
Dienstanweisung zur Nutzung von sozialen Medien in der Öffentlichkeitsarbeit der Thüringer Polizei

Dokumentinformationen	
Geheimhaltungsstufe:	keine VS-Einstufung
Kurzbezeichnung:	DA SM
Sachgebiet:	DB
Dokumentart:	Dienstanweisung
Referenznummer:	DA_06/2016
Geschäftszeichen:	DB27-0123-1/2016
Dokumentstatus:	Vorlage
Version:	0.1
Datum:	01.06.2018
Inkrafttreten:	
Prüfdatum:	
Belehrung:	nein
	Zeitraum:

keine VS-Einstufung	DA SM	Inhalt
Gliederung		
<p>1 Einführung 1</p> <p>2 Inhalte und Ziele der Rahmendienstanweisung 1</p> <p>3 Allgemeine Nutzungshinweise und Empfehlungen 2</p> <p> 3.1 Rechtliche Aspekte 2</p> <p> 3.2 Zuständigkeiten 3</p> <p> 3.3 Feststellung polizeilich relevanter Inhalte..... 4</p> <p> 3.4 Umgang mit kritischen Inhalten..... 4</p> <p> 3.5 Informationsfluss..... 4</p> <p> 3.6 Themenpool..... 5</p> <p> 3.7 Layout..... 5</p> <p> 3.8 Datenmaterial 6</p> <p> 3.9 Interaktion..... 6</p> <p>4 Aufbau- und Ablauforganisation 6</p> <p> 4.1 Basisgrundsätze 6</p> <p> 4.2 Betreuung in der AAO 7</p> <p> 4.2.1 Monitoring 7</p> <p> 4.2.2 Überwachungspflichten innerhalb der Regeldienstzeit 7</p> <p> 4.2.3 Überwachungspflichten außerhalb der Regeldienstzeit 8</p> <p> 4.3 Betreuung beim Übergang zu BAO-Lagen 8</p> <p> 4.4 Betreuung in der BAO 9</p> <p>5 Kommunikation 10</p> <p> 5.1 Allgemeiner Sprachgebrauch 10</p> <p> 5.2 Krisenkommunikation..... 11</p> <p> 5.3 Massenkommentierungen..... 11</p> <p> 5.4 Missbrauch der Kanäle durch Spam 12</p> <p> 5.5 Mehrfach-Mentions 12</p> <p> 5.6 Besucherbeiträge/Bewertungsfunktion..... 12</p> <p>6 Nahtstellen 12</p> <p> 6.1 Landespolizeiinspektionen, Autobahnpolizeiinspektion, Bereitschaftspolizei Thüringen 12</p>		

keine VS-Einstufung	DA SM	Inhalt
6.2 Landeskriminalamt Thüringen.....		13
6.3 Thüringer Ministerium für Inneres und Kommunales		13
6.4 Bildungszentrum der Thüringer Polizei.....		13
7 Ausstattung		14
7.1 Benutzerverwaltung		14
8 Sonstiges		14
8.1 Aus- und Fortbildung.....		14
8.2 Fortschreibung/Anpassung		15

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 1 von 15
---------------------	-------	----------------

1 Einführung

Das Internet ist ein nicht mehr weg zu denkender Faktor in unserer modernen Gesellschaft. Mit dem Aufkommen der sogenannten sozialen Medien (Social Media) im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts wurden die Möglichkeiten menschlicher Interaktion über das Internet, auf eine neue Stufe gehoben. Charakteristisch ist hierbei die Beteiligungsphilosophie, die sich innerhalb der Social Media Netzwerke entwickelt hat.

Durch das polizeiliche Gegenüber wird Social Media zur gezielten Informationssteuerung genutzt. Inhalte werden teilweise auch ganz bewusst falsch oder ungeprüft weitergeleitet und massenhaft und blitzschnell verbreitet. Social Media-Netzwerke sind zeitgemäße Formen der Kommunikation und Information. Gemäß PDV 100 soll sich die Polizei durch die Öffentlichkeitsarbeit um Bürgernähe bemühen. Geleistet werden soll der Kontakt über die Öffentlichkeitsarbeit. Dabei wird gemäß Punkt 3.14.3, PDV 100 auch die Nutzung von öffentlich zugänglichen elektronischen Medien, wie beispielsweise Social Media-Netzwerken, ausdrücklich erwähnt. Mittlerweile wird der Erfolg der polizeilichen Einsatzbewältigung an deren Akzeptanz in den sozialen Medien gemessen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in dieser Dienstanweisung darauf verzichtet, geschlechts-spezifische Formulierungen zu verwenden. Soweit personenspezifische Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Männer und Frauen in gleicher Weise.

2 Inhalte und Ziele der Rahmendienstanweisung

Die Rahmendienstanweisung beschäftigt sich mit der Nutzung von sozialen Medien im Rahmen der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit in der Allgemeinen Aufbauorganisation (AAO) und der Besonderen Aufbauorganisation (BAO). Ausgenommen von der Betrachtung und nicht Aufgabe der Pressestelle sind grundsätzlich:

- Die zielgerichtete und geplante Erhebung von Bestands-, Verkehrs- oder Inhaltsdaten aus dem Internet zum Zwecke der Straf- bzw. Ordnungswidrigkeitenverfolgung.
- Das anlassunabhängige ermittlungsinitierende Recherchieren in offenen Bereichen von Social Media-Netzwerken zur Bekämpfung der Internetkriminalität.
- Die Informationssuche und -sammlung in Social Media-Netzwerken als Basis zur Beurteilung der Veranstaltungs-, Versammlungs-, und Staatsschutzzlage.



keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 2 von 15
---------------------	-------	----------------

Primärziel

Die dauerhafte Integration der Social Media-Kanäle in die tägliche und einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit.

Ziele

- Erhöhung der Reichweite polizeilicher Informationen an die Öffentlichkeit (beispielsweise Warnhinweise und Fahndungsaufrufe)
- zielgerichtete und schnelle Information der Bürger durch lageorientierte Steuerung relevanter Inhalte (beispielsweise: Präventionskampagnen)
- (Rück-) Gewinnung der Deutungshoheit zu polizeilichen Sachverhalten
- Erhöhung der Akzeptanz polizeilicher Maßnahmen
- spezifische Auswertung der Userbeiträge und Nutzung zur polizeilichen Lagebewertung
- verbesserte Kommunikation mit Berufsbewerbern / Nachwuchswerbung
- zielgruppenorientierte und -angepasste Kommunikationsweise
- Verbesserung des Images der Polizei
- ungefilterte Steuerung von Medieninformationen an Bürgerinnen und Bürger
- Begleitung von Einsatzlagen in taktischen Belangen (z. B. Absperr- und Verkehrsmaßnahmen)

3 Allgemeine Nutzungshinweise und Empfehlungen

Bei der Nutzung von sozialen Medien für polizeiliche Zwecke handelt es sich um eine Unterstützungskomponente der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit sowie der allgemeinen Lagebewältigung.

