



Leitfaden für Umgang und Nutzung von **sozialen Medien** als Mitarbeiterin und Mitarbeiter der Polizei Bremen



Soziale Medien haben unsere Kommunikation verändert und sind aus der Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Auch der private und der berufliche Alltag werden immer mehr von den neuen digitalen Kommunikationskanälen geprägt.

Die wachsende Bedeutung bietet zahlreiche Chancen, birgt aber auch neue Risiken. Hinsichtlich der möglichen Risiken für die Mitglieder der Polizei Bremen aber auch für die Organisation an sich, wird in diesem Leitfaden hingewiesen, um eine erste Orientierung im verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien zu geben.

Was sind soziale Medien?

Unter dem Begriff Social Media werden Plattformen und Netzwerke zusammengefasst, die im Internet existieren. Die Nutzer haben die Möglichkeit Fotos, Videos, aber auch Erfahrungsberichte oder Meinungen auszutauschen.

Die derzeit bekanntesten sind YouTube, Facebook, Google+, Twitter aber auch Netzwerke wie Xing, Fotoplattformen (z. B. Flickr) sowie Foren und Blogs gehören dazu. Sie haben alle gemeinsam, dass sie vom Dialog leben.

Jeden Tag wird auch über unsere Behörde im Web intensiv diskutiert. Jeder der sich im Internet über die Polizei Bremen äußert, prägt damit das Bild der Behörde in der Öffentlichkeit.

Es ist im Interesse der Polizei Bremen, Ihr Engagement im Bereich Social Media zu fördern und Ihre Medienkompetenz, also die Fähigkeit Medien und Inhalte zu eigenen Zielen zu nutzen und zu stärken.



Acht Leitlinien -

zum Umgang mit Sozialen Medien als Privatperson und Angehöriger der Polizei Bremen

1. Sprechen Sie für sich selbst und trennen Sie zwischen privater und dienstlicher Meinung

Bei Aktivitäten in Sozialen Netzwerken handeln Sie grundsätzlich als Privatperson. Sie sind für Ihre Handlungen entsprechend selbst verantwortlich. Wenn Sie sich direkt oder indirekt als der Polizei Bremen angehörig zu erkennen geben, dann machen Sie deutlich, dass Sie für sich sprechen.

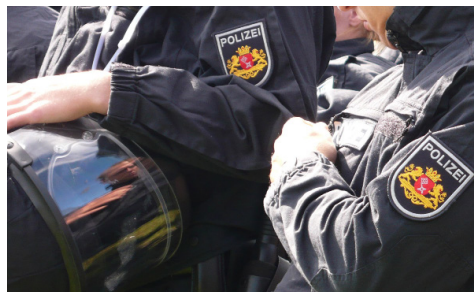


2. Beachten Sie unsere Werte

Respekt, Toleranz, Ehrlichkeit, Offenheit und die Integrität gegenüber den Kolleginnen und Kollegen sowie den Bürgerinnen und Bürgern sind eine Selbstverständlichkeit. Sie gelten natürlich auch in Sozialen Netzwerken/Internet.

3. Schützen sie die Behörde

Es liegt im Interesse von uns allen, die Polizei Bremen für die wir arbeiten zu schützen. Geben sie niemals interne Daten heraus. Erinnern Sie sich, dass Sie zur Wahrung von Dienst- und Betriebsgeheimnissen, beamtenrechtlich zur Verschwiegenheits- und Wohlverhaltenspflicht verpflichtet sind. Verstöße können zu entsprechenden Konsequenzen führen.



4. Halten Sie sich an allgemeine Gesetze und geltendes Recht

Bestehende Gesetze und Vorschriften der Polizei Bremen gelten auch im Internet:
Urheberrecht: Bild- Audio- und Videoaufnahmen sind in der Regel urheberrechtlich geschützt.
Datenschutz: Personenbezogene Daten (Dritter) dürfen nicht ohne Rückfrage veröffentlicht werden.

Acht Leitlinien -

zum Umgang mit Sozialen Medien als Privatperson und Angehöriger der Polizei Bremen

5. Schützen Sie sich und Ihre Privatsphäre und die Ihrer Kinder

Achten Sie auf Ihre Privatsphäre-Einstellungen und geben Sie nicht unnötige Informationen über sich preis. Denken Sie daran, dass das Internet ein Gedächtnis hat. Einmal veröffentlichte Inhalte sind schwer bis gar nicht zu löschen. Einzelne Datenbestände können problemlos so zusammengeführt werden, dass über Sie schnell ein genaues Profil entstehen kann.



