.gv.at zu aktualisieren.

Es ist nicht das Ziel des Accounts, mediale Situationen zu kommentieren. Wir erheben weiters nicht den Anspruch, tagesaktuell auf Themen einzugehen. Bei Postings zu Veranstaltungen ist es das Ziel, sie möglichst zeitnah zu der Veranstaltung zu posten, um

zum Beispiel in unser Ziel Employer Branding einzuzahlen und den User:innen Einblicke ins BMJ zu ermöglichen.

Prozesse im Haus und mit den Dienststellen

Social Media bedeutet nicht nur den Aufbau und die kontinuierliche Pflege des Accounts. Weiters gilt es spannende, abwechslungsreiche Inhalte zu finden und für die Kanäle umzusetzen (in Text, Bild oder Video). Einige Inhalte können durch die Stabsstelle Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im BMK („StS Kom“) aus Pressemitteilungen und den Websites www.bmj.gv.at und www.justiz.gv.at übernommen und für Social Media aufgearbeitet werden. Das Ziel ist aber auch, die Sektionen und Dienststellen ichtbar zu machen, um den Account abwechslungsreich und spannend zu gestalten.

Zu diesem Zweck werden in einem gesonderten Dokument Prozesse definiert und eine Checkliste zur Verfügung gestellt, mittels derer Themen an die dafür eingerichtete E-Mail-Adresse digitales@bmj.gv.at eingemeldet werden können.

Die erhaltenen Inhalte werden von der StS Kom gesichtet und im Rahmen eines Redaktionsplans verarbeitet, der nach Möglichkeit einen Monat im Voraus erstellt wird. Der Zeitpunkt der Veröffentlichung ist dabei von mehreren Faktoren abhängig, unter anderem davon, ob bzw. welche anderen Themen verfügbar sind, wie die mediale Situation aussieht, etc.

Mögliche Content-Formate

Die Inhalte sollen in verschiedenen Content-Formaten gepostet werden, die unterschiedlich visuell gestaltet sind. Derzeit sind unter anderem folgende Content-Formate geplant:

1. **„Recht einfach erklärt“**: Rechtsbegriffe einfach ausgedrückt, sodass sie auch Laien verstehen. Die Inhalte werden von den entsprechenden Bereichen auf justiz.gv.at übernommen.
2. **„Fakt oder Fiktion“**: Aufklärung
3. Aufgaben des Bundesministeriums für Justiz und der Frau Bundesministerin: legislative Maßnahmen, Projekte im BMJ etc
4. **„Jus(t) facts“** Informationen und Fakten zur Justiz

5. **„Inside Justiz:** Es sollen auch die Staatsanwaltschaften, Gerichte und Justizanstalten sichtbar gemacht werden. Es können Besonderheiten der Gebäude, Bauprojekte, Spezialzuständigkeiten etc dargestellt werden (Einmeldungen der Dienststellen können hier berücksichtigt werden)

Community Management

Für den Community-Aufbau und die Pflege des Accounts ist es wichtig, dass wir den Account sichtbar betreuen, um Interaktionen mit den Bürger:innen zu erreichen und nicht hinter den Accounts anderer Ministerien zurück zu stehen.

Das Auftreten soll bürger:innennah, professionell und sympathisch sein sowie Wertschätzung ausdrücken. Angesichts der Kapazitäten ist allerdings nur ein eingeschränktes Community Management möglich. Als „Öffnungszeiten“ werden auf dem Account die Zeiten „Werktags 8:00-15:00 Uhr“ angegeben werden.

Evaluierung

Es ist geplant, nach einem halben Jahr zu evaluieren, ob es Handlungsbedarf bzw. Verbesserungsmöglichkeiten bei den internen Prozessen gibt. Außerdem sollen zu diesem Zeitpunkt Kennzahlen zur Erfolgsmessung für das folgende Jahr definiert werden.