

## **Große Anfrage**

**der Abgeordneten Kersten Artus, Christiane Schneider, Dr. Joachim Bischoff,  
Norbert Hackbusch, Dora Heyenn, Cansu Özdemir, Heike Sudmann  
und Mehmet Yildiz (DIE LINKE) vom 14.11.11**

### **und Antwort des Senats**

**Betr.: Bürgerinnen- und Bürgerbeteiligung – können die Sozialen Medien eine neue Rolle zwischen Senat und Bevölkerung bedeuten?**

*Soziale Interaktionen und Zusammenarbeit in sozialen Medien gewinnen zunehmend an Bedeutung und wandeln mediale Monologe in sozial-mediale Dialoge. Zudem unterstützt es die Demokratisierung von Wissen und Information. Es besteht weniger oder kein Gefälle mehr zwischen Sender und Rezipienten. Social Media (deutsch: soziale Medien) ist der Überbegriff für Medien, in denen Internetnutzer und -nutzerinnen Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder Informationen austauschen und Wissen sammeln. Bezugnehmend auf die Antwort des Senats vom 19. Juli 2011 auf die Anfrage „Nutzung von Sozialen Netzen – Wie steht's mit der Medienkompetenz des Senats? (Drs. 20/1002) zur SWAI-Studie erbitten wir Antworten darauf, welche Bewertungen und Schlüsse der Senat aus den Ergebnissen der Studie für die Freie und Hansestadt Hamburg (FHH) zieht.*

*Wir fragen den Senat:*

Der Senat ist über aktuelle Veröffentlichungen und Studien im Bereich Social Media informiert. Der überwiegende Teil dieser Studien ist – anders als die zitierte SWAI-Studie – kostenfrei als Download im Internet erhältlich. Die gewonnenen Erkenntnisse und Bewertungen fließen in den weiteren Prozess (siehe nachfolgende Antwort zu 1. bis 3.) ein.

Dies vorausgeschickt, beantwortet der Senat die Fragen wie folgt:

1. *Welche Ziele hat der Senat für seine Auftritte in den sozialen Netzwerken definiert?*
  - a. *Welche Wirkungen beabsichtigt der Senat mit seinen Social-Media-Aktivitäten?*
2. *Wie wird das Potenzial von Social Media für einen aktiven Dialog zwischen dem Senat und Bürger/Bürgerinnen bewertet?*
3. *Besitzt die Freie und Hansestadt Hamburg eine Social-Media-Strategie?*
  - a. *Wenn der Senat eine Strategie besitzt, bitte Konzept und Inhalt darlegen.*
  - b. *Wer ist für die Strategie verantwortlich?*
  - c. *Welche Behörde ist für die Umsetzung und Koordinierung senatsinternen verantwortlich?*

- d. *Wie weit sind die Bezirke in einer gemeinsamen Darstellung eingebunden?*

Durch den Einsatz von Social Media können die Arbeit der Verwaltung und ihre Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern wirksam unterstützt werden. Zugleich ist zu berücksichtigen, dass die Transformation öffentlicher Kommunikationsprozesse auch durch die Social-Media-Plattformen noch längst nicht abgeschlossen ist. Soweit es absehbar ist, eröffnen diese neue Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten, die von der Verwaltung verantwortlich genutzt werden sollen. Diese Nutzung kann allerdings angesichts der nach wie vor rasanten Entwicklung dieser Angebote zum aktuellen Zeitpunkt nicht in einer abschließenden Strategie gebündelt werden, sondern bleibt auf absehbare Zeit „work in progress“. Dabei sind Ziele zu definieren, Zielgruppen zu erkennen, geeignete Mittel und Vorgehensweisen zu empfehlen, Risiken anzusprechen und möglichst zu vermeiden. Die teilweise sehr unterschiedlichen Aufgabenstellungen der Behörden, Ämter und Institutionen bringen unterschiedliche Anforderungen mit sich, die es zu berücksichtigen gilt.

Die Senatskanzlei ist mit der Staatlichen Pressestelle für die Gesamtdarstellung der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) nach außen verantwortlich, das Personalamt ist dort verantwortlich, wo die FHH als Arbeitgeber auftritt, die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation hat die Federführung im Hinblick auf Marketing, Tourismus und hamburg.de, die Finanzbehörde stellt der Verwaltung der FHH E-Government- und IT-Infrastrukturen zur Verfügung und ist für die Einbeziehung von Bürgerinnen und Bürgern in Entscheidungsprozesse von Politik und Verwaltung mittels moderner Medien zuständig.

Darüber hinaus hat sich der Senat mit dieser Thematik bislang nicht befasst.

4. *Was ist die Zielgruppe der Social-Media-Aktivitäten der Freien und Hansestadt Hamburg?*

- a. *Gibt es eine oder verschiedene Zielgruppen?*  
b. *Wenn es verschiedene Zielgruppen gibt, welche sind diese?*

Ja. Die Zielgruppen sind unterteilt in: Bürger und Bürgerinnen, Unternehmen, andere Verwaltungen und Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die jeweils differenziert zu betrachten sind. Einzelheiten dazu werden zu prüfen sein (siehe auch Antwort zu 1. bis 3. d.)

- c. *Worin unterscheidet sich die jeweilige zielgerichtete Ansprache?*

Siehe Antwort zu 1. bis 3. d.

- d. *Wie nutzt die Freie und Hansestadt Hamburg das Potenzial von über 550.000 „Fans“ auf Facebook?*

Die redaktionelle Betreuung und die direkte Kommunikation mit der hier genannten Facebook-Community (Nutzern der betreffenden Facebook-Seite) erfolgen durch die Redaktion der hamburg.de GmbH & Co. KG und sind geprägt von konsequenter Nutzerorientierung, Aktualität und Authentizität. Mit den „Fans“ wird thematisch und dialogisch kommuniziert. Themenschwerpunkte sind aktuelle Ereignisse in der Stadt, Kultur- und Sportveranstaltungen sowie Aussagen zur Identifikation der „Fans“ mit der Facebook-Community und der Stadt. Politische Themen, regierungs- oder parteipolitische Positionen sind nicht Gegenstand der Kommunikation.

