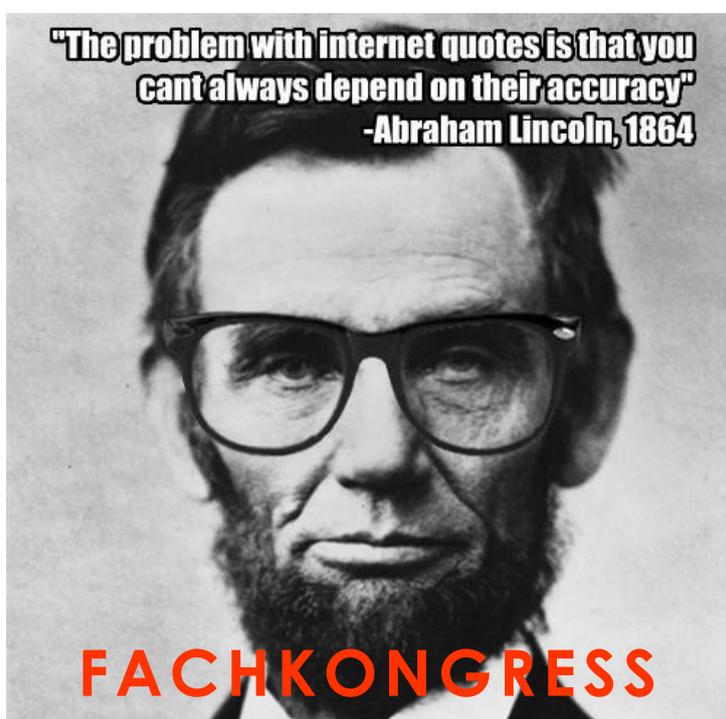




Baden-Württemberg
Innenministerium

GRUSSWORT VON
MD DR. HERBERT O. ZINELL



**FACHKONGRESS
KOMMUN@L-ONLINE**

AM 5. MÄRZ 2015 IN RHEINAU-LINX

Es gilt das gesprochene Wort

ÜBERSICHT

1. „SAGEN SIE MAL, HERR KRETSCHMANN“	3
2. MODERNE BÜRGERNAHE KOMMUNIKATION	4
3. POLIZEI BADEN-WÜRTTEMBERG GOES WEB 2.0.....	4
FACEBOOKPILOT POLIZEIPRÄSIDIUM STUTTGART	4
NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN FACEBOOK	5
4. ERFAHRUNGSWERTE DER POLIZEI.....	6
MONITORING UND ECHTZEITREAKTION.....	6
PROFESSIONELLE VORBEREITUNG, FORTLAUFENDE ANALYSE...	6
KREATIVITÄT UND SPONTANITÄT.....	7
ERFAHRUNGSWERTE DER POLIZEI ZUSAMMENGEFASST.....	7
5. POLIZEI ZWITSCHERT AUCH	8
6. EMPFIEHLT SICH PUBLIC SOCIAL NETWORKING?	9
GUTE ERFAHRUNGEN DER POLIZEI BADEN-WÜRTTEMBERG	9
BIG DATA UND DATENSCHUTZ	10
ABHÄNGIGKEIT UND KRISENANFÄLLIGKEIT.....	11
7. VOM DIGITALEN ZUM PERSÖNLICHEN MITEINANDER...	12

1. „SAGEN SIE MAL, HERR KRETSCHMANN“

Anrede,

Sie haben sich sicher alle schon einmal die Frage gestellt: „Wird der Strom durch die Energiewende teurer?“ und „Wieso hat unser Landesvater so eine coole Frisur?“

Das sind zwei von 27 Fragen, die Ministerpräsident Winfried Kretschmann kürzlich in seiner dritten **Online-Sprechstunde**¹ beantwortet hat.

Seither wissen wir, dass Strom langfristig günstiger wird und dass die landesväterliche Frisur auf Anraten seiner Tochter entstand, die zu ihm sagte: Mach dir mal ne andere Frisur. Du siehst ja aus wie ein CDU-ler“.

Während Politiker früher alle paar Jahre vor Wahlen auf dem Marktplatz, ansonsten eher „analog“ in Zeitungen oder im Fernsehen auftauchten, erlaubt die digitale Revolution heute eine direkte und persönliche Interaktion zwischen Bürgern und Amtsträgern oder staatlichen Institutionen.

Doch, wehe dem Zauberlehrling, der die digitalen Geister rief! Denn nun müssen wir die bebilderten Terminkalender und Dauerwerbesendungen der omnipräsenten Politiker vom Frühstücksei bis zur Ansprache beim Landfrauentag halt auch ertragen.