3.1 Rechtliche Aspekte

Bei der Nutzung von sozialen Medien sind die rechtlichen Anforderungen auf den Gebieten

- Datenschutz
- Persönlichkeitsrecht
- Urheberrecht
- Impressumspflicht

zu beachten. Die Nutzungsmodalitäten für Social Media zur Unterstützung des polizei- und ordnungsrechtlichen sowie strafprozessualen Tätigwerdens richtet sich nach der gesetzlichen Ermächtigungsgrundlage unter Beachtung der gesetzlichen Form- und Ordnungsvor-

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 3 von 15
---------------------	-------	----------------

schriften.

Datenschutz

Bei der Betreuung der Social Media-Kanäle werden die allgemeinen Bestimmungen des Datenschutzes beachtet, insbesondere in Bezug auf die Erhebung, Verarbeitung und Übermittlung personenbezogener Daten:

- Von der Veröffentlichung personenbezogener Daten auf den polizeilichen Social Media-Kanälen ist abzusehen. Ausgenommen sind Fälle, in denen eine entsprechende Ermächtigungsgrundlage vorliegt.
- Fahndungsbilder sind über das Presseportal (newsaktuell / ots) zu veröffentlichen und lediglich auf den sozialen Medien per Linklösung zu integrieren.
- Der Nutzerkreis ist auf eingewiesene Sachbearbeiter zu beschränken.

Persönlichkeits- und Urheberrecht

Insbesondere das Recht auf informationelle Selbstbestimmung (Art. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 Grundgesetz) sowie die Regelungen des § 1 Urheberrechtsgesetz Schutz von Werken der Literatur, Kunst & Wissenschaft sowie des § 2 UrhG (speziell in Hinblick auf Sprachwerke, Werke der Musik, Lichtbildwerke, Filmwerke) sind zu beachten.

Impressumspflicht

Die Polizei Thüringen unterliegt einer Impressumspflicht, d.h. die Behörde hat die Informationspflichten nach § 5 Telemediengesetz und §§ 54, 55 Rundfunkstaatsvertrag für geschäftsmäßig genutzte Telemedien zu beachten. Das Impressum muss nach § 5 Abs. 1 TMG: „leicht erkennbar, unmittelbar, erreichbar und ständig verfügbar“ sein. Dies ist immer zu gewährleisten.

3.2 Zuständigkeiten

Die Landespolizeidirektion (LPD), das Landeskriminalamt Thüringen (TLKA), die Landespolizeiinspektionen (LPI), die Autobahnpolizei (API) sowie die Bereitschaftspolizei Thüringen (BPTh) werden aufgrund ihrer Außenwirkung durch den Bürger als eine Polizei Thüringen (Gesamtinstitution bzw. „Marke“) wahrgenommen. Die LPD betreibt demzufolge zentral alle Social Media-Kanäle unter dem Namen „Polizei Thüringen“. Die nachgeordneten Behörden der LPD betreiben keine eigenen Social Media-Auftritte. Auf „Polizei Thüringen“ können Inhalte der nachgeordneten Behörden veröffentlicht werden, die abschließende Entscheidung



keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 4 von 15
---------------------	-------	----------------

darüber obliegt der LPD. Lediglich das Bildungszentrum der Thüringer Polizei verfügt über eigene Accounts¹ zum Zweck der Nachwuchsgewinnung. Diese Seiten werden unter der Bezeichnung „Polizei Thüringen Karriere“ betrieben.

3.3 Feststellung polizeilich relevanter Inhalte

Durch die Nutzung von Social Media können Inhalte mit polizeilicher Relevanz festgestellt werden. Zur Gewährleistung einer qualitativ hochwertigen Sachbearbeitung sind bei der Bearbeitung polizeilich relevanter Sachverhalte Erstmaßnahmen nach dem Handlungsschema Erstmaßnahmen (Anlage 2) zu veranlassen.

3.4 Umgang mit kritischen Inhalten

Die sozialen Netzwerke eröffnen den Nutzern die Möglichkeit, Beiträge zu kommentieren, private Nachrichten zu senden und die Polizei Thüringen in Beiträgen zu markieren. Auf derartige Social Media-typische Funktionen hat die Polizei Thüringen keinen Einfluss. Somit besteht die potentielle Möglichkeit diffamierender, beleidigender oder sonstiger rechtswidriger Äußerungen. Derartige Kommentierungen können verborgen oder gelöscht werden. Wegen der Öffentlichkeitswirksamkeit ist dabei ein hohes Maß an Sensibilität, unter Berücksichtigung des Art. 5 GG (Meinungsfreiheit), anzulegen. Inhalte, die sich kritisch mit der Polizei auseinandersetzen, werden grundsätzlich geduldet. Damit einhergehend ist die strafrechtliche Relevanz zu prüfen.

In Rede stehende Kommentare und Userprofile werden per Screenshot gesichert und zur Prüfung an die zuständigen Bereiche weitergeleitet. Nichtöffentliche Nachrichten werden entsprechend auf strafrechtliche Relevanz geprüft und dokumentiert.

Die Sicherung von Inhaltsdaten erfolgt grundsätzlich über die Screenshotfunktion² und eine begleitende schriftliche Sachverhaltsschilderung. Das Kopieren relevanter Texte sowie anschließendes Einfügen in Textdokumente ist für die erforderlichen Prüfungszwecke nicht ausreichend.

3.5 Informationsfluss

Zur Gewinnung von Informationen aus der aktuellen Lage und zur Gewährleistung eines inhaltsgleichen Informationsflusses erfolgt der regelmäßige Informationsaustausch der

¹ Account = Benutzerkonto

² Screenshot = Bildschirmfoto

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 5 von 15
----------------------------	--------------	-----------------------

Sachbearbeiter der Pressestelle der LPD mit der Abteilung 1 und den Pressestellen der LPlen, API und TLKA. Zudem wertet die Pressestelle der LPD kontinuierlich die polizeiliche Lage aus und analysiert und bewertet diese auf Inhalte, welche zur Veröffentlichung in den sozialen Medien geeignet sind. Die Zusammenarbeit mit den LPlen, der Autobahnpolizeiinspektion und der Bereitschaftspolizei Thüringen richtet sich nach Punkt 6.1³ dieser Rahmen-dienstanweisung. Prädestinierte Sachverhalte werden durch die LEZ direkt der Pressestelle der LPD mitgeteilt.

