

## Social Media in Öffentlicher Hand

Facebook wurde am 4. Februar 2004 veröffentlicht und steht für die meisten Nutzer heute stellvertretend für das, was wir als Social Media bezeichnen. Neben Netzwerken wie Facebook, Google+, Twitter und Co. gehören auch Weblogs, Foren, Wikis und Podcasts zu den am meisten genutzten Social-Media-Kanälen. Mit aktuell über 1,3 Milliarden Nutzern weltweit steht Facebook unangefochten an der Spitze. Wie nutzt die öffentliche Hand die sozialen Medien, zehn Jahre nachdem Facebook das Licht der Welt erblickt hat? Transparenz, Vertrauen und Bürgerservice sind zentrale Begriffe. Worauf müssen Behörden besonders achten?

Die Besonderheit der Social-Media-Kommunikation liegt in der Demokratisierung. Mediale Monologe (one to many) haben sich in sozialmediale Dialoge (many to many) gewandelt. Kontrolle ist Offenheit und einem nicht unerheblichen Maß an Unberechenbarkeit gewichen. Für die öffentliche Hand eine schwierige Situation. Der Spagat zwischen notwendiger Distanz- und wünschenswerter Nähe ist für „Staatsdiener“ gar nicht leicht. Die sozialen Medien bergen Gefahren und Chancen gleichermaßen.

Das Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS und das Unternehmen Cogia haben in einer Analyse festgestellt: „Volkes Wille zeigt sich zuerst im Social Web.“ Für die öffentliche Hand sind soziale Netzwerke also auch ein guter Seismograf der öffentlichen Meinung. Facebook, Twitter und Co. liefern der öffentlichen Verwaltung frühzeitig wertvolle Rückmeldungen über ihre eigene Arbeit.

Schon seit Jahren untersucht der Beamtenbund mithilfe von Forsa-Umfragen das Image deutscher Staatsdiener in der Öffentlichkeit. Das Ergebnis der aktuell im August 2014 veröffentlichten Umfrage zeigt: Die Wertschätzung der Beamten hat sich in den letzten acht Jahren deutlich verbessert. Rund 85 Prozent der Befragten schätzen deutsche Beamten als hilfsbereit ein und sind der Auffassung, dass sie in Behörden freundlich behandelt werden. Ob und wie Social Media diesen Trend mit beeinflusst hat, geht aus dieser Umfrage nicht hervor. Fest steht, bürgernahe Kommunikation ist schon seit vielen Jahren ein Thema.

Bereits 2004 ist das mittlerweile vergriffene Buch „Flotte Schreiben vom Amt – Eine Stilfibel“ erschienen. Im Netz finden sich zudem viele Anleitungen für eine einfachere Amts-Sprache als Download, beispielsweise die „Arbeitsamt bürgernahe Verwaltungssprache“. Der Sprecher des brandenburgischen Infrastrukturministeriums, Lothar Wiegand, sagt, „Fachsprache ist immer auch Geheimsprache und dient dazu, Macht zu erhalten“. So sieht es auch Michaela Blaha, Geschäftsführerin der Forschungsstelle „Verständliche Sprache“ der Ruhr-Universität Bochum: „Bei vielen herrscht noch die Haltung vor: Wir haben eine hoheitliche Aufgabe zu erfüllen“.

## Behördensprache

Fest steht, Behördendeutsch lässt sich nicht vollständig verhindern. Fest steht aber auch, dass nichts zuvor die Notwendigkeit einer bürgernahen (besser zielgruppengerechten) Sprache deutlicher gemacht hat, wie das Aufkommen von sozialen Netzwerken oder auch eigener Angebote, wie Weblogs und Foren. Der bedingungslose Dialog mit all seiner Konsequenz erforderte und erfordert noch eine sprachliche Annäherung und viel Fingerspitzengefühl im Umgang mit dem Volke. Hilfreich ist hier sicherlich, wenn gerade jüngere Verwaltungsmitarbeiter mit der Social-Media-Kommunikation betraut werden.