¹ www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/gelungene-online-sprechstunde-mit-ministerpraesident-kretschmann-1/ Frage war auch: „Wie vereinbaren Sie mit Ihrem Gewissen die Abschiebung der Familie Ametovic aus Freiburg?“

2. MODERNE BÜRGERNAHE KOMMUNIKATION

Anrede,

das Internet erweitert nicht nur unsere persönliche Kommunikation, es verändert auch den öffentlichen Kommunikationsprozess einer repräsentativen Demokratie.

Denn die Social Network Generation schafft mit ihrer Pluralität und ihrer enormen Geschwindigkeit eine Überlegenheit gegenüber staatlichen Entscheidungsprozessen, deren Auswirkungen auf die Akzeptanz staatlicher Autorität noch völlig unüberschaubar sind.

Sie schafft aber auch Chancen, denen wir uns nicht verschließen sollten. Es gibt gute Beispiele, die zeigen, dass Soziale Netzwerke und staatliches Handeln kein Widerspruch sind. Ich möchte Ihnen hierzu ein Beispiel vorstellen: Die Polizei Baden-Württemberg.

3. POLIZEI BADEN-WÜRTEMBERG GOES WEB 2.0

Seit einigen Jahren sind Polizeidienststellen testweise in sozialen Netzwerken vertreten, um Menschen besser zu erreichen und moderne Wege der Bürgernähe zu gehen.

Polizeiliches Handeln ist zwar stark vom vollziehenden Hoheitscharakter geprägt, doch Transparenz und unmittelbare Kommunikation mit Bürgern bieten die Chance, Exekutivhandeln zu vermitteln. Eine moderne Polizei weiß wie wichtig Kommunikation ist, gerade auch neue Medien.

FACEBOOKPILOT POLIZEIPRÄSIDIUM STUTT GART

Einer, der die Bedeutung der bürgernahen Kommunikation immer wieder unterstrich, war der verstorbene Stuttgarter Polizeipräsident Thomas ZÜFLE. *Mit d' Leut schwätze* war sein Motto - so ging das Polizeipräsidi-

um Stuttgart 2011 bei Facebook an den Start und ist seither Pilot für die Polizei Baden-Württemberg.

Zwischenzeitlich gibt es weitere Facebook-Auftritte beim Landeskriminalamt sowie den Polizeipräsidien Karlsruhe und Mannheim.

Nachdem der Fokus zu Beginn verstärkt auf der Kommunikation bei Einsätzen rund um Stuttgart 21 lag, ist Facebook nun im Stuttgarter Polizei-Alltag angekommen.

Aktuell hat das Polizeipräsidium Stuttgart auf Facebook 20.000 Fans. Pro Tag kommen rund 35 „Gefällt-mir-Angaben“ hinzu.

NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN FACEBOOK

Die Nutzungsmöglichkeiten sind vielseitig. So postet das Polizeipräsidium Stuttgart auf seiner Facebookseite unter anderem Präventionshinweise oder Warnungen, zum Beispiel vor Phishing E-Mails² oder aktuellen Betrugsmaschen, Aufrufe³ wie nach einer Messerattacke, bei dem ein Opfer schwer verletzt wurde oder Verkehrsmeldungen und Verkehrspräventionstipps, aber auch alltägliche Facebook-Themen.

Facebook ist zudem eine gute Möglichkeit für Nachwuchswerbung, Imagepflege und direkte Bürgerkontakte.

² Post: „Momentan sind E-Mails im Umlauf, die angeblich von Amazon (info@amazon.de) versandt werden. Die Empfänger werden mit Vor- und Zuname angesprochen. Ihnen wird mitgeteilt, dass angeblich "bei der Überprüfung des Accounts ungewöhnliche Aktivitäten aufgefallen" sind. Es folgt die Aufforderung, einen Link anzuklicken um "die hinterlegten Informationen zu bestätigen, damit der Account wieder in vollem Umfang genutzt werden" kann“.

³ Post: „Wir suchen Zeugen. Ein unbekannter Täter hat gestern in den frühen Morgenstunden einen 42-jährigen Mann vor einer Gaststätte an der Bahnhofstraße in Stuttgart- Bad Cannstatt mit einem Messer attackiert und schwer verletzt. Rettungskräfte kümmerten sich um den Mann und brachten ihn in ein Krankenhaus“.

