

SOZIALE ARBEIT & SOCIAL MEDIA

Leitfaden für Institutionen und Professionelle der Sozialen Arbeit

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort
	Neue Medien in der Sozialen Arbeit
2	Braucht es Social Media in der Sozialen Arbeit?
4	Mediatisierung der Sozialen Arbeit
8	Möglichkeiten für die Soziale Arbeit: Interview mit Matthias Naleppa
	Social Media-Entscheidungsgrundlagen
10	Kanäle der Social Media
12	Zukunftsperspektiven: Interview mit Daniel Graf
14	Entscheid für oder gegen Social Media
	Social Media aus der Sicht von Betroffenen
18	Accessibility: Interview mit René Jaun
22	Aktiv trotz Einschränkungen: Interview mit David Siems
25	Möglichkeiten in der Sozialen Arbeit: Interview mit Silvia Schoch-Meyer
28	Bei welchen Zielgruppen besteht Handlungsbedarf?
	Social Media und Datenschutz/Recht
30	Datenschutz: Interview mit Bruno Baeriswyl
32	Recht und Social Media: Interview mit Ursula Widmer
34	Persönlichkeitsschutz und Ortungssysteme: Interview mit Kurt Pärli
	Social Media und Soziale Organisationen
38	Erfahrungen der Jugendarbeit: Interview mit Marcel Küng
42	Social Media für Dienstleistungsorganisationen: Interview mit Marie-Christine Schindler
46	Social Media Guidelines
47	Social Media Policy
48	Berufsethische Fragen: Interview mit Olivier Grand
50	Empfehlungen für die Soziale Arbeit
54	Zukunftsaussichten

10
JAHRE

Internetplattform
Sozialwesen Schweiz

www.sozialinfo.ch

VORWORT

Wir freuen uns, Ihnen zum 10-Jahres-Jubiläum des Vereins sozialinfo.ch die vorliegende Publikation präsentieren zu dürfen. Sie befasst sich mit dem **Potenzial der neuen Medien für die Soziale Arbeit** – zeigt aber auch auf, wo die Hürden und Gefahren liegen. Unsere Gesellschaft wurde durch den Boom der neuen Medien regelrecht überschwemmt und muss nun erst lernen, mit den neuen Anwendungen zurechtzukommen und diese gewinnbringend zu nutzen. Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Politiker und jüngere Menschen haben sich längst damit auseinandergesetzt. Medienkompetenz und die Freude am vielschichtigen Austausch unter Menschen ist oftmals vorhanden. Viele grundsätzliche Fragen sind aber noch nicht oder nur unzureichend geklärt, gerade in dem für den Sozialbereich wichtigen Bereich des Daten- und Persönlichkeitsschutzes. Das führt dazu, dass Institutionen und Professionelle der Sozialen Arbeit im Umgang mit Social Media eher zurückhaltend sind.

Ob die Tools in zehn Jahren noch «Facebook» oder «Twitter» heissen ist ungewiss. Gewiss ist aber, dass sich die **neue Art der Kommunikation** etablieren wird und wir nicht darum herumkommen, uns damit zu befassen und Kommunikation neu und anders zu leben.

Mit diesem Leitfaden möchten wir Ihnen Mut machen für die Auseinandersetzung mit der Thematik. Neben Beiträgen zu verschiedenen Aspekten des Themas lassen wir Menschen zu Wort kommen, bei welchen **Social Media und Soziale Arbeit** sich in irgendeiner Form berühren: sei dies als Betroffene, als Professionelle in der Sozialen Arbeit oder im institutionellen und rechtlichen Rahmen. Gerade für Institutionen sind die Rechtslage in der Schweiz, der Datenschutz, der Persönlichkeitsschutz und die Möglichkeit zielgerichteter PR spannend und wichtig.

Für die Bereitschaft zu den Gesprächen, die Mitarbeit und sorgfältige Auseinandersetzung mit den Themen danken wir all jenen, die hier mitgearbeitet haben, ganz herzlich!

Die hier veröffentlichten Stellungnahmen haben keinen Anspruch auf Richtigkeit oder Vollständigkeit. Wir möchten Sie lediglich dazu einladen, sich auf das **Thema einzulassen** – sei dies als Institution oder Behörde, als Professionelle der Sozialen Arbeit oder einfach als Privatperson.

Geschäftsstelle sozialinfo.ch

Barbara Beringer, Geschäftsleiterin

BRAUCHT ES SOCIAL MEDIA IN DER SOZIALEN ARBEIT?

Im Jahr 2012 ist das Web 2.0 in der breiten Öffentlichkeit angekommen. Verschiedene Social Media-Kanäle haben im Alltag der Leute ihren Platz gefunden. Parallel dazu hat auch die gesellschaftliche Diskussion über Datenschutz und Privatsphäre zugenommen. Wir haben uns gefragt, welchen Stellenwert Social Media-Kanäle für die Soziale Arbeit haben.

Im Gegensatz zu andern Berufsfeldern bestimmt in der Sozialen Arbeit der institutionelle Rahmen, bzw. die Klientenschaft zu einem grossen Teil die Bedürfnisse im Bereich Social Media mit. So gibt es einerseits Institutionen, für welche die aktive Nutzung der Sozialen Netzwerke wohl auch in Zukunft kaum ein Thema ist, man denke z.B. an öffentliche Sozialdienste. Andererseits gibt es Bereiche wie z.B. die Jugendarbeit, wo man bereits viele Erfahrungen im Umgang mit Sozialen Netzwerken gesammelt hat. In den Bereichen der Sozialpädagogik, Gemeinwesenarbeit, Migrationsarbeit, Selbsthilfe oder Altersarbeit werden die Möglichkeiten und Herausforderungen erst jetzt erkannt.

Mit diesem Leitfaden möchten wir Ihnen **Chancen und Gefahren der Sozialen Netzwerke** aufzeigen, **immer fokussiert auf die Soziale Arbeit**. Dabei richten wir den Blick gezielt auf einzelne Aspekte und Problemfelder.

Einige Mitarbeitende der Geschäftsstelle sozialinfo.ch haben mit Fachpersonen aus verschiedenen Bereichen Interviews geführt. Diese Interviews enthalten einen persönlichen Teil (allgemeine Fragen) und einen spezifischen Teil (fachliche Fragen). Die allgemeinen Fragen sind bei allen Personen gleich, was einen interessanten Vergleich ermöglicht. Die Aussagen in den Interviews sind persönlich und haben keinen Anspruch auf Richtigkeit oder Vollständigkeit.

Neben den Interviews wird im Leitfaden eine Serie von Artikeln präsentiert, in welche die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle sozialinfo.ch die Erfahrungen einfließen lassen, die sie in den letzten zwei Jahren mit der Erstellung und Bewirtschaftung der Social Media-Kanäle gemacht haben. Dabei werden die unterschiedlichen Blickwinkel der Technik, der Organisation und der Sozialen Arbeit berücksichtigt.

Das Ergebnis sind Meinungen und Aussagen zu verschiedenen Themen im Schnittpunkt der Sozialen Arbeit und Social Media.

Ziel des Leitfadens ist es, die Diskussion zu eröffnen und die Professionellen der Sozialen Arbeit wie auch die Institutionen zu ermutigen, sich mit dem Thema zu befassen.



Barbara Beringer

«Das Wissen um die Grenzen von Social Media löst meinerseits unguete Gefühle aus. Ich befürchte gerade bei Menschen mit ungenügender Medienkompetenz oder wenig Lebenserfahrung negativ prägende Erlebnisse.»

dipl. Sozialarbeiterin FH und eidg.
dipl. Web Projekt Managerin

Gründerin des Internetportals
www.sozialinfo.ch

Funktion

Geschäftsleiterin der Geschäftsstelle
sozialinfo.ch

Internetgeneration

Digital Immigrant

Beiträge

Herausforderungen des Web 2.0 für Organisationen und Strategien von Sozialen Institutionen; Empfehlungen für die Soziale Arbeit



Martin Heiniger

«Ob die neuen Kommunikationsformen zu mehr Freiheit, Demokratie oder insgesamt einem besseren Leben führen, ist offen. Der soziale Druck, teilzunehmen und vieles von sich preiszugeben, kann auch unfrei machen.»

dipl. Sozialarbeiter HFS und
BA Medien- und
Kommunikationswissenschaften

Funktion

Verantwortlicher Informationsmanagement
Geschäftsstelle
sozialinfo.ch.

Internetgeneration

Digital Immigrant

Beiträge

Entwicklung von Informatik und Web in der Sozialen Arbeit;
Sinn der Anwendung von Social Media in den verschiedenen Berufsfeldern



Patrick Blaser

«Ich wünsche mir, dass Social Media zu mehr Transparenz innerhalb von Firmen, Organisationen und Staaten führt und dadurch mehr Dialog und Zusammenarbeit stattfindet: Aus der Kraft, die in der Vernetzung der Menschen liegt, kann viel Neues gestaltet werden.»

Webdesigner und dipl. Online
Marketing Manager

Funktion

Verantwortlicher Web und Social Media
Geschäftsstelle
sozialinfo.ch

Internetgeneration

Digital Immigrant

Beiträge

Technische Möglichkeiten von Web 2.0;
Anwendungen der verschiedenen Social Media-Kanäle

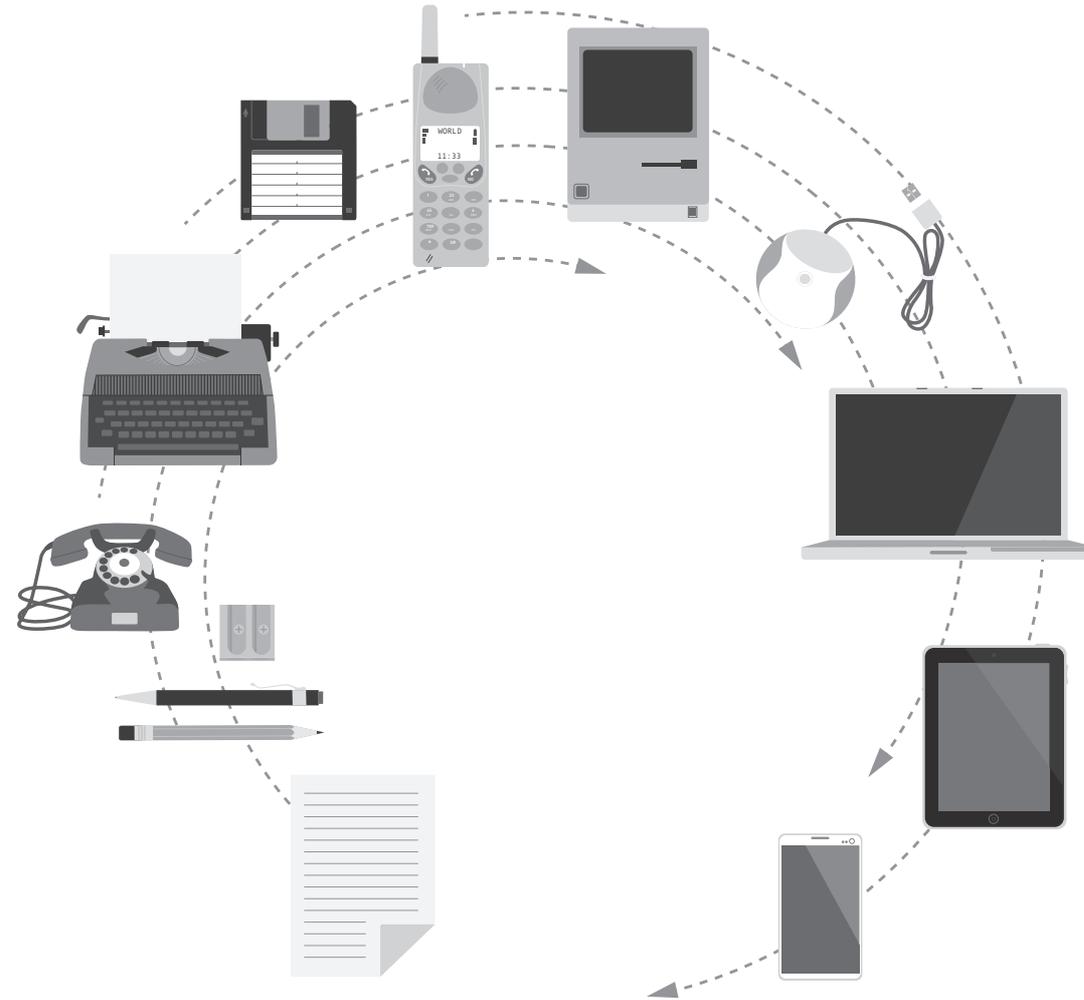
Wichtig ist uns die Erkenntnis, dass diese Auseinandersetzung auch dem Schutz der Klientinnen und Klienten, der Professionellen und der eigenen Institution dient.

Ganz dem Thema entsprechend wird die Diskussion in unserem **Blog** «Soziale Arbeit und Social Media» unter <http://blog.sozialinfo.ch> weitergeführt. Vielleicht gibt es etwas, das Sie uns mitteilen möchten? Wir freuen uns darauf! Im Blog finden Sie auch eine permanent aktualisierte Liste mit weiterführenden Links, die ungekürzte Fassung der Interviews und zahlreiche zusätzliche Fakten und Dokumente.

Wir wünschen Ihnen viel Spass bei der Lektüre!

