



**#EinsatzfuerHamburg**

# **Handlungsanweisung und Richtlinie der Feuerwehr Hamburg für die Nutzung von Social Media**

**Pressestelle der Feuerwehr Hamburg**

**Stand: 12. April 2017**

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	1
1 Präambel .....	2
2 Handlungsanweisung.....	3
2.1 Social-Media-Kanäle .....	3
2.2 Handelnde Personen der Feuerwehr Hamburg .....	4
2.3 Nutzungsbedingungen .....	5
2.3.1 Sprache und Stilmittel .....	5
2.3.2 Bilder, Videos und Bildrechte .....	6
2.3.3 Wahrung von Persönlichkeitsrechten.....	6
2.3.4 Social-Media-Guideline.....	6
2.3.5 Einsatzbezogene Pressearbeit und Kommunikation .....	7
2.3.6 Kommentare und Interaktion.....	8
2.3.7 Umgang mit Nachrichten und Kommentaren .....	8
2.3.8 Überwachung, Umgang mit Notrufen und Beschwerden.....	8
2.3.9 Kurz-URL-Dienste.....	9
2.3.10 Links .....	9
2.3.11 Exklusive Inhalte .....	9
2.3.12 Datenschutz/Profilbildung.....	10
2.3.13 Impressum .....	10
3 Aufsichtsführende Stelle .....	10
Impressum .....	11
Anlage.....	12

# 1 Präambel

Soziale Medien sind ein wichtiger Teil der Kommunikation im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehr Hamburg.

Eine aktive Beteiligung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Berufsfeuerwehr und der Freiwilligen Feuerwehren Hamburgs im Sinne einer transparenten und lebendigen Gestaltung der Social Media Auftritte ist wünschenswert.

Hierzu bedarf es einiger Regeln, um die Anwender und die Feuerwehr Hamburg zu schützen. Dies ist auch deshalb von Bedeutung, weil Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowie Kameradinnen und Kameraden, im Folgenden Angehörige der Feuerwehr Hamburg genannt, soziale Netzwerke in ihrer Freizeit nutzen und dabei die Grenzen zwischen privaten und beruflichen Inhalten und Anforderungen an die Äußerungen verschwimmen können.

Diese Handlungsanweisung und Richtlinie richtet sich an die Feuerwehr Hamburg.

Die Berufsfeuerwehr und die Freiwilligen Feuerwehren bilden im Sinne des Hamburgischen Feuerwehrgesetzes (HmbFwG) und der Verordnung über die Freiwilligen Feuerwehren (VOFF) zusammen die Verwaltungseinheit Feuerwehr (Feuerwehr Hamburg).

Gem. § 2 HmbgFWG sind Berufswehr und Freiwillige Feuerwehren Organisationseinheiten der Freien und Hansestadt Hamburg. Angehörige der Freiwilligen Feuerwehr stehen in einem öffentlich-rechtlichen Sonderrechtsverhältnis zur Freien und Hansestadt Hamburg. Die Vorschriften des Beamtenstatusgesetzes und des Hamburgischen Beamtengesetzes, unter anderem zur Amtsverschwiegenheit, gelten entsprechend. Aus dieser rechtlichen Stellung ergeben sich für alle Angehörigen der Feuerwehr Hamburg und ihrer Organisationseinheiten besondere Pflichten bei öffentlichen Äußerungen, die dienstlich oder aber von Feuerwehrangehörigen privat veröffentlicht werden.

Die Feuerwehr Hamburg muss insgesamt in ihrer Berichterstattung und bei öffentlichen Äußerungen einheitlich auftreten. Die Bürgerinnen und Bürger unterscheiden nicht zwischen den einzelnen Organisationseinheiten. Informationen, die sie durch unterschiedliche Accounts erhalten, müssen übereinstimmend, vollständig, sachlich richtig und verständlich sein.

Häufig verfügt, insbesondere in Grundsatzangelegenheiten, nur die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg über alle Informationen zu einem Ereignis mit der Folge, dass nur sie die Gesamtsituation abschließend bewerten und darstellen kann und ihr die Außendarstellung obliegt.

Primäre Zielstellung bei der Nutzung und Anwendung der sozialen Medien ist, eine sachgerechte und ansprechende Darstellung der Aufgaben und Zuständigkeiten der Feuerwehr Hamburg. Hiermit soll eine positive und aktuelle Presse- und Medienarbeit unterstützt und eine aktive und zielgerichtete Nachwuchsgewinnung sowohl im hauptamtlichen als auch im ehrenamtlichen Bereich ermöglicht werden.

## 2 Handlungsanweisung

Diese Handlungsanweisung gilt sowohl für die Social-Media-Kanäle, als auch für Auftritte auf Internetseiten der Organisationseinheiten der Feuerwehr Hamburg.

