

# Öffentlichkeitsarbeitskonzept

**Ansprechperson:** Rebecca Deppe (Dir ÖA), [rebecca.deppe@vak.berlin.de](mailto:rebecca.deppe@vak.berlin.de)

Bei Fragen oder Anmerkungen nutzen Sie gerne die Kommentarfunktion auf dieser Seite (@Rebecca Deppe) oder übersenden Sie eine E-Mail.

Stand: 01.07.2026

## 1. Ist-Zustand und Anlass

Die Verwaltungsakademie Berlin (VAK) – Landesamt für Aus- und Fortbildung sowie Interne Beratung – ist die zentrale Bildungsdienstleisterin für den öffentlichen Dienst des Landes Berlin. Die Aufgaben der Verwaltungsakademie Berlin leiten sich aus ihrem gesetzlichen Auftrag gemäß dem [Verwaltungsakademieerrichtungsgesetz – VAKG vom 2. Dezember 2024](#) ab. Ihr Aufgabenspektrum umfasst die Ausbildung von Nachwuchskräften, die fachliche und überfachliche Fort- und Weiterbildung der Beschäftigten der Berliner Verwaltung sowie die Qualifizierung von Führungs- und Führungsnachwachskräften. Weiterhin unterstützt die Interne Beratung die Berliner Verwaltung bei Organisations-, Veränderungs- und Modernisierungsvorhaben. Die VAK entwickelt ihre Bildungs-, Lern- und Prüfungsformate kontinuierlich weiter, insbesondere im Bereich digitaler und hybrider Angebote.

Die Öffentlichkeitsarbeit der Verwaltungsakademie Berlin erfolgte bislang überwiegend anlass- und formatbezogen. Ein Öffentlichkeitsarbeitskonzept aus dem Jahr 2017 liegt vor. Aufgrund der seitdem eingetretenen organisatorischen, personellen und kommunikativen Veränderungen bildet dieses Konzept keine geeignete Grundlage mehr für die heutige Kommunikationspraxis. Dies führte zu einem uneinheitlichen kommunikativen Auftreten, unklaren Zuständigkeiten und Entscheidungswegen sowie zu einer begrenzten Sichtbarkeit einzelner Angebote der VAK. Zudem haben sich die Anforderungen an die Verwaltungskommunikation in den vergangenen Jahren deutlich erhöht, insbesondere durch die fortschreitende Digitalisierung, gestiegene Erwartungen an Transparenz, Verständlichkeit und Barrierefreiheit sowie eine erhöhte öffentliche Aufmerksamkeit für die Leistungsfähigkeit und Modernisierung der Verwaltung.

Das vorliegende Öffentlichkeitsarbeitskonzept ersetzt frühere konzeptionelle Grundlagen.

## 2. Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

Das Öffentlichkeitsarbeitskonzept schafft einen verbindlichen strategischen Rahmen für die Öffentlichkeitsarbeit der Verwaltungsakademie Berlin. Konkret verfolgt das Konzept und damit die Außenkommunikation der VAK folgende Ziele:

- Aufgaben, Angebote und Zuständigkeiten der VAK transparent, verständlich und adressatengerecht darstellen.
- Eine einheitliche kommunikative Haltung sowie Wiedererkennbarkeit über alle Kanäle und Formate hinweg sicherstellen.
- Klare und verbindliche Kommunikationsprozesse etablieren.
- Maßnahmen und Kanäle unter Berücksichtigung verfügbarer Ressourcen zielgerichtet planen, steuern und priorisieren.
- Verständlichkeit, Barrierefreiheit und Verlässlichkeit der Kommunikation sichern.

Das Konzept wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf fortgeschrieben.

## 3. Zielgruppen

Die Öffentlichkeitsarbeit richtet sich an klar definierte Zielgruppen. Die primären Zielgruppen ergeben sich aus dem gesetzlichen Auftrag der Verwaltungsakademie Berlin und stehen daher im Fokus der laufenden Kommunikationsmaßnahmen. Sekundäre Zielgruppen werden abhängig vom jeweiligen Kommunikationsanlass, der strategischen Relevanz und den vorhandenen Ressourcen berücksichtigt.