6. Kommunizieren Sie verantwortungs-, respektvoll, höflich und ehrlich

Behandeln Sie andere mit Respekt und achten Sie darauf, wie Sie etwas formulieren. Höflich bleiben und Beleidigungen vermeiden. Eine Unterhaltung macht nur Sinn, wenn sich die Beteiligten respektvoll begegnen. Brechen Sie Dialoge ab, wenn der Gesprächspartner beleidigend wird. Seien Sie ehrlich. Falsche Informationen sind im Netz sofort nachprüfbar.



7. Achten Sie auf Qualität und Seriösität

Man kann im Internet schnell Aufmerksamkeit bekommen. Aber qualitative und fruchtbare Konversationen lassen sich nur mit hochwertigen Inhalten anstoßen, bzw. fortsetzen. Seien Sie vorsichtig bei dubiosen Nachrichten. Verteilen Sie nichts, ohne den Absender zu kennen und sich ggf. der Seriösität des Inhalts zu versichern.

8. Es geht um Unterhaltung

Wenn Sie Social Media zur Einbahnstraßenkommunikation nutzen, reden Sie bald gegen eine Wand. Nur wer sich an Diskussionen beteiligt, wird im Web ernst genommen.



Unterstützen Sie uns!

Wenn Sie im Internet auf Lob, Kritik oder Humorvolles in Bezug auf die Polizei Bremen stoßen, teilen Sie uns dieses gerne mit.

Sie haben weitere Fragen rund um das Thema „Soziale Medien“? Weitere, ausführlichere Informationen erhalten Sie unter www.polizei-beratung.de oder bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Polizei Bremen / PSt 12.

Ihre Ansprechpartner sind die Kolleginnen und Kollegen der Pressestelle, erreichbar unter

Pressestelle@polizei.bremen.de



Polizei Bremen
 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 In der Vahr 76
 28329 Bremen

App: (Application /Anwendung); Apps sind als Programme für mobile Endgeräte wie Smartphones bekannt. Im Social Media versteht man darunter interaktive Anwendungen auf Plattformen wie Facebook.

Blog: Kurz für Weblog; Online Tagebuch, heute auch starker Informationscharakter, jedoch stark subjektiv gefärbt.

Blogger: Verfasser eines Weblogs.

Community: Virtuelle Gemeinschaft von Nutzern.

Facebook: Größtes soziales Netzwerk (siehe Soziale Netzwerke).

Flickr: Social Media Plattform zum Teilen von Foto-Inhalten mit anderen Nutzern.

Followen/unfollowen: Person/Marke/Unternehmen auf Twitter der eigenen Leseliste hinzufügen bzw. von dieser entfernen.

Freunden/adden: Person in einem Sozialen Netzwerk (z.B. Facebook) als Freund hinzufügen.

Hashtag: Beschlagwortung von Tweets, dem Wort wird ein „#“ (Raute=engl. Hash) davor gesetzt.

Hoax: (engl. Schwindel): Falschmeldung, die per Email / in sozialen Netzwerken verbreitet - und für wahr gehalten werden.

Liken/ „gefällt mir“: Alles, was gut gefunden wird (Daumen hoch).

Link: Kurz für Hyperlink, Verweis auf andere Webseite.

Microblog: kurze Mitteilungen (Statusupdates, Linkempfehlungen,...) an Freunde und Follower, oft begrenzte Zeichenzahl.

Posten: Veröffentlichen eines Beitrags oder Kommentars.

Retweeten: Weitersenden von Tweets anderer.

RSS (Really Simple Syndication): Standardisiertes Format zur Verbreitung von Inhalten im Web.

Soziale Netzwerke: Plattformen auf denen User Profile einrichten, um miteinander zu interagieren und sich zu vernetzen.

Spam: Nachrichten, die dem Empfänger unverlangt zugestellt werden und häufig werbenden Inhalt haben

Tag: Schlagwörter, die Inhalten zugewiesen werden, um Nutzern das Auffinden dieser Inhalte zu erleichtern.

Taggen (Verb zu Tag); Auch: Person auf Foto (v.a. auf Facebook) markieren.

Teilen/sharen: Artikel, Bilder, Links etc. auf Plattform weiterleiten.

Tweet: Kurznachricht auf Twitter mit max. 140 Zeichen.

Twitter: Microblogging Plattform.

Twittern (oder Tweeten): Versenden einer Kurznachricht/ eines Tweets.

Unfrienden: Person aus Freundesliste in einem sozialen Netzwerk entfernen.

Wikipedia: Gemeinsam von Nutzern erstelltes Online Lexikon.

Xing: Soziales Netzwerk für geschäftliche Kontakte und geschäftliches Networking.

YouTube: Größte Video Plattform und gleichzeitig zweitgrößte Suchmaschine.