Die Internetpräsenz der Feuerwehr Hamburg ist unter [www.feuerwehr.hamburg.de](http://www.feuerwehr.hamburg.de) zu erreichen, die der Freiwilligen Feuerwehren Hamburg unter [www.feuerwehr-hamburg.de](http://www.feuerwehr-hamburg.de) .

### 2.1 Social-Media-Kanäle

#### 2.1.1 Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das vom gleichnamigen US-amerikanischen Unternehmen Facebook Inc. betrieben wird. Der Name bezieht sich auf die sogenannten Facebooks (Englisch wörtlich: „Gesichtsbuch“, sinngemäß: „Jahrbuch“) mit Abbildungen von Studenten, die an manchen US-amerikanischen Colleges verteilt werden.

Die Feuerwehr Hamburg und ihre Organisationseinheiten nutzen Facebook vorwiegend, um über die Tätigkeiten der Feuerwehr zu informieren, um Personalwerbung sowohl bei der Berufsfeuerwehr als auch den Freiwilligen Feuerwehren zu betreiben und um in Kontakt mit an der Feuerwehrarbeit interessierten Menschen zu treten.

Der Facebook-Auftritt ist unter <https://www.facebook.com/feuerwehr.hamburg/>, der der Freiwilligen Feuerwehren Hamburg unter <https://www.facebook.com/FFHamburg> zu erreichen.

#### 2.1.2 Twitter

Twitter (englisch für Gezwitzcher) ist ein Mikroblogging-Dienst zur Verbreitung von telegrammartigen Kurznachrichten mit maximal 140 Zeichen. Die Kommunikation auf Twitter erfolgt über sogenannte „Tweets“ (von englisch tweet „zwitschern“), kurze Textbeiträge mit oder ohne Bildanhang, die angemeldete Nutzerinnen und Nutzer erstellen können.

Die Feuerwehr Hamburg und ihre Organisationseinheiten nutzen Twitter vorwiegend, um über die Tätigkeiten der Feuerwehr zu informieren, um in Kontakt mit an der Feuerwehrarbeit interessierten Menschen zu treten und um bei Einsatzlagen Warnungen oder Informationen an die Twitter nutzende Bevölkerung zu senden. Tweets können in Nur-Text-Form, mit Bildern oder auch mit kurzen Videosequenzen versehen gesendet werden. Videosequenzen können über das zu Twitter gehörige Portal „Periscope“ aufgezeichnet und gesendet werden.

Der Twitter-Kanal ist unter <https://twitter.com/FeuerwehrHH>, der der Freiwilligen Feuerwehren unter [https://twitter.com/FF\\_Hamburg](https://twitter.com/FF_Hamburg) zu erreichen.

#### 2.1.3 YouTube

YouTube ist ein 2005 gegründetes Videoportal des US-amerikanischen Unternehmens YouTube, LLC, seit 2006 eine Tochtergesellschaft von Google Inc. Die Nutzerinnen und Nutzer können auf dem Portal kostenlos Videoclips ansehen, bewerten, kommentieren und selbst hochladen.

Die Feuerwehr Hamburg und ihre Organisationseinheiten nutzen YouTube vorwiegend, um mit Video-Clips über die Tätigkeiten der Feuerwehr zu informieren, um mit Imagefilmen Begeisterung für die Feuerwehr Hamburg insgesamt zu wecken und um eine moderne Personalgewinnung sowohl bei der Berufsfeuerwehr als auch den Freiwilligen Feuerwehren zu unterstützen.

Der Youtube-Kanal ist unter <https://www.youtube.com/feuerwehrhamburg112> zu erreichen. Der Youtube-Kanal der Freiwilligen Feuerwehren ist unter <https://www.youtube.com/channel/UCe5A67EdF8fP3FvrV-DIOpg> zu erreichen.

#### **2.1.4 Instagram**

Instagram ist ein kostenloser Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos. Nutzerinnen und Nutzer können ihre Fotos und Videos mit Filtern versehen. Instagram ist eine Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform und ermöglicht es, Fotos auch in anderen sozialen Netzwerken zu verbreiten. Der Dienst gehört zu Facebook.

Die Feuerwehr Hamburg und ihre Organisationseinheiten nutzen Instagram vorwiegend um Bilder sprechen zu lassen, z. B. Fahrzeuge und Gerät in Nahaufnahmen. Aufnahmen von Personen sollen hierbei vermieden werden.

Der Instagram-Auftritt ist unter <https://www.instagram.com/feuerwehr.hamburg/> zu erreichen, der der Freiwilligen Feuerwehr unter [https://www.instagram.com/ff\\_hamburg/](https://www.instagram.com/ff_hamburg/).

#### **2.1.5 Nutzung der Social-Media-Kanäle**

Von Seiten der Pressestelle wird die Nutzung der bestehenden Social-Media-Kanäle regelmäßig überprüft. Neue Kanäle, wie z. B. Snapchat, können künftig sinnvoll sein. Über die Neueinrichtung neuer Kanäle, aber auch Abschaltung bestehender Kanäle der Feuerwehr Hamburg und ihrer Organisationseinheiten, wenn eine Nutzung nicht mehr sinnvoll ist, entscheidet die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg. Über Kanäle der Freiwilligen Feuerwehr werden diese Entscheidungen durch den Landesbereichsführer (LBF) im Benehmen mit der Amtsleitung (FL) getroffen.

