



Warum Wasserwirtschaftsunternehmen auf Social Media setzen sollten

Thorsten Schlautmann

Social Media Manager | Ruhrverband Essen

11. Juni 2018

Über mich ...

Thorsten Schlautmann



Vita

- **Social Media Manager, Ruhrverband**
- **Davor: 14 Jahre freiberuflicher Journalist, Kommunikationsberater, Moderator**
- **Social Media Manager (FH)**
- **Social Media Manager im Verkehrssektor (VDV)**
- **hat u. a. für Sport 1, RTL, Medienhaus Bauer, Stadt Essen, Stadt Recklinghausen gearbeitet**

Agenda

1

Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

2

Content bedeutet Kreativität

3

Ruhrverband goes Social Media

Der Ruhrverband



Der Ruhrverband

Daten und Fakten

Der Ruhrverband in Zahlen

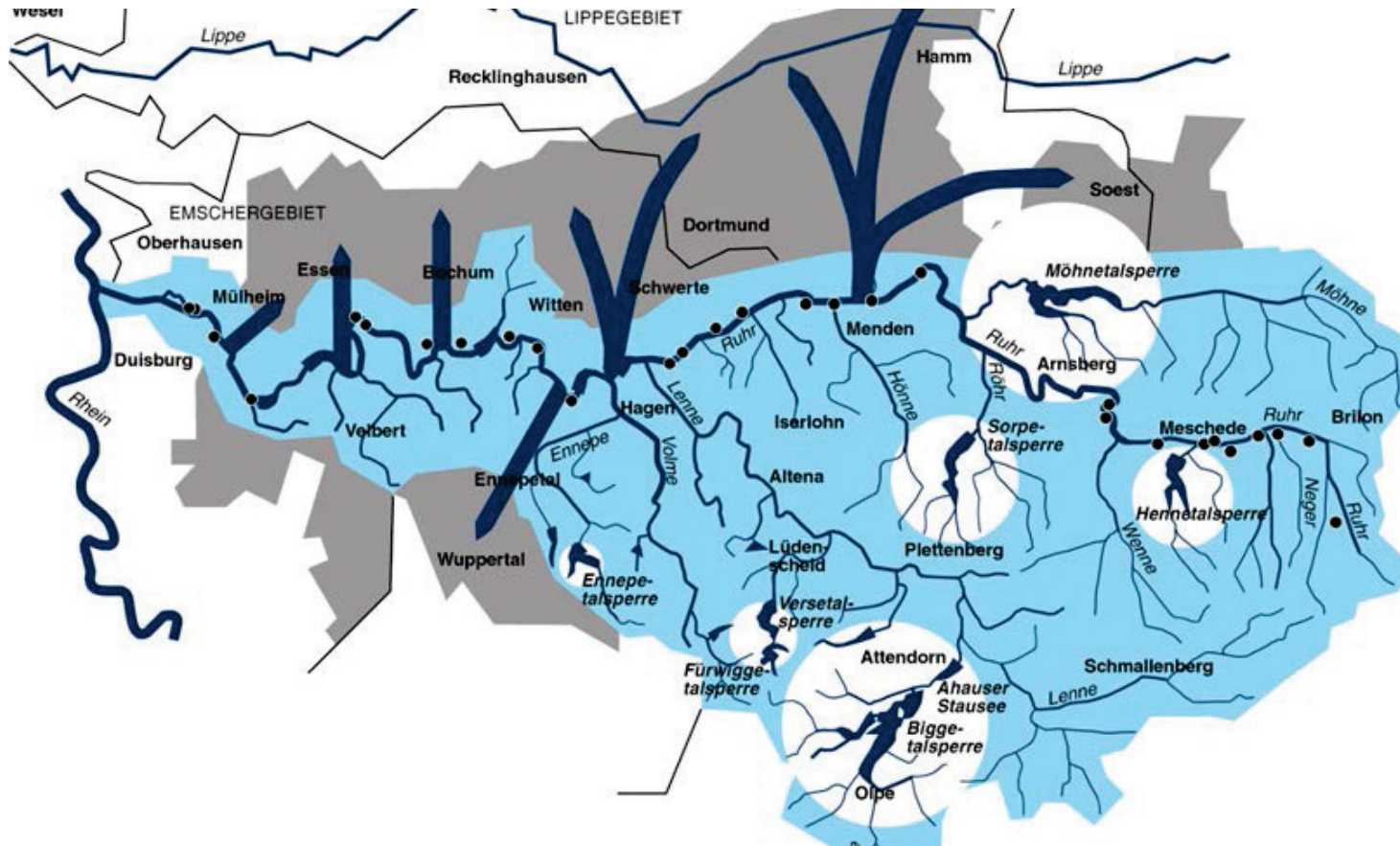
- Gegründet: 1913
- Mitarbeiter: 950 VÄ
- Anlagevermögen: 3.219,7 Millionen €
- Umsatz: 283 Millionen €
- Gereinigtes Abwasser: ~350 Millionen m³ pro Jahr
- Wasserentnahme
aus der Ruhr: ~400 Millionen m³ pro Jahr

Mitglieder des Ruhrverbands

- 60 Städte und Gemeinden
- 409 Industrie- und Gewerbeunternehmen
- 56 selbstständige Wasserversorgungsunternehmen
- 51 Sonstige Wasserentnehmer und Triebwerksbesitzer

Der Ruhrverband

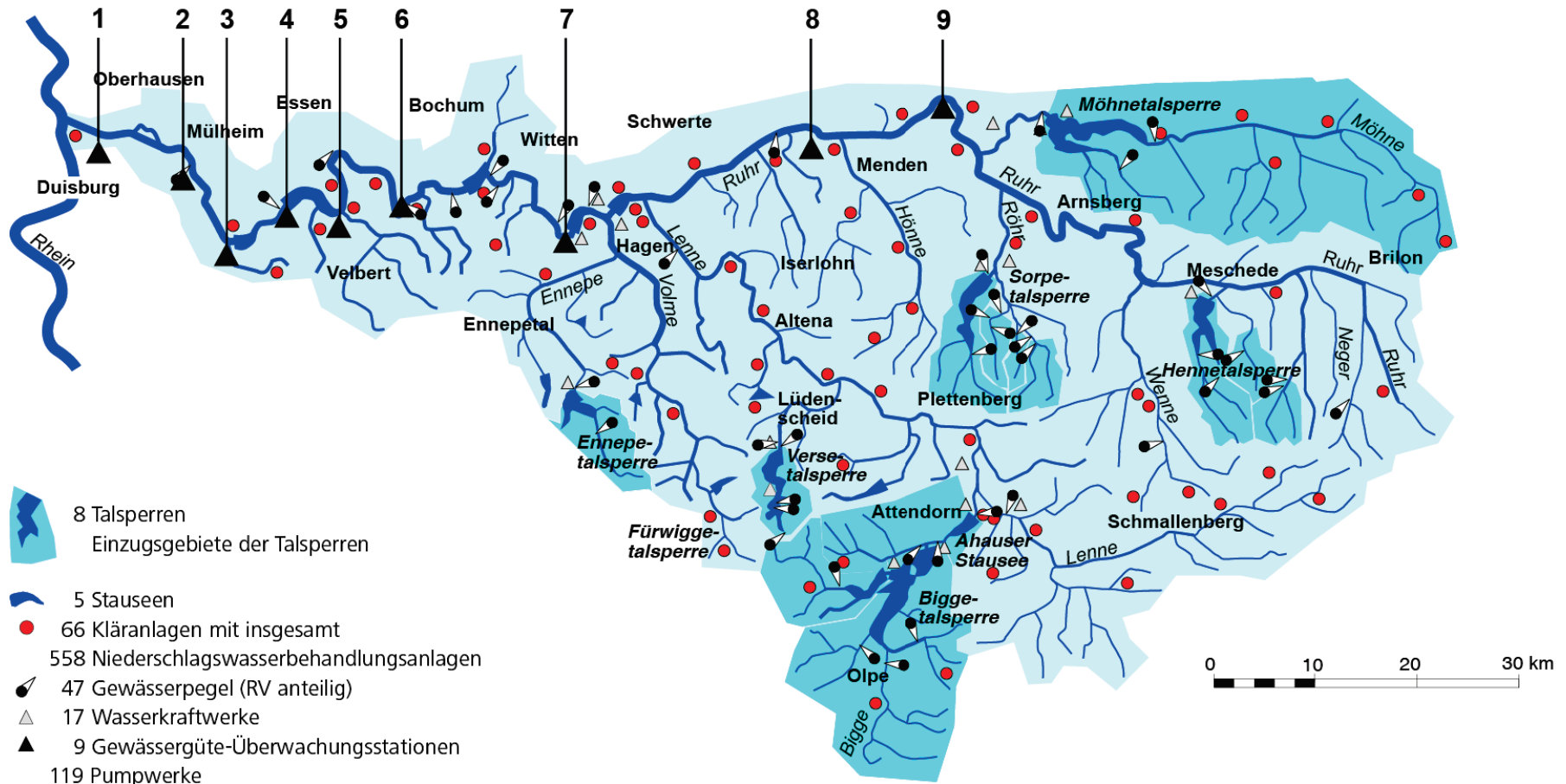
Wassermengenwirtschaft



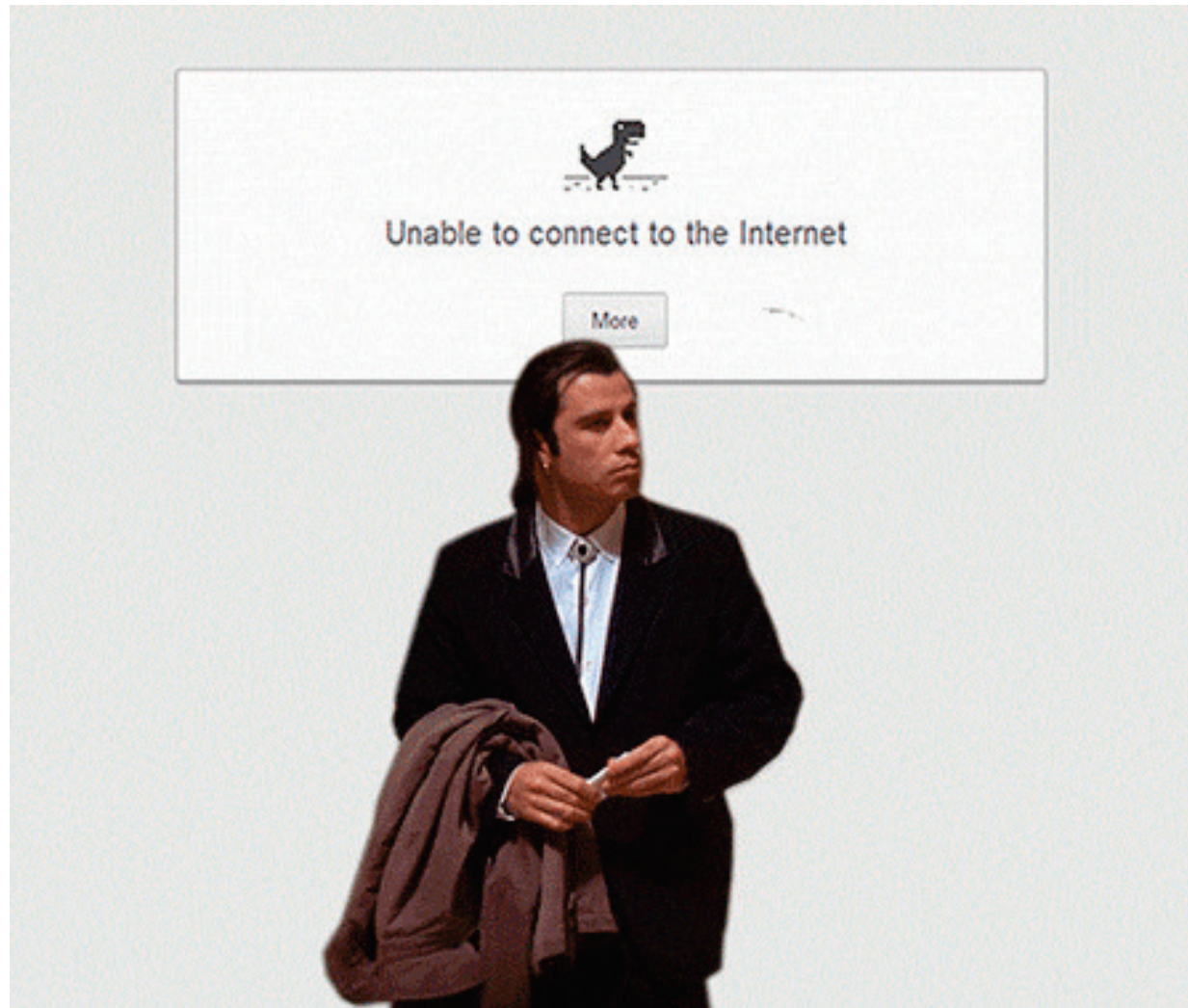
- Sicherung der Wasserversorgung im Ruhreinzugsgebiet
- Wasserexport in andere Flussgebiete
- Schutz vor Hochwasser