Geschäftsstelle sozialinfo.ch

Barbara Beringer, Geschäftsleiterin



MEDIATISIERUNG DER SOZIALEN ARBEIT

Vor noch nicht allzu langer Zeit gab es in den wenigsten Sozialberatungsstellen eine Computerstation. Berichte wurden an der Schreibmaschine getippt, Handnotizen tatsächlich von Hand verfasst, Budgets mit Griffel und Taschenrechner auf kopierten Formularen erstellt, Dossiers lagen ausschliesslich in Form von Papieren vor. Heute ist der Computer zum unverzichtbaren Arbeitsinstrument für all diese Tätigkeiten geworden. Sicher gibt es Unterschiede zwischen den Arbeitsfeldern; vielleicht gibt es sogar einzelne Felder, in denen sich resistente MitarbeiterInnen eine herkömmliche Arbeitsweise erhalten konnten. Aber im Grossen und Ganzen gehören EDV und elektronische Kommunikation heute zu allen Arbeitstätigkeiten. Man kann also durchaus von einer **Mediatisierung¹ der Sozialen Arbeit** sprechen. Wer schon länger in der Sozialen Arbeit tätig ist, hat diesen Wandel mit grosser Wahrscheinlichkeit hautnah miterlebt; nach einer groben Einschätzung vollzog er sich ungefähr während der letzten 10-15 Jahre. So sind z.B. elektronische Programme zur Dossierverwaltung seit den späten 90er-Jahren verfügbar.²

DER COMPUTER ALS «MEDIUM»

In unserem Alltagsverständnis neigen wir dazu, diese Technologien als Werkzeuge wahrzunehmen, mit denen wir Dinge tun, die wir vorher auch schon taten: mit Personen in Kontakt treten, Informationen zusammentragen, austauschen, archivieren, etc. Nur dass wir das alles jetzt etwas bequemer und schneller tun können.

Wagen wir eine etwas differenziertere Sichtweise: Geräte wie Computerstationen, Tablets und Mobiltelefone, aber auch die durch sie gebildeten Netze wie das Internet oder das mobile Kommunikationsnetz können wir als «Medien» auffassen. Damit ist etwas vereinfacht gemeint, dass sie eine Art vermittelnder Funktion zwischen uns und anderen Menschen oder, genereller, der Welt einnehmen, sodass von ihnen auch als «Ausweitungen des Körpers» gesprochen wird.³

«Medien» im engeren Sinne machen uns bestimmte Inhalte verfügbar, z.B. Signale, Informationen oder Botschaften, wodurch sie unser Wissen und damit unsere Handlungsmöglichkeiten erweitern. Aber das ist noch nicht alles. Dass das Medium selbst die eigentliche «Botschaft» sei, hat der kanadische Visionär Marshall McLuhan schon vor einiger Zeit behauptet.⁴

Noch vor den Inhalten, die es transportiert und verbreitet, verändert bereits die Existenz und Verfügbarkeit eines Mediums unser Leben. So hat beispielsweise das Telefon die Möglichkeiten, unser Leben zu organisieren, drastisch erweitert und verändert. In analoger Weise kann man feststellen, dass die Eisenbahn entscheidend zur Zentrumsbildung und damit zur Urbanisierung beigetragen hat, während die Zersiedelung, die wir heute in der Schweiz kennen, ohne das Auto nicht in diesem Ausmass stattgefunden hätte. Die Auswirkungen eines Mediums sind offenbar nicht zuletzt in Gebieten zu finden, die auf den ersten Blick nicht unmittelbar mit ihm zu tun haben. Es wird zudem angenommen, dass Neuerungen ab einem bestimmten kritischen Verbreitungsgrad sogar gegenteilige, den ursprünglichen Erwartungen entgegengesetzte Effekte erzeugen können. Die schon lange enttäuschte Hoffnung, dass die EDV zum papierlosen Büro führen werde, ist hierfür ein allzu bekanntes Beispiel.

VERÄNDERT DER COMPUTER DIE SOZIALE ARBEIT?

Was sind denn die Auswirkungen des Computers auf die Soziale Arbeit? Wie hat sich die Arbeit mit den KlientInnen durch die flächendeckende Ausstattung der Arbeitsplätze mit Computerstationen, Dossierverwaltungsprogrammen, Internet und all seinen noch längst nicht ausgeschöpften Möglichkeiten verändert?

Von Beginn an war damit auch eine legitimatorische Absicht verknüpft. Die Reform der öffentlichen Verwaltung, die seit den 90er-Jahren unter Begriffen wie «NPM» (New

¹ Mediatisierung verstanden als «Vereinnahmung durch bzw. die Ausnutzung von Medien in Bereichen, in denen dies vorher nicht üblich war», vgl. Wikipedia (<http://bit.ly/13SRNRH>; abgerufen am 09.01.2013) | ² Das Produkt KLIB ist beispielsweise seit ca. 1998 auf dem Markt (<http://bit.ly/YXBuVH>; abgerufen am 04.01.2013); Infogate bietet nach eigenen Angaben seit 20 Jahren Software für das Sozialwesen an (<http://bit.ly/ZAYR5h>; abgerufen am 15.01.2013) | ³ Vgl. McLuhan, Marshall: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Verlag der Kunst, Dresden/Basel, 1995; S. 15

⁴ McLuhan, 1995; S. 21f.

Public Management) oder «WoV» (Wirkungsorientierte Verwaltungsführung) stattgefunden hat, hat sich in der Sozialen Arbeit stark ausgewirkt. In der öffentlichen Verwaltung angegliederten Diensten sind der Effizienzdruck und die Forderung nach Dokumentation und Legitimation besonders spürbar geworden. Es erstaunt deshalb nicht, dass in diesen Feldern eine elektronische Datenverarbeitung, die seit jeher den Nimbus der Rationalität und der Effizienz mit sich führt, am frühesten Einzug gehalten hat. Der Schluss liegt hier nahe: Effiziente und rationale Mittel erzeugen ein effizientes, rationales und damit qualitativ hochstehendes Resultat. Nur: Ist dies die einzige Botschaft des Computers, oder gibt es auch Risiken und Nebenwirkungen? Im Folgenden werden einige Einwände aufgeführt, die möglicherweise ebenso schwierig zu beweisen wie zu widerlegen sind, die aber zumindest bedenkenswert erscheinen.

KRITIK AM COMPUTER

Seitens der «kritischen Sozialarbeit» werden Entwicklungen, die eng mit der Verwaltungsreform zusammen hängen, unter dem Begriff der «Ökonomisierung» thematisiert.⁵

Ein wichtiger Kritikpunkt ist, dass **betriebswirtschaftliche Handlungsmaximen** die herkömmliche Soziale Arbeit als ineffizient erscheinen lassen und dadurch deren fachliche Kriterien verdrängen.⁶

Hierbei geht es um die Frage, inwiefern der Erfolg sozialarbeiterischer Interventionen operationalisierbar und damit messbar ist. Ganz offensichtlich gewinnt der «Einsatz technologischer Mittel [...] an Bedeutung.»⁷

Wo es darum geht, Resultate quantitativ zu erheben, ist der Computer natürlich ein geeignetes Instrument. Wenn nun aber «technische Veränderungen nicht nur unsere Lebensgewohnheiten, sondern auch die Formen des Denkens und Werturteilens wandeln?»⁸

Konkret könnte das z.B. bedeuten, dass eine Erfassungsmaske, mit der ein Prozess dokumentiert werden soll, be-

stimmte, allenfalls fachfremde Kriterien vorgibt und sich in der Folge die eigene Wahrnehmung und Situationsdefinition verengt. Die verwendeten Modelle sind «hoch standardisiert und auf Ursache- und Wirkungszusammenhänge technologischer Verfahren abgestimmt und nicht auf komplexe menschliche Handlungsweisen und Sinnzusammenhänge.»⁹

Die Standardisierung solcher Prozesse bringt daher die Gefahr der Simplifizierung mit sich, die über die notwendige Reduktion von Komplexität hinausgeht. Dies wird aus professioneller Sicht fragwürdig, wenn statt das Wohl und die Rechte des Gegenübers die Dokumentierbarkeit und Legitimierbarkeit der eigenen Arbeit in den Vordergrund rückt.¹⁰

Es ist kaum abzustreiten, dass der Computer durch seine Eigengesetzlichkeit an dieser Entwicklung massgeblich mitbeteiligt ist. Kurz gesagt besteht die Gefahr, dass der Computer uns dazu bringt, nicht nur die Dossiers, sondern die Menschen zu verwalten, indem sie auf Komplexe von Faktoren reduziert werden.

In der Sozialen Arbeit haben wir Menschen vor uns, mit einer je eigenen Biografie, einem einmaligen Charakter. Sie zu verstehen und in ihrer Individualität zu würdigen, setzt voraus, dass wir die je eigene Sinnhaftigkeit erkennen. Dies lässt sich mit standardisierten Verfahren jedoch nicht erreichen. Es geht also darum, die **Balance** zu finden zwischen **sinnvoller Rationalisierung** und der Verteidigung von **fachlichen Qualitätskriterien**, die mittels normierender Verfahren nicht eingehalten werden können.

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Zunahme dokumentarischer Arbeit. Unbestritten ist, dass der Computer viele Dinge vereinfacht. Ob man all diese Dinge ohne ihn überhaupt machen würde, ist eine andere Frage. Sicher ist, dass der Aufwand, der für Verwaltungsarbeiten (also Dokumentation und eben auch Legitimation) betrieben wird, gestiegen ist. Parallel zu den grösseren Möglichkeiten und

⁵ Vgl. Bakic, Josef et al.: Wiener Erklärung zur Ökonomisierung und Fachlichkeit in der Sozialen Arbeit, 2007 (<http://bit.ly/YXBxhC>; abgerufen am 04.01.2013) | ⁶ Vgl. Kriso: New Public Management in der Sozialen Arbeit. Eine Kritik. Zürich, 2012; S. 5, S. 13 (<http://bit.ly/XhWDCU>; abgerufen am 04.01.2013), vgl. auch Seithe Mechthild: Schwarzbuch Soziale Arbeit. VS Verlag, 2012; S. 164 ff. | ⁷ Kriso, 2012; S. 15 | ⁸ McLuhan, 1995; S. 105 | ⁹ Kriso, 2012; S. 12 | ¹⁰ Siehe zu diesem Thema: Galuske, Michael; Rosenbauer, Nicole: Diagnose und Sozialtechnologie. In: Bakic, Josef et al.: Aktuelle Leitbegriffe der Sozialen Arbeit. Löcker Verlag, 2008; S. 73ff. (<http://bit.ly/13Wlxrt>, abgerufen am 15.01.2013)

der Vereinfachung der Datenerfassung sind zunehmend Verwaltungstätigkeiten an das sozialarbeiterische Beratungspersonal delegiert worden, wodurch die Arbeitsbelastung zugenommen hat.¹¹

WAS TROTZDEM FÜR COMPUTER SPRICHT

Sprechen diese Einwände gegen den Computer als Arbeitsinstrument, resp. Medium in der Sozialen Arbeit? Wohl kaum. Die Erleichterungen, die dieses Arbeitsinstrument mit sich bringt, sind nicht von der Hand zu weisen. Gerade im Bereich des Wissens- und Informationsmanagements sind zudem Möglichkeiten entstanden, die es vorher noch gar nicht gab. Unsere eigenen **Dienstleistungen auf dem Internetportal sozialinfo.ch** geben dafür ein naheliegendes Beispiel ab. Ein weiterer Aspekt ist, dass Organisationen des Sozialwesens nicht autonom funktionieren, sondern mannigfach mit anderen Organisationen und Dienstleistern verflochten sind und hier anschlussfähig sein müssen. Es wäre weltfremd, hier aussen vor bleiben zu wollen. Aber es ist genauso wichtig, ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, welche möglicherweise unwillkommenen Effekte der Computer hervorbringt, was also die Botschaften dieses Mediums sind oder, anders gesagt, wie Medien als «Psychotechnologien» die Formen unseres Denkens prägen.¹²

In dieser Fähigkeit zur kritischen Distanz lässt sich natürlich ein Aspekt von **Medienkompetenz** erkennen. Fehlt das Bewusstsein im Umgang mit alltäglichen Technologien ist genauso gefährlich wie deren generelle Ablehnung. Dies umso mehr, als die Entwicklung bei Weitem nicht abgeschlossen ist. Um ein weiteres Mal McLuhan zu zitieren: «der Inhalt eines Mediums [ist] immer ein anderes Medium».¹³ Der Inhalt des Buchs ist Schrift, der Inhalt von Schrift ist Sprache, und so weiter. Den Computer könnte man vielleicht als Medium der unbegrenzten Möglichkeiten betrachten. Wenn auch letztlich alles auf Nullen und Einsen basiert, so sind den Einsatzmöglichkeiten kaum

Grenzen gesetzt. Die wahre Botschaft des Computers ist vielleicht, dass man seine Verwendungszwecke beliebig formen, erweitern und erfinden kann. Und alle diese ständig erweiterten Möglichkeiten schreiben sich in unseren Alltag ein. Auch wenn wir sie eine Zeitlang ignorieren können, sie sind da und entfalten ihre Wirkungen, bei uns, bei unseren KlientInnen.