Die Einrichtung und Administration der offiziellen Social-Media-Kanäle der Feuerwehr Hamburg bleibt der Pressestelle der Feuerwehr Hamburg vorbehalten. Die Einrichtung oder das Betreiben weiterer Kanäle durch Organisationseinheiten der Feuerwehr bedarf ihrer Zustimmung. Die Einrichtung und Administration der entsprechenden Seiten der Freiwilligen Feuerwehr obliegt ausschließlich LBF im Benehmen mit FL.

## **2.2 Handelnde Personen der Feuerwehr Hamburg**

### **2.2.1 Administratorinnen und Administratoren**

Die Administration erfolgt über dienstliche Nutzerprofile, die mit einer E-Mail-Kennung *Vorname.Nachname@feuerwehr.hamburg.de* im jeweiligen Sozialen Medium registriert sind.

Die Administration der dienstlichen Nutzerprofile der Freiwilligen Feuerwehren obliegt der Geschäftsstelle des Landesbereichsmanagements und wird durch die Mitarbeiter der Arbeitsgemeinschaft Medien und Kommunikation (AG MuK) sichergestellt.

## 2.2.2 Redakteure und Bereichswebmaster

Die redaktionelle Mitarbeit in den Social-Media-Kanälen wird im Bedarfsfall und zu einzelnen Themenfeldern erweitert. Hierzu werden Beschäftigte mit redaktionellen Rechten ausgestattet, die unterhalb der Administrationsebene liegen. Redaktionelle Beiträge sind ausschließlich über dienstliche Nutzerprofile, die mit einer E-Mail-Kennung *Vorname.Nachname@feuerwehr.hamburg.de* im jeweiligen Sozialen Medium registriert sind, zulässig, um dienstliche und private Interessen nicht zu vermischen.

Die Freiwilligen Feuerwehren setzen in jedem Bereich Bereichswebmaster ein, die ihre Arbeit über die AG MuK auf den Social-Media-Kanälen der Freiwilligen Feuerwehren einstellen.

## 2.2.3 Qualitätssicherung

Grundsätzlich wird auf alle öffentlich eingestellten Beiträge das Vier-Augen-Prinzip durch die Redakteurinnen und Redakteure bzw. Bereichswebmasterinnen und Bereichswebmaster angewandt. Nur in dringenden und begründeten Ausnahmefällen kann hiervon abgewichen werden. Ausnahmen bilden hier persönliche Antworten auf Nachrichten, welche nur von dem Betroffenen selbst gelesen werden können. Diese können vor dem Hintergrund der schnellen, serviceorientierten Beantwortung eigenständig beantwortet werden, sofern diese niedrigschwellig und unverfänglich sind. Im Nachgang sind diese Antworten zur Wahrung des „Vier-Augen-Prinzips“ einem anderen Redakteur bzw. Bereichswebmaster vorzulegen.

Im Rahmen der Qualitätssicherung wird regelmäßig eine intensive Beobachtung der Social-Media-Kanäle sichergestellt, durch die zeitnah eine Kommentierung, Richtigstellung oder im Zweifelsfall auch Löschung von Seiteninhalten und Kommentaren, welche nicht der Netiquette entsprechen, veranlasst werden kann.

**Insbesondere Werbung, diskriminierende Äußerungen oder rechtswidrige Kommentare, wie Gewaltverherrlichung oder nationalsozialistisches Gedankengut, auf den Social-Media-Kanälen der Feuerwehr Hamburg und ihren Organisationseinheiten sind unverzüglich nach Bekanntwerden durch die Pressestelle bzw. die AG MuK zu löschen!**

## 2.3 Nutzungsbedingungen

Die Feuerwehr Hamburg nutzt die Social-Media-Kanäle für eine positive Außendarstellung. Hier können und sollen alle haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Feuerwehr Hamburg die Möglichkeit haben, sich zu beteiligen.

So kann zum Beispiel eine kurze Geschichte, ein gutes Handy-Foto/-Video von einer Veranstaltung, Übung, Ausbildung, o.ä. an das Funktionspostfach [socialmedia@feuerwehr.hamburg.de](mailto:socialmedia@feuerwehr.hamburg.de) bzw. an das Funktionspostfach der FF [facebook@feuerwehr-hamburg.de](mailto:facebook@feuerwehr-hamburg.de) geschickt, dort ausgewertet und weiterverarbeitet werden. Die Nutzungsbedingungen sowie sämtliche Inhalte sollten parallel auf der Internetseite der Feuerwehr Hamburg, bzw. der Freiwilligen Feuerwehr hinterlegt werden, um einen diskriminierungsfreien Zugang zu ermöglichen. Interessierte Dritte sollten nicht verpflichtet sein, Social-Media-Kanäle aufzurufen, um Informationen der Feuerwehr zu erhalten.

