

Stadt Freiburg im Breisgau · Presse- und Öffentlichkeitsreferat
Postfach, D-79095 Freiburg

1.

FREIE WÄHLER Stadtratsfraktion
Rathausplatz 2 - 4
79098 Freiburg

**- per E-Mail als pdf –
fraktion@freie-waehler-freiburg.de**

Presse- und Öffentlichkeitsreferat

Dezernat I

Adresse: Rathausplatz 2-4
D-79098 Freiburg i. Br.

Telefon:

Internet: www.freiburg.de
E-Mail*: Pressereferat@stadt.freiburg.de

Ihr Zeichen/Schreiben vom 15.01.2021

Unser Aktenzeichen

Ihnen schreibt
Frau Schickle

Freiburg, den
20.01.2021

**Einzelanfrage nach § 24 Abs. 4 GemO zu Sachthemen außerhalb von Sitzungen
hier:
Städtische Präsenz in den Sozialen Medien**

Sehr geehrte Frau Stadträtin Schrempp,
sehr geehrter Herr Stadtrat Gröger,
sehr geehrter Herr Stadtrat Veser,

vielen Dank für Ihr Schreiben vom 15. Januar, das Herr Oberbürgermeister Horn zur Beantwortung an mich weiter geleitet hat.

Ihre Fragen können wir wie folgt beantworten:

1. Gibt es für die jeweiligen Nutzungen der Sozialen Netzwerke durch die Stadt Freiburg ein Nutzungskonzept so wie es die Richtlinie des LfDI vorsieht? Wenn ja, bitten wir dieses zugestellt zu bekommen.

Die Stadt Freiburg richtet ihr Handeln in sozialen Medien an der Richtlinie des LfDi von 2017 aus, die im Februar 2020 aktualisiert wurden. So werden alle Inhalte, soweit möglich, auf der für alle Bürger_innen frei zugänglichen Homepage freiburg.de veröffentlicht und durch die Kommentarfunktion auch eine Rücklauf- bzw. Interaktionsalternative zusätzlich zum Kontaktformular und weiteren Kontaktmöglichkeiten auf der Homepage geboten. Das Nutzungskonzept wie in der Richtlinie gefordert findet sich auf freiburg.de/socialmedia.

Sprechzeiten: nach Vereinbarung
Straßenbahn und Bus: Linie 1 - 2 - 3 - 4 Haltestelle Bertoldsbrunnen
Sparkasse Freiburg - Nördlicher Breisgau:
IBAN DE63 6805 0101 0002 0100 12 · BIC FRSPDE 66XXX

*E-Mail-Adresse nur für formlose Mitteilungen ohne elektronische Signatur

Detailliertere und für die Arbeitsebene erstellte Konzepte, die laufend aktualisiert und weiterentwickelt werden, liegen ebenfalls vor.

Hierbei ist zu unterscheiden zwischen:

a) den stadtweit übergreifenden Kanälen Stadt Freiburg und den Social-Media-Kanälen von Herrn Oberbürgermeister Martin Horn. Alle Kanäle bilden die gesamte Breite der Kommunalpolitik und Arbeit der Verwaltung ab. Die Konzepte sind in der Anlage beige-fügt. In diesen wurden jedoch Klarnamen von Mitarbeitenden, Kontaktdaten etc. gelöscht.

b) Einzelaccounts der publikumsrelevanten Institutionen, wie beispielsweise die der Städtischen Museen oder der Stadtbibliothek. Diese werden nach Prüfung der eingereichten Konzepte von der Online-Redaktion im Presse- und Öffentlichkeitsreferat, bei dem die presserechtliche Verantwortung liegt, genehmigt oder abgelehnt.

2. Weshalb unterhält die Stadt Freiburg zwei Facebookauftritte und verursacht durch diese Doppelstruktur zusätzliche Kosten?

Die Stadt Freiburg unterhält insgesamt neun Facebookauftritte, vier Twitter-Accounts, zwei Instagram-Accounts und einen Youtube-Kanal. Außerdem ist die Stadtverwaltung mit aktuell neun Accounts und Gruppen in #freiburghältzusammen (#fhz), Freiburgs digitalem Stadtnetzwerk, aktiv. Die vollständige Übersicht ist ebenfalls der Richtlinie des LfDI entsprechend unter [freiburg.de/socialmedia](https://www.freiburg.de/socialmedia) aufgelistet. Insofern entstehen für alle diese verschiedenen Auftritte Kosten und nicht nur für die beiden in der Frage aufgeworfenen Facebook-Auftritte.

