

Die Social Media Guidelines

Social Media spielen in unserer Gesellschaft eine immer größere Rolle. Heutzutage ist es selbstverständlich, sich über digitale Plattformen auszutauschen und zu informieren – auch über die Bundeswehr. Die Kanäle der Bundeswehr informieren von sachlichen Reportagen bis zu unterhaltsamen Serien; von Bildern aus den Einsätzen bis zu Live-Übertragungen von Großveranstaltungen.

Social Media in der Bundeswehr

Und auch Sie engagieren sich und präsentieren Ihren Beruf stolz in den sozialen Netzwerken! Mehrere Tausend Kameradinnen und Kameraden sind bereits online aktiv und jeder einzelne liefert Einblicke in den Dienstalltag, die für Außenstehende authentischer und nahbarer nicht sein könnten.





Ohne Regeln geht es nicht: die Bundeswehr auf Social Media.

© Bundeswehr

Auf dieser Seite beantworten wir die wichtigsten Fragen rund um das Thema Social Media im Zusammenhang mit Ihrem Dienst in der Bundeswehr. Sie richtet sich an alle Bundeswehrangehörigen, aber auch an alle anderen Interessenten außerhalb der Streitkräfte. Diese Seite wird von Zeit zu Zeit mit Ihren Fragen und den zugehörigen Antworten aktualisiert werden.

Was sind die Social Media-Guidelines?

Um allen Bundeswehrangehörigen bei Ihren Social Media-Aktivitäten Handlungssicherheit zu geben und sie selbst sowie die militärische Sicherheit vor Gefahren und Risiken zu schützen, haben wir Social Media-Guidelines entwickelt. Diese können Sie gleich hier herunterladen. Sie sind für alle Bundeswehrangehörigen gültig, beantworten die wichtigsten Fragen zum Umgang mit Instagram, X, Facebook und Co. und beinhalten die wichtigsten Gebote und Verbote.

Für wen gelten die Social Media-Guidelines?

Die Social Media-Guidelines gelten für alle Beschäftigten im Bundesministerium der Verteidigung und seines Geschäftsbereiches. Das schließt ausdrücklich alle militärischen und zivilen Angehörigen

der Bundeswehr ein.

Wie kann ich mich selbst einbringen?

Nutzen Sie bei Posts in ihren persönlichen Profilen gerne Hashtags wie #Bundeswehr, #Bundeswehrkarriere oder #SocialMediaDivision. Sie helfen anderen engagierten Bundeswehrangehörigen, Ihre Beiträge zu finden, mit Ihnen durch Likes oder Kommentare zu interagieren und erleichtern dabei die Vernetzung. Seien Sie dabei und zeigen Sie sich und Ihren Berufsalltag, verlinken Sie andere Mitglieder.

Werde ich dafür vergütet/gesponsert?

Nein. Für Ihr Engagement gibt es weder eine gesonderte Vergütung, noch ist es möglich, die aufgewendete Zeit als Dienstzeit zu verbuchen. Was Sie aber bekommen, sind die tollen Erfahrungen, dass Kameradschaft und Zusammenhalt auch online gelebt werden und wieviel Spaß es macht, Teil einer starken Community zu sein.

Was ist rund um das Thema Werbung alles zu beachten?

Ist Bundeswehrangehörigen Werbung erlaubt?

Grundsätzlich dürfen Bundeswehrangehörige auf ihren privaten Social Media-Accounts werben. Dabei gelten in erster Linie folgende Grundregeln:

1. Es darf ausschließlich im privaten Kontext geworben werden. Das

heißt, dass Postings, die als Werbung gekennzeichnet werden müssen, keinen dienstlichen Bezug haben dürfen und keine Uniform getragen wird. Auch andere Inhalte, die einen direkten Zusammenhang zwischen beworbenen Produkt und/oder Dienstleistung und der Bundeswehr hindeuten, sind nicht gestattet. Dazu zählen auch eindeutig als Diensträume oder Liegenschaften zu erkennende Hintergründe sowie Bundeswehrfahrzeuge.

