

## **KLEINE ANFRAGE**

**des Abgeordneten René Domke, Fraktion der FDP**

**Social-Media-Profile der Landesregierung**

**und**

## **ANTWORT**

**der Landesregierung**

Zu der Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage auf Drucksache 8/3433 ergeben sich einige Nachfragen.

Nach Auskunft der Landesregierung wird die gesamte Öffentlichkeitsarbeit in Social Media privat von Mitgliedern der Landesregierung geführt. Auffällig ist, dass die Accounts der Ministerien eine geringere Reichweite haben als die privaten Accounts der Mitglieder der Landesregierung.

1. In der der o. g. Antwort der Landesregierung beigefügten tabellarischen Übersicht wurden die Accounts der Ministerin für Bildung und Kindertagesförderung sowie des Staatssekretärs des Ministeriums für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz auf Instagram nicht mit aufgeführt.  
Nach welchen Maßstäben wurden die Profile in der tabellarischen Übersicht aufgenommen (bitte ausführlich begründen)?

Die Frage ist bereits in der Antwort zu Frage 3 der Kleinen Anfrage auf Drucksache 8/3433 beantwortet worden. Dort heißt es: „Nicht aufgeführt sind Profile, die allein der privaten Kommunikation im persönlichen Umfeld dienen.“

2. Hat die Landesregierung eine einheitliche Kommunikationsstrategie für Social Media?
  - a) Wenn ja, wie ist diese ausgestaltet?
  - b) Wie wird diese umgesetzt?
  - c) Wenn nicht, warum nicht (bitte ausführlich begründen)?

Die Landesregierung verfolgt seit Anfang dieses Jahres ein stärker abgestimmtes kommunikatives Vorgehen in Bezug auf die Kanäle aller Ministerien und der Staatskanzlei in den sozialen Medien. Voraussetzung dafür war zunächst, dass die Arbeit in den sozialen Medien in der Mehrheit der Häuser einer Mitarbeiterin oder einem Mitarbeiter zugeordnet ist bzw. entsprechende Personalstellen geschaffen und besetzt worden sind. Seit Anfang des Jahres 2024 finden alle vier bis sechs Wochen regelmäßige Abstimmungsrunden statt. Dabei werden strategische Entscheidungen gemeinsam besprochen und getroffen. Dazu gehören Entscheidungen zum Verhalten z. B. im kommunikativen Krisenfall, zur stärkeren optischen Vereinheitlichung der Kanäle aller Ministerien und der Staatskanzlei sowie einer engeren redaktionellen Zusammenarbeit bei größeren Anlässen, an denen mehrere Häuser kommunikativ mitwirken. Die Entscheidungen werden angesichts sich stets verändernder aktueller Herausforderungen und Anlässe in einem dynamischen digitalen Mediumfeld stets angepasst.

3. Welcher Umfang an Haushaltsmitteln und Planstellen steht für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung (bitte nach Ressort aufschlüsseln)?

Die Antwort kann der Anlage 1 entnommen werden. Dabei ist zu beachten, dass es in verschiedenen Ministerien keine vollen Stellen für die internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit gibt. Stattdessen werden diese Aufgaben anteilig von verschiedenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übernommen. Auch gibt es nur in der Staatskanzlei, die koordinierende Aufgaben für die gesamte Landesregierung übernimmt, einen eigenen Haushaltstitel für Kommunikation im Internet und in den sozialen Medien. Ansonsten werden die Ausgaben den jeweiligen Etats für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit entnommen.

4. Nach welchen Kriterien wird der Stellenplan für den Bereich Social Media erstellt (bitte einzeln für die Staatskanzlei und die jeweiligen Ministerien aufschlüsseln)?
  - a) Wie viele Stellen sind derzeit unbesetzt?
  - b) Plant die Landesregierung, weitere Stellen zu schaffen?
  - c) Wenn ja, was sind die Gründe hierfür?

Die Landesregierung beantwortet die Anfrage einheitlich wie folgt: Der Stellenplan richtet sich nach dem Personalbedarf und dem Etat und Haushaltsplan eines jeden Jahres.

**Zu a)**

Es gibt eine unbesetzte Stelle in der Staatskanzlei

**Zu b)**

Nein.

**Zu c)**

Entfällt.

