



Bonn, im Juli 2017

Leitfaden Twitter im Bundeskartellamt

1. Zielsetzung und Zielgruppen

Mit Twitter erhält das Bundeskartellamt einen zusätzlichen Kanal mit großer Reichweite für seine Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Twitter soll die klassischen Kommunikationswege ergänzen und als Dialogkanal mit den relevanten Zielgruppen im Netz dienen. Twitter ist ein weiterer Beitrag, um die Advocacy-Tätigkeiten der Behörde zu unterstützen, also, um rund um das Kartellrecht und die Aktivitäten der Behörde zu informieren und aufzuklären. Die Behörde kann sich auch in der Online-Community als Experte zu wettbewerbsrechtlichen Fragen äußern, sich an Diskussionen beteiligen und den Dialog prägen. Mögliche Diskussionen, die die Arbeit und das Umfeld der Behörde betreffen, können direkt begleitet und gelenkt werden. Die Behörde modernisiert mit dem Anschluss an das Social Web ihre Online-Kommunikation und damit auch ihr Image.

Mit Twitter werden die breite Öffentlichkeit und vor allem auch ein jüngeres Publikum erreicht. Zielgruppen sind zudem Unternehmen, Anwälte und Personen aus der (Rechts-)Wissenschaft, Persönlichkeiten der Politik sowie Journalisten.

Diese Zielgruppen werden informiert, Anfragen, Kommentare und Anmerkungen der Follower generiert und beantwortet. Twitter kann zudem für das Recruiting neuer Mitarbeiter genutzt werden.

2. Quantitative Ziele

Es sollen wenn möglich mindestens [REDACTED] in der Woche abgesetzt werden sowie ab dem Start des Accounts innerhalb eines Jahres [REDACTED] Follower generiert werden. Über ein regelmäßiges Monitoring wird außerdem die Anzahl der Erwähnungen

der Behörde auf Twitter nachvollzogen. Ziel ist es, diese Anzahl kontinuierlich zu steigern. Erfahrungswerte für diese Zahlen liegen bislang nicht vor.

3. Zuständigkeiten

Für die Eröffnung und Einrichtung des Twitter-Accounts, für Änderungen an den Einstellungen des Twitter-Accounts, für die Redaktion und das Monitoring ist ausschließlich das Referat PK als „Pressestelle des Bundeskartellamtes“ zuständig. Auch die Kommunikation mit dem Unternehmen Twitter Inc., das Akzeptieren von Änderungen der AGBs von Twitter, etc., liegt in der Zuständigkeit von PK.

Das Verfassen der Tweets sowie von Antworten auf Anfragen erfolgt über PK [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Das Monitoring wird vom Referat PK durchgeführt.

Die Tweets der Pressestelle werden ergänzt um Tweets der Leitung, bspw. mit Kommentaren und Einordnungen zu wettbewerbsrelevanten Themen sowie Tweets mit Bildern von Terminen und Veranstaltungen.

Um diese Tweets gesondert kenntlich zu machen und abzuheben, werden sie mit einem Kürzel („am“) versehen. Dass hinter diesem Kürzel der Präsident steht, wird in der Profilbeschreibung auf der Startseite des Accounts erläutert.

4. Inhalte und Themen

Um Kontinuität des Accounts zu gewährleisten, wird PK einen aktuellen Redaktionsplan vorhalten, mit dem Themen für die kommenden Wochen definiert werden.

Im Bereich Social Media und auch bei Twitter werden visuelle Inhalte immer wichtiger. Um die Attraktivität des Accounts ansprechend zu gestalten, sollte PK, soweit sinnvoll und möglich, Bilder und andere graphische Inhalte twittern. Wichtig ist dabei, dass bei der Verwendung von Bildmaterial jeder Art Urheber- und Nutzungsrechte nicht verletzt werden. Um Verstöße zu verhindern, wird PK vor Verwendung nicht selbst erstellter Inhalte die Rechte abfragen. PK wird zudem auf Bilder aus der Datenbank pixelio.de zugreifen, die bereits für den Online-Auftritt des Amtes verwendet wird. Die Nutzung der Bilder für Social Media ist bei pixelio.de explizit erlaubt, sofern das Copyright im Bild vermerkt ist und das Bild eine bestimmte Größe nicht überschreitet.

