



**Konzeption
für die Betreuung polizeilicher Auftritte
in Sozialen Medien**

(Stand: 01.08.2016)

Inhalt

1. Vorbemerkung	3
2. Ziel der Konzeption	3
3. Gremien / Zuständigkeiten	4
3.1 Zentralstelle für Soziale Netzwerke beim PTLs Pol.....	4
3.2 Tagung der Leiterinnen und Leiter der Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit (Ö-Forum)	4
4. Ausgestaltung und Inhalt der Auftritte	5
4.1 Ausgestaltung (Layout)	5
4.2 Inhalte	5
4.2.1 Öffentlichkeitsarbeit in der AAO	5
4.2.2 Einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit.....	5
4.2.3 Fahndung in sozialen Netzwerken.....	6
4.2.4 Termine und Veranstaltungshinweise.....	7
4.2.5 Allgemeine Informationen.....	7
4.2.6 Prävention.....	7
4.2.7 Polizeiliche Nachwuchsgewinnung.....	7
5. Organisation und Betreuung polizeilicher Auftritte in Sozialen Medien auf Ebene der Dienststellen	7
5.1 Zuständigkeit.....	7
5.2 Betreuung der Auftritte	8
5.2.1 Grundsätzliches	8
5.2.2 Organisation.....	8
5.2.3 Personal.....	8
5.2.4 Dienstanweisung.....	8
5.2.5 Aus- und Fortbildung.....	8
5.2.6 Technische Ausstattung.....	9
6. Datenschutz	9

1. Vorbemerkung

Die Präsenz der Polizei in Sozialen Medien ist als Ergänzung zu klassischen Kanälen für eine moderne Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unverzichtbar. Soziale Medien haben sich gesellschaftlich etabliert und sind in vielen Bereichen fester Bestandteil der Kommunikation geworden.

Bei den Sozialen Medien handelt es sich um digitale Kommunikationskanäle, die der Vernetzung ihrer Nutzer dienen. Die sog. „User“ können über „Social Media Kanäle“ miteinander kommunizieren und in unterschiedlicher Form (Soziale Netzwerke, Weblogs, Microblogs, Wikis und Foto- und Videoplattformen) interagieren. Sie werden daher auch oft als Mitmachweb oder Web 2.0 bezeichnet.

Als Marktführer in diesem Segment hat sich mit aktuell rund 28 Mio. regelmäßigen Nutzern in Deutschland „Facebook“ etabliert. Daneben stellt „Twitter“ eine der wichtigsten Plattformen innerhalb der Sozialen Medien dar. Dem trägt die in der vorliegenden Konzeption verwendete Terminologie Rechnung.

In Anbetracht der kurzen Entwicklungszyklen und als Reaktion auf die dynamischen Prozesse in den Sozialen Medien sind die nachfolgenden Standards auch auf die Nutzung einer alternativen oder ergänzenden Plattform oder sog. „Applikationen“ anwendbar.

Über Soziale Medien können Zielgruppen angesprochen werden, die über herkömmliche Kanäle nur schwer oder gar nicht für polizeiliche Botschaften oder Themen erreichbar sind. Dieser Umstand eröffnet insbesondere in den Bereichen der allgemeinen (Darstellung polizeilicher Tätigkeiten, Berichterstattung, Bekanntgabe von Terminen) wie einsatzbegleitenden Öffentlichkeitsarbeit, der Prävention, aber auch bei der Nachwuchswerbung ein erhebliches Potenzial, das derzeit nur eingeschränkt ausgeschöpft wird.

Darüber hinaus erweitert die Nutzung Sozialer Medien die Möglichkeiten der polizeilichen Fahndung, erhöht deren Erfolgsaussicht wesentlich und bietet dabei einen zeitgemäßen und bereits in anderen Bundesländern bewährten Fahndungsansatz.

2. Ziel der Konzeption

Die „Konzeption für den landesweiten Aufbau der Präsenz von Polizeidienststellen des Landes Baden-Württemberg in Sozialen Medien“ soll die flächendeckende Einrichtung von Plattformen in den Sozialen Medien ermöglichen. Mit einer Dienstanweisung und Gestaltungsrichtlinien für den Betrieb von polizeilichen Präsenzen in Sozialen Medien wurden die notwendigen Regelungen

geschaffen, um den Dienststellen eine Nutzung der Sozialen Medien zu ermöglichen und die aktuellen Pilotauftritte in den Alltagsbetrieb zu überführen. Die Vorgaben berücksichtigen die Erfahrungen mit Präsenzen der Polizei Baden-Württemberg in den Sozialen Medien sowie das Ergebnis der mit Beschluss vom 23. Januar 2014 eingerichteten Projektgruppe „Soziale Netzwerke“.