## Amtsleiter mit #Hashtags erwischt

„#Hashtags sind keine Drogen“ titelte kürzlich die Zeitschrift Neustart. Keine Frage, die sozialen Medien haben in kürzester Zeit einen eigenen kleinen sprachlichen Mikrokosmos entwickelt. Abkürzungen, wie AFAIK, ROFL, LOL, WTF, AFK, BTW, IMO, OMG, <3 und viele mehr gehören auf Twitter und Co. einfach dazu; nicht zuletzt, weil 140 Zeichen wohl

überlegt genutzt werden wollen. Wer Böses wollte, könnte jetzt sagen, dass Behörden sich doch mit Abkürzungen hervorragend auskennen sollten. Ein entscheidender Unterschied ist aber der Entstehungsweg solcher Abkürzungen. Denn die genannten Abkürzungen finden nur durch Adaption in den eigenen Wortschatz. Sie kommen sozusagen aus dem Volksmund. Das führte dann wieder zu der Frage: Distanz oder Nähe? Hürden entstehen in den sozialen Medien aber nicht nur durch kreative Wortschöpfungen, sondern auch durch Sprachvielfalt. Vor allem auf Twitter hat sich in vielen Bereichen die englische Sprache bereits durchgesetzt. Kurz nach der erfolgreichen WM 2014 war zu lesen, dass Mesut Özil parallel über einen Kanal in fünf Sprachen twittert. Für die öffentliche Hand in gewisser Weise undenkbar, oder?

## Behörden-Zielgruppen

Der Philosoph Richard Precht prägte mit einem Buchtitel den Satz „Wer bin ich – und wenn ja wie viele?“. Besser lässt sich das Dilemma von Ministerien, Städten, Gemeinden und Kommunen nicht auf einen Nenner bringen. Dutzende von Fachbereichen teilen sich einen Kommunikationskanal. Schon aus infrastrukturellen Gründen und aus Mangel an Ressourcen betreibt ja nicht jedes Amt oder jeder Fachbereich seinen eigenen Social-Media-Kanal. So laufen Themen wie #Grünschnitt, #Ferienende, #Stauwarnung, #Stadtbibliothek, #Schulplanung, #Unwetter oder #Integrationsratswahl über einen gemeinsamen Ticker. Bei großen Kommunen wie der Stadt Köln, wo man traditionell viel zu erzählen hat, kann das gut funktionieren. Aber selbst die Millionenmetropole und Domstadt am Rhein, mit ihren Attraktionen von #Kölsch über #blaackfoeoess bis #effzeh, hat gerade mal etwas mehr als 16.000 Follower auf Twitter. Düsseldorf muss sich hier der Nachbarstadt mit etwas mehr als 6.000 Followern deutlich geschlagen geben.

Ausnahmen bilden Behörden wie die Polizei. Laut fanpagekarma.com ganz weit vorne dabei Behinderung. Die meisten öffentlichen Einrichtungen sind aufgrund der BITV (Barrierefreie Informationstechnik Verordnung) zur Barrierefreiheit verpflichtet. Die Verordnung betrifft nicht nur den eigenen Internetauftritt, sondern auch Software und Services von Fremdanbietern. Externe Social-Media-Dienste werden aufgrund von Verbreitung und Nutzung innerhalb der eigenen Zielgruppe ausgewählt und zur Kommunikation eingesetzt. Auf den Grad der Barrierefreiheit externer Social Media Services hat die öffentliche Hand keinen Einfluss, solange nicht mehrere vergleichbare Angebote zur Auswahl stehen. Einige Kommunen, wie die Stadt Moers, nutzen daher die Möglichkeit, ihre verstreuten Inhalte aus verschiedenen Social-Media-Diensten in einem sogenannten Newsroom zu bündeln. Auf diese Weise haben dann auch Menschen Zugriff auf aktuelle Informationen, wenn Sie nicht über einen Account bei dem jeweiligen Dienst verfügen.

Das Institut für Informationsmanagement Bremen (IfIB) und die Stiftung Digitale Chancen haben sich Ende 2012 im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales einen Überblick über vorbildlich barrierefreie Online-Bürgerbeteiligungsverfahren gemäß den Vorgaben der BITV 2.0 verschafft. Die Ergebnisse dieser Arbeit wurden im „Leitfaden Bürgerbeteiligung barrierefrei erfolgreich“ präsentiert. Auch die Stadt Moers hat es in den Leitfaden geschafft. Mit dem Hinweis „Ihr Beitrag zur Barrierefreiheit“ werden Benutzer darüber informiert, wie sie selbst im Forum und im Weblog einen Beitrag zu mehr Barrierefreiheit leisten können. Eigentlich eine ganz einfache Idee.

## Damoklesschwert Datenschutz

Der Social-Media-Einstieg, aber auch der laufende Betrieb von Social-Media-Kanälen stellt viele Behörden und öffentliche Einrichtungen immer noch vor große Herausforderungen. Und auch das Thema Datenschutz sorgt für Verunsicherung. Nicht erst seit der NSA-Affäre ist deutschen Datenschutzbeauftragten vor allem Facebook ein Dorn im Auge. Das Verwaltungsgericht Schleswig-Holstein hat Ende 2013 zwar in mehreren Fällen entschieden, dass Behörden für Facebook-Seiten „keinerlei“ datenschutzrechtliche Verantwortung zukommt. Allerdings hat das Landeszentrum Datenschutz (ULD) Schleswig-Holstein Berufung eingelegt. In nächster Instanz wird sich das Oberverwaltungsgericht (OVG) Schleswig-Holstein mit der Sache beschäftigen.

