

Kommunikations-Richtlinien des BMI und der Bundespolizei

aufbauend auf den Erlass vom 20.12.2017 und in Ergänzung zum „Erlass für die interne und externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Inneres (BMI) und der nachgeordneten Behörden und Dienststellen“ vom 29. April 2019.

Die (verfassungs-)rechtlichen Grundlagen ergeben sich aus Art. 20 Abs. 4 B-VG in Verbindung mit dem Bundesministeriengesetz, Anlage zu § 2, Teil 2/A/2.

Die im Bundesministeriengesetz normierte Informationsverpflichtung umfasst neben den herkömmlichen Kommunikationswegen (wie Presseaussendungen, Presseauskünfte, Pressekonferenzen) im Sinne einer teleologischen Interpretation insbesondere auch das Betreiben von eigenen Kanälen in den Sozialen Medien, Hintergrundgespräche oder mediale Begleitungen bei Schwerpunktaktionen.

Die interne und externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Inneres (BMI) und der nachgeordneten Behörden und Dienststellen wurde grundsätzlich und ausführlich im Erlass vom 20. Dezember 2017 geregelt. Dieser Erlass wurde nun in der Zentralstelle und mit den Landespolizeidirektionen evaluiert, und wurde von den verantwortlichen Stellen und den für die operative Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als weiterhin geeignete Grundlage für eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit bewertet. Unabhängig davon war es angezeigt, diesen Erlass in Teilbereichen anzupassen und ihn mit Wirksamkeit 1.5.2019 in Kraft zu setzen.

1. Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit des Innenressorts

Das übergeordnete Ziel des Innenressorts ist es, die innere Sicherheit Österreichs aktiv zu gestalten. Damit soll ein Beitrag zur Stärkung des sozialen Friedens in Österreich geleistet werden. Daher muss auch die interne und externe Öffentlichkeits- und Informationsarbeit möglichst vorausschauend erfolgen, die Wechselwirkung zwischen aktiver und reaktiver Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden.

Die Öffentlichkeitsarbeit des Innenressorts soll

- a. die Leistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter transparent und nachvollziehbar machen,
- b. das Vertrauen der Bevölkerung in die Sicherheit und in die Arbeit des Ressorts bestätigen und stärken,
- c. bewirken, dass das BMI und die Bundespolizei in der Öffentlichkeit entsprechend ihrer Aufgabenfülle wahrgenommen werden,
- d. die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Ressort und den Ressortzielen fördern.

2. Leitlinien und Grundsätze der Öffentlichkeitsarbeit des Innenressorts

Bei der Öffentlichkeitsarbeit des Innenressorts sind gemäß dem „Erlass für die interne und externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Inneres (BMI) und der nachgeordneten Behörden und Dienststellen“ insbesondere folgende Leitlinien und Grundsätze zu beachten:

- a. Die Öffentlichkeitsarbeit hat möglichst aktiv zu erfolgen und muss dabei die Wechselwirkung zwischen aktiver und reaktiver Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigen.
- b. Für das gesamte Ressort gilt der Grundsatz interne vor externer Kommunikation. Wenn dies nicht sinnvoll oder möglich ist, soll jedenfalls gleichzeitige Kommunikation (bzw. Information) nach innen und außen angestrebt werden.
- c. Zur Gewährleistung bundesweit integrierter Kommunikation muss ein intensives, teamorientiertes Zusammenwirken zwischen den für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Organisationseinheiten bzw. Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Zentralstelle und den Bundesländern erfolgen.
- d. Die Öffentlichkeitsarbeit hat nach den Grundsätzen „one voice – one message“ zu erfolgen.^[1]
- e. Die für die Koordination der Öffentlichkeitsarbeit im Innenressort zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich als Dienstleisterinnen und Dienstleister nach innen und außen zu verstehen. Sie müssen
 - glaubwürdig und tatsachenorientiert,
 - transparent,
 - dialogorientiert und nachvollziehbar,
 - möglichst direkt,
 - situationsgerecht
 - und kooperativ

agieren und kommunizieren.

Das Bundesministerium für Inneres strebt eine einheitliche Unternehmens- bzw. Organisationsidentität (Corporate Identity) an. Dazu hat die Öffentlichkeitsarbeit einen wesentlichen Beitrag zu leisten.

^[1] „one voice“ bedeutet, dass jedenfalls in der Anfangsphase nur eine Sprecherin / ein Sprecher nach außen kommuniziert (ein Gesicht); „one message“ bedeutet, dass auf sämtlichen Kanälen des Ressorts dieselbe(n) Botschaft(en) kommuniziert wird/werden.

3. Medienarbeit und Social-Media-Kommunikation

Grundsätzlich gelten für die Medienarbeit und die Social-Media-Kommunikation alle Vorgaben des Allgemeinen Teils des „Erlasses für interne und externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des BMI und der nachgeordneten Behörden und Dienststellen“.

Auf dieser Grundlage ist die Öffentlichkeit durch die Medienarbeit und die Social-Media-Kommunikation so rasch wie möglich, aktiv und professionell in Angelegenheiten der inneren Sicherheit zu informieren. Dabei sind die Freiheit der Medien und ihre Pluralität zu achten. Die Medienarbeit hat bundesweit einheitlich nach den vorgegebenen Kriterien und Standards zu erfolgen.