5. In welchem Umfang werden die Social-Media-Accounts der Landesregierung jeweils durch Bedienstete des Landes betreut (bitte getrennt nach Ministerien unter Angabe der Besoldungsgruppe aufführen)?

Die Antwort kann der Anlage 2 entnommen werden. Zu beachten ist auch hier, dass es in verschiedenen Ministerien keine vollen Stellen für die Kommunikation in den sozialen Medien gibt. Stattdessen werden diese Aufgaben anteilig von verschiedenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übernommen. Der Anteil für soziale Medien kann der Tabelle entnommen werden.

6. Nach welchen Kriterien erfolgt die Stellenausschreibung der Mitarbeiter für den Bereich Social Media (bitte einzeln für die Staatskanzlei und die jeweiligen Ministerien aufschlüsseln)?

Die Staatskanzlei, das Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz, das Finanzministerium, das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit, das Ministerium für Klimaschutz, Landwirtschaft, ländliche Räume und Umwelt, das Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung, das Ministerium für Wissenschaft, Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten und das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport beantworten die Frage wie folgt: Grundlage für die Stellenausschreibung sind die organisationsrechtliche Untersuchung zum notwendigen Personalbedarf sowie die daraus resultierenden Dienstposten- bzw. Arbeitsplatzbewertungen und der zur Verfügung stehende Etat.

Das Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung beantwortet die Frage wie folgt: Die Gestaltung der Stellenausschreibung erfolgt in enger Abstimmung mit den jeweiligen Bedarfsträgern. Von daher wird hier auch hinsichtlich des Anforderungsprofils auf die entsprechenden Wünsche eingegangen. Dabei ist ebenfalls zu berücksichtigen, ob es sich um einen Dienstposten vergleichbar des höheren, gehobenen oder mittleren Dienstes handelt. Unter dieser Maßgabe werden dann auch die Anforderungen hinsichtlich der erforderlichen Abschlüsse (Master- oder Bachelorniveau bzw. eine Berufsausbildung) formuliert. In Bezug auf die Fachrichtung wird in der Regel einer der Bereiche Journalismus, Public Relations, Medien- oder Kommunikationswissenschaften gefordert.

7. Wie sieht die Tätigkeitsbeschreibung für Mitarbeiter im Bereich Social Media aus (bitte einzeln für die Staatskanzlei und die jeweiligen Ministerien aufschlüsseln)?
  - a) Welche Anforderungen und Qualifikationen werden an Bewerber im Bereich Social Media gestellt (bitte einzeln für die Staatskanzlei und die jeweiligen Ministerien aufschlüsseln)?
  - b) Was ist die Ursache für mögliche Unterschiede in den einzelnen Ressorts?

**Zu a)**

Die Antwort kann der Anlage 3 entnommen werden.

**Zu b)**

Die Ministerien und die Staatskanzlei definieren die Tätigkeit und die dafür notwendigen Qualifikationen nach eigenem Bedarf.

8. Wie bewertet die Landesregierung rechtlich die Übernahme von Fotos und Videos der Staatskanzlei auf den privaten Instagram-, Facebook- und Twitter-Account der Ministerpräsidentin (entsprechende Rechtsauffassung, falls abweichend, bitte auch für die Minister angeben)?
9. Wessen Urheberrecht unterliegen die für die Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung produzierten Bilder und Videos?  
Wie und durch wen werden die Rechte verwaltet?

Die Fragen 8 und 9 werden zusammenhängend beantwortet.

Der von der Landesregierung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit verwendete Content ist grundsätzlich zur Veröffentlichung bestimmt. Die Verwendung ist frei. So werden z. B. die Links zur entsprechenden Bilddatenbank in der Regel mit den dazugehörigen Pressemitteilungen auf dem Regierungsportal [www.regierung-mv.de](http://www.regierung-mv.de) veröffentlicht. Auch von den Facebookseiten kann Content heruntergeladen und erneut originär gepostet werden. Die Verwendung ist in jedem Fall grundsätzlich frei. In der genannten Bilddatenbank wird als Urheber grundsätzlich auf die Staatskanzlei MV verwiesen, da die Urheberrechte in der überwiegenden Anzahl der Fälle bei der Landesregierung liegen. Sollte dies nicht der Fall sein, wird auf den Fotos ein abweichender Fotohinweis veröffentlicht.

Vor diesem Hintergrund ist die Übernahme zulässig.