4. ERFAHRUNGSWERTE DER POLIZEI

MONITORING UND ECHTZEITREAKTION SIND UNUMGÄNGLICH

Soziale Netzwerke bringen auch kritische Möglichkeiten mit sich, die man kennen sollte. So können auf Facebook jederzeit Suizidankündigungen, Amokandrohungen, Bombendrohungen oder andere Gefährdungslagen, aufschlagen, die eine sofortige Reaktion erfordern.

Vor einigen Wochen hat beispielsweise ein junges Mädchen nachts gepostet, dass sie sich umbringen will. Die Polizei Stuttgart hat unverzüglich reagiert. Doch können das andere Institutionen auch?

Das gilt auch für Kommentare.

Eine öffentliche Institution kann es sich nicht erlauben Beleidigungen, Rassismus, Nazisymbole oder Ähnliches in Kommentaren zu dulden.

Reaktionen darauf müssen in Echtzeit erfolgen. Zumal auf einen Beitrag im Schnitt rund 42 Kommentare folgen.

Auf diese Punkte muss man vorbereitet sein.

PROFESSIONELLE VORBEREITUNG UND FORTLAUFENDE ANALYSE

Zur Vorbereitung gehören auch Analyse und handwerkliche Aspekte.

Die Polizeifacebooker empfehlen, darauf zu achten, einen **Pool an aussagekräftigen Bildern** anzulegen, um nicht innerhalb kurzer Zeit mehrfach auf das Gleiche zurückgreifen zu müssen.

Denn am erfolgreichsten sind Posts, die mit entsprechenden Symbolbildern hinterlegt sind. Wichtig ist dabei auch, die **Rechte am jeweiligen Bild** zu kennen und anzugeben.

Auch wenn Nutzer stark auf Bilder fixiert sind, ist ihr eigentliches Interesse an den Inhalten erkennbar. Der Informationswert darf nicht beliebig

sein. Von hoher Relevanz ist ein **regionaler Bezug** der Beiträge. Als praktikabel haben sich auch Posts mit **direkten Aufforderungen** wie „Bitte teilen“ erwiesen. Das wurde zum Teil sehr schnell und weit verbreitet. Weniger gut kommen Re-Posts anderer Facebookseiten an.

KREATIVITÄT UND SPONTANITÄT SIND UNABDINGBAR

Neben einer professionellen Planung setzt Social Networking aber noch etwas sehr entscheidendes Voraus: **Kreativität und Spontanität.**

Wir müssen uns als Behörden auf das Web 2.0 einlassen.

Das heißt, weg vom Homepagedenken. Social media dürfen nicht zur Werbefläche verkommen, sondern leben von Interaktion und Ideen.

Ein Beispiel ist die Antwort des Polizeipräsidiums Stuttgart auf die Nominierung für die ice bucket challenge⁴. Den Clip können Sie sich auf Facebook ansehen.

Auf das Medium einlassen, bedeutet auch sprachlich. Denn Beamtenbingo ist fehl am Platz. Unser Amtsdeutsch muss in Alltagssprache übersetzt werden. Es darf aber auch kein peinlicher Jugendsprech sein⁵.

In Stuttgart gelingt das auch deshalb sehr gut, weil **junge Kolleginnen und Kollegen** die Facebookseite betreiben.

ERFAHRUNGSWERTE DER POLIZEI ZUSAMMENGEFASST

Aus den Erfahrungswerten der Stuttgarter Polizei lassen sich in summa meines Erachtens folgende wichtige Hinweise ableiten:

- » **Facebook verlangt Echtzeitreaktionen.**
- » **Ein rund um die Uhr Monitoring ist unumgänglich.**

⁴ www.facebook.com/#!/video.php?v=931780823515832&set=vb.331634416863812&type=2&theater

⁵ Beispiel: Nachwuchskampagne für Finanzwirte MFW, Slogan: „Was gibt's zu Glotzen?“ www.was-gibts-zu-glotzen.de/

- » **Hierfür muss Personal investiert werden, am besten junges.**
- » **Social Networking setzt ein durchdachtes Konzept voraus.**
- » **Dabei darf spontane Kreativität nicht fehlen.**

Die Polizei kann sich zwischenzeitlich auf eine Reihe von Erfahrungen stützen, die wir weiter ausbauen wollen.

5. POLIZEI ZWITSCHERT AUCH

Zwischenzeitlich zwitschert die Polizei in Stuttgart und Karlsruhe auch.

Das Polizeipräsidium Stuttgart nutzt Twitter vor allem zur sog. Einsatzbegleitenden Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel bei Fußballspielen oder Demonstrationen.

