



Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Klaus Adelt SPD**
vom 05.05.2017

Polizei 4.0. – Herausforderungen polizeilicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Zeitalter

Spätestens seit der Silvesternacht von Köln steht nicht nur die Polizeiarbeit an sich verstärkt im Fokus des öffentlichen Interesses, sondern auch die Öffentlichkeits- und Pressearbeit der Polizei. Die kommunikationstechnologischen Veränderungen in Form von LiveTicker, WhatsApp und Facebook stellen ganz neue Anforderungen an die polizeiliche Presse und Öffentlichkeitsarbeit.

Ich frage daher die Staatsregierung:

- 1.1 Welche Bedeutung misst die Staatsregierung der Presse und Öffentlichkeitsarbeit der bayerischen Polizei bei?
- 1.2 Welche Tätigkeitsfelder umfassen die Presse und Öffentlichkeitsarbeit der bayerischen Polizei?
- 1.3 Inwieweit haben Komplexität und Umfang der polizeilichen Presse und Öffentlichkeitsarbeit in den letzten Jahren aus Sicht der Staatsregierung zugenommen?

- 2.1 Wie viele Polizeibeamte in Bayern sind in den letzten fünf Jahren bis heute in der polizeilichen Presse und Öffentlichkeitsarbeit tätig (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren sowie den jeweiligen Polizeipräsidiien und Inspektionen)?
- 2.2 Wie viele der unter 2.1. genannten Polizeibeamte gehen dieser Tätigkeit nicht vollumfänglich nach, leisten also zusätzlich noch bspw. Streifen und oder Ermittlungsdienst?

- 3.1 Sind in den Pressestellen der Polizeipräsidiien und Inspektionen gegenwärtig auch externe Fachkräfte ohne polizeiliche Grundausbildung tätig?
- 3.2 Falls ja, um wie viele handelt es sich dabei (bitte aufgeschlüsselt nach den jeweiligen Polizeipräsidiien und Polizeiinspektionen)?
- 3.3 Falls nicht, warum ist dem so?

- 4.1 Wie viele Mittel standen in den letzten fünf Jahren bis heute für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung (falls möglich bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Polizeipräsidiien und -inspektionen)?
- 4.2 Wie hat sich die Zahl der Überstunden in den letzten fünf Jahren bis heute in den Presse- und Öffentlichkeitsabteilungen der bayerischen Polizei durchschnittlich entwickelt (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Überstunden, Polizeipräsidiien und -inspektionen)?

- 5.1 Welche Rolle spielt das Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der polizeilichen Ausbildung in Bayern?
- 5.2 Welche Zusatzqualifikationen bzw. Zusatzausbildung und Lehrgänge sind für Polizeibeamte Grundvoraussetzung, um im polizeilichen Pressestab tätig zu werden?

- 6.1 Welche Bedeutung misst die Staatsregierung sog. „Fake News“ bei?
- 6.2 Inwieweit binden diese die Kräfte der Polizei sowohl bei der Ermittlungsarbeit als auch im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?
- 6.3 Existiert eine landesweite Strategie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Umgang mit sog. „Fake News“?
7. Welche Kanäle der sozialen Medien (Facebook, WhatsApp, YouTube, Snapchat, etc.) nutzt die Bayerische Polizei für gewöhnlich?

Antwort

des Staatsministeriums des Innern, für Bau und Verkehr
vom 19.06.2017

Die Schriftliche Anfrage wird nach Einbindung der Verbände der Bayerischen Landespolizei, des Präsidiums der Bayerischen Bereitschaftspolizei und des Bayerischen Landeskriminalamts wie folgt beantwortet.

1.1 Welche Bedeutung misst die Staatsregierung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der bayerischen Polizei bei?

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist Ausfluss aus der grundgesetzlich festgeschriebenen Pressefreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes – GG) und der Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG). Die spezialgesetzliche Regelung aus Art. 4 des Bayerischen Pressegesetzes (Bay. PrG) verpflichtet jede Polizeibehörde gegenüber Vertretern der Presse, solche Auskünfte zu erteilen, die zur Erfüllung ihrer (der Pressevertreter) öffentlichen Aufgaben dienen.

