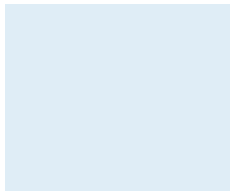




Anlagen zum Abschlussbericht



Projektgruppe
Neue Medien



Version 1.1.2 Endgültig – Juni 2013

Kurzdarstellung der Handlungsempfehlungen zu den Teilaufgaben 1 bis 5

1. Teilaufgabe 1: Werbung und Einstellung

In der Teilaufgabe I (TA I) wurde der Anwendungsbereich Werbung und Einstellung strukturiert im Hinblick auf die Chancen durch den Einsatz Neuer Medien betrachtet. Hr. Haegele (ZSE V), Fr. Sievert (ZSE I C 2) und Fr. Hagen (ZSE I C 01) haben als Teilaufgabenverantwortliche inhaltlich federführend in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Weiterhin nahmen sie die Aufgabe als Projektkoordinatoren in der ZSE wahr.

1.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Zurzeit werden für die Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung folgende Medien und berufliche Netzwerke genutzt oder befinden sich in der Umsetzungsphase:

- Internet (eigene Homepage),
- Broschüren, Flyer, und Zeitungsanzeigen,
- telefonische und persönliche Beratungen,
- Besuch von Messen und Schulen,
- Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit und dem BIZ (Berufsinformationszentrum),
- Netzwerkarbeit mit Migrationsverbänden und Bildungsträgern,
- eigenes Online Bewerbungsverfahren für die Nachwuchskräftegewinnung.

Weiterhin ist die Polizei Berlin beim geschlossenen Onlinenetzwerk Schule Plus der SWiM Bildung (Bildungsdienstleister und Sozialunternehmen) angemeldet. Das Netzwerk soll im August 2013 an den Start gehen und direkte Kontakte mit den Berliner Schulen aufgrund unserer Ausbildungsangebote und ihrer Ausbildungswünsche ermöglichen. Ein neuer Videospot zur Nachwuchskräftegewinnung befindet sich in der Dreh- und Schnittphase, für unsere Homepage wird ein Quiztool realisiert und eine Werbekampagne Nachwuchsgewinnung im ÖPNV geprüft.

Die lineare Kommunikation über unsere Homepage ermöglicht wenig bis keine Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten. Die Zielgruppen (potentielle Auszubildende und Fachkräfte) werden nicht mehr optimal erreicht, unsere Reichweite nimmt weiter ab und ein Onboarding von potentielltem Nachwuchs kann nur sehr begrenzt wahrgenommen werden.

1.2. [P-People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Hauptzielgruppe sind die Berliner Schüler, Schülerinnen, junge Erwachsene und Fachkräfte. Die Zielgruppe der Schüler, Schülerinnen und jungen Erwachsenen sind zu fast 100% online aktiv und bewegen sich zu über 80% in sozialen Netzwerken. Sie sind zudem gut bis sehr gut vernetzt und mobil online.

Gemäß einer Zielgruppenanalyse für Deutschland von Forrester Research ¹ aus dem Jahr 2009 nutzten die jungen Erwachsenen im Alter von 18-24 Jahre die Neuen Medien wie folgt:

- 25 % ignorieren das Social Web
- 61% von ihnen lesen Blogs, Forenbeiträge und Ratings, Konsumieren Podcasts und Videos
- 47% Pflegen ihr eigenes Profil in einem Sozialen Netzwerk und nutzen dies
- 10% Konsumieren von RSS-Feeds, Taggen/ Bewerten Fotos bzw. Webseiten
- 26% verfassen Ratings und Rezensionen zu Produkten, schreiben Kommentare auf Blogs und in Foren und Editieren von Wiki-Artikeln
- 19% haben einen eigenen Blog/ Website, Uploaden von eigene Fotos/ Videos und schreiben eigene Initialbeiträge

1.3.[O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die externe Nutzung Neuer Medien bietet Chancen durch die Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Mitteilen, Anregen, Unterstützen und Beteiligen) unsere Reichweite in der Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung nachhaltig zu erhöhen. Weiterhin können wir einen Zugewinn an Image als moderner attraktiver Arbeitgeber und eine Aufmerksamkeitserhöhung bei aktuellen Anlässen erreichen.

Zielsetzung	Inhalt	Ziele/Chancen TA I - Werbung und Einstellung
Mitteilen	Nutzung sozialer Technologien, um Nachrichten und Informationen zielgerichtet zu verbreiten.	Erweiterung der Online-Aktivitäten um interaktive Komponenten in der Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung
Anregen	Begeistern innerhalb der Zielgruppen, mithilfe der Begeisterten virale Kommunikationseffekte anregen	Innerhalb unserer potentiellen Nachwuchskräfte und ihrer „Freunde“ erfolgt eine Imagesteigerung und eine Reichweitenerhöhung
Unterstützung	Einsatz sozialer Technologien, um die Kollaboration in den Zielgruppen zu fördern.	Onboarding-Plattform für die zukünftigen Auszubildenden schaffen
Beteiligen	Integration von Zielgruppen in interne Prozesse bis hin zur gemeinsamen Gestaltung.	Herausforderndste Zielsetzung, nach erfolgreicher Umsetzung der vier anderen Ziele

Tabellarische Darstellung der Zielsetzungen TA I – Werbung und Einstellung

1.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Ohne ein Engagement der Werbung und Einstellung in den Neuen Medien ist eine zielgruppenadäquate Ansprache der potentiellen Auszubildenden für den Vollzug immer weniger möglich!

¹ http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html, What's The Social Technographics Profile Of Your Customers?

Dem steht ein vertretbares Erfordernis schnellerer Reaktionszeiten, organisatorischer Anpassungen und einer entsprechenden Verlagerung von Kompetenzen auf die Arbeitsebene gegenüber.

Die Teilaufgabenverantwortlichen geben zu bedenken, dass nicht datenschutzkonforme Anwendungen zu einem Imageproblem führen könnten und wir keinen Einfluss auf kontextbezogene Werbung bei vielen Anbietern Neuer Medien haben.

1.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und -priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff;

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	Videostreaming-Kanal (z. B. YouTube) Polizei Berlin , Einstellungs-Weblog auf unserer Homepage,
Netzwerke aufbauen	Soziale Netzwerke zum Aufbau von Beziehungen und Rekrutierung, z.B. Facebook, Google +, Xing Nutzung eines Social Intranet (Aufbau einer Plattform für migrantische MA) Entwicklung einer technischen Basis für Eltern mit Kindern (intern mit externem Zugang)
Diskussionen anregen	Bewerber Foren (Onboarding), sowie Kommentarmöglichkeiten
Inhalte verbreiten	Twitter, Refresh unserer Homepage, eigene Applikation für Smartphone entwickeln

Tabellarische Darstellung der techn. Klassifizierungsauswahl in TA I

Im Anschluss wurde die Realisierung der externen und internen Technologien durch die Teilaufgabenverantwortlichen standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert.

Das Prüfergebnis und die Priorisierung sind den nachstehenden tabellarischen Übersichten zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung externer Technologien im Bereich der Werbung und Einstellung :						
Ergebnis	soziales Netzwerk Facebook	soziales berufliches Netzwerk XING	Microblogging (Twitter)	Video-streaming Dienste (YouTube)	Foto-, Präsentations- u. PDFstreaming	eigene Polizei Berlin App für Smartphone	Refresh der Homepage 2.0 (zBsp. weblog, Kommentarfunktion)
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Vielleicht	nicht betrachtet	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	2	3	3	nicht bewertet	nicht bewertet	2	1

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA I

Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung interner Technologien im Bereich der Werbung und Einstellung :						
Ergebnis	Wiki	beispielhafte Anwendungen eines anzustrebenden Social Intranet;				
		barrierefreie personalisierbare Startseiten	Möglichkeit eigener Profileiten (incl. Folgen anderer Profile)	Infoplattform für migrantische MA	Kommunikationsplattform für Eltern mit externem Zugang	abonnbierbare Newsletter und RSS-Feeds
Realisierungs-votum	Ja	nicht betrachtet	nicht betrachtet	Ja	Ja	nicht betrachtet
Umsetzungs-priorisierung	1	nicht bewertet	nicht bewertet	2	1	nicht bewertet

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis interner Technologien TA I

1.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen entsprechen nicht den Anforderungen an die hier zur Umsetzung vorgeschlagenen externen und internen Technologien.

Die ZSE III empfiehlt unter anderem aufgrund der fehlenden personellen Ressourcen im eigenen Bereich die Begleitung der Planung und die Realisierung der hier vorgeschlagenen Technologien extern zu vergeben.² Weiterhin sind die Vorgaben des Leitfadens über die Nutzung von sozialen Netzwerken in der Berliner Verwaltung der Senatsverwaltung für Inneres und Sport – ZS C 2 / Senatskanzlei unbedingt zu beachten.

Die Teilaufgabenverantwortlichen regen hier zunächst, wie im genannten Leitfaden empfohlen, die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien, auf denen dann auch die Inhalte der Werbung und Einstellung eingestellt und verbreitet werden sollen an. Für die inhaltliche Verantwortung ist keine Kompetenzverlagerung aus der ZSE I C angedacht, vielmehr eine Verlagerung bestimmter Kompetenzen auf die Arbeitsebene um die adäquaten Reaktionszeiten in den Neuen Medien erreichen zu können (zwei Ebenen-Prinzip „Content (ZSE) und social Media Management“).