Mögliche Inhalte und Themen für Tweets und Retweets:

Tweets

- Pressemitteilungen (evtl. als „1.Tweet“), nach Möglichkeit mit Bild (vgl. Karussell-Meldungen auf bundeskartellamt.de), evtl. selbsterstellte Graphiken/Diagramme zu Verfahren, die zeitnah zur Pressemitteilung verschickt werden
- Hinweis auf Veröffentlichung von Entscheidungen, Fallberichten etc. auf der Website
- Termine von wettbewerbsrelevanten Veranstaltungen
- Externe Termine der Leitung
- Veranstaltungen per Twitter begleiten (z.B. IKK, Professorentagung, 60-Jahr-Feier des Bundeskartellamtes, Tag der offenen Tür der Bundesregierung)
- Hinweis auf die Veröffentlichung der aktuellen Zusammenschlussliste
- Stellenausschreibungen und Personalien
- Graphiken aus Publikationen (z.B. Broschüre zur Kartellverfolgung, Jahresbericht, Tätigkeitsbericht, Fallberichten)

Retweets

Der Retweet, die Weiterleitung eines Tweets, ist eines der am häufigsten verwendeten Werkzeuge auf Twitter.

Es werden nur solche Tweets weiter geleitet und ggfls. mit eigenem Kommentar versehen, die Themen und Aktivitäten der Behörde betreffen. Tweets von Kanzleien und Unternehmen werden zurückhaltend verwendet.

Beispiele:

- Retweets von Presse-Artikeln und Medienberichten, Videos und TV-Beiträgen, die über unsere Behörde und Verfahren berichten oder sich mit dem Wettbewerb/Wettbewerbsrecht befassen
- Kommentare anderer Nutzer zu unseren Themen und Aktivitäten
- Tweets von Teilnehmern an Veranstaltungen des Bundeskartellamtes oder mit Beteiligung des Bundeskartellamte
- Tweets anderer Wettbewerbsbehörden

5. Abstimmung

In größerem Ausmaß als die sonstige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine sinnvolle Nutzung des Mediums Twitter auf eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit angewiesen.

Tweets und Retweets werden deshalb vom [REDACTED]

[REDACTED] frei gegeben werden. [REDACTED]

In offensichtlich inhaltlich unkritischen Fällen kann [REDACTED] nach eigenem Ermessen Tweets freigeben. Ein solcher unkritischer Fall ist beispielsweise die Zweitverwertung einer bestehenden Sprachregelung oder Veröffentlichung.

Wettbewerbspolitische Äußerungen und Kommentare sollten hingegen grundsätzlich nur nach vorheriger Abstimmung mit der Leitung getweetet werden.

6. Wem folgen?

Es soll lediglich solchen Accounts gefolgt werden, die direkt etwas mit unserer Behörde und deren Themen sowie mit dem Thema Wettbewerb zu tun haben. Grundsätzlich sollte hier eher zurückhaltend vorgegangen werden. [REDACTED]

7. Monitoring

Eine kontinuierliche Beobachtung verschafft der Behörde einen Überblick über die Erwähnungen des Bundeskartellamtes. Meinungen, Meinungsbildner sowie Kritiker auf Twitter werden über das Monitoring ausgemacht. Häufungen kritischer Kommentare oder Themen können so zeitnah erkannt werden. Für das Social-Media-Monitoring können sowohl kostenlose Social-Media-Monitoring-Tools, als auch professionelle, kostenpflichtige Tools genutzt werden. Da das Bundeskartellamt mit Twitter lediglich in einem Social Media-Kanal aktiv ist, wird in einem ersten Schritt das Monitoring über die (kostenfreien) Suchfunktionalitäten von Twitter (erweiterte Suche und Tweet-Deck) durchgeführt. Weitere Anwendungen werden nach Bedarf geprüft.

Das Monitoring erfolgt zu den Dienstzeiten der Behörde durch das Referat PK [REDACTED]. Ein stichprobenartiges Monitoring findet zudem auch außerhalb der Dienstzeiten am Abend und am Wochenende statt.