Darüber hinaus ist es der Staatsregierung ein besonderes Anliegen, gegenüber der Bevölkerung ein möglichst hohes Maß an Transparenz zu gewährleisten und die Bürger umfassend über relevante polizeiliche Sachverhalte zu informieren.

Vor dem Hintergrund einer sich ständig fortentwickelnden Medienlandschaft, gekennzeichnet durch eine rasch voranschreitende Digitalisierung, kommt der polizeilichen Pres-

sarbeit eine hohe, stetig wachsende Bedeutung zu.

Selbst scheinbar nur auf regionaler Ebene relevante Sachverhalte erhalten häufig aufgrund der unmittelbaren Vernetzung der Bürgerinnen und Bürger und des schnellen Informationsflusses innerhalb kürzester Zeit überregionale Bedeutung. Miteinhergehend ist eine Vielzahl von medialen Anfragen aus aller Welt abzudecken.

Gleichzeitig liegt eine offene, aktive und einsatzbegleitende Pressearbeit im elementaren Interesse der Bayerischen Polizei. Pressearbeit unterstützt die polizeiliche Arbeit, stellt polizeiliches Handeln für die Bevölkerung transparent dar, erfüllt das Grundbedürfnis der Öffentlichkeit nach Information und trägt zur Arbeitsmotivation der eigenen Mitarbeiter bei. Aus dieser Vielschichtigkeit heraus ergeben sich für die polizeiliche Pressearbeit hohe quantitative und qualitative Anforderungen.

Bei Straftaten der Schwerestrafbarkeit, sensiblen Ermittlungsverfahren oder soweit die Staatsanwaltschaft schon in das Ermittlungsverfahren eingebunden ist, müssen die Inhalte von Pressemeldungen mit der Staatsanwaltschaft abgestimmt werden. Wenn durch eine Informationssteuerung an die Öffentlichkeit der Ermittlungserfolg gefährdet werden würde, kann eine Meldung nicht umgehend bzw. nicht in vollem Umfang erfolgen. Bzgl. der Weitergabe von personenbezogenen Daten werden durch die Polizei die geltenden Datenschutzbestimmungen beachtet.

1.2 Welche Tätigkeitsfelder umfassen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Polizei?

Die **Pressearbeit** ist ein wesentlicher Teilbereich der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit nach außen, bezeichnet jedoch ausschließlich die Informationssteuerung über die Medien. Hierzu gehören insbesondere die Abgabe von Interviews und Statements, Pressekonferenzen, Öffentlichkeitsfahrten und die Erstellung von Pressemeldungen.

Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet allgemein die Kommunikation einer Organisation mit der Öffentlichkeit (nach außen) oder mit internen Ansprechpartnern (nach innen).

Die **polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit nach außen** umfasst alle Maßnahmen, die geeignet sind, polizeiliches Handeln gegenüber der Öffentlichkeit transparent zu machen, das Vertrauen der Bevölkerung in die Arbeit der Polizei zu fördern und das positive Sicherheitsgefühl zu stärken. Beispiele für die Öffentlichkeitsarbeit nach außen sind u. a. Präventions- und Informationsplakate, Broschüren, Präventions- und Informationsveranstaltungen zu polizeilichen Themen, Werbemaßnahmen zur Nachwuchsgewinnung oder Festakte.

Die **Öffentlichkeitsarbeit nach innen** richtet sich an die Beschäftigten der Bayerischen Polizei und soll Führungs- und Einsatzhandeln verständlich machen, Transparenz schaffen und nicht zuletzt Informationen anbieten. Zur Öffentlichkeitsarbeit nach innen können beispielsweise das interne Netzwerk IntraPol, die Mitarbeiterzeitschriften sowie Dienstbesprechungen oder -veranstaltungen ohne externe Teilnehmer angeführt werden.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei den Präsidien der Bayerischen Landespolizei lässt sich grundsätzlich in eine **zentrale** und **dezentrale Komponente** einteilen. Hiernach wird die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum einen durch die Pressestellen der jeweiligen Präsidialbüros der Polizeipräsidien, zum anderen durch die Presseverantwortlichen der örtlichen Schutzpolizeidienststellen wahrgenommen.