SOCIAL MEDIA UND SOZIALE ARBEIT

Zu den wichtigsten neuen «Medien im Medium» Computer zählen «Social Media». Wenn auch viele Digital Immigrants damit vielleicht (noch) nicht viel anfangen können, so sind sie doch da. Sie sind **Teil unserer Lebenswelt und derjenigen der KlientInnen Sozialer Arbeit** geworden. Sie gestalten die Art um, wie wir Beziehungen knüpfen und pflegen, wie wir uns organisieren und informieren. Wenn wir als Professionelle der Sozialen Arbeit nicht Opfer einer digitalen Kluft werden wollen, so ist es wichtig und notwendig, dass wir uns damit, mit ihren Möglichkeiten, ihren Botschaften auseinandersetzen. Auch wenn man kritisch ist und bleiben will: Fundiert kritisieren kann man erst, was man kennengelernt hat.

ZU UNSEREN DEFINITIONEN:

Im Zug der Auseinandersetzung mit dem Thema haben wir realisiert, dass viele Begriffe verwendet werden und oft nicht dasselbe darunter verstanden wird. Wir beschränken uns deshalb nach Möglichkeit auf den Begriff **«Social Media»** und verstehen darunter all jene Kommunikationskanäle, in welchen Inhalte publiziert werden, die von den Benutzern kommentiert, weiterverbreitet oder bearbeitet werden können. Wir sehen vom Gebrauch des deutschen Begriffes «Soziale Medien» ab.

In den Interviews verwenden wir den Begriff **«Digital Native»**. Als Digital Natives (dt.: digitale Eingeborene) werden Personen bezeichnet, die mit digitalen Technologien wie Computer, Internet, Mobiltelefon und MP3-Player aufgewachsen sind. Als Antonym existiert der Begriff des **Digital Immigrant** (dt.: digitaler Einwanderer) für jemanden, der diese Dinge erst im Erwachsenenalter kennengelernt hat.¹⁴

¹¹ Vgl. Ley, Thomas: «Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken.» Oder: Zur Konstruktion des sozialpädagogischen Falles in computerisierten Arbeitsumgebungen. In: Cleppien, Georg; Lerche, Ulrike (Hrsg.): Soziale Arbeit und Medien. VS Verlag, 2010; S. 224 | ¹² Vgl. Mahrenholz, Simone; Derrick de Kerckhove – Medien als Psychotechnologien. In Lagaay, Alice; Lauer, David (Hrsg.): Medientheorien. Eine philosophische Einführung. Campus-Verlag, 2004; S. 70f. | ¹³ McLuhan, 1995; S. 22 | ¹⁴ vgl. Wikipedia, Stand vom 21.1.2013: <http://bit.ly/XG805t>

MÖGLICHKEITEN FÜR DIE SOZIALE ARBEIT

Interview mit Matthias Naleppa



Matthias Naleppa

Arbeitsort, Funktion
Berner Fachhochschule,
Dozent

Internetgeneration
Digital Immigrant

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?
Ca. 1 bis 2 Stunden pro Tag

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

Mein Gebrauch von Social Media beschränkt sich vor allem auf Anwendungen für meine Arbeit, also dem Folgen von Twitter, Blogs und RSS-Feeds zu sozialen und gesellschaftlichen Themen, dem Einsatz von Podcasts in Seminaren und Workshops und der Teilnahme an einer E-Community von Lehrenden.

Wie hat sich Ihr Leben durch Social Media verändert?

Es ist einfacher geworden, an Informationen heranzukommen. Als in der Schweiz lebender Amerikaner kann ich auch aus der Entfernung heraus in den USA sozial und politisch an gesellschaftlichen Prozessen wie z.B. dem Wahlkampf aktiv teilhaben.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Theoretisch geht es auch ohne. Vor allem im Privaten bin ich sowieso kein heavy User. Die unterstützenden Funktionen beim Unterrichten oder in Workshops würde ich allerdings vermissen.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Ich trenne beruflich und privat relativ streng. Lange Zeit war ich bei Facebook. Als allerdings dann auch Kollegen und Vorgesetzte angeklopft haben, habe ich mich bei Facebook wieder abgemeldet. Ich war ehrlich gesagt auch ein bisschen gelangweilt von Facebook. Mit engen Freunden habe ich sowieso andere Kontakt- und Kommunikationsformen.

Was denken Sie zum Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Persönlichkeitsschutz sehe ich als problematisch. Vor allem Anbieter wie Facebook und Google zeigen immer

wieder, wie weit die Vorstellungen zum Datengebrauch auseinanderklaffen. Ich selber versuche, sehr bewusst zu entscheiden, welche Informationen ich herausgebe.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Sie haben unter anderem in den USA gearbeitet und gelehrt. Offenbar ist die Soziale Arbeit in den USA fortschrittlicher, was den Umgang mit Social Media betrifft. Können Sie die gebräuchlichen Anwendungen der Sozialen Arbeit kurz umreißen?

Da ist zum ersten das traditionelle Internet. Vor allem Soziale Organisationen machen sich das zunutze, z. B. für ihren Aussenaustritt und das Fundraising. Inzwischen haben viele dieser Webseiten auch Facebook, Blogs und Twitter als Bestandteil, wobei ich nicht glaube, dass Twitter und Blogs in der Soziale Arbeit von Dauer sein werden.

Online-Beratung ist ein wachsender Anwendungsbereich. Inzwischen belegen Studien auch, dass Online-Beratung für bestimmte Kliententypen und -gruppen sehr effektiv sein kann.

Smartphone und Apps haben sowohl auf Klientenebene – Beispiel ein App, das jemanden daran erinnert, Medikamente einzunehmen – als auch auf Organisationsebene – Thema Fundraising – ihren Platz in der Sozialen Arbeit gefunden.

Dann sind da die E-Communities und Online-Selbsthilfegruppen, die sicherlich nicht nur für Klienten in geographisch abgelegenen Regionen Sinn machen können. Das ist ein Einsatzbereich in der Sozialen Arbeit, der meines Erachtens noch sehr ausbaufähig ist und viel Potenzial enthält.

Podcasts können eine wichtige Rolle bei der Informationsverbreitung spielen. Ich glaube, dass der Gebrauch von Podcasts in der Sozialen Arbeit noch stark steigen wird und im Internet in manchen Bereichen das geschriebene Wort mehr und mehr ersetzen wird.

Eher ausgefallen und (noch?) eine Randerscheinung sind Avatare, also künstliche, dreidimensionale Personen, die ähnlich wie interaktive Videos zum Training genutzt werden können. Da Avatare noch sehr aufwendig in der Herstellung sind, ist eine weite Verbreitung in der Sozialen Arbeit momentan nicht vorstellbar.

Uns scheint, die schweizerische Soziale Arbeit macht sich die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media noch nicht zunutze?

Ich teile diese Einschätzung, glaube aber, dass da viele Faktoren beteiligt sind. Soziale Arbeit in der Schweiz und Social Work in den USA sind zwar ähnliche Berufsfelder, aber die Strukturen, Finanzierung, Systeme, Zielgruppen und Methoden sind oft sehr unterschiedlich. Wenn ich mich als Non-Profit-Organisation auf dem Markt behaupten will, muss ich anders im Internet auftreten. Wenn ich als Therapeut arbeite – 80% der Therapeuten in den USA sind Social Worker – dann sind E-Communities gut einsetzbar.

Wie schätzen Sie die Affinität zu Social Media bei den in der Sozialen Arbeit Tätigen in der Schweiz im Vergleich zu den USA ein?

Generell habe ich das Gefühl, dass die Schweizer bei der Technologie höhere Ansprüche stellen (zum Beispiel Computer, mobile Geräte, etc.), bei den Anwendungen aber vorsichtiger sind. In den USA ist man bei Social Media offener und schneller, kann sich dabei aber auch Probleme einhandeln, wie beim Datenschutz oder bei Anwendungen, die vielleicht doch nicht halten, was sie versprechen.

Haben Sie selber konkreten Erfahrungen in diesem Bereich gemacht?

Ich habe mehrere Jahre eine interaktive Webseite zu einem Beratungs- und Therapiemodell betrieben. Zum einen wurden dort Lehr- und Trainingstools

bereitgestellt. Zum anderen gab es einen Bereich, in dem konkrete Strategien zur Problembewältigung beschrieben wurden. Anwender konnten über einen Feedback-Loop Verbesserungen vorschlagen und so zu einer Verbesserung der Strategien beitragen.

Gibt es in der beruflichen Aus- und/oder Weiterbildung Bestrebungen, dieses Thema zu etablieren?

Als Thema für Weiterbildung in der Sozialen Arbeit sind Social Media noch Neuland. Zunehmend ist der unterstützende Einsatz von Social Media als Tool im Studium sowie in der Fort- und Weiterbildung.

Stellen sich Fragen zum Persönlichkeitsschutz im Zusammenhang mit Social Media?

In der Arbeit mit Studierenden findet der technologische Austausch in der Regel im «geschützten» Rahmen der Hochschul-Infrastruktur statt. Da sehe ich weniger Probleme. In der Arbeit mit Klienten wäre ich weit vorsichtiger. Ich bin kein großer Freund von Google und Facebook, da beide meiner Meinung nach die Grenzen des Persönlichkeitsschutzes nicht ernst genug nehmen.

Wie schätzen Sie die Medienkompetenzen der KlientInnen ein?

Ich glaube, dass wir mit unseren Schätzungen oft danebenliegen. Junge Klienten kommen zwar mit vertrauten Formen von Social Media sehr gut zurecht, komplexere Übertragungen von Wissen und Können auf andere funktionieren dagegen weniger gut. Wir neigen dazu, sie zu

überschätzen, während wir ältere Menschen oft unterschätzen. Dabei haben gerade die «jüngeren Alten», also die 60- bis 70-jährigen, oft sehr grosses Interesse an den neuen Medien.

Was empfehlen Sie den Organisationen/ Beratungsstellen, die sich mit Social Media vertraut machen möchten?

Das hängt stark vom Ziel und der Zielgruppe ab. Grundsätzlich denke ich, dass ein kleiner Einstieg mit der Einbindung möglichst vieler Mitarbeiter am meisten Erfolg verspricht. Vor einigen Jahren arbeitete ich in einer Organisation, die eine modulare Lernplattform einführen wollte. Ein erster Versuch, die Interessierten anzusprechen und bei diesen mit ausführlichem Training und viel Unterstützung den Einsatz zu fördern, hatte nicht den erwünschten Effekt. Als man mit einem sehr vereinfachten Konzept alle Mitarbeiter mobilisierte, stellte sich innerhalb kurzer Zeit ein grosser Erfolg ein.

KANÄLE DER SOCIAL MEDIA

Wenn Sie die Frage «Wo im Internet ist die für mich relevante Zielgruppe anzutreffen?» beantworten können, ist es für Sie anschliessend einfacher, festzulegen, welche Kanäle für Sie nützlich sind.

Jede Social Media-Plattform hat ihren eigenen Charakter und spricht unterschiedliche Zielgruppen an. In einem kurzen Überblick zeigen wir Ihnen Merkmale, Verbreitung, Vor- und Nachteile der wichtigsten Plattformen.

WICHTIG

Das Copyright gilt auch im Internet. Achten Sie auf die rechtlichen Bestimmungen, wenn Sie Bilder, Musik, Texte oder Videos verwenden.

	KANAL	DIENSTLEISTUNG	VORTEILE	NACHTEILE
SOCIAL MEDIA-URGESTEINE	BLOG Webtagebuch	Ein Blog bietet die Möglichkeit, Artikel und Beiträge einfach zu erfassen und im Internet zur Verfügung zu stellen. Die Beiträge lassen sich kommentieren und teilen, was zu einem Dialog mit den Lesern führen kann. Laut einer Umfrage des Deutschen Journalisten Verbands werden Blogs zunehmend als Recherchequellen geschätzt. ¹	Interessierte können Ihre Beiträge teilen, verlinken und v.a. kommentieren. Wenn der Blog Bestandteil der Website ist, führen gute Blog-Beiträge und rege Diskussionen zu mehr Traffic. Mit Keywords zu relevanten Themen trägt der Blog zu einer besseren Suchmaschinen-Platzierung bei. Blogs können auf dem eigenen Server betrieben werden.	Die redaktionelle Arbeit, das Schreiben von Beiträgen kostet viel Zeit.
	FORUM Diskussions-Plattform	Diese Tools für themenspezifische Diskussion und Austausch sind Web 2.0-Frühstarter. Gerade Betroffenen mit schwierigen Themen bieten sie einen geschützten Rahmen, um sich mit andern auszutauschen.	Foren können auf dem eigenen Server installiert und direkt auf der Homepage angeboten werden. Damit ist mehr Kontrolle über die Verwendung dieser Daten und somit mehr Einfluss auf den Datenschutz möglich.	Ein Forum benötigt eine gute Moderation, damit die Gespräche jederzeit im Rahmen der Netiquette stattfinden.