Anforderungen an diese zentrale Einrichtung (Neue Medien) beschreiben die Teilaufgabenverantwortlichen wie folgt: „Die zentrale Stelle benötigt Personal mit Querschnittkenntnissen zu allen beteiligten Bereichen, um die Meldungen zu steuern und richtig und zum richtigen Zeitpunkt mit der Veröffentlichung von Meldungen zu reagieren/ zu agieren.“

1.7. Risiken

Die Risiken und Beispiele für risikominimierende Maßnahmen, die im Bericht unter 5.7. genannt wurden, treffen auch für dieses Handlungsfeld zu. Die Risiken können auf ein tolerables Maß reduziert werden.

² ZSE III B 1: 2012-12-18_Reinschrift_Aufwandschätzung_Social_Media

1.8. Erfolgskennzahlen

- Neugewonnene Berufsanfänger (Vollzug) per Neuer Medien in % in Bezug auf alle Berufsanfänger (Vollzug)
- Neueinstellungen (Verwaltung) durch Nutzung Neuer Medien in % in Bezug auf alle Neueinstellungen (Verwaltung)
- Intensität des Dialoges auf den neu geschaffenen internen und externen Plattformen
- Anzahl und Entwicklung der Mitgliederanzahl auf den internen Plattformen
- Anzahl der Klicks und der Beiträge
- Tonalität auf den Plattformen

1.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz von Neuen Medien in diesem Bereich entsteht ein personeller Mehraufwand für die Erstellung der Inhalte und für die zu führenden Dialoge auf den verschiedenen Plattformen. Dieser wird während einer Erprobungsphase zu ermitteln sein und kann möglicherweise durch Organisationsanpassungen aufgefangen werden.

Die Personalgewinnung im Verwaltungsbereich kann durch die Eröffnung eines Unternehmensprofils auf der externen beruflichen Plattform XING verbessert werden. Als Pilot sollte zunächst das Basis-Profil für 0 Euro getestet und später das Standard-Profil für 24,90 €/mtl. betrieben werden. Eine noch nicht zu beziffernde personelle Mehrbelastung wird im Bereich ZSE I C1 entstehen.

Die vorgeschlagene Informationsplattform für migrantische Mitarbeiter und die Dialogplattform für Eltern mit internem und externem Zugang ist im Zuge der Weiterentwicklung des Intranet zum social Intranet zu realisieren. Eine Kostenschätzung hierzu ist noch nicht erfolgt.

1.10. Fazit/strategische Empfehlung

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien, auf denen dann auch die Inhalte der Werbung und Einstellung eingestellt und verbreitet werden sollen.

Die Projektgruppe schließt dieser der Empfehlung an und schlägt die hier priorisierten Anwendungen in folgender Reihenfolge zur Umsetzung vor;

1. XING, da selbständig schnell generierbar
2. Refresh der Homepage
3. Facebook (sog. Karriereseite innerhalb der Fanpage Polizei Berlin)
4. Social Intranet mit den Plattformen für Eltern und migrantische Mitarbeiter

2. Handlungsfeld – TA 2: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

In der Teilaufgabe II (TA II) wurde der Anwendungsbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit strukturiert im Hinblick auf die Chancen durch den Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Fr. Keune und Fr. Meier (PPr St 42) und Hr. Neuendorf (PPr St 41) haben als Teilaufgabenverantwortliche inhaltlich federführend in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Weiterhin nahm Fr. Keune die Aufgabe als Projektkoordinatorin für den PPr St 4 wahr.

2.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Zurzeit werden in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit folgende Medien, Kommunikations- und Interaktionsformen genutzt:

- Internet (eigene Homepage),
- Pressemeldungen über E-Mailverteiler und RSS-Feed,
- Pressekonferenzen,
- O-Töne, Interviews,
- Pressebegleitung in Einsatzlagen,
- Hintergrundgespräche,
- Alarmruf
- in Handarbeit erstellter Pressespiegel,
- Mitarbeiterzeitung,
- Info-Broschüren, Flyer,
- telefonische und persönliche Beratungen,
- IntraPol, Rundmails,
- Plakate,
- Brief- und E-Mailverkehr,
- persönliche Einladungen

Die aktuellen Interaktionsformen und Kommunikationswege weisen Grenzen und Beschränkungen auf. Zusätzlich ist der Aufwand, zum Beispiel für die Pflege des E-Mail-Adressatenkreis für die PM sehr hoch und zudem fehleranfällig. Der Einfluss auf die Wiedergabe der Inhalte in den Medien ist nicht beeinflussbar. Weiterhin führt die Trennung zwischen Öffentlichkeitsarbeit und ihrer operativen Ausführung (ZSE IV C 41) zu ablauf-organisatorischen Nachteilen. Die derzeitig genutzten Medien weisen auch Grenzen in der Darstellungsmöglichkeit und Transparenz der Polizeiarbeit auf. Auch hat sich mit der verbreiteten Nutzung Neuer Medien die Erwartungshaltung der Bürger an eine serviceorientierte transparente Polizeiarbeit verändert. (siehe Anstieg Zugriffe auf die Internetwache) Dazu bietet die lineare Kommunikation über unsere Homepage keine Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten.

Die Zielgruppen (Berliner Bürger und Vertreter der Presse) werden nicht mehr optimal angesprochen, die Reichweite, die Dienstleistungs- und Servicequalität nimmt weiter ab. Dies kann auf längere Sicht zu einem Image- und Vertrauensverlust führen.

2.2.[P-People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Hauptzielgruppe sind die Berliner Bürger aller Altersgruppen und die Presse- und Medienvertreter. Die Zielgruppe der Berliner Bürger ist je nach Alter sehr unterschiedlich über die Neuen Medien zu erreichen. Die Schüler, Schülerinnen und jungen Erwachsenen sind zu fast 100% online aktiv und bewegen sich zu über 80% in sozialen Netzwerken. Sie sind zudem gut bis sehr gut vernetzt und mobil online. Die Erwachsenen im Alter zwischen 30 und 60 Jahre sind bereits jetzt und mit steigender Tendenz zu 50% in den sozialen Netzwerken aktiv, aber auch unsere älteren Mitbürger haben und entdecken die Neuen Medien für sich. Bei den Medien- und Pressevertretern gehen wir von einer sehr hohen Nutzungsquote aus.

Gemäß einer Zielgruppenanalyse für Deutschland von Forrester Research ³ aus dem Jahr 2009 nutzten die in Deutschland lebenden Erwachsenen im Alter von 35-44 Jahre die Neuen Medien wie folgt:

- 52% ignorieren das Social Web
- 37% von ihnen lesen Blogs, Forenbeiträge und Ratings, Konsumieren Podcasts und Videos
- 17% Pflegen ihr eigenes Profil in einem Sozialen Netzwerk und nutzen dies
- 1 % Konsumieren von RSS-Feeds, Taggen/ Bewerten Fotos bzw. Webseiten
- 10 % verfassen Ratings und Rezensionen zu Produkten, schreiben Kommentare auf Blogs und in Foren und Editieren von Wiki-Artikeln
- 7 % haben einen eigenen Blog/ Website, Uploaden von eigene Fotos/ Videos und schreiben eigene Initialbeiträge

2.3.[O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die externe Nutzung Neuer Medien bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Zuhören, Mitteilen, Anregen und Unterstützen) Chancen die Reichweite und die anlassbezogene Aufmerksamkeit in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig zu erhöhen. Weiterhin können wir einen Zugewinn an Image als moderne transparente Hauptstadtpolizei generieren.

Neue Medien ermöglichen ferner eine erweiterte Beziehungspflege zu externen Multiplikatoren (Influencer), mehr Transparenz und Vertrauensaufbau durch eine dialogbasierte Einsatzbegleitung und eine schnelle und direkte Krisenkommunikation.

³ http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html, What's The Social Technographics Profile Of Your Customers?

Zielsetzung	Inhalt	Einsatzbereich
Zuhören	Nutzung sozialer Technologien, um Zielgruppen besser zu verstehen.	Einblick in die Gespräche der Zielgruppen, z.B. Nutzung für Kampagnenentwicklung in der Öffentlichkeitsarbeit und der Weiterentwicklung der Pressearbeit
Mitteilen	Nutzung sozialer Technologien, um Nachrichten effizient zu verbreiten.	Erweiterung der Online-Aktivitäten um interaktive Komponenten, z. B. eigener Newsroom, Ankündigungen
Anregen	Begeistern innerhalb der Zielgruppe, mithilfe der Begeisterten virale Kommunikationseffekte anregen	Tweets und Postings in der Pressearbeit
Unterstützung	Einsatz sozialer Technologien, um die Kollaboration in den Zielgruppen zu fördern.	veranstaltungsbegleitende ÖA,

Tabelle : Zielsetzungen TA II – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

2.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Ein Engagement in den Neuen Medien ist für eine modere, offene, ehrliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sehr zu empfehlen! Sie ist eine zweckmäßige Ergänzung zu den bereits genutzten Kommunikationskanälen.