### 2.3.1 Sprache und Stilmittel

Die Sprache soll modern, verständlich, sympathisch und offen sein. Sie soll dabei adressatengerecht und situationsabhängig gewählt werden. Anglizismen und Behördendeutsch sollen grundsätzlich vermieden werden. Förmliche Formulierungen sind nur da zu wählen, wo es zwingend erforderlich ist. Ebenfalls sind Abkürzungen zu vermeiden bzw. zu erläutern. Eine fachspezifische Feuerwehrsprache ist zu vermeiden (z. B. Kaskadenförmiger Löschangriff, Personendosimeter).

Qualität muss dabei immer vor Quantität gehen!

Idealerweise sind die Texte mit guten Fotos und/oder kurzen Videos<sup>1</sup> (max. 3 Minuten) zu ergänzen. Das kann zum Beispiel auch ein gutes Foto oder Video sein, das mit einem Smartphone oder Tablet-PC von Beschäftigten der Feuerwehr Hamburg außerhalb eines Einsatzes erstellt wurde.

### **2.3.2 Bilder, Videos und Bildrechte**

Die Feuerwehr Hamburg verwendet für ihre Veröffentlichungen nur Bilder und Videos, die mit entsprechenden Nutzungsrechten für die Feuerwehr Hamburg – auch für Social Media – ausgestattet sind. Idealerweise sind hier eigene Bilder zu verwenden.

Werden Bilder von Bildjournalisten oder anderen Medienvertretern von der Feuerwehr Hamburg und ihren Organisationseinheiten veröffentlicht, ist hierzu vorher eine schriftliche Einverständniserklärung vom jeweiligen Urheber einzuholen, da Nutzungsrechte bei einer Veröffentlichung über die Social Media der Feuerwehr Hamburg und ihren Organisationseinheiten auf Dritte übertragen werden können. Dieses gilt nicht für Verlinkungen mit Seiten der Medien und dort eingestellte Bilder und Videos.

### **2.3.3 Wahrung von Persönlichkeitsrechten**

Personen, die auf einem Bild erkennbar sind, müssen stets in eine Veröffentlichung schriftlich einwilligen. Dabei ist je nach Kanal auf die besonderen Lizenzen hinzuweisen. Dies gilt nicht für Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Versammlungen oder Personen der Zeitgeschichte.

Personenbezogene Daten oder Angaben, die natürliche Personen identifizierbar machen, werden im Übrigen nicht veröffentlicht.

### **2.3.4 Social-Media-Guideline**

Mithilfe von Social-Media-Guidelines werden allen haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Feuerwehr Hamburg Hinweise und Regeln für den dienstlichen Gebrauch von sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc.) an die Hand gegeben. Ergänzend sollen diese Guidelines auch Hilfestellungen für den privaten Gebrauch geben. Das ist immer dann hilfreich und wichtig, wenn sich Kolleginnen und Kollegen bzw. Kameradinnen und Kameraden in sozialen Netzen als Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter der Feuerwehr Hamburg zu erkennen geben.

Öffentlich verbreitete Äußerungen, deren Inhalt gegen geltendes Recht verstößt und/ oder Straftatbestände erfüllt, können Straf- oder Ordnungswidrigkeitsverfahren und/ oder dienstrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen!

- Soziale Netzwerke sind ein wichtiger Teil der Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern und Interessenten an der Feuerwehr Hamburg. Wir glauben an den Austausch im offenen Dialog und beteiligen uns aktiv im Rahmen unserer individuellen Aufgaben und Möglichkeiten.

---

<sup>1</sup> Nur Fotos und Videos bei denen die Rechtslage (z.B. Urheber- und Persönlichkeitsrechte) zuvor eindeutig vom Autor oder Redakteur geklärt wurde. Das hierfür notwendige Wissen muss zuvor allen Redakteuren vermittelt werden.