### Primäre Zielgruppen

- Beschäftigte des unmittelbaren Landesdienstes des Landes Berlin
  - Führungskräfte, Führungsnachwuchskräfte, Spitzenführungskräfte
  - Beschäftigte ohne Führungsfunktion
  - Neu- und Quereinsteigende in den öffentlichen Dienst
  - Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in den Behörden, insbesondere Fortbildungs-, Personalentwicklungs- und Ausbildungsverantwortliche sowie weitere mit Qualifizierungs- und Entwicklungsthemen befasste Funktionstragende (z. B. Gesundheitskoordinierende, Verantwortliche für Wissensmanagement oder Konfliktbeauftragte)
  - Nachwuchskräfte und Aufsteigende

### Sekundäre Zielgruppen

- Beschäftigte des mittelbaren Landesdienstes des Landes Berlin
- Dozierende, Trainer und Trainerinnen
- Bewerberinnen und Bewerber
- Mitarbeitende der Verwaltungsakademie Berlin
- Fachaufsicht und Verwaltungsrat
- Kooperationspartner sowie externe Akteurinnen und Akteure
- Medien sowie interessierte Öffentlichkeit

# 4. Absender, Zuständigkeiten und Freigabeprozesse

## 4.1 Institutioneller Absender

Die Kommunikation erfolgt unter dem institutionellen Absender „Verwaltungsakademie Berlin – Landesamt für Aus- und Fortbildung sowie Interne Beratung“.

Nach einmaliger vollständiger Nennung können in der externen Kommunikation die Bezeichnungen „Verwaltungsakademie Berlin“, „VAK Berlin“ oder „VAK“ verwendet werden.

In gestalterischen Formaten, insbesondere bei visuellen Medien wie Plakaten, Social-Media-Beiträgen oder digitalen Anwendungen, kann die Kennzeichnung des Absenders durch das offizielle Logo oder eine Kurzform erfolgen, sofern die eindeutige Zuordnung zur Verwaltungsakademie Berlin gewährleistet ist.

Die Abteilung IV Interne Beratung setzt ergänzende Kommunikationsmaßnahmen zu Beratungsleistungen, Projekten und Veranstaltungen um. Aufgrund der projektbezogenen Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Behörden und Zielgruppen ergeben sich spezifische Kommunikationsanlässe und Informationsbedarfe. Die Maßnahmen erfolgen im Rahmen der Gesamtkommunikation der Verwaltungsakademie Berlin und können unter Verwendung des erweiterten Logos der Internen Beratung umgesetzt werden.

## 4.2 Zuständigkeiten, Abstimmung und Freigabe

Alle Kommunikationsmaßnahmen erfolgen abgestimmt und unter Wahrung einer einheitlichen strategischen Ausrichtung. Die Zuständigkeiten liegen in den folgenden Bereichen:

### **Direktion**

Die Direktion der Verwaltungsakademie Berlin legt die grundsätzliche kommunikative Ausrichtung fest und entscheidet bei strategischen Fragestellungen sowie bei grundsätzlichen oder kommunikativ sensiblen Themen. Bei Uneinigkeit über Priorisierung, Ausgestaltung oder Kommunikationsweg trifft sie die abschließende Entscheidung.

### **Abteilungen und Referate**

Die Abteilungen und Referate sind für die fachliche Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte verantwortlich. Sie liefern die erforderlichen Informationen und erteilen die fachliche Freigabe der von ihnen verantworteten Inhalte. Bei fachlich sensiblen Themen erfolgt die Abstimmung mit der zuständigen Stelle für Öffentlichkeitsarbeit (Dir ÖA) und der Direktion der Verwaltungsakademie Berlin.

### **Zuständige Stelle für Öffentlichkeitsarbeit**

Die zuständige Stelle für Öffentlichkeitsarbeit (Dir ÖA) verantwortet die operative und strategische Steuerung der externen Kommunikation. Sie priorisiert Themen im Einklang mit den definierten

Zielen, koordiniert Maßnahmen inhaltlich und zeitlich und legt Formate sowie Kanäle fest. Sie gewährleistet einen konsistenten kommunikativen Auftritt und berät Direktion sowie Abteilungen und Referate. Standardinhalte werden von der Öffentlichkeitsarbeit eigenständig umgesetzt. Bei fachlich sensiblen Inhalten erfolgt eine Abstimmung mit dem zuständigen Fachbereich und der Direktion. Bei kurzfristigen oder reputationsrelevanten Ereignissen gelten verkürzte Abstimmungswege.