Dem steht ein vertretbares Erfordernis schnellerer Reaktionszeiten, organisatorischer Anpassungen und einer entsprechenden Verlagerung von Kompetenzen gegenüber.

2.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und –priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff;

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	Videostreaming-Kanal (z. B. YouTube) Polizei Berlin , Newsroom,
Netzwerke aufbauen	Soziale Netzwerke zum Aufbau von Beziehungen und Reichweitenerhöhung, z.B. Facebook, Google +, Twitter
Inhalte verbreiten	Twitter, Refresh unserer Homepage, eigene Applikation für Smartphone entwickeln, Newsroom

Tabelle : techn. Klassifizierungsauswahl TA II

Im Anschluss wurde die Realisierung der externen Technologien durch die Teilaufgabenverantwortlichen standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert.

Das Prüfergebnis und die Priorisierung sind den nachstehenden tabellarischen Übersichten zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung externer Technologien im Bereich der Presse und Öffentlichkeitsarbeit :						
Ergebnis	soziales Netzwerk Facebook	soziales berufliches Netzwerk XING	Microblogging (Twitter)	Video-streaming Dienste (YouTube)	Foto-, Präsentations- u. PDFstreaming	eigene Polizei Berlin App für Smartphone	Refresh der Homepage 2.0 (zBsp. weblog, Kommentarfunktion)
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	2	nicht bewertet	1	nicht bewertet	nicht bewertet	3	1

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA II

2.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Bei der Einführung externer Neuer Medien sind die bindenden und empfehlenden Vorgaben des Leitfadens über die Nutzung von sozialen Netzwerken in der Berliner Verwaltung der Senatsverwaltung für Inneres und Sport – ZS C 2 / Senatskanzlei unbedingt zu beachten.

Danach ist ein zentrales Accountmanagement zur verantwortlichen redaktionellen Verwaltung der Neuen Medien einzurichten, ein Accountmanager zu benennen und der Senatskanzlei zu melden, weiterhin sind die Individualisierungen der Accounts gemäß Styleguide vorzunehmen.

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung der genutzten Plattformen.

Das Einstellen von Pressemeldungen auf den Neuen Kanälen erfordert nur einen geringen Ressourcenaufwand. Empfohlen wird die 24 stündige Überwachung der Kommentarfunktionen. Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren.

Diese ablauforganisatorischen Rahmenbedingungen/Verantwortlichkeiten sind mit der Einführung externer Neuer Medien neu zu beurteilen und anzupassen.

Die bestehenden technischen Rahmenbedingungen hat die ZSE III in ihrer bereits im Abschlussbericht erwähnten Expertenschätzung betrachtet. Demnach entsprechen die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten noch nicht den Anforderungen an die zur Umsetzung vorgeschlagenen Technologien.

2.7. Risiken

Zusätzlich zu den im Abschlussbericht aufgeführten Risiken und rechtlichen Anforderungen sollten sich die verantwortlichen Vertreter der Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei Nutzung der Neuen Medien begleitend mit den Creative Commons auseinandersetzen. (siehe Seite 12/ Anlage)

2.8. Erfolgskennzahlen

- Anteil der Bürgeranfragen per NM [in %] zu den Gesamtbürgeranfragen
- Anteil der Presseanfragen per NM [in %] zu den Gesamtpresseanfragen
- Anteil von positivem Feedback (Bürgerdank) per NM [in %] zum positiven Gesamtfeedback
- Anteil von Kritik per NM [in %] zur Gesamtkritik (Beschwerden)

- Zeitanteil der bearbeiteten Bürger-/Presseanfragen in den Neuen Medien zu den Gesamtanfragen [in %]
- Intensität des Dialoges auf den neu geschaffenen externen Plattformen
- Anzahl und Entwicklung der Followerzahlen auf den Plattformen
- Anzahl der Klicks und der Beiträge
- Tonalität auf den Plattformen
- Anzahl der geführten kritischen Dialoge

2.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz von Neuen Medien in diesem Bereich entsteht ein geringer personeller Mehraufwand für die Weiterverarbeitung der täglich erstellten Pressemeldungen auf den verschiedenen Plattformen. Für die einsatzbegleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und einzelne ÖA-Kampagnen ist ein planbarer personeller Mehraufwand absehbar. Einzuplanen ist ein noch nicht abschätzbarer personeller Mehraufwand aufgrund der zuführenden Dialoge auf den neuen Plattformen. Dieser wird während einer Erprobungsphase zu ermitteln sein und kann möglicherweise durch Organisationsanpassungen aufgefangen werden.

Für diesen Anwendungsbereich entstehen zunächst keine gesonderten Kosten, da die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die zentral zu entwickelnden, einzurichtenden und gemeinsam zu nutzenden Plattformen anwenden wird. Erst nach den ersten Erfahrungen und einer zunehmenden Handlungssicherheit im Umgang mit den Neuen Medien, wird eine konzeptorientierte Entwicklung und Einführung des eigenen Newsrooms empfohlen. Zeitnah dazu ist eine Budgetschätzung und Kostenplanung vorzunehmen.

2.10. Fazit/strategische Empfehlung

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien. Das Ziel ist es in naher Zukunft den „originären“ Medien einen eigenen Presseraum 2.0 (Social Media Newsroom) auf unserer Homepage anzubieten.

Social Media Newsroom: eine kleine Webseite, die auch als "Web 2.0 Pressemitteilung" bezeichnet werden kann. Ziel dieses Newsrooms ist es, Pressemitteilungen nicht nur "klassisch" anzubieten, sondern auch Bloggern die notwendigen Materialien für eine Veröffentlichung an die Hand zu geben. Deshalb nimmt ein Social Media Newsroom Rücksicht auf die Bedürfnisse und technischen Gegebenheiten im Internet und bringt alle "Web_2.0"-Tools zum Einsatz. Hierzu gehören eine gute Erreichbarkeit via RSS-Feed, das Hosting von multimedialen Inhalten auf externen Medien wie YouTube sowie eine umfassende Rechteeinräumung etwa über Creative Commons. Auch die Texte der Pressemitteilungen im Social Media Newsroom sind entsprechend aufgearbeitet. Darüber hinaus gehört zu einem "Social Media Newsroom" ein umfassendes Kontaktmanagement, die Vertreter der Pressestelle veröffentlichen hier all ihre Accounts in den Neuen Medien.

Die Projektgruppe schließt dieser der Empfehlung an und schlägt die hier priorisierten Anwendungen;

1. Twitter
2. Refresh der Homepage
3. Facebook
4. Applikation für mobile Endgeräte

zur Umsetzung vor.

Was ist Creative Commons?  **Bildersuche.org**
 von Martin Mißfeldt

Kreative
 Kreative bereichern mit ihren Werken das Internet.

Problem: welche Lizenz?
 Viele Kreative wollen ihre Werke zur Nutzung freigeben, aber...
 Wie erkläre ich die Lizenzbedingungen?
 Was meint der nun genau?
 Künstler Nutzer
 Lizenzverträge sind kompliziert :-)

Lösung:
creative commons
 Creative Commons (CC) ist eine gemeinnützige Organisation. Sie bietet vorgefertigte Lizenzverträge an. CC-Lizenzen sind kostenfrei, aber...
Vier mögl. Bedingungen gilt es zu beachten:

Version 3.0

Namensnennung von (BY)
 Der Name muss unter oder neben dem Werk genannt werden.

Keine Bearbeitung no derivatives (ND)
 Genau so verwenden! Keine Bearbeitung!

Nicht kommerziell non commercial (NC)
 Durch das Werk dürfen keine Einnahmen generiert werden.

Weitergabe unter gleichen Bedingungen share alike (SA)
 Teilen: Gerne. Aber nur unter den genannten Bedingungen!

Durch die Kombination dieser Bedingungen ergeben sich sechs verschiedene CC-Lizenzen

Icon	Textkürzel	bedeutet...
	CC BY 3.0	Namensnennung
	CC BY-ND 3.0	Namensnennung, darf nicht verändert werden
	CC BY-NC 3.0	Namensnennung, nur nicht-kommerzielle Nutzung
	CC BY-NC-ND 3.0	Namensnennung, nur nicht-kommerzielle Nutzung, darf nicht verändert werden
	CC BY-NC-SA 3.0	Namensnennung, nicht kommerzielle Nutzung, Weitergabe unter dieser Bedingung
	CC BY-SA 3.0	Namensnennung, Weitergabe unter dieser Bedingung

Wichtig zu beachten! → Creative Commons bedeutet NICHT, dass die Bilder gemeinfrei sind! In jedem Fall muss mindestens der Autor / Urheber genannt werden!

Vorteile der CC-Lizenzen

- Statement: freier Zugang zu Kulturgütern
- Interesse an der Weiterverarbeitung
- Vergrößerung des weltweit verfügbaren Materialpools.

Vor allem:

- Verbreitung der eigenen Werke.
- Bei Verwendung von CC-Lizenzen fühlen sich Nutzer sicher, dass sie die Werke unter den genannten Bedingungen teilen dürfen.