Der Ruhrverband

Wassergütemwirtschaft



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Bill Gates, 1995:

**Dieses Internet ist nur
ein Hype. Das wird sich
nicht durchsetzen.**



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

News-Rezeption früher



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

News-Rezeption heute



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Oder anders ...

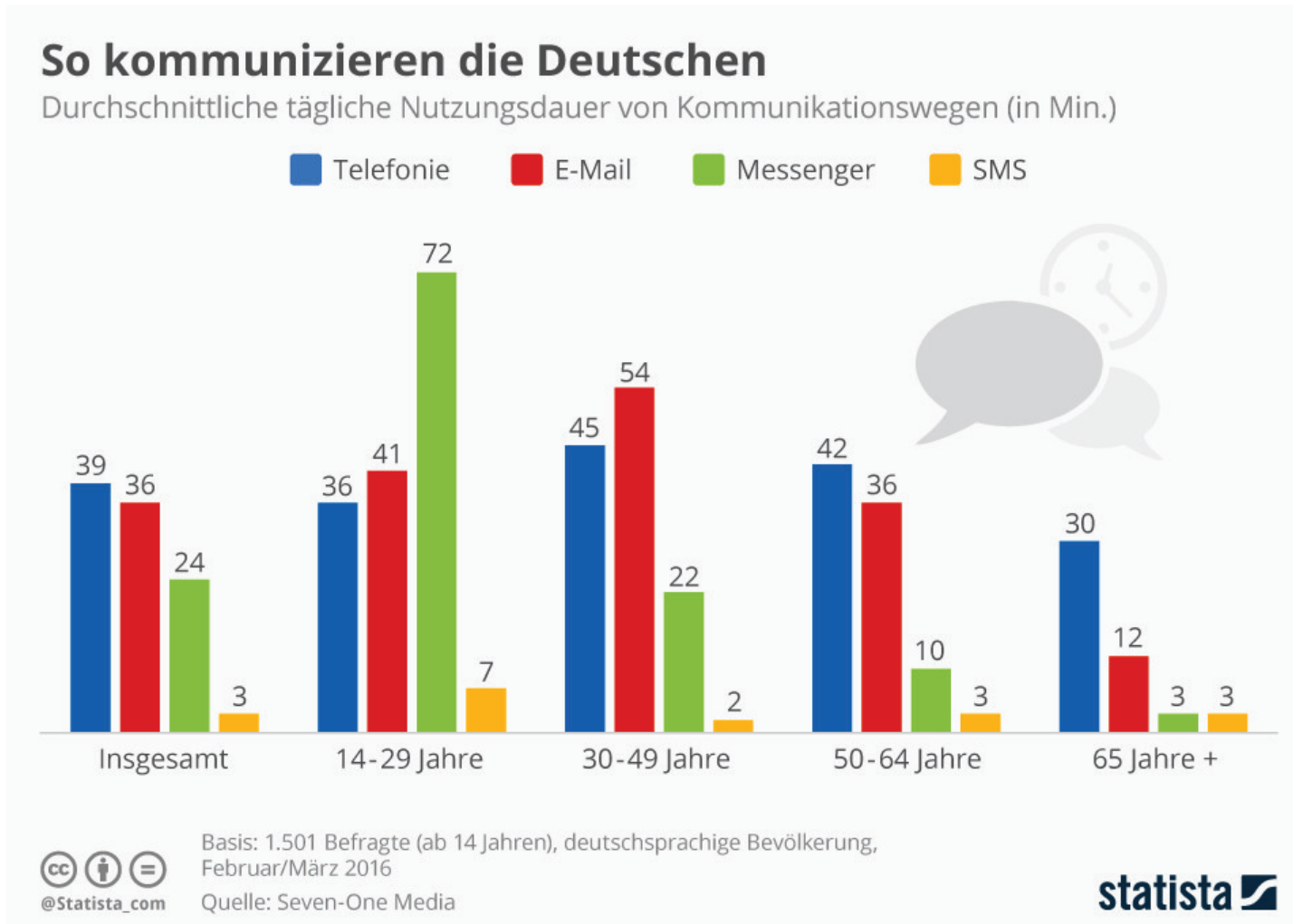


Petersplatz: Papstwahl 2005 – Benedikt XVI



Petersplatz: Papstwahl 2013 – Franziskus

Warum wir auf soziale Medien setzen sollten



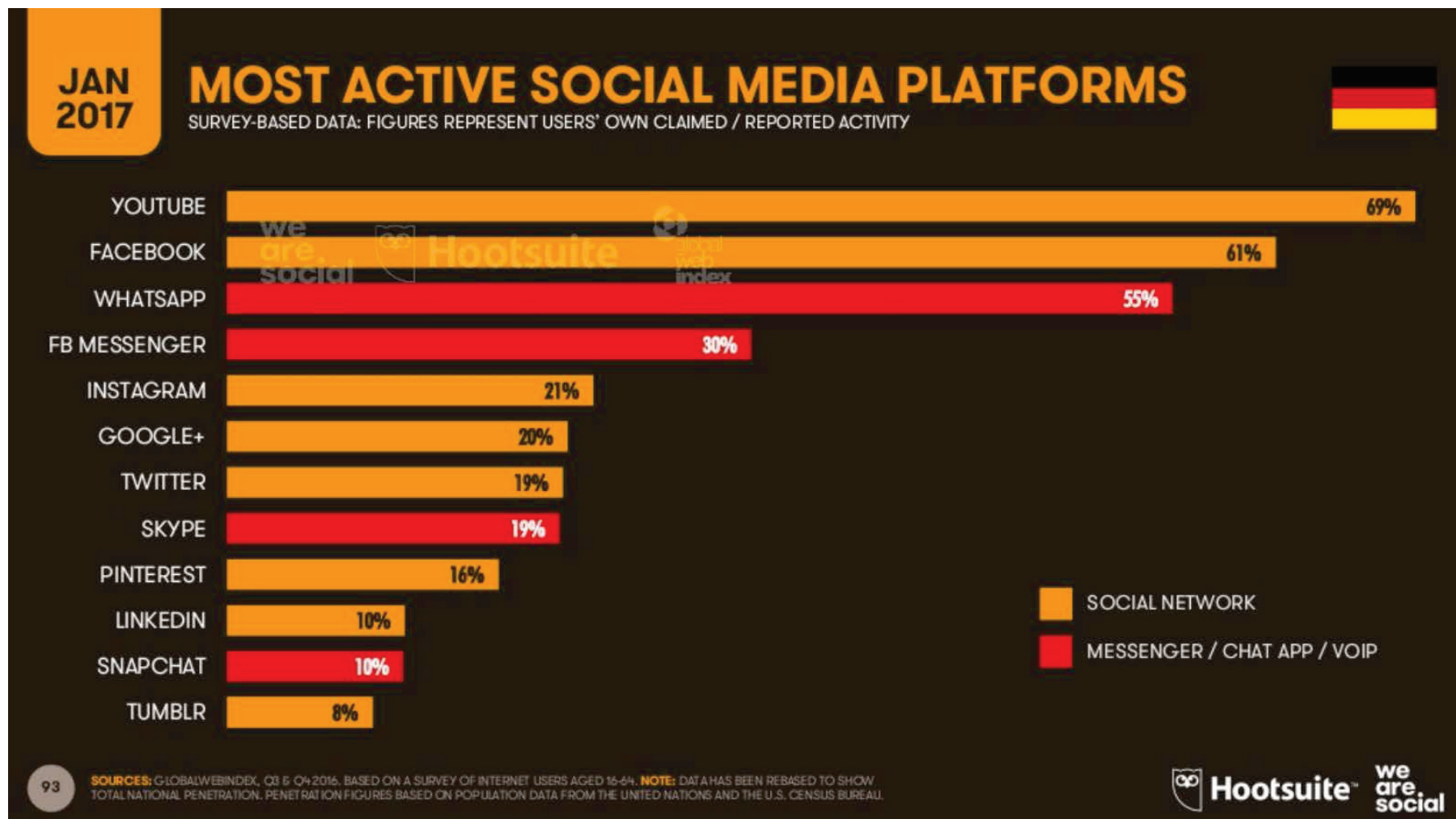
Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

2017 *This Is What Happens In An Internet Minute*



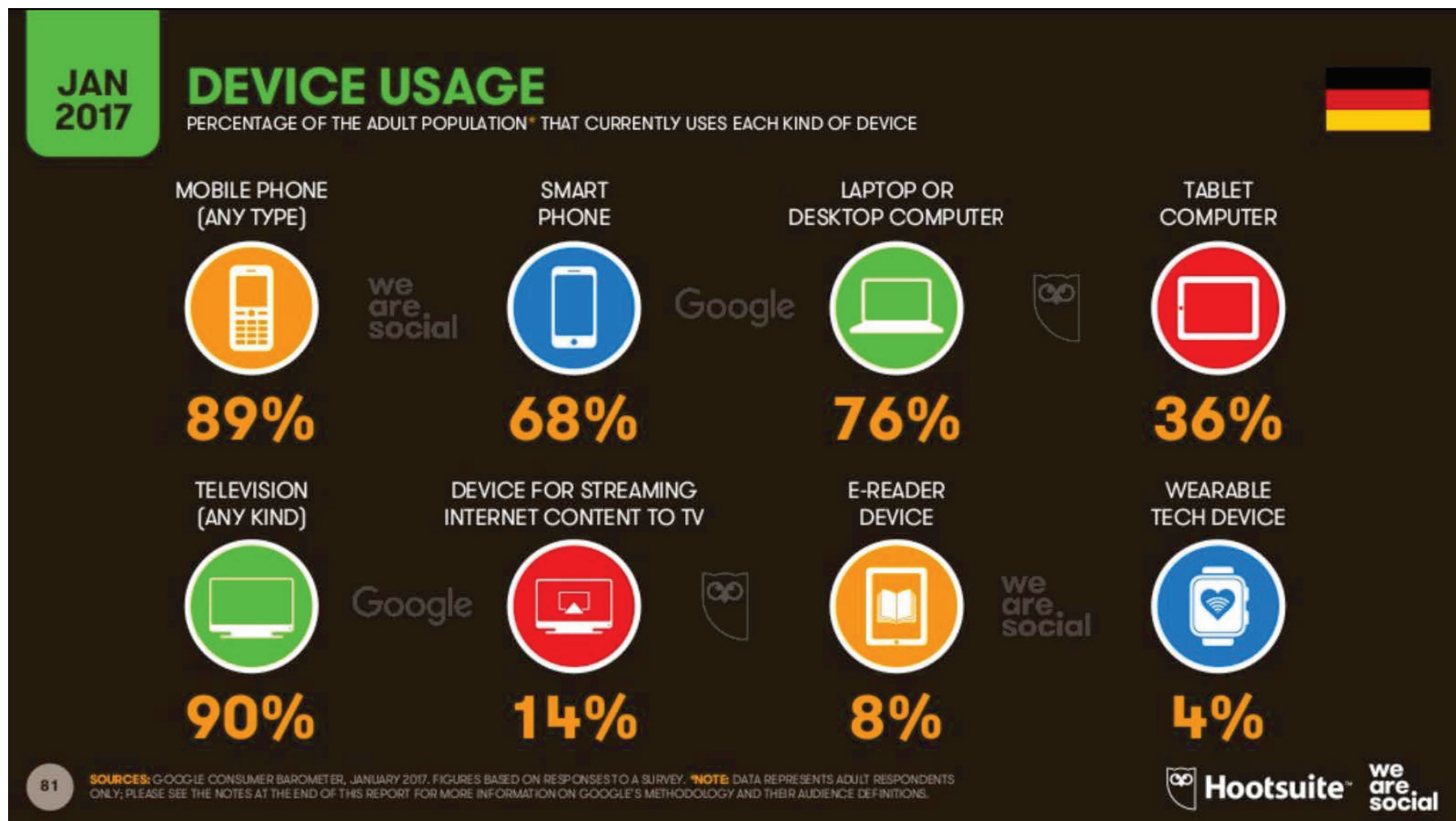
Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Genutzte Plattformen



