

ISPRAT Projekt

Social Media Guidelines

Web 2.0 in der deutschen Verwaltung

Dr. Sönke E. Schulz

Lorenz-von-Stein-Institut für Verwaltungswissenschaften
an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Matthias Kammer, Marie-Therese Huppertz, Horst Westerfeld (Hrsg.)

Social Media Guidelines

Web 2.0 in der deutschen Verwaltung

Autor:

Dr. Sönke E. Schulz

*Lorenz-von-Stein-Institut für Verwaltungswissenschaften an
der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel*

Herausgeber:

Matthias Kammer

*Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet
(DI.VSI), Vorstandsvorsitzender von ISPRAT*

Marie-Therese Huppertz

SAP, Stellvertretende Vorstandsvorsitzende von ISPRAT

Staatssekretär Horst Westerfeld

CIO des Bundeslandes Hessen, Geschäftsführer von ISPRAT

Inhalt

I. Einleitung	1
II. Ausgangssituation	3
1. Status quo	3
2. Einsatzformen	7
3. Zielsetzung / Nutzenperspektive	9
4. Begrifflichkeiten.....	15
III. Prozess zur Erarbeitung von »Social Media Guidelines«	16
IV. Mögliche Inhalte einer »Social Media Guideline« für die öffentliche Verwaltung	20
1. Allgemeine Rahmenbedingungen.....	20
a) Definition »sozialer Medien«	21
b) Zielsetzung	25
c) Bezug zu den allgemeinen »Unternehmenszielen«	27
d) Hinweis auf dienst- und arbeitsrechtliche Grundsätze.....	28
e) Beziehung der Richtlinien zu weiteren Regelwerken	29
f) Verbindlichkeit der Vorschriften	32
g) Geltungs- / Anwendungsbereich	33
2. Allgemeine Regelungen für alle Nutzungsformen.....	34
a) Hinweis auf die Besonderheiten der Online-Kommunikation.....	35

b) Benutzungsregeln	37
c) Erkennbarkeit des handelnden Mitarbeiters / Kenntlichmachung der Organisation	39
d) Zugangsmanagement.....	40
e) Umgang mit sozialen Medien in dienstlichen Veranstaltungen.....	43
f) Definition und Zulässigkeit privater Nutzung.....	44
3. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	46
4. »Fachlicher Diskurs«	49
a) Definition.....	50
b) Regelungsintention.....	52
c) Begrenzung der eingesetzten Anwendung..	54
d) Zuweisung der »Kompetenz«.....	56
e) Nutzung »privater« Accounts.....	59
f) Abgrenzung zwischen »allgemeiner Unternehmenskommunikation« und »fachlichem Diskurs«	61
g) Vorgaben für die konkrete Nutzung.....	62
5. Bürgeranfragen.....	64
a) Allgemeine Anfragen.....	66
b) Anfragen mit Verfahrensbezug	67
6. Interne Kommunikation.....	68
7. Private Nutzung.....	70
V. Handlungsempfehlungen / Fazit	73
ZUM AUTOR.....	75
ÜBER ISPRAT.....	76

I. Einleitung

Die öffentliche Verwaltung steht vor der Herausforderung, ob und inwieweit sie (bzw. ihre Mitarbeiter) sich den »sozialen Netzwerken« und »sozialen Medien« öffnen und an diesen – in ihrer spezifischen Funktion als öffentliche Verwaltung – partizipieren will. Offensichtlich gelten dabei andere Grundsätze als bei der privaten Entscheidung, einen »Facebook-Account« zu eröffnen oder bestimmte Nachrichten mit den »Freunden«¹ oder »Followern« zu teilen². Vergleichbar erscheint demgegenüber schon eher die Situation anderer Organisationseinheiten, z. B. von Unternehmen, Parteien, NGOs oder ähnlichen Akteuren³.

Nachfolgend soll daher – unter Berücksichtigung der Erkenntnisse einer Auswertung von Social Media Guideli-

¹ Zum Freundesbegriff *Heckmann*, K&R 2010, 1 ff.

² Zum Rechtsrahmen von Web 2.0 Anwendungen *Lober/Karg*, CR 2007, 647 ff.; *Hoffmann-Riem*, in: Füssel/Schuppert (Hrsg.), *Bildung im Diskurs: Ingo Richter zum 70. Geburtstag*, 2008, S. 37 ff.; s. auch *Härting/Schätzle*, ITRB 2010, 39 ff.; zum Einsatz in der öffentlichen Verwaltung exemplarisch *Glock/Broens*, VM 2008, 273 ff.; *Habel/Huber* (Hrsg.), *Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik*, 2008; zur Möglichkeit, durch den Einsatz die Transparenz der öffentlichen Verwaltung zu steigern, v. *Lucke*, VM 2009, 326 ff.; *ders.*, *move* 4/2010, 12 ff.; zu »Social Media Guidelines« *Schulz/Hoffmann*, *innovative Verwaltung* 1-2/2011, S. 33 ff.

³ Speziell zu diesem Aspekt Agentur Nest/betterplacelab/FundraisingBox (Hrsg.), *Social Media für NGOs – Werkzeuge, Kampagnen und Fundraising 2.0.*, 2. Aufl. 2011; *Eisfeld-Reschke/Hölderle*, *Social Media Policy für Nonprofit-Organisationen*, abrufbar unter www.pluralog.de/_sonst/E-Book-Social_Media_Policy_fuer_NPOs.pdf. Für Unternehmen exemplarisch: *Koch/Richter*, *Enterprise 2.0: Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen*, 2. Aufl. 2009, *Back* (Hrsg.), *Web 2.0 in der Unternehmenspraxis: Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software*, 2. Aufl. 2009.

nes aus dem Unternehmensbereich⁴ sowie einer Handlungsempfehlung der Freien und Hansestadt Hamburg⁵ – einerseits schwerpunktmäßig aufgezeigt werden, welche Inhalte und Regelungsgegenstände eine »Social Media Policy« und/oder »Guideline« für die öffentliche Verwaltung⁶ beinhalten sollte, andererseits aber auch, in welchem Verfahren eine solche zielgerichtet unter Einbindung verschiedener Interessengruppen entwickelt werden kann. Schließen werden die Ausführungen mit einer Handlungsempfehlung für diejenigen Verwaltungen, die Twitter, Facebook und andere Dienste über die reine Öffentlichkeitsarbeit hinaus einsetzen wollen. Vorab ist jedoch auch verbindlich zu klären, ob und ggf. welche privatwirtschaftlich realisierten Web 2.0-Angebote überhaupt in zulässiger Weise von der öffentlichen Verwaltung genutzt werden können, zumal datenschutz- und wettbewerbsrechtliche Gründe entgegenstehen könnten – diesbezüglich sei auf die weiteren Ergebnisse des ISPRAT-Projektes zum »Web 2.0 in der öffentlichen Verwaltung« verwiesen⁷.

⁴ Dazu *Klessmann*, eGov Präsenz 2/2011, 52 ff.

⁵ »Social Media in der Hamburgischen Verwaltung: Hinweise, Rahmenbedingungen und Beispiele«, abrufbar unter www.hamburg.de.

⁶ Während eine »Policy« eher die strategische Ebene adressiert, handelt es sich bei »Guidelines« um konkrete Handlungsvorgaben für die Mitarbeiter – je nach Organisation kann es angebracht sein, die Ebenen zu trennen und separat zu beleuchten; es ist aber auch denkbar, beide Aspekte in einem Dokument zu behandeln.

⁷ Dieser Aspekt ist vor allem aufgrund der Äußerungen des schleswig-holsteinischen Datenschutzbeauftragten in den Mittelpunkt der Diskussion gerückt; vgl. *Karg/Thomsen*, Datenschutzrechtliche Bewertung der Reichwei-

II. Ausgangssituation

Die öffentliche Verwaltung kann, was ihre Aktivitäten in sozialen Medien angeht, nicht »bei Null« beginnen – vielmehr existieren einerseits bereits zahlreiche Aktivitäten in diesem Bereich (weitestgehend jedoch einzelprojektbezogen und kaum reglementiert), andererseits werden »Verwaltungsthemen« in vielen sozialen Medien diskutiert und so verschiedene Anliegen an die öffentliche Verwaltung herangetragen. Daher soll zunächst der »Status quo« betrachtet werden (1.), bevor kurz die unterschiedlichen Einsatzformen sozialer Medien (2.)⁸, die damit erreichbaren Zielsetzungen für die öffentliche Verwaltung (3.) und schließlich die relevanten Begrifflichkeiten dargestellt werden (4.).

1. Status quo

Zum Teil wird der Eindruck vermittelt, ein besonderer Regelungsbedarf bzw. zumindest das Bedürfnis, sich mit dem Phänomen »Web 2.0 in der öffentlichen Verwaltung« zu befassen, bestehe nicht, zumal gar keine entsprechenden Aktivitäten existierten oder diese ohne größere Probleme unter Rückgriff auf bestehende Regelungen (zur Verwaltungskommunikation) bewältigt werden könnten. Umso erstaunlicher das große Interesse, welches seitens

tenanalyse durch Facebook, vom 19.08.2011, abrufbar unter www.datenschutzzentrum.de.

⁸ Auf eine ausführliche Beschreibung der verschiedenen Angebote des Web 2.0 und eine entsprechende Klassifizierung wird an dieser Stelle verzichtet; eine gute Übersicht der Tools, die zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt werden können, bietet die Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 20 ff.; s. auch Gliederungspunkt IV. 1. a.

der öffentlichen Verwaltung an wissenschaftlichen Beiträgen, Vorträgen und Informationsveranstaltungen zu diesem Thema besteht⁹.

In der Tat ist nämlich ein Trend zu konstatieren, dass sich auch öffentliche Verwaltungen ins »Web 2.0« begeben – in welcher Art und Weise auch immer, ob man diese Entwicklung nun begrüßt oder für entbehrlich hält. »Offiziell« werden Web 2.0-Medien insbesondere für die Öffentlichkeits- und Pressearbeit eingesetzt. Parallel dazu haben aber auch einzelne Verwaltungsmitarbeiter – aus allen Hierarchieebenen – begonnen, diese Tools (auch für ihre Arbeit) zu nutzen. Die Bandbreite der Erscheinungsformen reicht von Handlungsweisen, bei denen der Bezug zur dienstlichen Tätigkeit kaum erkennbar ist¹⁰, über die Nutzung als bloße Informationsquelle¹¹ bis hin zu einer sehr offenen Diskussion auch beruflicher Themen über Twitter, in Blogs, Foren oder anderen sozialen Netzwerken und Medien.

Des Weiteren lässt sich festhalten, dass sich diese Entwicklungen in den letzten Jahren weitgehend unreglementiert vollzogen haben, insbesondere die politische

⁹ Exemplarisch sei darauf verwiesen, dass fast alle Messen und Konferenzen, die den Einsatz von IT in der öffentlichen Verwaltung zum Gegenstand haben (Moderner Staat, Moderne Verwaltung, Neue Verwaltung, Effizienter Staat), in den Jahren 2010 und 2011 auch dieses Thema behandelten.

¹⁰ Zur schwierigen Abgrenzung zwischen dienstlicher und sonstiger Nutzung unter Gliederungspunkt IV. 2. f.

¹¹ Zur sog. »Online-Streife«, also den Einsatz sozialer Medien zur Informationsbeschaffung von (Sicherheits-) Behörden, *Schulz/Hoffmann*, CR 2010, 131 ff.; *dies.*, DuD 2011, i. E.

oder Verwaltungsführung einer Behörde kaum steuernden Einfluss (mit einer Ausnahme im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit) haben dürfte. Zum Teil existieren keine Absprachen der Beteiligten, die Online-Aktivitäten der Mitarbeiter werden »geduldet« und wohl teilweise auch »begrüßt«. Weiterhin gibt es bilaterale Absprachen, die eine bestimmte Form der Web 2.0-Kommunikation »erlauben« oder bestimmte Vorgaben machen.

Aufgrund der Besonderheiten der Web 2.0-Kommunikation und der sozialen Medien lässt sich dieses Phänomen auch nicht vollständig über die bestehenden Regelwerke abbilden. Einige spezifische Merkmale des Web 2.0 stehen den Grundsätzen der deutschen (bürokratischen) Verwaltung diametral gegenüber. Die Kommunikation über soziale Medien vollzieht sich in der Regel nicht-hierarchisch, d. h. die Kommunikation findet auf allen Ebenen der öffentlichen Verwaltung statt bzw. es wird eine Reaktion aller Ebenen erwartet. Auch sind Reaktionszeiten der Regelfall, die die bisherige Behördenorganisation nicht abbilden kann. Zudem entstehen aus der leichteren Durchsuchbarkeit und Verknüpfbarkeit von Einzeläußerungen sowie der langfristigen Verfügbarkeit besondere Gefahren – bspw. in Form einer deutlich größeren »Streuwirkung« von Einzelmeinungen oder einer schnelleren (fälschlicherweise vorgenommenen) Zurechnung zur Gesamtorganisation.

Insofern kann die derzeitige Ausgangslage wie folgt skizziert werden:

- Aufgrund der veränderten Gewohnheiten der Internet-Nutzung im privaten wie im geschäftlichen Kontakt wird zunehmend auch von der öffentlichen Verwaltung verlangt, dass diese die gleichen Kanäle »bedient«.
- In der öffentlichen Verwaltung sind aber nur selten strategische Überlegungen erkennbar, zu welchen eigenen Zwecken man die neuen Möglichkeiten nutzen kann¹².
- Dennoch existiert bereits eine Vielzahl von Aktivitäten der öffentlichen Verwaltung in den sozialen Medien, die Zahl der Accounts von Behörden, aber auch Mitarbeitern, die sich offen zu ihrer dienstlichen Funktion bekennen und in dieser Rolle im Web 2.0 kommunizieren, dürfte täglich steigen¹³.

¹² Die Sicherheitsbehörden dürften in diesem Bereich eine führende Rolle einnehmen; relativ schnell wurden die Potentiale zur Informationsbeschaffung erkannt und auch genutzt. Daten aus sozialen Netzwerken hätten einen »hohen taktischen Nutzen« (so *Henrichs/Wilhelm*, *Kriminalistik* 2010, 30 [30]).

¹³ Vgl. bspw. die Übersicht der twitternden Kommunen unter www.ifib.de und <http://publicplan.posterous.com/von-berlin-bis-aachen-die-25-grossten-deutsch>; <http://webkompetenz.wikidot.com/blog:33>. *Wedde*, *AiB* 2011, 287 (288) spricht gar davon, dass »in Bereichen mit Öffentlichkeitskontakten« ein Facebook-Account inzwischen ebenso wie eine eigene Twitter-Adresse zum Standard gehörten.

- Diese Aktivitäten sind (mit Ausnahme der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) kaum intern geregelt, Vorgaben zur konkreten Nutzung existieren nicht.
- Auch der Rückgriff auf bestehende handlungsleitende Vorgaben (sei es in Form von Verwaltungsvorschriften zur Behördenkommunikation oder des ohnehin Geltung beanspruchenden gesetzlichen Rahmens, bspw. des Beamten- und Dienstrechts) ist nicht geeignet, die mit der Nutzung einhergehenden Risiken für Mitarbeiter *und* Organisation sachgerecht zu minimieren.
- Neue, den Besonderheiten des Web 2.0 gerecht werdende, Regelwerke existieren noch nicht bzw. kommen über sehr allgemeine Ausführungen und bloß empfehlenden Charakter nicht hinaus¹⁴.