Wie verwendet man CC-Lizenzen?
 Einfach unter dem eigenen Werk einen Hinweis auf die entsprechende Lizenz (als Grafik oder Textkürzel) angeben und damit die entsprechende Lizenzvertragsseite verlinken. Für die einzelnen URLs siehe
 → <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/>

Quellen: → de.creativecommons.org
 und → de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons

Diese Infografik zum Sharen und Einbinden als Download:
www.bildersuche.org/creative-commons-infografik

⁴ Anlage 1 Handlungsempfehlungen TA II: Grafik zu Creative Commons

3. Handlungsfeld – TA 3: Prävention

In der Teilaufgabe III (TA III) wurde der Anwendungsbereich Prävention strukturiert im Hinblick auf die Chancen durch den Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Hr. Hartmann (LKA PräV) und Hr. Ecke (LKA 36 AE) haben als Teilaufgabenverantwortliche inhaltlich federführend in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Weiterhin nahmen sie die Aufgabe als Projektkoordinatoren für das LKA wahr.

3.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Zurzeit werden für in der Präventionsarbeit folgende Medien, Kommunikations- und Interaktionsformen genutzt:

- Internet (eigene Homepage),
- Beratungsladen
- Workshops
- Arbeitstreffen
- Pressemeldungen
- Info-Broschüren, Flyer, Plakate
- telefonische und persönliche vor Ort Beratungen,
- Kongress- und Veranstaltungsteilnahmen
- Präventionsprojektbetreuung
- Vorträge
- Schulungen
- Brief- und E-Mailverkehr,
- Ansprechpartner
- und weitere....

Die derzeit genutzten Medien weisen Grenzen in der flexiblen zielgruppenorientierten Darstellungsmöglichkeit der Präventionsarbeit auf. Desgleichen hat sich mit der verbreiteten Nutzung Neuer Medien die Erwartungshaltung der Bürger an eine serviceorientierte Präventionsarbeit verändert. Dazu bietet die lineare Kommunikation über unsere Homepage keine Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten.

Die Zielgruppen (Berliner Bürger, Organisationen und Touristen) werden nicht mehr optimal angesprochen, die Reichweite, die Dienstleistungs- und Servicequalität nimmt weiter ab. Dies kann hier auf längere Sicht zu einer Verringerung der präventiven Wirkung führen.

3.2. [P-People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Hauptzielgruppe sind die Berliner Bürger aller Altersgruppen und spezifische Interessengruppen. Die Zielgruppe der Berliner Bürger ist je nach Alter sehr

unterschiedlich über die Neuen Medien zu erreichen. Die Schüler, Schülerinnen und jungen Erwachsenen sind zu fast 100% online aktiv und bewegen sich zu über 80% in sozialen Netzwerken. Sie sind zudem gut bis sehr gut vernetzt und mobil online. Die Erwachsenen im Alter zwischen 30 und 60 Jahre sind bereits jetzt und mit steigender Tendenz zu 50% in den sozialen Netzwerken aktiv, aber auch unsere älteren Mitbürger haben und entdecken die Neuen Medien für sich. Bei den spezifischen Interessengruppen (zBsp. NGO's,) gehen wir von einer sehr hohen Nutzungsquote aus.

	Zielgruppen	Onlinenutzung in %	Nutzung von sozialen Netzwerken in %
		Berlin liegt auf dem 2. Platz bei den Nutzerzahlen und hat den größten Breitbandanteil	
altersspezifische Zielgruppen (Berliner Bürger)	Schüler und Schülerinnen (10-15 Jahre)	96%	10-12 jährige 46% 13-15 jährige 86 %
	Jugendliche und junge Erwachsene (16-29 Jahre)	97%	16-18 jährige 95% 19-29 jährige ca. 80%
	Erwachsene (30-60 Jahre)	80%	ca. 50% steigend
	ältere Bürger (ab 60 Jahre)	57% stark wachsend	ca. 16% steigend
besondere Zielgruppen	Besucher von Veranstaltungen und Berliner Touristen	ca. 62%	ca. 50% steigend
	unsere Mitarbeiter (Durchschnittsalter 44 Jahre)	86% (orientiert am Durchschnittsalter)	ca. 30% steigend
	Organisationen, Verbände und Institutionen (z. B. NGO's)	100%	k.A.
	Vertreter spezieller Berufsgruppen (z. B. Lehrer, Fachkräfte, Pressevertreter)	76%	k.A.
Quellen; Erhebungsphase der PPr PG NM		BITKOM Jugend 2.0 & InitiativeD21 (N)Onliner Atlas Studie zur Internetnutzung	BITKOM Jugend 2.0 & ard zdf onlinestudie.de & socialmediastatistik.de

Tabellarische Darstellung: Zielgruppen/Onlineverhalten

3.3.[O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die externe Nutzung Neuer Medien bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Zuhören, Mitteilen und Unterstützen) Chancen die Reichweite und die anlassbezogene Serviceleistung in Präventionsarbeit nachhaltig zu erhöhen. Neue Medien ermöglichen ferner eine schnelle Verbreitung von Präventionsthemen, Unabhängigkeit von klassischen Medien, selbstbestimmte Weitergabe von Informationen, strukturierte Ansprache und Streuung auf die jeweilige Zielgruppe und erweiterte Dialogmöglichkeiten

Zielsetzung	Inhalt	Einsatzbereich
Zuhören	Nutzung sozialer Technologien, um Zielgruppen besser zu verstehen.	Einblick in die Gespräche der Zielgruppen, z.B. Nutzung für Kampagnenentwicklung in der Präventionsarbeit
Mitteilen	Nutzung sozialer Technologien, um Nachrichten effizient zu verbreiten.	Erweiterung der Online-Aktivitäten um interaktive Komponenten ermöglicht zielgenaue alters- und mediengerechte Ansprache und Vermittlung der Präventionsthemen und verbessert die Reichweite
Unterstützung	Einsatz sozialer Technologien, um die Kollaboration in den Zielgruppen zu fördern.	Steigerung der Servicequalität durch interaktive Angebote der Präventionsarbeit, Möglichkeit für gemeinsame Aktionen (BVG, DB)

Tabelle : Zielsetzungen TA III – Prävention

3.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Ein Engagement in den Neuen Medien ist für eine zielgruppen- und serviceorientierte Präventionsarbeit unerlässlich! Sie die zeitgemäße Ergänzung zu den bereits genutzten Kommunikationskanälen.

Dem steht ein vertretbares Erfordernis schnellerer Reaktionszeiten, organisatorischer Anpassungen und einer entsprechenden Verlagerung von Kompetenzen gegenüber.

3.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und –priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff;

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	Präventionsseite auf einer Fanpage der Polizei Berlin, Präventions-Weblog auf unserer Homepage,
Netzwerke aufbauen	Soziale Netzwerke zum Aufbau von Beziehungen und Verbesserung der Reichweite für Präventionsthemen nutzen, z.B. Facebook, Google +,
Inhalte verbreiten	Twitter, Refresh unserer Homepage, eigene Applikation für Smartphone entwickeln

Tabelle : techn. Klassifizierungsauswahl TA III

Im Anschluss wurde die Realisierung der externen Technologien durch die Teilaufgabenverantwortlichen standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert.

Das Prüfergebnis und die Priorisierung sind der nachstehenden tabellarischen Übersicht zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung externer Technologien im Bereich Prävention:						
Ergebnis	soziales Netzwerk Facebook	soziales berufliches Netzwerk XING	Microblogging (Twitter)	Video-streaming Dienste (YouTube)	Foto-, Präsentations- u. PDFstreaming	eigene Polizei Berlin App für Smartphone	Refresh der Homepage 2.0 (zBsp. weblog, Kommentarfunktion)
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	1	nicht bewertet	2	nicht bewertet	nicht bewertet	3	3

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA III

3.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Bei der Einführung externer Neuer Medien sind die bindenden und empfehlenden Vorgaben des Leitfadens über die Nutzung von sozialen Netzwerken in der Berliner Verwaltung der Senatsverwaltung für Inneres und Sport – ZS C 2 / Senatskanzlei unbedingt zu beachten.

Danach ist ein zentrales Accountmanagement zur verantwortlichen redaktionellen Verwaltung der Neuen Medien einzurichten, ein Accountmanager zu benennen und der Senatskanzlei zu melden, weiterhin sind die Individualisierungen der Accounts gemäß Styleguide vorzunehmen.

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung der genutzten Plattformen.

Das Einstellen von Präventionsthemen auf den Neuen Kanälen erfordert nach Einschätzung der Teilaufgabenverantwortlichen einen 1 MA der entsprechende Hinweise mit Präventionsbezug, die alle Präventionsbereiche betrifft, sammelt und vorhält und dann den entsprechenden aktuellen Meldungen zuordnet.

Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren.

Diese ablauforganisatorischen Rahmenbedingungen/Verantwortlichkeiten sind mit der Einführung externer Neuer Medien neu zu beurteilen und anzupassen.

Die bestehenden technischen Rahmenbedingungen hat die ZSE III in ihrer bereits im Abschlussbericht erwähnten Expertenschätzung betrachtet. Demnach entsprechen die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten noch nicht den Anforderungen an die zur Umsetzung vorgeschlagenen Technologien.