- Sie sind für alles, was Sie in sozialen Netzwerken tun und veröffentlichen, verantwortlich. Bitte gehen Sie bewusst mit dieser Verantwortung um. Beachten Sie, dass Ihre Veröffentlichungen sehr lange online und lesbar sein werden.
- Identifizieren Sie sich mit Ihrem Klarnamen, wenn Sie für oder über die Feuerwehr Hamburg sprechen. Erzeugen Sie keine Erwartungshaltung, die für die Feuerwehr Hamburg unrealistisch wären. Versprechen Sie nichts, was Sie oder die Feuerwehr Hamburg nicht halten können.
- Respektieren Sie Ihre Gesprächspartnerinnen und -partner. Argumentieren Sie sachlich und lassen Sie sich nicht provozieren. Diskriminieren Sie niemanden und tätigen Sie keine Äußerungen, die insbesondere im dienstlichen Umfeld unangebracht sind. Seien Sie respektvoll im Umgang mit Ihren Dialogpartnerinnen und -partnern und halten Sie sich an die Netiquette.
- Wenn Sie ohne einen dienstlichen Auftrag in sozialen Medien präsent sind und sich zu einem Thema äußern, machen Sie bitte deutlich, dass Sie hier Ihre persönliche Meinung vertreten und nicht für die Feuerwehr Hamburg sprechen. Auch anonym getätigte Äußerungen können ggf. auf Sie zurückgeführt werden. Seien Sie sich bewusst, dass es absolute Anonymität in sozialen Netzwerken nicht gibt.
- Respektieren Sie Urheberrechte und andere Gesetze und Verträge, denen Sie auch an Ihrem Schreibtisch oder im Dienst folgen. Kopieren Sie in ihren Beiträgen kein Material von anderen und geben Sie es nicht als ihr eigenes aus. Wenn Sie auf fremde Inhalte verweisen, nutzen Sie Links und Quellenangaben. Laden Sie nur Bilder oder Videos ins Internet hoch, wenn Sie die nötigen Nutzungsrechte besitzen.
- Kennen und beachten Sie die Datenschutzregeln Ihres Dienst-/ Arbeitsverhältnisses. Die verbindliche Regeln Ihres Dienst-/ Arbeitsverhältnisses sowie des Datengeheimnisses gelten auch in sozialen Netzen. Vor allem die Verschwiegenheitspflicht, die besagt, dass Sie keine Interna (Dienstgeheimnisse, dienstlich erworbene Kenntnisse, Wissen über andere Beschäftigte oder Angelegenheiten, die der Feuerwehr Hamburg schaden oder ihr Ansehen verletzen könnten, u.Ä.) mitteilen dürfen.
- Kennen und beachten Sie die Sicherheitsmaßnahmen. Schützen Sie Ihre Inhalte durch Sicherheits- und Privatsphäre-Einstellungen der jeweiligen Plattform und durch aktuelle und sichere Passwörter. Nutzen Sie einen aktuell gehaltenen Virensch scanner.
- Falls Sie öffentliche Anfragen aus der Presse oder anderen Medien bekommen, leiten Sie diese bitte an die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg FL/S2 weiter.

### 2.3.5 Einsatzbezogene Pressearbeit und Kommunikation

Durch die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg werden Informationen - auch über laufende bzw. abgeschlossene Einsätze - an Presse- und Medienvertreterinnen und -vertreter und über die Internetseite und die offiziellen Social-Media-Kanäle auch an interessierte Bürgerinnen und Bürger weitergeben.

Folgende Punkte sind hierbei von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kameradinnen und Kameraden der Feuerwehr Hamburg einzuhalten:

- Ein Verbreiten von Informationen zu laufenden Einsätzen auf Internetauftritten und in den Social Media ohne Abstimmung mit dem jeweiligen Einsatzleiter der Feuerwehr Hamburg sowie der Pressestelle ist nicht gestattet.
- Hierzu zählen insbesondere die Verbreitung von Alarmmeldungen, Alarmstichworten, Einsatzinformationen oder Rückmeldungen sowie die Auflistung von Einsatzmitteln, Einsatzformationen oder Einsatzmittelketten.
- Warnungen der Bevölkerung auf Internetseiten und in den Social-Media-Kanälen durch die Feuerwehr Hamburg erfolgen ausschließlich über die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg.
- Es ist allen Beschäftigten der Feuerwehr Hamburg und ihren Organisationen untersagt, an Einsatzstellen Aufzeichnungen (u.a. Bild, Ton, Video) zu erzeugen.

Dies ist neben der Pressestelle ausdrücklich damit beauftragten Einsatzkräften gestattet. Diesbezügliche Einsatzbilder dürfen erst mit einer Frist von 48 Stunden nach erfolgter Medienberichterstattung veröffentlicht werden. Diese Sperrfrist gilt nicht für die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg.

- Alle Verwertungsrechte an in dienstlichem Zusammenhang erstellten Aufzeichnungen (u.a. Bild, Ton, Video) liegen bei der Feuerwehr Hamburg. Freigaben zur Verwendung dienstlicher Aufzeichnungen (u.a. Bild, Ton, Video) erteilt die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg.
- Auf den öffentlich zugänglichen Social-Media-Kanälen der Organisationseinheiten der Feuerwehr Hamburg hat jegliche Kommentierung von Einsätzen oder dienstlichen Angelegenheiten nur durch formal bestellte Redakteure bzw. auf Seiten der Freiwilligen Feuerwehr durch die Geschäftsstelle der FF zu erfolgen.
- Von den Organisationseinheiten der Feuerwehr Hamburg eigenständig erstellte Einsatzberichte sind vor einer Veröffentlichung mit der Pressestelle FL/S2 abzustimmen. Formulierungshilfen und –hinweise sind im Anhang zu dieser Richtlinie zu finden.
- Bei allen Veröffentlichungen sind die Belange des Datenschutzes und die Persönlichkeitsrechte Dritter strikt zu wahren.