3.6 Themenpool

Die Inhalte orientieren sich grundsätzlich an dem folgenden Themenspektrum:

- flexible Themen (u. a. Vorstellung von Abteilungen/Bereichen)
- freie anlassabhängige Themen (u. a. Präventionsthemen)
- termingebundene Themen (u. a. terminierte Veranstaltungen)
- tägliche Lage (u. a. Fahndungen, aktuelle Pressemeldungen)

Die jeweiligen Beiträge sollten bei ihrer Veröffentlichung durch geeignete Bild-, Video- und Tonbeiträge unterstützt werden, da visuelle und auditive Reize notwendige Elemente von Social Media sind.

Zur Fortschreibung des Themenpools und Evaluation des eigenen Auftrittes finden regelmäßige Meinungs- und Erfahrungsaustausche der Pressestelle der LPD mit den Abteilungen, benachbarten und nachgeordneten Behörden sowie den Polizeien anderer Länder und des Bundes statt.

3.7 Layout

Die Social Media-Accounts eines Bereiches sollen zum Zweck der Widererkennung grundsätzlich eine optische Einheitlichkeit aufweisen. Die Modifizierung der Stilmittel ist möglich und gewollt, um die Seiten zeitgemäß und interessant zu gestalten. Folgende Grundsätze sind anzustreben:

- Branding von eigenem Bild- und Videomaterial,
- Teaserbild mit Banner,

³ Punkt 6.1. beinhaltet die Nahtstellen (LPlen, API, BPTh)

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 6 von 15
<ul style="list-style-type: none"> ➤ optische Einheitlichkeit der Texte, Überschriften etc. sowie ➤ Symbolbilder für Fahndungen, Zeugenaufrufe, Vermisste. 		
<h3>3.8 Datenmaterial</h3> <p>Das genutzte Datenmaterial soll primär aus eigenen Quellen bzw. aus eigener Herstellung stammen. Hierfür ist eine Zuarbeit der nachgeordneten Behörden zwingend erforderlich. Es dürfen ausschließlich solche Bilder oder Logos in Facebook eingestellt werden, deren Urheberrechte im Besitz der Polizei Thüringen sind. Illustrationen anderer Urheberrechtseigentümer dürfen nur mit deren Zustimmung und unter Angabe der Quelle verwendet werden. Urheberrechtsfreie Bilder dürfen, nach sorgfältiger Prüfung, ebenfalls verwendet werden. Sollte kein eigenes Datenmaterial verfügbar sein, ist es legitim, Bild-, Ton- und Videomaterial online oder anderweitig von geeigneten Stellen zu erwerben. Zwingend zu beachten ist, dass die Nutzung den Bestimmungen des Urheberrechtes unterliegt.</p>		
<h3>3.9 Interaktion</h3> <p>Social Media-typische Interaktionswerkzeuge, wie das „Teilen“ oder „Likern“ sind ausdrücklich zur Reichweiterhöhung und zur gegenseitigen Unterstützung der Accounts zu gebrauchen und sollten regelmäßig als Mittel für diesen Zweck eingesetzt werden. Dabei ist eine genaue Abwägung, insbesondere unter Maßgabe der Neutralitätspflicht, zu treffen.</p>		
<h2>4 Aufbau- und Ablauforganisation</h2> <p>Die Festlegung von Anwendungsgrundsätzen im Social Media ist Voraussetzung für professionelles und erfolgreiches taktisches Handeln. Dementsprechend wurden unter Punkt 3 bereits allgemeine Nutzungshinweise und Empfehlungen für die Betreuung definiert. Darüber hinaus sind Regelungen für die AAO und die BAO definiert.</p>		
<h3>4.1 Basisgrundsätze</h3> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Die Verantwortlichkeit für die Betreuung der Social Media-Kanäle der Polizei Thüringen obliegt der Pressestelle der LPD. Für die Aufgabe werden Polizeivollzugsbeamte in der internen Geschäftsverteilung der Pressestelle mit der Aufgabe „Social Media Redakteure“ betraut. Diese bilden das „Social Media-Team der Polizei Thüringen“ (Kurz: „Social Media-Team“). ➤ Facebook und Twitter stellen derzeit die zentralen Social Media-Kanäle der Polizei Thüringen dar. Entsprechend der gesellschaftlichen und technischen Entwicklung der Netz- 		
<p>Status: Vorlage • Version: 0.1 • 01.06.2018</p>		<p>Landespolizeidirektion</p> 

werke können perspektivisch weitere Kanäle bedient bzw. andere Gewichtungen gesetzt werden.

- Die Social Media-Kanäle der Polizei Thüringen werden nicht als Ermittlungsaccounts genutzt.
- Plötzliche Systemumstellungen in den Netzwerken sind bei der Betreuung der Kanäle zu berücksichtigen. Diesbezüglich erfolgt die regelmäßige Überprüfung der Einstellungen durch das Social Media-Team.
- Monitoring⁴ ist für alle Kanäle erforderlich und muss 24/7 gewährleistet sein.
- Alle Kommentare, Erwähnungen, Verlinkungen usw. sind zu prüfen.
- Auf Nutzeranfragen ist zeitnah zu reagieren. Die Interaktion soll stets gefördert werden.

4.2 Betreuung in der AAO

4.2.1 Monitoring

Das Monitoring hat grundsätzlich 24/7 zu erfolgen, Einzelheiten hierzu sind in den fortfolgenden Punkten definiert.

Für ein lückenloses und zeitgemäßes Monitoring ist eine spezielle, für diesen Zweck beschaffte Software zu verwenden. Je nach Volumen der zu überwachenden Accounts ist die Software mit ausreichend Zugangsaccounts anzupassen bzw. zu erweitern, um einen reibungslosen Ablauf in allen denkbaren Lagen zu gewährleisten.

4.2.2 Überwachungspflichten innerhalb der Regeldienstzeit

Die Betreuung während der Regelarbeitszeit erfolgt grundsätzlich an Werktagen, montags bis freitags von 07:00 Uhr bis 15:30 Uhr, durch die Pressestelle der LPD.

Sie umfasst:

- Administration der jeweiligen Social Media-Kanäle
- Monitoring der Auftritte
- Auswertung von Statistikdaten und Inhalten
- Anfertigen und Veröffentlichen von Beiträgen und Bild- und Videomaterial
- Community Management⁵:

⁴ Aus dem Englischen, hier in der Bedeutung Überwachung/Beobachten der Kanäle.

