



Bundesanstalt für
Materialforschung
und -prüfung

Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) · 12200 Berlin

Vorab per E-Mail:

[REDACTED]

Leonard Wolf
Open Knowledge Foundation Deutschland e. V.
Open Knowledge Foundation Deutschland
z. Hd. Leonard Wolf
Singerstraße 109
10179 Berlin

M.A.
Ivonne Danneberg

Z.11 Justizariat

Unter den Eichen 87
12205 Berlin

T: +49 30 8104-4694
Ivonne.Danneberg@bam.de

Ihr Zeichen:
Ihre Nachricht vom: 26.04.2018

Unser Zeichen: Z.11-1079.02.001-18
Unsere Nachricht vom: 04.05.2018

Datum: 08.05.2018

Ihr Auskunftersuchen vom 26.04.2018

Sehr geehrter Herr Wolf,

Ihren Antrag auf Aktenauskunft nach § 1 Informationsfreiheitsgesetz (IFG) haben wir geprüft und können Ihnen nachfolgende Auskunft erteilen.

Die BAM hat ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern „Tipps zum Umgang mit den sozialen Medien (Social Media)“ bereitgestellt, die wir Ihnen als Anlage übersenden.

Darüber hinaus übermitteln wir Ihnen ebenfalls als Anlage das Kurzkonzept der BAM zur Nutzung des Dienstes Twitter, weisen jedoch darauf hin, dass die darin enthaltenen personenbezogenen Daten der Seite 2 gem. § 5 Abs. 2 IFG geschwärzt worden sind.

Rechtsbehelfsbelehrung

Gegen diesen Bescheid kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe Widerspruch bei der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung, Unter den Eichen 87, 12205 Berlin erhoben werden.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag

[REDACTED]

Danneberg

Anlage: Tipps zum Umgang mit den Sozialen Medien Kurzkonzept Twitter

Social Media – Twitter, ResearchGate, LinkedIn & Co.

Tipps zum Umgang mit den sozialen Medien (Social Media)

1. Geben Sie sich zu erkennen.

Wenn Sie etwas im Netz veröffentlichen, dann tun Sie das unter Ihrem Namen. Falls relevant, nennen Sie Ihre Position innerhalb der BAM. Nie anonyme Kommentare verbreiten oder unerkannt mit anderen streiten – selbst wenn dies in bester Absicht für die Organisation geschieht.

2. Sprechen Sie für sich.

Machen Sie deutlich, dass Sie Ihre Meinung publizieren – nicht die der Organisation. Letzteres ist Aufgabe der Unternehmenskommunikation. Sprechen Sie stets in Ich-Form und trennen Sie Fakten klar von Meinungen. (Empfohlene Fußnote für Blogs: „Die Meinungen, die hier geäußert werden, sind meine eigenen und repräsentieren nicht notwendigerweise die meines Arbeitgebers XY.“)

3. Verhalten Sie sich verantwortungsvoll.

Das Internet vergisst nicht – was immer Sie veröffentlichen, wird lange Zeit mit Ihrem Namen verbunden bleiben. Überlegen sie vorher, was später einmal schwierig werden oder Ihnen beruflich schaden könnte. Wahren Sie Ihre Privatsphäre, aber auch die der anderen. Zitieren Sie keine Kollegen ohne deren Zustimmung. Respektieren Sie das Recht am eigenen Bild (z. B: keine Fotos von Feiern mit Kollegen).

4. Bleiben Sie diskret.

Nur weil eine Information im Infoportal kursiert, muss das nicht die ganze Welt erfahren. Dasselbe gilt für Äußerungen der Leitung, neue Produkte oder Designs. Kommentieren Sie keine BAM internen Informationen, die sich auf die Reputation der Organisation auswirken könnten. Vertrauliche Informationen müssen vertraulich bleiben – ohne Ausnahme.

5. Achten Sie das Gesetz.

Das gilt zuerst für Copyrights. Das Verwenden von Logos, Bildern und Texten, egal von welcher Internetseite, ist überwiegend rechtlich geschützt. Verwenden Sie diese nur mit ausdrücklichem schriftlichem Einverständnis der Rechteinhaber. Sind Letztere einverstanden, nennen Sie die Quelle. Zusätzlich hier einen Link zu setzen, gilt im Netz als höflich. Es versteht sich von selbst, dass Sie nichts veröffentlichen, was verleumderisch, beleidigend oder anderweitig rechtswidrig ist.

6. Geben Sie Fehler zu.

Behaupten Sie nichts, was Sie nicht belegen können. Wenn Sie etwas geschrieben haben, was missverständlich, verletzend oder falsch war, dann geben Sie solche Fehler umgehend zu, erklären und korrigieren Sie diese. Warten Sie nicht, bis andere Sie dazu drängen.

7. Bleiben Sie stets höflich.

Behandeln Sie jeden mit Respekt – auch Kritiker und Konkurrenten. Akzeptieren Sie, dass es unterschiedliche Sichtweisen und Meinungen gibt. Ironie und Sarkasmus sollten Sie sich sparen – sie werden selten richtig verstanden. Vermeiden Sie Provokationen und Beleidigungen und reagieren Sie nicht darauf.