10. Haben Mitarbeiter der Landesregierung für den Bereich Social Media Zugriff auf die privaten Konten von Regierungsmitgliedern (bitte einzeln aufschlüsseln)?
  - a) Wenn ja, was sind die Gründe hierfür?
  - b) Haben Wahlkreismitarbeiter sowie Mitarbeiter der regierungs-tragenden Parteien Zugriff auf die jeweiligen Konten der Regierungsmitglieder (bitte einzeln aufschlüsseln)?
  - c) Wenn ja, was sind die Gründe hierfür?

Nein.

**Zu a)**

Entfällt.

**Zu b) und c)**

Das Frage- und Auskunftsrecht der Abgeordneten sowie die Pflicht zur Beantwortung derselben durch die Landesregierung erstreckt sich gemäß Artikel 40 der Verfassung des Landes Mecklenburg-Vorpommern in Verbindung mit § 62 Absatz 2 der Geschäftsordnung des Landtages Mecklenburg-Vorpommern nur auf solche Sachverhalte, für die die Landesregierung mittelbar oder unmittelbar verantwortlich ist. Dies schließt auch das dienstliche Verhalten von Mitgliedern der Landesregierung oder Bediensteten des Landes ein.<sup>1</sup> Die Teilfragen b) und c) zielen anders als Teilfrage a) nicht auf Informationen zum dienstlichen Verhalten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Landesverwaltung, sondern auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Mitgliedern des Landtages sowie von politischen Parteien. Zudem bezieht sich die Frage explizit nicht auf die Kanäle der Landesregierung in den sozialen Medien, sondern auf persönliche Kanäle in den sozialen Medien. Die Fragen b) und c) fallen somit nicht unter das Frage- und Auskunftsrecht.

---

<sup>1</sup> vgl. Zapfe in: Classen/Santhoff, Verfassung des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Art. 40 Rn. 30

## Anlage 1

Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (MA), Stellenanteile, Personal- und Sachausgaben im Bereich internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit

	<b>Zahl MA in den Bereichen Internet und soziale Medien</b>	<b>Stellenanteil Internet und soziale Medien gesamt</b>	<b>zu erwartende Personalausgaben in 2024 in Euro (AG-Brutto)</b>	<b>zur Verfügung stehende Sachmittel in 2024 in Euro</b>
StK	4 +1 Vakanz	4 +1	468 700	155 000
IM	9	2	178 325	Aus den Mitteln des Öffentlichkeitsarbeit-Pressestelle-Etats sind für 2024 ca. 30 000 Euro brutto für Regierungsportal/internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit geschätzt.
JM	2	0,4	79 400	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 35 000 Euro bestritten
FM	5	1,5	112 540	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 40 000 Euro bestritten
WM	1	1	80 700	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 222 000 Euro bestritten
LM	1	0,65	54 340	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 142 000 Euro bestritten

	<b>Zahl MA in den Bereichen Internet und soziale Medien</b>	<b>Stellenanteil Internet und soziale Medien gesamt</b>	<b>zu erwartende Personalausgaben in 2024 in Euro (AG-Brutto)</b>	<b>zur Verfügung stehende Sachmittel in 2024 in Euro</b>
BM	3	2,4	169 911	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 116 400 Euro pro Jahr bestritten
WKM	3	1,425	94 140	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 78 000 Euro bestritten
SM	3	1	87 000	keine spezifischen Sachmittel für internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit, anfallende Ausgaben werden aus dem Gesamtbudget für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 61 680 Euro bestritten.

**Lesebeispiel:**

Im Ministerium für Wissenschaft, Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten sind aktuell 3 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit internetbasierter Öffentlichkeitsarbeit befasst. Diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben noch andere Aufgaben. Der Bereich internetbasierte Öffentlichkeitsarbeit hat einen Umfang von zusammen 1,425 Stellen. Dies entspricht zu erwartenden Personalkosten in Höhe von 94 140 Euro (Arbeitgeberbrutto).