Das Mikroblogging hat für die Polizei den Vorteil, Informationen je nach Lage in Sekundenschnelle zu platzieren. So kann sie gezielt Hashtags und Posts setzen, um Falschmeldungen zu entkräften.

Zum Beispiel kursierte bei einer Demo die Falschmeldung, es gebe Verletzte. Die Polizei stellte das sofort via Twitter klar, woraufhin die Antifa twitterte: „Kann die Polizei mal raus aus unserem Tag (engl.)?“.

Positiv war die „Einsatzbegleitung 2.0“ auch bei einer Bombenentschärfung in Stuttgart. Die Polizei informierte die Bürgerinnen und Bürger aktuell über Straßensperrungen und evakuierte Straßenzüge.

Besonders gut verlief der Einsatz des Hashtags #oct3s bei den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit 2013 in Stuttgart. Die Polizei veröffentlichte fortlaufend Hinweise zur Verkehrslage und zum Einsatzgeschehen. Mit Hilfe der sozialen Netzwerke wäre bei einer Schadenslage auch eine schnelle Information der Bevölkerung möglich gewesen.

Anhand der Kommentare und Zusprüche der User ist erkennbar, dass diese Art der Öffentlichkeitsarbeit Zuspruch findet.

Das Einsatz- oder Veranstaltungsbegleitende Social Networking ist vielleicht auch eine gute, ja sogar wichtige Nutzungsmöglichkeit für Städte und Kommunen.

Aufgrund der guten Erfahrungen wird die Polizei das weiter ausbauen. Der nächste Einsatz steht schon vor der Tür: Der Deutsche Evangelische Kirchentag in Stuttgart. Dann zwitschert die Polizei ein „Halleluja“.

6. EMPFIEHLT SICH PUBLIC SOCIAL NETWORKING?

GUTE ERFAHRUNGEN DER POLIZEI BADEN-WÜRTTEMBERG

Anrede,

empfiehlt sich die Nutzung Sozialer Netzwerke nun also für staatliche Institutionen?

Ich habe einige kritische Punkte angeführt, um zu verdeutlichen, dass die Nutzung besondere Anforderungen an staatliche Institutionen stellen und daher ein durchdachtes Konzept verlangen.

Als Fazit ist festzuhalten: **Die Erfahrungen der Polizei sind sehr positiv. Allen voran das enorme Verbreitungspotential, das soziale Netzwerke eröffnen.**

So liegt die tägliche Reichweite der Facebook-Seite des Polizeipräsidiums Stuttgart im Schnitt bei 14.500 Personen. Ein Beitrag zum Blitzmarathon erreichte sogar 760.000 Personen - also mehr als die Einwohnerzahl Stuttgarts (rd. 613.392).

BIG DATA UND DATENSCHUTZ

Kritisch fällt hingegen die Antwort der Datenschützern aus. Denn was einmal im Netz steht, wird verbreitet und kann nicht mehr zurückgeholt werden.

„Daten sind das neue Öl“ schreibt Willi KACZOROWSKI in seinem Buch „Die smarte Stadt“. Denn Daten sind der „Rohstoff, aus dem neue Produkte, Prozesse und Wissen gewonnen werden. Gerade soziale Netzwerke produzieren eine kaum noch unüberschaubare Zahl von unstrukturierten Daten, die eine enorme Geschwindigkeit erzeugen, die kaum kontrollierbar ist“.

Die „Datenkraken“ fressen und verdauen alles, was wir von uns geben, auch Daten, an die wir gar nicht denken. Das sollten wir im Hinterkopf haben, wenn wir Social Media nutzen. Erst recht, wenn wir das als öffentliche Institution tun.

Die Frage der Nutzung kann staatlicherseits durchaus auch eine zwiespältig Moralische sein.

Einerseits können Soziale Netzwerke echte Hilfe leisten. Denken wir nur an Aufrufe zu Knochenmarkspenden und ähnliches.

Doch man muss wissen: Bei Sozialen Netzwerken sind die Spielregeln anders als im Web 1.0. So ist bei konkreten Fällen, bei Echtdaten oder Personalien immer Vorsicht geboten.

Der Landesbeauftragte für Datenschutz – den wir hier eng einbinden - schreibt für Facebook beispielsweise ein 24 Stunden Monitoring vor. Die Kommentarfunktion solle abgeschaltet werden.

Das wiederum konterkariert den Grundgedanken des Web 2.0 und im Übrigen auch die Bestimmungen von Facebook. Denn ohne Interaktion ist es am Ende nur noch eine digitale Litfaßsäule.