Interessant in diesem Zusammenhang ist die Lektüre des Buches „Transparenz, Partizipation, Kollaboration – Web. 2.0 für die öffentliche Verwaltung“. Der darin enthaltene Aufsatz „Web 2.0 in der öffentlichen Verwaltung: Twitter, Facebook und Blogs aus rechtlicher Perspektive“ liefert wesentliche Argumente, warum Facebook-Seiten für Behörden erlaubt sein sollten (Hauptargument: Das Informationsbedürfnis übersteigt das Gefahrenpotenzial).

## Verletzung von Bildrechten

Zum journalistischen Rüstzeug gehört es unter anderem auch, sich mit Bildrechten, Urheber- und Lizenzrecht auszukennen. Dort wo Kommunikation über Social-Media-Kanäle in der Abteilung für PR- und Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt ist, sollte dieses Wissen vorhanden sein. In allen anderen Fällen gilt: „Unwissenheit schützt vor Strafe nicht“. Nicht nur beim Teilen von Fotos besteht die ständige Gefahr einer Abmahnung durch den Urheber des Bildes aufgrund einer Urheberrechtsverletzung. Egal, ob auf Facebook, Twitter oder Pinterest. Auch das Hochladen eigener Bilder auf Social-Media-Plattformen kann zu ernsthaften Problemen führen, wenn der Urheber später noch Unterlizenzen für eine anderweitige Nutzung vergeben möchte. Die Facebook-AGB beispielsweise besagen „Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.“ Diese Übersetzung der AGB widerspricht allerdings der derzeitigen Realität. Auch geteilte Inhalte verschwinden vollständig, wenn das Werk auf Facebook gelöscht wird. Vorausgesetzt Facebook hat das besagte Foto nicht selbst an Dritte unterlizenziert. Diese Möglichkeit hat sich Facebook nämlich in seinen AGB selbst eingeräumt.

Übrigens, das Thema Urheberrecht betrifft nicht nur Fotos, sondern auch das, was auf Fotos abgebildet ist. So haben Architekten, Designer oder Künstler ebenfalls ein Recht darauf, zu bestimmen ob und wie ihre Werke verbreitet werden. Das gilt auch für Abbildungen ihrer Werke auf Fotos.

Apropos Abbildung: Auch die Verletzung von Persönlichkeitsrechten spielt im Zusammenhang mit Fotos eine Rolle. Das Recht am eigenen Bild ist einklagbar und kann unter Umständen ebenfalls zu Abmahnungen führen. De facto muss von abgebildeten Personen stets die schriftliche Erlaubnis zur Veröffentlichung eines Fotos mit ihrem Konterfei darauf eingeholt werden. Ausnahmen bilden Gruppenfotos, Personen der Zeitgeschichte (des öffentlichen Interesses) sowie Fotos auf öffentlichen Plätzen, wo die betreffende Person nur zufällig ins Bild geraten, aber nicht eigentlicher Bildinhalt ist. Das Gesetz gilt zwar für alle, ist aber für die öffentliche Hand (im Prinzip gleichzusetzen mit dem Gesetzgeber) bei eigenen Fehlern besonders unangenehm.

## Fazit

Social-Media-Aktivitäten der öffentlichen Hand sind nicht zum Nulltarif zu bekommen. Eine entsprechende Infrastruktur ist ebenso wichtig, wie personelle Ressourcen und ein fest definierter Workflow: Wer beantwortet beispielsweise Anfragen über Social-Media-Kanäle am Wochenende? Was passiert, wenn Kommunikation mal schief läuft (Stichwort: Shitstorm)? Mitarbeiter müssen nicht nur in zielgruppengerechter Kommunikation geschult werden, sondern auch den Umgang mit sozialen Medien selbst erlernen. Über Datenschutz-Fragen, Barrierefreiheit und juristische Feinheiten des Urheberrechts sollte grundlegendes Wissen vorhanden sein. Und last but not least sollte von vornherein eine Kommunikationsstrategie definiert werden, damit klar ist, welche Ziele mit dem eigenen Social-Media-Engagement erreicht werden sollen.

Text: Jörg Morsbach, Geschäftsführer und kreativer Ideengeber der auf Barrierefreiheit spezialisierten Düsseldorfer Agentur anatom5. (Erschienen im Screenguide Magazin Nr. 24)