**Anlage 2**

Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich soziale Medien, Stellenanteile sowie Besoldungsgruppen

	<b>Anzahl der MA</b>	<b>Stellenanteil soziale Medien gesamt</b>	<b>Besoldungsgruppen der MA</b>
StK	3 + 1 vakante Stelle	2,25 + 1 Vakanz	*
IM	2	0,4	*
JM	2	0,4	*
FM	4	0,6	*
WM	1	1	*
LM	1	0,35	*
BM	2	0,75	*
WKM	2	0,925	*
SM	3	0,8	*

Lesebeispiel:

Im Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung sind aktuell zwei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Betreuung der Kanäle in den sozialen Medien befasst. Diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben noch andere Aufgaben. Die Betreuung der Kanäle in den sozialen Medien hat einen Umfang von zusammen 0,4 Stellen. \*

\* Diese Angaben werden aus Gründen des Datenschutzes nicht veröffentlicht, da hieraus ein Personenbezug hergestellt werden könnte.

## Anlage 3

## Tätigkeitsbeschreibung und Anforderungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich soziale Medien

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
StK	<p><b>DK:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundsatzangelegenheiten der digitalen Kommunikation im Geschäftsbereich</li> <li>- Entwicklung und Umsetzung einer Positionierungs- und Kanalstrategie in den digitalen Medien</li> <li>- organisatorische Vorbereitung und Durchführung von Terminen aus Sicht der digitalen Medien</li> <li>- Entwicklung und Aufbereitung von Inhalten für die Profile der Staatskanzlei in den sozialen Medien</li> <li>- Modernisierung des Regierungsportals</li> <li>- Zentrale FAQ-Stelle</li> </ul> <p><b>DK 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redaktion der Profile der Staatskanzlei in den sozialen Medien</li> <li>- Entwicklung und Aufbereitung von Inhalten für die Profile der Staatskanzlei in den sozialen Medien</li> <li>- Begleitung von Terminen der Ministerpräsidentin und der Staatskanzlei, Aufbereitung in Bild und Text für die sozialen Medien und das Internet</li> <li>- Aufzeichnung und Aufbereitung von Videobotschaften</li> <li>- Bildarchiv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ein mit einem Master oder vergleichbarem Grad abgeschlossenes Hochschulstudium im Bereich der Sozialwissenschaften, Journalismus oder vergleichbar</li> <li>- langjährige Berufs- und Führungserfahrungen im Journalismus</li> <li>- umfassende Kenntnisse in der Onlinekommunikation bzw. Kommunikation in den Neuen Medien</li> <li>- Erfahrungen zu Chancen, Risiken und Wirkungen Neuer Medien</li> <li>- Fähigkeit, komplexe Sachverhalte unter Zeitdruck knapp, präzise und zutreffend zu formulieren</li> <li>- sehr gute Kenntnisse des politischen Geschehens in Deutschland und in Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>- hohes Maß an Kreativität, Auffassungsgabe, Internetaffinität, Kommunikations- und Teamfähigkeit</li> <li>- hohe Flexibilität und Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten auch an Wochenenden</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ein Master oder vergleichbarer Hochschulabschluss im Bereich der Medien- oder Kommunikationswissenschaften oder des Journalismus</li> <li>- Berufserfahrungen in der Kommunikation in den sozialen Medien</li> <li>- sehr gute Kenntnisse des politischen Geschehens in Deutschland und Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>- sicheres, freundliches und überzeugendes Auftreten</li> <li>- sehr gutes mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen</li> <li>- ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft, Flexibilität und Kooperationsvermögen, Organisationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
	<p>DK 4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redaktion der Profile der Staatskanzlei in den sozialen Medien</li> <li>- Entwicklung und Aufbereitung von Inhalten für die Profile der Staatskanzlei in den sozialen Medien</li> <li>- Begleitung von Terminen der Ministerpräsidentin und der Staatskanzlei, Aufbereitung in Bild und Text für die sozialen Medien und das Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Flexibilität und Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten auch an Wochenenden</li> <li>- ein Master oder vergleichbarer Hochschulabschluss im Bereich der Medien- oder Kommunikationswissenschaften oder des Journalismus</li> <li>- Berufserfahrungen in der Kommunikation in den sozialen Medien</li> <li>- sehr gute Kenntnisse des politischen Geschehens in Deutschland und Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>- sicheres, freundliches und überzeugendes Auftreten</li> <li>- sehr gutes mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen</li> <li>- ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft, Flexibilität und Kooperationsvermögen, Organisationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit</li> <li>- hohe Flexibilität und Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten auch an Wochenenden</li> </ul>
IM	<p>ÖA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- konzeptionelle und redaktionelle Weiterentwicklung und Betreuung der sozialen Medien</li> <li>- Koordination soziale Medien/ÖA mit Pressearbeit</li> <li>- Entwicklung von Kommunikationsstrategien des IM und nachgeordneter Behörden</li> <li>- Werbemaßnahmen, Kampagnen und Marketing</li> <li>- Veranstaltungsmanagement</li> <li>- Begleitung von Terminen der Hausleitung</li> </ul>	