¹ <http://bit.ly/YzJqT5>

	KANAL	DIENSTLEISTUNG	VORTEILE	NACHTEILE
SOZIALE NETZWERKE	FACEBOOK Das virtuelle Freudentuch	Facebook dient der persönlichen Kommunikation, dem Alltäglichen. Ich zeige meinen Freunden, was ich gut finde, was mich bewegt. Facebook ist bei den Mitgliederzahlen immer noch das Mass der Dinge und bietet sich damit als Einsteiger-Kanal an. Weltweit: 950 Mio. User (14% der Weltbevölkerung); Schweiz: 3.1 Mio. User (38% der Bevölkerung) (Stand Januar 2013)	Mit Facebook kann man Beziehungen aufbauen, Neuigkeiten gehen von Mund zu Mund. Das Anlegen von Gruppen gibt die Möglichkeit, einen «geschützten» Rahmen zu schaffen. Organisationen oder Institutionen können über Fanseiten kommunizieren. Mit Facebook-Ads gibt es eine Werbemöglichkeit, bei der Zielgruppen sehr genau beworben werden können.	Der Datenschutz bei Facebook ist nach wie vor ein Ärgernis, es fehlen Transparenz und Einflussmöglichkeiten; die Regeln verändern sich immer wieder.
	TWITTER Microblog	Ein Tweet hat 140 Zeichen. Tweets sind in der Regel alle öffentlich. Der Entscheid, jemandem auf Twitter zu folgen, hängt von der Person ab, aber auch von den Themen, über die jemand twittert. Der Aufbau einer «Twitter-Community» dauert länger als bei Facebook und hängt stark von der Relevanz der Beiträge ab. Weltweit: 130 Mio. User; Schweiz: 293'000 User (Stand Januar 2013)	Mit Listen können Sie Themen zusammenfassen. Die Kommunikation findet in Echtzeit statt: schnell, kurz, informativ.	Es gibt Benutzer, die von der Schnelligkeit von Twitter überfordert sind.
	GOOGLE+ Das Suchmaschinen-Netzwerk	Mit Google+ steht eine gelungene Mischung aus Facebook und Twitter zur Verfügung. Die Auswahl erfolgt sowohl über Themen als auch über persönliche Bekanntschaften. Weltweit: 90 Mio. User; Schweiz: 326'000 User (Stand Januar 2013)	Die Freunde werden von Anfang an in Kreise unterteilt. Damit wird die Möglichkeit geschaffen, Inhalte nur für gewisse Kreise sichtbar zu machen. Mit Hangouts (Videochats) können sich bis zu neun Personen online unterhalten und das ganze über YouTube und Google+ live übertragen. Google+ ermöglicht die Verknüpfung der verschiedenen Google-Dienste untereinander (v.a. der Suchmaschine).	Datenschutz: Google (mit Sitz in den USA) speichert die Daten der Benutzer, ordnet sie ihrem Profil zu und verwendet sie für Suchresultate und Werbung.
WEITERE KANÄLE	XING, LINKEDIN Virtuelle Adressbücher für Geschäftsverbindungen	Lange war Xing das einzige relevante Business-Netzwerk im deutschsprachigen Raum. Nun holt LinkedIn mit grossen Schritten auf.	Ähnlich wie Facebook gibt es auch bei Xing und LinkedIn Gruppen, die einfach erstellt werden können. Diese bieten einen geschützten Rahmen, um sich über bestimmte Themen auszutauschen. Für viele Themen bestehen bereits Gruppen.	Zwar gibt es ein kostenloses Standard-Konto, Upgrades sind jedoch kostenpflichtig.
	YOUTUBE Der Videokanal	YouTube ist mittlerweile die zweitgrösste Suchmaschine im Internet. Videos werden gerne geteilt und bewertet. Pro Tag werden bis zu 4 Mia. Videos angeschaut, pro Minute werden 60 Std. Video hochgeladen. Beim Hochladen von Videos gelten die Copyright-Bestimmungen (Musik und Bildmaterial).	Um Videos anzuschauen wird kein Konto benötigt. Für Inhalte, die sich gut über Video vermitteln lassen, bietet YouTube eine attraktive Alternative zu Text-Information. Videos lassen sich auf Internetseiten einbinden und können auf allen Plattformen abgespielt werden.	Datenschutz: YouTube gehört zu Google; es gelten dieselben Datenschutzbestimmungen.
	DIIGO Plattform für Online-Lesezeichen	Lesezeichen können sowohl privat als auch öffentlich genutzt werden. Die Sammlung von Links zu einem bestimmten Thema kann nicht nur für Ihre Institution nützlich sein, sondern auch für Ihre Mitglieder oder für Betroffene. ²	Informationen lassen sich schnell und einfach an ihrem Ursprung finden. Damit steigt die Chance, dass sie aktuell und auf dem neuesten Stand sind.	
	CROWDFUNDING «Schwarmfinanzierung»	Online Geld sammeln und Anreize schaffen mit Gegenleistungen: diese spannende Art, Projekte zu finanzieren, wird immer populärer. Folgende Plattformen sind in der Schweiz bekannt: projektstarter.ch / wemakeit.ch / startnext.de	Transparenz: gerade bei Spendengeldern ist es nützlich zu wissen, wofür die Spenden eingesetzt werden.	

² Diigo-Seite zum Leitfaden: <https://groups.diigo.com/group/soziale-arbeit-social-media> oder <http://bit.ly/VNv6K3>

ZUKUNFTS- PERSPEKTIVEN

Interview mit Daniel Graf

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

Pro Tag privat:

15 Minuten Twitter, 5 Minuten Facebook

Pro Tag geschäftlich:

30 Minuten Twitter, 15 Minuten Facebook

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

Für News und fürs Networking finde ich Twitter prima. Persönlichere Kontakte pflege ich via Facebook. Nützlich sind zudem die Social Business-Plattformen LinkedIn und Xing. Für Google+ konnte ich mich bisher nicht erwärmen.

Wie hat sich ihr Leben verändert dank den Möglichkeiten der Social Media Kanäle? Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Die Umlaufzeit von Neuigkeiten hat dramatisch zugenommen. Twitter gibt den Takt vor. Was ich weniger gut kann:

abschalten. Meist verfolge ich im Augenwinkel, was im Web läuft.

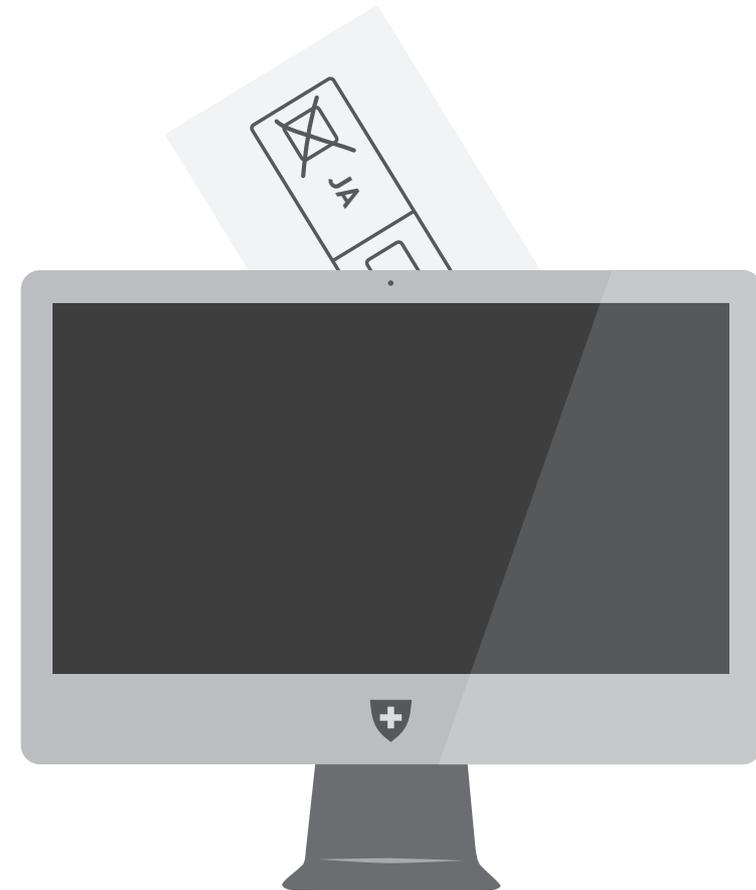
Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Nein. Ist mir zu aufwändig. Ich mag es auch, von meinen Freunden Job, Freizeit, Privates mitzubekommen. Aber selbstverständlich teile ich nicht alles, was ich für die Firma poste auf meinen privaten Kanälen. Einfach nur Interessantes.

Was denken Sie über den Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Schwieriges Thema, z.B. Facebook: Dort lautet der Deal: Du gibst mir deine Daten, ich gebe dir eine Plattform. Gleichzeitig poste ich kaum Privates, insbesondere wenn es weitere Personen aus meinem engsten Kreis betrifft. Vorsichtig bin ich grundsätzlich mit Fotos.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen





Daniel Graf

Arbeitsort, Funktion
FEINHEIT,
Kommunikation & Strategie

Internetgeneration
Ich bin mit Jahrgang 1973 ein Digital Immigrant. Mit 10 hatte ich meinen ersten Computer (Commodore VC20), mit 22 war ich im Internet, mit 35 auf Facebook.

haben? Haben Sie selbst schon negative Erfahrungen gemacht?

Ich habe bisher nur positive Erfahrungen gemacht, da ich Social Media für meine Projekte und fürs Networking einsetze. Gefahren sehe ich u.a. für Jugendliche, die noch den Umgang mit den Plattformen lernen müssen oder Opfer von Mobbing-Kampagnen werden könnten.

Wie stellen Sie sich die Zukunft mit Social Media vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen hat dies Ihrer Meinung nach? Wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Social Media spiegeln nicht nur unsere soziale Welt, sie werden unseren Alltag in Zukunft stark beeinflussen. Die riesigen Datenmengen über die sozialen Beziehungen können missbräuchlich verwendet werden. Dafür braucht es neue Spielregeln, welche die Gesellschaft festlegen muss. Es werden neue Wirtschaftsfelder entstehen. Das politische System wird sich stark verändern, weil der Stellenwert von Netzwerken zunimmt. Last but not least wird die Umlaufgeschwindigkeit gesellschaftlicher Prozesse zunehmen, nicht zuletzt deshalb, weil jede und jeder mit dem Smartphone ein multimediales Interface zur digitalen Welt in der Hosentasche hat.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Wie wirkt sich die neue Öffentlichkeit auf die Gesellschaft aus?

Die Möglichkeiten der Demokratie sind in der Schweiz, und erst recht weltweit, noch lange nicht ausgereizt. Social Media

bieten, wie die digitale Gesellschaft als Ganzes, die grosse Chance, die bestehenden Machtverhältnisse zumindest punktuell ins Wanken zu bringen. Dynamik ist aber stets ein Risiko, weil Umbrüche starke Gegenkräfte wecken. Der Ausgang des Spiels ist offen.

Was empfehlen Sie sozialen Institutionen im Umgang mit Social Media?

Dabei sein, Erfahrungen sammeln, Dialog verstärken und sich neu denken. Mit über 3.1 Millionen Usern in der Schweiz ist Facebook der richtige Kanal, um ein breites Publikum anzusprechen. Für Medien- und Facharbeit empfehle ich Twitter. Nach diesen allgemeinen Empfehlungen können sich auch die sozialen Institutionen richten.

Wo sehen Sie Chancen/Gefahren des Umgangs mit Social Media im Sozialbereich?

Ein Fehler wäre es, Erwartungen auszulösen, die nicht zu erfüllen sind. Social Media brauchen Knowhow und Ressourcen. Und sind vor allem keine Einweg-Kommunikation. Im Sozialbereich braucht es zudem Guidelines, mit welchen die Spielregeln festgelegt werden. Ein Problem ist etwa, dass Facebook oft zu einer Vermischung von privaten und beruflichen Kontakten führt. Das kann heikel werden.

Wie beeinflussen Social Media die Politik?

Social Media sind für politische Prozesse in Zukunft ein Schlüsselfaktor. Wir werden bald elektronisch abstimmen oder für Initiativen und Referenden online

unterschreiben. Spätestens dann wird es entscheidend sein, wie Parteien, Interessengruppen und Behörden in den Social Media präsent sind.

Können Social Media die Welt/Gesellschaft verändern/beeinflussen?

Ja, aber wir wissen noch nicht, in welche Richtung. Die Kosten und der Aufwand, sich über grössere Distanzen zu organisieren und auszutauschen sowie Öffentlichkeit zu schaffen, sind massiv gesunken. Im besten Fall könnte dies dazu führen, dass unsere Demokratie mehrstimmiger wird und sich mehr Menschen an politischen Aushandlungsprozessen beteiligen.

ENTSCHEID FÜR ODER GEGEN SOCIAL MEDIA

Strategische Überlegungen von Institutionen

Wenn wir davon ausgehen, dass die Digitalisierung unsere Gesellschaft in ähnlichem Masse beeinflusst wie der Buchdruck oder die Industrialisierung, dann befinden wir uns mitten in einem riesigen Wandel. Mit Social Media ist eine neue Art der Kommunikation entstanden: Im Social Web finden wir jederzeit Menschen, die unsere Interessen teilen und bereit sind, mit uns über die Vielfalt des Lebens zu diskutieren. Sämtliche Themen, die uns interessieren, sind auch im Social Web wiederzufinden.