2. Ein bloßes „taggen“ zum Beispiel eines Herstellers dienstlich gelieferter Ausrüstung in einem dienstlichen Kontext ist nach Maßgabe dieser Guidelines weiterhin zulässig.
3. Wenn Bundeswehrangehörige als Privatperson unter Maßgabe der oben aufgeführten Bedingungen werblich tätig sind oder sein wollen, müssen Sie dies mit ihrem Disziplinarvorsetzten besprechen. Die Nebentätigkeit inklusive der Angabe des gegebenenfalls vereinbarten Nebenverdienstes oder einer ähnlichen Gegenleistung ist anzumelden beziehungsweise anzuzeigen. Die jeweils aktuellen Regelungen zur Annahme von Geschenken und Belohnungen von Bundeswehrangehörigen sind zu beachten!

Was ist unter Werbung zu verstehen?

Die Erwähnung oder Darstellung von Produkten, Marken, Dienstleistungen, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen und so weiter auf Grundlage einer Vereinbarung oder Kooperation ist immer Werbung. Dabei ist es unerheblich, ob die Erwähnung oder Darstellung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt. Eine Gegenleistung (geldwerter Vorteil) besteht beispielsweise auch in der Übernahme von Reisekosten oder bei Einladungen zu Events.

Ist es schon Werbung, wenn ein Produkt (zum Beispiel ein Getränk) auf einem Foto oder in einem Video zu sehen ist?

Es ist nur dann Werbung, wenn das Produkt eine Hauptrolle einnimmt. Eine Hauptrolle spielt ein Produkt in der Regel dann, wenn sich ein Foto oder Video ganz oder überwiegend um das Produkt dreht. Es ist Anlass beziehungsweise Aufhänger für das Foto oder Video und zentraler und dominierender Bestandteil dessen. Wird es nur in kurzen Szenen erwähnt oder dargestellt, kommt dem Produkt lediglich eine Nebenrolle zu. Es bestimmt nicht den Inhalt des Fotos oder Videos, es ist mehr oder weniger beiläufig in die Handlung integriert, ohne dass der Werbezweck erkennbar im Vordergrund steht.

Achtung: Auch in der Nebenrolle darf das Produkt nicht einseitig und intensiv in den Vordergrund gerückt werden.

Wie muss Werbung gekennzeichnet werden?

Werbekennzeichnungen müssen deutlich lesbar und sofort durch das Wort „Werbung“ erkennbar sein. Eine undeutliche, kleine oder in transparenter Schrift gehaltene Kennzeichnung in einer Ecke eines Videos oder Fotos ist nicht ausreichend. Nach Auffassung der Medienanstalten sind die von YouTube, Instagram und Facebook zur Verfügung gestellten Werbekennzeichnungstools (zum Beispiel „Bezahlte Partnerschaft mit ...“) grundsätzlich alleine nicht geeignet, den Werbecharakter eines Beitrags hinreichend deutlich zu machen. Diese Tools können aber zusätzlich zu der oben genannten Werbekennzeichnung verwendet werden.

Bei Beiträgen auf deutschsprachigen Kanälen/Accounts sind die englischsprachigen Kennzeichnungsbegriffe (zum Beispiel „ad“, „sponsored by“ oder „PR (Public Relations) Sample“) nach Auffassung

der Medienanstalten als Werbekennzeichnung nicht ausreichend deutlich. Ein pauschaler Hinweis, dass das Angebot insgesamt Werbung enthält, entbindet nicht von der Erforderlichkeit einzelne werbliche Beiträge zu kennzeichnen.

Wo muss die Kennzeichnung für Werbung sein?

Für die Nutzer muss auf den ersten Blick zu erkennen sein, dass es sich bei einem Beitrag um Werbung handelt. Deshalb müssen Beiträge, die als Werbebeiträge angelegt sind, bereits zu Beginn eines Textes, bei Blogs also oberhalb oder unmittelbar unterhalb der Überschrift, deutlich durch das Wort „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet werden.