⁵ Aus dem Englischen, Gemeinschafts-Management. Form der Führung einer Online-Gemeinschaft.



keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 8 von 15
<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommunikation mit Nutzern, Beantwortung der Anfragen von Usern ○ Moderation des Forums ○ Erkennen und Bewerten von Stimmungen ○ Bewertung der Kommentare, ggf. verbergen/löschen ○ Einleiten strafrechtlicher Prüfung <p>➤ Vornahme von Benachrichtigungs- und Beitragseinstellungen</p> <p>➤ Sicherung von Inhalten im Bedarfsfall</p> <p>➤ Verwaltung der Accountdaten</p>		
<p>Sollten sich aus den Inhalten der Social Media-Kanäle konkrete polizeiliche Einsatzanlässe der Gefahrenabwehr oder Strafverfolgung ergeben, welche keinen Aufschub gestatten, so sind diese umgehend der LEZ zu übermitteln. Diese übernimmt die Einleitung der polizeilichen Maßnahmen nach pflichtgemäßem Ermessen. Relevante Inhalte, welche keine sofortigen Maßnahmen erfordern, werden durch die Pressestelle der LPD direkt den örtlich zuständigen Dienststellen zugeleitet.</p> <p>Sollte ausnahmsweise während der Regelarbeitszeit keine vollumfängliche Betreuung durch die Pressestelle der LPD möglich sein, erfolgt die Überwachung entsprechend der Betreuung außerhalb der Regelarbeitszeit.</p>		
<h4>4.2.3 Überwachungspflichten außerhalb der Regeldienstzeit</h4> <p>Außerhalb der Regelbetreuungszeit übernimmt die LEZ die Überwachung der Social Media-Kanäle mittels einer bereitgestellten Monitoring-Software. Die Überwachungspflicht beinhaltet ausschließlich die Überwachung (Monitoring) der einlaufenden Tickets. Polizeilich relevante Inhalte sind in diesem Rahmen nach pflichtgemäßem Ermessen zu bewerten. Entsprechende Maßnahmen der Gefahrenabwehr oder Strafverfolgung sind im Bedarfsfall einzuleiten (Anlage 2).</p> <p>Beim Auftreten von Inhalten, welche eine unverzügliche und öffentlich sichtbare Reaktion in Social Media erfordern ist grundsätzlich ein Sachbearbeiter der Pressestelle der LPD Social Media-Team, zu informieren. Entsprechende Erreichbarkeiten sind in der LEZ hinterlegt. Unabhängig davon ist die LEZ berechtigt, bei Bedarf eigenständig öffentlich sichtbare Kommentare zu verbergen.</p>		
<h4>4.3 Betreuung beim Übergang zu BAO-Lagen</h4> <p>In Sofortlagen innerhalb der Regeldienstzeit entscheidet grundsätzlich die Pressestelle der</p>		



keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 9 von 15
<p>LPD über die Einleitung von Begleitmaßnahmen in Social Media. Die Begleitung bis zum Aufbau der BAO erfolgt in enger Abstimmung mit der LEZ und der örtlich zuständigen Pressestelle. Mit Übernahme durch einen Polizeiführer obliegt diesem die Entscheidungsgewalt. Bei Sofortlagen außerhalb der Regeldienstzeit kann der Schichtleiter der LEZ eine Begleitung in den sozialen Medien anregen. Die Abstimmung mit der Pressestelle richtet sich nach Punkt 4.2.3⁶ dieser Rahmendienstanweisung. Je nach Lage ist die Einbindung des Social Media-Teams zu prüfen. Über eine Alarmierung entscheidet der Polizeiführer.</p>		
<h4>4.4 Betreuung in der BAO</h4> <p>Im Rahmen der Einsatzvorbereitung und Planung entscheidet der Polizeiführer, ob Einsätze durch die Nutzung von Social Media unterstützt werden sollen. Die Anforderung erfolgt über das Sachgebiet 11 der LPD. Dabei besteht die Möglichkeit, die Sachbearbeiter Social Media anzufordern. Eine Herausgabe/Anforderung der Zugangsdaten zu den „Polizei Thüringen“ Accounts ist ausgeschlossen.</p>		
<p>Die abschließende Festlegung über die Einsatzbeteiligung trifft die Leitung des Direktionsbüros der LPD.</p>		
<p>Um einen einheitlichen Sprachgebrauch im Einsatz zu gewährleisten, soll die Bedienung der Social Media Kanäle zentral von einer Stelle aus erfolgen. Hierbei werden grundsätzlich folgende Möglichkeiten der Anbindung empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Unterstellung an den Polizeiführer bzw. die Führungsgruppe ➤ Eingliederung in den Einsatzabschnitt einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit, gegebenenfalls als Unterabschnitt ➤ ggf. Einrichtung eines eigenen Einsatzabschnittes „Social Media“ 		
<p>In Abhängigkeit von Einsatzanlass, der Größe der BAO sowie der Bedeutung von Social Media für den Einsatz Erfolg kann sich eine Untergliederung des Einsatz- bzw. Unterabschnittes Social Media erforderlich machen. Dabei sollten folgende Aufgaben und Verantwortlichkeiten in Betracht gezogen werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ EA/UA-Führer ➤ Monitoring 		
Status: Vorlage • Version: 0.1 • 01.06.2018	Landespolizeidirektion 	

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 10 von 15
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informationssteuerung Social Media (ggf. kanalbezogen) ➤ Informationsmanagement BAO (Sammlung von Informationen aus der polizeilichen Lage und Steuerung in die BAO) ➤ Verbindungsbeamte mit Schnittstellenfunktionen ➤ mobile Teams im Einsatzraum zur Informationsbeschaffung <p>Zur Gewährleistung einer qualitativ hochwertigen Social Media-Betreuung arbeiten die Einsatzabschnitte sowie die Führungsgruppe den EA/UA Social Media aktiv Informationen aus dem Einsatz zu. Die Social Media Komponente steuert relevante Informationen aktiv in die BAO.</p> <p>In BAO-Lagen obliegt es dem Polizeiführer (bzw. der Einsatzabschnittsführung), bestimmte Inhalte mit einem Autorisierungsvorbehalt zu versehen.</p> <h2>5 Kommunikation</h2> <h3>5.1 Allgemeiner Sprachgebrauch</h3> <p>Der allgemeine Sprachgebrauch in den Social Media-Netzwerken unterscheidet sich deutlich von dem in klassischen Medien. Entsprechend ist Social Media-typisches Kommunizieren mit den polizeilichen Medieninformationen in Einklang zu bringen. Grundsätzlich ist die Kommunikation authentisch, kompetent, transparent und dialogorientiert zu gestalten.</p> <p>Die Kommunikation soll sich daher an den Besonderheiten, Bedürfnissen und Anforderungen der Zielgruppe orientieren. Vor diesem Hintergrund verbietet sich grundsätzlich die Verwendung einer reinen Polizeisprache in den Social Media-Kanälen. Stattdessen ist explizit ein deutlich unbehördlicher, aber dennoch souveräner Duktus anzuwenden. Entsprechend der Öffentlichkeit der Netzwerke sollten das „Sie“ und das direkte „Du“ vermieden und das „Ihr“ und „Euch“ bei der Ansprache der User bevorzugt werden. Bei direkten Antworten ist es zulässig, die Person mit dem Facebook- bzw. Twitternamen anzusprechen.</p> <p>Bei aller Dynamik, die in der Kommunikation in Social Media-Netzwerken entstehen kann, haben die betreuenden Sachbearbeiter rational und überlegt zu handeln. Im Zweifel hat die Kommunikation in Abstimmung mit dem Vorgesetzten oder dem Polizeiführer zu erfolgen. Die Möglichkeit der Abstimmung bzw. ein Autorisierungsvorbehalt ist zu beachten. Alle von</p> <hr/> <p>⁶ Überwachungspflichten außerhalb der Regeldienstzeit</p>		
Status: Vorlage ♦ Version: 0.1 ♦ 01.06.2018	Landespolizeidirektion 	

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 11 von 15
---------------------	-------	-----------------

den Dienststellen übermittelten Informationen werden von der Pressestelle der LPD netzwerkgerecht aufbereitet, Informationen der Dienststellen sind an keine Form gebunden.