3.7. Risiken

Zusätzlich zu den im Abschlussbericht aufgeführten Risiken weisen die Projektbeteiligten der TA III auf evtl. entstehende ungewollte Diskussionen, strafrechtlich relevante Kommentare oder Kommentare, die weitere Maßnahmen erforderlich machen (Hinweis auf andere Straftaten u.ä.) hin. Zudem muss einer Übersättigung der Zielgruppen durch zu viele Informationen/Quellen redaktionell entgegengewirkt werden. Akzeptiert werden muss, dass die Kommunikation auf den Kanälen der Neuen Medien nur schwer beeinflusst werden kann (Diskussionen in Kommentarfunktionen).

3.8. Erfolgskennzahlen

- Anteil der Bürgeranfragen zu Präventionsthemen per NM [in %] zu den Gesamtbürgeranfragen zu Präventionsthemen
- Anteil der Beratungen per NM [in %] zu den Gesamtberatungen
- Intensität des Dialoges mit Präventionsbezug auf den neu geschaffenen externen Plattformen
- Anzahl und Entwicklung der Followerzahlen auf den Plattformen
- Anzahl der Klicks und der Beiträge
- Tonalität auf den Plattformen
- Anzahl der geführten kritischen Dialoge

3.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz von Neuen Medien in diesem Bereich entsteht ein noch nicht abschließend definierter personeller Mehraufwand für die Sammlung und Weiterverarbeitung der Präventionsthemen auf den verschiedenen Plattformen. Einzuplanen ist ein noch nicht abschätzbarer personeller Mehraufwand aufgrund der zuführenden Dialoge auf den neuen Plattformen. Dieser wird während einer Erprobungsphase zu ermitteln sein und kann möglicherweise durch Organisationsanpassungen aufgefangen werden.

Für diesen Anwendungsbereich entstehen zunächst keine gesonderten Kosten, da die Prävention die zentral zu entwickelnden, einzurichtenden und gemeinsam zu nutzenden Plattformen anwenden wird.

3.10. Fazit/strategische Empfehlung

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien. Die Projektgruppe schließt dieser der Empfehlung an und schlägt die hier priorisierten Anwendungen;

1. Facebook
2. Refresh der Homepage
3. Twitter
4. Applikation für mobile Endgeräte

zur Umsetzung vor.

4. Handlungsfeld – TA 4: dezentrale Öffentlichkeitsarbeit

In der Teilaufgabe IV (TA IV) wurde der Anwendungsbereich dezentrale Öffentlichkeitsarbeit im Hinblick auf die Ziele und Chancen durch den Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Die Stäbe 4 der Direktionen 1 bis 6 und der Direktion ZA haben ihre Vertreter entsandt. Hr. Kelm (Dir 2 St 4) und Fr. Gillert (Dir 6 St 4) haben als Teilaufgabenverantwortliche inhaltlich federführend in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Weiterhin nahmen Hr. Hauffe (Dir 1 St 4), Hr. Petersen (Dir 3 St 4), Fr. Rum (Dir 4 St 4) und Fr. Meißner (Dir 5 St 4) die Aufgabe als Projektkoordinatoren für ihre Direktionen wahr.

4.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Zurzeit werden in der dezentralen Öffentlichkeitsarbeit unter anderem folgende Medien, Kommunikations- und Interaktionsformen genutzt:

- Internet (eigene Homepage),
- E-Mail
- Karten, Flyer, Broschüren, Plakate
- Mitarbeiterzeitung,
- telefonische und persönliche Beratungen,
- IntraPol, Rundmails,
- Brief- und E-Mailverkehr,
- Einsatzbegleitung
- Beratungen

Die aktuellen Interaktionsformen und Kommunikationswege weisen Grenzen und Beschränkungen auf. Die derzeit genutzten Medien weisen auch Grenzen in der Darstellungsmöglichkeit und Transparenz der Polizeiarbeit auf. Zudem hat sich mit der verbreiteten Nutzung Neuer Medien die Erwartungshaltung der Bürger an eine serviceorientierte transparente Polizeiarbeit verändert. (siehe Anstieg Zugriffe auf die Internetwache) Dazu bietet die lineare Kommunikation über unsere Homepage keine Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten.

Die Zielgruppen (Berliner Bürger, Vertreter von Organisationen, Touristen und Vertreter der Presse) werden nicht mehr optimal angesprochen, die Reichweite, die Dienstleistungs- und Servicequalität nimmt weiter ab. Dies kann auf längere Sicht zu einem Image- und Vertrauensverlust führen.

4.2. [P-People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Hauptzielgruppe sind die Berliner Bürger aller Altersgruppen, Besucher von Veranstaltungen, Berliner Touristen und Vertreter von öffentlichen Einrichtungen. Die Zielgruppe der Berliner Bürger ist je nach Alter sehr unterschiedlich über die Neuen Medien zu erreichen. Die Schüler, Schülerinnen und jungen Erwachsenen sind zu fast 100% online aktiv und bewegen sich zu über 80% in sozialen Netzwerken. Sie sind

zudem gut bis sehr gut vernetzt und mobil online. Die Erwachsenen im Alter zwischen 30 und 60 Jahre sind bereits jetzt und mit steigender Tendenz zu 50% in den sozialen Netzwerken aktiv, aber auch unsere älteren Mitbürger haben und entdecken die Neuen Medien für sich. Bei den Medien- und Pressevertretern gehen wir von einer sehr hohen Nutzungsquote aus.

Gemäß einer Zielgruppenanalyse für Deutschland von Forrester Research ⁵ aus dem Jahr 2009 nutzten die in Deutschland lebenden Erwachsenen im Alter von 35-44 Jahre die Neuen Medien wie folgt:

- 52% ignorieren das Social Web
- 37% von ihnen lesen Blogs, Forenbeiträge und Ratings, Konsumieren Podcasts und Videos
- 17% Pflegen ihr eigenes Profil in einem Sozialen Netzwerk und nutzen dies
- 1 % Konsumieren von RSS-Feeds, Taggen/ Bewerten Fotos bzw. Webseiten
- 10 % verfassen Ratings und Rezensionen zu Produkten, schreiben Kommentare auf Blogs und in Foren und Editieren von Wiki-Artikeln
- 7 % haben einen eigenen Blog/ Website, Uploaden von eigene Fotos/ Videos und schreiben eigene Initialbeiträge

4.3.[O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die externe Nutzung Neuer Medien bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Zuhören, Mitteilen, Anregen und Unterstützen) Chancen die Reichweite und die anlassbezogene Aufmerksamkeit in der dezentralen Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig zu erhöhen. Weiterhin können wir die Polizei Berlin präsenter machen, aktueller sein, an Image gewinnen und die Zielgruppen besser erreichen. Wir können entscheiden welche Informationen wir wem zukommen lassen, dies ermöglicht eine Darstellung im Sinne der Behörde.

Zielsetzung	Inhalt	Einsatzbereich
Zuhören	Nutzung sozialer Technologien, um Zielgruppen besser zu verstehen.	Einblick in die Gespräche der Zielgruppen, z.B. Nutzung für Kampagnenentwicklung in der Öffentlichkeitsarbeit
Mitteilen	Nutzung sozialer Technologien, um Nachrichten effizient zu verbreiten.	Erweiterung der Online-Aktivitäten um interaktive Komponenten, zielgerichtete Informationssteuerung
Anregen	Begeistern innerhalb der Zielgruppe, mithilfe der Begeisterten virale Kommunikationseffekte anregen	z. Bsp. Imagesteigerung

Tabelle 1: Zielsetzungen TA IV – dezentrale Öffentlichkeitsarbeit

⁵ http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html, What's The Social Technographics Profile Of Your Customers?

4.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Ein Engagement in den Neuen Medien ist für eine modere, offene, ehrliche und dialogbasierte dezentrale Öffentlichkeitsarbeit zu befürworten! Sie ist eine zweckmäßige Ergänzung der bereits genutzten Kommunikationskanäle. Dem steht ein vertretbares Erfordernis schnellerer Reaktionszeiten, organisatorischer Anpassungen und einer entsprechenden Verlagerung von Kompetenzen gegenüber.

4.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und -priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff;

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	Videostreaming-Kanal (z. B. YouTube) Polizei Berlin, abonmierbare Podcasts über die Homepage anbieten
Netzwerke aufbauen	Soziale Netzwerke zum Aufbau von Beziehungen, z.B. Facebook,
Diskussionen anregen	Freischaltung der Kommentarfunktionen auf der Homepage und Facebook
Inhalte verbreiten	Twitter, Homepage, eigene Applikation für Smartphone und interne Newsletter

Tabelle : techn. Klassifizierungsauswahl TA IV

Im Anschluss wurde die Realisierung der externen Technologien durch die Teilaufgabenverantwortlichen standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert. Das Prüfergebnis und die Priorisierung ist der nachstehenden tabellarischen Übersicht zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung externer Technologien im Bereich der dezentralen Öffentlichkeitsarbeit:						
Ergebnis	soziales Netzwerk Facebook	soziales berufliches Netzwerk XING	Microblogging (Twitter)	Video-streaming Dienste (YouTube)	Foto-, Präsentations- u. PDFstreaming	eigene Polizei Berlin App für Smartphone	Refresh der Homepage 2.0 (zBsp. weblog, Kommentarfunktion)
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Ja	nicht betrachtet	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	2	nicht bewertet	5	nicht bewertet	nicht bewertet	3	1

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA IV

4.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Bei der Einführung externer Neuer Medien sind die bindenden und empfehlenden Vorgaben des Leitfadens über die Nutzung von sozialen Netzwerken in der Berliner Verwaltung der Senatsverwaltung für Inneres und Sport – ZS C 2 / Senatskanzlei unbedingt zu beachten.