2. Einsatzformen

Eine Differenzierung der Nutzenanlässe bzw. Einsatzmöglichkeiten für die öffentliche Verwaltung zeigt das vielfältige Spektrum, das die neuen Medien bieten. Zugleich unterstreicht dies, dass es nicht *die* Lösung, *die* eine Guideline gibt, die für jede Verwaltung in gleicher Weise sachgerecht ist. Daher können die nachfolgenden Ausführungen auch nur Anregungen geben und die relevanten Fragestellungen formulieren, die die jeweilige Organisationseinheit im Rahmen der Entwicklung von Verhaltensregeln beantworten sollte. Nachfolgend wer-

¹⁴ So auch die Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5).

den die Optionen, soziale Medien im Sinne einer Partizipation oder auch zur Schaffung von Transparenz (im Sinne von Open Data) einzusetzen, ausgeblendet¹⁵ – Fokus von Richtlinien zum Umgang mit sozialen Medien ist zunächst die informatorische und kommunikative (ggf. darüber hinaus auch kollaborative) Komponente. Jedoch kann auch diese weitergehend differenziert werden.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit bieten sich vor allem folgende Einsatzformen:

- soziale Medien als Instrument der klassischen **Öffentlichkeits- und Pressearbeit**, wie sie von vielen öffentlichen Verwaltungen schon heute genutzt werden¹⁶,
- die Einbindung sozialer Medien in Angebote zur Bürgerinformation und zur Beantwortung von **Bürgeranfragen**¹⁷,
- die Integration sozialer Medien in **interne Arbeitsprozesse** bzw. deren Bereitstellung im behördeneigenen Intranet sowie

¹⁵ In diese Richtung zielen vor allem Bürgerhaushalte und andere Umfragen; s. bspw. zur Möglichkeit »SurveyMonkey« in der öffentlichen Verwaltung einzusetzen die Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 81 ff.

¹⁶ Vgl. bereits die Nachweise in Fn. 13.

¹⁷ Die Unterstützung von Verwaltungsverfahren durch Web 2.0-Tools bleibt ebenfalls ausgeblendet; eine Zusammenführung von Web 2.0-Teilelementen mit dem »klassischen«E-Government scheint jedoch nicht vollständig ausgeschlossen – so ist aufgrund der Formfreiheit der Anhörung auch der Einsatz moderner Kommunikationskanäle (Chat, Voice-over-IP, Skype o. Ä.) durchaus denkbar; so bereits *Schulz*, in: Schliesky (Hrsg.), Die Umsetzung der EU-Dienstleistungsrichtlinie in der deutschen Verwaltung – Teil III: Wissen, Information, Verantwortung, 2010, S. 207 (215, Fn. 35).

- die Kommunikation einzelner Behördenmitarbeiter zu dienstlichen Themen mit einer interessierten Fachöffentlichkeit (»**fachlicher Diskurs**«).

Daneben bleibt selbstverständlich auch die »private Nutzung« sozialer Medien durch die Angehörigen der öffentlichen Verwaltung möglich (und zulässig), wobei jedoch die immer stärkere Aufhebung der Grenze zwischen »privater« und »beruflicher Identität« dazu zwingt, auch diese Nutzung bei der Erarbeitung von Richtlinien zu bedenken, ggf. sogar zu regeln. Insbesondere ist eine definitorische Abgrenzung beider Nutzungsformen dringend anzuraten – gerade, wenn man auch einzelnen Mitarbeitern die Kommunikation zu dienstlichen Aspekten verbunden mit ihrer eigenen »Mitarbeiteridentität« (und nicht unter einem »Funktionsaccount«) ermöglichen will.

3. Zielsetzung / Nutzenperspektive

Ausgehend von dieser Differenzierung variieren auch die Zielsetzungen, die mit einem (vermehrten) Einsatz sozialer Medien durch die öffentliche Verwaltung erreicht werden sollen bzw. können.

Der Einsatz sozialer Medien zur **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** dient zunächst dazu, interessierte Bürger und Medienvertreter besser und schneller mit relevanten Informationen zu versorgen und diejenigen »Kanäle« zu bedienen, die aufgrund ihrer Zusatzfunktionalitäten (bspw. leichtere Durchsuchbarkeit, schnellere Verfügbarkeit) mittlerweile primär genutzt werden. Für die »nicht-professionellen« Adressaten solcher Mitteilungen wird

zudem der Eindruck von »Modernität« vermittelt. Ansonsten decken sich die Zielsetzungen mit der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. allgemein der Informationstätigkeit der öffentlichen Verwaltung¹⁸. Hinzuweisen ist zudem darauf, dass es sich bei der Öffentlichkeits- und Informationstätigkeit überwiegend um eine »freiwillige« Aufgabe der öffentlichen Verwaltung handelt – mit der Folge, dass die Verlagerung auf andere Medien weitaus unkritischer sein dürfte¹⁹ als z. B. ausschließlich elektronisch durchführbare Verwaltungsverfahren²⁰.

¹⁸ Zu den Grenzen staatlicher Informationstätigkeit, insbesondere im Zusammenhang mit Warnhinweisen BVerfGE 105, 279 ff. (Osho); 105, 252 ff. (Glykol); ausführlich zu diesem Themenkomplex, insbesondere auch zu neueren Entwicklungen, *Manssen*, in: v. Mangoldt/Klein/Starck, GG – Kommentar zum Grundgesetz, Band 1, Art. 12 Rn. 86 ff. m. w. N.; s. auch *Frevert/Wagner*, NVwZ 2011, 76 (77); *Becker/Blackstein*, NJW 2011, 490 ff.

¹⁹ Insofern exemplarisch die Diskussion um die Informationstätigkeit der Bundesregierung auf Twitter. Die »Hauptstadtspresse« sah durch dieses zusätzliche Angebot ihren Informationsvorsprung aufgrund der Anwesenheit in der Bundespressekonferenz gefährdet; Protokoll der Regierungspressekonferenz vom 25. 03. 2011; abrufbar unter http://www.bundesregierung.de/nn_1516/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2011/03/2011-03-25-regpk.html.

²⁰ Daher wird überwiegend argumentiert, der klassische Zugang – allerdings oft ohne dessen Modalitäten näher zu konkretisieren – müsse aus verfassungsrechtlichen Gründen aufrechterhalten werden; *Schmidt-Aßmann*, in: Hoffmann-Riem/Schmidt-Aßmann (Hrsg.), Verwaltungsrecht in der Informationsgesellschaft, 2000, S. 405 (422); *Hoffmann-Riem*, ebd., S. 9 (49 f.); in diese Richtung auch noch *Heckmann*, MMR 2006, S. 3 (6); nur für besondere Bereiche, bei denen im Regelfall alle Beteiligten über elektronische Kommunikationsmittel verfügen, kann die Behörde verlangen, dass ihr elektronischer Zugang benutzt wird. Dies kann bspw. angenommen werden bei der elektronischen Abgabe von Lohnsteuer-Anmeldungen und Umsatzsteuer-Voranmeldungen, Online-Bewerbungen für Stellen, die IT-Kenntnisse voraussetzen, oder im Bereich der E-Vergabe.

Soweit die sozialen Medien auch zur **Bürgerinformation** und Beantwortung von Bürgeranfragen genutzt werden, kann dies die Bürgernähe und damit die Identifikation bspw. mit einer Kommune steigern. Zudem kann der einfachere, schnellere und »ungefilterte« Rückkanal des Bürgers zur Verwaltung im Sinne einer »Business Analytics«²¹ eingesetzt werden, wie dies bspw. auch bei der Weiterentwicklung des Behördenrufs 115 zur Institutionalisierung von Rückkopplungsprozessen²² intendiert ist²³. Web 2.0-Tools könnten perspektivisch ein zentrales Beschwerdemanagement darstellen und so die zuständigen Behörden entlasten, zumal derartige Rückmeldungen in der Regel mehrfach dort auflaufen. Denkbar ist eine Integration telefonischer, elektronischer und mobiler Dienste zu einem Mehrkanalzugang zur Verwaltung²⁴, um Synergien zu erschließen und Doppelarbeit der Verwaltungen zu vermeiden. Schließlich kann das Web 2.0 auch zur Bewältigung von besonderen Krisensituationen eingesetzt werden. Diese Tools bieten eine komfortable und oft kostengünstige Möglichkeit, einer besonderen Nachfrage – bspw. in Krisensituationen – zu begegnen und viele Personen zugleich zu erreichen. Inwieweit »die

²¹ Dazu, mit Fokus »öffentliche Verwaltung«, Hill, DÖV 2010, 789 ff.

²² Bill, Splitter – IT-Nachrichten für die öffentliche Verwaltung, 4/2007, S. 15, zu diesen Rückkopplungsprozessen als Nutzen für die öffentliche Verwaltung auch Lemke/Westerfeld (Hrsg.), Strategie 115 – Studie zur Einführung einer behördenübergreifenden Servicrufnummer 115 in Deutschland, 2008, S. 14.

²³ S. dazu Schulz/Warnecke, in: Schliesky (Hrsg.), Staatliches Innovationsmanagement, 2010, S. 251 (259).

²⁴ Ausführlich zum vertikalen Multikanalansatz v. Lucke, Hochleistungsportale für die öffentliche Verwaltung, 2008, S. 63 ff.

Bürger« über das Web 2.0 auch weitergehend in Verwaltungsprozesse eingebunden werden können, bspw. im Sinne eines »Crowd Sourcings«²⁵ (u. a. für Wetter- und Verkehrsmeldungen) oder einer »Open Innovation«²⁶ (auch für den öffentlichen Sektor²⁷) ist derzeit nicht absehbar²⁸ – die damit verbundenen Rechtsfragen bleiben insofern nachfolgend ausgeblendet.

Der sogenannte »**fachliche Diskurs**« von Verwaltungsmitarbeitern über »ihre« dienstlichen Themen dient, wie auch die reine »Informationsbeschaffung«, der Erweiterung der staatlichen Wissensbasis als Grundlage rationaler Entscheidungen²⁹. Vergleichbar den Diskussionen in

²⁵ Dazu *Surowieki*, Die Weisheit der Vielen, 2. Aufl. 2004; *Russ*, Online Crowds: Massenphänomene und kollektives Verhalten im Internet, 2010; *Drews*, in: Meißner/Engelien (Hrsg.) GeNeMe 2009 – Virtuelle Organisationen und Neue Medien, 2009, S. 259 ff.; Gassmann (Hrsg.), Crowdsourcing, Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz, 2010; *Papsdorf*, Wie Surfen zu Arbeit wird. Crowdsourcing im Web 2.0, 2009; *Sobczak/Groß*, Crowdsourcing – Grundlagen und Bedeutung für das E-Business, 2010.

²⁶ Dazu *Bartl*, Open Innovation! White Paper 2008, abrufbar unter http://hyve.de/cms/upload/f_1599_WhitePaper_OpenInnovation.pdf; *Gassmann/Enkel*, zfo 3/2006, 132 ff.; *Ili* (Hrsg.), Open Innovation umsetzen. Prozesse, Methoden, Systeme, Kultur, 2010; *Reichwald/Piller/Ihl*, Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung, 2. Aufl. 2009.

²⁷ Zu Einsatzmöglichkeiten in der öffentlichen Verwaltung *Hill*, DÖV 2010, 789 ff.

²⁸ Von der Hamburgischen Handlungsempfehlung (Fn. 5), ausdrücklich als Chance benannt: »Innovationsmöglichkeiten (Open Innovation)«.

²⁹ Ausführlich zur staatlichen Wissensbasis *Schulz*, in: Hill/Schliesky (Hrsg.), Innovationen im und durch Recht – E-Volution des Rechts- und Verwaltungssystems II, 2010, S. 249 ff.; *ders.*, in: Schliesky (Hrsg.), Staatliches Innovationsmanagement, 2010, S. 223 ff.; *ders.*, in: Schauer/Thom/Hilgers (Hrsg.), Innovative Verwaltungen – Innovationsmanagement als Instrument von Verwaltungsreformen, 2011, S. 447 ff.; *ders.*, DVP 2010, 354 ff.; zur Option der stärkeren Zusammenarbeit in diesem Bereich *ders.*, in: Schliesky/Schulz (Hrsg.), Die Erneuerung des arbeitenden Staates, 2012, i. E.

Foren, Blogs und in sozialen Medien sind die aus der »analogen« Welt bekannten Formen des fachlichen Austauschs mit der Wissenschaft, anderen Behörden und interessierten Bürgern auf Konferenzen, Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Ähnlichem. Die Einbindung verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, die bspw. von einem Gesetzgebungsverfahren oder einem administrativen Vorhaben betroffen sind, kann auch – insbesondere wenn sich dies ergänzend zu den formellen Beteiligungsverfahren vollzieht – als wesentlicher Teilaspekt eines »Open Government«³⁰ verstanden werden, der insofern auch dazu dienen kann, einerseits die Akzeptanz behördlicher Entscheidungen zu verbessern, andererseits der Verwaltung aber auch neue Erkenntnisquellen erschließt. Die Verwaltung bekommt die Gelegenheit, relevante gesellschaftlich bedeutende Themen bereits im Anfangsstadium zu erkennen und in bestehende Diskussionen einzusteigen und diese aktiv mitzugestalten. Ein weiterer Anwendungsfall sind Mitteilungen an die Öffentlichkeit, die nicht eine derart hohe Relevanz besitzen, dass die Einschaltung der Presseabteilung und die Erstellung einer Pressemitteilung geboten erscheint. So kann ein Mitarbeiter der Verwaltung in seinem Zuständigkeitsbereich in Twitter oder Facebook darauf verweisen, dass auf der Behördenhomepage ein neues Dokument, eine neue

³⁰ Statt vieler *Graudenz u. a.*, Vom Open Government zur Digitalen Agora, ISPRAT-Whitepaper, 2011.

(technische) Richtlinie veröffentlicht oder dass ein neues (Beteiligungs-) Forum freigeschaltet wurde.

Der Einsatz sozialer Medien für die **interne Behördenkommunikation** – insbesondere auch über Verwaltungsebenen hinweg – hat vor allem Effizienzgründe. So kann die Nutzung von »Sharepoints«, also die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten, Abstimmungsprozesse beschleunigen, soziale Netzwerke der Verwaltung können das Auffinden eines »Experten« zu einem bestimmten Thema beschleunigen und die Terminfindung wird durch Tools wie »doodle« auch für die öffentliche Verwaltung erleichtert. Hinzu kommt die damit einhergehende Attraktivität der öffentlichen Verwaltung für (neue) Mitarbeiter, da es als Vorzug gesehen wird, privat und dienstlich die gleichen Anwendungen nutzen zu können³¹.

Diese Zielsetzungen müssen von einer Social Media Guideline abgebildet werden, d. h. in ihnen muss sich die strategische Ausrichtung der Behörde wiederfinden und zugleich müssen die mit jeder spezifischen Einsatzoption verbundenen Risiken, für die Mitarbeiter und für die Organisation selbst, minimiert werden. Als solche Risiken lassen sich exemplarisch benennen:

- der schwer steuerbare Kommunikationsverlauf,

³¹ S. auch *Wedde*, AiB 2011, 287 (288).

- das nicht adäquate Auftreten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern innerhalb der »Communities«,
- die Notwendigkeit eines schnellen Reagierens im Falle einer Nutzung von sozialen Medien sowie
- das Umgehen der Hierarchie.

4. Begrifflichkeiten

Hinsichtlich der relevanten Begrifflichkeiten ist zunächst darauf hinzuweisen, dass sich in der »Web 2.0-Community« zum Teil eine feststehende Terminologie entwickelt hat, sodass eine Orientierung an diesen Begriffen die Anschlussfähigkeit sichert. Zum anderen muss jedoch sichergestellt werden, dass die betroffenen Verwaltungsmitarbeiter »ihre« Social Media Guideline auch verstehen können. Und schließlich kommt der jeweiligen Verwaltung im Rahmen ihrer Organisationshoheit auch eine gewisse »Definitionscompetenz« zu, die sie bei der Erarbeitung einer Guideline auch ausfüllen sollte. So wird der Begriff der »privaten« Nutzung derzeit noch derart vielschichtig verwendet, dass sich zahlreiche Handlungsweisen kaum eindeutig zuordnen lassen dürften. Insofern führen »Legaldefinitionen« zu einer erhöhten Rechtssicherheit. Gleiches gilt auch für den sog. »fachlichen Diskurs«.