Zugelassen ist die Verbreitung (Teilen, Weiterleiten, Re-Tweeten, etc.) von einsatzbezogenen Informationen des Amtes Feuerwehr, die über die offiziellen Social-Media-Kanäle (siehe auch 2.1) der Feuerwehr autorisiert herausgegeben wurden.

Dienstlich erworbene Kenntnisse unterliegen der Verschwiegenheit und dürfen daher auch nicht über Internetauftritte oder Social-Media-Kanäle Dritter (z. B. private Accounts mit oder ohne Feuerwehrbezug, Fanseiten von Feuerwehr-Fördervereinen, Fanseiten von Feuer- und Rettungswachen) verbreitet werden. Zuwiderhandlungen werden dem jeweiligen Dienstvorgesetzten mitgeteilt.

### 2.3.6 Kommentare und Interaktion

Die Kommentarfunktionen sind ein elementare Bestandteile sozialer Netzwerke und technisch generell aktiviert. Bei Verstößen gegen die allgemein aufgestellten Richtlinien (Social-Media-Guideline in 2.3.4 und der in der Anlage enthaltenen Netiquette) behalten sich die Feuerwehr Hamburg und ihre nachfolgenden Organisationseinheiten allerdings das Löschen von Kommentaren und/oder Inhalten bzw. das Sperren von Personen jederzeit vor.

**Inbesondere Werbung, diskriminierende Äußerungen oder rechtswidrige Kommentare, wie Gewaltverherrlichung oder nationalsozialistisches Gedankengut auf den Social-Media-Kanälen der Feuerwehr Hamburg und ihren Organisationseinheiten, sind umgehend durch die Pressestelle, bzw. die AG MuK zu löschen!**

### 2.3.7 Umgang mit Nachrichten und Kommentaren

Die Welt des Web 2.0 ist schnelllebig und rund um die Uhr aktiv. Bereits der Umstand, dass die Nutzerinnen und Nutzer in der Regel über ihre Smartphones auf die Angebote in den Social-Media-Kanälen zugreifen, macht deutlich, dass eine zügige Reaktionszeit auf Fragen und Kommentare notwendig ist.

Daher ist es unerlässlich, kurze Reaktionszeiten und zügige Antworten auf Kommentare zu realisieren. Daher sollen Antworten auf Nachrichten und Kommentare während der normalen Bürozeiten unverzüglich erfolgen. Ein grundsätzliches 24/7-Monitoring der Social-Media-Kanäle der Feuerwehr Hamburg findet nicht statt.

### 2.3.8 Überwachung, Umgang mit Notrufen und Beschwerden

Eine 24-Stunden Überwachung der Social-Media-Auftritte der Feuerwehr Hamburg erscheint zum jetzigen Zeitpunkt nicht notwendig, jedoch ist eine intensive und regelmäßige Kontrolle der Kommentare und Inhalte erforderlich. Sollte sich hier Bedarf ergeben, so ist bedarfsgerecht nachzusteuern.

Auf allen Social-Media-Kanälen muss ausdrücklich – für Nutzerinnen und Nutzer sofort erkennbar - darauf hingewiesen werden, dass diese nicht überwacht sind, und somit Notrufe ausschließlich über die gängigen Notrufmöglichkeiten abgesetzt werden können. Sollte trotzdem ein Notruf über die Social-Media-Kanäle der Feuerwehr Hamburg eingehen und gesehen werden, so ist dieser umgehend an die Rettungsleitstelle der Feuerwehr Hamburg zu übermitteln. Gleichzeitig ist die notrufende Person darüber zu informieren, dass Hilfe unterwegs ist.

Beschwerden über Social Media sind an das Beschwerdemanagement bei FL zu verweisen oder weiter zu leiten.

### **2.3.9 Kurz-URL-Dienste**

Kurz-URL-Dienste kürzen teilweise sehr lange URL-Adressen in kurze Adressen. Hierzu werden allerdings Verknüpfungslisten angelegt, welche datenschutzrechtlich als problematisch angesehen werden.

Daher ist auf die Verwendung von Kurz-URL Diensten zu verzichten. Sollte es unbedingt notwendig sein, so sind möglichst datensichere Kurz-URL-Dienste (wie z.B. t1p.de) zu verwenden.

### **2.3.10 Links**

In Social-Media-Beiträgen können Texte, Bilder und Videos verlinkt werden. Insbesondere im Hinblick auf Rechte an Bildern und Videos ist das eine gangbare Möglichkeit, um die Frage nach Rechten zu umgehen.