- e. *Wie verfolgt/beobachtet die FHH die Diskussionen et cetera in anderen inoffiziellen Gruppen et cetera auf Facebook?*

Ein übergreifendes, systematisches Monitoring von Social-Media-Aktivitäten durch Behörden oder Institutionen der FHH erfolgt bislang nicht, wird aber geprüft (siehe Antwort zu 1. bis 3). Mit Hilfe einschlägiger Social-Media-Tools, durch Sichtung von Blogs, Gruppen et cetera sowie Nutzung von Alert-Funktionen führt die Redaktion der hamburg.de GmbH & Co. KG ein eigenes, kontinuierliches Social-Media-Monitoring durch.

Darüber hinaus werden Social-Media-Aktivitäten von einzelnen Fachbereichen in ihrem jeweiligen Themenfeld verfolgt, soweit dies im Rahmen ihrer Ressourcen möglich ist.

5. *Wie evaluiert der Senat seine Social-Media-Aktivitäten?*

Die Evaluierung obliegt vorhabenspezifisch den jeweils betreibenden Stellen (siehe auch Antworten zu 1. bis 3. d., zu 4. e. sowie zu 7. und 7. a.

6. *Welche Best-Practice-Beispiele zur Nutzung von Social Media anderer Bundesländer sind dem Senat bekannt?*

a. *Gibt es hierzu Austausch mit den anderen Bundesländern?*

*Wenn ja, bitte darlegen.*

Die Hauptaktivitäten im Social-Media-Bereich finden unmittelbar bei den Kommunen statt, nicht bei den Ländern. Die bekanntesten Best-Practice-Beispiele finden sich im Leitfaden „Social-Media in der Hamburgischen Verwaltung“ ([www.hamburg.de/buergerbeteiligung](http://www.hamburg.de/buergerbeteiligung)). Darüber hinaus wurden in den vergangenen Jahren auf bundesweiten Fachkonferenzen im Bereich E-Government unter anderem folgende Social-Media-Aktivitäten als Best Practices diskutiert:

- Nutzung von Social Media in der Stadt Moers,
- das digitale Stadtgedächtnis der Stadt Coburg,
- das Projekt MOGDy (München Open Government Day),
- der Facebook-Auftritt der Polizei Hannover,
- der Facebook-Auftritt von Braunschweig,
- der Blog des Bürgermeisters der Stadt Schleswig,
- [frankfurt-gestalten.de](http://frankfurt-gestalten.de),
- die Bürgerhaushalte in vielen anderen Städten und Kommunen Deutschlands,
- die Online-Konsultationen zu Gesetzgebungsprozessen in Niedersachsen (Landesebene)
- der Einsatz des Tools „direkt zu“ für verschiedene Politiker.

7. *Sind dem Senat die Möglichkeiten des Dialogs, die Social Media bietet, bekannt, und wie ist geplant, diese für die Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern einzusetzen?*

a. *Inwieweit ist geplant, diese für die Aktivitäten des Senats einzusetzen – auch auf Bezirksebene?*

*Wenn ja, bitte darlegen.*

*Wenn nein: Ob und wann ist dies beabsichtigt?*

Die Finanzbehörde zeigt mit ihrem Leitfaden „Social Media in der Hamburgischen Verwaltung“ den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Hamburger Behörden und Ämter die Möglichkeiten von Social Media auf. Die Verantwortung für Planung, Umsetzung und Einhaltung von Prozessschritten beim Einsatz von Social-Media-Aktivitäten liegt bei der jeweiligen Behörde. Hinsichtlich künftiger Planungen siehe Antwort zu 1. bis 3. d.

Verschiedene Hamburger Behörden haben signalisiert, dass es bei ihnen Überlegungen für den Einsatz von Social Media gibt. Konkret seien hier genannt:

- Das derzeit eingesetzte Redaktionssystem für den Internetauftritt der Hamburger Verwaltung bietet bereits Funktionalitäten, die Social Media unterstützen (beispielsweise Kommentarfunktionen); seitens der Senatskanzlei ist ein weiterer Ausbau der Social-Media-Funktionalitäten in 2012 geplant.

- Die Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt prüft bei der Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern bei jedem Thema/Projekt individuell, welche Kommunikationskanäle geeignet sind. Grundlage ist dabei die Frage, wie die allgemeine Öffentlichkeit und/oder einzelne Zielgruppen effizient und effektiv erreicht werden können. Der Einsatz von Social Media wird dabei ebenso in Betracht gezogen und geprüft wie andere Instrumente der Kommunikation (online und offline).
- Bei der Feuerwehr Hamburg wird zurzeit ein Konzept zum Einsatz der sozialen Netzwerke innerhalb der Feuerwehrinformationsstruktur erarbeitet. Geplant ist der Einsatz von Facebook und Twitter, eine Anbindung an die Homepage ist vorgesehen.
- Die Finanzbehörde prüft den Aufbau eines stadtweiten Online-Anliegenmanagements und orientiert sich dabei am Modell des Maerker Brandenburg.
- Die Bezirksversammlung Bergedorf hat sich mit der Frage einer verstärkten Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern durch die Nutzung sozialer Netzwerke befasst und die entsprechenden Anträge XIX/0236 und 0214 an den Hauptausschuss der Bezirksversammlung verwiesen. In einer der nächsten Sitzungen des Hauptausschusses wird darüber beraten werden.
- Der Einsatz von Social Media wird derzeit auch vom Bezirksamt Wandsbek geprüft.
- Die Hamburger Volkshochschule fördert die Kompetenz zum Umgang mit den sozialen Medien in ihren Kursangeboten und thematisiert dort auch die Frage der politischen Partizipationsmöglichkeiten und die Chancen für die Demokratie (aktuell Herbst 2011 mit dem Schwerpunktthema „Einmischen“).

Im Übrigen: Entfällt.

8. *Sind dem Senat die Möglichkeiten der Bürgerinnen- und Bürgerbeteiligung, die Social Media bietet, bekannt, und wie ist geplant, diese für die Aktivitäten des Senats einzusetzen?*

In den vergangenen zehn Jahren wurden in Hamburg zahlreiche Online-Diskurse durchgeführt, bei denen die Bürgerinnen und Bürger in die Vorbereitung politischer Entscheidungen und Verwaltungsprozesse eingebunden waren. Diese Erfahrungen sind in einen von der Bertelsmann-Stiftung herausgegebenen „Leitfaden Online-Konsultation“ eingeflossen (<http://www.hamburg.de/buergerbeteiligung>).