Um eine erhöhte Akzeptanz innerhalb der Verwaltung zu erreichen, sollten vor allem die Begriffe der »Social Media

Guideline« und »Policy« unterschieden³² und durch einen »verwaltungsnäheren« Begriff ersetzt werden. Entscheidet sich die Verwaltung, Vorgaben für die Web 2.0-Nutzung in einer bestimmten Rechtsform (Verwaltungsvorschrift, Erlass) in Kraft zu setzen, lässt sich diese auch entsprechend betiteln.

Formulierungsvorschlag:

»Verwaltungsvorschrift [der Stadt ..., des Ministeriums für ...] über die Nutzung sozialer Medien und von Web 2.0-Anwendungen [im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, zur Beantwortung von Bürgeranfragen, zum fachlichen Diskurs sowie für die interne Behördenkommunikation].«

III. Prozess zur Erarbeitung von »Social Media Guidelines«

Das Ziel einer größtmöglichen Akzeptanz der Social Media Guidelines in der Verwaltung und bei den Behördenmitarbeitern kann nur erreicht werden, wenn bereits der Prozess der Erarbeitung der Richtlinien in engem Austausch mit den Mitarbeitern, aber auch anderen Akteuren erfolgt. Insbesondere müssen seitens der Behördenleitung (oder der Pressestelle), die eine aktivere Rolle in sozialen Netzen einfordert, folgende Aspekte klar kommuniziert werden:

³² Während die »Policy« eher die strategische (Nutzen-) Ebene adressiert, finden sich in einer »Guideline« die handlungsleitenden Vorgaben.

- die Zielsetzung des Einsatzes der sozialen Medien sowie
- die Zielsetzung der Social Media Guidelines, die gerade nicht dazu dienen, die Mitarbeiter zu »gängeln« oder ihre Freiheiten zu beschränken, sondern vielmehr aufgrund der Besonderheiten des Web 2.0 eine Risikominimierung sowohl für die Organisation, aber vor allem auch für den einzelnen Mitarbeiter realisieren sollen.

Letzteres wird besonders deutlich an dem derzeit existenten »Graubereich« des fachlichen Diskurses, der ohne eine Grundlage im Arbeits- oder Dienstverhältnis nicht eindeutig als dienstlich oder privat klassifiziert werden kann. Wird er vom Dienstherrn hingegen aktiv eingefordert oder »geduldet«, führt dies zwar auch dazu, dass der Mitarbeiter bestimmte Vorgaben zu beachten hat, er kann sich aber – soweit er sich im Rahmen der Guidelines bewegt – der »Rückendeckung« des Dienstherrn sicher sein. Zum Teil wird der Eindruck erweckt, eine Kodifizierung sei entbehrlich. So spricht *Harald Ille*, Sachgebietsleiter in der Presseabteilung des Presse- und Informationsamts der Stadt Frankfurt am Main und zuständiger Redakteur für den täglichen Presse-Newsletter der Stadt, davon, dass ein solcher Kodex bei der Stadt Frankfurt am Main nicht bestehe und weitgehend aus dem »Bauch« heraus getwittert werde³³. Eine solche Praxis kann jedoch

³³ Twittwoch e. V., Interview: Twitternde Institutionen (3): Stadt Frankfurt am Main – oder: @Stadt_FFM vom 08.03.2010, abrufbar unter de-

auch zu Unsicherheiten bei den Mitarbeitern führen, was den häufigen Einsatz und den Umgang mit Twitter und anderen Blogs hemmen könnte³⁴. So warnt *Henning Krieg*, Rechtsanwalt und Twitterexperte: »Wer einfach ins Blaue hinein twittert – oder twittern lässt –, der läuft Gefahr sich angreifbar zu machen«³⁵.

Hinsichtlich der Beteiligung der Mitarbeiter bei der Erarbeitung und bei Schulungs- und Aufklärungsmaßnahmen ist danach zu differenzieren, ob ein Engagement in sozialen Medien aktiv eingefordert wird oder ob lediglich die Reglementierung derjenigen Mitarbeiter Gegenstand der Guidelines ist, die die sozialen Medien nutzen wollen und insofern ihrerseits ohnehin schon über die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen dürften.

Eine Social Media Guideline ist je nach Zielsetzung insbesondere mit Vertretern der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit abzustimmen, die auch für die weiteren Einsatzformen, insbesondere den fachlichen Diskurs, wertvolle Hinweise zur öffentlichen Kommunikation werden geben können. Hinsichtlich der speziellen Funktionalitäten der sozialen Medien erscheint eine Rücksprache mit dem behördeneigenen Datenschutzbeauftragten ggf. auch der jeweiligen Aufsichtsbehörde zielführend, um bereits im Vorfeld eine datenschutzkonforme Nutzung abzusichern.

de.facebook.com/note.php?note_id=390007652081, zuletzt aufgerufen am 30. 06. 2011.

³⁴ Siehe auch *Graudenz u. a.* (Fn. 30), S. 21.

³⁵ *Krieg*, K&R 2010, 73 (74).

Schließlich ist eine Social Media Guideline, vor allem, wenn diese verbindlich für alle Mitarbeiter in Kraft gesetzt werden soll, mit dem Personalrat abzustimmen.

Angesichts der schnellen Innovationszyklen im Bereich sozialer Medien, die relativ schnell neue Funktionalitäten hervorbringen, muss der Erarbeitungsprozess auch sicherstellen, dass eine kontinuierliche Fortschreibung, Ergänzung und Anpassung der Guideline an veränderte technische, organisatorische oder rechtliche Rahmenbedingungen ermöglicht wird. Hierzu eignet sich insbesondere eine Fortschreibung mittels eines »Wikis«, welches gerade auch Diskussionen zu einzelnen Aspekten ermöglicht und durch die Anführung von Beispielen quasi eine kommentierte Fassung der Richtlinie abbilden kann³⁶.

Um den bestehenden Bedenken in vielen Verwaltungen entgegenzuwirken, erscheint es überdies sachgerecht, bspw. den fachlichen Diskurs erst für einzelne Zuständigkeits- oder Themenbereiche, ggf. auch untergeordnete Behörden, zu erproben und aufgrund der (positiven und negativen) Erfahrungen sowie einer entsprechend fortentwickelten Guideline die Nutzung der sozialen Medien auch auf andere (Verwaltungs-) Bereiche auszudehnen.

³⁶ Zur Fortschreibung einer Verwaltungsvorschrift mittels eines Wikis, s. Röchert-Voigt/Gronau, in: Schumann u. a. (Hrsg.), Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2010, 2010, S. 273 f.

IV. Mögliche Inhalte einer »Social Media Guide line« für die öffentliche Verwaltung

Die nachfolgend dargestellten denkbaren Inhalte einer Social Media Guideline sind zunächst als Anregung zu verstehen; sie weisen eine Vielzahl von Abhängigkeiten untereinander und zu anderen Regelungsregimen der öffentlichen Verwaltung auf, die jeweils zu berücksichtigen sind. Je nach Besonderheit der betroffenen Organisationseinheit können sich zum Teil sehr detaillierte Richtlinien als zielführend erweisen (die z. B. auch strenge Vorgaben für die »private Nutzung« enthalten, wie bei der Bundeswehr oder anderen Sicherheitsbehörden), während andere Einheiten mit einer sehr »schlanken« Regelung auskommen mögen. Die Entscheidung für eine dieser Varianten sollte aber in jedem Fall das Ergebnis eines intensiven Diskussionsprozesses innerhalb der Organisationseinheit, einschließlich der betroffenen Akteure, sein.

1. Allgemeine Rahmenbedingungen

Insbesondere im Unternehmensumfeld finden sich zahlreiche Beispiele, in denen die Social Media Guidelines mit einer recht ausführlichen Beschreibung der allgemeinen Rahmenbedingungen (z. B. Definition, Zielsetzungen, Verhältnis zu anderen Unternehmensrichtlinien oder -zielen) beginnen. Diese haben insbesondere den Zweck, auch Mitarbeiter, für die der Umgang mit sozialen Medien nicht (oder: noch nicht) zum alltäglichen »Handwerkszeug« rechnet, eine erste Orientierung zu geben.

Angesichts des Umstandes, dass selbst Kommunikationsformen, die in der Privatwirtschaft schon seit längerem im Einsatz sind, nur langsam Einzug in die öffentliche Verwaltung halten, erscheint ein solches Vorgehen hier in jedem Fall auch angezeigt. Ob man diese Elemente unmittelbar zum Inhalt einer Guideline macht oder quasi als »Präambel« voranstellt, ist dabei von untergeordneter Bedeutung³⁷.

a) Definition »sozialer Medien«

Unter dem Begriff Web 2.0 wird keine grundlegend neue Art von Technologien oder Anwendungen verstanden, er beschreibt vielmehr eine in sozio-technischer Hinsicht veränderte Nutzung des Internets, bei der dessen Möglichkeiten konsequent genutzt und weiterentwickelt werden. Das Web 2.0 stellt eine Evolutionsstufe hinsichtlich des Angebotes und der Internetnutzung dar, bei der nicht mehr die reine Verbreitung von Informationen, sondern die Beteiligung der Nutzer am Web und die Generierung weiteren Zusatznutzens im Vordergrund stehen³⁸. Der Begriff der »sozialen Medien« ist ein Sammelbegriff für internetbasierte mediale Angebote, die auf sozialer Interaktion und den technischen Möglichkeiten des Web 2.0

³⁷ Ob jedoch das Verhältnis von 94 Seiten »Einführung«, ca. 10 Seiten »Rechtsfragen« und einem Vorschlag einer Guideline mit gerade mal vier konkreten Handlungsanweisungen sachgerecht erscheint (so die Hamburgische Handlungsempfehlung [Fn. 5]) erscheint hingegen fraglich.

³⁸ *Lackes/Siepermann*, Stichwort: Web 2.0, in: Gabler Verlag (Hrsg.), *Gabler Wirtschaftslexikon*, abrufbar unter <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>.

basieren. Dabei stehen Kommunikation und der Austausch nutzergenerierter Inhalte im Vordergrund³⁹.

Die Technologien der sozialen Medien können in die Bereiche Kommunikation, Kollaboration, Wissensmanagement, Multimedia und Unterhaltung unterteilt werden, wobei die Relevanz für die öffentliche Verwaltung unterschiedlich ist. Der Kommunikation sind Weblogs, Mikroblogging, soziale Netzwerke, Social-Network-Aggregatoren, Event-Portale, Newsgruppen, Foren und Instant Messenger zuzuordnen. Für die Kollaboration und das Wissensmanagement existieren Wikis, SocialBookmarks, SocialTagging, Bewertungs- und Auskunftsportale, im Multimediabereich sind Foto- und Video-Sharing-Plattformen, Livestreaming und Podcasts verbreitet. Daneben existieren virtuelle Welten und Online-Spiele.

Angesichts ihrer Funktionen dürften für die öffentliche Verwaltung insbesondere, je nach Zielsetzung und Einsatzgebiet, folgende Technologien von Interesse sein:

- Weblogs und Foren, d. h. individualisierte Webseiten auf denen Nutzer diskutieren und ihre Erfahrungen, Meinungen und Wissen zu spezifischen, daher auch verwaltungsspezifischen, Themen austauschen können. Vergleichbare Funktionen über-

³⁹ *Sjurts*, Stichwort: Soziale Medien, in: Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon, abrufbar unter <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>.

nehmen die sog. Microblogging-Dienste, von denen Twitter der bekannteste ist.

- Soziale Netzwerke, die eine Form von Netzgemeinschaften beschreiben, welche technisch in Form von Webanwendungen oder Portalen zur Verfügung gestellt werden. Diese bieten ihren Nutzern üblicherweise folgende Funktionen an: die Erstellung eines persönlichen Profils oder zusätzlicher »Seiten«, mit verschiedenen Einstellungen zur Sichtbarkeit für Nichtmitglieder, Mitglieder und »Freunde« bzw. »Follower«; Kontaktlisten oder Adressbücher, mit denen die Verweise auf andere Mitglieder der Netzgemeinschaft (etwa Freunde, Bekannte, Kollegen usw.) oder Externe verwaltet werden können (oftmals kombiniert mit der Möglichkeit zum Datenimport aus dem E-Mail-Konto oder anderen Portalen); den Empfang und Versand von Nachrichten an andere Mitglieder; den Empfang und Versand von Benachrichtigungen über diverse Ereignisse (Profiländerungen, eingestellte Bilder, Videos, Kritiken, Anklopfen usw.) sowie Blogs oder Microblogging-Funktionen bzw. das Veröffentlichen von einzelnen Statusupdates.
- »Wikis«, also Hypertext-Systeme für Webseiten, dessen Inhalte von den Benutzern gelesen und auch online geändert werden können. Einer der Vorteile von Wikis ist, dass der Inhalt kontinuier-

lich durch die Gemeinschaft geprüft, aktualisiert und verbessert wird. Hinzu kommt, dass die Nutzer auf bisher noch nicht vorhandenes Wissen verlinken können, wodurch Wikis einen organischen Charakter aufweisen, welcher eine evolutionäre Entwicklung der Informationen, in Abhängigkeit der Nutzerbedürfnisse, ermöglicht.

- Podcasts, also eigenproduzierte Mediendateien, die über das Internet oder das firmeneigene Intranet angeboten werden. Diese können aus Video- oder Audiodaten bestehen, welche zeitunabhängig abgerufen werden können.

Angesichts der kontinuierlichen Fortentwicklung der sozialen Netzwerke, allen voran Facebook, bilden diese mittlerweile fast alle Elemente der sozialen Medien bzw. des Web 2.0 auf einer Plattform ab. Daher erscheint die Teilnahme der öffentlichen Verwaltung an diesen Netzwerken besonders attraktiv, zumal mit einem Account zahlreiche Funktionalitäten zur Verfügung stehen.

Formulierungsvorschlag:

»Soziale Medien sind internetbasierte mediale Angebote, die auf sozialer Interaktion, nutzergenerierten Inhalten und den technischen Möglichkeiten des Web 2.0 basieren. Sie dienen der Kommunikation, Zusammenarbeit und dem Wissensmanagement. Einsatz finden können u. a. Blogs, Foren, Microblogging-Dienste, soziale Netzwerke, Wikis sowie Portale zum Austausch von Medien.«

b) Zielsetzung

Weitaus wichtiger als eine Definition sozialer Medien erscheint die Festlegung, welche Ziele mit diesen neuen Kommunikationsformen verfolgt werden sollen. Die Beantwortung dieser Frage durch die Organisationseinheit – letztverbindlich durch die Leitungsebene – ist eine wesentliche Weichenstellung; nicht nur für die zukünftige Rolle der sozialen Medien in der »Organisationskommunikation«, sondern gerade auch für die Ausgestaltung von Social Media Guidelines. Sollte man sich bspw. dafür entscheiden, ausschließlich klassische Öffentlichkeitsarbeit in neuen Formen ermöglichen zu wollen, wäre gar ein Verzicht auf Social Media Guidelines, zugunsten einer Fortentwicklung der bestehenden Vorgaben für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit denkbar. Als denkbare Nutzenanlässe und damit Regelungsgegenstand kommen – wie ausgeführt – in Betracht:

- Öffentlichkeits- und Pressearbeit,
- die Beantwortung von Bürgeranfragen,
- die Integration sozialer Medien in interne Arbeitsprozesse,
- ein fachlicher Diskurs einzelner Mitarbeiter⁴⁰
- (sowie die »private Nutzung«).