USERINNEN UND USER

79.3% der Schweizerinnen und Schweizer geben an, das Internet regelmässig zu nutzen, 1997 waren es noch unter 10%.¹

54% der Schweizer nutzen das Internet für Social Media-Aktivitäten. Im Jahr 2010 waren «nur» 36% der Bevölkerung bei Social Media aktiv.²

FIRMEN, INSTITUTIONEN, ORGANISATIONEN

Viele Nachrichtenagenturen, Unternehmungen und politische Parteien nutzen die Social Media-Kanäle bereits intensiv. Dabei wird die Nutzung des Social Web explizit in die Organisationsstrategie eingebunden. Wie verschiedene Studien belegen, hat gerade im Jahr 2012 ein regelrechter Boom der Organisationen im Social Web stattgefunden. Gemäss einer Studie der HWZ Zürich stieg das Social Media-Engagement der Schweizer Unternehmen um 29% gegenüber dem Vorjahr. Dabei stieg auch das Engagement der Geschäftsleitung und der Einsatz der Personalressourcen signifikant.³

Jede Firma, jede Institution und jede Organisation muss sich heute über die Benutzung von Social Media Gedanken machen. In einem ersten Schritt empfiehlt es sich, **strategische Überlegungen** anzustellen und seitens der Trägerschaft zu klären, ob und in welchem Rahmen die Nutzung der Social Media-Kanäle für die Organisation Sinn macht.

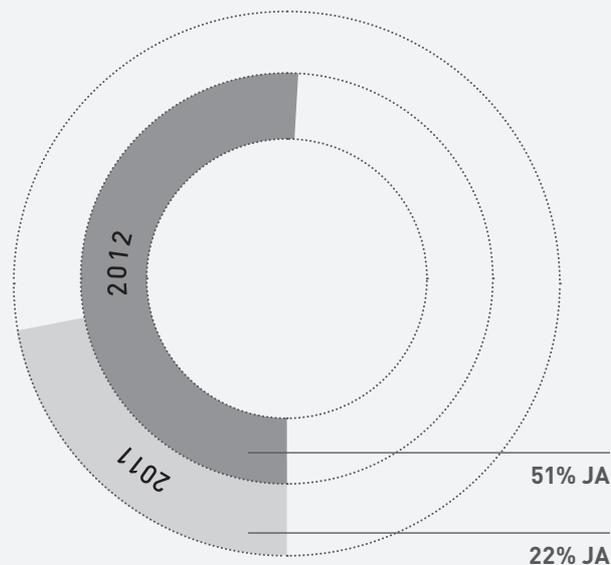
5 FRAGEN ZUM STRATEGISCHEN ENTSCHEID:

- Was versteht die Trägerschaft/Geschäftsleitung unter Social Media? (Definition)
- Was ist das Ziel der Nutzung?
- Welche Kanäle von Social Media sollen durch die Institution genutzt werden?
- Sind genügend Ressourcen für die Konzeption, die Erstellung der Profile wie auch für die langfristige Bewirtschaftung und das Monitoring der entsprechenden Kanäle im Social Web vorhanden?
- Wer wird mit der Konzeption der Umsetzung beauftragt?

¹ <http://bit.ly/XaUIH2> | ² <http://bit.ly/XCvBqY> | ³ www.socialmediastudie.ch

Im Rahmen einer Studie (siehe Quelle) wurde Anfang 2012 eine Umfrage gemacht, um herauszufinden, wie sich Schweizer Unternehmen in Social Media-Kanälen bewegen und welche Strategie und Zielsetzung sie dabei verfolgen. Der Online-Fragebogen ging im Dezember 2011 an 5`400 Unternehmen, Organisationen und Behörden in der ganzen Schweiz. Bis Mitte Januar 2012 haben 419 Organisationen geantwortet. Die Resultate wurden verglichen mit denjenigen einer früheren Umfrage aus dem Jahr 2011. Eine der Fragen lautete:

IST EINE SOCIAL MEDIA-STRATEGIE VORHANDEN?



Quelle: Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ: Studie «Schweizer Grossunternehmen im Social Web 2012»
www.socialmediastudie.ch

DEFINITION VON «SOCIAL MEDIA» FÜR DIE INSTITUTION

Im täglichen Sprachgebrauch und im Web sind die verschiedensten Definitionen für Social Media zu finden: einerseits handelt es sich um globale oder eingrenzende Definitionen, andererseits aber auch um Definitionen aus verschiedenen Sprachregionen.

Für eine Institution gilt es, sich auf eine für die Institution gültige Definition zu einigen, damit sowohl auf der strategischen Ebene wie auch auf der Umsetzungs- und Mitarbeiterebene vom Gleichen gesprochen wird. Dabei empfiehlt es sich, einen Hauptbegriff (Soziale Medien / Social Media / Web 2.0 / soziales Web etc.) festzulegen und dabei zu definieren, welche Plattformen in diesem Begriff enthalten sind.

WAS IST DAS ZIEL DER NUTZUNG?

Am Anfang taucht meistens die Frage auf «Bringt es uns etwas, wenn wir da mitmachen?» Wichtiger ist aber die Antwort auf die Fragen: «Was wollen wir mit einer Präsenz im Social Web erreichen?» – «Was ist unser Ziel?».

Oft zitierte Ziele sind:

- Dialog mit der Zielgruppe
- Reputationsaufbau
- Pflegen von Kundenbeziehungen

Für Soziale Institutionen können auch folgende Ziele relevant sein:

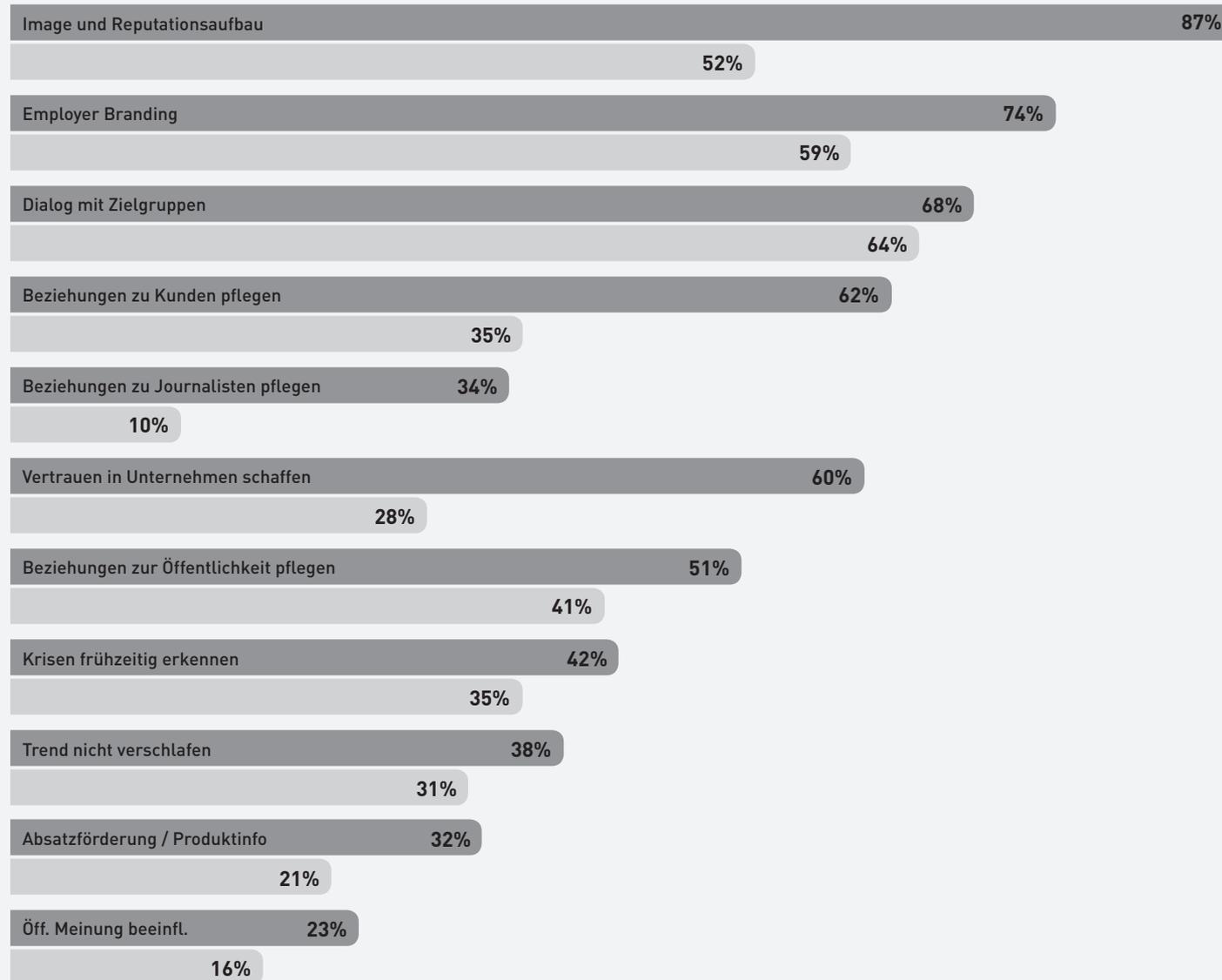
- niederschwelliges Kontaktangebot (z.B. für Beratung in Krisen rund um die Uhr)
- Vertrauensaufbau der Öffentlichkeit/Klientschaft
- Austausch und Kommunikation der Betroffenen untereinander (in einem geschützten Rahmen!)

Die Herausforderung für jede Organisation ist es, einen Mix zu finden zwischen den Bedürfnissen der Zielgruppe und den Möglichkeiten der verschiedenen Social Media-Anwendungen.

WELCHE KANÄLE VON SOCIAL MEDIA SOLLEN GENUTZT WERDEN?

Ausgehend von der Zielsetzung der Institution müssen die Eignung sowie die Vor- und Nachteile der einzelnen Social Media-Kanäle abgewogen werden. Im Artikel «Kanäle der Social Media» (p. 10) ist eine Beschreibung von verschiedenen Social Media-Plattformen zu finden. Weiter zeigt der Artikel «Bei welchen Zielgruppen besteht Handlungsbedarf?» (p. 28) auf, für welche Zielgruppen effektive und gute Möglichkeiten im Social Web bestehen. Ergänzt mit den Empfehlungen der Geschäftsstelle sozialinfo.ch (p. 50) sollte es möglich sein, sich eine Meinung zu bilden, mit welchem Mix von Kanälen die Anliegen einer Institution vertreten werden könnten.

SOCIAL MEDIA-ZIELE



● 2012 ● 2011

Mehrfachnennungen möglich

In der Studie der HWZ Zürich wurden auch die Social Media-Ziele von Schweizer Grossunternehmen erhoben (siehe nebenstehende Grafik). Diese Ziele können als Ansatz für strategische Überlegungen von Sozialen Institutionen dienen.

Quelle: Hochschule für Wirtschaft Zürich, HWZ: Studie «Schweizer Grossunternehmen im Social Web 2012»
www.socialmediastudie.ch

SIND GENÜGEND RESSOURCEN VORHANDEN?

Sind die Ziele und möglichen Kanäle festgelegt, geht es an die Umsetzung. Der Pioniercharakter der neuen Medien lädt dazu ein, «einfach mal einzusteigen», ohne vorangehende konzeptionelle Überlegungen. Die Konzeptarbeit läuft dann parallel mit oder wird nachträglich gemacht. Dies ist sicher möglich, jedoch bei grösseren Institutionen nicht zu empfehlen: Zu schnell wickelt sich die Kommunikation in Social Media ab. Zudem setzen sich Fehler in den Köpfen der Personen nachhaltiger fest als gute Taten! (vgl. dazu die Aussagen in den Interviews Küng und Schindler, p. 38 und p. 42)

Wir empfehlen also die vorgängige Erstellung eines **Social Media-Konzeptes**. Dieses beinhaltet die **Social Media Guidelines** für die Mitarbeitenden wie auch die **Social Media Policy** für die Verantwortlichen einer Institution. Weitere Hinweise zu diesen beiden Dokumenten sind in den Artikeln «Social Media Guidelines» (p. 46) und «Social Media Policy» (p. 47) zu finden.

Obwohl die meisten Kanäle kostenlos sind, benötigt die Bewirtschaftung und Betreuung, sowie das Monitoring und Einrichten der verschiedenen Profile genügend Ressourcen.

Monitoring⁴ beinhaltet die systematische Suche im Internet/Web 2.0 nach Themen oder Zielgruppen der Institution und bedeutet das Zuhören und Verfolgen der Kanäle auf dem Web wie auch der eigenen Kanäle. Monitoring kann auch nützlich sein, ohne aktiv in den Social Media-Kanälen mitzumachen. Es zeigt auf, ob über die eigene Institution anderweitig «gesprochen» wird. Jedes Mal, wenn bestimmte Stichworte gefunden werden, wird eine Nachricht verschickt. Dafür gibt es verschiedene kostenlose Tools wie «Google alerts» und «Mention». Weitere Tools sind unter www.medienbewachen.de zu finden.

Die **Bewirtschaftung** der verschiedenen Plattformen ist zeitlich nicht zu unterschätzen. Es müssen laufend Informationen bereitgestellt werden. Gerade bei Kampagnen ist

es sinnvoll, einen Ablaufs- und Zeitplan zu erstellen. Zu beachten ist, dass in Social Media die Kommunikation in Echtzeit stattfindet. Social Web und Internet kennen keine Öffnungszeiten und aufgrund der Verfügbarkeit der Informationen und der Nutzung der Menschen werden schnelle Antworten erwartet. Dies bedingt die Bereitschaft der zuständigen Person, schnell zu reagieren. Und da es meistens um Beziehungen und Gespräche geht, ist es wichtig, dass diese zuständigen Personen zur Institution gehören.