Für die Pflege der stadtweiten Accounts auf Facebook, Twitter und #fhz sowie des städtischen Youtube-Kanals besteht eine 0,5 VZÄ in der Online-Redaktion (noch bis September 2021 auf 1,0 VZÄ aufgestockt). Die publikumsrelevanten Institutionen mit eigenen Accounts (siehe Frage 1) müssen in ihren jeweiligen Konzepten nachweisen, dass genügend Personalressourcen für die Betreuung der Accounts vorhanden sind.

Im Persönlichen Referat des Oberbürgermeisters (PRO) besteht eine 0,8 VZÄ, die neben anderen Aufgaben auch die Social-Media-Accounts des Oberbürgermeisters verantwortet. Auf den Kanälen des OBs gehen zudem besonders viele Bürgeranfragen ein, deshalb wird ein Großteil der im PRO für Social Media investierten Zeit für die Bearbeitung dieser Fragen verwendet.

Der steigende Aufwand für Online-Kommunikation insgesamt ist auf die zunehmende Bedeutung der Digitalisierung an sich und der Sozialen Netzwerke in der Kommunikation zurückzuführen. Besonders die Mehrheit der Jugendlichen informiert sich zu politischen Themen laut der Shell Studie 2020 inzwischen online. Am häufigsten werden neben Nachrichten-Websites oder News-Portalen auch entsprechende Informationsquellen in den sozialen Netzwerken genutzt. Auch in anderen Altersgruppen findet politische Information und Austausch zu politischen Themen immer mehr in sozialen Netzwerken statt.

3. Ist es rechtlich zulässig, dass für die Inhalte/Bilder, welche auf Sozialen Netzwerken der Stadt Freiburg erscheinen andere Kriterien gelten, als für Veröffentlichungen im städtischen Amtsblatt gelten?

Zur Frage, welche Inhalte in einem kommunalen Amtsblatt veröffentlicht werden dürfen, sind in der Vergangenheit zahlreiche Urteile ergangen, die definieren, was ein Amtsblatt veröffentlichen darf und welche Inhalte nicht. Diese Kriterien wurden von den Gerichten in der Vergangenheit auch zur Beurteilung von Veröffentlichungen auf städtischen Homepages angewendet. Auch hinsichtlich der Pflege der sozialen Netzwerke orientiert sich die Stadtverwaltung an diesen Kriterien

4. Ist es rechtlich zulässig, dass der Oberbürgermeister einzelne Einrichtungen, Produkte etc. namentlich in den Sozialen Netzwerken, die von städtischer Seite unterhalten werden, erwähnt?

Als gewählter Vertreter der Stadt Freiburg steht dem Oberbürgermeister eine politische Äußerungsbefugnis zu allen Themen, die die Angelegenheiten der örtlichen Gemeinde betreffen zu. Denn die Teilnahme des Oberbürgermeisters an gesellschaftlichen Ereignissen gehört gerade auf kommunaler Ebene traditionell zu den Aufgaben gewählter Volksvertreter_innen. Vor diesem Hintergrund lassen sich die entsprechenden, auf dem offiziellen Social-Media-Kanal des Oberbürgermeisters veröffentlichten Beiträge auch einem politischen Kontext mit Bezug zur Gemeinde zuordnen.

Informiert der Oberbürgermeister die Bürger_innen in den sozialen Netzwerken über seine Teilnahme an einer Veranstaltung, ist die Erwähnung des Veranstalters daher lediglich ein Reflex einer im Rahmen der Äußerungsbefugnis zulässigerweise getätigten Aussage, nicht aber deren originäres Ziel. Selbstverständlich wird auch in diesem Rahmen stets auf

die Einhaltung des Sachlichkeitsgebots und des Gleichbehandlungsgrundsatzes geachtet, denen der Oberbürgermeister als Gemeindeorgan verpflichtet ist. Es ist daher zulässig, dass der Oberbürgermeister in sozialen Netzwerken über seine Teilnahme des an Veranstaltungen informiert und dabei auch Private bzw. deren Angebote Erwähnung finden.