⁴⁰ Der fachliche Diskurs unterscheidet sich qualitativ sowohl von der herkömmlichen, wie auch der über das Web 2.0 geführten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sodass es sachgerecht erscheint, diesen ausdrücklich als eigenständige Erscheinungsform zu normieren.

Nach einer Festlegung der Nutzungsanlässe, erscheint es sinnvoll diese ausdrücklich so zu bezeichnen und soweit die Richtlinien weitergehende Detailregelungen enthalten auf diese zu verweisen. Denkbar ist es zudem, eine »Definition« der einzelnen Nutzungsformen bereits in die allgemeinen Rahmenbedingungen aufzunehmen⁴¹.

Formulierungsvorschlag:

»Soziale Medien dienen der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] als ein Mittel der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nach Maßgabe der Nr. ... dieser Richtlinie [bzw. nach Maßgabe der ...⁴²], zur Beantwortung von Bürgeranfragen nach der Nr. ... dieser Richtlinie sowie zur Ermöglichung einer dienstlichen Außenkommunikation der Mitarbeiter über die Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinne hinaus (»fachlicher Diskurs«) nach Maßgabe der Nr. ...«

Soweit eine Beschränkung auf einzelne Einsatzformen beabsichtigt ist, sollte auch dies unmissverständlich in den Richtlinien formuliert werden.

Formulierungsvorschlag:

*»Soziale Medien werden von der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] **ausschließlich** für Zwecke der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zur Beantwortung*

⁴¹ Alternativ kann die Definition den »besonderen Regelungen« für den jeweiligen Einsatzzweck vorangestellt werden.

⁴² Denkbar ist es auch, die Vorgaben für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht in eine »Social Media Guideline« zu integrieren, sondern die bestehenden Regeln entsprechend fortzuentwickeln und auf diese zu verweisen.

von Bürgeranfragen durch die dafür zuständigen Einheiten (Öffentlichkeitsarbeit: ...; Bürgeranfragen: ...) eingesetzt. Die private Nutzung sozialer Medien durch die Mitarbeiter bleibt unberührt. Für diese gelten insbesondere aber die Nr. ... dieser Richtlinien.«

c) Bezug zu den allgemeinen »Unternehmenszielen«

In der Regel beinhalten die Vorschriften zu den allgemeinen Rahmenbedingungen einen Verweis auf die Unternehmensziele, wobei diesbezüglich darauf hinzuweisen ist, dass diese in der öffentlichen Verwaltung kaum in separaten Dokumenten formuliert wurden, als vielmehr aus den allgemeinen gesetzlichen Grundlagen und dem öffentlichen Auftrag der Verwaltung resultieren. Dennoch erscheint es auch sinnvoll, vor allem wenn nachfolgend auf die im Übrigen weiterhin Geltung beanspruchenden allgemeinen dienst- und beamtenrechtlichen Vorschriften sowie andere Regelwerke verwiesen wird, diesen Bezug deutlich herauszustellen.

Formulierungsvorschlag:

»Der Einsatz sozialer Medien ist am öffentlichen Auftrag der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] sowie am Gemeinwohl auszurichten und ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Befugnisse, Zuständigkeiten und Kompetenzen zulässig.«

d) Hinweis auf dienst- und arbeitsrechtliche Grundsätze

Der einleitende Abschnitt zu den allgemeinen Rahmenbedingungen einer Kommunikation über soziale Medien sollte des Weiteren einen Hinweis darauf beinhalten, dass die allgemeinen dienst- und arbeitsrechtlichen Vorschriften unberührt bleiben. In welchem Detailgrad dies erfolgt, bleibt der jeweiligen Organisationseinheit überlassen. Es lassen sich einerseits wenige wichtige Vorschriften direkt in die Richtlinie aufnehmen, andererseits kann eine Auflistung in einem Anhang (oder als Fußnotenverweis) erfolgen. Bei einer Zusammenstellung der relevanten Rechtsvorschriften sollte bereits danach differenziert werden, ob die Vorgaben ausschließlich »dienstliches Verhalten« betreffen oder auch in die private Sphäre ausstrahlen (so z. B. das beamtenrechtliche Zurückhaltungsgebot). Alternativ zur Verankerung in den allgemeinen Rahmenbedingungen kommt auch eine differenzierte Bezugnahme bei den Vorgaben für die »dienstliche Kommunikation« sowie für die »private Nutzung« in Betracht.

Hervorzuheben sind u. a. folgende Aspekte, die (auch) die dienstliche Kommunikation betreffen und für Beamte und Tarifbeschäftigte gleichermaßen gelten:

- Verschwiegenheitspflicht (§ 67 BBG⁴³)
- Dienstwegvorbehalt (§ 125 BBG⁴⁴)

⁴³ Statt vieler *Battis*, Bundesbeamtengesetz, 4. Aufl. 2009, § 67 Rn. 6 ff.

- Pflicht zu berufserforderlicher Achtung und zu vertrauensgerechtem Verhalten (§ 61 Abs. 1 Satz 3 BBG⁴⁵)
- Einschränkungen bei politischer Betätigung (§ 60 Abs. 2 BBG⁴⁶).

Eine entsprechende Regelung einer Social Media Guideline sollte insbesondere die dienstliche Verschwiegenheit und das Zurückhaltungsgebot hervorheben:

Formulierungsvorschlag:

»Bei der Nutzung sozialer Medien sind die allgemeinen beamten- und arbeitsrechtlichen Grundsätze zu beachten; dies gilt insbesondere für die Verschwiegenheitspflicht (§ 67 BBG), die Pflicht zu berufserforderlicher Achtung und zu vertrauensgerechtem Verhalten (§ 61 Abs. 1 Satz 3 BBG), das allgemeine Loyalitätsgebot sowie das Gebot der Mäßigung und Zurückhaltung bei politischen Tätigkeiten (§ 60 Abs. 2 BBG).«

e) Beziehung der Richtlinien zu weiteren Regelwerken

Eine vergleichbare Funktion wie der Verweis auf die allgemeinen dienst- und arbeitsrechtlichen Pflichten, die von der Nutzung sozialer Medien unberührt bleiben bzw.

⁴⁴ Statt vieler *Battis* (Fn. 43), § 125 Rn. 1 ff.

⁴⁵ Statt vieler *Battis* (Fn. 43), § 61 Rn. 9 ff.

⁴⁶ Statt vieler *Battis* (Fn. 43), § 60 Rn. 17 ff.

bei dieser ebenfalls Geltung beanspruchen, übernimmt der Verweis auf bestehende – andere – interne Regelwerke, in Form von Dienstvorschriften, Betriebsvereinbarungen, Verwaltungsvorschriften und Ähnlichem. Zum Teil existieren auch Überschneidungen zu den gesetzlichen Vorgaben. Im Rahmen der Erarbeitung von Social Media Guidelines ist es nicht nur erforderlich, die bestehenden Regelwerke zu ermitteln, um sie in einer Verweisvorschrift in Bezug zu nehmen, sondern vielmehr auch – und gerade – um einen Abgleich vorzunehmen, ob diese überhaupt den Besonderheiten der sozialen Medien gerecht werden oder ihrerseits ebenfalls anzupassen sind.

Als derartige Regelwerke kommen vorrangig in Betracht:

- Regelungen zum Umgang mit Presseanfragen und zur Öffentlichkeitsarbeit im Allgemeinen⁴⁷,
- weitere Vorgaben der Geschäftsordnungen zum Umgang mit Bürgeranfragen, zur Frage, welcher Mitarbeiter – bspw. bei der klassischen Schriftkommunikation – nach außen auftritt und zeichnet, wie Adressaten außerhalb der Verwaltung anzusprechen sind oder Ähnliches,
- Geheimschutzordnungen,
- datenschutzrechtliche Regelungen zum Umgang mit personenbezogenen Daten,
- Informationspflichten aus dem TMG, dem Rundfunkstaatsvertrag oder eine verwaltungsinterne Konkretisierung dieser Pflichten,
- »Styleguides«, also Vorgaben die die äußere Gestaltung behördlicher Kommunikation, z. B. die Verwendung von Wappen und Logos, betreffen,
- Vorgaben zur privaten Nutzung des Internets,

⁴⁷ Darauf verweist insbesondere die Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 116: »Auskünfte an die Presse sind generell einem bestimmten Personenkreis vorbehalten (§ 46 Absatz 3 HmbBG), und in der Regel ist die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einer internen Pressestelle vorbehalten (vgl. z. B. Ziffer 8.3 der Geschäftsordnung der Finanzbehörde). Dies gilt auch für entsprechende Veröffentlichungen in Social Media Tools; klären Sie mit Ihren Vorgesetzten und/oder der Pressestelle, ob Sie generell zu Veröffentlichungen ermächtigt sind.«

- zur barrierefreien Gestaltung von Internetauftritten,
- über Werbung und Sponsoring sowie
- allgemein die bestehenden Regelungen zum IT-Einsatz, insbesondere auch zur IT-Sicherheit.

Zusätzlich wird aber zu differenzieren sein zwischen Regelungen, die den Einsatz bestimmter sozialer Medien grundsätzlich infrage stellen (so bestimmte vergabe- und wettbewerbsrechtliche Aspekte, ggf. auch datenschutzrechtliche Vorgaben oder die Forderung nach der Barrierefreiheit behördlicher Angebote) und solchen, die bei der konkreten Nutzung relevant werden können. Diese sollten vorrangig aufgeführt werden – da die Frage nach der allgemeinen Zulässigkeit bestimmter Tools vorab verbindlich seitens der Organisation entscheiden sein sollte. Auch hier erscheint es sachgerecht, bestimmte Regelungen – je nach Relevanz für die jeweilige Behörde – ausdrücklich zu betonen, im Übrigen aber einen allgemeinen Verweis aufzunehmen.

Formulierungsvorschlag:

»Die für die Kommunikation der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] und ihrer Mitarbeiter geltenden Vorschriften sind auch im Rahmen der Nutzung sozialer Medien anzuwenden. Dies gilt insbesondere für«

f) Verbindlichkeit der Vorschriften

Zielführender als die bisherigen Ansätze, die die Nutzung sozialer Medien durch die öffentliche Verwaltung »re-

geln« und sich weitgehend in »Handlungsempfehlungen« erschöpfen, erscheint es, diese verbindlich auszugestalten. Eine entsprechende »Anordnung« in der Richtlinie selbst ist entbehrlich, zumal die Verbindlichkeit bereits aus der Rechtsnatur resultiert, die gewählt wird. In Betracht kommen »Dienstvereinbarungen«, »Erlasse«, »Verwaltungsvorschriften«, die Ergänzung von Geschäftsordnungen oder Ähnliches. Dies bedingt in der Regel auch ein bestimmtes Verfahren, eine bestimmte »Erlassform« und insbesondere bestimmte Mitwirkungsrechte, die dann im Erarbeitungsprozesse zu beachten sind.

Um die Richtlinie selbst nicht zu überfrachten, sollten daneben dennoch Aufklärungsmaßnahmen, »Handlungsempfehlungen« und ergänzende Hinweise für die Mitarbeiter stehen. Hier empfiehlt sich die Nutzung interaktiver, entwicklungsöffener Tools (z. B. ein Wiki), zumal es angesichts der Vielgestaltigkeit sozialer Medien ausgeschlossen ist, alle Eventualitäten im Vorfeld zu bedenken.

g) Geltungs- / Anwendungsbereich

Auch wenn sich die Verbindlichkeit der Guideline für alle Mitarbeiter in der Regel bereits aus ihrer Rechtsnatur ergibt und der Anwendungsbereich daher definiert ist, kann die ausdrückliche Aufnahme einer Regelung zum Anwendungsbereich durchaus sachgerecht sein. Einerseits um zu betonen, dass auch die (politische) Leitungsebene (Minister, Staatssekretäre o. ä.) grundsätzlich an die Vorgaben gebunden ist (obwohl sie in der Regel aufgrund der Zuweisung bestimmter Funktionen der Presse- und

Öffentlichkeitsarbeit an die Behördenleitung über weitergehende Freiheiten verfügt), andererseits um den Besonderheiten bestimmter Verwaltungseinheiten gerecht zu werden. So lassen sich bspw. die kommunalen Mandatsträger aus einer Guideline für die Stadtverwaltung, die Abgeordneten aus einer Guideline für die Landtagsverwaltung ausgrenzen. Hinsichtlich dieser Personengruppen ist eine umfassende Reglementierung ihres (Online-) Verhaltens zwar ausgeschlossen, dennoch kann eine Guideline auch diesbezüglich spezielle Vorgaben, insbesondere zum Umgang mit sozialen Medien in Gremiensitzungen und Ähnlichem, enthalten.

Formulierungsvorschlag:

»Diese Richtlinie gilt für alle Mitarbeiter der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit]. Für die ... [z. B. Mitglieder der Gemeindevertretung] kommt ausschließlich die Nr. ... dieser Richtlinie zur Anwendung. Dabei ist das freie Mandat aus ... [§ 32 Abs. 1 GO SH] zu beachten.«

2. Allgemeine Regelungen für alle Nutzungsformen

Im Sinne einer Regelungssystematik von allgemeinen Regeln zu speziellen Vorgaben sollten nach den Rahmenbedingungen allgemeine Vorgaben aufgestellt werden, die für alle Einsatzvarianten, soweit diese dienstlichen Charakter haben und allgemein gestattet wurden, gleichermaßen Geltung beanspruchen. Selbst wenn die »in-

terne Kommunikation« mittels sozialer Medien, die z. B. im Intranet zur Verfügung stehen, nicht ausdrücklich von einer Social Media Guideline geregelt wird, können die allgemeinen Regelungen – insbesondere zum Umgang miteinander – auch für diesen Aspekt angeordnet werden.

a) Hinweis auf die Besonderheiten der Online-Kommunikation

Zunächst erscheint es angezeigt, unmittelbar in der Richtlinie auch auf die Besonderheiten der Online-Kommunikation, insbesondere über soziale Medien, hinzuweisen. Dieser Aspekt sollte zudem aber auch ein Schwerpunkt etwaiger Fortbildungs- und Schulungsmaßnahmen sein. Unter anderem muss Berücksichtigung finden:

- dass die veröffentlichten Informationen dauerhaft öffentlich zugänglich bleiben und nicht ohne Weiteres wieder »gelöscht« werden können,
- dass die Informationen in der Regel einem nicht abgrenzbaren Adressatenkreis zugänglich sind und daher möglichst allgemein verständlich zu formulieren sind,
- dass Veröffentlichungen unter Umständen, anders als die Kommunikation in anderen Medien, eine breite »Streuwirkung« entfalten können,
- dass ggf. (fälschlicherweise) eine Zurechnung von Einzelmeinungen zur Gesamtorganisation erfolgt,

- dass ohne weiteren Aufwand eine Verknüpfung mit anderen Informationen, sei es »privaten« oder »dienstlichen«, möglich ist,
- die kontinuierliche Pflege verschiedener Profile und Medien einen enormen Aufwand mit sich bringen kann,
- dass die technischen Optionen eine leichtere Durchsuchbarkeit und Archivierbarkeit von Informationen ermöglichen,
- dass ggf. eine weitaus schnellere Reaktion der Behörde auf Antworten, Kommentare und Statements erwartet wird als in anderen Medien, und
- dass die »web 2.0-typischen« Reaktionszeiten nicht mit der bisher üblichen Behördenorganisation und internen Abstimmungen kompatibel sind.