Siehe auch Antworten zu 1. bis 3. d. sowie zu 7. und 7. a.

9. *Wer ist für den Social-Media-Auftritt von Hamburg auf Facebook verantwortlich?*

Siehe Antwort zu 4. d.

- a. *Welche Regelungen sind bezüglich der Inhalte getroffen, die darüber veröffentlicht werden?*
- b. *Welche Regelungen sind bezüglich der Personen getroffen, die das Schreibrecht erhalten?*

Die auf der Facebook-Fanpage veröffentlichten Inhalte werden von der hamburg.de-Redaktion konzipiert, produziert und betreut. Sie sind Teil der redaktionellen Arbeit des offiziellen Stadtportals und werden anhand der Kriterien Nutzerrelevanz, Aktualität und Dialogpotenzial ausgewählt.

Die mit dem Schreibrecht ausgestatteten Personen werden durch die hamburg.de-Redaktionsleitung geführt. Es handelt sich um Social-Media-Experten mit redaktionellem und/oder technischem Qualifizierungshintergrund.

10. *Wer ist für den Social-Media-Auftritt @hamburg\_de bei Twitter verantwortlich?*

Die Steuerung und redaktionelle Betreuung des Social-Media-Auftrittes bei Twitter erfolgt durch die Redaktion der hamburg.de GmbH & Co. KG.

- a. *Welche Regelungen sind bezüglich der Inhalte getroffen, die darüber veröffentlicht werden?*
- b. *Welche Regelungen sind bezüglich der Personen getroffen, die das Schreibrecht erhalten?*

Die auf dem Twitter-Kanal @hamburg\_de veröffentlichten Inhalte werden von der hamburg.de-Redaktion konzipiert, produziert und betreut. Sie sind Teil der redaktionellen Arbeit des offiziellen Stadtportals und werden anhand der Kriterien Nutzerrelevanz, Aktualität und Dialogpotenzial ausgewählt. Im Übrigen siehe Antwort zu 9. a. und 9. b.

11. *Existiert (zwischenzeitlich) ein vollständiges Verzeichnis aller Social-Media-Aktivitäten des Hamburger Senats und seiner Ämter, Landesbetriebe und nachgeordneten Behörden? Bitte alle bestehenden Angebote auflisten.*

Nein, es existiert kein vollständiges Verzeichnis über die Social-Media-Aktivitäten der Stadt.

Dies vorausgeschickt, sind die bestehenden Angebote der Anlage 1 zu entnehmen.

12. *Wird der Einsatz von Social Media in den Hamburger Behörden gewünscht und gefördert?*
  - a. *Wenn der Einsatz von Social Media gewünscht ist, wie fördert der Senat konkret diesen in der Hamburger Verwaltung?*

Siehe Antwort zu 1. bis 3. d.

13. *Welche Maßnahmen werden getroffen, um Beschäftigten die Möglichkeit zur Entwicklung von Kompetenzen im Umgang mit Social Media zu ermöglichen?*

*Wenn ja, welche und wie viele gab es und welche sind für 2012 ausgeschrieben?*

- a. *Haben Beschäftigte die Möglichkeit, Schulungen in Anspruch zu nehmen?*
- b. *Wie wird das Thema Social Media in bestehende Fortbildungen integriert?*

*Wenn ja, bitte in Anspruch genommene Schulungen und Anzahl der Teilnehmenden (möglichst unterteilt in Voll-/Teilzeit sowie Zugehörigkeit zu Behörde/Amt/Landesbetrieb) darlegen.*

Das Zentrum für Aus- und Fortbildung (ZAF) bietet im Rahmen der fachübergreifenden Fortbildung seit 2009 verschiedene Veranstaltungstypen zum Umgang mit Social-Media an. Das Veranstaltungsangebot wurde in den vergangenen drei Jahren sukzessive ausgebaut; für 2012 sind zusätzliche Veranstaltungen geplant. Das Veranstaltungsangebot des ZAF steht grundsätzlich allen Beschäftigten der FHH offen. Das Angebot wird thematisch mit der Finanzbehörde abgestimmt.

Die Inanspruchnahme dieser Veranstaltungen in den Jahren 2009 bis 2011 (Anzahl der Teilnehmenden und Anzahl der Teilnahmetage differenziert nach Organisationseinheiten) kann der Anlage 2 entnommen werden. Nicht erhoben wird im Rahmen des Fortbildungscontrolling der Vollzeit-/Teilzeitstatus der Beschäftigten. Das Fortbildungsangebot enthält sowohl halbtägige wie auch ganz- oder mehrtägige Veranstaltungen, sodass die Beschäftigten sich das für sie passende Format aussuchen können.

Neben den in der Anlage dargestellten – speziell auf das Thema Social Media ausgerichteten – Veranstaltungen werden darüber hinaus in diversen Veranstaltungen Kompetenzen zum Umgang mit Tools vermittelt, die dem Bereich Social Media zuzuordnen sind. Zu diesen Veranstaltungen zählen beginnend ab 2011 Veranstaltungen zu SharePoint 2010, in denen zum Beispiel soziale Vernetzung, Blogs, Wikis unter anderem thematisiert werden. Dazu zählen auch Veranstaltungen zu „Grundlagen des

Internets und Internet Explorer 7 bzw. 8“; auch hier wird die Nutzung von Wikis, Blogs und Foren thematisiert.

In 2012 werden die in der Anlage 2 dargestellten Veranstaltungsthemen fortgeführt. Darüber hinaus werden die beiden folgenden Veranstaltungstypen zusätzlich angeboten:

- Aufbauseminar „Schritte zur erfolgreichen Anwendung von Social-Media“. Es sind zunächst zwei Veranstaltungen geplant, die bei Bedarf quantitativ nachgesteuert werden.
- Auf Anfrage seitens der Behörden besteht außerdem die Möglichkeit, eine konkrete Social-Media-Strategie für einen Organisationsbereich zu entwickeln („Entwicklung einer Behördenstrategie für den Einsatz von Social Media – Workshop“).