In Artikelübersichten verkürzt dargestellte und verlinkte Textbeiträge (Teaser/Anreißer), die in Kooperation mit Unternehmen entstanden sind, sind ebenfalls mit dem Begriff „Werbung“ oder „Anzeige“ zu kennzeichnen. Ansonsten kann der Leser nicht erkennen, dass er bei Auswahl eines (vermeintlich) redaktionellen Artikels auf einen Text mit werblichen Inhalten gelangt.

Kann die Präsentation von persönlichem Besitz Werbung sein?

Sofern keine Kooperation mit einem Unternehmen vorliegt, stellt die Erwähnung und Darstellung von Produkten und so weiter, die selbst gekauft, gemietet oder gepachtet wurden, in der Regel keine Werbung dar. Das betrifft insbesondere die Vorstellung von Produkten mit Vor- und Nachteilen (zum Beispiel Haul-Videos, Rezensionen), aber auch eine positive Produktvorstellung aus eigener Motivation und nicht wirtschaftlichen Gründen und ohne Werbeabsicht.

Achtung: Werbliche Absicht kann unterstellt werden, wenn das Produkt beziehungsweise die Dienstleistung in einer Art und Weise vorgestellt und angepriesen wird, die beim objektiven Betrachter den Eindruck entstehen lassen kann, dass der Absatz und Verkauf gefördert werden soll. Indizien hierfür können beispielsweise sein: überaus positive Darstellung, Aufforderung zum Kauf, Thematisierung immer derselben Produkte/Dienstleistungen/Marken, fehlender Anlass für eine Veröffentlichung, Nennung von Preisen und Bezugsquellen, Kombinationen mit Links.

Hinweis: Einige Wettbewerbsgerichte haben unterschiedliche Entscheidungen zum Taggen von Marken getroffen. Insbesondere das Verlinken auf Instagram-Accounts von Modefirmen wurde dabei mehrfach als „geschäftliche Handlung“ gewertet, sodass das Fehlen einer Werbekennzeichnung als Wettbewerbsverstoß bewertet wurde. Für die Gerichte war es unerheblich, ob die Produkte im Rahmen einer Kooperation gezeigt wurden, ob sie dem Instagrammer kostenlos oder gegen Zahlung zur Verfügung gestellt wurden oder vom Instagrammer selbst gekauft und dann gezeigt und vertaggt wurden. Die Wettbewerbsgerichte sahen in der Verlinkung auf die kommerziellen Instagram-Accounts der Modefirmen bereits eine werbliche Komponente.

Wo liegt der Unterschied zwischen einem reinen Verkaufskanal und meinem privaten Kanal?

Rein kommerzielle Social Media-Angebote, die aus sich heraus klar und deutlich als solche erkennbar sind, benötigen keine Werbekennzeichnung. Klar erkennbar als kommerzielle Kanäle sind zum Beispiel die Kanäle bekannter Marken, Online-Shops oder Kanäle, aus deren Namen die kommerzielle Tätigkeit erschließbar ist.

Hinweise und Verlinkungen auf eigene Produkte oder Dienstleistungen in Social Media-Angeboten, die nicht eindeutig als kommerzielle Kanäle erkennbar sind oder die neben der Darstellung von eigenen Produkten auch andere Inhalte enthalten, sind als Werbung zu kennzeichnen.

Wenn eigene Produkte nicht thematisiert und verlinkt werden, also lediglich als Beiwerk im Hintergrund erscheinen, ist nach Auffassung der Medienanstalten keine Werbekennzeichnung erforderlich. Dies gilt auch für Hinweise, die in einem unmittelbaren Zusammenhang mit einem ausgeübten Beruf stehen (zum Beispiel Hinweis eines Musikers auf sein aktuelles Album, Hinweis eines Schauspielers auf seinen neuen Film).