Formulierungsvorschlag:

»Welche Daten, Informationen, Meinungen und Medien im Rahmen der dienstlichen Kommunikation mittels sozialer Medien veröffentlicht werden können, muss zuvor unter Berücksichtigung der Besonderheiten dieser Kommunikationsform geprüft werden. Zu beachten sind insbesondere die ... [dauerhafte Verfügbarkeit, die Verknüpfbarkeit mit weiteren Informationen, die leichtere Durchsuchbarkeit ...].«

b) Benutzungsregeln

In einem engen Zusammenhang mit diesen Besonderheiten, insbesondere dem nicht überschaubaren Adressatenkreis, stehen allgemeine Benutzungsregeln und Vorgaben zur »Art und Weise« der Kommunikation.

Hierzu gehört u. a.

- ein Hinweis auf die Einhaltung einer höflichen Kommunikationsform, auch in kontroversen Diskussionen,
- trotz eines weitaus informaleren Umgangs miteinander der Verzicht auf übertrieben »lässige« Kommunikationsformen (z. B. sollte die Behörde auch im Internet nicht ungefragt »duzen«),
- das Erfordernis, die Informationen »adressatengerecht« und an das besondere Medium angepasst aufzubereiten (also in der Regel gegenüber anderen Kommunikationsformen erheblich zu kürzen),
- eine nicht endgültig abgestimmte Auffassung deutlich als solche bzw. als Ansicht eines einzelnen Mitarbeiters zu kennzeichnen,
- bei der Nutzung »fremder« Informationen die Quelle anzugeben und
- grundsätzlich den Urheber einer Information (Behörde, Abteilung, Mitarbeiter) deutlich zu bezeichnen.

Hinsichtlich des Kommunikationsstils muss insbesondere auf die Allgemeinverständlichkeit und die Besonderheiten der »Kurzkommunikation« geachtet werden. Auch bei Fragen der Zurechenbarkeit zur Gesamtorganisation, der Kennzeichnung als vorläufige Auffassung und Ähnli-

chem ist als »Kontrollmaßstab« der durchschnittliche Empfängerhorizont und nicht eine spezialisierte Fachöffentlichkeit zugrunde zu legen. Die »Zuspitzung« von Informationen auf 140 Zeichen erfordert ggf. eine besondere Schulung, sodass Web 2.0-Angebote, die dies erfordern, eventuell ausschließlich von der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollten.

**c) Erkennbarkeit des handelnden Mitarbeiters /
Kennlichmachung der Organisation**

Ausgehend von diesen Benutzungsregeln ist also eine Regelung aufzunehmen, die die Mitarbeiter zur Kennzeichnung der Beiträge verpflichtet. In Abhängigkeit davon, ob Funktions- oder Mitarbeiteraccounts zugelassen und welche Nutzungsarten verwirklicht werden, sind dabei verschiedene Varianten denkbar:

- die Kennzeichnung aller Beiträge mit der Urheberschaft der Behörde,
- ein Auftreten des Mitarbeiters als »natürliche Person«, was weitaus mehr dem Grundprinzip des Web 2.0 entsprechen dürfte, aber zugleich unter Hinweis auf die Behördenzugehörigkeit,
- und vor allem bei der Nutzung von Funktionsaccounts, unter denen mehrere Mitarbeiter kommunizieren, der Hinweis auf den aktuell Handelnden.

Aufgrund des zum Teil begrenzten Platzangebots muss dabei ggf. auf Kürzel zurückgegriffen werden, die dann

an leicht zugänglicher Stelle allgemein verständlich erklärt werden sollten. Ein besonderes Problem entsteht, wenn Accounts zugelassen werden, die sowohl zur privaten als auch zur dienstlichen Kommunikation, z. B. zum fachlichen Diskurs, genutzt werden sollen.

Formulierungsvorschlag:

»Im Rahmen der Kommunikation in sozialen Medien ist auf den dienstlichen Charakter einer Meinungsäußerung, einer veröffentlichten Information oder von Medien sowie auf die Urheberschaft der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] hinzuweisen. Dies gilt auch, wenn persönliche Profile zum Einsatz kommen oder unter dem Mitarbeiternamen kommuniziert wird. Ist aufgrund der Besonderheiten des eingesetzten Mediums eine solche Kennzeichnung nur eingeschränkt möglich, sind geeignete Vorkehrungen (Kürzel o. ä.) zu ergreifen, die eine Zuordnung zur ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] sicherstellen.«

d) Zugangsmanagement

Die Verwaltung, die sich zur Nutzung von Web 2.0-Medien entscheidet, muss eine Klärung herbeiführen, welche Mitarbeiter oder Organisationseinheiten für die Eröffnung und Pflege der Accounts intern zuständig sind. Je nach gewähltem Einsatzgebiet stehen zahlreiche Optionen zur Verfügung. In jedem Fall sollte eine Stelle mit entsprechender Fachkunde (z. B. die Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) einen Überblick über die dienstlich genutzten Accounts und Verantwortlichkeiten

erhalten, um eine Beobachtung und ggf. schnelle Reaktion bei problematischen Verhaltensweisen sicherzustellen. Insofern kommt vor allem ein Registrierungs- und Anzeigeverfahren in Betracht.

Des Weiteren sollte zwischen den unterschiedlichen Einsatzformen differenziert werden:

- Für den Einsatz in der **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** empfiehlt sich die Einrichtung sog. Funktions- bzw. Organisationsaccounts (z. B. ein »Stadt Kiel« Account bei Facebook). In diesem Kontext erwarten die Adressaten nicht zwingend das »web 2.0-typische« persönlichere Auftreten der Behördenmitarbeiter. Dennoch sollte, soweit möglich, auf die konkrete Urheberschaft hingewiesen werden – insbesondere, wenn der Account von einem Redaktionsteam gepflegt wird.
- Wird ein Web 2.0-Kanal auch für **Bürgeranfragen** und Bürgerinformationen genutzt, sollte ein ähnliches Konzept realisiert werden: ein speziell als Bürgerinformation erkennbarer »Funktions-Account«, bei dem aber ebenfalls die Urheberschaft einzelner Mitarbeiter kenntlich gemacht wird. Angesichts der vergleichbaren Zielsetzungen erscheint die interne Ansiedlung dieser Aufgabe bei einer Stelle sachgerecht, die ähnliche Dienste (z. B. das Bürgertelefon 115) verantwortet.

- Anders stellt sich die Situation beim **fachlichen Diskurs** dar, der sich in der Regel auch in der »analogen Welt« weitaus personenbezogener vollzieht. Auftritte in Podiumsdiskussionen, Fachbeiträge in Zeitschriften, Interviews, Vorträge und ähnliches werden zunächst – auch wenn in dienstlicher Eigenschaft – dem einzelnen Mitarbeiter zugerechnet. Insbesondere der Umstand, dass es sich in diesem Bereich zum Teil um vorläufige Einschätzungen, nicht vollständig abgestimmte Entwürfe oder Diskussionsgrundlagen handelt, spricht dafür, dieses Vorgehen auch im Rahmen der Web 2.0-Nutzung beizubehalten. Wird diese Einsatzform seitens der Verwaltung also grundsätzlich gebilligt (oder sogar eingefordert), sollte daher eine Nutzung persönlicher Accounts der Mitarbeiter erfolgen, womit insbesondere bei dieser Variante die Abgrenzbarkeit von privatem und dienstlichem Verhalten besonderes Gewicht bekommt. Die zum fachlichen Diskurs genutzten Accounts und Medien sollten zusätzlich aber einerseits den Vorgesetzten, andererseits der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gemeldet werden. Bei der Eröffnung sind die Vorgaben einer Social Media Guideline zu berücksichtigen, z. B. wenn bestimmte Dienste ausgeschlossen wurden, andere Restriktionen vorliegen oder bestimmte zusätzliche Verfahrensvorgaben (Genehmigung durch den Vorgesetzten o. Ä.) zu beachten sind.

- Für die Nutzung des Web 2.0 zu **internen Zwecken** kommt ebenfalls eine Nutzung persönlicher Mitarbeiter-Accounts in Betracht, zumal dies auch der bisherigen Kommunikation, z. B. mittels E-Mail oder Telefon entspricht. Auch hier erscheint aber eine Registrierung erforderlich, insbesondere um zu prüfen, ob eine Nutzung bestimmter (externer) Dienste überhaupt zulässig ist.

Insbesondere, wenn die Zugangsdaten und Passwörter aus organisatorischen Gründen von mehreren Personen genutzt werden, also z. B. im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und bei Bürgeranfragen, sind Vorkehrungen zur sicheren Weitergabe, Speicherung usw. zu treffen. »Angesichts der weitreichenden Missbrauchsmöglichkeiten solcher im Namen einer Behörde eröffneten Accounts muss bei den Zugangsdaten größte Sorgfalt an den Tag gelegt werden. Eine Weitergabe an unbefugte Dritte oder auch nur die Möglichkeit der Kenntnisnahme dieser Zugangsdaten durch Dritte ist mithilfe geeigneter organisatorischer Maßnahmen strikt auszuschließen«⁴⁸.

e) Umgang mit sozialen Medien in dienstlichen Veranstaltungen

Zu den allgemeinen Regelungen zählen schließlich auch Vorgaben für die Nutzung sozialer Medien in dienstlichen Besprechungen und Ähnlichem. Angesichts der Vielfältigkeit erscheint es nicht sachgerecht eine allge-

⁴⁸ Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 103.

meingültige Aussage zu treffen, vielmehr sollte lediglich die Pflicht aufgenommen werden, soweit erforderlich, eine entsprechende Handlungsmaxime aufzustellen. Inwieweit diese Vorgaben auch für besondere Konstellationen und Gremien, z. B. eine Gemeindevertretung, Ausschusssitzungen o. Ä. gelten, bedarf einer gesonderten Prüfung, ist aber nicht ausgeschlossen, zumal auch Regelungen zur Handy- und Laptopnutzung in die Kompetenz der Sitzungsleitung fallen⁴⁹. Insofern sind diese Vorgaben aber ggf. in andere Regelungsregime (Geschäftsordnung o. Ä.) aufzunehmen und in einem besonderen Verfahren zu verabschieden.

Formulierungsvorschlag:

»Soweit konkrete Anhaltspunkte für das Erfordernis einer Regelung der Nutzung bestimmter Medien in dienstlichen Besprechungen, Konferenzen oder Ähnlichem bestehen, legt der Vorsitzende bzw. die Sitzungsleitung Verhaltensregeln fest. Dies gilt insbesondere für nicht-öffentliche Sitzungen.«

f) Definition und Zulässigkeit privater Nutzung

Schließlich kommt der Abgrenzung und Abgrenzbarkeit von dienstlicher und privater Nutzung ein enormer Stellenwert zu. Diese bereitet insbesondere dann Schwierigkeiten, wenn entsprechende Regelungen zur Web 2.0-Nutzung durch die Behörde und ihre Mitarbeiter voll-

⁴⁹ Dazu *Schmidt-Aßmann/Röhl*, in: Schmidt-Aßmann/Schoch (Hrsg.), *Besonderes Verwaltungsrecht*, 14. Aufl. 2008, 1. Kap. Rn. 62 ff.

ständig fehlen bzw. auf bilateralen und daher nicht vollständig transparenten Absprachen basieren. Sind jedoch Social Media Guidelines vorhanden oder die Nutzung allgemein auch zu dienstlichen Zwecken gestattet, lässt sich eine Abgrenzung relativ einfach umschreiben: Als dienstliche Nutzung kann nämlich grundsätzlich nur diejenige Tätigkeit eingestuft werden, die von den Vorgaben der Social Media Guideline abgedeckt ist. Dies bedeutet, dass wenn eine Behörde den fachlichen Diskurs nicht gestattet, es sich bei entsprechenden Diskussionsbeiträgen eines Mitarbeiters schon aus diesem Grund um »private« Äußerungen handelt, selbst wenn der Inhalt dienstlicher Natur ist. Gleiches gilt z. B., wenn Mitarbeiter, denen die Kompetenz zur Beantwortung von Bürgeranfragen nicht zugewiesen wurde, solche über ihren Account, den sie für den (genehmigten) fachlichen Diskurs nutzen, beantworten⁵⁰. Schließlich erscheint auch der Hinweis angebracht, dass interne Web 2.0-Tools der Behörde sowohl dienstlich als auch privat genutzt werden können – so z. B. wenn ein internes Kollaborationstool nicht nur dem fachlichen Austausch dient, sondern eine »Schwarze-Brett-Funktion« o. Ä. beinhaltet.

Formulierungsvorschläge:

⁵⁰ Gleichwohl sind die Mitteilung, dass dieser Kanal nicht zu diesem Zweck eröffnet wurde, bzw. der Hinweis auf die fehlende Zuständigkeit sowie die ggf. vorgenommene Weiterleitung an eine zuständige Stelle als »dienstlich« zu klassifizieren, zumal eine Social Media Guideline dazu auch verpflichtet sollte; s. Gliederungspunkt IV. 5. a.

»Die Vorgaben der Nr. ... dieser Richtlinie gelten nur für die dienstliche Nutzung sozialer Medien; im Rahmen der privaten Kommunikation im Dienst sind die Vorgaben der ... [allgemeine Richtlinie zur privaten Internetnutzung] sowie darüber hinaus⁵¹ die Vorgaben der Nr. ... zu beachten. Die Vorgaben zur privaten Nutzung beanspruchen auch Geltung im Rahmen der Nutzung von internen Web 2.0-Anwendungen, soweit die darüber geführte Kommunikation keinen dienstlichen Hintergrund hat.«

»Eine dienstliche Nutzung sozialer Medien liegt nur vor, wenn der Mitarbeiter durch diese Richtlinie und nach dem jeweils vorgegebenen Verfahren zu dieser Nutzung berechtigt ist.«

3. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Hinsichtlich des Einsatzes von Web 2.0-Anwendungen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit dürfte der geringste Handlungsbedarf entstehen, zumal es sich bei dieser Art der Kommunikation um eine geübte Praxis handelt (lediglich das Medium variiert), das eingesetzte Personal in der Regel eine gewisse »Affinität« zu neuen Arten der Informationsbeschaffung und -verbreitung besitzen dürfte und oft ein in sich kohärentes Regelungs- und Verantwortlichkeitenregime existiert. Insofern muss insbesonde-

⁵¹ Dies verdeutlicht, dass die private Internetnutzung nicht ausschließlich reglementiert wird, wenn sie (in eingeschränktem Umfang, aber zumindest grundsätzlich zugelassen) während der Arbeitszeit erfolgt, sondern auch darüber hinaus.

re eine Zuweisung der Verantwortlichkeit für die Web 2.0-Kommunikation an die zuständige Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsabteilung erfolgen, wobei zur Klarstellung auf das Verhältnis und die Abgrenzung zum fachlichen Diskurs hingewiesen werden kann.

Formulierungsvorschläge:

»Soziale Medien können auch zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden. Diese Nutzung bleibt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] vorbehalten. Die sich aus der ... ergebenden Rechte der ... [Behördenleitung] zu selbständiger Außenkommunikation bleiben unberührt. Auch die ... [Behördenleitung] kann sich der sozialen Medien bedienen.«

»Die Kommunikation der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] in den sozialen Medien über ein bestimmtes Thema schließt den fachlichen Diskurs im Sinne der Nr. ... dieser Richtlinie nicht aus. Allgemeine Kommunikation zu übergreifenden Themen bleibt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] vorbehalten.«

Thematisiert werden sollte auch der Aspekt, ob eine Begrenzung auf bestimmte »Leitmedien« (z. B. Facebook und Twitter) erfolgt. Angesichts des Umstandes, dass diese Begrenzung der eingesetzten Anwendungen auch hinsichtlich der anderen Nutzungsformen idealerweise der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zugewiesen werden sollte, bedarf es aber keiner diesbezüglichen

chen Regelung, zumal diese ohnehin aufgrund der erforderlichen Flexibilität offen zu gestalten wäre.