Zudem werden in 2012 ebenfalls auf Anfrage weitere maßgeschneiderte Inhouse-Seminare zum Themenkomplex Social Media angeboten. Aus den zurzeit mit den Behörden und Ämter geführten Planungsgesprächen zur dezentralen Fortbildung 2012 wird deutlich, dass hier ein Fortbildungsbedarf gesehen wird. Insofern rechnet das ZAF mit einer steigenden Nachfrage nach entsprechenden Veranstaltungen.

Darüber hinaus wird die Finanzbehörde ein interaktives Selbstlernmodul zur Sensibilisierung von Behördenbeschäftigten im Bereich der IT-Sicherheit auf der zentralen Zusammenarbeits- und Informationsplattform veröffentlichen. Das Behörden-IT-Sicherheitstraining „BITS“ steht allen Beschäftigten der FHH zur Verfügung und beinhaltet eine eigene Lektion „Social Media“, um das Bewusstsein hinsichtlich der sicherheitsrelevanten Aspekte des Themas zu schärfen.

*14. Existiert aufseiten des Senats ein kontinuierliches Web-2.0-Monitoring in Blogs, Wikis, Netzwerken und anderen sozialen Medien?*

- a. Wenn ja, wer ist dafür verantwortlich?*
- b. Wenn ja, wer wertet diese Daten aus?*
- c. Welche Software wird dafür verwendet?*

Die Mitarbeiter – insbesondere die für Öffentlichkeitsarbeit Verantwortlichen – beobachten im Rahmen ihrer Möglichkeiten die Resonanz des Handelns von Senat und Verwaltung in der Öffentlichkeit. Dazu zählen auch Social-Media-Angebote. Ein systematisches, gegebenenfalls technisch unterstütztes Monitoring ist seitens des Senats allerdings nicht implementiert. Die Frage der Notwendigkeit und gegebenenfalls Ausgestaltung eines weitergehenden Konzeptes für ein Monitoring der Web-2.0-Aktivitäten wird geprüft (siehe Antworten zu 1. bis 3. d. und zu 4. e.)

Im Übrigen: Entfällt.

*15. Hat der Senat ein Interesse an einer Zusammenarbeit mit lokalen zivilgesellschaftlichen Akteurinnen/Akteuren und Expertinnen/Experten aus dem Bereich Social Media wie zum Beispiel Hamburg@work, SocialBar oder Digital Media Women (DMWHH)?*

- a. Wenn ja, wie gestaltet sich diese Zusammenarbeit bereits konkret?  
Wenn nein, welche Schritte sind geplant?*
- b. Wäre der Senat bereit, einen Runden Tisch einzuberufen, um sich mit lokalen zivilgesellschaftlichen Akteurinnen/Akteuren und Expertinnen/Experten aus dem Bereich Social Media wie zum Beispiel Hamburg@work, SocialBar oder Digital Media Women (DMWHH) zusammensetzen?  
Wenn nein, warum nicht?*

Den handelnden Behörden ist eine Vielzahl von externen Akteuren bekannt, zum Teil wird bereits kooperiert beziehungsweise punktuell zusammengearbeitet; inwieweit daraus eine förmliche Zusammenarbeit erwachsen sollte, wird geprüft (siehe Antwort zu 1. bis 3. d.).

16. *Seit einigen Monaten existiert das Handbuch „Social Media in der Hamburgischen Verwaltung“. Welche Regelungen existieren mit Blick auf die Mischnutzung sozialer Profile durch Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter im privaten und beruflichen Kontext?*

Hinsichtlich der Nutzung und Mischnutzung von Social Media befinden sich entsprechende Regelungen in der „Social-Media-Guideline“, die Bestandteil des Leitfadens „Social Media in der Hamburgischen Verwaltung“ ist. Die Guideline ist als Anlage 3 beigefügt.

- a. *Wie sind die Personalräte und Gewerkschaften eingebunden, welche Vereinbarungen wurden abgeschlossen?*

Eckpunkte der Social-Media-Nutzung, insbesondere die „Hinweise für die Nutzung von Social Media in der Hamburgischen Verwaltung“ (sogenannte Social-Media-Guideline) wurden in dem regelmäßigen Gesprächskreis der Finanzbehörde mit Personalräten in IT-Angelegenheiten (FITPRAG) vorgestellt und diskutiert. Im Übrigen werden Gewerkschaften und Personalräte beteiligt, sobald Konzepte beziehungsweise deren Umsetzung eine hinreichende Konkretisierung erreicht haben.

- b. *Gibt es eine Einbindung der Jugend- und Auszubildendenvertretungen in zielgerichtete Ansprache der jüngeren Nutzer/-innen?*

Für den Bereich der zentralen Nachwuchskräftegewinnung wird die zielgruppengerechte Ansprache der jüngeren Nutzerinnen und Nutzer über die Beteiligung von Nachwuchskräften beim Einsatz von Social Media sichergestellt (zum Beispiel Beteiligung an der Konzeption, Test der Anwendungen). Dies gilt für die gesamte Gestaltung des Internetauftritts im Bereich des Ausbildungsmarketings.

17. *Nutzt der Senat die Möglichkeiten von Social Media in der innerbehördlichen Zusammenarbeit?*

- a. *Wenn ja, welche Social-Media-Instrumente werden in welcher Behörde zu welchem Themenfeld eingesetzt?*  
b. *Wenn ja, bitte die Instrumente den Behörden zugeordnet auflisten.*  
c. *Wenn nein, ist der Einsatz von Social-Media-Instrumenten in der innerbehördlichen Zusammenarbeit geplant?*

In der FHH gibt es eine zentrale Zusammenarbeits- und Informationsplattform, die es den Behörden und Ämtern ermöglicht, entsprechende Angebote einzurichten. Ein Konzept zum flächendeckenden Einsatz dieser Angebote ist in Arbeit. Über diese Plattform werden Social-Media-Werkzeuge zentral zur Verfügung gestellt. Derzeit sind dies: Wikis, Blogs, Foren, Umfragen, Bewertungen, Kommentarfunktion, Verschlagwortung von Inhalten durch „Leser“ und Expertennetz (MySite). Der Einsatz von Social Media in der innerbehördlichen Zusammenarbeit obliegt den Behörden in eigener Verantwortung. Soweit ermittelbar existieren derzeit folgende Angebote:

