

## REGIERUNGSRAT

27. September 2023

23.215

### **Interpellation Martin Bossert, EDU, Rothrist (Sprecher), Rolf Haller, EDU, Zetzwil, vom 27. Juni 2023 betreffend Aktivitäten des Kantons Aargau in den Sozialen Medien; Beantwortung**

---

I.

Text und Begründung der Interpellation wurden den Mitgliedern des Grossen Rats unmittelbar nach der Einreichung zugestellt.

II.

Der Regierungsrat antwortet wie folgt:

#### **Vorbemerkungen**

Der Kanton Aargau ist seit 2012 im Social-Media-Bereich aktiv. Er unterhält gesamtkantonale Auftritte (Profile) auf Facebook, X (Twitter), Instagram, Flickr und YouTube, die von der Staatskanzlei beziehungsweise dem Kommunikationsdienst des Regierungsrats betreut werden; die Abteilung HR Aargau des Departements Finanzen und Ressourcen ist für den Auftritt des Arbeitgebers Kanton Aargau auf LinkedIn, Xing und Instagram zuständig. Seit 2022 können die Departemente und Abteilungen/Sektionen gemäss Vorgaben der Kommunikationskonferenz (KoKo) beziehungsweise der departementalen Kommunikationsdienste zusätzliche Social-Media-Auftritte auf den erwähnten (und weiteren) Kanälen betreiben (<https://www.ag.ch/de/aktuell/social-media-newsletter/social-media>).

#### **Zur Frage 1**

"Welche Kriterien gelten beim Kanton Aargau, damit Beiträge in den Sozialen Medien veröffentlicht werden?"

Der Kanton Aargau verfolgt bei seinen Social-Media-Aktivitäten eine "4-I-Strategie". Das erste "I" steht für Integration. Das heisst, dass die Social-Media-Aktivitäten in die übergeordnete Gesamtkommunikationsstrategie des Kantons Aargau integriert sind und nicht als eigenständiger Kommunikationsbereich behandelt werden. Damit wird sichergestellt, dass die auf Social-Media-Plattformen publizierten Beiträge bezüglich Inhalt und Qualität den für die anderen Kommunikationskanäle des Kantons Aargau geltenden Kriterien der Regierungs- und Verwaltungskommunikation entsprechen. Aus diesem Grund erübrigen sich spezifisch für die Veröffentlichung von Social-Media-Kantonsbeiträge geltende Kriterien.

Das zweite "I" der "4-I-Strategie" steht für Information. Der Kanton Aargau nutzt Social Media, um mit seinen Kommunikationsprodukten wie zum Beispiel Medienmitteilungen, Regierungsratsbulletins, Medienkonferenzen, Newsletter, Kriseninformationen usw. mehr Reichweite beziehungsweise Wir-

kung zu erzielen. Dies ist insbesondere auch in Krisensituationen und Krisenzeiten von hohem Nutzwert. So verzeichneten die Online- und Social-Media-Auftritte des Kantons während der Covid-19-Pandemie rekordhohe Nutzungszahlen (mehrere Hunderttausend Nutzende pro Monat). Da immer mehr Stellensuchende ihre Informationen über eine Arbeitgeberin von sozialen Plattformen beziehen und der Fachkräftemangel sich verschärft, nutzt der Kanton Aargau (Abteilung HR Aargau, Kantonspolizei) Social Media auch für das Employer Branding und die Rekrutierung.

Beim dritten "I" geht es um Image. Der Kanton Aargau veröffentlicht auf Social-Media-Inhalte, die mithelfen, ihn – in Abstimmung mit den politischen Zielen und Schwerpunkten des Regierungsrats – gegen aussen zu positionieren und profilieren. Dazu gehört zum Beispiel die Begleitung von Aussenauftritten oder grösseren Veranstaltungen des Kantons per Social Media (zum Beispiel kantonale Gastauftritte an der Ostschweizerischen Land- und Milchwirtschaftlichen Ausstellung [OLMA] in St. Gallen, Zugermesse, Fête des Vignerons, Marché Concours national de chevaux à Saignelégier, Bundespräsidentinnen- und Nationalratspräsidentinnen-Feiern usw.).

Das vierte "I" betrifft die Interaktion. Dabei werden von Nutzerinnen und Nutzern gestellte Fragen und Kommentare beantwortet. Gerade in den Abteilungen mit viel Kundenkontakt werden die Social-Media-Kanäle oft genutzt, um Anfragen von jüngeren Personen zu beantworten (die diese Kanäle für die Kontaktaufnahme bevorzugen).

## **Zur Frage 2**

"Wer kann/ darf im Namen des Kantons Aargau Beiträge in den Sozialen Medien veröffentlichen?"