Aufgenommen werden kann des Weiteren ein expliziter Verweis auf das bestehende Regelwerk – soweit dies hinsichtlich einzelner Aspekte nicht »web 2.0-konform« erscheint, sollten Anpassungen direkt in diesen Regelungen vorgenommen werden. Aufgrund der bestehenden Kompetenz bietet es sich an, die besondere Rolle der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die ggf. auch entsprechend geschult werden kann, zu betonen und sie als festen Ansprechpartner für Aspekte der Web 2.0-Nutzung zu installieren⁵².

Formulierungsvorschläge:

»Für die Nutzung sozialer Medien zum Zwecke der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gelten die Regelungen der ... [allgemeinen Regelung zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] entsprechend. Ergänzend kommen die Nrn. ... dieser Richtlinie [insbesondere die allgemeinen Vorgaben, Benutzungsregeln usw.] zur Anwendung.«

»Soweit im Einzelfall im Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Medien Fragen oder Zweifelsfälle vorliegen, sind diese unter Einbeziehung des jeweiligen Vorgesetzten mit der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu erörtern. Die Abteilung für Presse- und

⁵² Alternativ käme die Schaffung eines »Beauftragten für soziale Medien« o. Ä. in Betracht, der aber ebenfalls sachgerecht bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit anzusiedeln wäre.

Öffentlichkeitsarbeit stellt allen Mitarbeitern überdies weitere Materialien, Informationen und Handlungsempfehlungen zur Nutzung sozialer Medien zur Verfügung.«

4. »Fachlicher Diskurs«

Sollte sich eine Organisationseinheit grundsätzlich entscheiden, den fachlichen Diskurs einzelner Mitarbeiter über die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit hinaus zuzulassen⁵³, dürfte dieser Teilbereich den größten »Regelungsbedarf« innerhalb einer Social Media Guideline auslösen.

Bei der Analyse, ob und inwieweit sowie nach welchen konkreten Regeln eine Organisationseinheit den »fachlichen Diskurs« ermöglichen will, sind insbesondere folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- der Umstand, dass es zahlreiche Informationen der öffentlichen Verwaltung gibt, die zwar grundsätzlich öffentlich sind, die aber die Relevanzschwelle für eine Pressemitteilung (oder auch nur eine »Twitter-Meldung« durch die Öffentlichkeitsarbeit) nicht erreichen. Diese dennoch einer interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen, erscheint zielführend. Dabei wird es sich vorrangig um Informationen handeln, die einer-

⁵³ Dieser Aspekt dürfte auch in der Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 102, angesprochen sein, wenn es dort heißt: »Bei der Nutzung von Social Media und den oftmals hier erforderlichen kurzen Reaktionszeiten erscheint eine solche Kompetenzübertragung auf bestimmte Personen unvermeidlich. Dabei sollte die Behördenleitung aber zumindest die strategischen Ziele vorgeben und sich in regelmäßigen Abständen berichterstaten lassen«.

seits keine personenbezogenen Daten beinhalten, andererseits ohnehin öffentlich zugänglich sind, deren Auffinden aber nachhaltig erleichtert werden kann.

- Der Umstand, dass der »fachliche Diskurs« keineswegs eine neue Erscheinung ist, die erst durch die sozialen Medien hervorgebracht wird, sondern seit jeher – auch von der öffentlichen Verwaltung – praktiziert wird. So existiert eine »fachliche Kommunikation« mit interessierten Kreisen der Bevölkerung in Podiumsdiskussionen, Fachforen, Kongressen, Vorträgen, Fachaufsätzen und vielem mehr. Dies erfolgt in der Regel auch eigenverantwortlich durch den jeweiligen Mitarbeiter im Rahmen seiner eigenen Zuständigkeit, ggf. nach Absprache mit dem direkten Vorgesetzten. Daher erscheint es nicht angezeigt, diese eingeübte Praxis bei der Verlagerung in das Web 2.0 grundsätzlich infrage zu stellen.

a) Definition

Ausgehend von diesen Vorüberlegungen kann somit auch der Teilbereich des »fachlichen Diskurses« näher definiert werden. Es handelt sich um die Kommunikation mit einer interessierten Fachöffentlichkeit über Fragestellungen, die der Aufgabenbeschreibung und Zuständigkeit des einzelnen Verwaltungsmitarbeiters zugeordnet werden können. Dabei können im Einzelnen erhebliche Unterschiede bestehen – so wird der fachliche Austausch

in Ministerien oftmals auch über aktuelle Gesetzgebungsvorhaben o. Ä. geführt, während in bestimmten Fachbehörden fachliche Erkenntnisse, neu veröffentlichte Richtlinien oder Ähnliches betroffen sein können. Negativ lassen sich jedoch konkrete außenbezogene Verwaltungsverfahren, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Gesamtorganisation sowie die Beantwortung von Bürgeranfragen ausgrenzen.

Angesichts der vergleichbaren Zielsetzung der (informalen) Beteiligung Externer durch den fachlichen Diskurs mit förmlichen Anhörungs- und Beteiligungsrechten sollte darauf hingewiesen werden, dass diese nicht infrage gestellt werden.

Formulierungsvorschlag:

»Als fachlicher Diskurs im Sinne dieser Richtlinie ist die Kommunikation einzelner Verwaltungsmitarbeiter über dienstliche Belange ihres Aufgabenbereichs unter Einsatz sozialer Medien zu verstehen. Die allgemeine und übergreifende Themen betreffende Kommunikation für die ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] obliegt der ... [Pressestelle bzw. Behördenleitung]. Nicht zum fachlichen Diskurs zählen die Beantwortung von Bürgeranfragen (dazu Nr. ...) sowie der Austausch mit Externen im Rahmen eines konkreten Verwaltungsverfahrens. Förmliche Beteiligungsverfahren bleiben vom fachlichen Diskurs unberührt.«

b) **Regelungsintention**

Gerade im Bereich des fachlichen Diskurses ist es wichtig, dass sich die Organisationseinheit vergewissert, welche Ziele sie mit diesem Nutzungsanlass und damit auch den entsprechenden Vorgaben innerhalb einer Richtlinie erreichen will.

Die denkbare Ausgestaltung dürfte sich zwischen der Reglementierung für den Fall, dass ein Mitarbeiter soziale Medien auch dienstlich nutzen möchte⁵⁴, bis hin zur aktiven Einforderung der Nutzung durch den Arbeitgeber vollziehen⁵⁵. Dabei ist es durchaus denkbar, zwischen unterschiedlichen Abteilungen zu differenzieren – während es zielgerichtet erscheint, die dienstliche Kommunikation auch über soziale Medien bspw. in einer Abteilung, die »netzpolitische«, »internetbezogene« Themen oder solche, die einen starken Bürgerbezug aufweisen (z. B. Planungsabteilungen im kommunalen Bereich) aktiv einzufordern, existieren in jeder Verwaltung auch Bereiche, für die sich dies weit weniger eignet (Zentralabteilungen, Abteilungen mit weitgehend internen Aufgabenstellungen etc.). Gerade in einer Anfangsphase erscheint daher die Auswahl geeigneter Abteilungen eine zielführende Vorgehensweise – soweit die Nutzung sozialer Medien hier erfolgreich erprobt wurde, kann über eine Ausdehnung auf weitere Bereiche nachgedacht werden.

⁵⁴ So hält es *Wedde*, AiB 2011, 287 (290), für angezeigt, den an der Nutzung des Web 2.0 »interessierten Beschäftigten sinnvolle Spielräume zu eröffnen«.

⁵⁵ Die Verpflichtung zur Nutzung dürfte hingegen auf Ausnahmefälle, insbesondere im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, beschränkt bleiben.

Formulierungsvorschläge:

»Die ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] begreift soziale Medien als ein Instrument, dass den fachlichen Diskurs mit interessierten Kreisen der Bevölkerung nachhaltig befördern kann. Die Mitarbeiter der Abteilung ... [deren Themenstellungen für einen Kreis von Bürgern von besonderem Interesse sind, die eine hohe »Internetaffinität« aufweisen], werden daher ermuntert, geeignete soziale Medien nach Maßgabe der Nrn. ... auch für den fachlichen Diskurs einzusetzen. Soweit Mitarbeiter anderer Abteilungen ebenfalls dienstlich über soziale Medien kommunizieren wollen, gelten die Vorgaben entsprechend.«

Oder

»Die ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] ermöglicht ihren Mitarbeitern jeweils im Rahmen ihrer eigenen Zuständigkeit auch den fachlichen Diskurs über soziale Medien. Entscheidet sich ein Mitarbeiter soziale Medien zu diesem Zweck einzusetzen, hat er die Vorgaben der Nrn. ... dieser Richtlinie zu beachten.«

c) Begrenzung der eingesetzten Anwendung

Ausgehend von den allgemeinen Überlegungen zur Zulässigkeit bestimmter Web 2.0-Anwendungen empfiehlt es sich, eine Begrenzung der zum Einsatz kommenden Anwendungen unmittelbar in der Richtlinie oder – zur Erhöhung der Flexibilität – in einem Anhang vorzunehm-

men. Der Ausschluss bestimmter Dienste rechtfertigt sich mit datenschutzrechtlichen Aspekten oder aufgrund anderer problematischer Funktionen. Zudem erscheint eine Begrenzung angezeigt, zumal das Erfordernis, seinen Account kontinuierlich zu pflegen und zeitlich angemessen auf Kommentare u. Ä. zu reagieren, mit dem damit verbundenen Aufwand nicht unterschätzt werden sollte. Eine weitere Begrenzung könnte aufgrund der zusätzlichen Risiken einer Echtzeit-Kommunikation (z. B. in Form einer Chat-Funktion) erfolgen.

Formulierungsvorschlag

»Für den fachlichen Diskurs im Sinne dieser Richtlinie können grundsätzlich die in Anhang ... dieser Richtlinie genannten Anwendungen genutzt werden. Die Aktualisierung des Anhangs ... obliegt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit]. Sollte das Bedürfnis bestehen, weitere Anwendungen zu nutzen, bedarf es hierzu einer Genehmigung der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] im Einzelfall⁵⁶.«

»Im Vorfeld der Nutzung weiterer Anwendungen ist zu prüfen, ob die beabsichtigten Ziele nicht durch bereits im Einsatz befindliche Anwendungen verwirklicht werden können und ob der zusätzliche Pflegeaufwand in einem angemessenen Verhältnis zu den erreichbaren Zielen steht.«

⁵⁶ Dieser Passus bezieht sich vor allem auf Diskussionsforen, Blogs usw., die man anders als bspw. Facebook, Twitter o. Ä. nicht abstrakt umschreiben kann, so dass eine »Einzelgenehmigung« bezogen auf bestimmte Angebot zweckmäßig erscheint.

d) Zuweisung der »Kompetenz«

Des Weiteren bedarf es einer Entscheidung darüber, welchem Personenkreis innerhalb der Verwaltung der »fachliche Diskurs« frei gestellt werden soll. Dies gilt unabhängig von der Frage, ob man diesen Teilbereich als »Unterfall« der Öffentlichkeitsarbeit begreift, die den Pressestellen oder Behördenleitungen vorbehalten, aber nicht grundsätzlich »delegationsfeindlich« ist, oder als eigenständiges Anwendungsfeld. Die Zuweisung der Kompetenz betrifft selbstverständlich nur diejenigen Organisationsbereiche, in denen der fachliche Diskurs ermöglicht, wenn nicht sogar aktiv eingefordert wird. Hierbei erscheint eine Abwägung der widerstreitenden Interessen angezeigt: Während die Ermöglichung der Nutzung durch eine Vielzahl der Mitarbeiter die Chance bietet, die Erreichung der Ziele der Web 2.0-Nutzung zum fachlichen Diskurs zu optimieren, ist damit auch immer das Risiko eines weitergehenden »Kontrollverlusts« für Behördenleitung oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verbunden. In jedem Fall sollten so viele Mitarbeiter eingebunden werden, dass eine »web 2.0-angemessene« Reaktionsgeschwindigkeit garantiert werden kann. In Betracht zu ziehen sind folgende Begrenzungen des Mitarbeiterkreises, der über soziale Medien kommuniziert:

- Die Option, ausschließlich einer bestimmten Hierarchieebene den fachlichen Diskurs (allgemein) zu ermöglichen. Dies garantiert einerseits ein gewisses fachliches »Niveau«, andererseits ist so ein

bestimmter hausinterner »Abstimmungsgrad« gewährleistet (denkbar wäre es die Ebene der Referats- oder Abteilungsleiter als »unterste« sowie alle darüber folgenden Stufen in der Hierarchie zu legitimieren).

- Wie bereits angedeutet, kommt auch eine Zuweisung der Kompetenz zum fachlichen Diskurs begrenzt auf bestimmte »Themengebiete« in Betracht, wobei dann gleichfalls zu klären ist, ob alle Mitarbeiter dieser Organisationseinheit entsprechend handeln dürfen, oder wiederum eine Begrenzung auf eine Hierarchieebene oder nach anderen Kriterien angezeigt ist.
- Daneben ließe sich auch ein »Registrierungs- und Anzeigeverfahren« einführen, welches sich mit dem Anzeigeverfahren für die konkret eingesetzten Medien kombinieren ließe.
- Vergleichbar wäre auch eine »Genehmigungspflicht«, die entweder dem direkten Vorgesetzten, einer anderen Hierarchieebene oder der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. einer Kombination zugewiesen werden kann.
- Eine personenbezogene Beschränkung, vergleichbar der Zuweisung an eine bestimmte Hierarchieebene, wäre zudem in Form des Erfordernisses einer speziellen Schulung im Umgang mit sozialen Medien denkbar.

- Schließlich ist es denkbar, auf eine Begrenzung zu verzichten und allen Mitarbeitern den fachlichen Diskurs zu gestatten. Dieses Modell empfiehlt sich in der Regel nur in Verbindung mit der Begrenzung auf eine bestimmte Thematik und die dieser zugeordneten Mitarbeiter.

Die aufgezeigten Optionen, die zum Teil auch beliebig kombinierbar sind, geben der jeweiligen Behörde einen hinreichenden Spielraum, die für die eigenen Zielsetzungen jeweils passende Lösung zu finden.

Formulierungsvorschläge:

»Der Einsatz sozialer Medien zum fachlichen Diskurs im Sinne dieser Richtlinie ist den Referatsleitern sowie allen höheren Hierarchieebenen ohne gesonderte Genehmigung gestattet. Weitere Mitarbeiter bedürfen einer Genehmigung des jeweiligen Referatsleiters sowie der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.«

Oder

»Der Einsatz sozialer Medien zum fachlichen Diskurs im Sinne dieser Richtlinie ist allen Mitarbeitern ohne gesonderte Genehmigung gestattet, die an der von der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] angebotenen Schulung zum ... [Umgang mit sozialen Medien] teilgenommen haben.«

Oder

»Der Einsatz sozialer Medien zum fachlichen Diskurs im Sinne dieser Richtlinie ist allen Mitarbeitern nach vorheriger Anzeige bei ihrem unmittelbaren Vorgesetzten sowie der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] gestattet.«

e) Nutzung »privater« Accounts

Insbesondere für den Fall, dass sich der fachliche Diskurs unter einem persönlichen Profil des Mitarbeiters vollziehen soll, muss die Richtlinie Vorgaben dazu enthalten, ob zu diesem Zweck auch ein (schon vorhandener) privater Account genutzt werden darf bzw. ob der neu geschaffene »dienstliche« Account auch privaten Zwecken dient. Insofern sind zwei gegenläufige Tendenzen der Web 2.0-Kommunikation zu beachten:

- Für Externe wird bei der Nutzung desselben Accounts nur schwer abgrenzbar sein, ob sich der Behördenmitarbeiter privat oder dienstlich äußert, soweit auf eine Kennzeichnung jeder Einzelmeinung verzichtet wird.
- Die zunehmende Auflösung der Grenzen zwischen Privatem und Beruflichem: existiert ein Profil unter dem Namen des Mitarbeiters, wird man privaten Freunden nur schwer »die Freundschaft verweigern können«, zum anderen tauschen sich auch Mitarbeiter der öffentlichen Verwaltung zunehmend auch mit Personen, mit denen sie im dienstlichen Kontakt bzw. fachlichen Diskurs stehen, zu »privaten Angelegenheiten« aus.