Wie verhält es sich mit Verlinkungen?

Auch Verlinkungen auf kommerzielle Websites sowie Rabattcodes müssen als Werbung gekennzeichnet werden, da der Nutzer vor Abrufen des Links wissen muss, dass ihn auf der nachfolgenden Website Werbung erwartet. Bei unkommentierten Verlinkungen (zum Beispiel auf den Fotografen, der die eingestellten Bilder aufgenommen hat) oder bei der Nennung der verwendeten technischen Ausstattung (zum Beispiel Kamera, Schnittprogramm) sehen die Medienanstalten in der Regel keine Notwendigkeit einer Werbekennzeichnung.

Auch bei Hashtags, die Firmennamen enthalten, oder Bild-Tags zu Marken-Accounts, sofern diese tatsächlich als redaktionelle Hinweise integriert werden, wird keine Notwendigkeit einer Werbekennzeichnung gesehen. Gleiches gilt für das Markieren von Freunden oder die Sichtbarkeit von Marken.

Wie müssen Affiliate Links gekennzeichnet sein?

Eine mögliche Erläuterung für Affiliate Links könnte folgendermaßen aussehen: „Die mit * gekennzeichneten Links sind sogenannte Affiliate Links. Kommt über einen solchen Link ein Einkauf zustande, werde ich mit einer Provision beteiligt. Für dich entstehen dabei keine Mehrkosten. Wo, wann und wie du ein Produkt kaufst, bleibt natürlich dir überlassen.“

Quelle und Hinweis

Quelle:

Leitfaden der Medienanstalten.

Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten, Stand Januar 2020.

Hinweis:

Die hier aufgeführten Richtlinien ersetzen keine Beratung und sind lediglich als Hilfestellung zur Einordnung gedacht.

Bundeswehrangehörige, die im Rahmen ihrer Auftritte in Social Media werblich tätig sind oder sein wollen, sollten sich unabhängig von den dienstlichen Genehmigungs- und Informationspflichten auch privat rechtlich beraten lassen.

Wie sieht es mit Fotos/Videos innerhalb militärischer Sicherheitsbereiche aus?

Hier gelten die einschlägigen Vorschriften und standortbezogenen Bestimmungen. Die Regelungen zum pauschalen Film- und Fotografierverbot innerhalb geschlossener militärischer Anlagen werden derzeit allerdings überarbeitet. Informieren Sie sich diesbezüglich regelmäßig bei Ihrem zuständigen Sicherheitsoffizier.

Müssen Namen/Dienstgrade unkenntlich gemacht werden?

Ihren Namen, den Dienstgrad und die Amtsbezeichnung dürfen Sie grundsätzlich im Netz zeigen. Sie sind dadurch authentisch, aber auch wiedererkennbar. Prüfen Sie deshalb, wie Sie sich im Netz präsentieren wollen und beachten Sie, dass einmal gepostete Informationen auch durch andere gespeichert werden können.

Sind Fotos/ Videos auf Truppenübungsplätzen erlaubt?

Auch hier gelten die einschlägigen Vorschriften die standortbezogen abweichen können. Sprechen Sie im Zweifel mit Ihren Vorgesetzten. Wichtig ist auf jeden Fall immer, dass der Dienstbetrieb nicht gestört wird und Sie hier umso genauer auf die militärische Sicherheit achten!

Ist die Abbildung von und mit Waffen(-systemen) erlaubt?

Grundsätzlich können Sie Waffen und Waffensysteme von außen zeigen.

Achten Sie dabei aber darauf, dass die Kennzeichen nicht zu sehen sind. Innen gibt es oftmals Geräte und Systeme, die nicht gezeigt werden dürfen. Sprechen Sie auch hier im Zweifelsfall mit Ihren Vorgesetzten und holen Sie sich vorher eine Genehmigung.

Gibt es grundsätzlich Inhalte, die nicht abgebildet werden dürfen?