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
	<p>ÖAa2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewegtbildproduktionen, Grafiken und Anzeigen für den Geschäftsbereich</li> <li>- Terminabsprachen</li> <li>- Drehplanung</li> <li>- Umsetzung Social-Media-Redaktionspläne für Facebook und Instagram sowie ggf. weitere Plattformen</li> <li>- Begleitung von Terminen der Hausleitung bzw. weiteren Veranstaltungen des Hauses</li> </ul>	
JM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- redaktionelle und grafische Pflege der Social-Media-Accounts</li> <li>- redaktionelle und grafische Pflege der Online-Auftritte (Homepages)</li> <li>- inhaltliche Vorbereitung und technische Umsetzung eines Podcasts</li> </ul>	<p><u>Konstitutive Anforderungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hochschulstudium (Masterabschluss) im Bereich Rechtswissenschaften, Kommunikationswissenschaft/Publizistik oder Politikwissenschaft</li> <li>- mehrjährige Erfahrung in der Kommunikations-/Medienarbeit</li> </ul> <p><u>Fakultative Anforderungen (wünschenswert):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- journalistische Erfahrung sowie Erfahrung im Bereich Social Media</li> <li>- kommunikatives, engagiertes Auftreten</li> <li>- teamfähige und krisenfeste Persönlichkeit</li> <li>- Loyalität und Verlässlichkeit</li> <li>- Führerschein ist von Vorteil</li> </ul>
FM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konzeptionelle und redaktionelle Betreuung der Bereiche des Geschäftsbereichs im Regierungsportal</li> <li>- konzeptionelle und redaktionelle Betreuung der Fachportale</li> <li>- konzeptionelle und redaktionelle Betreuung sowie Community Management der Kanäle in sozialen Medien</li> <li>- Aufbereitung redaktioneller Themen in diversen Formaten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berufs- bzw. Hochschulausbildung entsprechend den formellen als auch inhaltlichen Anforderungen der jeweiligen Stelle</li> <li>- Erfahrungen (beruflich, nebenberuflich, ehrenamtlich) im Bereich Social Media, Pressearbeit oder Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- exzellente Beherrschung der deutschen Sprache in Wort und Schrift (sehr gute Rechtschreib- und Grammatikkenntnisse)</li> <li>- zielgruppengerechte Denk- und Arbeitsweise, hohes Maß an Eigeninitiative, Einsatzbereitschaft, Belastbarkeit, Kreativität und Teamfähigkeit</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
WM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Betreuung des Social-Media-Auftritts des Hauses</li> <li>- Bearbeitung und Umsetzung mit Programmen zur Text-, Audio-, Bild-, Grafik- und Videobearbeitung sowie Auspielung auf den sozialen Plattformen</li> <li>- Seiten-, Chat-/Kommentar-Administrator sowie zielgruppengerechte Kommunikation mit der Community</li> <li>- Social-Media-Monitoring und Erstellen von Reportings und Analysen sowie Ableiten von strategischen Empfehlungen für die weitere Ausrichtung der Kanäle und für Konzepte digitale Kampagne</li> <li>- Begleitung der Hausleitung zu öffentlichkeitswirksamen Terminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- abgeschlossenes Fachhochschulstudium (Diplom-FH, Bachelor)</li> <li>- sehr gute Deutschkenntnisse</li> <li>- Englischkenntnisse</li> <li>- gutes und sicheres Sprach- und Textgefühl</li> <li>- Kreativität und ein gutes Auge für Gestaltung und Design</li> </ul>
LM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktive und reaktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Social Media</li> <li>- konzeptionelle Weiterentwicklung der Internetpräsentation und der Social-Media-Kanäle des LM</li> <li>- Begleitung des Ministers zu öffentlichkeitswirksamen Terminen</li> <li>- konzeptionelle Betreuung und Pflege der Internetpräsentation des Ministeriums im Regierungportal und Dienstleistungsportal (Förderfibel) sowie Koordinierung der Internetpräsentationen des nachgeordneten Bereiches</li> <li>- Erstellung/Beschaffung von Druckerzeugnissen, Werbemitteln und Dienstleistungen</li> <li>- Konzeption, Organisation und Durchführung von fachübergreifenden Veranstaltungen</li> <li>- Beratung nachgeordneter Behörden und Dritter zu Themen der Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mit einem Bachelorgrad bzw. niveaugleichen Abschluss abgeschlossenes Hochschulstudium in den Fachrichtungen Public Relations, Mediengestaltung bzw. Kommunikation oder einer inhaltlich vergleichbaren Studienrichtung</li> <li>- Erfahrungen in den Bereichen Projektmanagement/Organisation und im Umgang mit dem Internet (Konzeption, Gestaltung) sowie der Social-Media-Gestaltung</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