5.2 Krisenkommunikation

Der Einsatz von Social Media in der Krisenkommunikation ist mittlerweile ein weitverbreitetes und hilfreiches Medium. Die Erfahrung anderer Länderpolizeien zeigt, dass die Anwendung von Social Media in herausragenden Lagen einer höchst einsatzspezifischen Konfiguration bedarf und von einer Vielzahl nicht vorhersehbarer Faktoren beeinflusst wird. Demzufolge wird auf ein ganzheitliches Krisenkommunikations- und/oder Shitstormkonzept verzichtet.

Entsprechend der Einsatzgrundsätze der PDV 100 und der Konzeption zu „Lebensbedrohlichen Einsatzlagen“ werden Handlungskonzepte für ausgewählte Lagen vorgehalten. Dabei werden auch Nahtstellen zu anderen Polizeien und Bereichen der öffentlichen Verwaltung in die Vorbereitung einbezogen.

Grundsätzlich gelten die allgemeinen Grundsätze der Krisenkommunikation:

- Offenheit
- Transparenz
- Glaubwürdigkeit
- Dialogorientierung

5.3 Massenkommentierungen

Im Falle einer Flut, insbesondere diskreditierender Kommentare und Nachrichten („Shitstorm“) entscheidet die Pressestelle der LPD sachverhaltsbezogen über das Fertigen von Gegendarstellungen oder das zielgerichtete Ausblenden von Beiträgen.

Im Falle eines aktiven Agierens werden nur eindeutig verifizierbare Informationen gesteuert. Die Kommunikation erfolgt nach den unter Pkt. 5.2⁷ genannten Grundsätzen.

Bei organisationsübergreifenden Massenkommentierungen sind das Vorgehen und die Kommunikationsstruktur mit den ebenfalls betroffenen Bereichen der öffentlichen Verwaltung bzw. sonstigen Personen und Institutionen abzustimmen.

⁷ Abschnitt über Krisenkommunikation

5.4 Missbrauch der Kanäle durch Spam

Beiträge, in denen die Social Media-Kanäle der Polizei Thüringen offensichtlich zur Verbreitung fremder, insbesondere gewerblicher Inhalte missbraucht werden, sind zu verbergen. Der Nutzer, von dem der Spam ausgeht, ist zu blockieren.

5.5 Mehrfach-Mentions

Im Falle von Mehrfach-Mentions mit möglichem strafrechtlich relevantem Inhalt gilt grundsätzlich das Tatortprinzip, sofern dies nachvollziehbar ist. Das bedeutet, dass die Strafverfolgung durch die örtlich zuständige Behörde zu erfolgen hat. Eine entsprechende Abstimmung erfolgt direkt innerhalb der jeweiligen Social Media-Teams der Behörden, insbesondere, wenn kein Tatort erkennbar ist.

Als Rückfallebene erfolgt die Bearbeitung durch die Behörde, die zuerst in der Mehrfach-Mention benannt wurde. Dieser Behörde obliegt dann die Einleitung entsprechender Maßnahmen inklusive der erforderlichen Dokumentation.

5.6 Besucherbeiträge/Bewertungsfunktion

Dem Social Media-Team obliegt die vollständige alleinige Seitenadministration ihrer Accounts. Entsprechend ist es nicht zu genehmigen, dass Besucher eigene Beiträge auf den polizeilichen Kanälen veröffentlichen dürfen. Solche Besucherbeiträge sind allerdings nicht zu verwechseln mit Besucherkommentaren, diese sind explizit erwünscht.

Durch die Administratoren sind die Funktion für Besucherbeiträge und die Bewertungsfunktion zu deaktivieren. Ebenso muss die Einordnung der Fanpage in eine adäquate Kategorie erfolgen, hierfür sind die unter Punkt 4.1 benannten Basisgrundsätze zu berücksichtigen.

6 Nahtstellen

6.1 Landespolizeiinspektionen, Autobahnpolizeiinspektion, Bereitschaftspolizei Thüringen

Um einen hochwertigen Social Media-Auftritt der Polizei Thüringen zu gewährleisten, ist es unabdingbar, alle Beschäftigten der Thüringer Polizei grundlegend zu sensibilisieren. Die Pressestelle der LPD unterhält diesbezüglich einen eigenen Intranetauftritt unter der Rubrik „ÖA/Social Media“. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, die Social Media-Redakteure der LPD zum Beispiel im Rahmen von Schulungstagen anzufordern und so die Akzeptanz im nachgeordneten Bereich zu fördern und Verhaltensregeln für das Agieren der Kolleginnen

und Kollegen in den sozialen Medien (Guidelines⁸) zu vermitteln.

Für die Erarbeitung passender Inhalte (aus der Tageslage) ist eine verlässliche Zuarbeit durch die LPlen erforderlich. Vorrangig sind die Pressestellen der LPlen angehalten, entsprechende Medieninformationen zeitnah an die Pressestelle der LPD zu steuern und sofern möglich mit Bild- und/oder Videomaterial zu unterlegen. In ad hoc-Lagen kann auch direkt von den Einsatzkräften vor Ort eine Information an die Pressestelle der LPD erfolgen.

6.2 Landeskriminalamt Thüringen

Inhalte und Medieninformationen des TLKA, die für die Veröffentlichung in den Sozialen Medien geeignet erscheinen, werden durch die Pressestelle des TLKA zugearbeitet und nach Prüfung durch die Pressestelle der LPD veröffentlicht. Die abschließende Entscheidung über die Veröffentlichung trifft die Pressestelle LPD.

Ein eigenständiger Zugang zu den Accounts von „Polizei Thüringen“ durch das TLKA besteht nicht.

6.3 Thüringer Ministerium für Inneres und Kommunales

Das Thüringer Ministerium für Inneres und Kommunales (TMIK) betreibt eigenständige Social Media-Accounts. Diese werden ausschließlich durch das TMIK betreut, dies beinhaltet insbesondere die Administrationsrechte und das Monitoring.