Ja, auf jeden Fall! Insbesondere in technischen und anderen militärisch sensiblen Bereichen herrscht in der Regel Film- und Fotografierverbot! Achten Sie deshalb auf die geltenden Bestimmungen und sprechen Sie im Zweifel mit Ihren Vorgesetzten.

Darf ich Bilder mit Uniform in der Öffentlichkeit aufnehmen?

Ja. Grundsätzlich gelten online die gleichen Regeln, wie im „echten Leben“ für Bundeswehrangehörige auch. Und dazu gehört natürlich auch, dass Sie sich in der Öffentlichkeit in Uniform fotografieren lassen dürfen.

Dürfen sich Bundeswehrangehörige in den Soziale Medien politisch äußern beziehungsweise zu politischen Themen Stellung nehmen?

Grundsätzlich ist es Bundeswehrangehörigen und insbesondere Soldatinnen und Soldaten als „Staatsbürger in Uniform“ gestattet, sich

politisch zu äußern bzw. zu politischen Themen Stellung zu beziehen. Dies gilt grundsätzlich so auch in den Sozialen Medien. Dabei sind die Festlegungen des §15 des Gesetzes über die Rechtsstellung der Soldaten (Soldatengesetz - SG) zu beachten, der die Rahmenbedingungen für die politische Betätigung von Soldatinnen und Soldaten vorgibt.

Demnach sind zum Beispiel die Teilnahme an politischen Veranstaltungen in Uniform und die politische Betätigung zu Gunsten oder Ungunsten einer bestimmten politischen Gruppierung im Dienst verboten. Auch außerhalb des Dienstes darf in dienstlichen Unterkünften der Soldat/die Soldatin nicht für eine Partei werben und zum Beispiel Reden halten oder Zeitschriften verteilen. Ebenso darf ein Vorgesetzter seine Untergebenen nicht in eine bestimmte politische Richtung beeinflussen.

Allerdings ist die freie Meinungsäußerung im und außerhalb des Dienstes erlaubt. Die freie Meinungsäußerung findet jedoch ihre Schranken an den Grenzen der Pflicht zur Kameradschaft, die gegenseitige Achtung darf nicht gefährdet werden! Das bedeutet auch, dass hier kein Platz für extremistische Aussagen jeder Art ist!

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass politische Meinungsäußerungen von Soldatinnen und Soldaten als Staatsbürger in Uniform erlaubt sind. Allerdings ist auch in den Sozialen Medien von solchen Posts abzusehen, wenn dabei eine Uniform getragen wird, um klar die Trennung zwischen Dienst und Freizeit deutlich zu machen.

Extremistische Aussagen und Aussagen, die gegen die Verfassung und

die geltenden Gesetze verstoßen, sind nicht nur verboten, sondern werden regelmäßig auch entsprechende disziplinarische oder strafrechtliche Würdigung nach sich ziehen.

Müssen private Accounts gekennzeichnet werden?

Wenn Sie in ihrem Social Media Account als Bundeswehrangehörige beziehungsweise Bundeswehrangehöriger zu erkennen sind, **ja!** Mittlerweile präsentieren sich im Social Web erfreulicherweise mehrere tausend Angehörige der Bundeswehr mit Stolz und Freude in Bezug auf ihren Arbeitgeber. Dabei ist es allerdings wichtig, dass für jeden User klar erkennbar ist, ob es sich bei den jeweiligen Profilen um privates Engagement oder einen offiziellen Auftritt handelt, für den vielleicht andere Maßstäbe gelten. Aus diesem Grund sind Sie angehalten, in der Beschreibung ihres Accounts wahlweise den Zusatz „privater Account“ oder „kein offizieller Account der Bundeswehr“ zu verwenden.

BÜRGERDIALOG DER BUNDESWEHR: INFO@BUNDESWEHR.ORG

+49 30 1824-24242

© Bundeswehr 2024