8. Twitter-Unterseite auf www.bundeskartellamt.de

Auf der Website des Bundeskartellamts ist eine eigene (Unter-)Seite mit Informationen zu Twitter veröffentlicht, auf die über die Startseite zugegriffen werden kann. Der Zugriff erfolgt über das Symbol des Twitter-Vogels sowohl in der Service-Box als auch in der horizontalen Menü-Leiste am oberen Rand.

Auf dieser Twitter-Seite werden alle relevanten Informationen rund um Twitter veröffentlicht:

- Link zum Twitter-Account
- Exclaimer, dass unsere Behörde keinen Einfluss auf die Nutzungsbedingungen von Twitter hat sowie Link zur Seite mit Hinweisen zum Datenschutz auf bundeskartellamt.de. Diese Seite beinhaltet auch einen Absatz zum Datenschutz in sozialen Medien
- Hinweis auf die „Öffnungszeiten“ bei Twitter
- Hinweis, dass individuelle Anfragen aufgrund des Platzmangels nicht über Twitter beantwortet werden können und Bitte, eine Mail an das Info-Postfach zu schicken.
- Link zum Impressum, das um folgenden Zusatz ergänzt ist:

„Das Bundeskartellamt in sozialen Netzwerken

Dieses Impressum gilt auch für den Auftritt des Bundeskartellamtes im sozialen Netzwerk Twitter: <https://twitter.com/Kartellamt>

Fragen, Anregungen und Feedback können Sie gerne an die Adresse twitter@bundeskartellamt.bund.de richten.“

- Link zur Netiquette (s.u.)

9. Netiquette

Die auf der Internetseite des Amtes zu veröffentlichende „Netiquette“ definiert die Verhaltensregeln, die im Dialog mit unserer Behörde auf Twitter eingehalten werden

sollen. Sie stellt Regeln für eine respektvolle und konstruktive Diskussion auf. Beim Verstoß gegen diese Regeln besteht die Möglichkeit, Follower zu „blockieren“. Damit entzieht man diesen Followern den Zugriff auf den eigenen Twitter-Feed und entfernt sie von der Follower-Liste.

Es besteht zudem die Möglichkeit, (rechtswidrige) Tweets, die gegen die Twitter-Regeln verstoßen, Twitter zu melden. Das sind beispielsweise Tweets, in denen Gewalt angedroht wird, Hass geschürt oder diskriminiert¹ wird. Accounts und zugehörige Accounts, deren Inhaber gegen diese Regeln verstoßen, können zeitweise und/oder dauerhaft von Twitter gesperrt werden.

10. Twitter als Tool für Bürgeranfragen

Im Fall von Bürgeranfragen an das Bundeskartellamt über Twitter beantwortet PK diese – falls möglich – auf 140 Zeichen und/oder verweist/verlinkt auf Publikationen und Informationen auf der Website. Sollten die Anfragen aufgrund des Platzmangels, oder weil eine intensivere individuelle Prüfung nötig wäre, nicht via Twitter beantwortet werden können, schickt PK einen Tweet mit der Bitte, eine E-Mail an das Info-Postfach zu senden. [REDACTED]

Textvorschlag: „@xyz Für die Beantwortung Ihrer Frage reicht der Platz nicht. Wir antworten zeitnah auf Ihre E-Mail an info@bundeskartellamt.bund.de.“

Auf dieses Vorgehen wird auch auf der Twitter-Seite auf bundeskartellamt.de hingewiesen.

11. Krisenmanagement

Ob vereinzelte Kritik oder ausgewachsener Shitstorm: es ist in sozialen Medien wichtig, User-Kommentare richtig einzuschätzen und entsprechend mit ihnen umzugehen. In einer separaten Anlage (s. Anlage „Krisenpapier“) gibt PK einen internen Handlungsleitfaden vor, der umfasst, wie in einer Krise reagiert wird und wie in einem solchen Fall die Abstimmungswege verlaufen.

¹ Äußerungen, die aufgrund von Rasse, ethnischer Zugehörigkeit, nationaler Herkunft, sexueller Orientierung, Geschlecht, Geschlechtsidentität, religiöser Zugehörigkeit, Alter, Behinderung oder Krankheit erfolgen. Siehe <https://support.twitter.com/articles/87137#>.