3. Gremien / Zuständigkeiten

Zuständig für die Genehmigung von Auftritten in Sozialen Medien ist das Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration – Landespolizeipräsidium (IM-LPP). Der Antrag erfolgt schriftlich durch die Dienststelle.

3.1 Zentralstelle für Soziale Netzwerke beim PTLs Pol

Die beim PTLs Pol bereits bestehende Organisationseinheit „Zentralstelle für Soziale Netzwerke“ hat sich im Rahmen der bisherigen Pilotphase bewährt. Aus diesem Grund nimmt die Zentralstelle folgende Aufgaben wahr:

- Einrichtung und Koordinierung der Auftritte aus technischer Sicht
- Kontaktaufnahme mit den Betreiberfirmen bei Problemen
- Gewährleistung einer landesweit einheitlichen Gestaltung der Auftritte
- Ausgestaltung der Infobereiche sowie der allgemeinen Hinweise auf den polizeilichen Seiten
- Wahrnehmung übergeordneter Administratorenrechte für bestehende Auftritte
- Unterstützung der HfPolBW bei Schulungsmaßnahmen
- Beratung und Unterstützung des IM-LPP bei der Weiterentwicklung der Social-Media Strategie
- Technische Unterstützung der Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit bei Schadens- und Großlagen (Krisenkommunikation).

3.2 Tagung der Leiterinnen und Leiter der Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit (Ö-Forum)

In die regelmäßig stattfindenden Tagungen der Leiterinnen und Leiter der Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit werden die zuständigen Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeiter für Soziale Medien und ein Vertreter der Zentralstelle für Soziale Netzwerke des PTLs Pol nach Bedarf integriert. Die Tagung dient dem Erfahrungsaustausch und der strategischen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in der Polizei.

4.2.3 Fahndung in sozialen Netzwerken

Basis für die Fahndung in Sozialen Medien sind die allgemeinen Rechtsgrundlagen für die Durchführung von Öffentlichkeitsfahndungen unter Nutzung des Internets sowie anderer elektronischer Kommunikationsmittel (vgl. §§ 131 ff. StPO, Anlage D der RiStBV - Richtlinien über die Inanspruchnahme von Publikationsorganen und die Nutzung des Internets sowie anderer elektronischer Kommunikationsmittel zur Öffentlichkeitsfahndung nach Personen im Rahmen von Strafverfahren). Der Beachtung des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes kommt bei der Prüfung der Nutzung Sozialer Medien besondere Bedeutung zu.

Alle Internetfahndungen werden zentral vom Landeskriminalamt Baden-Württemberg auf der Homepage www.polizei-bw.de eingestellt. In den sozialen Netzwerken veröffentlicht wird lediglich ein Link zu der eingestellten Fahndung. Somit wird sichergestellt, dass keine personenbezogenen Daten auf polizeifremden Servern gespeichert werden.

Folgende Verfahrensweise ist mit dem LKA abgestimmt:

- Die zuständige Dienststelle füllt das ComVor-Formular zur Fahndung mit der Kategorie „soziale Netzwerke“ aus und leitet dies mit allen notwendigen Dokumenten per E-Mail an die Inspektion 720 des LKA weiter.
- Das LKA prüft die Fahndung fachlich, erstellt und veröffentlicht diese unter www.polizei-bw.de/fahndungen.
- Die Inspektion 720 informiert die Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit des LKA, welche den Link zur Fahndung mit einem Kurzhinweis zum Sachverhalt einstellt. Hierbei ist darauf zu achten, dass der Begleittext keinerlei vertiefende Daten zum Sachverhalt enthält. Die für die Fahndung zuständige Dienststelle informiert das LKA unverzüglich, sobald sich eine Fahndung erledigt hat. In der weiteren Folge werden sowohl die Internetfahndung auf www.polizei-bw.de als auch entsprechende Verlinkungen zur Fahndung umgehend gelöscht / verborgen.
- Die ausschreibende Dienststelle gewährleistet die Überprüfung und Einhaltung der Laufzeit einer Fahndung (Regelfall 6 Monate, wenn nicht vorher die Erledigung eintritt), und veranlasst anschließend deren Löschung.
- Zusammen mit dem Link auf die jeweilige Fahndung, der von den regionalen Präsidien und Einrichtungen geteilt werden kann, wird aus Datenschutzgründen auch jeweils die Aufforderung mitgeteilt, Fahndungshinweise ausschließlich persönlich oder telefonisch unter einer angegebenen Rufnummer mitzuteilen.