- Die Senatskanzlei nutzt auf der zentralen Zusammenarbeits- und Informationsplattform die Instrumente Forum und Wiki für das Redaktionssystem des Auftritts der Hamburger Verwaltung im Internet.
- Die Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration nutzt die zentrale Zusammenarbeits- und Informationsplattform im Zusammenhang mit der Einführung neuer Techniken (Telefonie, Windows 7) sowie Blogs.
- Die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz nutzt die zentrale Zusammenarbeits- und Informationsplattform im Zusammenhang mit Umfragen für die Beurteilung der Qualität der Behördenkantine Billstraße. Das Expertennetz (MySite) ist ebenfalls verfügbar und wird von einzelnen Beschäftigten genutzt.
- In der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt können die auf der zentralen Zusammenarbeits- und Informationsplattform zur Verfügung stehenden Werkzeuge von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die interne Zusammenarbeit genutzt werden (nicht verpflichtend). Funktionalitäten zur Vernetzung von Infor-

mationen mithilfe der MySite (Wissensmanagement) sollen erprobt und evaluiert werden.

- In der Finanzbehörde werden folgende Instrumente genutzt:
  - Behördenübergreifender Blog des CIO der FHH
  - Behördenübergreifender Blog zur Information der Administratoren (FHHportal) in den Organisationseinheiten
  - Behördenübergreifender Blog, um Fragen/Anregungen/Ideen an die FL FHHportal zu stellen
  - Diskussionsforum für den Informationsaustausch mit Redakteuren des FHHportals
  - Umfragen für Bedarfsabfragen und Rückmeldungen zu Leistungen im IT-Bereich
  - Verschlagwortung von Artikeln und Beiträgen auf der zur Verfügung stehenden Plattform
  - Kommentieren von Artikeln und Beiträgen auf der zur Verfügung stehenden Plattform
  - Bewerten von Artikeln und Beiträgen auf der zur Verfügung stehenden Plattform
  - Nutzung des Expertennetzes
  - Zusammenarbeit und Beteiligung am IT-Ideen-Portal, Social-Media-Leitfaden und IT-Strategieentwicklung
  - Darüber hinaus werden den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei der Einführung neuer Technologien und im Rahmen von Veränderungsprozessen Beteiligungsmöglichkeiten angeboten.

*18. Ist die Nutzung weiterer Angebote angedacht?*

*Wenn ja, welche und wann?*

- Das Zentrum für Personaldienste (ZPD) beabsichtigt, das Personalportal um ein spezielles Angebot (Profikanal) für verschiedene Sachbearbeitergruppen zu erweitern. Es ist geplant, bei der Einrichtung des Profikanals in 2012 den Einsatz von Foren für diese Nutzer zu pilotieren.
- Das Personalamt plant einen Dachauftritt der FHH als Arbeitgeber bei XING mit der Möglichkeit, dass Behörden ihre Aktivitäten als Arbeitgeber dort bündeln und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich ihrem Arbeitgeber zuordnen und untereinander vernetzen. Eine Umsetzung ist bis 03/2012 vorgesehen.
- In den nächsten Monaten plant das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung einen Auftritt des Projektes „Netzwerk Lehrkräfte mit Migrationsgeschichte“ auf Facebook.
- Die Landeszentrale für politische Bildung plant, über Facebook für ihr Angebot an Publikationen und Veranstaltungen neue Zielgruppen, insbesondere Jugendliche, zu erreichen.
- In der Kulturbehörde wird seit Anfang 2011 das IT-Vorhaben „Museumswissen on Demand“ in der Stiftung Historische Museen Hamburg (SHMH) realisiert. Besucherinnen und Besucher sollen in die Lage versetzt werden, Informationen zu Ausstellungstücken und Kunstwerken vor Ort und zu vorbereiteten Touren durch die Häuser auf ein Smartphone zu laden sowie thematische Hinweise auf andere Hamburger Museen und Orte in der Stadt zu erhalten. Mittels GPS kann eine thematische multimediale Stadtführung durchgeführt werden. Über die Homepage des Museums werden Angebote für die sogenannte Web-2.0-Community gemacht. Das Vorhaben gliedert sich in vier Phasen und soll im Dezember 2012 abgeschlossen werden:

- Entwicklung einer lokalen Lösung für die archäologische Dauerausstellung,
  - Ausweitung der Anwendung auf Orte und Plätze im Hamburger Stadtgebiet,
  - Aufbau und Etablierung des multimedialen Guide-Systems in den anderen Häusern der SHMH,
  - Aufbau, Etablierung und Pflege einer Community mit dem Arbeitstitel „Unser-Museum.de“.
- Der Landesbetrieb Planetarium hat die Absicht, Social-Media-Anwendungen künftig stärker zu nutzen. Die Planungen sind jedoch noch nicht abgeschlossen.

Im Übrigen siehe Antwort zu 7. und 7. a.

*19. Ist das bestehende Angebot mit dem Hamburger Datenschutzbeauftragten abgesprochen?*

*a. Wenn ja, wann war dies und zu welchen Ergebnissen ist er gekommen, gibt es einen regelmäßigen Austausch?*

*b. Wenn nein, ist dies geplant?*

Im Zuge der Neugestaltung der zentralen Zusammenarbeits- und Informationsplattform der FHH wurden mit dem Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (HmbBfDI) in 2007 Gespräche aufgenommen und werden kontinuierlich weitergeführt. Die auf dieser Plattform zur Verfügung stehenden funktionalen Angebote wurden und werden auch im weiteren Verlauf mit jeder Ausbaustufe mit ihm abgestimmt und in einer stetig fortgeschriebenen Risikoanalyse und Verfahrensbeschreibung dokumentiert.

Der Leitfaden „Social Media in der Hamburgischen Verwaltung“ empfiehlt das Einbeziehen des HmbBfDI. Einzelheiten zur Beteiligung des HmbBfDI bei den bestehenden Angeboten sind der Anlage 1 zu entnehmen.