Die sachliche Zuständigkeit von den Pressestellen bzw. örtlichen Polizeiinspektionen wird durch die Verbände selbst definiert. Zusammenfassend lässt sich die Aufgabenverteilung, mit lokalen Abweichungen, aber wie folgt darstellen:

In der Zuständigkeit der **zentralen Pressestellen** bei den Präsidien der Bayerischen Polizei und des Bayerischen Landeskriminalamts liegt insbesondere:

- die Pressearbeit im Zusammenhang mit allen Ermittlungen, die durch eine Kriminalpolizeiinspektion geführt werden
- die Pressearbeit bei herausragenden, besonders öffentlichkeitswirksamen Sachverhalten
- Auskünfte zu Themen mit überregionalem Bezug
- Anfragen hinsichtlich Grundsatzangelegenheiten der Organisation, des Dienstbetriebs und des Personals sowie in Disziplinar- und Beschwerdeangelegenheiten
- die Veröffentlichung von Pressebeiträgen
- die Bedienung der sozialen Medien
- die Pressearbeit bei von der Behördenleitung festgelegten Themenbereichen
- Veranstaltungsmanagement auf Präsidialebene

In allen weiteren Fällen sind im Regelfall die **örtlichen Schutz- und Verkehrspolizeidienststellen** in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sachlich zuständig. Die Aufgabe wird primär von dem Dienststellenleiter oder Vertreter im Amt wahrgenommen, kann aber im Einzelfall auf einen Presseverantwortlichen oder einen Führungsbeamten delegiert werden.

Bei besonderen Ereignissen erfolgt eine Entscheidung in Absprache zwischen der Pressestelle des Polizeipräsidiums und den Polizeiinspektionen. Hierfür ist bei den Pressestellen außerhalb der Bürozeiten ein Jour-Dienst eingerichtet.

Außerhalb der Regelarbeitszeiten wird die zentrale Pressearbeit im Normalfall von den Einsatzzentralen der Polizeipräsidien wahrgenommen. Bei besonders umfassenden Presseanfragen oder zu herausragenden Sachverhalten, wird durch die Einsatzzentralen ein Verantwortlicher der Pressestellen verständigt, der die weitere Pressearbeit übernimmt.

Bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Präsidien der Bayerischen Landespolizei ist ein regionaler und lokaler polizeilicher Ansprechpartner wichtig. Aufgrund der überregionalen Zuständigkeit wird beim Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei, dem Landeskriminalamt und dem Polizeiverwaltungsamt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit primär zentral durch den Verband betrieben. Die Bayerische Bereitschaftspolizei verfügt zudem über lokale nebenamtliche „Mitarbeiter Öffentlichkeitsarbeit“ an den Standorten der Bereitschaftspolizei.

1.3 Inwieweit haben Komplexität und Umfang der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den letzten Jahren aus Sicht der Staatsregierung zugenommen?

Die Sensibilität der Bevölkerung für Sicherheitsthemen hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Die täglichen Nachrichten in Zeitung, Fernsehen und Radio sind häufig geprägt von Informationen zu polizeilichen Sachverhalten und Themen der Inneren Sicherheit.

Für einen erfolgreichen Polizeieinsatz wird neben der taktischen Abarbeitung des Einsatzes auch die einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit immer bedeutender. Bei hochkomplexen Gefährdungslagen, wie beispielsweise dem Amoklauf in München oder bei Terroranschlägen, kann so

die Öffentlichkeit über Gefahren auf dem Laufenden gehalten werden. Durch Verhaltenshinweise können polizeiliche Maßnahmen unterstützt werden. Die Öffentlichkeitsarbeit ist so zu einem festen Bestandteil der polizeilichen Taktik geworden.

Vor dem Hintergrund einer sich ständig fortentwickelnden Medienlandschaft, gekennzeichnet durch eine rasch voranschreitende Digitalisierung, haben Komplexität und Umfang der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stark zugenommen. Zudem führt die Erwartungshaltung der Bevölkerung an die Polizei bzgl. einer immer transparenteren und bürgernahen Darstellung polizeilichen Handelns zu einer deutlichen Zunahme der Anfragen.