Die LPD kann aktiv zur Erhöhung der Beitragsreichweite des TMIK beitragen, sofern die Beiträge Polizeibezug haben.

6.4 Bildungszentrum der Thüringer Polizei

Das Bildungszentrum der Thüringer Polizei (BZThPol) betreibt eigenständige Social Media-Accounts. Diese Accounts werden ausschließlich durch Beschäftigte des BZThPol betreut, inhaltlich insbesondere die Administrationsrechte und das Monitoring.

Die LPD kann aktiv zur Erhöhung der Beitragsreichweite des BZThPol beitragen.

⁸ Guideline = Richtlinien, siehe Anlage 3

7 Ausstattung

Die Social Media-Kanäle repräsentieren die Polizei Thüringen als fortschrittliche und professionelle Polizeiorganisation in der digitalen Welt. Um dieser Aufgabe entsprechend nachkommen zu können, muss die Pressestelle der LPD über eine moderne und zeitgemäße technische Ausstattung verfügen.

Hierzu liegen entsprechende Fachkonzepte vor, welche regelmäßig evaluiert und gegebenenfalls einer Aktualisierung unterzogen werden.

7.1 Benutzerverwaltung

Die Administratorenrechte an den Accounts der Thüringer Polizei liegen in der Pressestelle der LPD. Durch die Pressestelle der LPD werden mehrere personifizierte Profile verwaltet, zur Betreuung genutzt und Administrations- bzw. Redakteursrollen zugewiesen.

Zum Schutz vor unberechtigten Zugriffen ist ein besonders sensibler Umgang mit den Zugangsdaten zu gewährleisten. Sie sind generell unter Verschluss aufzubewahren. Die Zugangsdaten sind in der Pressestelle hinterlegt und müssen regelmäßig geändert werden. Die Adminzugänge werden nur für das Verwalten der Accounts und nicht für die tägliche Arbeit genutzt. Die Zugangsdaten werden nicht auf einem mobilen Gerät mitgeführt.

8 Sonstiges

8.1 Aus- und Fortbildung

Zur Gewährleistung einer qualitativ hochwertigen Arbeit ist für die Sachbearbeiter im Bereich Social Media die Grundqualifikation „Social Media Manager“ durch Lehrgang zu erwerben.

Für die Sachbearbeiter der Pressestelle der LPD werden regelmäßig Lehrgänge und wiederkehrende Fortbildungszeiten vorgesehen. Mindestens sollten diese Lehrgänge folgende Themen beinhalten:

- ästhetische Fotografie
- Bildbearbeitung
- Videobearbeitung
- Pressesprecherschulung
- Rhetorik
- Kameratraining

keine VS-Einstufung	DA SM	Seite 15 von 15
➤ Medienrecht		
Im Hinblick auf die Entwicklung und die bundeslandübergreifende Verknüpfung der Behörden im Bereich Social Media ist die Teilnahme an Workshops, Arbeitstreffen, Barcamps anzustreben.		
Die Beschäftigten der LEZ werden durch die Pressestelle der LPD in die technischen Abläufe eingewiesen und aufgabenspezifisch geschult.		
8.2 Fortschreibung/Anpassung Die Pressestelle der LPD reflektiert fortwährend das Layout und die Inhalte der Social Media Kanäle und passt diese an aktuelle Entwicklungen und Ereignisse an. Diese Rahmendienstanweisung ist jährlich zu prüfen und zu evaluieren.		
Uwe Brunnengräber		
Status: Vorlage ◆ Version: 0.1 ◆ 01.06.2018		
Landespolizeidirektion 		

keine VS-Einstufung	DA SM	Anlagen
<h2>Anlagenverzeichnis</h2> <hr/>		
<p>Anlage 1 Fachwortverzeichnis</p> <p>Anlage 2 Handlungsschema Erstmaßnahmen Social Media</p> <p>Anlage 3 Social Media Guidelines</p>		
Status: Vorlage ◆ Version: 0.1 ◆ 01.06.2018	Landespolizeidirektion	



Anlage 1 - Fachwortverzeichnis

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 1
Account	Englisch für Benutzerkonto. Ein Account ist eine Zugangsbe-rechtigung zu einem zugangsbeschränkten IT- System (hier: Social Media-Plattform). Der Benutzer muss sich üblicherweise beim Einloggen mit einem Benutzernamen und einem Passwort authentifizieren.	
Blog	Ein auf einer Webseite und damit meist öffentlich geführtes Tagebuch/Journal/Internetpublikation. Mindestens eine Person führt hier Aufzeichnungen und protokolliert Sachverhalte, Gedanken und Meinungen zu spezifischen Themen in der Ich-Form. Die Tätigkeit des Schreibens wird „Bloggen“ ge-nannt.	
(online-) Community	Englisch „Community“ = Gemeinschaft. Eine Community ist eine organisierte Gruppe von Menschen, die (hier: online) im Internet miteinander kommunizieren und teilweise im virtuel- len Raum interagieren. Auf der technischen Grundlage eines Sozialen Netzwerkes, das als Plattform zum wechselseitigen Austausch von Meinungen, Erfahrungen und Informationen eingesetzt wird, ergibt sich ein abgrenzbares Netzwerk von Nutzern mit von ihnen erzeugten Inhalten (engl. „content“).	
Community Management	Ist die Form der Führung einer Online-Community. Commu-nity Management fungiert als Bindeglied zwischen dem Sei-tenbetreiber und den Benutzern.	
Contentplan	Der Contentplan ist das Herzstück der Social Media-Tätigkeit. Es handelt sich um die Planung zur zielgerichteten	

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 1
Steuerung von Inhalten auf den genutzten Social Media-Kanälen. Er umfasst die Arten, Themen und Zeitabstände der Inhalte. Die Inhalte können im Entwurf bereits mit Text und Bild vorgeplant werden. Der Contentplan wird fortlaufend redaktionell befüllt und gliedert sich in der Art eines Kalenders.		
Facebook		
	Ein Soziales Netzwerk, das von der gleichnamigen US-amerikanischen Firma facebook.inc betrieben wird. Der Name bezieht sich auf die sogenannten „Facebooks“ (Jahrbücher) mit Abbildungen von Studenten, die an manchen US-amerikanischen Colleges verteilt werden.	
Fanpage		
	Bezeichnet eine Webseite, auf der gezielte Informationen über eine Person des öffentlichen Lebens oder ein bestimmtes Hobby bereitgestellt werden. Ziel der Autoren solcher Webseiten ist es, das eigene Interesse mit Gleichgesinnten zu teilen oder Interesse zu wecken.	
Guidelines		
	Handlungsorientierungen oder Rahmenbedingungen für den Anwender, hier für das Einstellen von Inhalten in Soziale Netzwerke.	
Hashtag		
	Ist eine Social Media-spezifische Wortfindung aus „hash“ (engl. Doppelkreuz) und „tag“ (engl. Schlagwort). Fungiert als Metakommentierung und Verschlagwortung innerhalb eines Fließtextes. Twitter nutzt Hashtags beispielsweise, um die Suche innerhalb des Netzwerks nach Begriffen oder Themen zu ermöglichen.	