Bei der Verlinkung ist darauf zu achten, dass:

- der Link funktioniert (Überprüfung notwendig)
- der Link auf den gewünschten Artikel verweist (Überprüfung notwendig)
- der Link keine gegen die Netiquette verstoßende Inhalte enthält
- keine Werbung verlinkt wird
- wechselnde Nachrichtenseiten verlinkt werden

### **2.3.11 Exklusive Inhalte**

In Social-Media-Beiträgen der Feuerwehr Hamburg und den nachfolgenden Organisationseinheiten sollen keine exklusiven Inhalte auf einzelnen Social-Media-Plattformen eingestellt werden. Es ist möglichst darauf zu achten, dass alle Inhalte auch an einer konkurrierenden Stelle (wie z. B. Facebook, Twitter, Homepage o. ä.) zur Verfügung gestellt werden, so dass sich die Nutzer aktiv entscheiden können, auf welcher Plattform sie die Inhalte lesen möchten. Dennoch ist es mitunter nicht zu vermeiden, dass aufgrund der besonderen Gegebenheiten der einzelnen Kanäle vereinzelt Inhalte nur auf einer Plattform zur Verfügung gestellt werden können.

### **2.3.12 Datenschutz/Profilbildung**

Die Feuerwehr Hamburg verpflichtet sich, keine personenbezogenen Daten ohne ausdrückliche Genehmigung zu veröffentlichen. Außerdem sollen eingestellte Inhalte möglichst anonymisiert zur Verfügung gestellt werden.

Es werden keine Profile von Nutzern erstellt, Trackinginformationen gesammelt oder ausgewertet.

### **2.3.13 Impressum**

Alle Auftritte der Feuerwehr Hamburg in den Sozialen Medien sind mit einem den allgemein geltenden Regelungen entsprechendem Impressum zu versehen.

Die Impressen sind regelmäßig auf ihre Richtigkeit zu überprüfen und aktuell zu halten.

## **3 Aufsichtsführende Stelle**

Die Pressestelle der Feuerwehr Hamburg ist im Auftrag der Amtsleitung für die Umsetzung und Einhaltung dieser Handlungsanweisung verantwortlich und kann sämtliche Betreiber öffentlicher Internetauftritte der Feuerwehr Hamburg und den nachfolgenden Organisationseinheiten anweisen, Veröffentlichungen zu entfernen. Für den Bereich der Freiwilligen Feuerwehren ist der Landesbereichsführer ebenfalls weisungsbefugt.

Verstöße gegen diese Handlungsanweisung werden dem jeweiligen Dienstvorgesetzten unverzüglich mitgeteilt.

## Impressum

Herausgeber Freie und Hansestadt Hamburg  
Behörde für Inneres und Sport  
Feuerwehr  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - FL/S2  
Westphalensweg 1  
20099 Hamburg

presse@feuerwehr.hamburg.de  
Telefon: +49 40 - 42851 – 4022  
Telefax: +49 40 - 42851 – 4029

Vertreten durch: Oberbranddirektor Klaus Maurer

Mediadaten der Feuerwehr Hamburg  
E-Mail : [socialmedia@feuerwehr.hamburg.de](mailto:socialmedia@feuerwehr.hamburg.de)  
Homepage: [www.feuerwehr.hamburg.de](http://www.feuerwehr.hamburg.de)  
Facebook: [www.facebook.com/feuerwehr.hamburg](http://www.facebook.com/feuerwehr.hamburg)  
Twitter: [www.twitter.com/FeuerwehrHH](http://www.twitter.com/FeuerwehrHH)  
Instagram: [www.instagram.com/feuerwehr.hamburg](http://www.instagram.com/feuerwehr.hamburg)  
Youtube: [www.youtube.com/feuerwehrahamburg112](http://www.youtube.com/feuerwehrahamburg112)

Mediadaten der Freiwilligen Feuerwehr Hamburg  
E-Mail : [facebook@feuerwehr-hamburg.de](mailto:facebook@feuerwehr-hamburg.de)  
Homepage: [www.feuerwehr-hamburg.de](http://www.feuerwehr-hamburg.de)  
Facebook: [www.facebook.com/FFHamburg](http://www.facebook.com/FFHamburg)  
Twitter: [www.twitter.com/FF\\_Hamburg](http://www.twitter.com/FF_Hamburg)  
Instagram: [www.instagram.com/ff\\_hamburg/](http://www.instagram.com/ff_hamburg/)  
Youtube: [www.youtube.com/channel/UCe5A67EdF8fP3FvV-DIOpg](http://www.youtube.com/channel/UCe5A67EdF8fP3FvV-DIOpg)

Hashtag: #EinsatzfuerHamburg

Vervielfältigungen - auch auszugsweise - sind nur mit Genehmigung der Feuerwehr Hamburg zulässig.

Hamburg, 12. April 2017

## Anlage

Diese Netiquette gilt für alle Beschäftigten der Feuerwehr Hamburg und soll unsere Umgangsformen definieren, die auf den Internet-Präsenzen der Feuerwehr Hamburg, aber auch an anderen virtuellen Plätzen gelten. Natürlich behalten wir uns vor, die uns selbst auferlegten Regeln auch von den Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmern auf unseren Internetpräsenzen einzufordern und diese ggf. auch durchzusetzen.