Neben den klassischen Printmedien werden polizeiliche Informationen im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zwischenzeitlich durch Online-Medien und Social-Media-Plattformen angefragt und weiterverarbeitet. Diese Diversifizierung medialer Ansprechpartner, die von polizeilicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bedient werden müssen, erhöht den Umfang und die Komplexität der Medienarbeit erheblich.

Eine in der Vergangenheit eher regionale Begrenzung der Presseanfragen durch örtliche Medien ist einem nahezu weltweiten Interesse an polizeilichen Sachverhalten gewichen. Durch die Pressestellen der Polizeipräsidien müssen deshalb inzwischen deutlich mehr Anfragen von überregionalen und internationalen Medien beantwortet werden.

Auch die Geschwindigkeit, mit der Nachrichten in der bestehenden Medienlandschaft erzeugt und verarbeitet werden, hat sich spürbar erhöht. Klassische Redaktionschlusszeiten wurden nach hinten verschoben bzw. existieren faktisch nicht mehr. Ein enger Wettbewerbsmarkt erzeugt zudem klassische Konkurrenzsituationen.

Dieser Wandel des Journalismus, der überwiegend bei Online-Medien sowie Veröffentlichungen auf Social-Media-Kanälen festzustellen ist, verbunden mit einer enorm erhöhten Diskussionsbereitschaft der Social-Media-Nutzer, führt zu einer Vielzahl an Rückfragen, die von den polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsstellen abgefangen werden müssen.

2.1 Wie viele Polizeibeamte in Bayern sind in den letzten fünf Jahren bis heute in der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren sowie den jeweiligen Polizeipräsidien und -inspektionen)?

2.2 Wie viele der unter Frage 2.1 genannten Polizeibeamten gehen dieser Tätigkeit nicht vollumfänglich nach, leisten also zusätzlich noch bspw. Streifen- und oder Ermittlungsdienst?

Wie unter 1.2 bereits dargestellt, gliedert sich die polizeiliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in eine zentrale und dezentrale Komponente. Während die Beschäftigten der zentralen Pressestellen ihre Tätigkeit allesamt hauptamtlich ausüben, erfolgt dies bei den Presseverantwortlichen der örtlichen Polizeiinspektionen im Nebenamt.

Die Öffentlichkeitsarbeit bei der Bayerischen Polizei auf Ebene der Polizeiinspektionen zeichnet sich durch eine besondere Bürgernähe aus. So werden neben der klassischen Pressearbeit der Presseverantwortlichen, durch eine Vielzahl der Beschäftigten Tätigkeiten der Öffentlichkeitsarbeit wahrgenommen. Hierzu zählen beispielsweise alltägliche Bürgergespräche der Kontaktbereichs-, Jugend- und Streifenbeamten, Besuche von Kindergartengruppen und Schul-

klassen, Teilnahme der Polizei an Bürgerversammlungen und Präventionskurse.

Eine Erfassung dieser umfassenden Tätigkeiten im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf Ebene der Polizeiinspektionen ist nicht möglich. Eine Statistik diesbezüglich wird nicht geführt. Insbesondere der Kreis der Beamten, die diesen Tätigkeiten nebenamtlich nachgehen, ist nicht eingrenzbar.

Im Folgenden werden die hauptamtlichen Polizeibeamtinnen und -beamten der zentralen Pressestellen bei den Polizeipräsidien aufgeführt.

Die personelle Aufstockung der zentralen Pressestellen in den letzten Jahren ist insbesondere auf die Einführung von Social-Media-Teams bei den Polizeipräsidien zurückzuführen.