WER WIRD MIT DER KONZEPTION DER UMSETZUNG BEAUFTRAGT?

Häufig ist unklar, welche Abteilung oder Personen innerhalb der Organisation für Social Media zuständig sind. Bevorzugt handelt es sich dabei um eine Pressestelle, welche die Social Media-Kanäle in den bestehenden Kommunikationsmix integriert.

Handelt es sich bei der Zielgruppe vorwiegend um Klientenschaft und geht es hauptsächlich um fachliche Anfragen, ist es sinnvoll, dass die Bewirtschaftung durch eine Fachperson aus der Sozialen Arbeit erfolgt.

Die Konzeption sollte durch eine Person erfolgen, die sowohl die Social Media-Plattformen wie die fachlichen und inhaltlichen Strukturen der Institution gut kennt. Wenn eine interne Person diese Vorgaben erfüllt, ist das von Vorteil. Es ist aber durchaus möglich, eine Agentur damit zu beauftragen.

FAZIT

Ob Sie sich für oder gegen Social Media entscheiden, spielt keine Rolle – wichtig ist, dass dies ein **bewusster Entscheid** ist. Nur so können Sie sicherstellen, dass Sie durch die schnelllebige Entwicklung nicht überfahren werden.

Erwarten Sie keine schnellen Erfolge. Der Aufbau von Kontakten und Netzwerken braucht viel Zeit, das ist auch auf Social Media-Plattformen nicht anders. Rechnen Sie langfristig und planen Sie ihr Engagement sorgfältig. Es nützt Ihnen wenig, möglichst schnell möglichst viele Fans und Followers zu haben, Ihr Ziel muss es sein, mit Interessierten in Dialog zu treten. Neben dem Return of Investment ist hier auch der Social Return eine wichtige Kennzahl, wenn dieser auch schwerer zu berechnen ist.

Haben Sie (die) Antworten zu allen Fragen gefunden, dann sollten Sie sofort mit der Umsetzung Ihrer Social Media-Aktivität beginnen!

Gibt es noch offene Fragen? Dann sollten Sie die Abklärungen vertiefen, sich beraten lassen. Gerade die Beschaffung der Ressourcen ist nicht immer einfach, muss aber vor dem Start geklärt sein.

Oder Sie kommen zu einem andern Schluss und sagen Nein.

Es kann durchaus gerechtfertigt sein, auf den Einsatz von Social Media zu verzichten.⁵

⁴ <http://bit.ly/YzLuws> | ⁵ <http://bit.ly/ZJ3yst>



Interview mit René Jaun

ACCESSIBILITY

René Jaun

Arbeitsort, Funktion

Accessibility Consultant bei
Zugang für Alle
(www.access-for-all.ch)

Student der Psychologie an der
Open University
(www.open.ac.uk)

Internetgeneration

Digital Native (Jahrgang 1981,
also wohl ein Grenzfall)

ALLGEMEINE FRAGEN

Welche Bedeutung haben für Sie Social Media?

Ich lebe den digitalen Lifestyle, da stehen Social Media im Zentrum. Ich lasse mich gerne und schnell von Neuem begeistern, das kann bei mir jeweils zu einem Hype führen, normalisiert sich aber üblicherweise nach kurzer Zeit. Früher habe ich bei Facebook alle 10 Minuten gepostet, heute geschieht das alle 10 Tage.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Wie können sich Menschen mit Behinderungen die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media zunutze machen? Welche Erleichterungen ergeben sich? Haben Sie selber konkreten Erfahrungen (Projekte) in diesem Bereich gemacht?

Wenn die Anwendungen barrierefrei sind, erleichtern sie Menschen mit Behinderung das Kommunizieren. Dies ist erstaunlicherweise vor allem bei den populären Netzwerken nicht immer gegeben. So hast du als Blinder auf der Twitter-Website oft keinen Zugang zum Statusfeld, weil es nicht barrierefrei programmiert ist.

Behinderte finden schnelle und direkte Möglichkeiten, um auf ihre Probleme und Anliegen aufmerksam zu machen. Wenn ich auf Twitter publiziere, dass ich in einem bestimmten Restaurant mit meinem Führhund nicht willkommen war, zeugt das Reaktionen, zuerst bei andern Betroffenen, dann aber auch

beim Restaurant, das die schlechte Publicity nicht auf sich sitzen lassen will.

Manche Anwendungen sind nützliche kleine Helfer: Wenn ich als Blinder zwei Konservenbüchsen mit identischer Form habe und nicht mehr weiss, welche den Russischen Salat und welche die Ravioli enthält, kann ich mir das schnell und einfach mit einem Skype-Video-Anruf von jemandem sagen lassen.

Theoretisch gäbe es auch die Möglichkeit politisch aktiv zu sein. Ich glaube aber nicht, dass die politischen Anliegen der Behinderten auf diesem Weg verstärkt werden können. Die Behinderten werden in erster Linie ignoriert. Behindertenanliegen sind für die übrige Bevölkerung langweilig.

Wohin geht die Entwicklung?

Einerseits gibt es folgende Betrachtung: Würde alle Menschen mit Behinderungen in derselben Nation wohnen, wären sie die drittgrösste (nach China und Indien). Sie müssten also eigentlich einen Markt darstellen, auf den sich die Entwicklung stürzt. Diese Erkenntnis hat sich noch nicht durchgesetzt.

Andererseits können wir träumen: In einer idealen Gesellschaft spielt es keine Rolle, ob ich sehe oder nicht sehe, alle können etwas nicht, die meisten Menschen können zum Beispiel nicht fliegen, sind also genauso behindert wie ich. Wenn sich die Entwicklung diesen Ansatz zu eigen macht, ist den Behinderten auch geholfen.

Bei Entwicklungen ist einfacher und billiger, wenn die Behindertenzugänglichkeit von Anfang an eingeplant wird, als wenn sie nachträglich hergestellt werden muss: Das gilt für den Hausbau genauso wie für eine Website. Allerdings liegt der Widerstand in der Natur der Sache: Den Entwicklern genügt es, wenn sie etwas bedienen können, sie denken oft nicht an andere.

Welchen Stellenwert haben mobile Anwendungen?

Die Möglichkeiten der Smartphones sind sehr wertvoll für Menschen mit Behinderung. Das Schöne am iPhone ist es, dass die Behinderungen aus dem Zentrum wegrücken. Andere Smartphones holen langsam auf. Beim iPhone ist der Bildschirmleser im Betriebssystem eingebaut, wird mit 3 Clicks auf den Home-Button ausgelöst. Das ist schon mal sehr zuvorkommend. Bei einer Berührung liest der Bildschirmleser vor, welches Objekt sich unter dem Finger befindet; Doppelklick bedient das Objekt. Der Bildschirmleser ist also sehr gut integriert. Es hängt von der sorgfältigen Programmierung der Apps ab, dass sie diesen Bildschirmleser korrekt bedienen.

– Das MEZI-App (Mobile-Echtzeit-Information) teilt mit, wann in Bern das nächste Tram, fährt. Das ersetzt die Anzeige, die den Sehenden an jeder Haltestelle zur Verfügung steht. Dieses App hat ein allgemeines Zielpublikum, ist aber gerade für Sehbehinderte sehr nützlich. Es steht zur Verfügung für BernMobil, Postauto und RBS.

– Auch Lunchgate ist das Beispiel eines Apps, welches dem allgemeinen Komfort dient, aber uns Sehbehinderten das Leben erleichtert. Mit Lunchgate kann ich die Restaurants in meiner Umgebung ansteuern und bekomme die tagesaktuellen Informationen zur Menüauswahl. Als Blinder kann ich so gewissermassen das am Eingang ausgehängte Menü lesen.

– Foursquare für Behinderte eine geniale Sache: neben vielen allgemeinen Informationen finden sich dort auch nützliche Informationen spezifisch für Behinderte. Das Geniale aber ist die alltägliche geografische Nützlichkeit: Ich kann mich an einen Ort lotsen lassen, weiss ständig, wie weit es noch geht. Spezifisch für Blinde kann ich Foursquare ergänzen mit Blindsquare: Das ist ein App, das Foursquare-Punkte scannt und mir akustisch permanent mitteilt, in welcher Richtung und in welcher Distanz sich der angestrebte Punkt befindet. Das hilft mir ideal, Orte zu finden.

Daneben gibt es auch Apps, die speziell für Behinderte erstellt worden sind. Auf der Website myhandicap.ch kann ich nachschauen, wie zugänglich die Objekte in der Nähe für Behinderte sind. Das mag nützlich sein für Rollstuhlfahrer, für Blinde braucht es das nicht unbedingt. Ein negativer Aspekt solcher Sammlungen ist die geballte Präsentation von allem, was ich als Behinderter nicht kann.

Wie stark ist die Affinität zu Social Media bei Menschen mit Einschränkungen?

Ich habe keine Zahlen dazu. Es ist

wahrscheinlich gleich wie bei den Nichtbehinderten. Zuerst haben die Jungen Social Media ausprobiert. Manche waren am Anfang frustriert, weil die Zugänglichkeit schlecht war, sogar mit neuen Versionen abgenommen hat. Älteren Menschen waren die Applikationen von Anfang an zu kompliziert. Viele haben aber jetzt einen Facebook-Account, den sie zwar nicht intensiv, aber als einen von mehreren Kommunikationskanälen benutzen.

Wie gut ist die Unterstützung der IV für Geräte und Anwendungen?

Die Unterstützung der IV ist grundsätzlich vorhanden. Nur bei den Fristen gibt es Probleme. Wir leben in einer schnelllebigen Zeit, die neusten Technologien verlangen oft auch die neusten Geräte. Wenn die IV vorsieht, Geräte in einem Zyklus von 5 Jahren zu ersetzen, hält sie damit nicht Schritt mit der Entwicklung. Wenn es zwar tolle und gut zugängliche Anwendungen gibt, die auf den neusten Webtechnologien basieren, wenn aber gleichzeitig die Bildschirmleser in den Geräten der Benutzer veraltet sind und diese neuen Anwendungen nicht interpretieren können, so ist das kontraproduktiv. Zum Glück gibt es im Bereich der Hilfsmittel immer mehr Open Source-Lösungen, welche es erlauben, Lücken zu überbrücken.

Früher musste mir die IV ein Notebook finanzieren. Und dann für weitere 2000 Franken ein Hilfsmittel, das mir den Zugang zum Notebook verschaffte. Heute finanzieren sie das Notebook nicht mehr,

weil jeder ein solches hat, das Notebook also keinen behinderungsbedingten Mehraufwand bedeutet. Die IV finanziert nur noch das Hilfsmittel. Ähnlich ist es bei den Smartphones: Obwohl sie Menschen mit Behinderungen einen Mehrwert geben, werden sie von der IV nicht bezahlt, weil ja heute jeder ein Smartphone hat. Wenn die IV den Behinderten ein iPhone mit einer guten Kamera bezahlen würde, könnte sie wahrscheinlich sogar Geld sparen, weil so auf die Anschaffung und Bezahlung von teuren und immobilen Lesegeräten verzichtet werden könnte.

Stellen sich aus Ihrer Sicht Fragen zum Persönlichkeitsschutz im Zusammenhang mit Social Media?

Man kann nicht sagen, dass die Behinderung einen speziellen Umgang mit dem Persönlichkeitsschutz erfordert. Man muss eher sagen, dass der Persönlichkeitsschutz grundsätzlich wichtig ist bei den Schwachstellen einer Person, wozu allenfalls ihre Behinderung gehört. Es gelten im Grossen und Ganzen also die allgemeinen Regeln:

- Man muss abwägen, was man mit wem teilt.
- Man muss sich klar sein über die Langzeitwirkung des Publizierten.
- Man muss sich über die Problematik von Emotionen klar sein, wenn sie den Ton von Publikationen bestimmen.

Uns scheint, die Soziale Arbeit macht sich die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media noch nicht zunutze.

Woran liegt das Ihrer Meinung?

Wenn Soziale Arbeit im Spiel ist, geht es häufig um Schwächen. Da muss man genau schauen, wie man damit umgeht. Wahrscheinlich ist es schwierig, einen Klienten in diesem öffentlichen Umfeld zu behandeln. Als zusätzliche Kommunikationskanäle könnten und müssten Social Media aber genutzt werden. Facebook ist ein Land, ist ein Ort in unserer Welt. In diesem Land sollten auch die verschiedenen Stellen von Sozialer Arbeit vertreten sein: Hilfsangebote, Beratungsstellen. Damit sichtbar wird, dass es sie gibt und dass ein erster Kontakt möglich ist.

Die Accessibility ist von Organisation zu Organisation verschieden. Wenn die Organisation im Behinderten-Bereich tätig ist, ist der Zugang gewährleistet. Die meisten Organisationen im Sozialen Bereich, die ihre Seiten Behinderten zugänglich machen wollen, gehen zur Stiftung «Zugang für Alle» und lassen sich dort beraten und am Schluss auch zertifizieren. Dort gibt es eine Liste mit den barrierefreien und zertifizierten Seiten. Zudem gibt es eine Checkliste mit den zu treffenden Massnahmen. Diese Liste ist allerdings so lang und komplex, dass sie eher abschreckend wirkt.