## 4.3 Einreichungs- und Fristenregelung

Kommunikationsanlässe sind der Öffentlichkeitsarbeit frühzeitig und gebündelt mitzuteilen. Hierfür gelten folgende verbindliche Rahmenbedingungen:

- **Themenmeldungen** erfolgen **grundsätzlich schriftlich** und mit vollständigen Angaben zu Anlass, Ziel und Zielgruppe, Kernbotschaft, gewünschter Zeitpunkt der Veröffentlichung.
- Für **planbare Maßnahmen** beträgt die **Vorlaufzeit** in der Regel **mindestens zwei Wochen** vor geplanter Veröffentlichung. Als planbar gelten Kommunikationsanlässe, die im Vorfeld bekannt und zeitlich absehbar sind, z.B. Veranstaltungsankündigungen oder Fototermine.
- **Umfangreichere Maßnahmen** mit erhöhtem Abstimmungs-, Produktions- oder Koordinationsaufwand, z. B. Kampagnen, Printprodukte oder neue Formate, sind mit einem zeitlichen Vorlauf von **mindestens vier Wochen** anzukündigen.
- **Kurzfristige Anfragen**, z.B. Veranstaltungsbegleitungen oder spontane Veröffentlichungswünsche, können nur im Rahmen verfügbarer Kapazitäten und nach Priorität berücksichtigt werden.
- Die **Veröffentlichung vorgefertigter Inhalte** durch die Abteilungen und Referate erfolgt ausschließlich nach Prüfung, Priorisierung und Freigabe durch die Öffentlichkeitsarbeit. Dies betrifft insbesondere Social-Media-Beiträge und Inhalte auf der Website. Für die Freigabe ist in der Regel eine **Vorlaufzeit von drei Arbeitstagen** einzuplanen. Kurzfristige Veröffentlichungen sind nur im Rahmen der verfügbaren Kapazitäten möglich.

Die zuständige Stelle für Öffentlichkeitsarbeit priorisiert eingehende Themen unter Berücksichtigung strategischer Relevanz, Zielgruppenbezug und vorhandener Ressourcen.

# 5. Strategische Leitlinien der Öffentlichkeitsarbeit

## 5.1 Abgrenzung

Die Öffentlichkeitsarbeit der Verwaltungsakademie Berlin dient der Information, Orientierung und Einordnung ihrer Aufgaben und Leistungen.

Kommunikationsmaßnahmen werden **nicht** umgesetzt, wenn sie:

- nicht mit den Kernbotschaften des Öffentlichkeitsarbeitskonzepts vereinbar sind,
- keinen klaren Bezug zu den definierten Zielgruppen aufweisen,
- überwiegend werblichen Charakter im wirtschaftlichen Sinne haben,
- einen unverhältnismäßig hohen Aufwand im Verhältnis zum Nutzen erfordern,
- rechtlichen Vorgaben oder der politischen Neutralität widersprechen.

## 5.2 Priorisierungsgrundsätze

Die Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen erfolgt unter Berücksichtigung der verfügbaren personellen und zeitlichen Ressourcen und unabhängig vom Absender einer Anfrage.

- **Priorität 1 (MUSS)**  
Pflicht- und Basisinformationen haben stets Vorrang (Fristen, zentrale Angebotskommunikation, rechtlich oder organisatorisch erforderliche Informationen).
- **Priorität 2 (SOLL)**  
Erklärende und vertiefende Inhalte werden umgesetzt, sofern Kapazitäten vorhanden sind (neue oder weiterentwickelte Formate, Einblicke in Angebote, Programme oder Projekte).
- **Priorität 3 (KANN)**  
Image- und Zusatzmaßnahmen werden nachrangig berücksichtigt (experimentelle Formate).

Bei Kapazitätsengpässen haben **Maßnahmen der Priorität 1 Vorrang**. Ein Anspruch auf vollständige oder gleichzeitige Umsetzung aller Maßnahmen besteht nicht.

## 5.3 Kommunikative Haltung

Die Kommunikation erfolgt sachlich, neutral, wertschätzend, verständlich und nachvollziehbar. Sie berücksichtigt unterschiedliche Informationsstände, vermeidet unnötige Fachsprache und beachtet politische Sensibilitäten.

