Erfahrungen

Authentisch bleiben

[14.10.2021] Soziale Medien bieten Politikern die Chance, mit den Bürgern in den direkten Austausch zu treten, Nähe aufzubauen und Entscheidungen transparent zu machen. Wichtig ist es dabei, sich nicht zu verstellen und auf Augenhöhe mit den Nutzern zu kommunizieren.

Stehen Wahlen an, wird gerne darüber diskutiert, welchen Einfluss die sozialen Medien auf politischen Erfolg haben und ob eine Präsenz auf Kanälen wie Facebook oder Instagram heutzutage nicht ein Muss für Politiker ist. „Unbedingt notwendig ist eine Social-Media-Präsenz für Politiker nicht“, meint dazu Politikberater Erik Flügge, „allerdings geht ohne soziale Netzwerke eine echte Chance verloren, über das zu kommunizieren, was im Rat stattfindet. Denn alle Ratsmitglieder zusammengenommen haben – wenn sie aktiv kommunizieren – vor allem in kleineren Kommunen eine relevante Reichweite.“
Katrin Albsteiger, Oberbürgermeisterin von Neu-Ulm, zählt zu denjenigen Kommunalpolitikerinnen und -politikern, die sich durch eine besonders starke Präsenz in den sozialen Netzwerken auszeichnen. Im Vorfeld der bayerischen Kommunalwahl 2020 wurde sie gar zur Spitzenreiterin in Sachen Social-Media-Beliebtheit im Freistaat gekürt. Albsteiger ist auf Facebook (rund 12.000 Abonnenten) und Instagram (circa 5.000 Abonnenten) aktiv. Follower erhalten darüber Einblicke in ihre Arbeit als Oberbürgermeisterin und „hin und wieder erfahren sie auch das ein oder andere Detail über mich als Privatperson abseits der Politik“, sagt Albsteiger. „Meine Offenheit in privaten Dingen hat aber enge Grenzen – Urlaubsbilder und Fotos, die meine Familie zeigen, sind beispielsweise bei mir sehr selten. Meine Kinder bekommt man höchstens mal von hinten zu sehen.“

Politiker sollten aktiv selbst posten

Mandatsträger sollten die Öffentlichkeit regelmäßig über die eigene Arbeit sowie öffentliche Vorgänge und Zusammenhänge informieren und zeigen, dass sie auf vielfältige Weise ansprechbar sind, findet Katrin Albsteiger. Das müsse aber nicht zwingend via Social Media passieren. „Entscheidend ist, dass die gewählten Kommunikationskanäle zu einem passen und man bei der Kommunikation authentisch bleibt“, meint sie. „Ich mache daher jeden einzelnen Beitrag, jedes Posting, jede Story selbst – oft spätabends am Ende eines Arbeitstags. Daher sollte man sich vorab schon überlegen, ob man genügend Zeit für Aktivitäten in den sozialen Netzwerken aufbringen kann und möchte.“
„Auf keinen Fall sollten Politiker ihre Kanäle von extern oder Fremden bespielen lassen, sondern aktiv selbst posten“, pflichtet ihr Rostocks Oberbürgermeister Claus Ruhe Madsen bei. Der Däne – übrigens der erste ausländische Oberbürgermeister einer deutschen Großstadt – darf sich ebenfalls als Social-Media-Rekordhalter bezeichnen: Mit rund 5.300 Followern auf LinkedIn gilt er aktuell als erfolgreichster Bürgermeister Deutschlands auf dieser Plattform. Daneben nutzt er Facebook (circa 13.000 Follower), Instagram (14.500 Abonnenten) und Twitter (fast 4.000 Follower).