12. Umsetzung: Einrichten des Accounts

- Name und Nutzername

Beim Einrichten des Accounts muss sowohl ein Name als auch ein Nutzername vergeben werden. Wichtig ist vor allem letzterer, da man über ihn bei Twitter identifiziert wird und an ihn Anfragen gerichtet werden. Zudem bildet er die URL des Profils bei Twitter. Vor dem Nutzernamen steht immer das „@“-Zeichen.

Als Namen für den Account wird „**Bundeskartellamt**“ verwendet, als Nutzernamen „**@Kartellamt**“.

- Profilbanner, Profilbild

Das Bild für das Profilbanner wird mit der Leitung abgestimmt. Bei allen verwendeten Bildern werden vorab die Rechte geklärt.

Das zu verwendende Profilbild ergibt sich aus einer verbindlichen Regelung im Styleguide der Bundesregierung².



- Twitter-Bio

Die Twitter-Bio stellt den Nutzer des Account vor. Ein Hinweis auf das Impressum der Website muss eingefügt sein. Insgesamt stehen dafür 160 Zeichen zur Verfügung. Der Text lautet:

„Hier twittert die Pressestelle des Bundeskartellamtes. Tweets des Präsidenten Andreas Mundt sind mit „AMundt“ gekennzeichnet. Impressum: <http://bit.ly/2m5OrHs>“

Ort: Bonn

Website: Bundeskartellamt.de

- E-Mail-Adresse

Dem Twitter-Account muss eine E-Mail-Adresse hinterlegt werden. An diese Adresse (twitter@bundeskartellamt.bund.de) können private Direktnachrichten gesendet werden. Zudem kommuniziert das Unternehmen Twitter über diese E-Mail mit den Nutzern. Ausschließlich die Mitarbeiter von PK haben Zugriff auf diesen Account.

²

https://styleguide.bundesregierung.de/Webs/SG/DE/OnlineMedien/SocialMedia/Basiselemente/Profilbilder/profilbilder_node.html?__site=SG

- Account verifizieren lassen

Für den Account bei Twitter stellt das Bundeskartellamt zeitnah eine Verifizierungsanfrage. Wird ihr stattgegeben, erhält der Account einen blauen Haken. Damit wird belegt, dass der Name des Accounts auch dem Inhaber entspricht. Eine Verifizierungsanfrage kann gestellt werden, sobald der Account veröffentlicht ist und erste Tweets versendet wurden.³

13. Sicher twittern

Bei der Nutzung von Twitter wird die „Informationen zur Absicherung von Twitter-Konten“, die die IT-Beauftragten des Bundeskartellamtes verfasst haben, beachtet (s. Anlage „Sicherheit“).

Dies umfasst auch die Festlegung, dass Twitter lediglich auf den Dienstrechnern der Mitarbeiter von PK und der Leitung sowie den in PK bzw. bei der Leitung vorhandenen Dienst-Handys genutzt wird. Privat-Handys werden nur in Ausnahmefällen verwendet.

Da das Twitter-Passwort von mehreren Nutzern verwendet wird, muss es sicher und auch praktikabel sein. Deshalb wird PK das Passwort auf der Grundlage der „BKartA-Passwortrichtlinie“ (siehe Intranet des Bundeskartellamtes) erstellen und erneuern und mit der IT-Sicherheit abstimmen.

14. Datenschutz

Der Beauftragte für den Datenschutz im Bundeskartellamt hat in seiner Stellungnahme zum vorläufigen Twitter-Konzept des Bundeskartellamtes vom 1. Juni 2017 keine datenschutzrechtlichen Bedenken geltend gemacht (siehe Anlage „Stellungnahme Datenschutzbeauftragter“).

³ <https://support.twitter.com/articles/20174918#>

Anlagen:

- Twitter-Auftritt des Bundeskartellamtes: Krisenpapier (Anlage „Krisenpapier“)
- Informationen zur Absicherung von Twitter-Konten (Anlage „Sicherheit“)
- Stellungnahme des Beauftragten für den Datenschutz des Bundeskartellamtes vom 1. Juni 2017 zum Twitter-Konzept des Bundeskartellamtes (Anlage „Stellungnahme Datenschutzbeauftragter“)