Daher ließe sich argumentieren, persönliche Accounts seien für diese Art der Kommunikation ungeeignet und würden den interessierten Bürger ggf. sogar verwirren, sodass die Nutzung von »Funktions-Accounts« auch im Rahmen des fachlichen Diskurses vorzugswürdig erscheint⁵⁷. In der Tat sind derartige Accounts, z. B. einzelner Abteilungen oder Referate denkbar und geeignet, die Differenzierung von Privatem und Dienstlichem zu erleichtern, sie widersprechen aber in gewisser Weise dem Grundgedanken des Web 2.0.

Insofern wäre eine strikte Trennung eigentlich die »saubere« Lösung, sie wird aber oft als nicht mehr zeitgemäß empfunden. Insofern erscheint eine vermittelnde Vorgehensweise zielführend: die Nutzung desselben Accounts für dienstliche und private Beläge wird grundsätzlich ermöglicht, allerdings müssen alle Äußerungen, die einen thematischen Bezug zum eigenen Aufgabengebiet des Mitarbeiters aufweisen, auch in »dienstlicher Eigenschaft«, also im Rahmen des fachlichen Diskurses geäußert werden. D. h. »private« Meinungen zu dienstlichen Vorgängen sind zwar weiterhin zulässig, will der Mitarbeiter sie aber als »Privatmeinung« öffentlich äußern, hat er sich hierzu eines anderen Kanals zu bedienen (soweit dies angesichts der allgemeinen Loyalitätspflicht, der Zurückhaltungspflicht bei politischen Themen und der Ge-

⁵⁷ *Wedde*, AiB 2011, 287 (291) geht davon aus, dass rechtlich zwingend sei, »statt des eigenen Namens auch geeignete neutrale Funktionsbezeichnungen« verwenden zu können.

heimhaltungsverpflichtung überhaupt zulässig ist, sodass es sich dabei eher um ein theoretisches Problem handeln dürfte). Ob eine Äußerung über einen »gemischten Account« dienstlich oder privater Natur ist, muss dann anhand des Inhalts bzw. Themas und des Aufgabenprofils des Mitarbeiters, ausgehend von einem objektiven Empfängerhorizont bestimmt werden.

Formulierungsvorschlag:

»Zum fachlichen Diskurs im Sinne dieser Richtlinie können auch private Accounts der Mitarbeiter genutzt werden. Alle über dieses Medium geäußerten Meinungen und Informationen, die einen thematischen Bezug zum Aufgabengebiet des Mitarbeiters aufweisen, haben dienstlichen Charakter. Soweit zu diesen Themenstellungen die Äußerung einer Privatmeinung mit weiteren Vorgaben vereinbar ist, hat sich der Mitarbeiter eines anderen Mediums, welches nicht auch zu dienstlichen Zwecken eingesetzt wird, zu bedienen.«

f) Abgrenzung zwischen »allgemeiner Unternehmenskommunikation« und »fachlichem Diskurs«

Des Weiteren sollte ein Hinweis zur Abgrenzung von fachlichem Diskurs und »allgemeiner Organisationskommunikation« aufgenommen werden, die ausschließlich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (bzw. der Behördenleitung) vorbehalten ist. Insofern ist der fachliche Diskurs strikt auf das eigene Sachgebiet zu beschränken

(darüber hinaus gehende Äußerungen müssen als »Privatmeinung« gekennzeichnet und behandelt werden). Insofern kommt auch dem Erfordernis, den vorläufigen Charakter einer Meinung deutlich hervorzuheben, oder zu betonen, dass es sich um eine Einzelmeinung handelt, besondere Bedeutung zu.

Formulierungsvorschläge:

»Äußerungen im Rahmen des fachlichen Diskurses sind nur im Rahmen des eigenen Tätigkeitsbereichs zulässig. Die allgemeine Behördenkommunikation, insbesondere zu übergreifenden Themenstellungen, bleibt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. Behördenleitung] vorbehalten.«

g) Vorgaben für die konkrete Nutzung

Die bereits aufgezeigten allgemeinen Vorgaben für die konkrete Nutzung lassen sich mit Blick auf den fachlichen Diskurs noch weitergehend ausgestalten – die Aufnahme solcher Regelungen erscheint jedoch nicht zwingend. Denkbar wären folgende Regelungsaspekte:

- Die Einführung eines »Vier-Augen-Prinzips«, wobei dieses angesichts der Besonderheiten der Web 2.0-Kommunikation, insbesondere des Erfordernisses ggf. schnell zu reagieren, wenig praktikabel erscheint.
- Insofern ist es vorzugswürdig, lediglich für Zweifelsfälle eine Konsultationspflicht (mit einem Kol-

legen, dem Vorgesetzten oder der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) zu normieren.

- Aufgenommen werden sollte auch die Pflicht, Diskussionen in Blogs, Foren oder auf der Facebook-Pinnwand kontinuierlich zu verfolgen, zumal sonst die Gefahr besteht, dass andere Kommunikationsteilnehmer »irritiert« sind, z. B. weil die öffentliche Verwaltung zu einem Argument nicht weiter Stellung nimmt.
- Eine explizite Vorgabe, die Äußerungen, die im Widerspruch zur »offiziellen« Organisationsmeinung stehen, untersagt, obwohl sich dieses Verbot bereits aus dem allgemeinen Loyalitätsgebot ableiten lässt.
- Und schließlich der Verweis darauf, dass die geäußerte Meinung nicht zugleich auch die »Organisationsmeinung« darstellt, was erleichtert wird, wenn sowohl offizielle Mitarbeiter- als auch Funktions-Accounts bestehen, auf die ggf. verwiesen werden kann.

Formulierungsvorschläge:

»Bestehen im Einzelfall Zweifel daran, ob eine Äußerung in sozialen Medien im Rahmen des fachlichen Diskurses mit den Vorgaben dieser Richtlinie sowie weiteren Vorgaben, die die dienstliche Kommunikation betreffen, vereinbar ist, ist vor Veröffentlichung Rücksprache mit ...

[der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] zu halten.«

»Werden Dienste genutzt, die auf einen beständigen Austausch im Sinne einer Diskussion ausgerichtet sind, muss gewährleistet sein, dass dieser Diskussionsprozess kontinuierlich beobachtet wird, um ggf. zweckentsprechend reagieren zu können.«

»Äußerungen im Rahmen des fachlichen Diskurses dürfen nicht im Widerspruch zur offiziellen Ansicht der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] stehen. Ggf. ist auf den Internetauftritt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] oder andere offizielle Auftritte der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] in den sozialen Medien zu verweisen.«

5. Bürgeranfragen

Die Vorgaben einer Social Media Guideline, die den Umgang mit Bürgeranfragen und deren Beantwortung betreffen, können zum Teil auf bestehenden Regelungen aufbauen. In den meisten Verwaltungen bestehen Regelungen, die eine Weiterleitung an die entsprechend zuständige Stelle vorsehen – sei es in Form expliziter Handlungsanweisungen oder als geübte Verwaltungspraxis.

Insofern können diese entweder in Bezug genommen werden oder es wird explizit eine solche Regelung normiert:

Formulierungsvorschlag:

»Soweit im Rahmen ... [des fachlichen Diskurses, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] Bürgeranfragen an den Mitarbeiter herangetragen werden, die nicht in der eigenen Zuständigkeit liegen, sind diese an die zuständige Stelle (allgemeine Anfragen: ..., Anfragen zu konkreten Verwaltungsverfahren: ..., fachlicher Diskurs in Angelegenheiten anderer Abteilungen: ...) weiterzuleiten. Der Bürger ist auf die Weiterleitung und ggf. den Umstand, dass der von ihm gewählte Kommunikationskanal für diese Art der Anfrage nicht eröffnet ist, hinzuweisen⁵⁸.«

Der Gegenstand solcher Anfragen kann dabei durchaus variieren:

- denkbar sind allgemeine Anfragen (z. B. zu Öffnungszeiten, Rechtsgrundlagen, Zuständigkeiten o. Ä.), die entweder – soweit existent – an eine speziell geschaffene Stelle, die in den sozialen Medien derartige Anfragen beantworten soll, ansonsten an eine vergleichbare Einrichtung (Bürgertelefon 115, Bürgerbüro o. Ä.) weitergeleitet werden müssen.
- Anfragen der Bürger können darüber hinaus aber auch einen Bezug zu einem konkreten Verwaltungsverfahren aufweisen. In diesem Fall muss eine Weiterleitung an die fachlich zuständige Stelle initiiert werden.

⁵⁸ Die Weiterleitungspflicht ist so auszugestalten, dass sie alle denkbaren Alternativen und Einsatzformen abdeckt.

- Und schließlich sind auch Anfragen im Sinne des fachlichen Diskurses denkbar, die auch in der »analogen Welt« nicht zwingend durch die Behördenleitung oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sondern im Rahmen der fachlichen Zuständigkeit auf Arbeitsebene beantwortet werden.

In allen Fällen sollte der Bürger von der Stelle, an die er seine Anfrage (fälschlicherweise) gerichtet hat, über die Weiterleitung und das Prozedere informiert werden. Zudem sollte die Rückantwort (der fachlich zuständigen Stelle) über das Eingangsmedium erfolgen, soweit dieses auch für derartige Anfragen durch die zuständige Stelle bedient wird und die Anfrage (z. B. aufgrund der personenbezogenen Daten bei Anfragen zu einem laufenden Verwaltungsverfahren) nicht entgegensteht.

b) Allgemeine Anfragen

Hinsichtlich des Umgangs mit allgemeinen Anfragen erscheint es sachgerecht, auch in den sozialen Medien präsent zu sein und diese über den gleichen Kanal zu beantworten. Angesichts der Eigenschaft der angefragten Informationen ist eine Veröffentlichung auf einer Facebook-Seite, über Twitter oder Ähnliches unproblematisch. In diesem Bereich wäre auch der Einsatz von Echtzeit-Kommunikation zu erwägen. In jedem Fall sollte eine speziell geschulte Abteilung, die ggf. schon ähnliche Aufgaben (z. B. Bürgertelefon 115) wahrnimmt, diese Aufgabe zugewiesen bekommen. Ggf. empfiehlt sich auch eine Zusammenarbeit mit anderen Verwaltung im Sinne eines

Shared Service Centers⁵⁹, zumal der Web 2.0-Anspruch der jederzeitigen Verfügbarkeit ansonsten nur schwer zu realisieren sein wird. Kann die Erreichbarkeit z. B. des Accounts »Bürgerservice Stadt Kiel« bei Facebook rund um die Uhr und 365 Tage im Jahr gewährleistet werden, kann dies einerseits die Servicequalität deutlich erhöhen und andererseits, wie auch die Bündelung telefonischer Anfragen, die übrige Verwaltung entlasten.

Formulierungsvorschlag:

»Soziale Medien kommen auch zur Beantwortung von Bürgeranfragen zum Einsatz. Entsprechende Accounts werden vom... [Bürger- und Servicebüro] eröffnet und gepflegt. Anfragen, die im Rahmen anderer Nutzungsformen der sozialen Medien an die Mitarbeiter herangetragen werden, sind an die ... weiterzuleiten. Der Anfragende ist über diese Weiterleitung in Kenntnis zu setzen.«

c) Anfragen mit Verfahrensbezug

Weitergehende Bürgeranfragen, die einen Bezug zu individuellen Verwaltungsverfahren aufweisen, eignen sich hingegen weniger für eine Kommunikation über soziale Medien, zumal regelmäßig personenbezogene Daten betroffen sein werden. So scheidet eine individualisierte Kommunikation mit dem Bürger persönlich über die sog. Facebook-Seiten schon technisch aus (es sind weder pri-

⁵⁹ Dazu beispielsweise Schütz, in: Hill (Hrsg.), Die Zukunft des öffentlichen Sektors, 2005, S. 23 ff.; Maier/Gebele, DVP 2007, 270 ff.; in Kürze grundlegend Tallich, Shared Service Center als innovative Organisationsform, Diss. iur. Kiel.

vate Nachrichten noch Chat-Funktionen verfügbar). Die einzige Möglichkeit des Bürgers mit der Behörde interaktiv zu kommunizieren ist es, auf die »Pinnwand« der Seite zu schreiben. Für individuelle und deshalb nicht für die Öffentlichkeit bestimmte Anfragen stellt dies jedoch keine praktikable Kommunikationsmöglichkeit dar – sollte ein Bürger dennoch diesen Weg wählen, hat er (für seinen Beitrag) datenschutzrechtlich in die Veröffentlichung eingewilligt. Die behördliche Antwort sollte jedoch auf einem anderen – datenschutzrechtlich unbedenklichen – Kanal erfolgen; im öffentlichen Forum erscheint dann ein allgemeiner Hinweis angezeigt.

6. Interne Kommunikation

Schließlich kann auch der Einsatz von Web 2.0-Anwendungen zur internen Kommunikation Gegenstand einer Social Media Guideline sein, wobei hinsichtlich der Regelungsbedürftigkeit und der konkreten Regelungen zwischen der Nutzung externer Dienste und interner Anwendungen zu differenzieren sein wird.

Formulierungsvorschläge:

»Soziale Medien kommen auch zur Erleichterung der Kommunikation zwischen den Mitarbeitern der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] sowie mit anderen öffentlichen Stellen zum Einsatz. Die im ... [Intranet o. Ä.] zur Verfügung gestellten Dienste können zu die-

sem Zweck uneingeschränkt⁶⁰, weitere externe Dienste nur nach Maßgabe der Nr. .. dieser Richtlinie eingesetzt werden.«

Intern erscheinen perspektivisch »soziale Netzwerke« denkbar, die exklusiv für Mitarbeiter der öffentlichen Verwaltung zugänglich sind und dem fachlichen Austausch gerade über Ebenengrenzen hinweg dienen⁶¹. Für diese Nutzung wird ein weitgehender Verweis auf bestehende Regelungsregime, vorrangig zur Verschwiegenheit und zum Umgang mit personenbezogenen Daten ausreichen – wie auch heute schon die telefonische Nachfrage bei anderen Behörden einerseits der Regelfall ist, andererseits aber auch bestimmten Restriktionen unterliegt. Soweit solche Systeme als zusätzlichen »Service« für die Mitarbeiter private Funktionen abbilden, sollte auf diesen Charakter hingewiesen werden.

Problematischer ist hingegen der Einsatz externer Systeme. Auch hier finden sich in der Verwaltungspraxis im unreglementierten Bereich bereits Anwendungsfälle: Terminabsprachen über »doodle«, fachlicher Diskurs auf Xing zwischen Behördenmitarbeitern, aber selbst die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten auf GoogleDocs ist anzutreffen. Insofern erscheint eine Freigabe bestimmter Anwendungen bzw. die Begrenzung auf bestimmte

⁶⁰ Zumal diese unter allen Gesichtspunkten ihrerseits unproblematisch sein dürften, soweit die allgemeinen Vorgaben, z. B. die Verschwiegenheitspflicht, beachten werden.

⁶¹ Dazu *Hoffmann*, in: Schliesky/Schulz (Hrsg.), *Transparenz, Partizipation, Kollaboration – Web 2.0 für die öffentlichen Verwaltung*, 2011, i. E.