	- Verwaltung des Titels Öffentlichkeitsarbeit	
BM	<p>VII ÖA-1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- strategische Planung der Social-Media-Arbeit im Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung</li> <li>- Konzeption und Entwicklung des Medienauftritts sowie der Social-Media-Auftritte</li> <li>- Planung von Fachveranstaltungen</li> <li>- Organisation, inhaltliche Vorbereitung und Begleitung von Terminen, Kongressen und Fachveranstaltungen</li> <li>- Verfassen von Pressemitteilungen, Grußworten und Reden</li> <li>- inhaltliche Entwicklung und Konzeption sowie Verfassen von Print- und Onlineprodukten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- abgeschlossenes wissenschaftliches Hochschulstudium (Master oder vergleichbarer Abschluss) in den Bereichen Geisteswissenschaften, Kommunikation, Medien, Journalismus o. Ä.</li> <li>- mehrjährige Erfahrungen im Redaktionsalltag von Medien, Agenturen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder einer PR-Agentur wünschenswert:</li> <li>- nachweisbare Erfahrungen im Verfassen von Texten, insbesondere im Bereich Social Media</li> <li>- Erfahrungen im Projektmanagement und im Umgang mit externen Partnern</li> <li>- Erfahrungen im Umgang mit Content Management Systemen und der Funktionsweise von Social Media</li> <li>- Planungs- und Organisationsgeschick</li> <li>- ausgeprägte Online- und Medienaffinität</li> <li>- Fähigkeit, auch unter Zeitdruck präzise zu arbeiten</li> <li>- hohes Maß an Selbstständigkeit und sicherem Auftreten</li> <li>- Durchsetzungsfähigkeit und Überzeugungskraft</li> <li>- gezieltes mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen sowie sehr gute Rechtschreibkenntnisse</li> <li>- Laufbahnbefähigung für das erste Einstiegsamt der Laufbahngruppe 2 in der Fachrichtung „Allgemeiner Dienst“ oder eine vergleichbare Qualifikation oder</li> <li>- abgeschlossenes Hochschulstudium (Bachelor oder Diplom (FH)) in den Bereichen Geisteswissenschaften, Kommunikation, Medien, Journalismus o. ä.</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
	<p>VII ÖA a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere im Schulbereich:</li> <li>- Aufbau und Weiterentwicklung eines Systems der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Arbeit mit bestehenden Netzwerken und Pflege dieser Netzwerke sowie Aufbau, Ausbau und Weiterentwicklung neuer Netzwerke</li> <li>- Erarbeitung von Strategien und konzeptionelle Weiterentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums auf der Grundlage von (bildungs-)politischen Schwerpunkten und Umsetzung dieser</li> <li>- richtungsweisende Themensetzung bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über alle etablierten Kanäle und Formen</li> <li>- Unterstützung bei der Betreuung von Social-Media-Kanälen und anderen Aktivitäten im Zusammenhang mit Social Media</li> <li>- Erarbeitung von Druckergebnissen</li> <li>- Administration des Bildungsservers</li> <li>- Steuerung und Koordinierung des Bildungsservers sowie Planung und Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- zielgruppengerechte Aufbereitung von Beitragsentwürfen</li> <li>- Entscheidungen über Text- und Bildveröffentlichungen</li> <li>- Aktualisierung und redaktionelle Pflege der Inhalte</li> <li>- Management des Bildungsservers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundkenntnisse im Print- oder Onlinejournalismus, nachweisbare Erfahrung im Verfassen von redaktionellen Texten, wie Nachricht, Bericht, Reportage