Den Menschen auf Augenhöhe begegnen

Auf politischen Erfolg haben die sozialen Medien seiner Ansicht nach allerdings nur bedingt Einfluss. „In erster Linie ist es wichtig, dass du gute Arbeit leistest und für das brennst, was du machst – das ist auf jeden Fall mein Motto“, erklärt Madsen. „Politischen Erfolg muss man sich mit viel Engagement für die Sache und Herzblut für die Anliegen der Bürgerinnen und Bürger hart erarbeiten“, stellt auch Katrin

Albsteiger klar. „Es kann durch soziale Medien aber gelingen, Wählergruppen zu erreichen, die nicht auf Veranstaltungen kommen und keine Zeitung lesen.“
„Soziale Medien geben Kommunalpolitik und Verwaltung die Chance, mit den Bürgerinnen und Bürgern in den direkten Austausch zu treten“, wirft Claus Ruhe Madsen einen weiteren Aspekt auf. „Im Gegensatz zu formalen Veranstaltungen mit Grußworten und Ähnlichem findet hier kein Monolog statt, sondern alles passiert im Dialog.“ So könne man die Bürger aktiv einbeziehen und Entscheidungen der Verwaltung transparent machen. „Ich freue mich in jedem Fall über den konstruktiven Austausch, den diese Plattformen ermöglichen“, so Madsen. Wichtig bei der Nutzung sozialer Medien sei es aber, ehrlich gegenüber der Community zu sein und sich nicht zu verstellen. „Man sollte den Menschen auf Augenhöhe begegnen, zuhören und einen ehrlichen Dialog führen – auch gerne mit Ecken und Kanten.“
„Wenn man in sozialen Netzwerken unterwegs ist, ist das Wichtigste die Interaktion“, meint auch Berater Erik Flügge. „Das heißt, auf Kommentare reagieren, mit Leuten das Gespräch suchen und auf Nachrichten antworten.“ „Eine einseitige Kommunikation sollte in den sozialen Medien auf jeden Fall vermieden werden“, bestätigt Felix Heinrichs. Er ist im September vergangenen Jahres als jüngster Oberbürgermeister Nordrhein-Westfalens ins Rathaus der Stadt Mönchengladbach eingezogen. Der Mönchengladbacher OB nutzt Facebook (über 3.000 Follower) und Instagram (knapp 5.000 Abonnenten). Social Media dienten ihm zudem im Wahlkampf als wichtiges Instrument, um möglichst viele Menschen zu erreichen. „Ich habe die Wählerinnen und Wähler mit täglichen Beiträgen und Storys durch den Wahlkampf mitgenommen, mein Programm vorgestellt und so auch gleich eine Art persönliche Verbindung aufgebaut“, beschreibt Heinrichs. „Ich denke, so konnte ich gerade die jüngeren Menschen in Mönchengladbach erreichen.“

Kritik ist völlig in Ordnung

Die sozialen Medien leben also von der Interaktion, von den Reaktionen und Kommentaren der Nutzer. Dabei sehen sich Kommunalpolitiker allerdings auch häufig Kritik ausgesetzt. Das sei völlig in Ordnung, findet Mönchengladbachs OB Felix Heinrichs, „solange diese angemessen formuliert ist.“ Er selbst habe bislang zum Glück noch keine Erfahrungen mit Pöbeleien oder Beleidigungen über seine offiziellen Kanäle gemacht. „Ganz im Gegenteil gibt es immer wieder verteidigende Kommentare, wenn pauschale Kritik oder grenzwertige Beiträge gepostet werden. Das freut mich natürlich sehr.“ Rostocks OB Claus Ruhe Madsen erhält über seine Social Media Accounts ebenfalls mehrheitlich positives Feedback. Für konstruktive Kritik sei er aber immer offen: „Ich habe kein Problem mit unterschiedlichen Meinungen, die im Netz geäußert werden. Hasskommentare lese ich mir allerdings nicht durch.“
„Auch in der Stadtteilkneipe werden Politiker mal blöd von der Seite angemacht“, sagt dazu Berater Erik Flügge. Man dürfe auf seinen Social Media Accounts aber eine klare Grenze ziehen: „Kritik ist okay, Beleidigungen sind es nicht. Massive Beschimpfungen muss sich keiner bieten lassen.“ Neu-Ulms Oberbürgermeisterin Katrin Albsteiger ergänzt: „Klar ist auch: Wer bedroht wird, sollte sofort zur Polizei gehen und Anzeige erstatten.“

()

https://www.kommune21.de/heftarchiv_313_Kommune21102021.html

Stichwörter: Social Media, Neu-Ulm, Rostock, Mönchengladbach