Kurzum: **Social Media haben eigene Regeln**. Die muss man kennen und abwägen, wenn man dort verantwortlich agieren will.

Nicht nur die Regeln des Web 2.0, sondern auch die generellen Gefahren des Internets.

ABHÄNGIGKEIT UND KRISENANFÄLLIGKEIT

Denn wer sagt uns denn, ob die Seite, auf der wir gerade sind, echt ist?

Wer sagt uns, ob der Facebookaccount von OB Palmer nicht längst von Hackern betrieben wird?

Wie schützen wir uns vor Cyberangriffen, die unsere schöne durchdigitalisierte Welt binnen Sekunden flach legen können?

Wir begeben uns schleichend in eine **enorme Abhängigkeit** und werden zum **gläsernen Bewohner des World Wide Web**.

Es hat schon etwas Mephistophelisches, dass wir die große Freiheit des Netzes nutzen, um sie am Ende des Tages mit dem Verkauf unserer Daten, also einem Stück unserer Persönlichkeit, zu bezahlen.

Das muss natürlich jeder für sich entscheiden, doch als staatliche Institutionen haben wir hier eine besondere Verantwortung.

Es ist Aufgabe des Staates, Datensicherheit und Datenschutz zu gewährleisten und Persönlichkeitsrechte zu wahren.

Wir müssen Nutzen und Verantwortung wägen. Immer wieder neu, denn die Entwicklung schreitet täglich fort.

Stillstand und Realitätsferne zum Alltag der Menschen sind allerdings auch keine Lösung.

Ich will nicht den Teufel an die Wand pixeln. Denn es kommt immer auch darauf an, wofür und wie wir Soziale Netzwerke nutzen.⁶

Es gibt viele Beispiele, die von der positiven Macht moderner Medien zeugen. Seien es die Hashtags nach den Anschlägen in Paris oder der Aufruf eines Freiburger Studenten zur Anti-Pegida-Demo, die zur größten Versammlung der Stadt wurde.

7. VOM DIGITALEN ZUM PERSÖNLICHEN MITEINANDER

Moderne Kommunikation kann mehr sein als nur Kommunikation.

Sie kann Menschen zusammenbringen und zum Handeln bewegen. Im Negativen wie im Positiven. Kommunikation kann auch für uns eine Chance zu mehr Miteinander von Staat und Bürgern sein.

Unser Ziel muss sein, von der reinen Information zur interaktiven Kommunikation, hin zur Beteiligung und zum realen Bürgerengagement zu kommen.

Wir alle kennen das Für und Wider der digitalen Mitmachdemokratie wie zum Beispiel das „Online-Bürgerportal“. Es reicht von echter Partizipation bis zum paralyisierenden Shitstorm.

Unstrittig ist jedoch, dass die Digitalisierung ein Prozess ist, dem wir uns als Staat nicht verschließen dürfen. Mir ist dabei eines besonders wichtig: **Kommunikation darf sich nicht im Digitalen erschöpfen.**

Unser Land, unsere Kommunen, wir alle leben auch von der realen Teilhabe, vom persönlichen Miteinander. Wir sollten die Chancen des Neuen nutzen und die Stärken des Alten fortführen.

⁶ Je nach Institution unterschiedliche Zwecke. Laut Pluragraph sind die Angebliehen TOP 5 Social-Media-Kommunen in Baden-Württemberg Heidelberg, Stuttgart, Karlsruhe, Mannheim und Konstanz. www.pluragraph.de/categories/politik Sie sind unterschiedlich geprägt, verfolgen unterschiedliche Zwecke. So ist zum Beispiel das Facebook-Profil der Stadt Heidelberg eher touristisch geprägt und weitgehend zweisprachig aufgebaut. Andere Städte setzen eher auf "interne" Kommunikation. Das wird zum Teil schon am Namen deutlich "Stuttgart – meine Stadt" oder "Karlsruhe – unsere Stadt". Pluragraph listet 119 Kommunen in Baden-Württemberg. 97 haben Facebook-Accounts, 78 Twitter-Accounts und 20 Google+-Profile. Daneben sind auch die Bereiche Organisationen, Politik, Kultur, Verwaltung... gelistet.

Schlussendlich geht es um die Bereitschaft, sich Bürgern zu öffnen, den **persönlichen Kontakt und das Gespräch mit Menschen durch unterschiedlichste Arten der Kommunikation zu fördern.**

Deshalb gehe ich nun wieder „offline“ und wünsche Ihnen einen spannenden Kongress mit vielen persönlichen Gesprächen.