Danach ist ein zentrales Accountmanagement zur verantwortlichen redaktionellen Verwaltung der Neuen Medien einzurichten, ein Accountmanager zu benennen und der Senatskanzlei zu melden, weiterhin sind die Individualisierungen der Accounts gemäß Styleguide vorzunehmen.

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst eine zentrale Anbindung in der Behörde für einen einheitlichen Auftritt. Die inhaltlichen Zuarbeiten sollen durch die Direktionen und Ämter, siehe PPr Hannover und Stuttgart erfolgen.

Vorschlag/Abgrenzung zu facebook: man sollte sich auf andere soziale Medien begeben und dort Hinweise aus polizeilicher Sicht zugeben (z. B. Verhaltenshinweise bei Versteigerungen etc.).

Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren.

Diese ablauforganisatorischen Rahmenbedingungen/Verantwortlichkeiten sind mit der Einführung externer Neuer Medien neu zu beurteilen und anzupassen.

Die bestehenden technischen Rahmenbedingungen hat die ZSE III in ihrer bereits im Abschlussbericht erwähnten Expertenschätzung betrachtet. Demnach entsprechen die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten noch nicht den Anforderungen an die zur Umsetzung vorgeschlagenen Technologien.

4.7. Risiken

Zusätzlich zu den im Abschlussbericht aufgeführten Risiken sehen die Projektbeteiligten ein Erfordernis zur Abwägung der Freischaltung von Kommentarfunktionen auf den Kanälen der Neuen Medien.

4.8. Erfolgskennzahlen

- Anteil der Bürgeranfragen per NM [in %] zu den Gesamtbürgeranfragen
- Anteil von positivem Feedback (Bürgerdank) per NM [in %] zum positiven Gesamtfeedback
- Anteil von Kritik per NM [in %] zur Gesamtkritik (Beschwerden)
- Intensität des Dialoges auf den neu geschaffenen externen Plattformen
- Anzahl und Entwicklung der Followerzahlen auf den Plattformen
- Anzahl der Klicks und der Beiträge
- Tonalität auf den Plattformen
- Anzahl der geführten kritischen Dialoge

4.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz von Neuen Medien in diesem Bereich entsteht ein noch zu ermittelnder personeller Mehraufwand für die Erarbeitung der Inhalte für die verschiedenen Plattformen. Für die begleitende dezentrale Öffentlichkeitsarbeit und einzelne ÖA-Kampagnen ist ein planbarer personeller Mehraufwand absehbar. Einzuplanen ist ein noch nicht abschätzbarer personeller Mehraufwand aufgrund der zuführenden Dialoge auf den neuen Plattformen. Dieser wird während einer Erprobungsphase zu ermitteln sein und kann möglicherweise durch Organisationsanpassungen aufgefangen werden. Für diesen Anwendungsbereich entstehen zunächst keine gesonderten Kosten, da die dezentrale Öffentlichkeitsarbeit die zentral zu entwickelnden, einzurichtenden und gemeinsam zu nutzenden Plattformen anwenden wird.

4.10. Fazit/strategische Empfehlung

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien. Die Projektgruppe schließt dieser der Empfehlung an und schlägt die hier priorisierten Anwendungen;

1. Refresh der Homepage
2. Facebook
3. Applikation für mobile Endgeräte
4. Twitter

zur Umsetzung vor.

5. Handlungsfeld – TA 5: Fahndung

In der Teilaufgabe V (TA V) wurde der Anwendungsbereich Fahndung im Hinblick auf die Chancen durch den Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Hr. Hartmann (LKA PräV) und Hr. Ecke (LKA 36 AE) haben als Projektkoordinatoren für das LKA in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Ein Vertreter des LKA 73 nahm nicht aktiv an der Projektarbeit teil.

5.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Zurzeit werden für die Fahndung folgende Medien genutzt:

- Internet (eigene Homepage),
- Aufrufe durch Pressemeldungen
- Plakate

Die derzeit genutzten Medien weisen Grenzen in den Darstellungsmöglichkeiten auf. Auch hat sich mit der verbreiteten Nutzung Neuer Medien die Erwartungshaltung der Bürger verändert. Dazu bietet die lineare Kommunikation über unsere Homepage keine Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten.

5.2. [P=People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Hauptzielgruppe sind die Berliner Bürger aller Altersgruppen. Die Zielgruppe der Berliner Bürger ist je nach Alter sehr unterschiedlich über die Neuen Medien zu erreichen. Die Schüler, Schülerinnen und jungen Erwachsenen sind zu fast 100% online aktiv und bewegen sich zu über 80% in sozialen Netzwerken. Sie sind zudem gut bis sehr gut vernetzt und mobil online. Die Erwachsenen im Alter zwischen 30 und 60 Jahre sind bereits jetzt und mit steigender Tendenz zu 50% in den sozialen Netzwerken aktiv, aber auch unsere älteren Mitbürger haben und entdecken die Neuen Medien für sich.

5.3. [O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die externe Nutzung Neuer Medien bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen Chancen die Reichweite und die anlassbezogene Aufmerksamkeitserhöhung für die Fahndung nachhaltig zu verbessern. Neue Medien ermöglichen ferner eine schnelle Verbreitung von Fahndungen, Suchen nach Vermissten und Bitten um Hinweise aus der Bevölkerung. Unabhängigkeit von klassischen Medien kann eine selbstbestimmte Weitergabe von Informationen durch die Neuen Medien ermöglicht werden.

5.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Ein Interesse an der Verbreitung von Fahndungsersuchen in den Neuen Medien ist eine zeitgemäße Ergänzung zu den bereits genutzten Kommunikationskanälen.

5.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und –priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich.

Im Anschluss der Auswahl wurde die Realisierung der externen Technologien durch die Projektkoordinatoren des LKA fachlich geprüft und für einen Umsetzungsprozess priorisiert.

Das Prüfergebnis und die Priorisierung sind den nachstehenden tabellarischen Übersichten zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung externer Technologien im Bereich der Fahndung:						
Ergebnis	soziales Netzwerk Facebook	soziales berufliches Netzwerk XING	Microblogging (Twitter)	Video-streaming Dienste (YouTube)	Foto-, Präsentations- u. PDFstreaming	eigene Polizei Berlin App für Smartphone	Refresh der Homepage 2.0 (zBsp. weblog, Kommentarfunktion)
Realisierungsvotum	Ja	Nein	Vielleicht	Nein	Nein	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	2	nicht bewertet	3	nicht bewertet	nicht bewertet	4	1

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA V

5.6.Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Bei der Einführung externer Neuer Medien sind die bindenden und empfehlenden Vorgaben des Leitfadens über die Nutzung von sozialen Netzwerken in der Berliner Verwaltung der Senatsverwaltung für Inneres und Sport – ZS C 2 / Senatskanzlei unbedingt zu beachten.

Danach ist ein zentrales Accountmanagement zur verantwortlichen redaktionellen Verwaltung der Neuen Medien einzurichten, ein Accountmanager zu benennen und der Senatskanzlei zu melden, weiterhin sind die Individualisierungen der Accounts gemäß Styleguide vorzunehmen.

Die Projektkoordinatoren empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung der genutzten Plattformen. Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren. Diese ablauforganisatorischen Rahmenbedingungen/Verantwortlichkeiten sind mit der Einführung externer Neuer Medien neu zu beurteilen und anzupassen.

Die bestehenden technischen Rahmenbedingungen hat die ZSE III in ihrer bereits im Abschlussbericht erwähnten Expertenschätzung betrachtet. Demnach entsprechen die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten noch nicht den Anforderungen an die zur Umsetzung vorgeschlagenen Technologien.

5.7. Risiken

Siehe Abschlussbericht.

5.8. Erfolgskennzahlen

- Anteil der Hinweise zum Fahndungserfolg per NM [in %] zu den Gesamthinweisen zur Fahndung
- Gesamthinweise zu Fahndungen per NM
- Hinweise zu Fahndungen per NM [in %] zu den Gesamthinweisen zu Fahndungen
- Anzahl der Klicks und Kommentare zu den Fahndungen
- Tonalität auf den Plattformen zu Fahndungsersuchen

5.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz von Neuen Medien in diesem Bereich entsteht ein noch nicht abschließend definierter personeller Mehraufwand. Einzuplanen ist ein weiterer noch nicht abschätzbarer personeller Mehraufwand aufgrund der zuführenden Dialoge auf den neuen Plattformen. Dieser wird während einer Erprobungsphase zu ermitteln sein und kann möglicherweise durch Organisationsanpassungen aufgefangen werden. Für diesen Anwendungsbereich entstehen zunächst keine gesonderten Kosten, da die Fahndung die zentral zu entwickelnden, einzurichtenden und gemeinsam zu nutzenden Plattformen anwenden wird.