### **Wir sind relevant**

Wir lenken unsere Interessentinnen und Interessenten nicht mit Wiederholungen ab, sondern wir teilen etwas Neues mit, wenn wir einen Beitrag schreiben! Wir drücken uns verständlich aus und bauen eine schlüssige Argumentation auf. Wir kürzen zitierten Text, auf den wir uns beziehen, auf das notwendige Minimum, so dass dem Leser / der Leserin der Zusammenhang nicht verloren geht. Wir geben bei zitiertem Text immer eine Quellenangabe an.

### **Wir nutzen unsere Präsenzen**

Wir präsentieren uns auf unterschiedlichen Plattformen in sozialen Netzen, um unseren Interessentinnen und Interessenten vielfältige Möglichkeiten zu geben, mit uns in Kontakt zu treten, sich über uns zu informieren und mit uns zu diskutieren. Diese Präsenzen nutzen und pflegen wir regelmäßig. Präsenzen, die wir nicht nutzen, schalten wir ab.

### **Wir sprechen menschlich**

Unsere Beiträge in unseren Präsenzen können von jedermann auf der ganzen Welt gelesen werden. Wir lassen uns nicht zu verbalen Ausbrüchen hinreißen. Wir lassen uns nicht auf Diskussionen mit Trollen oder ähnlichen Diskussionsteilnehmern / -teilnehmerinnen ein, deren Ziel ist, destruktiv zu wirken. Sollte es zu beleidigenden, obszönen oder diffamierenden Äußerungen kommen oder solchen, von denen wir annehmen müssen, dass sie von einzelnen oder Gruppen als solche wahrgenommen werden, behalten wir uns das Recht vor, diese fallweise zu löschen oder die Personen zu sperren.

### **Wir haben Respekt**

Da die Internet-Präsenzen der Feuerwehr Hamburg einen professionellen Hintergrund haben und wir unseren Interessentinnen und Interessenten kein „Du“ aufzwingen wollen, werden wir in der direkten Ansprache unsere Interessenten siezen. Wer uns duzt, den werden wir auch gerne mit „Du“ ansprechen.

### **Unsere Beiträge sprechen für uns**

Viele Leserinnen und Leser kennen und beurteilen uns nicht nur auf Grund unserer Aktivitäten und Einsätze, sondern auch auf Grund dessen, was wir in den sozialen Netzwerken schreiben. Daher versuchen wir, unsere Beiträge verständlich und fehlerfrei zu verfassen. Uns ist bewusst, dass wir unsere Anliegen schlecht vertreten, wenn unsere Beiträge nicht elementaren Anforderungen an Stil, Form und Niveau genügen.

### **Wir haben Humor**

Wir kämpfen nicht verbissen für eine Sache, sondern zeigen neben dem gebotenen Respekt auch Humor. Ironie und Sarkasmus kann aber missverstanden werden, deswegen achten wir darauf, dass unsere humorvoll und ironisch gemeinten Bemerkungen als solche erkennbar sind.

### **Wir machen keine Werbung**

Unerwünschte Werbung widerspricht den elementarsten Regeln der Kommunikation in sozialen Netzwerken. Deswegen werden wir unsere Interessentinnen und Interessenten damit nicht behelligen. Der Missbrauch unserer Social Media-Präsenzen als Werbeplattform

ist nicht erlaubt. Die Nennung von Produktnamen, Herstellern, Dienstleistern und Web-Sites ist nur dann zulässig, wenn damit nicht vorrangig der Zweck der Werbung verfolgt und das eigentliche Thema verfehlt wird. Wir behalten es uns vor, solche Werbe-Einträge aus unseren Präsenzen zu entfernen. Wir beachten die „Grundsätze für Werbemaßnahmen in der hamburgischen Verwaltung“.

### **Wir nutzen die richtigen Kommunikationskanäle**

Wir überlegen vorher, welcher Kommunikationskanal für den jeweiligen Informationsaustausch der richtige ist, und nutzen unsere Präsenzen gezielt.

### **Veröffentlichung von Einsatzberichten**

Mit der Veröffentlichung eines Einsatzberichtes wollen wir die Öffentlichkeit über unser Wirken informieren.

Dieser Bericht soll kurz und präzise die wesentlichen Fakten des Einsatzes wiedergeben.

Der Bericht wird in der Vergangenheitsform Präteritum verfasst und eine persönliche Wertung oder Meinung fließt nicht in den Bericht mit ein. Da der Schutz von Persönlichkeitsrechten Dritter für uns ein hohes Gut ist, vermeiden wir in unseren Berichten Namensnennungen, Hausnummern, KFZ-Kennzeichen oder andere relevante Dinge, die Rückschlüsse auf einzelne Personen zulassen könnten.