Die Technologie muss einen Schritt machen und bei neuen Entwicklungen jeweils Menschen mit Behinderung automatisch einen Zugang verschaffen. Weiter muss bei der Ausbildung der Internet-Entwickler Barrierefreiheit ein Ausbildungsthema werden. In Deutsch gibt es nur eine einzige gute Anleitung, wie und

warum man IOS-Apps für Behinderte zugänglich machen kann und soll. Da gibt es grossen Handlungsbedarf, vielleicht braucht es sogar eine gesetzliche Regelung. Accessibility ist aber ein vielstufiges Problem, bei der Wahrnehmung gibt es grosse Unterschiede:

- Blinden-Accessibility ist das auffälligste, markanteste Beispiel. Daneben gibt es die Sehbehinderten, welche Mühe mit den Kontrasten haben, es gibt die Farbenblinden, welche Farben nicht unterscheiden können.

- Gehörlose haben Schwierigkeiten mit Multimedia-Elementen. Wenn ihre Muttersprache die Gebärdensprache ist, haben sie unter Umständen auch Probleme mit der Fremdsprache Hochdeutsch: Da braucht es einfache, verständliche Formulierungen.

- Das gilt auch für Lesebehinderte. Hier sind auch einfache Zusammenfassungen ein taugliches Mittel.

- Für Bewegungsbehinderte, die den Computer mit Schluckbewegungen oder mit den Augen steuern, müssen Seiten entweder komplett per Maus oder komplett per Tastatur gesteuert werden können, brauchen also eine sehr sorgfältige Programmierung.

Oft ist es so, dass Fragen, die auf Plattformen gestellt werden, kaum zu Antworten führen. Ist das bei Behinderten auch so?

Wir leben in einem stillen Land. Da wird

nicht laut herumgeschrien. Wahrscheinlich reden wir auch in Social Media lieber hinter dem Rücken der Verantwortlichen als direkt mit ihnen. Bei Behinderten kommen noch technische Schwierigkeiten dazu. Je grösser, je beliebter, je populärer Plattformen werden, desto mühsamer werden sie für Menschen mit Behinderung. Behinderte werden ignoriert. So ist es gerade bei Facebook für Behinderte mühsam, einen Kommentar abzugeben. Sie schießen ständig Böcke im Bereich der Accessibility. Sie äussern sich zwar ständig zum Thema, es geschieht aber kaum etwas. Das führt dazu, dass Behinderte oft nur mitlesen und sich nur bei wichtigen Fragen/Diskussionen die Mühe nehmen, einen Kommentar zu schreiben. Für Fragenstellende ist das eher enttäuschend.

Was empfehlen Sie den Organisationen/Beratungsstellen, die sich mit den Sozialen Medien vertraut machen möchten?

Ich empfehle, dass sie sich in die bestehenden Netzwerke einfügen: Twitter, Facebook. Eigene Netzwerke aufzubauen ist wenig sinnvoll. Es muss dafür gesorgt werden, dass sich jemand um die Kanäle kümmert: Inhalte erstellt, hereinkommende Fragen beantwortet, Diskussionen anzettelt. Mehrwert ist das Stichwort. So werden die Leute animiert und kommen wieder, bauen eine Beziehung auf.

AKTIV TROTZ EINSCHRÄNKUNGEN

Interview mit David Siems

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

2 Stunden pro Tag

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

– Facebook: Verlinkung eigener Blog-Beiträge und News zum Thema Behinderung

– Twitter: Zusätzlicher Verbreitungskanal für meine Blog-Artikel und Youtube-Filme

– Blog: Veröffentlichung eigener Artikel, Kombination meiner Youtube-Videos mit Transkription (für Hörbehinderte)

– RSS Feed: Automatisierte Verlinkung von Bloginhalten auf dem Twitter-Account

– Youtube: Hochladen selbst erstellter Clips zum Thema Behinderung

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Es ist leichter, mit Leuten in Kontakt zu bleiben – ob mit privaten Bekannten oder mit anderen SL-Aktivist:innen aus dem deutschsprachigen Raum.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Es wäre wesentlich schwieriger, kostenintensiver und ineffizienter, die Zielgruppe zu erreichen.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Ja, aber nicht zu 100%.

Was denken Sie über den Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Das ist vor allem bei Facebook ein Thema. Ich schreibe nichts, wozu ich nicht öffentlich stehen kann. Im übrigen kann ich mittels Freundeslisten private

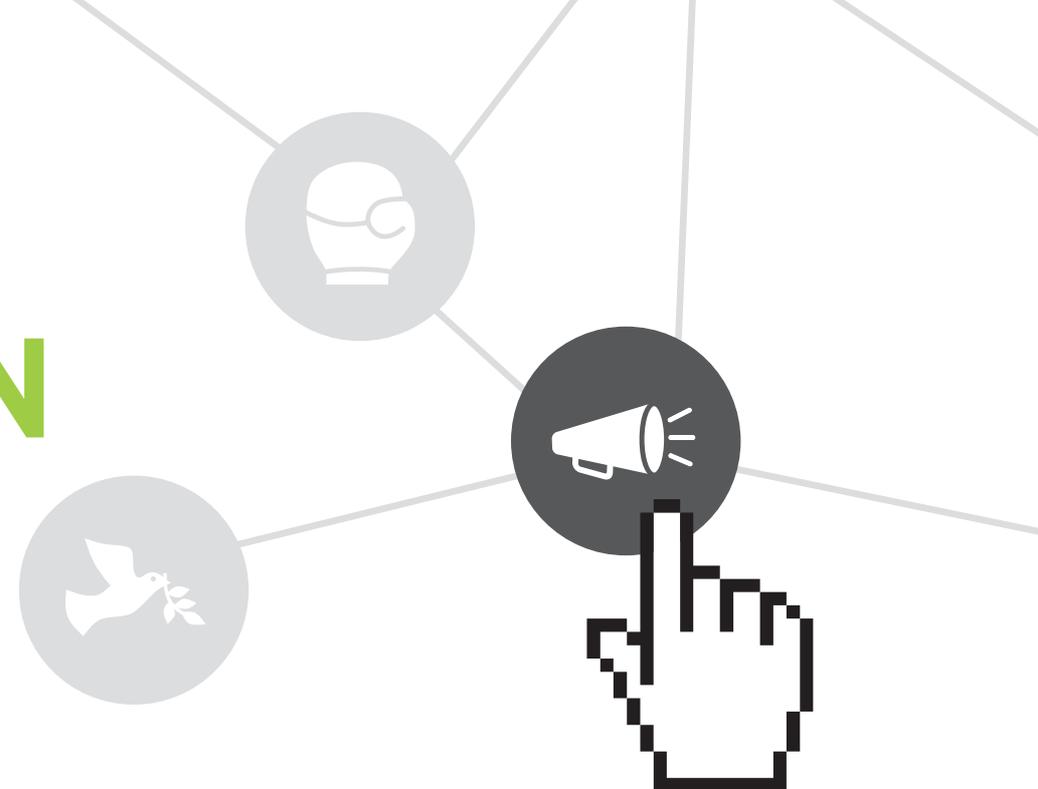
und öffentliche Inhalte auf Facebook ganz gut trennen.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben? Haben Sie selbst schon negative Erfahrungen gemacht?

Gewisse Teile von Facebook (Fanseiten, öffentliche Gruppen) sind öffentlicher Raum. Was man dort postet, bleibt unter Umständen jahrelang online und kann jederzeit von jedermann eingesehen werden. Das kann beispielsweise bei der Jobsuche problematisch sein.

Wie stellen Sie sich die Zukunft mit Social Media vor? Welche gesellschaftlichen Auswirkungen hat dies Ihrer Meinung nach? Wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Twitter hat sich als ultimative Waffe von Protestbewegungen etabliert, ermöglicht den Informationsaustausch von Bürger zu Bürger. Dadurch werden Meinungs-





David Siems

Arbeitsort, Funktion

Unabhängiger SL-Aktivist*,
Blogger

Internetgeneration

Ich bin Digital Immigrant, weil ich bis 16-jährig mehr oder weniger abgeschnitten war von den digitalen Medien.

*SL = Selbstbestimmtes Leben
ZSL = Zentrum für Selbstbestimmtes Leben

mache durch befangene Journalisten oder Zensur durch autoritäre Regimes praktisch verunmöglicht. Das ist angesichts der schrumpfenden Medienvielfalt ein Segen.

Facebook macht gerade einen Generationenwandel durch. Der Konzern verliert einen Teil der Jugendlichen, legt dafür bei den Mittelalten und sogar bei den Betagten zu. Weil bei älteren Zielgruppen die Wahlbeteiligung höher ist, wird es immer interessanter, diese Plattform für politische Zwecke zu nutzen.

Youtube ist kostenlos. Gut gemachte Youtube-Clips verbreiten sich auf Facebook und Twitter wie von selbst. So können Anliegen auch mit kleinem Budget öffentlich gemacht werden. Die «gekaufte Demokratie», in der die Partei mit den besten Finanzen ihre Ideen durchboxen kann, verliert mehr und mehr an Bedeutung.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass für autoritäre Regimes und Institutionen die Situation schwieriger wird, da sich Informationen dank Social Media kaum noch kontrollieren lassen. Ausserdem kann heute jeder ein Freiheitskämpfer sein, selbst ein Schwerstbehinderter: Solange er noch in der Lage ist, einen Klick zu machen, kann er seinen Teil beitragen. Das gibt mir Hoffnung, gerade in Bezug auf die Befreiung der Behinderten aus ihren Institutionen, aber auch für unsere Demokratie im allgemeinen.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Wie können sich Menschen mit Behinderungen die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media zunutze machen?

Viele Behinderte sind aus verschiedenen Gründen sozial isoliert, oft bedingt durch ihre eingeschränkte Mobilität. Das Internet bietet ihnen die Chance, bei sich zuhause in die Welt hinauszugehen. Mit Social Media können sie sich sowohl privat wie auch politisch vernetzen. Deshalb ist der prozentuale Anteil an Facebook-Usern bei den Behinderten auch höher als beim Durchschnitt der Schweizer.

Welche konkreten Erfahrungen (Projekte) haben Sie in diesem Bereich gemacht?

– Über Social Media habe ich viele Kontakte zu SL-Aktivist*innen aus Deutschland und Österreich. Das ist wertvoll, weil Deutschland und Österreich im Bereich von Selbstbestimmtem Leben viel weiter fortgeschritten sind, während die Behinderten in der Schweiz im Allgemeinen recht unpolitisch sind.

– Als ich im Jahr 2009 beim ZSL angefangen habe, hatte keine einzige Schweizer Behindertenorganisation eine Facebookseite.

– Als ich das anregte, bin ich auf einigen Widerstand gestossen. Um den Eindruck zu erwecken, dass Social Media ein Thema bei den Behinderten sei, habe ich getrickst und mit verschiedenen Profilen Pseudo-Newsseiten installiert: Pro In-

firmis-Fanclub, Behindertenselbsthilfe Schweiz. Innerhalb eines halben Jahres entstand die gewünschte Wirkung: Die Organisationen haben Facebookseiten erstellt. Diese Erfahrung zeigt, dass es manchmal nützlich und nötig ist, zu tricksen, damit die Leute sich in Bewegung setzen.

– Bei meinem Blog überwiegen die positiven Erfahrungen. Negative Reaktionen habe ich selten, oft beruhen sie auf Missverständnissen. Ich will nicht die Gesamtheit der Behinderten vertreten, sondern diejenigen, die eine Veränderung möchten. Diejenigen, die mit Almosen und Streicheleinheiten, also mit der aktuellen Situation, zufrieden sind, interessieren mich nicht. Mich interessieren diejenigen, die vollwertige Bürger sein wollen. Deshalb habe ich keine Angst, mich bei anderen unbeliebt zu machen.

Wohin geht die Entwicklung? Welche Anwendungen wären auch noch denkbar?

Wie sieht das für die Zukunft aus? Welche Tools könnten für Sie hilfreich sein?

– Die Anwendungen und Möglichkeiten sind vorhanden. Nun braucht es Menschen, die das ganze vorwärtstreiben. Auch das Publikum ist vorhanden, wenn es sich auch eher passiv über den Gefällt-mir-Button äussert als über ausformulierte Kommentare.

– Es erfolgt gegenwärtig ein Generationenwechsel. Social Media sind nicht mehr eine Domäne der Jungen, die Entwicklung geht in die Breite. Es geht nicht mehr um den Hype sondern um den Nutzen. Bei

Behinderten ist dieser Nutzen offenbar gegeben: Wenn ich heute jemanden mit einer Behinderung kennenlerne, finde ich ihn nachher auf Facebook.

Welchen Stellenwert haben mobile Anwendungen?

Viele Hilfsmittel für Behinderte sind sehr teuer, technisch aber eher minderwertig. Es gibt neuerdings Apps auf den Smartphones, welche solche Geräte ersetzen könnten, bis und mit Rollstuhl-Fernsteuerung. Es wäre wertvoll, wenn sich aus den unzähligen technischen Spielereien bei den Apps noch mehr Anwendungen ergeben würden, die bestehende Hilfsmittel ersetzen oder verbessern würden. Das würde die Qualität steigern und wahrscheinlich die Kosten senken.

Allerdings gibt es in diesem Bereich viel Widerstand. Die Hilfsmittel-Hersteller verteidigen ihre Pfründe, pflegen ihre Lobby und wissen sich zu wehren. So bezahlt die IV beispielsweise keine Smartphones, weil das keine offiziellen Hilfsmittel sind.