8. Schaffen Sie Mehrwert.

Versuchen Sie nicht nur, Aufmerksamkeit im Netz zu erzielen – setzen Sie auf Qualität statt Quantität. Informieren Sie andere durch Ihre Erfahrungen, Analysen und interessanten Impulse. Betrachten Sie Ihr Schreiben nicht als kommunikative Einbahnstraße, sondern schaffen Sie durch einen echten Dialog mit Ihren Lesern den Mehrwert, den soziale Netze bieten: Der öffentliche Informationsaustausch und Diskurs sind wertvoller als der ursprüngliche Inhalt allein.

9. Reagieren Sie schnell und immer.

„Hören“ Sie Ihren Lesern aufmerksam zu und gehen Sie auf deren Anmerkungen ein. Auch wenn Sie nicht allem zustimmen, sollten Sie sich bedanken. Beantworten Sie – wenn möglich – alle Fragen so schnell wie möglich. Wenn Sie keine Antwort haben, verweisen Sie auf jemanden, der antworten kann.

10. Vergessen Sie nicht Ihren Job.

Bei aller Faszination für Social Media, Blogs und virtuelle Konversationen sollten Sie nie vergessen, dass dies nicht Ihre Hauptaufgabe ist.

Kurzkonzept BAM-Twitter-Account

Ausgangssituation:

Die BAM ist in den sozialen Medien bislang (mit Ausnahme des rudimentären YouTube-Kanals) nicht aktiv vertreten. Relevante Player und Stakeholder aus Wissenschaft und Politik sind bei Twitter vertreten. Insbesondere die wissenschaftliche Community erzeugt via Twitter Sichtbarkeit zu ihrer Forschung. Twitter-Kampagnen und Hashtags relevanter Player/Stakeholder können durch das fehlende Unternehmensprofil nur schwer mit der BAM in Bezug gebracht werden.

Es wurde bereits ein Twitter-Account eingerichtet: <https://twitter.com/BAMResearch>

Ziele:

Die BAM möchte über ihre Aktivitäten/Forschung/Themen auf Twitter informieren und sich mit relevanten Playern und Stakeholdern vernetzen.

Zielgruppe:

Vorrangig Wissenschaft und Politik

Kernbotschaften:

Die BAM forscht, prüft und berät zum Schutz von Mensch, Umwelt und Sachgütern.

Im Fokus aller Tätigkeiten in der Materialwissenschaft, der Werkstofftechnik und der Chemie steht dabei die technische Sicherheit von Produkten und Prozessen.

Die BAM entwickelt und validiert Analyseverfahren und Bewertungsmethoden, Modelle und erforderliche Standards und erbringt wissenschaftsbasierte Dienstleistungen für die deutsche Wirtschaft im europäischen und internationalen Rahmen.

Ablauf:

Ein BAM-weites Redaktionsteam betreut den Twitter-Account entsprechend der inhaltlichen Aspekte des Kurzkonzeptes (siehe Kernbotschaften). Die konzeptionelle Verantwortung des Twitter-Kanals obliegt der UK. Zudem gibt es Beobachter, die den Twitter-Account ebenfalls im Blick haben aber selbst wenig redaktionell aktiv sind.

Tweets sind mit dem jeweiligen Kürzel der Redakteurin/des Redakteurs zu versehen (1. Buchstabe Vorname, 1. + 2. Buchstabe Nachname, hintereinander weg klein geschrieben)

Für Reaktionen auf ihre Tweets sind die Redakteure selbst verantwortlich (Antworten, Retweeten von passenden Inhalten relevanter Player/Stakeholder etc.).

Auf kritische Themen/Eskalationen reagiert die UK bzw. ist die UK vor Veröffentlichung einer Reaktion zu konsultieren.

Die Redakteure werden in den dafür neu einzurichtenden Mailverteiler [twitter\[at\]bam.de](mailto:twitter[at]bam.de) aufgenommen, um über Aktivitäten auf dem Twitter-Account per E-Mail fortlaufend informiert zu werden.

Die UK beauftragt die Einrichtung des Mailverteilers über Z.4

Zum Start des Twitter-Accounts wird das Redaktionsteam aus folgenden Personen bestehen:

Name	Rolle	Kürzel (für Redakteurinnen/ Redakteure)
[REDACTED]	Redakteur, Chef vom Dienst	[REDACTED]
[REDACTED]	Redakteur	[REDACTED]
[REDACTED]	Redakteurin	[REDACTED]
[REDACTED]	Redakteurin	[REDACTED]
[REDACTED]	Beobachterin	[REDACTED]
[REDACTED]	Beobachterin	[REDACTED]
[REDACTED]	Beobachterin, ggf. Redakteurin	[REDACTED]
[REDACTED]	Beobachterin, ggf. Redakteurin	[REDACTED]
[REDACTED]	Redakteur	[REDACTED]

Weitere Personen können der UK vorgeschlagen werden und erhalten dann den Zugang zum Redaktionsteam.