Sie orientiert sich an den Grundsätzen:

- verständlich statt verwaltungsintern,
- präzise statt ausschweifend,
- aktiv statt passiv, wo sachlich möglich,
- barrierefrei und nutzungsfreundlich.

Bei sensiblen Themen erfolgt die Kommunikation zurückhaltend, faktenbasiert und abgestimmt.

## 5.4 Visuelle Kommunikation

Die visuelle Ausgestaltung der Öffentlichkeitsarbeit erfolgt auf Grundlage des [Corporate Designs des Landes Berlin](#) sowie des [gültigen Styleguides der Verwaltungsakademie Berlin](#). Der Styleguide definiert verbindliche Standards insbesondere für den Einsatz von Farben und Logos, Bildsprache, Layout, Barrierefreiheit sowie einen konsistenten und wiedererkennbaren Auftritt der VAK über alle

Kommunikationskanäle hinweg.

## 5.5 Rechtlicher und normativer Rahmen

Die Öffentlichkeitsarbeit wahrt die geltenden rechtlichen und landesinternen Vorgaben, insbesondere zu Datenschutz, Persönlichkeitsrechten, Urheber- und Nutzungsrechten, Barrierefreiheit sowie zur politischen Neutralität. Maßgeblich sind die einschlägigen gesetzlichen Regelungen sowie die landesweiten Leitlinien und Verwaltungsvorschriften.

# 6. Maßnahmen

Die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit orientieren sich an den definierten Zielgruppen, Kommunikationszielen und Priorisierungsgrundsätzen.

## 6.1 Maßnahmenfelder

Zu den zentralen Maßnahmenfeldern gehören insbesondere:

- **Angebots- und Programmkommunikation**  
Informationen über Aus-, Fort- und Weiterbildungsangebote sowie Angebote projektbezogener Beratung, Programme, Fristen und Zugangswege.
- **Erklärende und orientierende Kommunikation**  
Aufbereitung komplexer Inhalte, Verfahren und Abläufe in verständlicher Form.
- **Begleitende Kommunikation neuer oder weiterentwickelter Formate**  
Einführung, Erläuterung und Einordnung neuer Lern-, Prüfungs- und Beratungsangebote.
- **Anlassbezogene Kommunikation**  
Kommunikation bei besonderen Ereignissen, Entwicklungen oder öffentlichem Informationsinteresse.
- **Veranstaltungsbezogene Kommunikation**  
Ankündigung, Information und Nachbereitung ausgewählter Veranstaltungen.
- **Darstellende Zusatzformate**  
Einblicke in Angebote, Programme oder Projekte im Rahmen verfügbarer Ressourcen.

Diese Maßnahmenfelder bilden den inhaltlichen Rahmen für die operative Kommunikationsarbeit und werden entsprechend der verfügbaren Ressourcen priorisiert.

## 6.2 Kernbotschaften

Die übergreifenden Kernbotschaften lauten:

- Die Verwaltungsakademie Berlin ist die zentrale Bildungsdienstleisterin des Landes Berlin.
- Sie qualifiziert Beschäftigte für eine leistungsfähige Verwaltung.
- Sie unterstützt Behörden bei Veränderungs- und Entwicklungsprozessen.
- Ihre Angebote sind praxisnah und bedarfsorientiert.
- Sie entwickelt ihre Bildungsformate kontinuierlich weiter.

- Sie trägt zur Modernisierung und Leistungsfähigkeit der Berliner Verwaltung bei.

Situative Botschaften können anlassbezogen eingesetzt werden, müssen jedoch mit den Kernbotschaften vereinbar sein.

## 6.3 Kommunikationskanäle

Die Auswahl der Kommunikationskanäle erfolgt zielgruppenorientiert und ressourcengerecht. Nicht jeder Kanal wird für jede Maßnahme genutzt.

### 6.3.1 Digitale Kanäle

#### Website der Verwaltungsakademie Berlin

Die Website <https://www.berlin.de/vak/> ist der zentrale Einstiegs-, Informations- und Referenzkanal der Verwaltungsakademie Berlin. Sie dient der Orientierung und Einordnung und verweist für weiterführende Informationen sowie die konkrete Nutzung von Angeboten auf die fachlichen Plattformen.