<b>Frage 11: Auflistung der bestehenden Social Media Angebote.</b>			
<b>Frage 19: Beteiligung des Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (HmbBfDI).</b>			
<b>Behörde / Amt / Landesbetrieb</b>	<b>Bestehende Social Media Angebote</b>	<b>Beteiligung des HmbBfDI: Wann und mit welchem Ergebnis</b>	<b>Beteiligung des HmbBfDI ist geplant</b>
Senatskanzlei	Wiki - Kurz-Handbuch des CoreMedia Web-Editors	Das überbehördliche Wiki zum Redaktionssystem verarbeitet keinerlei personenbezogene Daten. Eine Abstimmung mit dem HmbBfDI erfolgte deshalb nicht.	
Zentrum für Aus und Fortbildung (ZAF)	Ausbildungsblog (technische Plattform: Wordpress)	Bei beiden Anwendungen erfolgte eine Einbeziehung vor dem „going live“ (Ausbildungsblog: Juli 2010, C!You: September/Oktober 2007). Es gibt einen regelmäßigen Austausch zwischen dem behördlichen Datenschutzbeauftragten und dem ZAF zu allen IT-Anwendungen und sonstigen datenschutzrechtlich relevanten Fragestellungen im Bereich der Aus- und Fortbildung.	
Zentrum für Aus und Fortbildung (ZAF)	Online-Selbsteinschätzung "C!You - start-learning@hamburg" (technische Plattform: Individualentwicklung)		
Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt	Facebook, twitter, youtube	Die BSU steht im laufende, unregelmäßigen Kontakt mit dem Hamburger Datenschutzbeauftragten. U.a. über die Steuerung der Online-Redaktion der Senatskanzlei ist zudem gesichert, dass die BSU wie alle Einrichtungen der FHH z.B. bei der Einbindung von Facebook in städtische Angebote den allgemeinen Richtlinien folgt. Sollte Bedarf für gesonderte Absprachen bestehen, wird der Datenschutzbeauftragte einbezogen.	
Behörde für Schule und Berufsbildung	Twitter (Informationsplattform): <a href="http://twitter.com/#!/BildungsserverH">http://twitter.com/#!/BildungsserverH</a>		Alle existierenden und geplanten Social-Media Dienste der BSB werden derzeit datenschutzrechtlich bewertet. Die Absprache zum Web-Portal Schul-

Behörde / Amt / Landesbetrieb	Bestehende Social Media Angebote	Beteiligung des HmbBfDI: Wann und mit welchem Ergebnis	Beteiligung des HmbBfDI ist geplant
Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI)	YouTube, Nutzung als Informationsplattform: <a href="http://www.youtube.com/landesinstitut">www.youtube.com/landesinstitut</a> Wordpress, informative Nutzung und als Dialogplattform: <a href="http://hamburgerlehrerbibliothek.wordpress.com">http://hamburgerlehrerbibliothek.wordpress.com</a> Web-Portal des LI, informative Nutzung und als Dialogplattform, es lassen sich Beiträge bewerten und kommentieren: <a href="http://www.li.hamburg.de">www.li.hamburg.de</a> In der Aus- und Fortbildung des LI wird in einigen Bereichen das hamburgweite Schul-CommSy mit den dazugehörigen Social-Media-Bausteinen Weblog und Wiki genutzt, informative Nutzung und als Dialogplattform: <a href="http://hamburg.schulcommsy.de/">http://hamburg.schulcommsy.de/</a>		CommSy zwischen dem HmbBfDI und der BSB findet zurzeit statt.
Landesbetrieb - Hamburger Volkshochschule (VHS)	YouTube: <a href="http://www.youtube.com/user/VHSHamburg">http://www.youtube.com/user/VHSHamburg</a>		
Landesbetrieb Planetarium	twitter, xing, youtube		Es ist geplant, den HmbBfDI im Zuge der Neukonzeption mit einzubeziehen.
Landesbetrieb Philharmoniker Hamburg	facebook, blog, twitter, youtube, flickr	In diesem Bereich erfolgt kein Einsatz von Plug ins und Webtracking Tools. Daher erfolgte bisher noch keine Beteiligung.	Gegebenenfalls wird der HmbBfDI einbezogen.
Bezirksamt Altona	Die Außenstelle des BA Altona Jugendclub Struenseestraße nutzt facebook		Eine Befassung über die bezirkliche Datenschutzbeauftragte ist beabsichtigt
Bezirksamt Hamburg-Mitte	Das Hamburg Welcome Center ist auf facebook vertreten.	Die BWVI steht im laufenden, unregelmäßigen Kontakt mit dem Hamburger Datenschutzbeauftragten. U.a. über die Steuerung der Online-Redaktion der Senatskanzlei ist zudem gesichert, dass die BWVI wie alle Einrichtungen der FHH z.B. bei der Einbindung	

<b>Behörde / Amt / Landesbetrieb</b>	<b>Bestehende Social Media Angebote</b>	<b>Beteiligung des HmbBfDI: Wann und mit welchem Ergebnis</b>	<b>Beteiligung des HmbBfDI ist geplant</b>
noch Bezirksamt Hamburg-Mitte		von Facebook in städtische Angebote den allgemeinen Richtlinien folgt. Sollte Bedarf für gesonderte Absprachen bestehen, wird der Datenschutzbeauftragte einbezogen.	
Finanzbehörde	Nutzung der Social Media Funktionalität "Kommentarfunktion" des Redaktionssystems für das Internet - zur Weiterentwicklung des Leitfadens "Social Media für die Hamburgische Verwaltung".	Es werden lediglich Funktionalitäten des bestehenden Redaktionssystems genutzt. Eine eigenständige Abstimmung mit dem HmbBfDI erfolgte deshalb nicht.	