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Genutzte Endgeräte



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Ein kleines Quiz ... Wie heißen die drei größten Länder der Welt (nach Einwohnerzahl)?



Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Die größten Länder der Welt (nach EinwohnerInnen)

Platz 3:



Indien: 1,32 Milliarden EinwohnerInnen

Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Die größten Länder der Welt (nach EinwohnerInnen)

Platz 2:



Volksrepublik China – 1,38 Milliarden EinwohnerInnen

Warum wir auf soziale Medien setzen sollten

Die größten Länder der Welt (nach EinwohnerInnen)

Platz 1:



Facebook – 2,2 Milliarden EinwohnerInnen

Content bedeutet Kreativität



Content bedeutet Kreativität

Aber wie zum Teufel werde ich kreativ?



Content bedeutet Kreativität

Möglichkeit 1 – „Owned Content“



Content bedeutet Kreativität

Beim „Owned Content“ werden eigene Inhaltsquellen angezapft. Dabei sollte man sich folgende Fragen stellen:

- Was bietet mein Unternehmen inhaltlich? (Zahlen, Bilder, Bewegtbild, bereits existierende redaktionelle Inhalte z. B. aus der Mitarbeiterzeitschrift / Kundenzeitschrift)
- Welche Themenbereiche sind für NutzerInnen relevant?
- Erachte ich „unterhaltsame“ Inhalte als legitim?



Content bedeutet Kreativität

Möglichkeit 2 – „Shared Content“



Content bedeutet Kreativität

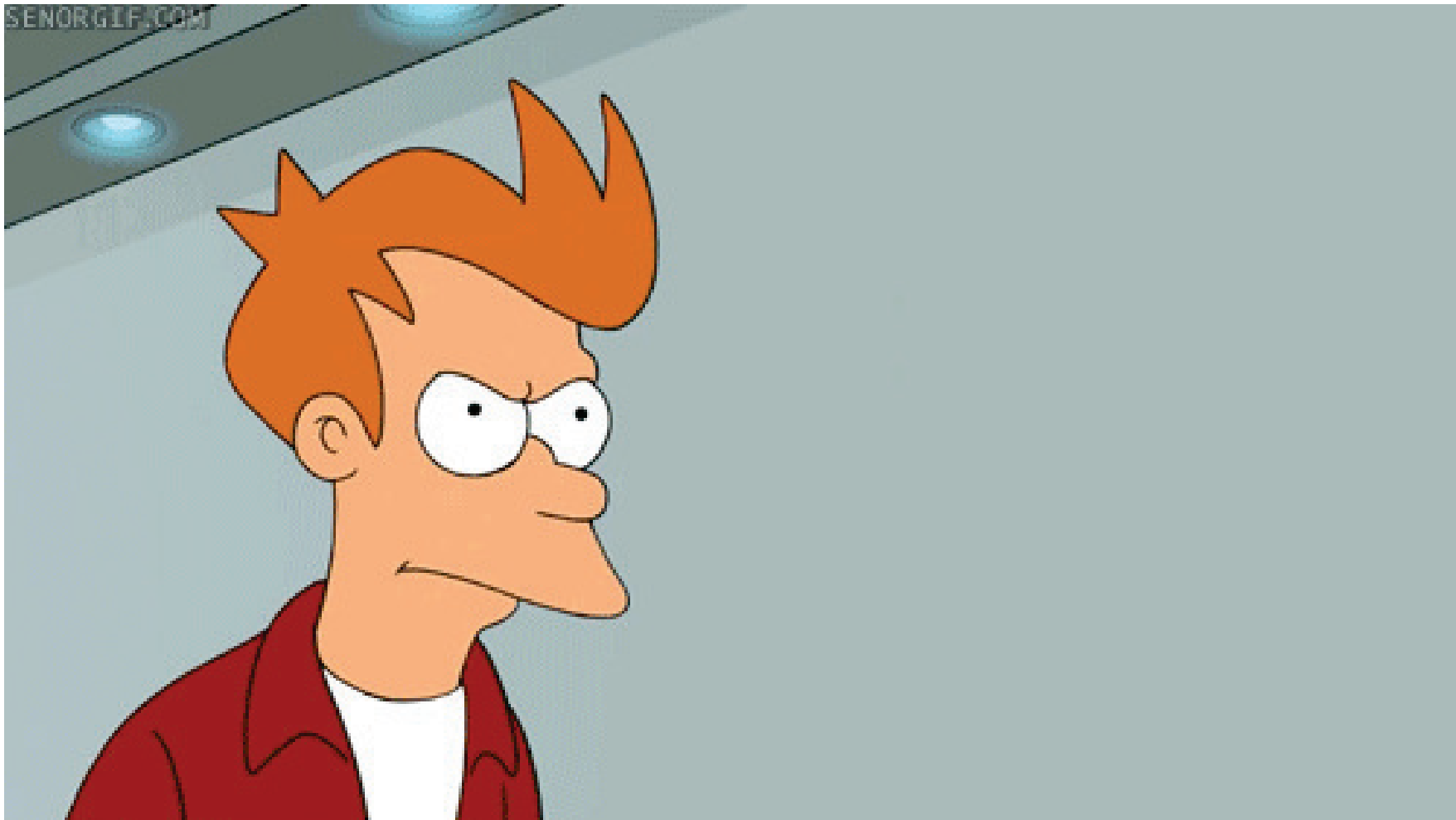
„Shared Content“ können Inhalte von Medien, Mitbewerbern, Institutionen etc. sein, die ich auf der Unternehmensseite kuratiere.

- Ist das Thema relevant für mein Unternehmen?
- Quellenangabe notwendig.



Content bedeutet Kreativität

Möglichkeit 3 – „Paid Content“



Content bedeutet Kreativität

„Paid Content“ ist Inhalt, für den man bezahlt. Facebook-Ads, Google Adwords, Influencer Content

- Vorteil: Das Unternehmen hat Einfluss auf Reichweite, Zielgruppe etc. und weiß, dass das Thema gespielt wird.
- Nachteil: Bleibt mein Unternehmen authentisch?



Content bedeutet Kreativität

Möglichkeit 4 – „Earned Content“



Content bedeutet Kreativität

„Earned Content“ ist die hohe Kunst des Marketings. „Earned Content“ ist nicht direkt beeinflussbar und findet am ehesten als „Mund-zu-Mund-Propaganda“ (Word of Mouth / Empfehlungsmarketing) statt.

- Earned Content ist oft ein Boost für Influencer und Multiplikatoren.
- Die Markenbekanntheit steigt.
- Botschaften meines Unternehmens werden eher wahrgenommen.
- „Fremd“publizierte Inhalte über das eigene Unternehmen gelten als authentisch.



Ruhrverband goes Social Media



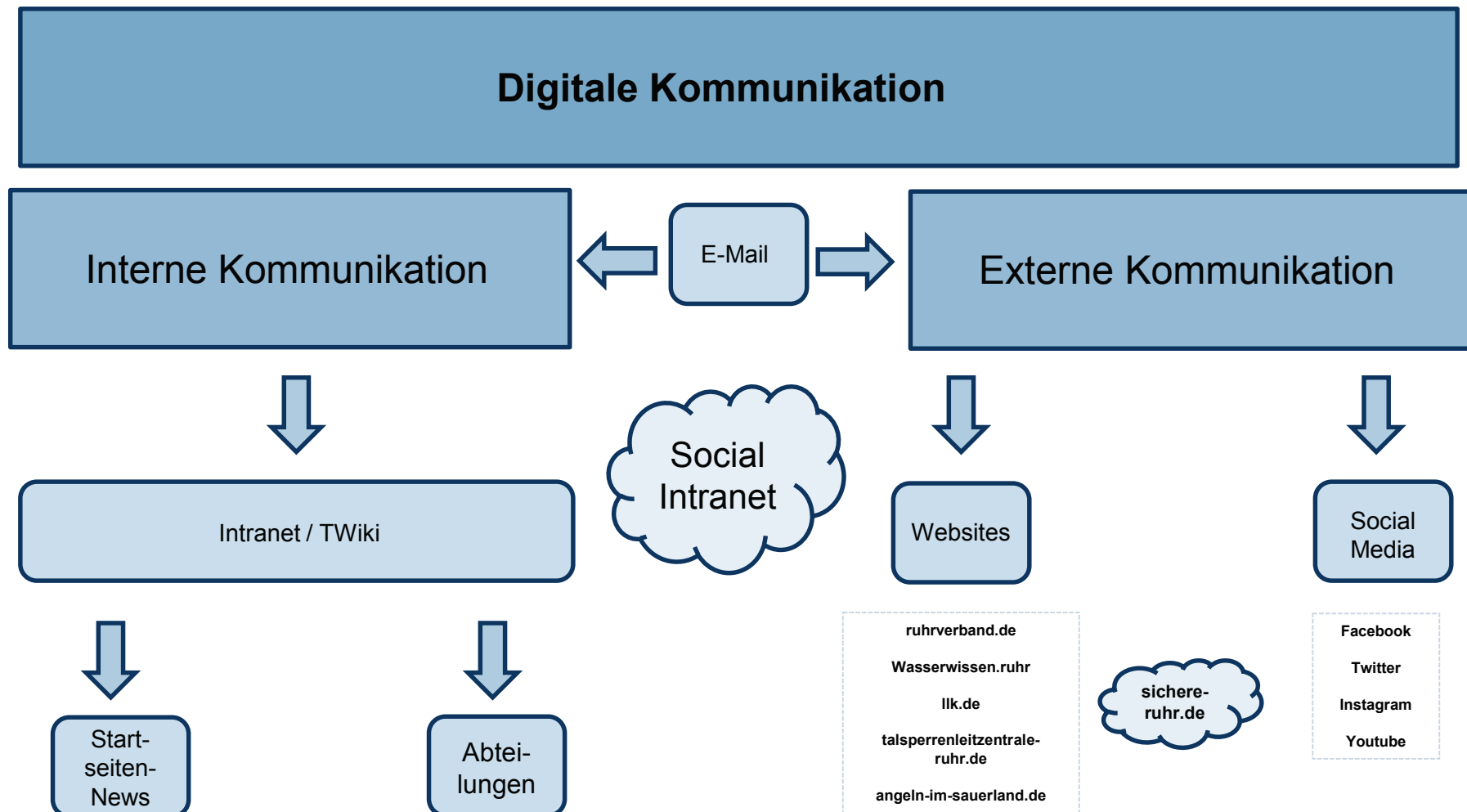
„**Mut** haben, den öffentlichen Dialog als Gastgeber ins digitale Eigenheim zu lassen und damit rechnen, dass manche Besucher **schmutzige Schuhe** haben!“