Im Vorfeld und bei Durchführung der Medienarbeit und der Social-Media-Kommunikation sind die rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten. Das betrifft insbesondere

- die Auskunftspflicht,
 - die Erfordernisse des Datenschutzes,
 - den Opfer- und Täterschutz,
 - die Wahrung von Urheber- und Bildnisschutzregelungen,
 - die Verpflichtung zur Wahrung der Amtsverschwiegenheit.
-
- a. Im Vorfeld ist in jedem Einzelfall die Wirkung auf die Öffentlichkeit abzuschätzen und insbesondere zu prüfen, ob Interessen und Gefühle von Opfern und Angehörigen Betroffener sowie der Schutz ihrer Privatsphäre angemessen berücksichtigt werden.
 - b. Personenbezogene Informationen sind nur in den gesetzlich vorgesehenen Fällen zugänglich zu machen bzw. an Medien zu übermitteln (das betrifft beispielsweise Fahndungersuchen nach der Strafprozessordnung oder die rechtlichen Möglichkeiten der Datenübermittlung nach dem Sicherheitspolizeigesetz).
 - c. Personenbezogene Informationen, die dem Datenschutz unterliegen, sind beispielsweise Name, Geburtsdatum, Wohnadresse sowie sonstige Daten, die einen Rückschluss auf eine konkrete Person ermöglichen.
 - d. Davon nicht betroffen ist die Übermittlung personenbezogener Informationen nach erfolgter Zustimmung des Betroffenen.
 - e. Bei Veröffentlichung von Lichtbildern und Videos ohne Zustimmung von Betroffenen ist zu berücksichtigen, dass eine „Verfremdung“ erfolgt, mit der jeglicher Personenbezug möglichst ausgeschlossen werden kann.
 - f. In Angelegenheiten, die nicht im Vollzugsbereich des Innenressorts liegen, ist das Einvernehmen mit der federführenden Stelle (z. B. Staatsanwaltschaften, Gerichte, Finanzbehörden oder Verkehrsbehörden der Länder) herzustellen.

4. Leitlinien für die Zusammenarbeit mit Medien

Die für die Zusammenarbeit mit Medien zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich als Dienstleisterinnen und Dienstleister zu verstehen, wobei bei allen Aktivitäten die rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten sind. Sie sind in dreifacher Weise gefordert:

I. Sie müssen glaubwürdig und tatsachenorientiert agieren und kommunizieren.

Informationen, die Medien zur Verfügung gestellt werden, müssen den Tatsachen entsprechen und möglichst transparent und verständlich vermittelt werden.

- a. Die Nennung der Staatsbürgerschaft bzw. Herkunft von Verdächtigen bzw. Opfern von Straftaten soll etwa nur dann unterbleiben, wenn dadurch eindeutige Rückschlüsse auf konkrete Personen gezogen werden können.
- b. Jegliche Form diskriminierenden Sprachgebrauchs und auch alle sonstigen Formen der Diskriminierung sind zu unterlassen.
- c. Die Bekanntgabe von konkreten Schadenshöhen, die durch Straftaten wie Bankraube, Diebstähle, Einbrüche verursacht worden sind, hat zu unterbleiben, um Nachahmungstaten zu verhindern.
- d. Bei Sexualdelikten genießt der Opferschutz höchste Priorität. Eine Medienarbeit hat nur dann zu erfolgen, wenn Sexualdelikte im öffentlichen Bereich stattfinden und die Bekanntgabe zur Warnung der Bevölkerung vor weiteren Delikten oder zur Fahndung nach Tätern (Zeugenaufruf, weitere Opfer) erforderlich ist. Die Nennung von Details zur Tat hat jedenfalls zu unterbleiben.
- e. Die Bekanntgabe von Maßnahmen technischer und taktischer Art, die zur Verfolgung von Tätern und Lokalisierung widerrechtlich erlangter Gegenstände (zB Geldpaketen) dienen, ist nicht zulässig.
- f. Detaillierte Schilderungen von Tötungs-, Misshandlungs- oder Verletzungsarten sind zu unterlassen. Verletzungen von Personen sind mit „leicht“, „mittel“, „schwer“, „lebensgefährlich“ bzw. „unbestimmten Grades“ zu benennen.
- g. Die Beurteilung von Verschuldensfragen, etwa bei Verkehrsunfällen, hat zu unterbleiben.

II. Sie müssen dialogorientiert und nachvollziehbar agieren und kommunizieren.

Bei der Medienarbeit ist dialogorientiert vorzugehen. Die gewählte Vorgehensweise muss rechtlich korrekt und nachvollziehbar sein sowie erforderlichenfalls entsprechend erläutert werden.

- a. Im öffentlichen Raum ist darauf zu achten, dass die amtshandelnden Kolleginnen und Kollegen nicht durch Aktivitäten der Medienarbeit behindert werden. Eine geeignete Betreuung von Medien durch Pressesprecher ist sicherzustellen. Das gilt etwa bei Großeinsätzen, Veranstaltungen, Schwerpunktaktionen oder wenn Präventionsbeamte oder Sicherheitsbeauftragte (Grätzpolizisten) von Medien begleitet werden.
- b. Im nicht-öffentlichen Raum ist die Mitnahme von Medienvertretern (oder Vertretern von Produktionsfirmen) zu konkreten Amtshandlungen aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht erlaubt. Das betrifft auch die Mitfahrt in Dienstfahrzeugen, deren Insassen jederzeit zu nicht-öffentlichen Amtshandlungen gerufen werden können.

III. Sie müssen direkt, situationsgerecht und kooperativ agieren und kommunizieren.

Bei der Medienarbeit ist direkt, situationsgerecht und kooperativ vorzugehen. Auf die Anliegen von Medien soll bestmöglich Bedacht genommen werden. Grundsätzlich muss die jeweilige Situation stets mitberücksichtigt werden (Einzelfallprüfung). Das betrifft etwa laufende Ermittlungen oder zur Verfügung stehende Ressourcen.

- a. Bei der aktiven Kommunikation ist auch die Frage zu beurteilen, auf welche Art bzw. auf welchem Weg bestimmte Informationen idealerweise transportiert werden.