4.2.4 Termine und Veranstaltungshinweise

Neben den klassischen Publikationswegen stellen die Sozialen Medien mit ihrer Reichweite ein optimales Mittel dar, um Termine und Veranstaltungen jeglicher Art zu bewerben. Von wesentlicher Bedeutung jedoch sind auch hier eine Orientierung an der Zielgruppe sowie eine entsprechende Aufbereitung.

4.2.5 Allgemeine Informationen

Mit der Verbreitung polizeilicher Informationen über die Sozialen Medien werden weitere Zielgruppen – im Gegensatz zu herkömmlichen Kanälen – unmittelbar angesprochen. Die Informationen der klassischen Öffentlichkeitsarbeit sind mediengerecht aufzubereiten.

4.2.6 Prävention

Die polizeiliche Kriminal- und Verkehrsprävention verfügt bereits über eine Vielzahl von attraktiven Medienprodukten, die sich für den Einsatz in den Sozialen Medien eignen bzw. dafür produziert wurden. Durch die Reichweite und den erweiterten Nutzerkreis werden Präventionsbotschaften breiter gestreut und finden insbesondere bei der Generation der Jugendlichen und Heranwachsenden große Akzeptanz. Von einer Prävention nach dem „Gießkannenprinzip“ ist abzusehen. Erfahrungsgemäß ist den Nutzern ein lokaler Bezug von wesentlicher Bedeutung.

4.2.7 Polizeiliche Nachwuchsgewinnung

Für die Nachwuchsgewinnung stellt ein großer Teil der Nutzer des Web 2.0 die wichtigste Zielgruppe dar. Nicht nur private Unternehmen, sondern nahezu alle öffentlichen Arbeitgeber nutzen die sozialen Netzwerke zur Gewinnung von Nachwuchskräften. Damit ergibt sich für die Polizei die Notwendigkeit, ebenfalls in den Sozialen Medien für sich zu werben. Beiträge zur Nachwuchsgewinnung sind deshalb fester Bestandteil der polizeilichen Präsenzen in den Sozialen Medien.

5. Organisation und Betreuung polizeilicher Auftritte in Sozialen Medien auf Ebene der Dienststellen

5.1 Zuständigkeit

Die originäre Zuständigkeit für die Betreuung polizeilicher Präsenzen in Sozialen Medien liegt auf Ebene der Dienststellen bei den jeweiligen Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit.

5.2 Betreuung der Auftritte

5.2.1 Grundsätzliches

Die Dienststellen gewährleisten zur Überwachung der Auftritte in den Sozialen Medien eine Betreuung rund um die Uhr. Sie umfasst insbesondere das Sichten, Steuern bzw. Beantworten eingehender Fragen, Kommentare und Nachrichten sowie das Erstellen von Beiträgen.

5.2.2 Organisation

Während der Pilotphase wurden die Auftritte zu den üblichen Bürozeiten durch die Stabsstellen Öffentlichkeitsarbeit betreut. Außerhalb dieser Zeiten wurde diese Aufgabe grundsätzlich durch die Führungs- und Lagezentren übernommen. Dieses abgestufte Zuständigkeitskonzept hat sich bewährt und gewährleistet, dass der Datenverkehr durchgängig überwacht werden kann (Monitoring). Alternative Lösungen können durch das IM-LPP (Ref. 35/Ö) zugelassen werden, soweit eine Rund-um-die-Uhr Betreuung gewährleistet wird.

