



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Soziale Medien Leitlinien

Fassung vom Mai 2021, verabschiedet von der Konferenz der Informationsdienste KID



Leitlinien für die Kommunikation in den sozialen Medien

1 Zweck der Leitlinien

Die vorliegenden Leitlinien dienen den Departementen und der Bundeskanzlei als Grundlage für Aktivitäten in den sozialen Medien. Sie sind aus der Strategie soziale Medien des Bundesrates vom 12. Mai 2021 abgeleitet und klären den Einsatz sowie die Nutzung und Ausrichtung der Social-Media-Instrumente und die Rollen und Zuständigkeiten von Bundeskanzlei und Departementen. Sie ergänzen das «Leitbild der Konferenz der Informationsdienste» (KID) und den Verhaltenskodex des Eidgenössischen Personalamts (EPA) für die Mitarbeitenden für den «Umgang mit sozialen Medien» sowie die «Empfehlungen des Webforums Bund für das Management und die Verbreitung von Informationen via Social Media durch die Bundesstellen» vom 7. November 2011.

2 Geltungsbereich Bundesrat und zentrale Bundesverwaltung

Die vorliegenden Leitlinien beziehen sich auf die Nutzung von sozialen Medien zu Kommunikations- und Informationszwecken. Sie richten sich an die zentrale Bundesverwaltung und alle Personen, die im Namen des Bundesrates oder von Stellen der zentralen Bundesverwaltung Informationen über soziale Medien verbreiten, ungeachtet dessen, ob sie in einer Kommunikationsabteilung arbeiten oder nicht.

3 Begriff soziale Medien

Bei sozialen Medien handelt es sich um Online-Technologien und Applikationen, über die Nachrichten, Bilder und Filme verbreitet oder ausgetauscht und/oder Dialogmöglichkeiten (Likes, Kommentare, Fragen/Antworten, Foren/Diskussionen) geschaffen werden. Sie umfassen auch Blogs, Wikis, Content-Sharing-Plattformen (Bildmaterial, Videos, Grafiken, Links). Alle beruhen auf dem Prinzip des Informationsaustauschs, der Vernetzung und der Weiterverbreitung unter den Nutzerinnen und Nutzern sowie der Interaktion mit ihnen. Sie sind mehr auf Unterhaltung ausgerichtet und audiovisueller und persönlicher als die herkömmliche Kommunikation (Infotainment). Zu den derzeit bekanntesten Plattformen zählen Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Xing oder LinkedIn. Soziale Medien sind ein öffentlicher Raum. Die Beiträge bleiben im Internet auffindbar.

4 Einsatz und Nutzung sozialer Medien

Der Einsatz der sozialen Medien beinhaltet die Verbreitung von selbst generierten Inhalten via eigener Accounts und durch Drittpersonen bzw. Institutionen. Daraus resultierende Aufmerksamkeit, Reichweite und Reaktionen sind erwünscht. Die Departemente und die Bundeskanzlei nutzen die sozialen Medien, um ihren Informationsauftrag gemäss den gesetzlichen Grundlagen des Regierungs- und Verwaltungsorganisationsgesetz (RVOG) und der Regierungs- und Verwaltungsorganisationsverordnung (RVOV) zu erfüllen (für die

gesetzlichen Grundlagen siehe Anhang der Strategie soziale Medien). Für die sozialen Medien gelten im Weiteren dieselben Grundsätze, wie sie im «Leitbild der Konferenz der Informationsdienste» für alle Informationsprodukte von Bundesrat und Bundesverwaltung beschrieben sind, dies gilt auch für die «Information und Kommunikation im Vorfeld eidgenössischer Abstimmungen» (Anhang 1 des Leitbildes der KID). Die Bundesverwaltung informiert aktiv, frühzeitig/rechtzeitig, sachlich und wahr, umfassend, einheitlich, koordiniert, transparent, dialogorientiert sowie zielgruppen- und mediengerecht. Die Inhalte sollen social-media-gerecht und adressatengerecht aufgearbeitet werden und eine Verbindung mit politischen Zwecken oder Botschaften oder dem gesetzgeberischen Grundauftrag aufweisen. Zudem dürfen Entscheide des Bundesrates nicht exklusiv über soziale Medien verbreitet werden – sie müssen grundsätzlich der gesamten Bevölkerung zugänglich sein und dürfen sich nicht auf die Inhaber von Social-Media-Konti beschränken.