	2013	2014	2015	2016	2017
Bayern gesamt	62	62	66	82	81
Polizeipräsidium München	13	13	14	15	16
Polizeipräsidium Oberbayern Nord	5	5	5	5	7
Polizeipräsidium Oberbayern Süd	3	3	6	7	7
Polizeipräsidium Niederbayern	3	3	3	5	5
Polizeipräsidium Oberpfalz	4	4	4	3	6
Polizeipräsidium Oberfranken	3	3	3	5	5
Polizeipräsidium Mittelfranken	11	11	11	14	14
Polizeipräsidium Unterfranken	7	7	7	9	9
Polizeipräsidium Schwaben Nord	5	5	5	8	8
Polizeipräsidium Schwaben Süd/West	2	2	2	4	4
Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei	1	1	1	1	1
Bayerisches Landeskriminalamt	5	5	5	6	7

Die tabellarischen Daten stellen einen Anhalt für die Stärke der jeweiligen Pressestellen im Jahresdurchschnitt dar. Durch temporäre Ab- bzw. Zuordnungen oder zeitweise nicht besetzte Stellen im Rahmen von Versetzungen kann es zu geringfügigen Abweichungen kommen.

3.1 Sind in den Pressestellen der Polizeipräsidien und -inspektionen gegenwärtig auch externe Fachkräfte ohne polizeiliche Grundausbildung tätig?

3.2 Falls ja, um wie viele handelt es sich dabei (bitte aufgeschlüsselt nach den jeweiligen Polizeipräsidien und Polizeiinspektionen)?

Wie bereits unter 2.1 und 2.2 dargestellt, kann der Beschäftigtenkreis der nachgeordneten Polizeiinspektionen, der nebenamtlich mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betraut ist, nicht eingegrenzt werden.

Im Folgenden werden die **Fachkräfte**, die **hauptamtlich** im Bereich der Pressestellen eingesetzt werden, dargestellt:

Polizeipräsidium München:	-1- Grafikdesigner/-in
Polizeipräsidium Oberbayern Nord:	-1- Mediengestalter/-in
Polizeipräsidium Oberbayern Süd:	-1- Grafikdesigner/-in
Polizeipräsidium Niederbayern:	-1- Mediengestalter/-in

Polizeipräsidium Oberpfalz:	-1- Mediengestalter/-in
Bayerisches Landeskriminalamt:	-1- Grafikdesigner/-in

3.3 Falls nicht, warum ist dem so?

Für die Tätigkeit im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Bayerischen Polizei ist eine langjährige Einsatzerfahrung notwendig. Schriftliche und mündliche Auskünfte müssen richtig, verständlich und angemessen formuliert sein. Die Beachtung von rechtlichen, ermittlungstaktischen und datenschutzrelevanten Vorgaben bei der Erteilung von Auskünften erfordert ein umfassendes polizeiliches Wissen. Deshalb ist der Einsatz von qualifizierten Polizeivollzugsbeamtinnen und -beamten erforderlich.

4.1 Wie viele Mittel standen in den letzten fünf Jahren bis heute für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung (falls möglich bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Polizeipräsidien und -inspektionen)?

Im Polizeisachhaushalt sind keine gesonderten Haushaltsmittel für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinn ausgewiesen. Je nach Definition der Presse- bzw. Öffentlichkeitsarbeit fallen darunter verschiedenste Maßnahmen, die allesamt über sonstige Ansätze finanziert werden. Eine Erhebung der genauen Ausgaben wäre nur durch eine äußerst verwaltungsaufwendige Abfrage der einzelnen Verbände möglich. Dieser exorbitante Verwaltungsaufwand steht in keinem Verhältnis zur Aussagekraft.

Sämtliche derartige Ausgaben sind im Vergleich zum Polzeisachhaushalt im Gesamten als relativ gering einzustufen.

4.2 Wie hat sich die Zahl der Überstunden in den letzten fünf Jahren bis heute in den Presse- und Öffentlichkeitsabteilungen der Bayerischen Polizei durchschnittlich entwickelt (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Überstunden, Polizeipräsidien und -inspektionen)?

Da der Kreis der Polizeibeamtinnen und -beamten, die Aufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nebenamtlich wahrnehmen, wie unter den Antworten zu den Fragen 2.1 und 2.2 dargestellt, nicht eingegrenzt werden kann, ist diesbezüglich auch keine Aussage zur Überstundenentwicklung möglich.

Aufgrund des kleinen Kreises der Beamtinnen und Beamten, die hauptamtlich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Bayerischen Polizei nachgehen, haben Personalzu- bzw. -abgänge durch Versetzungen und temporäre Abordnungen erhebliche Auswirkungen auf den Überstundenstand der einzelnen Dienststellen. Ein Vergleich der Dienststellen untereinander ist deshalb nicht aussagekräftig.

