

Mitteilung

im: **Gemeinderat**

Betreff: Nutzung elektronischer sozialer Netzwerke

Bezug: Vorlage 801/2011

Anlagen: keine

Die Verwaltung teilt mit:

Von 53 Städten in Baden-Württemberg, die sich 2011 an einer Umfrage beteiligten, waren bereits zwei Drittel in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter vertreten. Insgesamt gaben mehr als 90 Prozent an, demnächst dabei sein zu wollen¹. Die neuen Kommunikationswege über Facebook und Co etablieren sich zunehmend im öffentlichen Leben und ergänzen die klassische Pressearbeit und die eigene Homepage.

Auch die Zugriffszahlen steigen rasant: Insbesondere junge Menschen nutzen die neuen Wege, um sich auszutauschen und zu informieren. In Deutschland sind es 96 Prozent der Unter-30-Jährigen, die mindestens ein elektronisches soziales Netzwerk regelmäßig nutzen. Und der Trend geht weiter: Auch in der Gesamtbevölkerung geben bereits 76 Prozent an, zumindest gelegentlich eine soziale Plattform im Internet zu besuchen².

Vorteile der Nutzung

Die Stadtverwaltung Tübingen plant nach der Neugestaltung ihres Internetauftritts, der im November 2011 ans Netz ging, ab 2012 in den elektronischen sozialen Netzwerken ebenfalls stärker präsent zu sein. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch die Nutzung können neue Zielgruppen erschlossen und Inhalte schneller und weiter verbreitet werden. Bei der Verbreitung der Informationen gibt es wenige Streuverluste, da diese eine Gruppe erreichen, die sich bewusst für die Informationen der Stadt Tübingen entschieden hat. Die Homepage tuebingen.de wird durch Querverweise gestärkt. Den Bürgerinnen und Bürgern eröffnen sich neue und unkomplizierte Wege, mit der Verwaltung in Kontakt zu treten, Fragen zu stellen und sich an Diskussionen zu beteiligen. Die Meinung der Tübingerinnen und Tübinger zu strittigen Themen wird frühzeitig deutlich. Im Idealfall gelingt es, einer Politikverdrossenheit entgegen zu wirken und die Akzeptanz für politische Entscheidungen zu stärken, indem Interesse und Verständnis für kommunale Angelegenheiten gefördert und die Lust am Mitgestalten gestärkt wird. Die Verwaltung bekommt die Gelegenheit, relevante gesellschaftlich bedeutende Themen bereits im Anfangsstadium zu erkennen und in bestehende Diskussionen einzusteigen, um diese aktiv mit zu

¹ „Facebook, Twitter & Co. – Social Media in der öffentlichen Verwaltung?“ Bachelorarbeit, Hochschule Kehl, Verena Maria Rieber, 2011, S. 29

² www.allfacebook.de und <http://de.statista.com>, aufgerufen am 29.12.2011

gestalten. Informationen auf Plattformen wie Facebook werden von den typischen Zielgruppen als besonders authentisch erlebt. Die Stadt wird als modern und bürgernah wahrgenommen. In vielen Fällen haben sich soziale Netzwerke im Internet auch schon in der Krisenkommunikation bewährt.

Regelungsbedarf

Damit die Nutzung sozialer Netzwerke im Internet nicht zum Bumerang wird, müssen allerdings Regeln für diese neue Kommunikationsform ausgearbeitet und etabliert werden: Welche strategischen Ziele verfolgt die Stadt mit ihren Aktivitäten in den elektronischen sozialen Netzwerken und welche Plattformen sollen dafür genutzt werden? Welche Inhalte sollen transportiert werden und wie werden die Nutzerinnen und Nutzer eingebunden? Wie geht die Verwaltung mit kritischen Kommentaren um? Wie sind die Zuständigkeiten in der Stadtverwaltung geregelt? Wer darf „im Namen der Stadt“ Facebook, Twitter und Co nutzen? Wie beteiligen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter adäquat an Diskussionen? Wie ist die dienstliche von der privaten Nutzung zu trennen? Gibt es ein zentrales städtisches Facebook-Konto oder sind unter Umständen mehrere Konten denkbar?

Mit einem solchen Regelwerk sollen insbesondere die bestehenden Risiken minimiert werden. Diese bestehen unter anderem in Folgendem: Der Kommunikationsverlauf in sozialen Netzwerken ist schwer steuerbar (siehe zum Beispiel die Diskussionen um den so genannten „Bud-Spencer-Tunnel“ in Schwäbisch Gmünd im Spätsommer 2011). In sozialen Netzwerken gibt es keine Hierarchien. Es besteht die Notwendigkeit, sehr schnell und adäquat zu reagieren. Einmal Geschriebenes kann nicht mehr zurückgenommen werden. Fehler oder ungeschickte Äußerungen werden im Zweifelsfall rasend schnell kopiert und weiter verbreitet und können einen virtuellen Sturm der Empörung nach sich ziehen, beispielsweise wenn es sich um Verstöße gegen die Netiquette handelt (= gutes Benehmen in elektronischen Netzwerken nach den dort herrschenden ungeschriebenen Gesetzen).

Datenschutz

In den vergangenen Monaten ist Facebook in die Kritik der Datenschützer geraten, da persönliche Daten wie die Rechneradresse der Seitenbesucher gespeichert werden. In Schleswig-Holstein gipfelte dieser Umgang mit persönlichen Daten in der Forderung des unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz an öffentliche Einrichtungen, ihre Facebook-Seiten wieder zu löschen. Mittlerweile hat sich Facebook dazu verpflichtet, sich einem strengeren Datenschutz-Regime zu unterwerfen³ Ob damit den Forderungen des deutschen Datenschutzes tatsächlich Genüge getan wird, bleibt abzuwarten. In Baden-Württemberg hat sich der Landesbeauftragte für den Datenschutz im Dezember 2011 bereit erklärt, kommunale Facebook-Seiten zu tolerieren, sofern sie bestimmte Regeln einhalten: „Was Social Plug-ins angeht, so bin ich vorübergehend bereit, Ersatzlösungen wie zum Beispiel den (...) sog. Zwei-Klick-Button zu tolerieren, der vor der Aktivierung des eigentlichen Like-Buttons eine vorgelagerte Freigabe (...) vorsieht. Ich sehe aber insbesondere die Betreiber von sozialen Netzwerken selbst in der Pflicht, die bisherigen Mängel zu beseitigen“⁴.

Weiteres Vorgehen

Insofern steht den künftigen Social-Media-Aktivitäten der Stadt unter Beachtung gewisser Regeln nichts mehr entgegen. Den Aufwand schätzt die Verwaltung in Anlehnung an Umfragen bei anderen Städten auf sechs bis zehn Stunden pro Woche. Deshalb hat sie in der Vorlage 801/2011 bei der Stabstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit plus 0,2 Stellenanteil für Sachbearbeitung beantragt.

³ www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-unterwirft-sich-strengem-Datenschutz-Regime-1387251.html, aufgerufen am 29.12.2011

⁴ 30. Tätigkeitsbericht 2011 des Landesbeauftragten für den Datenschutz Baden-Württemberg, veröffentlicht am 12.12.2011