Bei den von der Staatskanzlei betreuten gesamtkantonalen Auftritten auf Facebook, X (Twitter), Instagram und YouTube werden Beiträge ausschliesslich von den Mitarbeitenden des Kommunikationsdiensts des Regierungsrats mit dem Absender "Kanton Aargau" veröffentlicht. Bei spezifischen Themen oder Fragen werden Beiträge von den Kommunikationsdiensten der fach- und sachzuständigen Departemente erstellt und vom Kommunikationsdienst des Regierungsrats veröffentlicht.

Bei den von den Departementen betriebenen Departements- oder Themenauftritten legen die departementalen Kommunikationsdienste in Absprache mit der Departementsleitung fest, wer Beiträge gemäss welchen Kriterien publizieren darf.

## **Zur Frage 3**

"Hat der Kanton Aargau Social-Media-Spezialisten angestellt (z. B. Content Creator)? Falls ja, welche und wie viele (Anzahl Personen und Vollzeitäquivalent)?"

Nein. Der "4-I-Strategie" entsprechend ("I" wie Integration in die Gesamtkommunikation) werden die Inhalte/Beiträge für die Social-Media-Kanäle des Kantons von den Mitarbeitenden des Kommunikationsdiensts des Regierungsrats, der Kommunikationsdienste der Departemente beziehungsweise der Abteilungen oder Fachstellen im Rahmen ihrer angestammten Kommunikationsaktivitäten erstellt. Oftmals werden auch Praktikantinnen und Praktikanten für die Betreuung der Social-Media-Auftritte oder die Erstellung von Inhalten für die Social-Media-Kanäle eingesetzt. Sie verfügen in der Regel über praktische Erfahrungen in diesem Bereich.

## **Zur Frage 4**

"Welche Regeln gelten bzgl. Veröffentlichungen in den Sozialen Medien beim Kanton Aargau?"

Im Social-Media-Leitfaden für Mitarbeitende der Kantonsverwaltung sind die wichtigsten Regeln und Kriterien für die berufliche Nutzung von Social Media sowie Empfehlungen für die private Nutzung festgehalten. Im Dokument "Netiquette" (<https://www.ag.ch/de/aktuell/social-media-newsletter/social->

media/netiquette) sind die Regeln und Kriterien festgehalten, die für Nutzerinnen und Nutzer gelten (zum Beispiel beim Kommentieren von Kantonsbeiträgen).

Social-Media-Veröffentlichungen des Kantons haben von Inhalt, Stil und Qualität her den in der "4-I-Strategie" festgehaltenen übergeordneten Grundkriterien zu entsprechen. Dazu gehört zum Beispiel der Grundsatz, dass auf Social Media keine Informationen exklusiv veröffentlicht werden dürfen, welche für alle Aargauerinnen und Aargauer relevant sind.

Bei den Departementen können gemäss neuem Rahmenkonzept seit 2022 neue Social-Media-Kanäle eröffnet werden, wenn der Departementsleitung ein Nutzungskonzept vorgelegt und der Antrag bewilligt wird. Die Kanäle werden seit 2022 jährlich evaluiert; bei fehlendem Nutzwert kann ein Kanal auch wieder geschlossen werden.

### **Zur Frage 5**

"Wie wird die Qualitätssicherung bzgl. Veröffentlichungen in den Sozialen Medien beim Kanton Aargau sichergestellt? Welche Stellen pro Departement (Funktionen) sind dafür verantwortlich?"

Bei Social-Media-Beiträgen des Kantons erfolgt die Qualitätssicherung durch die zuständige ausführende Organisation beziehungsweise die ordentlichen Publikationsprozesse (klare Regelung, wer welche Inhalte publizieren darf; Sprachregelungen etc.).

Bei den gesamtkantonalen Auftritten erfolgt die Publikation von kantonalen Social-Media-Beiträgen zumeist durch Mitarbeitende des Kommunikationsdiensts des Regierungsrats in Abstimmung mit den sach- und fachzuständigen Departementen. Bezüglich externer Beiträge von Nutzerinnen und Nutzern (zum Beispiel bei Kommentaren, Hinweisen auf anderweitige Inhalte usw.) erfolgt die Qualitätssicherung – auch ausserhalb der Arbeitszeiten der Kantonsverwaltung – mit entsprechenden technischen Monitoring-Tools. Bei den departementalen Social-Media-Auftritten wird die Qualitätssicherung durch das jeweils zuständige Departement sichergestellt.

Die Social-Media-Verantwortlichen des Kantons treffen sich viermal jährlich zu einem Austausch (Erfahrungsgruppe), der zur Qualitätssicherung und Weiterbildung sowie zur Behandlung offener Fragen (rechtlich, inhaltlich, technisch) dient.