Die Pressestellen als Teil des Präsidialbüros der jeweiligen Polizeipräsidien sind keine eigenständigen Dienststellen, sondern stellen einen internen Arbeits- bzw. Fachbereich dar. Die Erhebung und Rückrechnung des Überstundenstandes des einzelnen Beamten für einen Zeitraum von fünf Jahren, insbesondere zu einem bayernweit vergleichbaren, einheitlichen Stichtag, stellt einen erheblichen Verwaltungsaufwand dar, der in keinem Verhältnis zur Beantwortung der Frage steht.

5.1 Welche Rolle spielt das Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der polizeilichen Ausbildung in Bayern?

Unseren angehenden Führungskräften wird im Rahmen der Aufstiegsqualifizierung in Ämter ab der 4. Qualifikationse-

bene (QE) die Bedeutung der Medien im demokratischen Prozess, ihre Bedeutung für die Meinungsbildungsprozesse in einer pluralistischen Gesellschaft und ihren Einfluss auf das korporative Image der Polizei vermittelt. Daneben erwerben sie beim Masterstudiengang „Öffentliche Verwaltung – Polizeimanagement“ die Kompetenzen, die Polizei mit überzeugender Medienarbeit aktiv und glaubwürdig zu repräsentieren.

Die Thematik Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist mit entsprechend funktionsbezogener Schwerpunktsetzung Element in der Ausbildung unserer Nachwuchsbeamten der 2. QE und ebenso Teil des Studienplans der 3. QE.

5.2 Welche Zusatzqualifikationen bzw. Zusatzausbildung und Lehrgänge sind für Polizeibeamte Grundvoraussetzung, um im polizeilichen Pressestab tätig zu werden?

Um die funktionsbezogene Qualifizierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig sind, sicherzustellen, bieten wir zentral am Fortbildungsinstitut der Bayerischen Polizei in Ainring insbesondere die Seminare „Grundlagen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit“, „Anlassbezogene Medien- und Öffentlichkeitsarbeit“, „Interview und Statement“, „Medienarbeit für Social Media-Teams“ und „Presse brisant“ an.

Als Fortbildungsangebot auf nationaler Ebene für die Beamten der 4. QE sind die an der Deutschen Hochschule der Polizei im Rahmen des Jahresfortbildungsprogramms veranstalteten Seminare „Rhetorik im Medienkontakt“, „Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit im Kontext neuer sozialer Medien“ und „Einsatzbegleitende Öffentlichkeitsarbeit in Zeiten von Social Media“ zu nennen. Diese ermöglichen den teilnehmenden Führungskräften auch den länderübergreifenden Erfahrungsaustausch zur Thematik.

Außerdem wird durch die Verbände bei Bedarf auf dezentrale Fortbildungen außerhalb der Polizeiorganisation zurückgegriffen.

Um die Zusammenarbeit zwischen Polizei und regionalen Medien zu bessern und um den Beamtinnen und Beamten der Pressestellen einen Einblick in die tägliche Arbeit eines Journalisten zu ermöglichen, finden immer wieder Hospitationen bei lokalen Medien statt.

6.1 Welche Bedeutung misst die Staatsregierung sog. „Fake News“ bei?

„Fake News“ beeinflussen das Sicherheitsgefühl der Bevölkerung in erheblichem Maß. Darüber hinaus werden durch die bewusste Verbreitung von Falschmeldungen häufig auch Straftatbestände (Vortäuschen von Straftaten, Volksverhetzung, Beleidigung, Verleumdung, etc.) verwirklicht, die im Rahmen des Legalitätsprinzips verfolgt werden müssen.

Gerade die mediale Berichterstattung um den Amoklauf in München am 22.07.2016 hat gezeigt, dass derartige Ereignisse unvermeidbar von falschen Meldungen begleitet werden. Vereinzelt wurden diese bewusst gesetzt (sog. „Fake News“), zum überwiegenden Teil sind diese aber durch die unreflektierte und ungenaue Weitergabe von Meldungen mit Informationsdefiziten entstanden (Falschmeldungen).