(Daniel Backhaus, Social Media Coach, Köln)



Ruhrverband goes Social Media

Die Kommunikations-Architektur



Ruhrverband goes Social Media

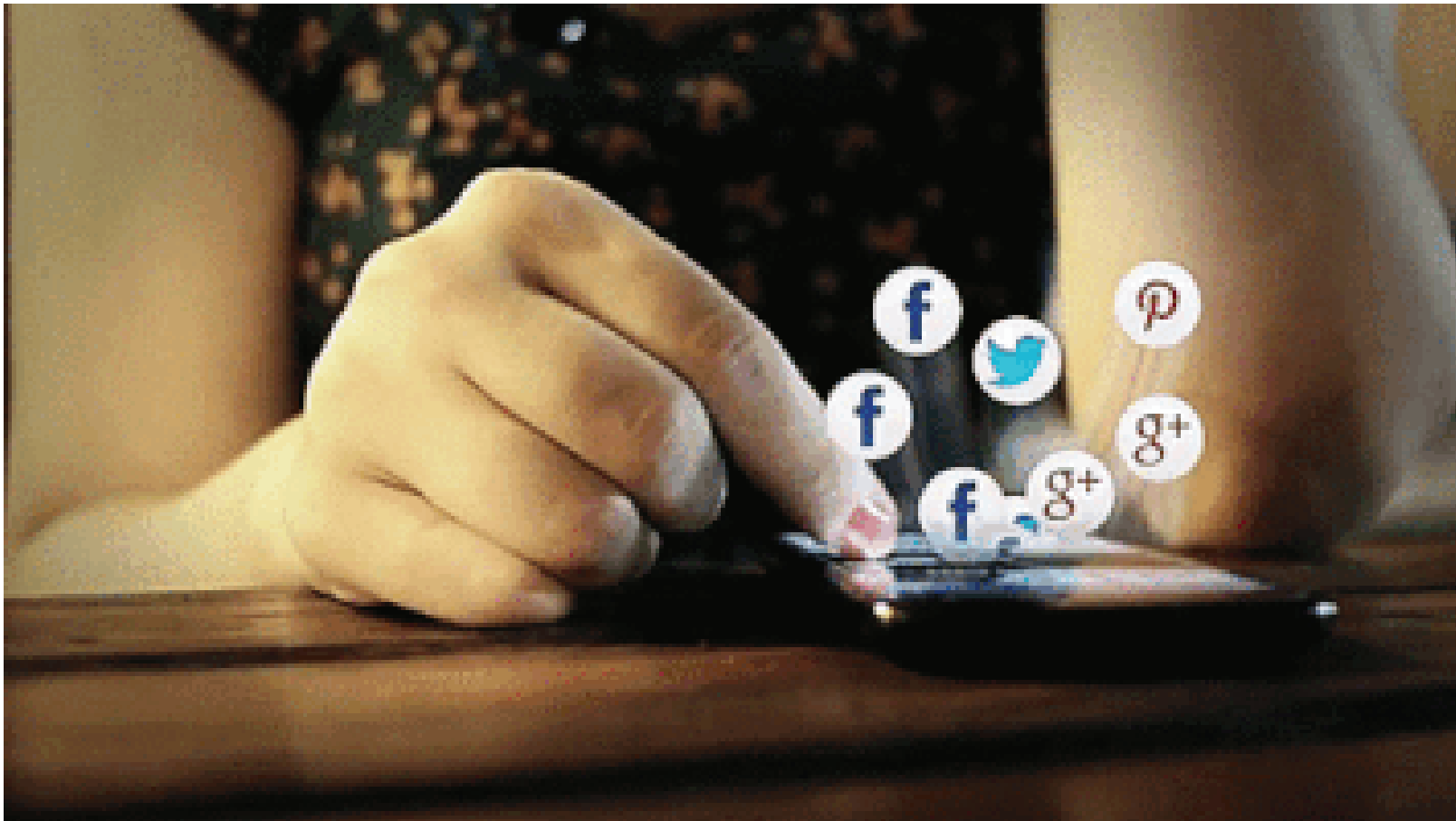
Welchen Profit erzielt der RV durch Social Media?

- Markenbekanntheit
- Geschwindigkeit (zeitnah & ungefiltert!)
- „Kundenzufriedenheit“ (Wertschätzung)
- User helfen User (Produktivität)
- User haben Ideen! (Innovation)
- Mitarbeiter sensibilisieren
- Kommunikation auf Augenhöhe (es menscht!)



Ruhrverband goes Social Media

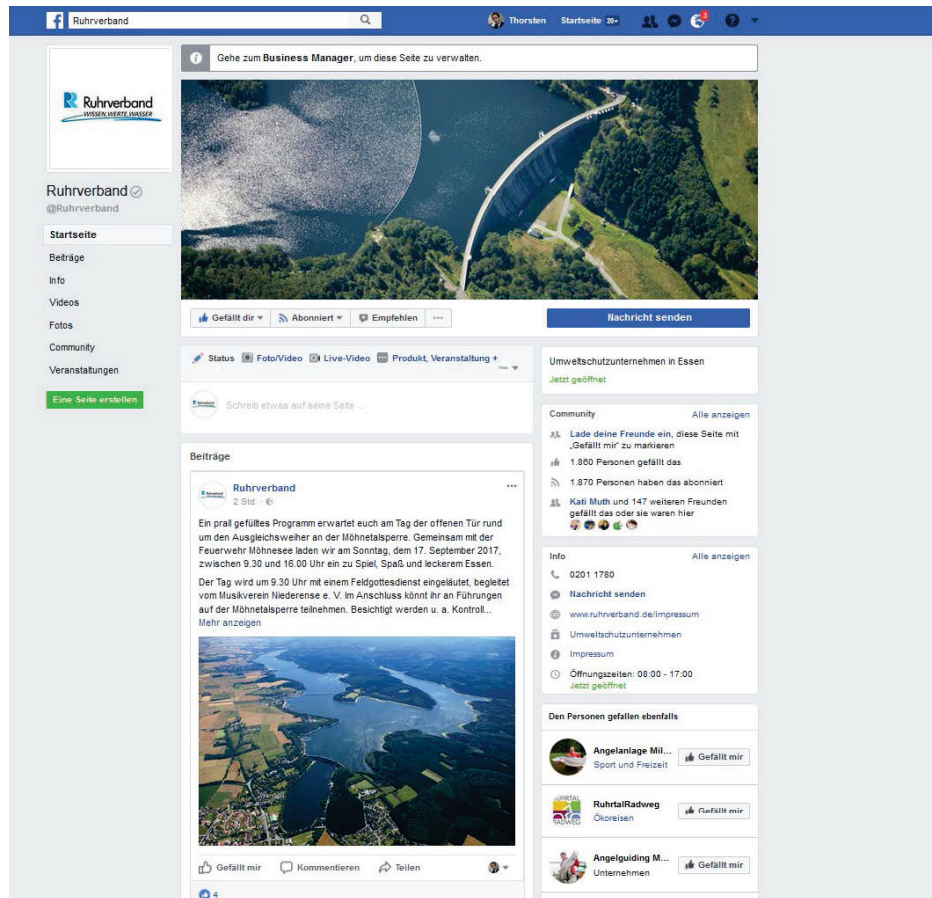
Die Kanäle



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Facebook



- Start: Sommer 2012
- 2015: 457 Fans
- derzeit: 2252 Fans / 2279 Abonnenten

Content

- Rubriken: #ThrowBackThursday, #ZahlDesTages, #Bilderrätsel, #TagDes...
- Shared Content: Zeitungsartikel, Postings anderer Seiten etc.
- Owned Content: News zum RV (Nachrichten, Bauvorhaben, Projekte, Veranstaltungen, Appelle, Aufrufe, Jobangebote etc.)

Zielpublikum: AnwohnerInnen, Öffentlichkeit, Medien, Verbände

Facebook



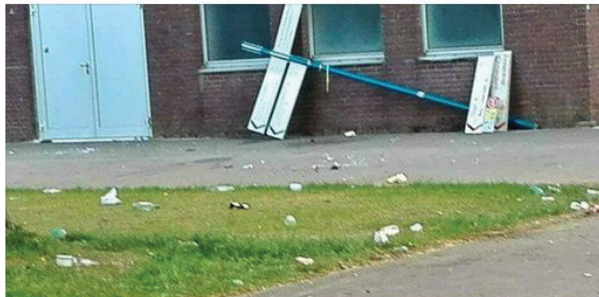
Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Beitragsdetails

Ruhrverband 🤢 stinksauer.
Gepostet von Thorsten Schlaumann [?] · 2. Mai um 15:03 · 🌐

Ach nö! 🤢 Der 1. Mai hat seine (deutlichen) Spuren hinterlassen. Diese Bilder (des Grauens) stammen vom Erholungsbereich am Hauptdamm der Biggetalsperre und wurden uns von einem Kollegen vor Ort zugeschickt. Wanderschilder wurden beschädigt oder herausgerissen und Müllberge hinterlassen. Der Frust unserer Kolleginnen und Kollegen von der Biggetalsperre ist verständlich und nachvollziehbar: Die Reinigungsarbeiten sind personal- und kostenintensiv. Wir können nur hoffen, dass sich solche Szenarien zu Christi Himmelfahrt nicht wiederholen! Vandalismus ist sowas von out und Müll kann man einsammeln und mitnehmen – damit wäre allen geholfen!



👥 18.766 Personen erreicht

Beitrag bewerten

👍👎🤔 164

36 Kommentare 70 Mal geteilt

👍 Gefällt mir

💬 Kommentieren

➦ Teilen

🔽

Performance deines Beitrags

18.766 Erreichte Personen

537 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

80 Gefällt mir
37 Zu einem Beitrag
43 Zu geteilten Inhalten

1 Love
0 Zu einem Beitrag
1 Zu geteilten Inhalten

4 Haha
2 Zu einem Beitrag
2 Zu geteilten Inhalten

4 Wow
3 Zu einem Beitrag
1 Zu geteilten Inhalten

60 Traurig
26 Zu einem Beitrag
34 Zu geteilten Inhalten

220 Wütend
107 Zu einem Beitrag
113 Zu geteilten Inhalten

100 Kommentare
46 Zum Beitrag
54 Zu geteilten Inhalten

72 Geteilte Inhalte
70 Zum Beitrag
2 Zu geteilten Inhalten

6.348 Klicks auf Beiträge

1.158 Fotoaufrufe
0 Link-Klicks
5.190 Andere Klicks

NEGATIVE FEEDBACK

3 Beitrag verbergen 0 Alle Beiträge verbergen

0 Als Spam melden 0 Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Beitragsdetails

Ruhrverband

aufgeregt.