5.10. Fazit/strategische Empfehlung

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst die zentrale Einrichtung und Verwaltung von behördenweit genutzten Social Media Technologien. Die Projektgruppe schließt dieser der Empfehlung an und schlägt die hier priorisierten Anwendungen;

1. Refresh der Homepage
2. Facebook
3. Twitter
4. Applikation für mobile Endgeräte

zur Umsetzung vor.

6. Handlungsfeld – TA 6: Wissensmanagement

In der Teilaufgabe VI (TA VI) wurde der Anwendungsbereich Wissensmanagement im Hinblick auf die Ziele und Chancen durch den internen Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Frau Dassler und Hr. Glasenapp (beide Dir ZA) haben als Teilaufgabenverantwortliche federführend in diesem Anwendungsbereich mitgewirkt. Zugleich nahmen sie die Aufgabe als Projektkoordinatoren für die Dir ZA war. Ebenso leistete die Onlineredaktion (ZSE IV C 41) wichtige temporäre fachliche Unterstützung in diesem Handlungsfeld.

6.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Momentan gibt es folgende Anwendungen und Veröffentlichungen die dem internen Wissenstransfer dienen;

- IntraPol
- Interne Veröffentlichungen (Kompass, Polizei Berlin, Polizei aktuell)
- BMS (Bildungsmanagementsystem)
- Schriften zur Fortbildung
- E-Learning
- Fachzeitschriften
- Hotline Recht
- Service der Polizeibibliothek.

Ein Wissensmanagement im engeren Sinne gibt es bisher nicht! Es besteht kein hinreichend strukturierter recherchierbarer Wissens- und Infopool für die MA. Das IntraPol bietet keine ausreichende Inhaltsverknüpfung sondern fungiert eher als Dateiablage. Weiterhin besteht keine Balance zwischen nutzergenerierten Inhalten und zentral erstellten und kontrollierten Inhalten. Zudem ist Partizipation nur durch Überwindung hoher Hürden möglich.

6.2. [P=People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Alle Mitarbeiter der Polizei Berlin!

6.3. [O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die interne Nutzung Neuer Medien, eines sog. Behörden-Wikis, bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Anregen, Beteiligen und Unterstützen) Chancen die weiterhin zunehmende Informationsmenge besser zu bewältigen, sowie durch eine Erweiterung der Publikationsrechte von der hierarchischen Informationskontrolle zur Zusammenarbeit und sozialen Kontrolle (nutzen des Schwarms), mehr Aktualität und Akzeptanz zu erlangen. Die Mitarbeiter hätten durch ihre aktive Beteiligung an einem

Behörden-Wiki die Möglichkeit eigene Publikationen bereitzustellen und wären in der Lage auf eine gut recherchierbare gemeinsame-aktuelle Wissensbasis zuzugreifen.

6.4.[S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Für eine qualitative Erweiterung und Aufbereitung des kollektiven Wissens unserer Behörde ist ein internes Wiki eine hervorragende Lösung.

6.5.[T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und -priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff;

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	Wiki-Blog und Forum
Kollaboration organisieren	Organisation von kollaborativer Arbeit in einem Behörden-Wiki
Diskussionen anregen	Bewertungen einzelner Wiki-Beiträge
Inhalte verbreiten	interne Newsletter zu neusten Wiki-Inhalten

Tabelle : techn. Klassifizierungsauswahl TA VI

Im Anschluss wurde die Realisierung der internen Wiki-Technologie durch die Teilaufgabenverantwortlichen standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert.
Das Prüfergebnis und die Priorisierung ist der nachstehenden tabellarischen Übersicht zu entnehmen;

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung interner Technologien im Bereich der internen Kommunikation:					
Ergebnis	Wiki	beispielhafte Anwendungen eines anzustrebenden Social Intranet;				
		barrierefreie personalisierbare Startseiten	Möglichkeit eigener Profilseiten (incl. Folgen anderer Profile)	Infoplattform für migrantische MA	Kommunikationsplattform für Eltern mit externem Zugang	abonnbare Newsletter und RSS-Feeds
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	1	2	1	nicht bewertet	nicht bewertet	2

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA VI & TA VII

6.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Für die Umsetzung interner Anwendungen der Neuen Medien bestehen bereits ablauforganisatorische Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten, diese gilt es an die neuen Anforderungen anzupassen.

Die Teilaufgabenverantwortlichen empfehlen hier zunächst eine zentrale Anbindung, um in einem Aufbauprozess eine qualitativ und quantitativ geeignete Datenbasis zu erarbeiten und dabei die verschiedenen mit der Erarbeitung relevanter Inhalte befassten Dienststellen zu koordinieren.

Die endgültigen Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren.

Die bestehenden technischen Rahmenbedingungen hat die ZSE III in ihrer bereits im Abschlussbericht erwähnten Expertenschätzung betrachtet. Demnach entsprechen die derzeitigen technischen Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten noch nicht den Anforderungen an die zur Umsetzung vorgeschlagenen Technologien.

6.7. Risiken

Zusätzlich zu den im Abschlussbericht aufgeführten Risiken sehen die Projektbeteiligten das Erfordernis, aufgrund des hohen Anteils nutzergenerierter Inhalte Maßnahmen der Qualitätssicherung zu ergreifen, um trotz der potenziell großen Anzahl verschiedener Autoren eine hohe inhaltliche Qualität der Beiträge zu gewährleisten.

Entsprechende qualitätssichernde Mechanismen und Regularien sind während einer Erprobungsphase zu erarbeiten.

6.8. Erfolgskennzahlen

- Anzahl der verfassten Artikel im Wiki
- Anzahl der qualitätsgesicherten Artikel im Wiki
- Anzahl der als Autor aktiven Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Anzahl der geführten Dialoge / Diskussionen im Rahmen der Qualitätssicherung
- Anzahl der lesenden Zugriffe durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Behörde

6.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei dem Einsatz einer internen Wiki-Technologie entsteht ein geringer personeller Mehraufwand für die ablauforganisatorische Betreuung der Anwendung. Für die Bereitstellung der Inhalte entsteht ein geringer Mehraufwand für alle an der Erarbeitung beteiligten Mitarbeiter, der jedoch durch die dann größere und schnellere Verfügbarkeit bei der Suche relevanter Informationen kompensiert werden kann.

Für diesen Anwendungsbereich entstehen zudem gesonderte, bislang nicht endgültig bezifferbare Kosten für eine technische Lösung außerhalb der SharePoint-Plattform.

6.10. Fazit/strategische Empfehlung

Bereits innerhalb des Projektes wurde versucht durch eine konzeptionelle Testphase die zeitnahe Realisierung eines Behörden-Wikis zu forcieren. Die Projektteilnehmer beabsichtigten mit freiwilligen Fachautoren gemeinsam einen Mindest-Content zu schaffen, die Wiki-Prozesse zu entwickeln und die technischen Rahmenbedingungen zu erproben. Unter aktiver Mitwirkung der Onlineredaktion, ZSE IV C 41, wurde eine Wiki-SharePoint-Extension ausgewählt, deren Funktionalitäten im Anschluss erprobt werden sollten. Die erforderliche Testumgebung konnte durch ZSE III C bis heute leider nicht bereitgestellt werden. Dennoch versuchte ZSE IV C 41 die Einrichtung und den Betrieb des Wikis auf einem Entwicklungssystem von IntraPol (sps-test-v010) zu simulieren. Aufgrund der bereits erwähnten Modifizierungen an der SharePoint-Umgebung war dieser Test nicht erfolgreich. Eine technische Unterstützung durch eigene IT-Administratoren, ZSE III C, war aufgrund personeller Engpässe im gesamten Zeitraum (11/2012 bis 03/2013) nicht möglich.

- Die Projektgruppe schließt sich nunmehr der Empfehlung der Onlineredaktion an, die Realisierung eines Behörden-Wikis als eigenständiges Projekt losgelöst von der SharePoint-Plattform zu realisieren.

7. Handlungsfeld – TA 7: Interne Kommunikation und Interne Öffentlichkeitsarbeit

In der Teilaufgabe VII (TA VII) wurde der Anwendungsbereich Interne Kommunikation und Interne Öffentlichkeitsarbeit im Hinblick auf die Ziele und Chancen durch den internen Einsatz Neuer Medien betrachtet.

Auf eigenen Wunsch haben alle an der Projektarbeit beteiligten Dienststellen an der Teilaufgabe teilgenommen. Für die Direktionen haben Hr. Hauffe (Dir 1 St 4), Hr. Kelm (Dir 2 St 4), Hr. Petersen (Dir 3 St 4), Fr. Rum (Dir 4 St 4), Fr. Meißner (Dir 5 St 4), Fr. Gillert (Dir 6 St 4) und Fr. Dassler (Dir ZA St 4) als Projektkoordinatoren mitgewirkt. Das LKA war durch Hrn. Hartmann (LKA PräV) und Herrn Ecke (LKA 36 AE), die ZSE zunächst durch Fr. Hagen (ZSE I C 01), später durch Fr. Sievert (ZSE I C 2) vertreten. Der Stab des Polizeipräsidenten wurde durch Fr. Keune (PPr St 42) repräsentiert.