Potenziert wird dieses Problem durch die Tatsache, dass jegliche Meldungen durch Messenger-Dienste und Social-Media-Apps in kürzester Zeit eine weltweite Verbreitung finden. Dieser Entwicklung allein mit den traditionellen Instrumenten der Krisenkommunikation wie Radio und Fernsehen zu begegnen, ist nicht mehr Erfolg versprechend.

Um eine Fehlinformation und Beunruhigung der Bevölkerung zu vermeiden, kommt dem konsequenten Vorgehen gegen Falschmeldungen jeglicher Art eine sehr hohe Bedeutung zu. Unser Ziel ist es, die Verfasser bzw. Verbreiter solcher Falschmeldungen aus der Anonymität zu holen.

6.2 Inwieweit binden diese die Kräfte der Polizei sowohl bei der Ermittlungsarbeit als auch im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

Vor allem anlässlich besonderer polizeilicher Einsätze, wie beispielsweise des o. g. Amoklaufs in München, treten vermehrt Falschmeldungen auf. Neben Falschmeldungen, die durch den Verfasser selbst verbreitet werden, kommt es insbesondere in den sozialen Medien zu unzähligen Kommentaren in einsatzbegleitenden Postings der Pressestellen. Da alle Kommentare gesichtet, bewertet und gegebenenfalls auch strafrechtlich verfolgt werden müssen, stellen „Fake News“ gerade im Einsatzfall eine zusätzliche zeitliche und personelle Belastung dar.

Gerade bei einer dynamischen und unübersichtlichen Lage können viele Meldungen nicht direkt als falsch oder zumindest als polizeilich irrelevant eingestuft werden. Die Abarbeitung dieser Hinweise bindet polizeiliche Kräfte, die infolge an anderen wichtigen Stellen fehlen bzw. diese polizeilichen Aufgaben erst mit zeitlicher Verzögerung abarbeiten können.

Neben dem Monitoring von „Fake News“ werden zudem Einsatzkräfte für notwendige Ermittlungen gegen den Verbreiter gebunden (Ermittlung des Inhabers der IP-Adresse, Ermittlung des Nutzers von Accounts, etc.). Zudem kommt es im Zusammenhang mit Falschmeldungen zu einem erhöhten Anfrageaufkommen durch die klassischen Medien, dem durch die Pressestelle begegnet werden muss. In Ein-

zelfällen wird weiterhin geprüft, die „Fake News“ mit einer offensiven Klarstellung durch die Polizei zu berichtigen.

Im täglichen Dienstbetrieb und ohne Vorhandensein einer außergewöhnlichen Einsatzlage hält sich das Auftreten von Falschmeldungen bisher in Grenzen und kann mit dem vorhandenen Kräfteansatz bewältigt werden.

6.3 Existiert eine landesweite Strategie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Umgang mit sog. „Fake News“?

Eine landesweite Strategie besteht derzeit nicht. Unabhängig davon erfolgen, z. B. im Rahmen von Dienstbesprechungen der Pressesprecher, entsprechende Abstimmungen und im Bedarfsfall werden themenbezogene Einzelfallabsprachen zwischen den Presse- und Öffentlichkeitsstellen der Polizeipräsidien getroffen. Da die verschiedenen Sachverhalte sehr unterschiedlich gestaltet sein können, ist eine Einzelfallprüfung und -entscheidung zielführend.

7. Welche Kanäle der sozialen Medien (Facebook, WhatsApp, YouTube, Snapchat, etc.) nutzt die Bayerische Polizei für gewöhnlich?

Derzeit werden von verschiedenen Polizeipräsidien die Social-Media-Kanäle Facebook und Twitter genutzt. Für präsidiumsübergreifende Einsatzsituationen verfügt die Bayerische Polizei zudem über zwei weitere Twitter-Einsatz-Accounts, die vom Polizeipräsidium München federführend betreut werden.

Von der Staatsregierung wird der YouTube-Kanal „Bayern“ betrieben, in dem auch polizeilich relevante Beiträge in Zusammenarbeit mit dem Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr veröffentlicht werden.