Gepostet von Thorsten Schlaumann (?) · 10. Juli ·

Ruhrverbands-Sommer-Gewinnspiel

Tag 1, Montag: Die Woche startet gut! Zu gewinnen gibt es heute eine coole Ruhrverband-Lorrybag, gefüllt mit zwei Top-Büchern zur Möhnetalsperre und unserer DVD "Talsperren entdecken und verstehen – Mit Stefan auf Tour".

Mosaiksteine, Daten und Fakten zu Wasser, Natur und Landschaft erhaltet ihr in "Die Möhnetalsperre im Wandel der Zeit". Passend dazu "Ein Jahrhundert Möhnetalsperre". In unserer DVD begleitet ihr Stefan bei seiner Reise... [Mehr anzeigen](#)

5.740 erreichte Personen

Beitrag bewerben

20

13 Kommentare 1 Mal geteilt

Gefällt mir

Komentieren

Teilen

Performance deines Beitrags

5.740 Erreichte Personen

48 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

24 „Gefällt mir“-Angaben	20 Zum Beitrag	4 Zu geteilten Inhalten
19 Kommentare	14 Zum Beitrag	5 Zu geteilten Inhalten
5 Geteilte Inhalte	3 Zum Beitrag	2 Zu geteilten Inhalten

179 Klicks auf Beiträge

38 Fotoaufrufe	7 Link-Klicks	134 Andere Klicks
----------------	---------------	-------------------

NEGATIVES FEEDBACK

1 Beitrag verbergen	0 Alle Beiträge verbergen
0 Als Spam melden	0 Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

39

Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Beitragsdetails

Ruhrverband

Gepostet von Thorsten Schlautmann [?] · 7. September um 08:30 ·

#ThrowBackThursday – #TBT

1949 feiert der Ruhrtalsperrenverein sein 50-jähriges Bestehen mit einem Festakt an der Versetalsperre.



6.581 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Axel Boßmann und Marc Rentmeister

Gefällt mir

Komentieren

Teilen

Performance deines Beitrags

6.581 Erreichte Personen

2 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

2 „Gefällt mir“-Angaben	2 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
0 Kommentare	0 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
0 Geteilte Inhalte	0 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten

14 Klicks auf Beiträge

11 Fotoaufrufe	0 Link-Klicks	3 Andere Klicks
----------------	---------------	-----------------

NEGATIVES FEEDBACK

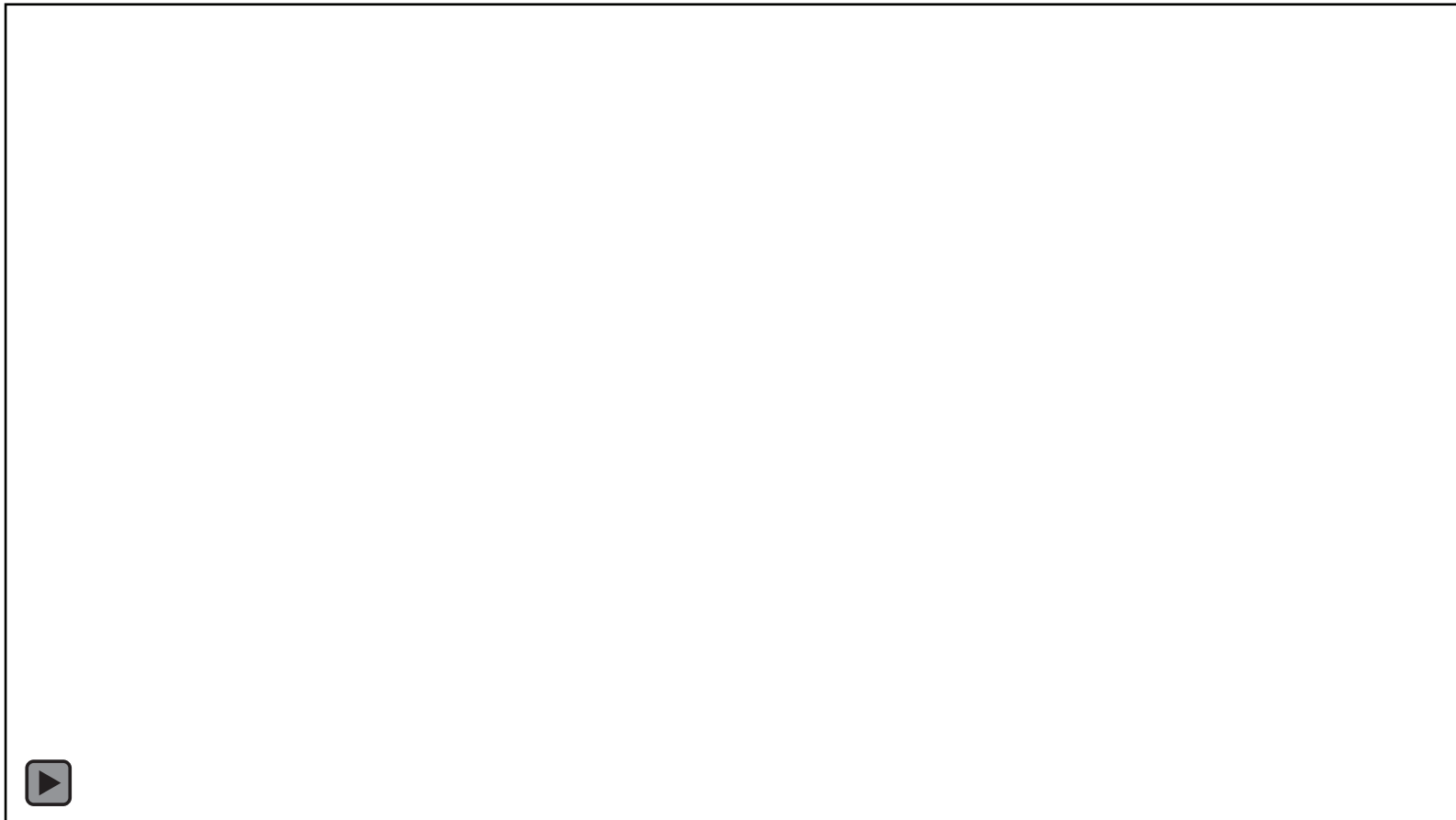
0 Beitrag verbergen	0 Alle Beiträge verbergen
0 Als Spam melden	0 Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

40

Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Twitter



- Start: Dezember 2012
- 2015: 24 Follower
- derzeit: 841 Follower

Content

- Rubriken: #ThrowBackThursday, #ZahlDesTages
- Shared Content: Zeitungsartikel etc.
- Owned Content: News zum RV (Nachrichten, Bauvorhaben, Projekte, Veranstaltungen etc.)
- ABER: News in 280 Zeichen

Zielpublikum: Multiplikatoren (BloggerInnen, JournalistInnen, PolitikerInnen), Verbände, Institutionen (Bezirksregierungen), „Konkurrenz“

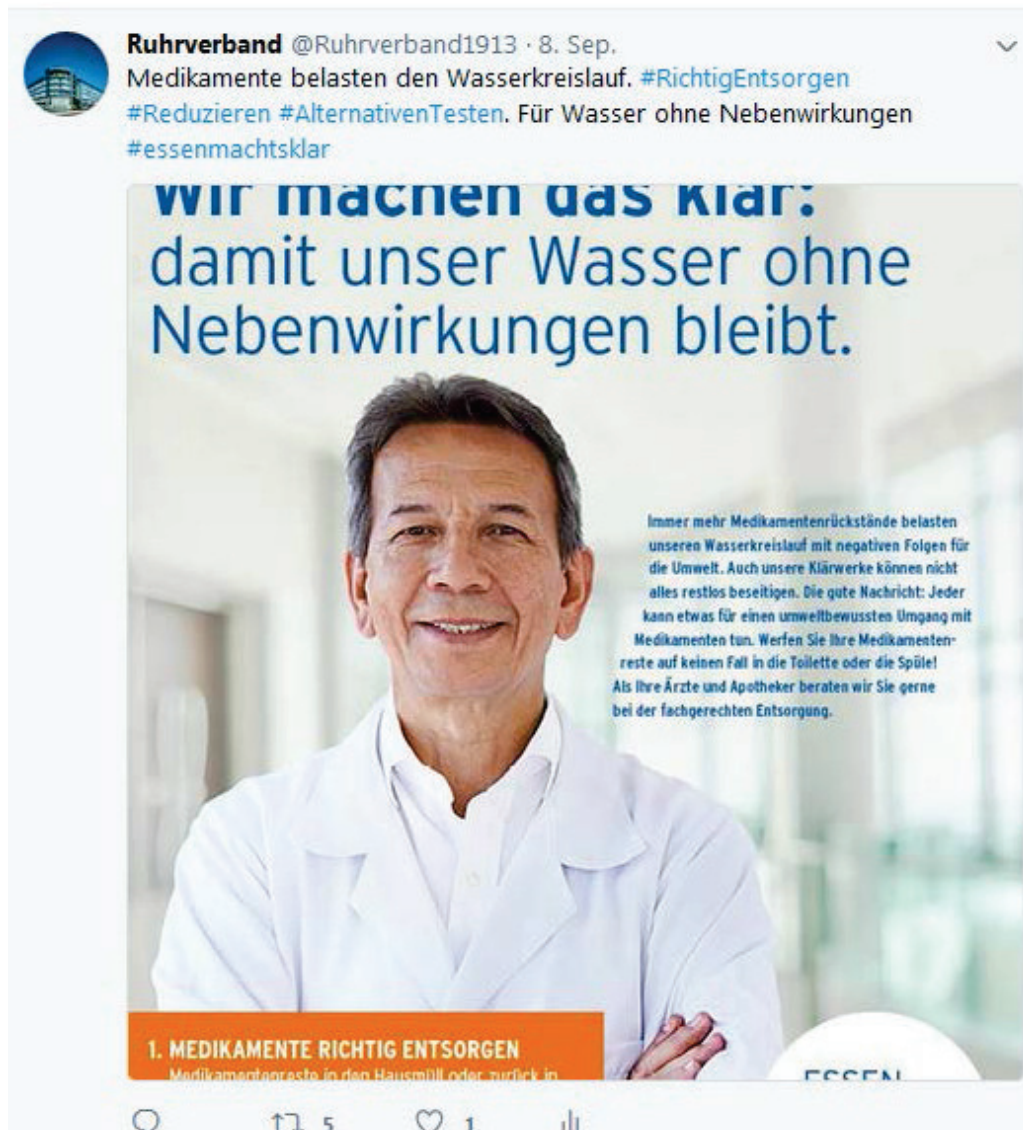
Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle



Ruhrverband goes Social Media

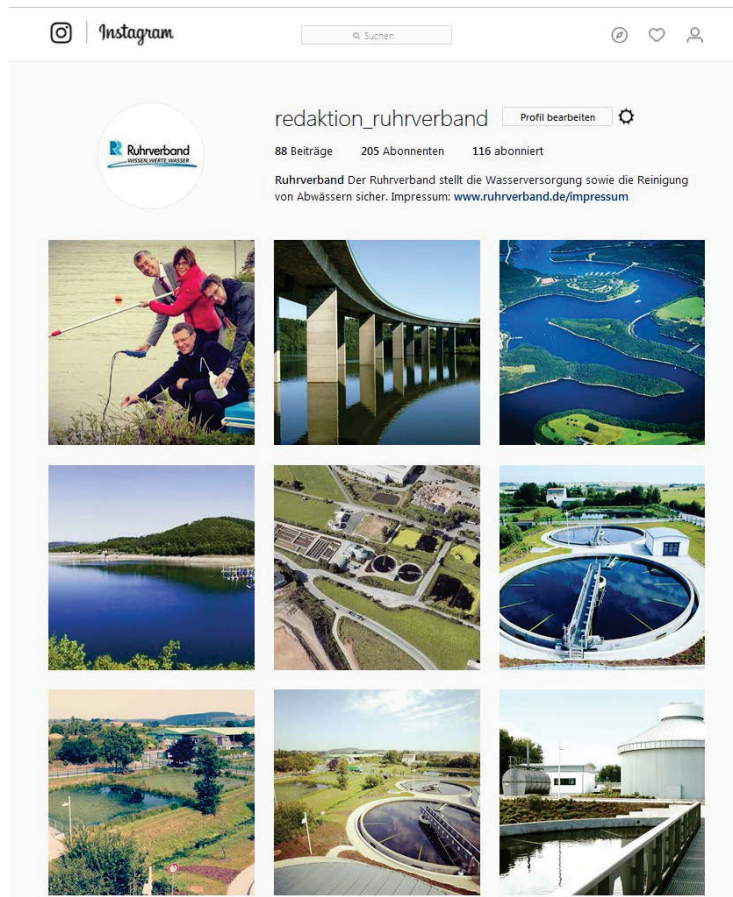
Die Kanäle



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

Instagram



- Start: Sommer 2016
- derzeit: 302 Abonnenten

Content

- Landschafts-, Natur- und Anlagenfotos

Zielpublikum: Multiplikatoren (BloggerInnen, JournalistInnen, PolitikerInnen), Verbände, Institutionen (Bezirksregierungen), „Konkurrenz“, Naturbegeisterte und Technikinteressierte

Doing:

Umständlich, da Instagram ausschließlich mobil bearbeitet werden kann. Keine Upload-Funktion via Desktop-Version möglich. Aufwändige Verschlagwortung mittels Hashtag # nötig. „Stories“ nicht immer just in time umsetzbar, da schlechte Konnektivität auf den Außenanlagen.

Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle



redaktion_ruhrverband

redaktion_ruhrverband Niedriger Füllstand an der #Hennetalsperre im Naturpark #Sauerland-Rothaargebirge im #Herbst #2016

Low level at the Hennetalsperre in #autumn 2016

#Ruhrverband #Wasser #Natur
#Umweltschutz #Umwelt #Talsperre
#Landschaft #water #nature #environment
#EnvironmentalProtection #dam #landscape



Gefällt 31 Mal

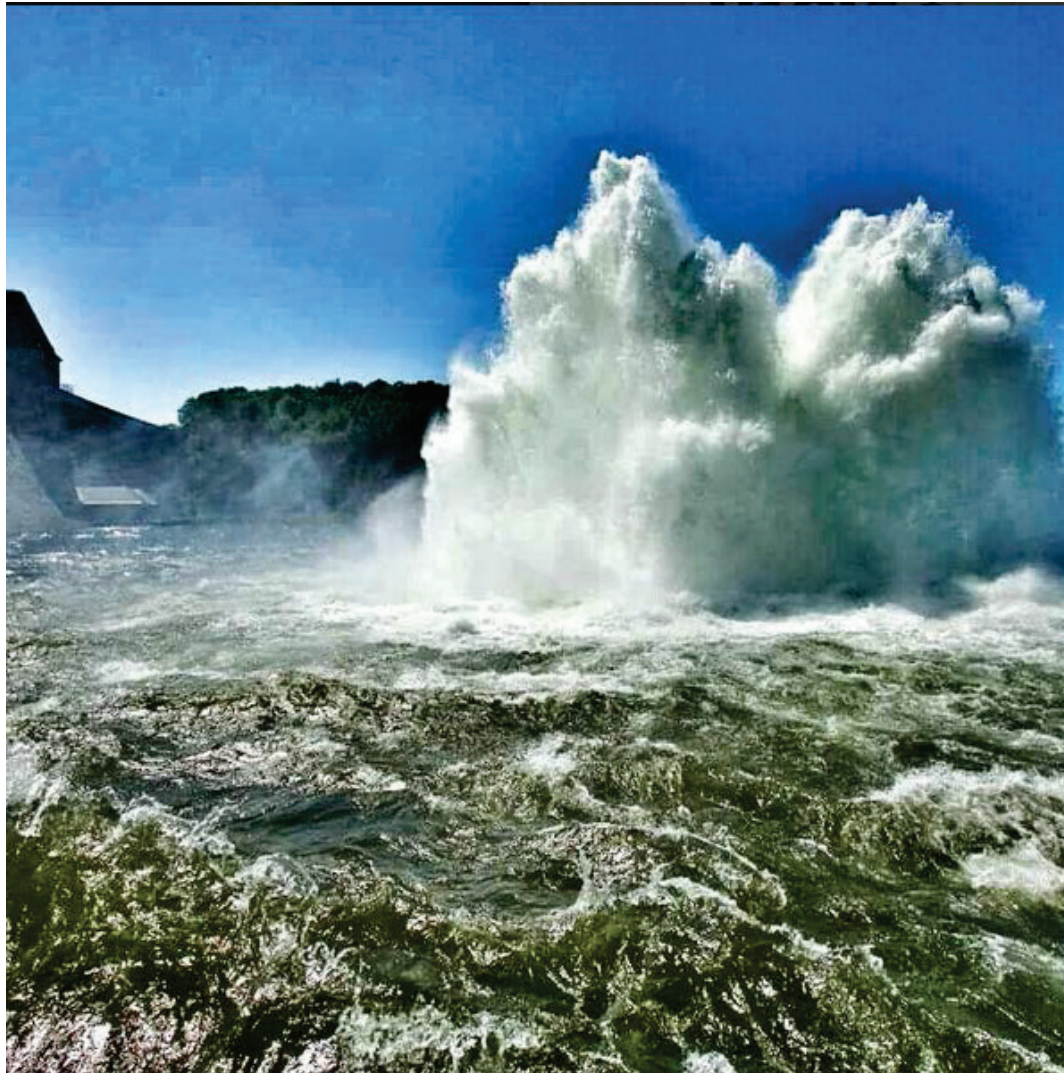
10. NOVEMBER 2016

Kommentar hinzufügen ...

...

Ruhrverband goes Social Media

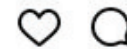
Die Kanäle



redaktion_ruhrverband

redaktion_ruhrverband Der #Grundablass der #Möhnetalsperre in Betrieb. Hier sind die Kegeldüsen in Action 😊

#Ruhrverband #Wasser #water #power
#powerofwater #Natur #nature
#Umweltschutz #EnvironmentalProtection
#Umwelt #environment #Talsperre #dam
#Natur #nature #landscape



Gefällt 18 Mal

28. JULI 2016

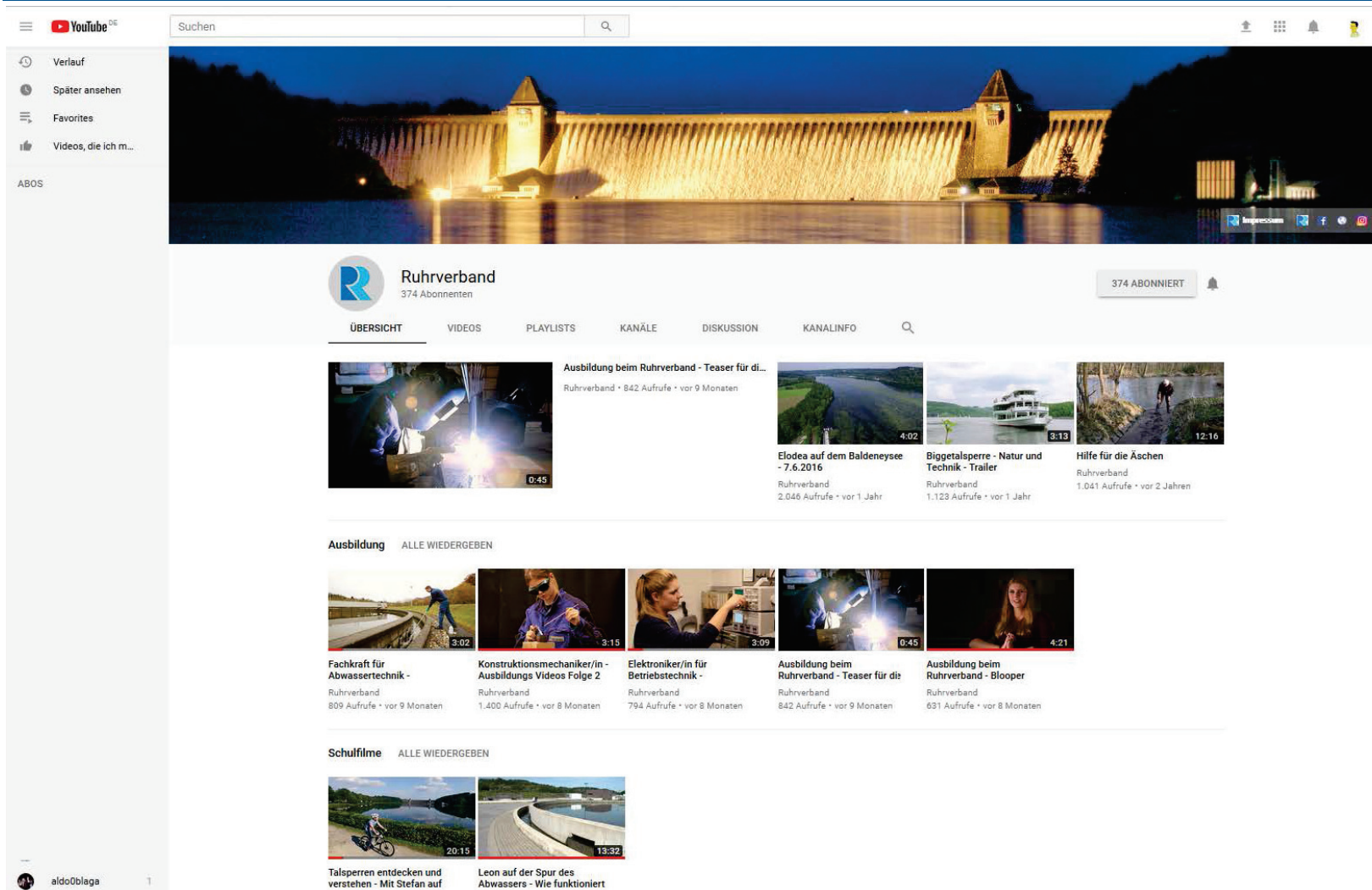
Kommentar hinzufügen ...



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

YouTube



The screenshot shows the Ruhrverband YouTube channel page. The header features a large video of a dam at night. Below the header, the channel name 'Ruhrverband' is displayed with 374 subscribers and a '374 ABONNIERT' button. The navigation bar includes 'ÜBERSICHT', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'KANÄLE', 'DISKUSSION', and 'KANALINFO'. The main content area shows a grid of video thumbnails. The first row includes 'Ausbildung beim Ruhrverband - Teaser für di...', 'Elodea auf dem Baldeneysee - 7.6.2016', 'Biggetalsperre - Natur und Technik - Trailer', and 'Hilfe für die Äschen'. The second row, under the 'Ausbildung' filter, shows 'Fachkraft für Abwassertechnik -', 'Konstruktionsmechaniker/in - Ausbildungs Videos Folge 2', 'Elektroniker/in für Betriebstechnik -', 'Ausbildung beim Ruhrverband - Teaser für di', and 'Ausbildung beim Ruhrverband - Bloopers'. The third row, under the 'Schulfilme' filter, shows 'Talsperren entdecken und verstehen - Mit Stefan auf' and 'Leon auf der Spur des Abwassers - Wie funktioniert'.

YouTube Suchen

Verlauf
Später ansehen
Favorites
Videos, die ich m...