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 1
Influencer	Vom englischen „influence“ (beeinflussen). Ist ein Begriff für eine Person, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in den Sozialen Netzwerken für das Marketing interessant wird. Die Person kann durch das gezielte Streuen von Informationen die Benutzer beeinflussen und trägt zur Meinungsbildung bei.	
LTE	Abkürzung für „Long Term Evolution“, ist eine Bezeichnung für den Mobilfunkstandard der vierten Generation.	
Mention	Der Begriff stammt aus dem Englischen und bedeutet „Erwähnung“ oder „Nennung“. Mit vorangestelltem @-Zeichen ein Werkzeug, um einen Account zu erwähnen. Als Mehrfach-Mentions bezeichnet man eine Aufzählung von Accounts.	
Mikroblogging	Eine Form des Bloggens, bei der die Benutzer kurze, SMS-ähnliche Textnachrichten veröffentlichen können. Die Länge der Nachrichten beträgt beim Mikroblogging-Dienst Twitter aktuell 280 Zeichen. Die Postings sind privat oder öffentlich zugänglich und werden chronologisch dargestellt.	
Monitoring	Oberbegriff für alle Arten der systematischen Erfassung, Messung, Beobachtung und Überwachung eines Vorgangs oder Prozesses mittels technischer Hilfsmittel. Im Social Media-Monitoring wird das Beobachten von Hashtags oder relevanten Seiten und Blogs per Software (Social Hub, Tweetdeck) gewährleistet und ist wichtig, um einen Eindruck über die	

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 1
	Reichweite und Thematik der öffentlichen Diskussion zu erhalten.	
Shitstorm	Bezeichnet im Deutschen das lawinenartige Auftreten negativer Kritik gegen eine Person oder ein Unternehmen im Rahmen von Sozialen Netzwerken, Blogs oder Kommentarfunktionen. Der Duden definiert einen Shitstorm als „Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internets, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht“.	
Soziale Medien/ Social Media	Digitale Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu erstellen. Der Begriff wird aber auch für die Beschreibung einer neuen Erwartungshaltung an die Kommunikation genutzt. Soziale Interaktion und kollaboratives Schreiben gewinnen in Sozialen Netzwerken zunehmend an Bedeutung und wandeln mediale Monologie (one to many) in sozial-mediale Dialoge (many to many).	
Social Media Kanal	Bezeichnung für die digitalen Plattformen, auf denen Social Media-Arbeit betrieben wird. Sie zeichnen sich durch gegenseitige Kommunikation und den interaktiven Austausch von Informationen aus. Aktuelle Social Media-Kanäle sind etwa Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat oder Pinterest (nicht abschließend).	

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 1
Teaser	In der Werbe- und Journalismussprache ein Anrisstext, der zum Weiterlesen, -hören oder -sehen verleiten soll. Er weist auf den eigentlichen Beitrag hin.	
Twitter	Ein Mikroblogging- Dienst des Unternehmens Twitter.inc. Auf Twitter können angemeldete Nutzer telegrammartige Nachrichten verbreiten. Die Nachrichten werden „Tweets“ (von „tweet“, engl. zwitschern) genannt.	
User	Aus dem Englischen mit der Bedeutung „Benutzer“, „Anwender“, „Verwender“. Der „User“ bezeichnet die reale Person, die den Computer benutzt. Aber auch das Mitglied einer Community oder ein Benutzerkonto, also einen Account mit Zugriffsrechten auf Computer oder Software.	



Anlage 2 - Erstmaßnahmen Social Media

keine VS-Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 2
---------------------	----------	----------

- **Information und ständige Unterrichtung der LEZ zur Einleitung polizeilicher Maßnahmen.**

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	

- **Meldung an die örtlich zuständige Dienststelle zur Einleitung weiterer Maßnahmen (ggf. Vorabinformation und Abstimmung zum weiteren Vorgehen je nach Delikt).**

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	

- **Sicherung der Benutzeroberfläche mit relevanten Inhalten per Screenshot.**

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	✓

- **Sicherung des Nutzerprofils per Screenshot (inkl. User-ID in Browserzeile). Identitätsprüfung.**

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	✓

- **Notfallanfrage an den Netzbetreiber stellen.**

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓		

Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.DA ÖA SM	Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. Anlage 1
---	--

- Je nach Lagebewertung: User in allgemeiner Form mitteilen, dass der Sachverhalt zur Kenntnis genommen wurde und ggf. weitere Maßnahmen eingeleitet wurden, evtl. für weitere Kommunikation auf Erreichbarkeiten außerhalb Social Media verweisen.

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	

- Meldung an Betreiber des Social Media Kanals, zur Entfernung des relevanten Inhalts.

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
✓	✓	✓	✓

- Information und Abstimmung zum weiteren Vorgehen mit Abteilung 3 der LPD.

Gefahrenabwehr (Leib und Leben)	Gefahrenabwehr (Allgemein)	Strafverfolgung	Beamten-/ Disziplinarrecht
			✓



Anlage 3 - Social Media Guidelines



Social Media Guidelines

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

soziale Medien gehören für viele von Ihnen längst zum privaten und zum Teil auch beruflichen Alltag. Doch welche Spielregeln gelten, wenn man sich als Behördenmitarbeiterin oder -mitarbeiter im Social Web bewegt?

Die nachstehenden Hinweise sollen helfen, bestehende Unsicher- oder Unklarheiten im Umgang mit Sozialen Medien, sowohl im dienstlichen als auch in Ihrem privaten Bereich zu beseitigen:

Schützen Sie Ihre Privatsphäre. Bedenken Sie, das Internet vergisst nichts! Alles, was Sie im Internet veröffentlichen, machen Sie einer breiten Masse zugänglich. Wie diese dann mit Ihren Angaben verfährt, entzieht sich Ihrer Kontrolle. Gehen Sie davon aus, dass Sie mit der Veröffentlichung nicht mehr selbst bestimmen können, was mit Ihren Inhalten geschieht. Egal, ob Sie Textbeiträge, Fotos oder Videos ins Internet einstellen. Diese Inhalte lassen sich in der Regel nicht mehr entfernen und können häufig auch nach Jahren noch aufgefunden werden. Bedenken Sie dies auch, wenn Sie Informationen über Dritte einstellen. Nutzen Sie daher die Möglichkeiten in den „Privatsphäre-Einstellungen“, um auch private Informationen nicht ungefiltert weiterzugeben! Wenn Sie nicht möchten, dass bestimmte Informationen über Sie oder auch Ihr familiäres Umfeld bekannt werden, sollten Sie diese erst gar nicht im Internet veröffentlichen! Bedenken Sie, dass auch Freunde und Bekannte Informationen veröffentlichen, verteilen oder weitergeben können! Der Schutz privater Informationen durch besondere Maßnahmen, wie beispielsweise die Einrichtung ei-