Veranstaltungen Social Media nach Zuordnung Bezirksverwaltung, Behörden, Einrichtungen und Landesbetriebe nach §§ 15, 26 LHO																	
Bezirksverwaltung																	
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	Anzahl Kurse	Mitte		Altona		Eimsbüttel		Nord		Wandbek		Bergedorf		Harburg		Summe	
		TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>																	
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen	1									0,5	1					0,5	1
Web 2.0 in Behördenbibliotheken	1															0	0
<b>Summe 2009</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>
<b>2010</b>																	
Twittern, bloggen und social networks	2			1	1			1	1	1	1	1	1			4	4
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0	1			1	2					0,5	1			0,5	1	2	4
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen	1															0	0
E-Government - ein modernes Thema für alle!	1	1	2			1,5	3	0,5	1					0,5	1	3,5	7
<b>Summe 2010</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9,5</b>	<b>15</b>
<b>2011</b>																	
Twittern, bloggen und social networks	4			1	1	2	2	5	5	1	1					9	9
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürgerinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?	1			4,5	9	0,5	1	1	2					0,5	1	6,5	13
Professionelle Web- und Intranettex te schreiben	2			1	1									2	2	3	3
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)	3							0,5	1	1	1					1,5	2
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts	1			0,5	1											0,5	1
Workshop: Texten für's Web	1									0,5	1					0,5	1
<b>Summe 2011</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>	<b>6,5</b>	<b>8</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>29</b>

Behörden																	
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	Anzahl Kurse	BK		PA		SK		JB		BSB		BWF		KB		BASFI	
		TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>																	
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen	1			1	2			0,5	1	1	2	0,5	1			1	2
Web 2.0 in Behördenbibliotheken	1	8	4					4	2	6	3			2	1		
<b>Summe 2009</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4,5</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>2010</b>																	
Twittern, bloggen und social networks	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0	1			1	2	0,5	1							0,5	1		
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen	1																
E-Government - ein modernes Thema für alle!	1							0,5	1	0,5	1					0,5	1
<b>Summe 2010</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>	<b>3,5</b>	<b>4</b>
<b>2011</b>																	
Twittern, bloggen und social networks	4			2	2			3	3	3	3	2	2	1	1		
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürgerinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?	1			0,5	1			1	2	1,5	3					1	2
Professionelle Web- und Intranettex te schreiben	2			2	2											2	2
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)	3									1	1						
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts	1					0,5	1			0,5	1					0,5	1
Workshop: Texten für's Web	1			0,5	1			0,5	1	0,5	1						
<b>Summe 2011</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>4,5</b>	<b>6</b>	<b>6,5</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3,5</b>	<b>5</b>

noch Behörden												
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	BGV		BSU		BWVI		BIS		FB		Summe	
	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>												
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen	1	2	0,5	1			0,5	1	0,5	1	6,5	13
Web 2.0 in Behördenbibliotheken							2	1			22	11
<b>Summe 2009</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>2</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>28,5</b>	<b>24</b>
<b>2010</b>												
Twittern, bloggen und social networks	1	1	4	4			2	2	1	1	20	20
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0	1,5	3	1,5	3			0,5	1			5,5	11
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen			7	7	1	1					8	8
E-Government - ein modernes Thema für alle!	2	4			0,5	1	2	4	0,5	1	6,5	13
<b>Summe 2010</b>	<b>4,5</b>	<b>8</b>	<b>12,5</b>	<b>14</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>4,5</b>	<b>7</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>40</b>	<b>52</b>
<b>2011</b>											<b>0</b>	<b>0</b>
Twittern, bloggen und social networks	3	3	3	3	1	1	6	6			24	24
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürgerinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?	1,5	3	1	2	0,5	1	1	2	4	8	12	24
Professionelle Web- und Intranettex te schreiben	1	1	1	1			3	3	1	1	10	10
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)											1	1
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts			1	2							2,5	5
Workshop: Texten für's Web			0,5	1					0,5	1	2,5	5
<b>Summe 2011</b>	<b>5,5</b>	<b>7</b>	<b>6,5</b>	<b>9</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>5,5</b>	<b>10</b>	<b>52,0</b>	<b>69</b>

Einrichtungen nach § 15 LHO									
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	Anzahl Kurse	BSU Hochbau		Institut für Hygiene und Umwelt		ZAF		Summe	
		TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>									
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen	1					1	2	1	2
Web 2.0 in Behördenbibliotheken	1							0	0
<b>Summe 2009</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>2010</b>									
Twittern, bloggen und social networks	2							0	0
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0	1					0,5	1	0,5	1
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen	1	1	1					1	1
E-Government - ein modernes Thema für alle!	1					1	2	1	2
<b>Summe 2010</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			<b>1,5</b>	<b>3</b>	<b>2,5</b>	<b>4</b>
<b>2011</b>									
Twittern, bloggen und social networks	4					1	1	1	1
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürgerinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?	1					1,5	3	1,5	3
Professionelle Web- und Intranettexpte schreiben	2							0	0
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)	3							0	0
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts	1			0,5	1			0,5	1
Workshop: Texten für's Web	1							0	0
<b>Summe 2011</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>2,5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>

Einrichtungen nach § 26 LHO									
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	Anzahl Kurse	Hamburger Institut für Berufliche Bildung		Landesbetrieb Erziehung und Berufsbildung		Landesbetrieb Geoinformation und Vermessung		Landesbetrieb Großmarkt, Obst, Gemüse und Blumen	
		TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>									
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen	1			1	2	0,5	1		
Web 2.0 in Behördenbibliotheken	1								
<b>Summe 2009</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>2010</b>									
Twittern, bloggen und social networks	2	1	1						
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0	1								
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen	1								
E-Government - ein modernes Thema für alle!	1			0,5	1	1	2		
<b>Summe 2010</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>2011</b>									
Twittern, bloggen und social networks	4							2	2
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürgerinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?	1					0,5	1		
Professionelle Web- und Intranettexpte schreiben	2	3	3			1	1		
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)	3								
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts	1								
Workshop: Texten für's Web	1	0,5	1			0,5	1		
<b>Summe 2011</b>	<b>12</b>	<b>3,5</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