5 Werbeverbot und Ausnahmen

Bundesrat und Bundesverwaltung verzichten auf eine Kommunikation im gekauften Raum und auf bezahlte Posts an die Plattformbetreiber von sozialen Medien.

Von diesem Werbeverbot im gekauften Raum ausgenommen sind:

- Der Auftritt der Bundesverwaltung gemäss der Strategie der Bundesverwaltung, die vorsieht, dass die Verwaltungseinheiten soziale Medien für das Arbeitgebermarketing und für Stelleninserate einsetzen dürfen.
- Veranstaltungshinweise im In- und Ausland
- Präventions-, Sensibilisierungs- und Informationskampagnen, die über vom Parlament bewilligte Budgets verfügen.

Die Frage, ob und falls ja, zu welchen Zwecken und unter welchen Bedingungen in Zukunft gegebenenfalls bezahlte Posts eingesetzt werden dürfen, um die Inhalte effizient an die Zielgruppen zu bringen und die Verbreitung von Social-Media-Posts durch Bezahlung an die Plattformbetreiber zu fördern, wird zu gegebenem Zeitpunkt in der KID geklärt (siehe die Massnahme 7.5 in der Strategie soziale Medien).

6 Zuständigkeiten und Koordination

Die Verantwortung für den Einsatz der sozialen Medien ist dort angesiedelt, wo die Zuständigkeit der behördlichen Aufgabe liegt. Die Kommunikation erfolgt daher sowohl zentral als auch dezentral: Zum einen ist sie auf die Regierungstätigkeit des Bundesrates als Gremium inkl. Bundespräsidium ausgerichtet (via Bundeskanzlei), zum anderen auf die Departementstätigkeit der jeweiligen Vorsteherinnen bzw. -vorsteher. In die Verantwortung der Departementsvorsteher gehört auch die Tätigkeit der Ämter. Die Botschaften auf allen Kanälen müssen in Text, Bild und Ton kohärent aufeinander abgestimmt und auf die Zielgruppen des jeweiligen Kanals angepasst sein.

6.1 Kommunikation für den Bundesrat als Gremium inkl. Präsidium

Die Bundeskanzlei unterstützt den Bundesrat (inkl. Bundespräsidium) in Zusammenarbeit mit den Departementen bei der Wahrnehmung seiner Informationsaufgaben im In- und Ausland sowie bei der Krisenkommunikation. Sie entscheidet in Zusammenarbeit mit der KID, welche Plattformen und Formate für die Kommunikation des Bundesrates und Bundespräsidiums in den sozialen Medien genutzt werden. Die Bundeskanzlei koordiniert die Kommunikation zu Bundesratsentscheiden sowie Positionen, Themen und Statements von Bundesrat und Präsidium mit den Departementen und sorgt für deren Kohärenz. Bundeskanzlei und Departemente legen gemeinsam fest, was über die Kanäle des Bundesrates und die Kanäle Departemente kommuniziert wird. Themen des Bundesrates werden von Departementen mit Bezug zur Thematik auf den departementalen Plattformen geteilt und weiterverbreitet.

Präsidentiale Themen, die den Bundesrat als Gremium betreffen, werden in Übereinstimmung mit den Zielen des Bundesrates über die Social-Media-Kanäle des Bundesrates kommuniziert. Damit wird im In- und Ausland in der präsidentialen Kommunikation auf den sozialen Medien Kontinuität und Kohärenz hergestellt, trotz und gerade wegen des jährlich wechselnden Präsidiums. Die Inhalte der präsidentialen Kommunikation werden auf den sozialen Medien vom Präsidentsdienst der Bundeskanzlei mit dem jeweiligen Präsidentsdepartement koordiniert. Präsidentiale Themen, die nicht das Gremium Bundesrat betreffen, werden gemäss gängiger Praxis durch das Präsidentsdepartement kommuniziert. Die Bewirtschaftung dieser Kanäle erfolgt durch die Bundeskanzlei in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Präsidentsdepartement.

6. 2 Departementale Kommunikation

Der Departementsvorsteher oder die Departementsvorsteherin trifft in Absprache mit der Bundeskanzlei die geeigneten Vorkehren für die Information über die Tätigkeit des Departementes und bestimmt, wer für die Information verantwortlich ist. Die Departemente entscheiden autonom, welche Social-Media-Plattformen sie für die Kommunikation der departementsspezifischen Geschäfte und die Erreichung ihrer Ziele und Zielgruppen einsetzen wollen. Sie verantworten auch deren Inhalte und stellen diese in den Gesamtzusammenhang der Kommunikationspolitik des Bundesrates. Sie regeln ferner die Nutzung der sozialen Medien durch ihre Verwaltungseinheiten, für die die vorliegende Strategie und die Leitlinien gleichermassen Voraussetzung sind.