keine VS- Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 3
ner Auskunftssperre, ist wirkungslos, wenn Sie diese Informationen über das Internet verfügbar machen.		
<p>Bedenken Sie mögliche Konsequenzen für zukünftige Verwendungen. Natürlich ist es schön, wenn man über das Internet Kontakte knüpfen oder Freundschaften pflegen kann. Dabei kann man Informationen über die eigene Person auf einfache und anschauliche Art vielen Menschen zugänglich machen. Einige Funktionen in der Thüringer Polizei können Sie jedoch gegebenenfalls nicht mehr wahrnehmen, wenn Sie dabei im Vorfeld zu aktiv gewesen sind und zu viele Informationen über sich selbst an zu viele Mitmenschen weiter gegeben haben. Prüfen Sie daher Ihre Karriereabsichten und stellen Sie Ihr Verhalten im Social Media darauf ab. Bedenken Sie, dass das, was Sie im Netz tun, Auswirkungen auf Ihr reales Leben haben kann. Wägen Sie deshalb auch online die Chancen und Risiken Ihres Handelns immer sorgfältig ab.</p> <p>Seien Sie höflich und respektieren Sie andere. Treten Sie anderen auch im Internet höflich und respektvoll gegenüber. Bedenken Sie, dass auch andere eine eigene Meinung vertreten dürfen. Andere sprechen mit Ihren Darstellungen in der Regel nicht Sie persönlich an. Versuchen Sie daher, Emotionalität zu vermeiden.</p> <p>Seien Sie offen und ehrlich – Gewinnen Sie Glaubwürdigkeit. Wenn Sie sich an Diskussionen in den sozialen Medien beteiligen, sollten Sie erkennbar ehrlich antworten, sich für Anregungen und Hinweise offen zeigen und die Meinung anderer akzeptieren. So gewinnen Sie an Glaubwürdigkeit und werden leichter akzeptiert. Ihre eigene Meinung gewinnt an Gewicht. Versuchen Sie nicht, andere zu manipulieren, dies wird in der Regel schnell erkannt und Ihnen negativ angekreidet.</p> <p>Korrigieren Sie Fehler offen. Fehler oder Missverständnisse können jedem schnell passieren. Gehen Sie mit diesen offen um und korrigieren Sie Fehler so schnell wie möglich, damit klar wird, dass Sie nichts vertuschen wollen. Wenn Sie Fehler entdecken, ist es besser auf diese höflich hinzuweisen, als beispielsweise Kommentare in Online-Diskussionen einfach zu löschen. Nehmen Sie sich Zeit, bevor Sie etwas veröffentlichen.</p>		

keine VS- Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 3
<p>Natürlich steht auch Ihnen das Recht auf freie Meinungsäußerung zu. Möchten Sie privat in den Sozialen Medien jedoch über Ihre berufliche Tätigkeit oder über damit in Verbindung stehende Ereignisse sprechen, dürfen Ihre Äußerungen nicht gegen die allgemeinen Pflichten - insbesondere: Verschwiegenheitspflicht, Loyalitätspflicht, Mäßigungsgebot, Pflicht zu achtungs- und vertrauenswürdigem Verhalten sowie parteipolitische Neutralität verstößen. Äußern Sie sich immer respektvoll und wertschätzend, denn Sie tragen maßgeblich zum Bild der Polizei in der Öffentlichkeit bei!</p> <p>Beachten Sie den Grundsatz der Vertraulichkeit! Bitte denken Sie daran, dass auch bei Veröffentlichungen im Internet die beamtenrechtliche Verschwiegenheitspflicht gilt. Gehen Sie deshalb immer sorgsam mit polizeibezogenen Informationen um. Im Zweifelsfall verzichten Sie lieber. Sie sind in einer Organisation tätig, in der manchmal Vertraulichkeit eine unabdingbare Voraussetzung für die gesetzliche Aufgabenwahrnehmung darstellt. Geben Sie daher niemals vertrauliche dienstliche Informationen weiter, insbesondere nicht solche, die einer VS-Einstufung unterliegen! Vermeiden Sie die Weitergabe von Informationen zu dienstlichen Maßnahmen. Eine solche Weitergabe kann schon unbewusst geschehen, indem Sie Ihrem Smartphone gestatten, Ihren Standort regelmäßig an soziale Netzwerke zu melden. Vermeiden Sie deshalb beispielsweise Angaben zu momentanen dienstlichen Verwendungen, Einsatzmaßnahmen oder der Zusammenarbeit mit anderen Polizeikräften! Geben Sie im Internet keine dienstlichen Daten, wie E-Mail-Adressen oder Telefonnummern an. Veröffentlichen Sie keine Informationen wie etwa Fotos oder Videos mit Bezug zu durchgeföhrten Einsätzen oder Maßnahmen! Bedenken Sie, dass auch das polizeiliche Gegenüber Social Media zur Informationsgewinnung nutzt.</p> <p>Beachten Sie das Urheber- und Markenrecht! Das geistige Eigentum, das Recht am eigenen Bild und an eingetragenen Marken sind gesetzlich geschützt. Dies sollten Sie bei der Veröffentlichung von Inhalten bedenken. Aber auch die Nutzung bereits im Internet veröffentlichter Inhalte ist nicht ohne Einschränkungen gestattet. Klären Sie vorher, ob und zu welchen Bedingungen Sie Inhalte, Bilder, Grafiken oder Videos veröffentlichen, nutzen oder weiterverbreiten dürfen. Dazu zählt auch, dass Sie Bilder, auf denen nicht nur Sie, sondern auch andere Personen abgelichtet sind,</p>		

keine VS- Einstufung	DA ÖA SM	Anlage 3
grundsätzlich nur mit deren Einwilligung veröffentlichen dürfen. Seien Sie sich der möglichen straf-, zivil- oder disziplinarrechtlichen Folgen bewusst.		
Bitte kennzeichnen Sie private Äußerungen auch als solche, denn für die Polizei Thüringen sprechen nur die von der Behördenleitung autorisierten Personen auf den offiziellen Kanälen.		
Trennen Sie Meinung und Fakten! Insbesondere, wenn Sie an Diskussionen im Internet teilnehmen ist es wichtig, deutlich zu machen, wann Sie Fakten wiedergeben oder lediglich Ihre Meinung äußern. Ihre Kommunikationspartnerinnen und -partner können dies möglicherweise nicht differenzieren und ziehen daher möglicherweise fehlerhafte Schlüsse. Durch diese kann wiederum Ihre Glaubwürdigkeit leiden.		