noch Einrichtungen nach § 26 LHO												
TNT: Teilnahmetage, TN: Teilnehmende	Landesbetrieb Hamburger Volkshoch- schule		Landesbetrieb Straßen, Brücken und Gewässer		Landes- betrieb Verkehr		Schulbau Hamburg		Zentrum für Personal- dienste		Summe	
	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN	TNT	TN
<b>2009</b>												
Workshop: Twittern, Bloggen, social network, Neue Kommunikationswege kennenlernen											1,5	3
Web 2.0 in Behördenbibliotheken											0	0
<b>Summe 2009</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>3</b>
<b>2010</b>												
Twittern, bloggen und social networks											1	1
Workshop: Twittern, bloggen, social network, Neue Kommunikationswege im Web 2.0											0	0
Twittern, Bloggen etc. - neue Kommunikationswege mit den Bürger/innen											0	0
E-Government - ein modernes Thema für alle!	0,5	1							1	2	3	6
<b>Summe 2010</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
<b>2011</b>												
Twittern, bloggen und social networks									1	1	3	3
E-Partizipation - Wie können Sie erfolgreich mit den Bürge- rinnen und Bürgern über das Internet kommunizieren?			0,5	1			0,5	1			1,5	3
Professionelle Web- und Intranettexpte schreiben					1	1					5	5
Chancen für Personalräte im Web. 2.0 (EE/PR)											0	0
Workshop: Redaktion eines barrierefreien Internetauftritts											0	0
Workshop: Texten für's Web									1	2	2	4
<b>Summe 2011</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>11,5</b>	<b>15</b>

Bezirksverwaltung, Behörden, Einrichtungen und Landesbetriebe nach §§ 15, 26 LHO	Summe 2009 - 2011	2009	2010	2011
Anzahl Kurse	19	2	5	12
TNT	175,0	32	56	87,5
TN	226	30	78	118

Hinweis: Bei der Darstellung der Einrichtungen nach § 15 LHO bleiben die Hochschulen unberücksichtigt.



## Hinweise für

### die Nutzung von Social Media in der Hamburgischen Verwaltung

Die Freie und Hansestadt Hamburg (FHH) begrüßt als moderne Metropole die Nutzung und den Einsatz von Social Media im dienstlichen wie im privaten Bereich. Um eventuell bestehende Unsicherheiten im Umgang mit Social Media zu beseitigen, bieten wir als Hilfestellung nachfolgende Hinweise an.

#### 1. Trennung zwischen dienstlicher und privater Nutzung

Bei der Nutzung von Social Media Tools müssen Sie unterscheiden, ob Sie sich dienstlich oder privat äußern wollen. Für dienstliche Äußerungen sollten in der Regel entsprechende dienstliche Social Media Accounts genutzt werden. Die private Nutzung eines dienstlichen Social Media Accounts ist generell unzulässig.

Für private Äußerungen steht Ihnen die Nutzung privater Social Media Accounts frei. Bitte beachten Sie, dass sich sowohl für dienstliche als auch für private Äußerungen in Social Media Tools aus Ihren dienstlichen Pflichten bestimmte Ge- und Verbote ergeben, die Sie bei der Nutzung beachten müssen (siehe 2. bzw. 3.).

#### 2. Bestehende Regelungen, Verschwiegenheitspflicht

Bitte beachten Sie, dass bestehende Regelungen auch in der „virtuellen Welt“ ihre Gültigkeit behalten.

Dies gilt ganz besonders für die beamtenrechtliche Verschwiegenheitspflicht (§ 37 BeamtStG und § 46 HmbBG) bzw. deren arbeitsrechtliche Parallelregelung und die dazugehörigen Verwaltungsvorschriften der FHH - Sie sind grundsätzlich zur Verschwiegenheit über die bei oder bei Gelegenheit Ihrer (amtlichen) Tätigkeit bekannt gewordenen dienstlichen Angelegenheiten verpflichtet. 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.

Für dienstliche Äußerungen wird daher in der Regel das interne Regelwerk zu berücksichtigen sein.

#### 3. Besonderheiten bei privater Nutzung von Social Media Tools

Auch wenn Sie sich über einen privaten Account privat äußern, müssen Sie die grundlegenden Dienstpflichten beachten, also Ihre Verschwiegenheitspflicht berücksichtigen und sich entsprechend den allgemeinen Pflichten - z.B. Loyalitäts- und dem beamtenrechtlichen Mäßigungsgebot, Gebot zu achtungs- und vertrauensgerechtem Verhalten gegenüber dem Dienstherrn, parteipolitische Neutralität - verhalten. Im Rahmen dieser Vorgaben haben Sie das Recht, sich als Privatperson öffentlich positiv wie kritisch über die FHH oder Ihre Arbeit bei der FHH zu äußern.

Der private Charakter der Äußerung sollte immer klar erkennbar sein. Sofern Sie auch bei einer privaten Äußerung auf Ihre Tätigkeit bei der FHH hinweisen wollen, müssen Sie gegebenenfalls dazu bestehende interne Regelungen beachten (z. B. Ziffer 8.3.5 der Geschäftsordnung der Finanzbehörde: neben dem Namen darf nur der Dienstgrad und die FHH als Arbeitgeberin angegeben werden). Soweit bei der privaten Äußerung in irgendeiner Form ein inhaltlicher Bezug zur FHH hergestellt wird, wird die Verwendung des folgenden Hinweises empfohlen: „Die Inhalte auf dieser Seite sind meine persönliche Meinung und repräsentieren nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung der Freien und Hansestadt Hamburg.“

#### 4. Allgemeine Empfehlungen zur Kommunikation über Social Media Tools

- Was sonst verboten ist, ist es im Zweifel auch bei der - dienstlichen oder privaten - Nutzung eines Social Media Tools! Prüfen Sie Ihre Äußerungen bevor Sie sie in das Tool einstellen, Unterlassen Sie beleidigende, diskriminierende oder anderweitig rechtswidrige Inhalte! Beachten Sie die Rechte Dritter (Urheberrechte, Recht auf informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz etc.)!
- Schreiben Sie einfach, klar und verständlich, respektieren Sie die Netz-Gemeinschaft, bleiben Sie freundlich, wertschätzend und sachlich, vermeiden Sie Streit und Besservisserei.
- Halten Sie Korrekturen und Änderungen dienstlicher Äußerungen transparent und nachvollziehbar durch eine entsprechende Kennzeichnung.
- Kritische Kommentare anderer Nutzer zu dienstlichen Äußerungen sollten nur gelöscht/ entfernt werden, wenn es sich um offensichtlich rechtswidrige Inhalte handelt oder eine Rechtspflicht der FHH zur Löschung besteht.

Stand: November 2011