### **Zu den Fragen 6 und 7**

Frage 6: "Welcher Zeitaufwand ist beim Kanton Aargau bzgl. den Sozialen Medien in Summe vorgesehen (z. B. pro Departement und Monat, falls möglich auch gerne granularer)?"

Frage 7: "Welche finanziellen Aufwände fallen beim Kanton Aargau bzgl. den Sozialen Medien an (z. B. pro Departement und Jahr, falls möglich auch gerne granularer)?"

### **Staatskanzlei**

Der Kommunikationsdienst des Regierungsrats betreut die gesamtkantonalen Social-Media-Aktivitäten auf Facebook, X (Twitter), Instagram und YouTube. Die Betreuung dieser Kanäle ist in den Tagesdienst der Mitarbeitenden des Kommunikationsdiensts des Regierungsrats integriert. Miteingebunden sind dabei auch die Praktikantinnen und Praktikanten, wobei diese Praktikumsstellen manchmal über einen gewissen Zeitraum auch unbesetzt sind. Weiter werden auch zentrale Dienstleistungen für die Departemente erbracht; zum Beispiel im Bereich von Social-Media-Kampagnen. Der wöchentliche Aufwand für die vom Kommunikationsdienst des Regierungsrats betreuten Social-Media-Aktivitäten beläuft sich auf ca. 26 Stunden, was ca. 60 % einer Vollzeitstelle entspricht.

## **Departement Volkswirtschaft und Inneres**

Der Zeitaufwand für die sozialen Medien im Departement Volkswirtschaft und Inneres entspricht insgesamt etwa einem 110 %-Pensum (inklusive Praktikantinnen und Praktikanten). Der Aufwand fällt hauptsächlich bei der Kantonspolizei an, die ihre Social-Media-Kanäle für Prävention, Information und für die Rekrutierung von Nachwuchs / Employer Branding verwendet, und beim Strassenverkehrsamt für Verkehrsschulung und die Beantwortung von Kundenanfragen. Die Kommunikation über diese Kanäle ist Teil des Kommunikationsmixes, es ist kein Personal einzig für Social Media eingestellt. Finanzielle Aufwände fallen insbesondere in Form von Lohnkosten der Mitarbeitenden an, im Umfang von rund Fr. 95'000.– pro Jahr. Des Weiteren tätigt das Departement Volkswirtschaft und Inneres Ausgaben für Social-Media-Anzeigen (rund Fr. 350.– pro Jahr).

## **Departement Bildung, Kultur und Sport**

Der Zeitaufwand für die Sozialen Medien im Departement Bildung, Kultur und Sport entspricht insgesamt etwa einem 120 %-Pensum (inklusive Projektstellen und Praktikantinnen und Praktikanten). Der Aufwand fällt hauptsächlich beim Museum Aargau und dem Aargauer Kunsthaus an. Soziale Medien dienen insbesondere Kultureinrichtungen als Marketing-Tool für zielgerichtete Werbung und Kommunikation. Sie sind Teil des gesamten Kommunikationsmixes. Zudem präsentieren seit Mai das Departement Bildung, Kultur und Sport, die schulinvolverten Verbände sowie die Pädagogische Hochschule der Fachhochschule Nordwestschweiz auf Instagram Eltern und erziehungsberechtigten Personen Wissenswertes rund um die Volksschule im Aargau. Diese ist eine Massnahme im Rahmen des Projekts "MAGIS", die sich momentan noch in der etwas ressourcenintensiveren Aufbauphase befindet. Des Weiteren tätigen die Kulturinstitutionen Ausgaben für Social-Media-Anzeigen (rund Fr. 9'000.– pro Jahr).

## **Departement Finanzen und Ressourcen**

Der Zeitaufwand für die Sozialen Medien im Departement Finanzen und Ressourcen wird auf ca. 4,5 Stunden pro Woche geschätzt, was ca. 10 % einer Vollzeitstelle pro Jahr entspricht. Dieser Aufwand fällt hauptsächlich bei der Abteilung HR Aargau für den Auftritt des Arbeitgebers Kanton Aargau auf den verschiedenen Plattformen LinkedIn, Xing und Instagram an (siehe Vorbemerkungen). Aufgrund der sich verändernden Informationsbedürfnisse potenzieller Stellensuchender und des sich verschärfenden Fachkräftemangels ist die Nutzung dieser Kanäle für die Arbeitgeberpositionierung und Rekrutierung zentral. Um über Bildungsgänge und deren Infoabende oder Anlässe zu informieren, betreibt das Landwirtschaftliche Zentrum Liebegg auf den Plattformen LinkedIn, Instagram und Facebook je ein Unternehmensprofil. Finanzielle Aufwände fallen insbesondere in Form von Lohnkosten an (ca. Fr. 10'000.– pro Jahr). Zudem werden Ausgaben für Social-Media-Anzeigen (rund Fr. 1'000.– pro Jahr) getätigt.