Zwecke angezeigt – die gemeinsame Bearbeitung von Vorgängen mit Personenbezug über GoogleDocs dürfte ebenso ausgeschlossen sein, wie die Erstellung von abgestimmten verwaltungsinternen Vorlagen (z. B. für Bundesländer-Arbeitskreise o. Ä.). Vergleichbar den zugelassenen Anwendungen für den fachlichen Diskurs erscheint eine im Anhang, von einer fachlich geeigneten Stelle geführte und ergänzte Auflistung der Anwendungen eine sachgerechte Lösung.

Formulierungsvorschlag:

»Für die Kommunikation mit anderen Behördenmitarbeitern können grundsätzlich die in Anlage ... dieser Richtlinie genannten Anwendungen genutzt werden. Die Aktualisierung des Anhangs ... obliegt der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit]. Sollte das Bedürfnis bestehen, weitere Anwendungen zu nutzen, bedarf es hierzu einer Genehmigung der ... [Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit] im Einzelfall.«

7. Private Nutzung

Schließlich kann eine Social Media Guideline auch Vorgaben für die private Nutzung aufstellen – dass dies nicht vollständig ausgeschlossen ist, zeigen die bestehenden Regelungen des Dienst- und Arbeitsrechts, die ebenfalls in die private Sphäre der Beamten und Angestellten hineinwirken. Insofern könnte eine Vorschrift auf die besonders wichtigen diesbezüglichen Verhaltenspflichten hinweisen und die Mitarbeiter dazu anhalten, möglichst

strikt zwischen privaten und dienstlichen Äußerungen zu differenzieren.

Als privat sind dabei alle Nutzungen der sozialen Medien zu bewerten, die nicht explizit von der Richtlinie als dienstliche Nutzung genehmigt sind und sich in diesem Rahmen bewegen. Wichtig erscheint diese Abgrenzung auch bei Führungspersonlichkeiten der öffentlichen Verwaltung, bei denen neben die dienstliche und die private »Identität« oft zusätzlich auch noch eine »Parteirolle«, z. B. als Kandidat für ein bestimmtes Amt, tritt. Die damit im Zusammenhang stehenden Äußerungen haben im Verhältnis zur Anstellungskörperschaft ebenfalls »privaten« Charakter, sodass das Trennungsgebot hier ebenfalls Geltung beansprucht, insbesondere weil Wahlwerbung und -empfehlungen, wie auch andere Werbung, nicht den Anschein einer offiziellen Behördenverlautbarung haben darf.

Ob man tatsächlich – wie von der Handlungsempfehlung der Freien und Hansestadt Hamburg in Erwägung gezogen – jede Äußerung im Privaten untersagt, die sich »direkt oder indirekt auf ... [die] eigene dienstliche Tätigkeit bezieht«⁶², erscheint angesichts der im Privaten weiterhin bestehenden Meinungsfreiheit, gerade auch in politischen Angelegenheiten (Umkehrschluss aus § 60 Abs. 2 BBG)

⁶² Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 102; auch die Bezugnahme auf eine Regelung, die den »Verkehr mit den Medien« betrifft, erscheint nicht zutreffend, da Äußerungen in Blogs, Foren oder in sozialen Netzwerken davon schon vom Anwendungsbereich nicht erfasst sein dürften.

zweifelhaft. Soweit jedoch Überschneidungen zwischen Dienstlichem und Privatem bestehen, sollte darauf geachtet werden, deutlich zu machen, »dass es sich um eine rein private Meinung handelt«⁶³. Soweit gemischte Accounts zugelassen sind und zum Einsatz kommen, sollten – wie ausgeführt – andere Kanäle für die Privatmeinung verwendet werden.

Denkbar ist auch eine Vorgabe zu der Frage, ob die Mitarbeiter der Verwaltung, die die sozialen Medien privat nutzen, hierbei auf ihren Arbeitgeber und ihre konkrete Funktion verweisen dürfen.

Dies sollte in der Regel (Ausnahme: Sicherheitsbehörden) ermöglicht werden, zudem sollten diese Mitarbeiter, soweit die Behörde im gleichen Netzwerk auch mit offiziellen Profilen »vertreten« ist, auf diese »verlinken.«

Formulierungsvorschläge:

»Die Nutzung sozialer Medien zu privaten Zwecken bleibt von den Vorgaben dieser Richtlinie grundsätzlich unberührt. Es wird darauf hingewiesen, dass die allgemeinen dienst- und arbeitsvertraglichen Pflichten bzw. weitere Vorgaben, die privates Handeln der Mitarbeiter reglementieren, auch bei der Kommunikation in sozialen Medien zu beachten sind.«

»Bei der Nutzung sozialer Medien zu privaten Zwecke während der Arbeitszeit sind die ... [allgemeinen Vor-

⁶³ Hamburgische Handlungsempfehlung (Fn. 5), S. 102.

schriften zur privaten Internetnutzung am Arbeitsplatz zu beachten.«

»Den Mitarbeitern bleibt freigestellt, ob sie bei der privaten Nutzung ihr Beschäftigungsverhältnis zu der ...[Bezeichnung der Organisationseinheit] und ihre Funktion offenlegen. Soweit dies technisch möglich und von der jeweiligen Anwendung vorgesehen ist, darf dabei auch ein Verweis auf den offiziellen Auftritt der ... [Bezeichnung der Organisationseinheit] im jeweiligen sozialen Netzwerk aufgenommen werden.«

V. Handlungsempfehlungen / Fazit

Ausgehend von diesen ausführlichen Überlegungen zum »Wie« des Einsatzes sozialer Medien auch in der öffentlichen Verwaltung lässt sich festhalten, dass in einem ersten Schritt eine Verständigung auf Leitungsebene über den strategischen Nutzen erfolgen muss. Im Interesse der weiteren Öffnung und der Kundenfreundlichkeit⁶⁴ sollten in jedem Fall (ggf. beschränkt auf große Körperschaften und Verwaltungseinheiten) die **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, die Bürgerinformation sowie die **Beantwortung von Bürgeranfragen** (auch) in die sozialen Medien verlagert werden. Für den **fachlichen Diskurs** bietet sich ein solches Vorgehen – aufgrund der besonderen Risiken dieser Art der Kommunikation – offensichtlich nur für bestimmte Behörden an, wo dies aufgrund der Thematik sachgerecht erscheint. Der Einsatz von Web 2.0-

⁶⁴ Ausführlich Schulz, in: Horvath (Hrsg.), Kunden und Markt im Fokus – Mit Marketingcontrolling zu mehr Erfolg, 2010, S. 149 ff.

Anwendungen zur **internen Behördenkommunikation** erscheint nur regelungsbedürftig, wenn bekannt ist, dass »bedenkliche« Anwendungen unreglementiert zum Einsatz kommen. In jedem Fall sollte die öffentliche Verwaltung Vorgaben zur Abgrenzung zwischen dienstlicher und privater Nutzung aufnehmen (selbst, wenn die dienstlichen Anwendungsfälle auf ein Minimum reduziert sind) und die Mitarbeiter mit einer expliziten Norm zur privaten Nutzung für die in der »Virtualität« unverändert geltenden allgemeinen Vorgaben sensibilisieren.

Der Erarbeitungsprozess sollte dann in enger Abstimmung mit der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, aber auch unter Einbindung der Mitarbeiter und weiterer Akteure erfolgen. Im Vorfeld erscheint eine (durch Web 2.0-Tools unterstützte?) Ideensammlung zielführend, da einige Anwendungsfälle der Leitungsebene überhaupt nicht bekannt sein dürften. Im Nachgang sollte die Social Media Guideline (durch Web 2.0-Tools unterstützt?) offen diskutiert und weiterentwickelt werden.

ZUM AUTOR



Dr. Sönke E. Schulz, Rechts- und Verwaltungswissenschaftler, ist Geschäftsführer des Lorenz-von-Stein-Instituts und beschäftigt sich seit ca. fünf Jahren intensiv mit den Auswirkungen der Informations- und Kommunikationstechnologien auf die öffentliche Verwaltung. Forschungsschwerpunkte sind die Umsetzung der EU-Dienstleistungsrichtlinie, die einheitliche Behördenrufnummer D115, Rechtsfragen des Cloud Computing, von Shared Service Centern sowie des technikgestützten Identitätsmanagements.

*Dr. Sönke E. Schulz
Lorenz-von-Stein-Institut für Verwaltungswissenschaften an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Olshausenstraße 40
24098 Kiel
sschulz@lstein.uni-kiel.de*

ÜBER ISPRAT

ISPRAT ist eine Kooperation zwischen Wissenschaft und Praxis. Ziel der Forschungskoooperation ist der Einsatz von Informationstechnologie zur Erleichterung der Kommunikation zwischen den Bürgern und der Verwaltung der öffentlichen Hand. Die Informationstechnologie soll dabei aufgrund ihrer Auswirkung auf Gesellschaft, Wirtschaft und Verwaltung nicht nur als technisch-organisatorische, sondern auch als politische Disziplin gesehen werden.

- **IT verändert die Welt.**

Informationstechnik verändert unsere Wirtschaft, unsere Gesellschaft, unser Leben. Täglich. Global. Umfassend.

Wer diesen Prozess gestalten will, braucht wissenschaftlichen Rat. Nicht nur aus technischer Sicht, sondern auch unter Berücksichtigung von Recht, Organisation und Wirtschaftlichkeit. ISPRAT bündelt Kompetenz und fokussiert dieses Wissen auf aktuelle Themen rund um den IT-Einsatz im öffentlichen Bereich.

- **ISPRAT arbeitet übergreifend,**

weil es für »Interdisziplinäre Studien zu Politik, Recht, Administration und Technologie« steht. Der Name ist Programm, denn die Chancen der Informationstechnologie werden nur unter Berücksichtigung der rechtlichen und administrativen Rahmenbedingungen erschlossen.

Bei ISPRAT kooperieren Informatiker, Juristen, Betriebswirte, Organisatoren und Politiker, damit die Konzepte konsistent sind.

- **ISPRAT spezialisiert sich auf Politik und Verwaltung,**

weil Globalisierung und Mobilität einer modernen Informationsgesellschaft eine Verwaltung erfordern, die verlässlich, effizient und agil ist.

Wir alle brauchen die öffentliche Verwaltung. Sie ist kein Anhängsel unserer Gesellschaft, sondern sichert ihre Grundlagen.

ISPRAT konzentriert sich daher auf Forschungsprojekte, in denen renommierte Wissenschaftler gemeinsam mit Politikern, Verwaltung und Wirtschaft an Konzepten zur Modernisierung der öffentlichen Verwaltung mit Hilfe der Informationstechnik arbeiten.

- **ISPRAT kooperiert mit der Wirtschaft,**

weil tragfähige Modernisierungskonzepte in Zusammenarbeit mit den Unternehmen der IT-Branche entwickelt werden müssen. Von dieser Kooperation profitieren Politik, Wirtschaft und Verwaltung.

- **ISPRAT arbeitet an praxisrelevanten Fragen,**

weil der Input für die Projekte aus der Praxis kommt. Wesentlich für ISPRAT-Projekte ist die Interdisziplinarität. ISPRAT untersucht Fragestellungen, die nur durch einen übergreifenden Ansatz unter Berücksichtigung politischer, rechtlicher, administrativer, wirtschaftlicher und technischer Aspekte gelöst werden können.

Ein wissenschaftlicher Beirat stellt den interdisziplinären Ansatz sicher und berät den Vorstand bei der Entscheidung über Forschungsanträge.

- **ISPRAT-Projekte**

Die Projektidee einer einheitlichen Rufnummer für Verwaltungsleistungen wurde bei ISPRAT entwickelt und als Konzept in den ersten nationalen IT-Gipfel eingebracht. Durch eine begleitende Medienkampagne wurde die notwendige Akzeptanz in der Öffentlichkeit geschaffen. Im Anschluss an den IT-Gipfel hat ein interdisziplinäres Team bei ISPRAT eine Strategie für die Realisierung von D115 entwickelt. Dabei wurden Serviceversprechen und Erfolgsfaktoren formuliert, ein Umsetzungsmodell sowie Geschäfts- und Betreibermodelle entwickelt und eine Einführungsstrategie erarbeitet. Dank dieser Vorarbeit wird das »115 Bürgertelefon« derzeit bereits im Pilotbetrieb getestet.

- **ISPRAT-Mitglieder**

Die Mitgliedschaft im ISPRAT steht jedem Unternehmen offen, das unsere Ziele unterstützt.


Zurzeit sind die Unternehmen Accenture GmbH, Atos Deutschland, Bechtle AG, Bundesdruckerei GmbH, Bundesrechenzentrum Wien, Capgemini sd&m, Cisco Systems Deutschland GmbH, Computacenter AG & Co. oHG, CSC Deutschland Solutions GmbH, Dataport AÖR, E & E information consultants AG, ekom21, Fujitsu Technology Solutions GmbH, Götzfried AG, Hewlett-Packard GmbH, IBM Deutschland GmbH, Kommunales Rechenzentrum Minden-Ravensberg/

Lippe, McKinsey & Company, Inc., Microsoft Deutschland GmbH, ÖPP Deutschland AG, Oracle Deutschland GmbH, SAP Deutschland AG & Co. KG, Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG, Software AG, Steria Mummert Consulting AG, Taylor & Wessing, das Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DI.VSI), der VDE Rhein-Main e.V. und die Vitako Bundes-Arbeitsgemeinschaft der Kommunalen IT-Dienstleister e. V. im ISPRAT engagiert.

Die wissenschaftlichen Mitglieder von ISPRAT stehen mit ihrem guten Namen für Transparenz und Neutralität der Arbeitsergebnisse ein.

Zurzeit sind Prof. Dr. Dr. h. c. Johannes Buchmann (Technische Universität Darmstadt), Prof. Dr. Hermann Hill (Deutsche Hochschule für Verwaltungswissenschaften), Prof. Dr. Jobst Fiedler (Hertie School of Governance), Prof. Dr. Wolfgang König (Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt), Prof. Dr. Helmut Krcmar (Technische Universität München), Prof. Dr. Miriam Meckel (Universität St. Gallen), Prof. Dr.-Ing. Dr. h. c. Radu Popescu-Zeletin (Fraunhofer Institut für Offene Kommunikationssysteme), Prof. Dr. Utz Schliesky (Christian-Albrechts-Universität Kiel), Prof. Dr.-Ing. Ralf Steinmetz (Technische Universität Darmstadt), Prof. Dr. Dr. h. c. Jürgen Weber (WHU Otto Beisheim School of Management), sowie Prof. Dr. Arthur Winter (Donau-Universität Krems) im ISPRAT engagiert.

Hamburg, Dezember 2011



Die „Social Media Guidelines“ sind das Ergebnis der rechts- und verwaltungswissenschaftlichen Auseinandersetzung des Lorenz-von-Stein-Instituts für Verwaltungswissenschaften im Rahmen des von ISPRAT geförderten Projekts „Web 2.0 in der öffentlichen Verwaltung“. Da soziale Netzwerke auch für die öffentliche Verwaltung immer wichtiger werden, empfiehlt die Studie, den Umgang mit diesen Diensten an einem Regelwerk auszurichten. Die Nutzung der Dienste kommt vor allem für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, aber auch für den fachlichen Diskurs in Betracht,

soweit die öffentliche Verwaltung ihr konkretes „Verhalten auf der Plattform“ an bestimmten Vorgaben ausrichtet und rechtlich bedenkliche Funktion nicht oder nur eingeschränkt nutzt. Im zweiten Teil der Studie finden sich konkrete Formulierungsvorschläge zur Gestaltung eines Regelwerks. Die Richtlinien für die Einbindung sozialer Netzwerke sind nicht „in Stein gemeißelt“. Sie sollen offen diskutiert und kontinuierlich weiterentwickelt werden.