7 Umgang mit Beeinflussungsoperationen und Falschinformationen

In Beeinflussungsoperationen werden bewusst falsche, ungenaue oder irreführende Informationen eingesetzt, um das Vertrauen in Institutionen, Prozesse oder Personen zu destabilisieren. Der Bundesrat ist der Meinung, dass gezielte Beeinflussungsoperationen eine Gefahr für die Meinungsbildung im Vorfeld von Wahlen und Abstimmungen sein können.

Dies hält er in der Antwort auf die Interpellation 18.3448 «Fake News und die Schweizer Demokratie» fest. Aus diesem Grund werden der Bundesrat und die sicherheitspolitischen Stellen die Entwicklungen sowohl im Inland wie im Ausland aufmerksam beobachten. Der Bundesrat verweist im Weiteren auch auf die Rechtsprechung des Bundesgerichts, wonach bei Vorliegen offensichtlich falscher oder irreführender Informationen ein Eingreifen der Behörden zum Beispiel in Form einer Richtigstellung zur Sicherstellung des bundesrechtlichen Anspruchs auf freie Willensbildung und unverfälschte Stimmabgabe (Art. 34 Abs. 2 BV) geboten sein kann.

In der Schweiz ist das Problem von Beeinflussungsoperationen mit Blick auf die Wahl- und Abstimmungsorganisation nicht ohne Weiteres mit anderen westlichen Demokratien vergleichbar (Konkordanzsystem, föderalistische Kompetenzordnung, dezentrale Organisation). Hingegen sind Falschinformationen in den sozialen Medien an der Tagesordnung. Bundesrat und Bundesverwaltung reagieren in den sozialen Medien auf festgestellte Falschinformationen und Beeinflussungsoperationen mit Richtigstellungen, wenn sie sich über die Community hinaus verbreiten, von denen sie ausgehen oder die ihr zuneigen, oder wenn sie einen Schaden anrichten.

Die Departemente und Ämter lassen ihre Profile, wo dies möglich ist, von den Plattformbetreibern verifizieren. Sie betreiben zudem ein Monitoring, um Fake-Profile – Profile, die vorgeben, ein Mitglied des Bundesrates oder eine Stelle der Bundesverwaltung zu repräsentieren und die nicht als Parodie-Account gekennzeichnet sind – zu erkennen und leiten im Bedarfsfall entsprechende Schritte ein.

8 Grenzen der Sicherheit und Verlässlichkeit

Soziale Medien werden auf Plattformen ausserhalb des Informatiknetzwerk des Bundes und zumeist im Ausland gehostet. Die Sicherheit und der Fortbestand von Informationen, die auf diesen Plattformen veröffentlicht werden, sind nicht garantiert. Die vorhandenen Produkte und ihre Bedingungen und Möglichkeiten können sich rasch ändern und die Regeln, nach denen Social-Media-Plattformen funktionieren, werden von den Betreibern der Plattformen und nicht vom Bundesrat oder der Bundesverwaltung festgelegt. Bundesrat und Bundesverwaltung behalten sich daher jederzeit die Option vor, neue technologische Entwicklungen zu nutzen bzw. die Plattformen zu wechseln, etwa bei einer Änderung der Regeln, veränderten Nutzungsbedingungen oder der Einführung eines Bezahlservices.

9 Das CD Bund gilt auch für die sozialen Medien

Zu Gunsten eines einheitlichen Auftritts von Bundesrat und Bundesverwaltung unterliegen die sozialen Medien, wie auch alle weiteren Informationsprodukte von Bundesrat und Bundesverwaltung, dem CD Bund. Für die sozialen Medien sind die Details im «CD-Bund-

Manual für Social Media» definiert. Das CD Bund wird von der Bundeskanzlei, in Zusammenarbeit mit der KID, mit Blick auf die neusten Verwendungszwecke aktualisiert (siehe dazu die Massnahme 7.7 in der Strategie soziale Medien).