7.1. Ist-Stand und Grenzen der derzeitigen Mediennutzung und Interaktionsformen

Momentan existieren folgende Anwendungen und Veröffentlichungen, die der internen Kommunikation und der behördeninternen Öffentlichkeitsarbeit dienen:

- Telefon
- E-Mail (Einzelkommunikation oder per Verteiler)
- Intranet (Dateiablagen nach Themenbereichen, Closed User Groups, Umfragen)
- Interne Veröffentlichungen (Polizei Berlin, Polizei aktuell, amts- / direktionseigene Mitarbeiterzeitungen – Print und/oder Online)
- Plakate, Flyer
- Dienstbesprechungen

Die bisher genutzten Instrumente weisen Grenzen in der Darstellungsmöglichkeit und Transparenz der Polizeiarbeit auch im Innenbetrieb auf. Die Printmedien haben sich zwar zu einem regelmäßigen Bestandteil der internen Öffentlichkeitsarbeit entwickelt, weisen jedoch insbesondere bei aktuellen Themen nur eine begrenzte Reichweite auf und erfüllen im Falle kurzfristigen Informationsbedarfs nicht mehr die Anforderungen an eine flexible Behördenkommunikation.

Zudem hat sich mit der verbreiteten Nutzung Neuer Medien die Erwartungshaltung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an eine mitarbeiternahe, transparente Behördenkommunikation verändert. Das derzeitige Angebot im Intranet bietet hierzu keine ausreichenden Interaktions- und Resonanzmöglichkeiten. Die kurzfristige Erstellung nutzergenerierter Inhalte und die Partizipation des Einzelnen sind nur durch Überwindung hoher Hürden (z.B. streng reglementiertes System von Themenredakteuren und Themenverantwortlichen) möglich.

Die Zielgruppe (Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Polizei Berlin) wird nicht mehr optimal angesprochen. Reichweite, Dienstleistungs- und Servicequalität nehmen weiter ab. Das Potenzial zur gemeinsamen sozialen Interaktion und zur Erstellung

nutzergenerierter Inhalte wird bisher nicht ausgenutzt. Dies kann auf längere Sicht zu einem Image- und Vertrauensverlust bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern führen.

7.2. [P=People] - Zielgruppen (Erhebung ihrer Internetaktivitäten = Erreichbarkeit)

Alle Mitarbeiter der Polizei Berlin.

7.3. [O=Objectives] - Ziele und Chancen durch die Nutzung Neuer Medien

Die interne Nutzung Neuer Medien, des sog. Social Intranet, bietet bei Umsetzung der behördlichen Zielsetzungen (Anregen, Beteiligen und Unterstützen) Chancen, die weiterhin zunehmende Informationsmenge besser zu bewältigen und die Beschäftigten aktiv an der Gestaltung, Nutzung und Zurverfügungstellung des Kommunikationsprozesses und seiner Inhalte zu beteiligen. Durch die zielgerichtete und strukturiert recherchierbare Aufbereitung von Informationen wird die Reichweite der internen Kommunikation deutlich erhöht.

Durch diese Verbesserung der Reichweite und die Nutzung der Potenziale für die interne Öffentlichkeitsarbeit kann eine deutliche Festigung und Steigerung der Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Behörde erlangt werden.

7.4. [S=Strategie] - Strategische Empfehlungen

Die Nutzung der Instrumente des Social Intranet ist für eine offene, ehrliche und dialogbasierte interne Öffentlichkeitsarbeit und für eine zeitgemäße Form der reichweitenoptimierten und interaktionsgeprägten internen Kommunikation zu empfehlen.

Sie ist eine zweckmäßige Ergänzung der bereits genutzten Kommunikationskanäle, eine Basis für eine moderne, mitarbeiternahe und transparente Mitarbeiterkommunikation und damit eine Möglichkeit zur Festigung und Steigerung der Identifikation der Beschäftigten mit der Behörde.

7.5. [T=Technology] - Technologieauswahl, -bewertung, -auswahl und -priorisierung

Die Technologieauswahl erfolgte basierend auf den festgelegten Zielsetzungen im betrachteten Anwendungsbereich nach den Klassifizierungsfunktionen von Li und Bernhoff:

Funktion	Beschreibung
Teilhabe ermöglichen	barrierefreie personalisierbare Startseiten
Netzwerke aufbauen	Möglichkeit eigener Profilseiten (incl. Folgen anderer Profile); Infoplattform für migrantische Unterstützungskräfte der Berufsinfo
Kollaboration organisieren	Gruppenseiten zur gemeinsamen Nutzung und Bearbeitung von Daten
Diskussionen anregen	Nutzung von Foren, Onlineumfragen, Blogs & Chats
Inhalte verbreiten	Abonnierbare Newsletter und RSS-Feeds, Folgen anderer Profile (Personen und/oder Organisationen)

Tabelle : techn. Klassifizierungsauswahl TA VII

Im Anschluss wurde die Realisierung Social-Intranet-Technologien durch die Projektbeteiligten standardisiert in Arbeitspaketen fachlich geprüft und demgemäß für einen Umsetzungsprozess priorisiert.

Das Prüfergebnis und die Priorisierung ist der nachstehenden tabellarischen Übersicht zu entnehmen:

	Prüf- und Priorisierungsergebnis zur Realisierung interner Technologien im Bereich der internen Kommunikation:					
	beispielhafte Anwendungen eines anzustrebenden Social Intranet:					
Ergebnis	Wiki	barrierefreie personalisierbare Startseiten	Möglichkeit eigener Profilseiten (incl. Folgen anderer Profile)	Infoplattform für migrantische MA	Kommunikationsplattform für Eltern mit externem Zugang	abonnierbare Newsletter und RSS-Feeds
Realisierungsvotum	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Umsetzungspriorisierung	1	2	1	nicht bewertet	nicht bewertet	2

Tabelle : Prüf- und Priorisierungsergebnis externer Technologien TA VI & TA VII

7.6. Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeiten

Für die Umsetzung interner Anwendungen der Neuen Medien bestehen bereits ablauforganisatorische Rahmenbedingungen und Verantwortlichkeiten, diese gilt es an die neuen Anforderungen anzupassen. Die ZSE III sieht Schwierigkeiten die bereits bestehende technische Basis mit eigenen Ressourcen für die Entwicklung und Einführung interner Neuer Medien weiterzuentwickeln. Die Onlineredaktion (ZSE IV C 41) müsste deshalb zunächst in eigener Zuständigkeit in Zusammenarbeit mit einer zentralen Koordinierungsstelle für Neue Medien (Social Media Management) erste (auch technische) Erprobungen und Veränderungen am derzeitigen Intranet vornehmen.

Die Projektgruppe empfiehlt hier zunächst eine zentrale Anbindung, um die endgültigen Verantwortlichkeiten und mögliche Kompetenzveränderungen sind während einer Erprobungsphase zu definieren.

7.7. Risiken

Durch die vollständige Einbindung in das bereits vorhandene MAP-Netz sind sicherheitstechnische Maßnahmen zur Risikominimierung nicht erforderlich. Die durch die Projektbeteiligten identifizierten Risiken bestehen daher im Wesentlichen in einer durch Unkenntnis und/oder Unsicherheit verursachten, nicht hinreichend verantwortungsvollen Nutzung durch den Anwender. Dem kann durch die Entwicklung geeigneter Nutzerhinweise, Guidelines und Schulungskonzepte entgegengewirkt werden.

7.8. Erfolgskennzahlen

- Entwicklung der Zugriffszahlen
- Entwicklung der Verweildauer
- Anzahl, Entwicklung und Anteil der Autoren und derjenigen, die sich aktiv beteiligen (Dokumente, Beiträge und Kommentare)
- Anzahl der selbst gepflegten Profile
- Nutzungszahlen zu Gruppen- und Projektplattformen (Räumen)
- Welche Ideen und individuellen Initiativen sind zu beobachten?
- Mitarbeiterbefragungen

7.9. Ressourcen- und Kostenschätzung

Bei der Weiterentwicklung des bestehenden Intranets zu einem sozialen Intranet entsteht ein prozessbegleitender personeller Mehraufwand. Für die Erarbeitung der

nutzergenerierten Inhalte wird ein geringer Mehraufwand von Mitarbeitern, die dieses Angebot nutzen, erwartet.
Über die zusätzlich entstehenden Kosten kann zurzeit keine verlässliche Schätzung abgegeben werden.

7.10. *Fazit/strategische Empfehlung*

Die Projektgruppe empfiehlt hier zunächst eine zentrale Koordinierung der Weiterentwicklung des Intranet zum Social Intranet und schlägt zunächst die hier priorisierten Anwendungen:

1. Möglichkeit für alle MA eigene Profilseiten zu gestalten und anderen Profilseiten zu folgen
2. Möglichkeit eigener barrierefreier personalisierbarer Startseiten für jeden MA
3. Abonmierbare Newsletter und RSS-Feeds
4. Infoplattform für migrantische Unterstützungskräfte der Berufsinfo
5. Gruppen-/Projektseiten mit offeneren Redaktionsrechten zur gemeinsamen Nutzung und Bearbeitung von Daten

zur Umsetzung vor.