oder Interview</li> <li>- sehr gute Rechtschreibkenntnisse</li> <li>- Erfahrung im Umgang mit Content-Management-Systemen</li> <li>- Grundkenntnisse im Desktop-Publishing bzw. die Bereitschaft, sich Kenntnisse anzueignen (Kenntnisse insbesondere im Umgang mit Adobe-Programmen wie InDesign, Illustrator und Photoshop sind von Vorteil)</li> <li>- großes Interesse an bildungs- und schulpolitischen Themen</li> <li>- gute Kenntnisse über den Aufbau des deutschen Bildungssystems</li> <li>- souveränes und freundliches Auftreten, Teamfähigkeit und zielorientierte Arbeitsweise</li> <li>- Planungs- und Organisationsgeschick</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
WKM	<p><b>ÖA a Social-Media</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation und Pflege der Social-Media-Kanäle des Ministeriums</li> <li>- strategische Social-Media Planung</li> <li>- Terminbegleitung der Ministerin</li> <li>- Foto-/Videobegleitung öffentlichkeitswirksamer Termine</li> <li>- Medienproduktion und Texterstellung für Social-Media und Webseiten</li> <li>- Ausarbeitung Grafikvorlagen</li> <li>- Erstellung von Foto- und Videobeiträgen sowie grafischen Elementen</li> </ul> <p><b>ÖA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- strategische Planung und Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Kampagnenplanung</li> <li>- Verfassen und Endredaktion von Reden, Grußworten sowie Namensbeiträgen der Ministerin</li> <li>- Veranstaltungsplanung in Zusammenarbeit mit der Pressestelle und dem Leiter Ministerbüro</li> <li>- Erstellen von Fach- und Jahresberichten, Informationsbroschüren, Faltblättern u. ä. Publikationen des WKM</li> <li>- Koordination und Überwachung der Social-Media-Arbeit des Ministeriums</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- abgeschlossenes wissenschaftliches Hochschulstudium (Diplom oder Master) im Bereich Kulturwissenschaften, Publizistik, Kommunikationswissenschaften oder ein vergleichbares Studium</li> <li>- berufliche Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit und/oder im Journalismus, vorzugsweise im kulturellen und/oder wissenschaftlichen Bereich</li> <li>- ausgeprägte Organisations- und Kommunikationsfähigkeit</li> <li>- sehr gute schriftliche Ausdrucksfähigkeit zur verständlichen und präzisen Darstellung komplexer Sachverhalte</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mindestens ein abgeschlossenes Hochschulstudium [Diplom (FH) oder Bachelor] oder ein vergleichbarer Abschluss</li> <li>- Erfahrung im Umgang mit sozialen Medien und Kommunikation</li> <li>- Kenntnisse in Grafik-, Schnitt- und Bildbearbeitungsprogrammen</li> <li>- Grundkenntnisse der Medienlandschaft, insbesondere in Mecklenburg-Vorpommern sowie im Bereich des Presserechts</li> <li>- sicheres Sprach- und Textgefühl, Englischkenntnisse</li> <li>- Kreativität sowie ein gutes Auge für Gestaltung und Design</li> </ul>

	<b>Tätigkeitsbeschreibungen</b>	<b>Anforderungen</b>
SM	<p>inhaltliche und redaktionelle Pflege des Social-Media-Auftritts des SM und Internetportale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook, X, Instagram, youtube</li> <li>- Betreuung des Serviceportals des Landes M-V</li> <li>- Gestaltung und redaktionelle Betreuung „sozial-mv“</li> <li>- Unterstützung der Fachabteilungen bei der Erstellung und Pflege weiterer digitaler Angebote des SM</li> <li>- Barrierefreiheit (via SiteImprove)</li> <li>- Vor- und Nachbereitung von Terminen der Ministerin sowie Begleitung und Social-Media-Arbeit für diese Termine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachhochschul- oder Bachelorabschluss einer Hochschule oder Fachhochschule im Bereich der Medienwissenschaft oder Sozialwissenschaft</li> <li>- mehrjährige Berufserfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Erfahrungen bei der Erstellung und Redaktion von Internetauftritten möglichst auch im Bereich von Social Media</li> <li>- Fähigkeit, komplexe Sachverhalte und Problemstellungen hinsichtlich ihrer fachpolitischen Dimension schnell zu erfassen und in Wort und Schrift verständlich darzulegen</li> </ul>