10 Richtlinien für eine interaktive, dialogorientierte Kommunikation

Die von der KID zu erarbeitenden Richtlinien für eine interaktive, dialogorientierte Kommunikation sollen sicherstellen, dass Diskussionsbeiträge sachlich und respektvoll sind. Die offiziellen Profile von Bundesrat und Bundesverwaltung sollen frei sein von anonymen, kommerziellen, strafbaren und herabwürdigenden Inhalten. Die Richtlinien sollen auch Angaben zur Verwendung der Landessprachen sowie weiterer Sprachen enthalten.

11 Evaluation

Die Departemente und Ämter sind angehalten, die eigenen Aktivitäten in den sozialen Medien jährlich zu evaluieren, deren Wirtschaftlichkeit und Reichweite zu überprüfen, Entwicklungen und Trends zu verfolgen und eine regelmässige Erfolgs- und Wirkungskontrolle durchzuführen.

12 Qualitätssicherung

Für die Qualität der Angebote in den sozialen Medien gelten dieselben Anforderungen wie für alle Informationsprodukte der Verwaltung. Die Departemente und Ämter sind dafür verantwortlich, ihre Auftritte in den sozialen Medien zu überwachen und, falls nötig, zu verbessern. Wo sie Inhalte und Stellungnahmen Dritter auf ihren Plattformen zulassen, stellen sie sicher, dass sie zeitnah auf unerwünschte Inhalte (insbesondere Illegales, Beleidigendes, Diskriminierendes) reagieren.

13 E-Accessibility

Die Anforderungen der Barrierefreiheit an die Information und Kommunikation des Bundes im Internet gelten auch für die sozialen Medien. Die dort verbreiteten Informationen müssen im Rahmen der Verhältnismässigkeit von allen Menschen mit Behinderung genutzt werden können.

14 Disclaimer

Es gelten immer die Nutzungsbedingungen der Plattformanbieter. Ein Disclaimer stellt klar, dass die Bundesverwaltung keinen Einfluss auf die Datenübermittlung von den Usern an die Plattformbetreiber hat. Werden zusätzliche Dienste eingesetzt, muss dies in der Datenschutzerklärung falls notwendig nachgeführt werden. Dies gilt für die durch die Bundeskanzlei geführte, gemeinsame Datenschutzerklärung von www.admin.ch, aber auch für weitere solcher Texte für spezifische Angebote. Es muss sichergestellt werden, dass die

User die Möglichkeit haben, sich vollständig über die Verwendung ihrer Daten zu informieren, welche beim Besuch von digitalen Bundesangeboten anfallen.

15 Sicherheit

Die Vorschriften für Informatiksicherheit gelten auch für die sozialen Medien. Alle Mitarbeitenden der Bundesverwaltung werden durch das Nationale Zentrum für Cybersicherheit (NCSC) in der Cybersicherheit sensibilisiert. Sie finden die laufende Sicherheitskampagne unter: Intranet.informatiksicherheit.admin.ch

Um einen unerlaubten Zugriff auf den eigenen Account zu verhindern beziehungsweise im Falle eines erfolgreichen unerlaubten Zugriffs reagieren zu können, treffen die Departemente und Ämter die entsprechenden Vorbereitungen.

16 Datenschutz

Gemäss dem Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten (EDÖB) stellen «Social Networking Sites» (SNS) den Datenschutz vor neue Herausforderungen: «Datenschutzgesetze waren ursprünglich darauf ausgerichtet, Personendaten vor der unrechtmässigen oder übermässigen Bearbeitung durch den Staat, später auch durch die Wirtschaft zu schützen. Mit den SNS sind nun grundlegend neue Aspekte aufgetaucht:

1. Eine Vielzahl von vormals als persönlich oder privat angesehenen Daten werden durch die SNS-Teilnehmer freiwillig einer breiten Öffentlichkeit präsentiert.
2. Privatpersonen, Unternehmen, Regierungsstellen usw. erhalten somit einfach und anonym Zugriff auf persönliche Daten.
3. Die Teilnehmer können auch Daten über Nichtmitglieder auf SNS hochladen. Diese Daten werden somit der Öffentlichkeit ebenfalls zur weiteren Bearbeitung zugänglich gemacht.»

Die Behörden haben in diesem Zusammenhang eine besondere Sorgfaltspflicht. Hier gilt die Datenschutzerklärung des Bundes auf www.admin.ch für den Schutz der Privatsphäre und einen verbesserten Schutz von Personendaten.