ABOS

 **Ruhrverband**
374 Abonnenten

374 ABONNIERT

ÜBERSICHT VIDEOS PLAYLISTS KANÄLE DISKUSSION KANALINFO

Ausbildung ALLE WIEDERGEHEN

Schulfilme ALLE WIEDERGEHEN

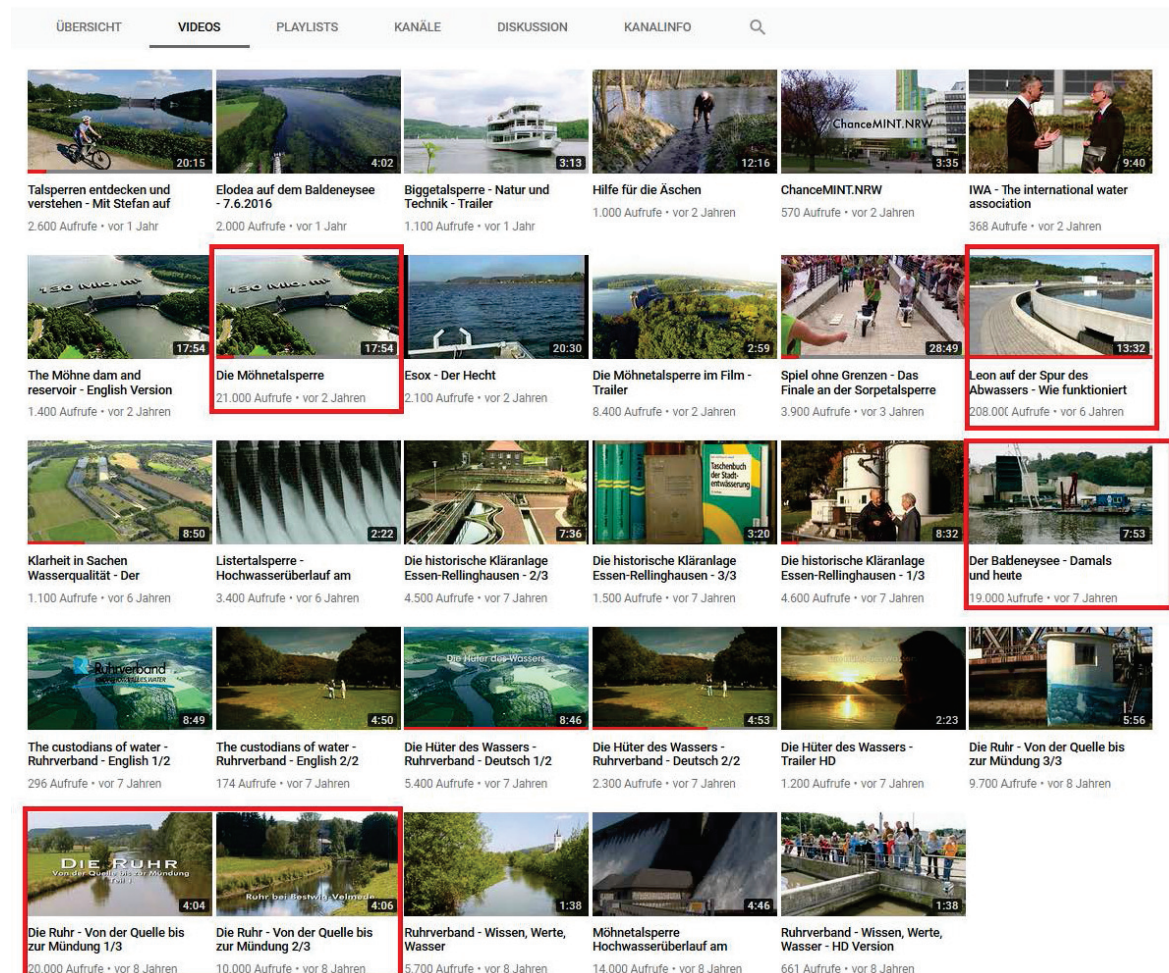
aldoöblaga 1

Ruhrverband goes Social Media

Kanäle

YouTube

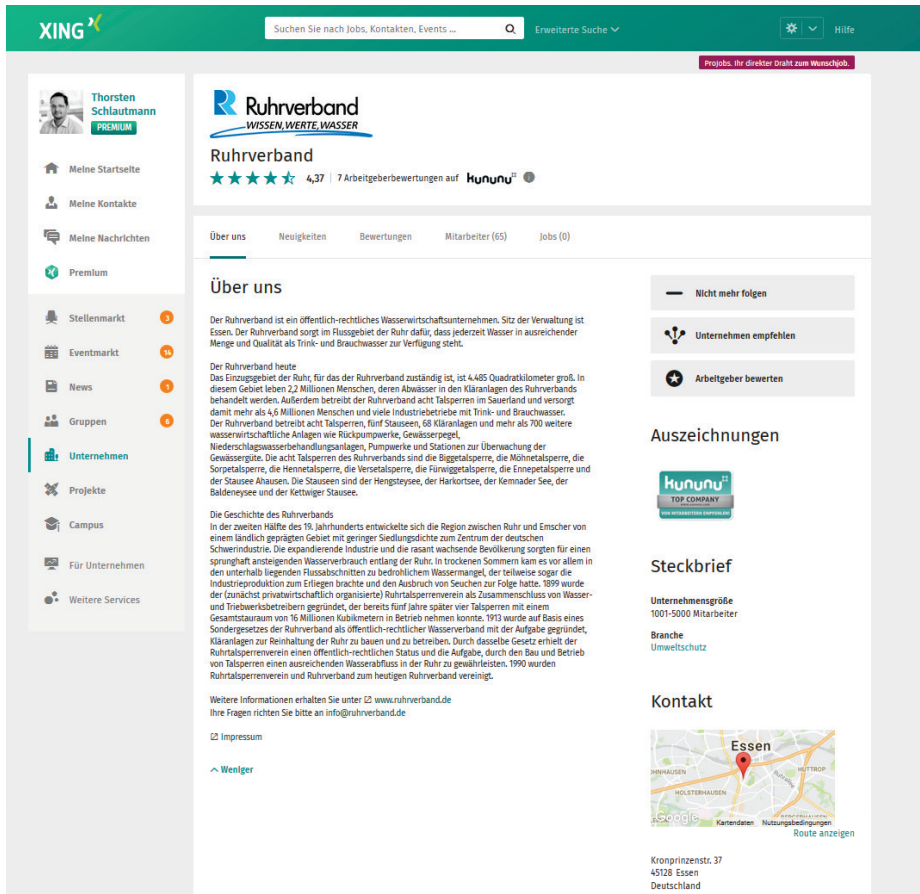
- Start: Ende Januar 2009
- Kanal ist 445.711 mal aufgerufen worden
- 487 Abonnenten
- Meiste Views: Leon auf der Spur des Abwassers: 248.188 Aufrufe



Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

XING



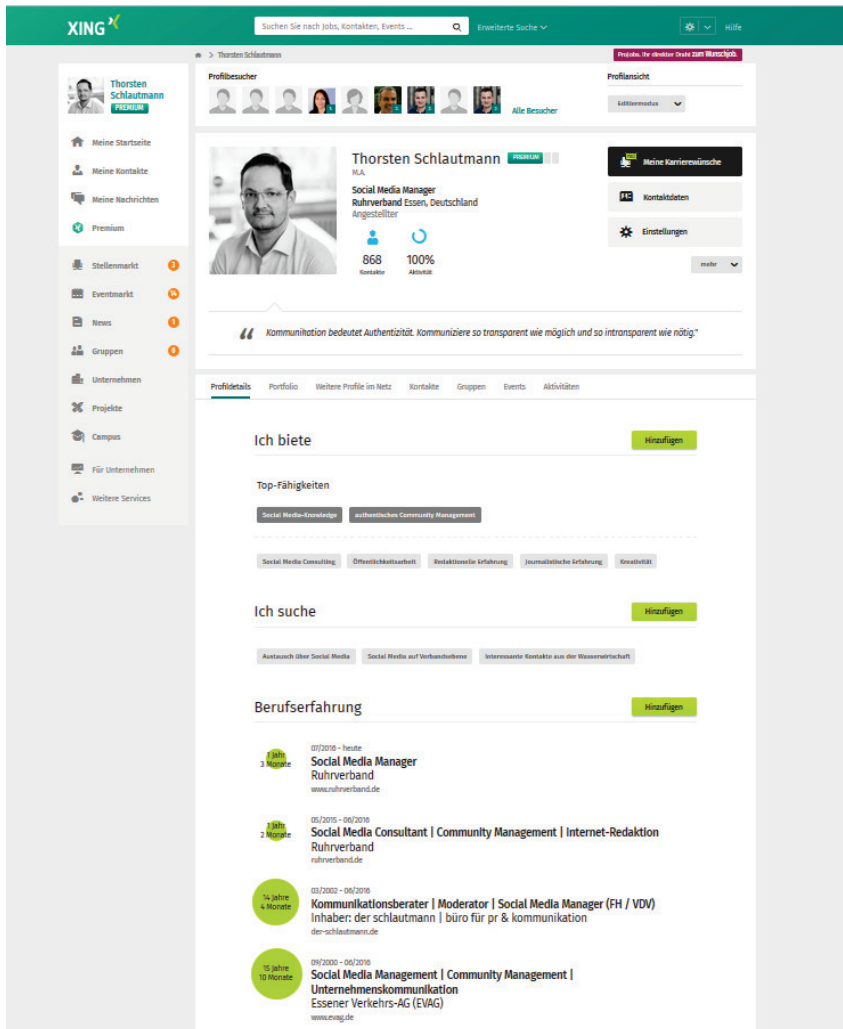
The screenshot shows the XING profile of Ruhrverband. The header includes the XING logo and a search bar. The profile information section displays the company name 'Ruhrverband' with its logo and tagline 'WISSEN, WERTE, WASSER'. It also shows a star rating of 4.37 and 7 employee reviews. The 'Über uns' (About us) section provides a detailed description of the company's role in water management in the Ruhr region. The 'Auszeichnungen' (Awards) section features a 'Kununu TOP COMPANY' badge. The 'Steckbrief' (Company Profile) section lists the company size as 1001-5000 employees and the industry as 'Umweltschutz' (Environmental Protection). The 'Kontakt' (Contact) section includes a map of Essen and the address: Kronprinzstr. 37, 45128 Essen, Deutschland.

Bei XING können sich Unternehmen einerseits und die einzelnen MitarbeiterInnen andererseits präsentieren. Das Portal dient Recruiting-Interessierten als Job- und Karriere-Booster sowie Unternehmen als digitale Visitenkarte.

Ruhrverband goes Social Media

Die Kanäle

XING



The screenshot shows a XING profile for Thorsten Schlautmann. The profile is divided into three main sections: the top third for personal information, the middle third for skills and interests, and the bottom third for professional experience.

Top Third (Personal Information):

- Name:** Thorsten Schlautmann
- Position:** Social Media Manager
- Company:** Ruhrverband Essen, Deutschland
- Member since:** 868
- Profile completeness:** 100%
- Quote:** "Kommunikation bedeutet Authentizität. Kommuniziere so transparent wie möglich und so intransparent wie nötig."