5. Werden die Posts, die am Wochenende erscheinen, von Herrn Horn oder von der Sozial-Media-Beauftragten abgesetzt?

In allen sozialen Netzwerken gibt es die Möglichkeit, Veröffentlichungen bereits vorab einzuplanen. So werden solche Beiträge meist schon vor dem Wochenende eingeplant, eine Veröffentlichung erfolgt dann automatisiert.

Vorwiegend postet OB Horn am Wochenende selbst, gerade in der Corona-Pandemie hat die Landesregierung Verordnungen oder Notbekanntmachungen häufig am Wochenende veröffentlicht. In solchen Fällen arbeitet die Online Referentin des Oberbürgermeisters auch am Wochenende, das ist in ihrem Arbeitsvertrag auch so geregelt. Unterstützung erhält sie hierbei bei Bedarf auch von den anderen Mitarbeitern des Oberbürgermeisters. Geprüft werden eingehende Kommentare auch am Wochenende, Reaktionen auf Kommentare erfolgen normalerweise erst nach dem Wochenende. Während der Corona-Pandemie und bei anderen wichtigen Ereignissen war und wird es aber unumgänglich sein, dass viele Anfragen sofort und damit notwendigerweise auch während des Wochenendes beantwortet werden.

6. Wer ist der Urheber der veröffentlichten Fotos? Gilt für diese eine Kennzeichnungspflicht?

Gesamtstädtische Kanäle: Die Urheberschaft der auf städtischen Internetpräsenzen veröffentlichten Fotos liegt überwiegend beim städtischen Fotografen. Dazu zählen auch die in sozialen Medien veröffentlichten Bilder. Zusätzlich werden Bilder von freien Fotograf_innen verwendet und entsprechend gekennzeichnet; auch werden so genannte Stock-Fotos gekauft und dann ebenfalls entsprechend gekennzeichnet

Die Urheberschaft der auf den Social Media Präsenzen des Oberbürgermeisters veröffentlichten Fotos liegt überwiegend beim städtischen Fotografen und bei Mitarbeiter_innen des PRO. Einige Bilder werden auch vom OB selbst gemacht.

Bei der Verwendung von Fotos externer Fotograf_innen wird dies im jeweiligen Post vermerkt.

Die Stadt Freiburg kennzeichnet urheberrechtlich geschützte Werke entsprechend der geltenden Regelungen des Urheberrechtsgesetzes. Fehlt es an einer Kennzeichnung, ist entweder die Stadt selbst Urheber_in der Fotos oder die Urheberbezeichnungspflicht wurde mit dem/der Urheber_in geregelt.

7. Wie ist der Datenschutz geregelt?

Die seit Mai 2018 wirksame Datenschutz-Grundverordnung legt zentrale Anforderungen an die rechtlichen Grundlagen einer Datenverarbeitung, deren Transparenz hinsichtlich Umfang, Reichweite und Zweck oder zur Wahrung der Rechte der von der Datenverarbeitung Betroffenen fest. Im Zusammenhang mit der Nutzung Sozialer Medien sind diese Anforderungen ebenfalls zu beachten. Der Landesdatenschutzbeauftragte für Baden-Württemberg hat die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen für die Nutzung Sozialer Medien durch öffentliche Stellen in den Richtlinien des Landesdatenschutzbeauftragten Baden-Württemberg zur Nutzung von Sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen konkretisiert. Danach muss bei der Nutzung Sozialer Medien durch öffentliche Stellen a) ein Nutzungskonzept festgelegt werden, b) sind die Pflichten nach dem Telemediengesetz (TMG) einzuhalten, das die Verarbeitung von Nutzungsdaten und die Erstellung von Nutzungsprofilen regelt c) muss die öffentliche Stelle ihren Auftritt kontinuierlich betreuen und d) sind alternative Informations- und Kommunikationswege anzubieten. Der Stadt ist die Thematik der datenschutzrechtlichen Debatte um die Nutzung Sozialer Netzwerke bewusst und arbeitet deshalb gewissenhaft daran, die Vorgaben zu erfüllen.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'SW' followed by a long horizontal flourish.

in Vertretung

Sebastian Wolfrum

stellv. Referatsleiter