## **Departement Gesundheit und Soziales**

Das Departement Gesundheit und Soziales verzichtet bisher auf eigene Social-Media-Kanäle. Die Social-Media-Aktivitäten laufen entsprechend über die gesamtkantonale Kanäle. Der Aufwand dafür beträgt ca. zwei Stunden pro Woche (ca. Fr. 5'000.– Lohnkosten, was ca. 5 % einer Vollzeitstelle pro Jahr entspricht). In der Regel handelt es sich um Beiträge im Rahmen von Kampagnen oder Veranstaltungen in den Bereichen Gesundheitsförderung und Prävention sowie Alter und Familie. Die Beiträge erfolgen abgestimmt auf die weiteren Kommunikationsaktivitäten der Kampagnen und Veranstaltungen (gemäss "4-I-Strategie"). Die Inhalte werden in der Regel von Fachleuten erstellt und von der Kommunikationsstelle im Departement geprüft und freigegeben. Der finanzielle Aufwand für Werbung auf Social Media wird auf durchschnittlich ca. Fr. 8'000.– pro Jahr geschätzt (inklusive Administrations-, Gestaltungs- und Produktionskosten). Die Kosten für die Social-Media-Anzeigen sind abhängig von den jeweiligen Kampagnen im gegebenen Jahr und können relativ stark schwanken.

## Departement Bau, Verkehr und Umwelt

Der Zeitaufwand für die Sozialen Medien im Departement Bau, Verkehr und Umwelt wird auf ca. 26 Stunden pro Woche geschätzt, was ca. 60 % einer Vollzeitstelle entspricht. Die Departementskanäle auf Instagram und LinkedIn werden durch die Praktikantin oder den Praktikanten im Kommunikationsdienst des Departements Bau, Verkehr und Umwelt betreut, dies unter der Führung und Aufsicht der Leitung des Kommunikationsdiensts. Teilweise werden auch Posts für die Kantonskanäle auf Facebook und LinkedIn (HR Aargau) produziert. Finanzielle Aufwände fallen insbesondere in Form der Lohnkosten der Praktikumsstelle an, die sich um die Sozialen Medien kümmert. Des Weiteren tätigt das Departement Bau, Verkehr und Umwelt Ausgaben für Social-Media-Anzeigen im Umfang von rund Fr. 250.– pro Jahr.

### Zeitaufwand (Frage 6)

Tabelle 1: Übersicht Zeitaufwand für den Kanton Aargau bezüglich Soziale Medien

	KDRR	DVI	BKS	DFR	DGS	BVU <sup>6</sup>
Zeitaufwand	ca. 60 % (= ca. 26 Stunden pro Woche)	ca. 110 % (= ca. 46 Stunden pro Woche)	ca. 120 % (ca. 50 Stunden pro Woche)	ca. 10 % (= ca. 4,5 Stunden pro Woche)	ca. 5 % (= ca. 2 Stunden pro Woche)	ca. 60 % (= ca. 26 Stunden pro Woche)

### Lohnaufwand (Frage 7)

Bei den nachfolgend aufgeführten Finanzaufwänden des Kantons für Social-Media-Aktivitäten (Tabelle 2) handelt es sich um Personalkosten. Diese können aufgrund des unterschiedlichen Einsatzes von ordentlichen Stellen und Praktikumsstellen in den Departementen variieren. Wie bereits oben ausgeführt ist bei der kantonalen Verwaltung jedoch kein Personal einzig für das Tätigkeitsfeld Social Media angestellt. Hinzu kommen Kosten für Social-Media-Kampagnen (zum Beispiel Promotion von Beiträgen oder zielgruppengerechte Streuung von Stelleninseraten); diese belaufen sich pro Departement in einer Bandbreite von Fr. 250.– bis Fr. 9'000.– pro Jahr, sowie rund Fr. 17'000.– für die Abonnementskosten beziehungsweise Jahresgebühr für die Nutzung des gesamtkantonalen LinkedIn-Business-Accounts für die Rekrutierung von Mitarbeitenden.

Tabelle 2: Lohnaufwand für den Kanton Aargau bezüglich Soziale Medien

	KDRR	DVI	BKS	DFR	DGS	BVU
Lohnaufwand	ca. Fr. 55'000.– Lohnkosten pro Jahr	ca. Fr. 95'000.– Lohnkosten pro Jahr	ca. Fr. 100'000.– Lohnkosten pro Jahr	ca. Fr. 10'000.– Lohnkosten pro Jahr	ca. Fr. 5'000.– Lohnkosten pro Jahr	ca. Fr. 22'000.– Lohnkosten pro Jahr

Die Kosten für die Beantwortung dieses Vorstosses betragen Fr. 4'164.–.

## Regierungsrat Aargau