Middle Third (Skills and Interests):

- Top-Fähigkeiten:** Social Media-Manager, Öffentliches Community Management, Social Media Consulting, Öffentlichkeitsarbeit, Redaktionelle Erfahrung, Journalistische Erfahrung, Kreativität.
- Ich suche:** Austausch über Social Media, Social Media auf Verbandsebene, Interessante Kontakte aus der Wasserwirtschaft.
- Berufserfahrung:** (Listed below)

Bottom Third (Professional Experience):

- 07/2019 - heute:** Social Media Manager, Ruhrverband, www.ruhrverband.de
- 05/2019 - 06/2019:** Social Media Consultant | Community Management | Internet-Redaktion, Ruhrverband, ruhrverband.de
- 03/2002 - 06/2019:** Kommunikationsberater | Moderator | Social Media Manager (FH / VDI), Inhaber: der schlautmann | büro für pr & kommunikation, der-schlautmann.de
- 09/2000 - 06/2019:** Social Media Management | Community Management | Unternehmenskommunikation, Essener Verkehrs-AG (EVAG), www.evag.de

Im oberen Drittel können persönliche Angaben wie Name, akademischer Grad, Position etc. eingetragen werden

Im zweiten Drittel werden die „Top-Fähigkeiten“ sowie „Ich biete“ & „Ich suche“ ergänzt

Das letzte Drittel zeigt unter Angabe der jeweiligen Dauer chronologisch die Karriereschritte.



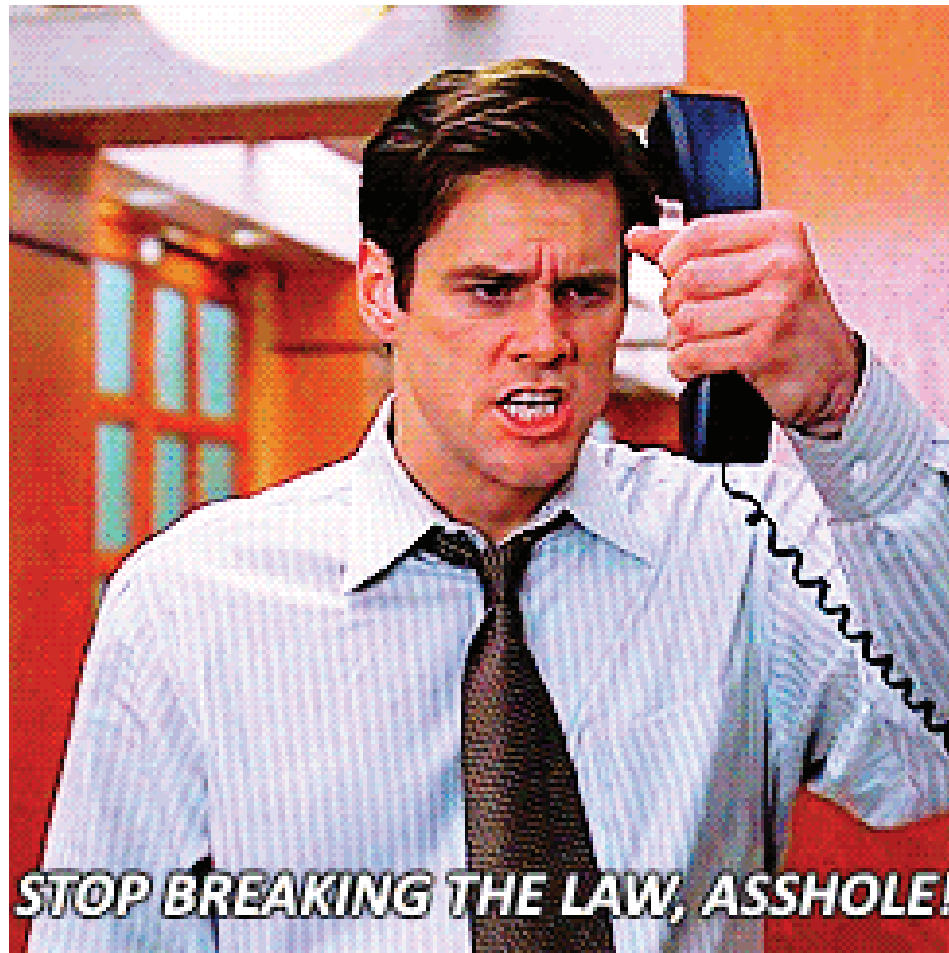
Danke für eure Aufmerksamkeit ... !

Aber halt ...

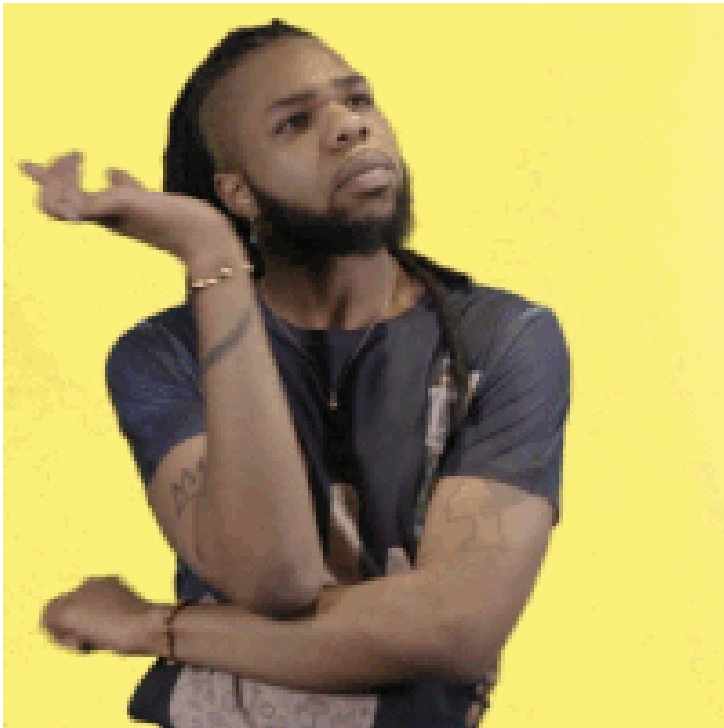


... sprechen wir doch über die DSGVO!

Da hat uns der EuGH ja ein ganz schön faules Ei ins Nest gelegt ...



In Kürze zusammengefasst ...



- EuGH: Fanpage-Betreiber sind mitverantwortlich für die Datenverarbeitung auf Facebook
- Datenschutzkonferenz: Wer eine Fanpage besucht, muss transparent und in verständlicher Form darüber informiert werden, welche Daten zu welchen Zwecken durch Facebook und die Fanpage-Betreiber verarbeitet werden. Dies gilt sowohl für Personen, die bei Facebook registriert sind, als auch für nicht registrierte Besucherinnen und Besucher des Netzwerks.
- Betreiber von Fanpages sollten sich selbst versichern, dass Facebook ihnen die Informationen zur Verfügung stellt, die zur Erfüllung der genannten Informationspflichten benötigt werden.
- Soweit Facebook Besucherinnen und Besucher einer Fanpage durch Erhebung personenbezogener Daten trackt, sei es durch den Einsatz von Cookies oder vergleichbarer Techniken oder durch die Speicherung der IP-Adresse, ist grundsätzlich eine Einwilligung der Nutzenden erforderlich, die die Anforderung der DSGVO erfüllt.
- Für die Bereiche der gemeinsamen Verantwortung von Facebook und Fanpage-Betreibern ist in einer Vereinbarung festzulegen, wer von ihnen welche Verpflichtung der DSGVO erfüllt. Diese Vereinbarung muss in wesentlichen Punkten den Betroffenen zur Verfügung gestellt werden, damit diese ihre Betroffenenrechte wahrnehmen können.

Das bedeutet ...

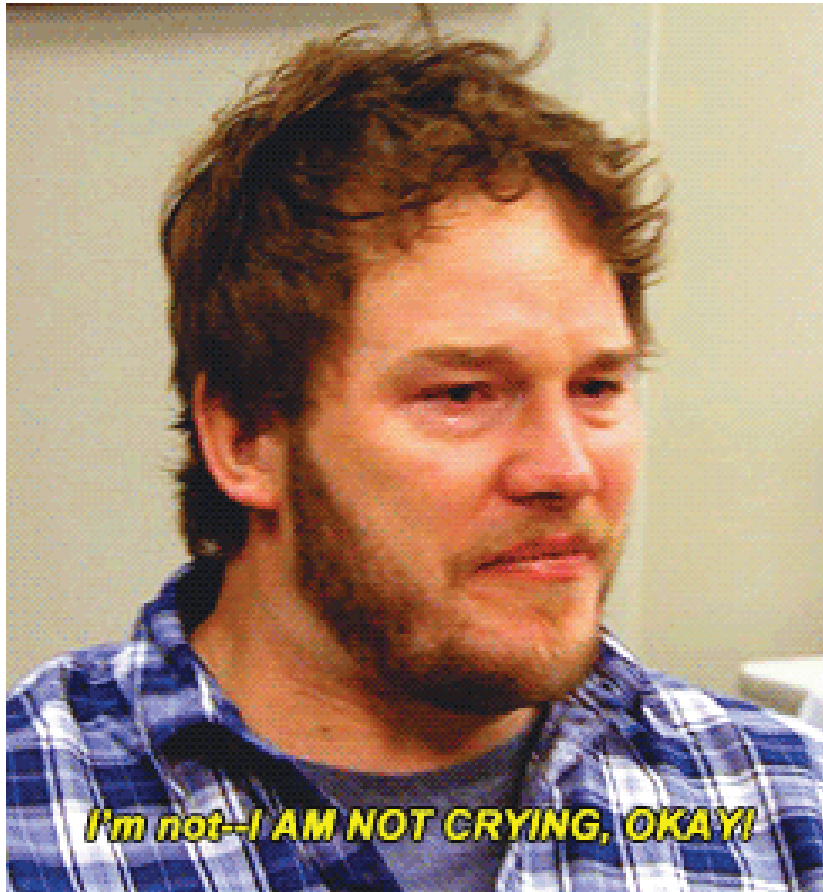


Die Datenschutzkonferenz hält nämlich zunächst

- die Integration einer eigenen Datenschutzerklärung für die Facebookseite, die über die dortige Datenverarbeitung aufklärt (Self Service) und
- den Abschluss eines Joint Controllership Agreements (= Vereinbarung über eine gemeinsame Verantwortung) im Sinne von Art. 26 DSGVO mit Facebook (hat jetzt den Ball!)

für erforderlich!

Der Rat des Experten:



- Die Problemstellung in Bezug auf Facebook lässt sich auf andere SoMe-Plattformen übertragen.
- Betreiber von Fanpages und anderen entsprechenden Social Media Präsenzen sollten nun im Rahmen einer Risikoabwägung entscheiden, ob die jeweiligen Präsenzen weiter betrieben werden sollen. Hierbei wird entscheidend sein, ob man tatsächlich von dem postulierten Einwilligungserfordernis bei Tracking auf Facebookseiten ausgeht bzw. die wirksame Einholung einer Einwilligung seitens Facebook annimmt. Letzteres wäre genauer zu prüfen.
- Gegebenenfalls sollten die mitgeteilten Maßnahmen – soweit möglich – umgesetzt werden. Fanpagebetreiber sollte also zumindest eine Art. 13 DSGVO entsprechende Datenschutzerklärung in den eigenen Fanpages aufnehmen.
- Ansonsten besteht seitens Facebook nun dringender Handlungsbedarf. Der schnellste Weg wäre wohl, wenn Facebook das Tracking auf Fanpages so gestaltet, dass der Betreiber es abschalten und die gemeinsame Verantwortung wohl so vermeiden könnte.
- Ansonsten sollte Facebook seine Fanpagebetreiber, die dem Unternehmen hinreichend wichtig sein sollten, unverzüglich mit den notwendigen Informationen ausstatten, damit diese:
 1. Ihren Informationspflichten nachkommen
 2. eine Vereinbarung über die gemeinsame Verantwortung (sog. Joint Controllership Agreement) abschließen können.

In diesem Sinne ...