5.2.3 Personal

In Anbetracht der nach wie vor zunehmenden Bedeutung Sozialer Medien sowie der besonderen datenschutzrechtlichen Anforderungen an ihre Nutzung ist eine solide personelle Ausstattung für die Betreuung notwendig. Empfohlen wird der Einsatz mindestens einer Mitarbeiterin / eines Mitarbeiters im Hauptamt. Aufgrund der schnellen Weiterentwicklung und Komplexität kommt der Auswahl des Personals besondere Bedeutung zu.

Bei Ereignissen, die die Öffentlichkeit in besonderem Maße betreffen oder im Zusammenhang mit polizeilichen Einsätzen aus besonderem Anlass ist eine personelle Unterstützung bei der Bewältigung des Informationsflusses in den Sozialen Medien zu gewährleisten.

5.2.4 Dienstanweisung

Hinsichtlich der detaillierten Verfahrensabläufe auf Ebene der Dienststellen wird auf die beigefügte Dienstanweisung zur Betreuung polizeilicher Auftritte in Sozialen Medien verwiesen.

5.2.5 Aus- und Fortbildung

Die Hochschule der Polizei Baden-Württemberg wird gebeten, bis zum 31.12.2016 ein Fortbildungskonzept für die Betreuung von polizeilichen Auftritten in Sozialen Medien zu entwickeln und dem IM-LPP (Ref. 33/AuF) vorzulegen.

Bis dahin werden bei Bedarf individuelle Schulungsmaßnahmen durch die Zentralstelle für Soziale Netzwerke beim PTLs Pol in Abstimmung mit dem IM-LPP (Ref. 35/Ö) durchgeführt.

5.2.6 Technische Ausstattung

Die Betreuung eines Auftritts in den sozialen Netzwerken erfolgt grundsätzlich über sog. „Stand-Alone-PCs“. Empfohlen wird die Verwendung einer geeigneten Bildbearbeitungssoftware. Darüber hinaus werden mobile Endgeräte, z. B. Internet-Laptop, Tablet PC oder Smartphones, als notwendig erachtet. Insbesondere die einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit kann erfolgreich nur mit entsprechenden mobilen Geräten gewährleistet werden.

Die Konfiguration der standardisierten Grundausstattung und deren Beschaffung erfolgt durch das PTLs Pol.

6. Datenschutz

Zu den Besonderheiten der Sozialen Medien zählen die mit herkömmlichen Medien nicht vergleichbare Reichweite und die weltweite Verfügbarkeit von Beiträgen, die dazu führen, dass die Hoheit über die eingestellten Daten nicht gewährleistet werden kann. Daher sind erhöhte Anforderungen an den Datenschutz notwendig.

Für die Polizei des Landes Baden-Württemberg gelten bei Auftritten in Sozialen Medien die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere des Landesdatenschutzgesetzes Baden-Württemberg (LDSG) und des Telemediengesetzes (TMG). Darüber hinaus wird auf Folgendes hingewiesen:

- Es ist eine Rund-um-die-Uhr-Betreuung zu gewährleisten, die eine sofortige Reaktion auf datenschutz- und/oder strafrechtlich relevante Inhalte garantiert.
- Die Verwendung von Bildern oder Symbolen orientiert sich am geltenden Urheberrecht und ist gegebenenfalls mit einem Hinweis zum Copyright zu versehen.
- Impressum und Hinweise zu den datenschutzrechtlichen Bestimmungen sind für die Nutzer eindeutig und gut ersichtlich zu platzieren.
- Öffentlichkeitsfahndungen erfolgen im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten ausschließlich mittels der sogenannten „Link-Lösung“.
- Die Nutzung einer Software (sog. Social Media Management Tool), die das lückenlose Monitoring der Beiträge und Kommentare unterstützt, ist zweckmäßig.
- Beiträge und Kommentare sind nach entsprechender Frist zu verbergen bzw. zu löschen. Das Nähere hierzu wird in der Dienstanweisung geregelt.
- Die Erstellung eines Verfahrensverzeichnis gemäß § 11 Landesdatenschutzgesetz ist vorgesehen.
- Der Hinweis, dass Kommentare keine personenbezogenen Daten enthalten sollen, wird im Informationsbereich der Auftritte an zentraler Stelle aufgenommen.

Anlagen:

1. Dienstanweisung zur Betreuung polizeilicher Auftritte in Sozialen Medien
2. Gestaltungsrichtlinien für polizeiliche Auftritte in Sozialen Medien