Über die Website werden insbesondere kommuniziert:

- Grundlegende Informationen zu Aufgaben, Angeboten und Leistungen
- Fristen, Verfahren und organisatorische Hinweise
- Informationen zu Programmen, Formaten und Entwicklungen
- Ansprechpersonen und Zuständigkeiten
- Kommunikative Begleitung ausgewählter Veranstaltungen (Ankündigung / Information / Rückblick).

Andere Kommunikationskanäle verweisen grundsätzlich auf die Website oder die fachlichen Plattformen eVAk sowie Moodle.

Die Abteilung IV Interne Beratung betreibt zusätzlich ein eigenes Webangebot unter <https://www.berlin.de/interne-beratung-verwaltung/> zur zielgruppenspezifischen Darstellung ihrer Beratungsleistungen

#### Fachliche Plattformen

Neben der zentralen Website betreibt die Verwaltungsakademie Berlin unter <https://vak.online/> fachliche Plattformen, insbesondere die [eVAk](#) sowie die Lernplattform [moodle](#). Diese dienen primär der detaillierten Angebotsdarstellung und der Organisation sowie der Durchführung von Veranstaltungen und Lernangeboten.

Sie sind der zentrale Ort für:

- konkrete Kurs- und Veranstaltungsangebote
- Buchung, Organisation und Teilnehmendenmanagement

- Durchführung von Lern- und Qualifizierungsformaten
- Bereitstellung von Lerninhalten und Materialien
- Begleitung und Dokumentation von Lernprozessen

## Social Media

Die **VAK** betreibt die Kanäle [Instagram](#), [LinkedIn](#) sowie [YouTube](#). Social Media wird vorrangig ergänzend eingesetzt, um:

- auf Angebote und Inhalte hinzuweisen,
- ausgewählte Themen zu erläutern,
- die Reichweite für bestehende Inhalte zu erhöhen,
- Veranstaltungen kommunikativ zu begleiten.

Die **Abteilung IV Interne Beratung** betreibt ergänzend einen eigenen [Instagram](#)-Kanal. Dieser dient insbesondere der transparenten Darstellung von Beratungsleistungen, Projekten und Veranstaltungen, der Wissensvermittlung zu fachlichen Themen sowie der Erhöhung der Sichtbarkeit und Bekanntheit der Internen Beratung.

Social Media ersetzt keine zentrale Informationsbereitstellung. Die kanalbezogene Ausgestaltung der Social-Media-Kommunikation, insbesondere hinsichtlich Themen, Formaten, Veröffentlichungsfrequenz und Zuständigkeiten, wird ergänzend durch Social-Media-Guidelines geregelt.

## E-Mail-Kommunikation

E-Mails werden für gezielte Informations- und Einladungsschreiben sowie Newsletter-ähnliche Inhalte genutzt. Die [E-Mail-Signatur](#) gilt als konsistenter Kontakt- und Markenpunkt.

## 6.3.2 Printmedien

Printmedien werden anlassbezogen erstellt und können zugleich in digitaler Form vorliegen.

- Flyer, Postkarten, Poster, Broschüren
- Informationsmaterialien für Auslagen
- Berichte / Dokumentationen / Präsentationen
- Lehrmaterialien
- Give-aways / Merchandise

[Eine Auflistung aller Ausstellungs- und Werbematerialien der VAK finden Sie hier.](#)

## 6.3.3 Persönliche Kommunikation

- Seminare und Unterricht
- Informationsveranstaltungen, Workshops, Fachtagungen

- Beratungsgespräche
- Sonderformate

## 7. Evaluierung

Die Kommunikationsmaßnahmen und ihre Wirksamkeit werden regelmäßig überprüft. Die Evaluierung orientiert sich an den definierten Kommunikationszielen. Die Ergebnisse der Evaluierung fließen in die Weiterentwicklung des Maßnahmenkatalogs ein.

### **Kriterien:**

- Nutzung und Besuche zentraler Website-Inhalte
- Klick- und Kennzahlen der Social-Media-Kanäle
- Qualitative Rückmeldungen aus Zielgruppen und von Mitarbeitenden der VAK
- Allgemeine Resonanz auf veröffentlichte Inhalte
- interne Umsetzbarkeit und Aufwand

---

Created 2026-08-13 08:39:41 UTC by Rebecca Deppe

Updated 2026-08-13 12:57:37 UTC by Rebecca Deppe