Wie stark ist die Affinität zu Social Media bei Menschen mit Behinderungen? Wie schätzen Sie die Medienkompetenzen von Personen mit Behinderungen ein? Benötigen sie spezielle Angebote?

Das Problem bei den Geburtsbehinderten/Frühbehinderten ist die fehlende Bildung, weil viele von ihnen ihre Schulzeit in Sonderschulen verbracht haben*. So hat es unter ihnen viele funktionelle Analphabeten. Für Social Media sind Lesen und Schreiben eine Voraussetzung.

Welche Chancen und Gefahren sehen Sie bezüglich Umgang mit Social Media für Menschen mit Behinderungen?

– Soziales Leben wird einfacher, weil Vernetzung und Austausch einfacher werden.

– Wenn man sich öffentlich äussert und präsentiert, wird man wahrgenommen. Und wenn man irgendetwas Spezielles hat, wird auch dieses Spezielle öffentlicher und kann einen Austausch bewirken.

– Social Media eignen sich sehr gut zum Anprangern von Missständen, was im Behindertenbereich sehr wichtig ist und sehr weit gehen kann, wenn man etwa an die Thematik der sexuellen Missbräuche in Heimen denkt. Hier erweist sich gezieltes Whistleblowing als sehr nützlich. Man kann Sachen öffentlich machen, das ist das einzige, was nützt. Es muss Empörung ausgelöst werden.

– Allerdings gibt es im Behindertenwesen Organisationen mit Monopolstellungen. Diese Organisationen als Betroffener öffentlich zu kritisieren, kann materielle Konsequenzen haben.

– Mobbing

Was empfehlen Sie den Organisationen/Beratungsstellen, die sich mit den Sozialen Medien vertraut machen möchten (in der Jugendarbeit; im Sozialbereich allgemein)?

– Vielen Organisationen fehlt das Know-how im Bereich Social Media. Wenn dann trotzdem etwas gemacht wird in diesem

Bereich, passieren Fehler: So werden z.B. bei Facebook Gruppen eröffnet statt Seiten. Gruppen eignen sich aber schlecht, werden weniger gut gefunden, können weniger gut in ein Gesamt-Marketingkonzept eingebaut werden.

– Behindertenorganisationen neigen immer noch dazu, irgendwelche Broschüren zu drucken, und diese dann gegen Bezahlung per Post auszuliefern. Für viele Informationen ist das nicht mehr zeitgemäss, weil es keinen fixen Zustand gibt, sondern sich die Dinge ständig verändern. Dem können elektronische Medien viel besser Rechnung tragen. Es kann permanent aktualisiert werden, kann einfach und direkt verfügbar gemacht werden. Für jede Form von Information sollte also der richtige Vektor gewählt werden. Es braucht ein Konzept und es braucht Inhalte: Die verschiedenen Seiten (Internet, Facebook, Twitter, etc.) müssen vernetzt sein untereinander. Mindestens auf einer Seite müssen vielfältige und aktuelle Informationen zur Verfügung stehen. Dann genügt es, wenn auf den weniger wichtigen Netzwerken nur eine ganz einfache Seite, eine Art Visitenkarte steht, die dazu benutzt wird, um auf die wichtigen Seiten hinzuweisen.

– Weiter ist das Bewusstsein wichtig, dass die Entwicklung weiter geht, nicht abbricht. Die Beschäftigung mit Social Media ist ein fortlaufender Prozess mit einer fortlaufenden Entwicklung und dies muss sich eine Organisation bewusst werden.

Sind Kooperationen denkbar zwischen Organisationen und Betroffenen?

Meine Erfahrung zeigt, dass bei gemeinsamen Projekten von Nichtbehinderten und Behinderten immer die Nichtbehinderten das Ruder übernehmen.

Das ist ein Verhaltensmuster, von welchem man sich distanzieren muss. Von beiden Seiten. Die Behinderten müssen aufhören, sich als Almosenempfänger zu sehen. Sie müssen ihre Rechte verteidigen. Und die Organisationen müssen die Behinderten als gleichberechtigte Menschen ernst nehmen.

* Früher war es für eine Gemeinde billiger, jemanden in eine Sonderschule zu schicken, weil dann die IV einen Grossteil der Kosten übernommen hat.

MÖGLICHKEITEN IN DER SOZIALEN ARBEIT

Interview mit Silvia Schoch-Meyer



ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

Pro Woche ca. 4 Stunden: Dabei handelt es sich um die private Nutzung sowie die Nutzung für die politische Arbeit als Stadträtin von Bern.

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

Facebook: Info, Beobachten und Inhalte präsentieren

Betreute Kommentarfunktion: Lesen von Online-Zeitungen, Kommentieren von einzelnen Artikeln; zum Teil Teilnahme an Diskussionen in Blogs

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Ich komme schneller an Informationen und kann das Leben von Menschen beobachten, mit welchen ich wenig persönlichen Kontakt habe. Facebook

ist bei mir im Alltag verankert als regelmässiger Check, gleich wie E-Mail.

Ich bin aber während der Arbeit nicht in Facebook. Als Pendlerin Bern–Zürich benutze ich die Zeit im Zug ab und zu für Social Media-Kontakte, benutze diese Zeit aber auch für viele andere Sachen.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Es ging früher ohne, ginge also auch jetzt ohne Social Media. Social Media erleichtern manches: Infos erreichen mich schneller; Organisieren ist einfacher (z.B. eine Klassenzusammenkunft per Facebook-Gruppe).

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Ich nutze Social Media beruflich nicht.

Was denken Sie über den Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Ich nutze die grösstmöglichen Einschränkungen. Meine Kommentare sind nicht per se öffentlich. Es bleibt trotzdem das ungute Gefühl, dass etwas ohne mein Zutun weiter gehen kann, als ich geplant habe. Es gibt für mich deshalb eine sehr wichtige Faustregel: Ich muss immer zu allem stehen können, was ich poste.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben? Haben Sie selbst schon negative Erfahrungen gemacht?

Ich sehe bei den Social Media-Plattformen die generelle Gefahr, dass die persönlichen Kontakte zeitlich und zahlenmässig abnehmen, resp. ersetzt werden durch virtuelle Kontakte.

Weitere Gefahren sehe ich in der vermeintlichen Tragfähigkeit dieser Netzwerke, im fehlenden Persönlichkeitsschutz und bei den einfachen Möglichkeiten für Mobbing.

Silvia Schoch-Meyer

Arbeitsort, Funktion

Sozialarbeiterin, DFA Zürich (Die kirchliche Fachstelle bei Arbeitslosigkeit. Ein Angebot der Landeskirchen Kanton Zürich).

Klientel: Erwerbslose und von Arbeitslosigkeit Bedrohte; mehrheitlich aus Bereichen mit wenig qualifizierter Arbeit (Gastronomie, Reinigung); mit einem hohen Anteil an Migrantinnen und Migranten.

Internetgeneration

Ich bin eher Digital Native, beim Aufkommen von Internet war ich ca. 12jährig; jedenfalls habe ich keine Berührungängste zu neuen Technologien.

Bei Facebook störe ich mich am Begriff «Freunde». Längst nicht alle Personen, mit welchen ich in Facebook befreundet bin, würde ich als Freunde im ursprünglichen Sinn bezeichnen. Ich sehe Leute, die das Ziel haben, möglichst viele Freunde zu haben. In der Anzahl Freunde wollen sie ihre Popularität messen, so ist jedenfalls manchmal mein Eindruck.

Eine Gefahr sehe ich bei Personen, die einsam sind oder die wenig Beziehungen haben. Wenn sie sich vernetzen, ist es für sie zwar tröstlich, dass nun Freunde da sind. Es ist aber auch frustrierend, wenn sie merken, dass sich im Leben, betreffend den realen Freunden, nichts ändert.

Eigene negative Erfahrungen:

Ich habe schon «Freundschaften» aufgelöst, weil ich Kommentare daneben fand. Anfragen von Klienten sind mir unangenehm, werden von mir abgelehnt.

Unangenehm finde ich es zum Teil, wenn Fotos von mir ohne meine Zustimmung gepostet werden.

Die positiven Punkte:

Dass meine Eltern (mit 64 und 65 Jahren) neuerdings auch auf Facebook sind, finde ich einerseits toll. Auf der anderen Seite ist es gewöhnungsbedürftig. Glücklicherweise bin ich kein Teeny mehr.

Der Kommunikationskanal ist selbstverständlich geworden. Die Mobilisierung für Anliegen, auch politische Anliegen, wird grösser. In diesem Bereich haben Soziale Medien einen sehr positiven Effekt, bis hin etwa zu einem Arabischen Frühling.

Oppositions-Kanäle, Veranstaltungen und Proteste können schnell und wirksam organisiert werden.

Auf der persönlichen Ebene ist es spannend, dass ich mehr Anteil habe am Leben von Personen, mit welchen andere Kontakte spärlich sind.

Die schnellere Informationsbeschaffung ist ein positiver Aspekt, ebenso der Beginn von Diskussionen auf Facebook, welche dann andernorts fortgesetzt werden.

Wie stellen Sie sich die Zukunft mit Social Media vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen hat dies Ihrer Meinung nach? Wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Wie die Zukunft schlussendlich aussieht, ist für mich schwierig zu sagen. Entweder nimmt der Hype der Sozialen Medien noch zu oder es kehrt eine Gegenbewegung ein. Ich kann mir gut vorstellen, dass es etwas zurückgeht. Wenn nicht, hätte das durchaus weiter Einfluss auf die Entwicklung der Gesellschaft. Social Media haben Suchtpotenzial. Der persönliche Kontakt wird weniger, Sozialkompetenzen werden weniger gefestigt. So können Social Media Leute auch einsam machen.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Uns scheint, die Soziale Arbeit macht sich die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media noch nicht zunutze. Woran liegt das Ihrer Meinung?

Es ist noch kein Arbeitsfeld im berufli-

chen Alltag, auch nicht beim Intake. Die Kommunikation läuft über andere Kanäle. Tatsächlich würde nichts dagegen sprechen, die Informationen auch auf diesem Weg zur Verfügung zu stellen, für diejenigen, die dort suchen. Dass das nicht geschieht, liegt hauptsächlich an fehlenden Ressourcen. Oft bleibt kaum Zeit, die Alltagsgeschäfte zu erledigen. So bleibt eben auch wenig Raum, um neue Sachen anzugehen.

Die Sozialarbeitenden bringen Kompetenzen aus dem Privaten ein. Es geht also nicht um Überforderung. Es stellt sich eher die Frage, welche Haltung zu Social Media die einzelnen Sozialarbeitenden persönlich haben.

Sehen Sie Möglichkeiten, wo Social Media in der Sozialen Arbeit eingesetzt werden könnten?

Es ist eher ein Feld für Institutionen: diese können dort Angebote machen, sich bekannt machen, sich vernetzen.

Für Fanarbeit scheint es mir ein gutes Mittel und wird dort auch rege benutzt; das ist ein junger Zweig der Sozialarbeit.

Social Media sind auch in der Jugendarbeit nützlich, um zu informieren und zu vernetzen. Dort ist es aber wichtig, dass sensibilisiert wird und auf Gefahren wie Mobbing aufmerksam gemacht wird.

Wie sieht es aus mit Wissenstransfer unter den Sozialarbeitenden?

Konkret ist mir nichts bekannt. Ich kann mir aber vorstellen, dass sich eine Gruppe zu einem bestimmten Thema

austauscht, ebenso dass ein regionaler Austausch stattfindet. Die Frage ist, wer so etwas initiiert und wie offensiv das genutzt würde. Wenn ein Fall ausführlich beschrieben wird, stellt sich die Frage nach dem Datenschutz.

Haben Sie selber konkreten Erfahrungen in diesem Bereich gemacht?

Nein. Die DFA benutzt andere, klassische Kanäle, um sich und ihr Angebot bekannt zu machen. Zudem ist die DFA gut vernetzt mit RAVs und Sozialdiensten, die Leute werden auf das Angebot aufmerksam gemacht. Es gibt keinen Handlungsbedarf.

Bei der Lancierung eines neuen Angebots könnte man sich den Einsatz von Social Media aber überlegen.

Wie stark ist die Affinität zu Social Media bei den in der Sozialen Arbeit Tätigen?

Ich habe nicht den Eindruck, dass sich Sozialarbeitende Neuem verschliessen und dass sie Projekte aus diesem Bereich grundsätzlich zurückweisen. Es stellt sich immer die Frage nach den Ressourcen. Ich denke, dass Sozialarbeitende eher eine kritische Haltung und Sicht haben, wegen des Persönlichkeitsschutzes und wegen des Suchtpotenzials. Aus Angst vor der negativen Auswirkung auf Klienten entsteht eine Distanz und grosse Vorsicht gegenüber dem Medium.

Stellen sich Fragen zum Persönlichkeitsschutz im Zusammenhang mit Social Media?

Wenn es einen Austausch mit Klienten

gibt, muss der Persönlichkeitsschutz gesichert sein. Auch bei einem Intake-Verfahren muss dem Rechnung getragen werden. Persönlichkeitsschutz ist bei der Arbeit mit Klienten eh schon ein schwieriger Punkt, über Social Media wird das noch viel schwieriger.

Ich denke, dass eine breit abgestützte Arbeitsgruppe einen Rahmen erarbeiten muss.

Welche Chancen und Gefahren sehen Sie in der Sozialen Arbeit?

Es muss sichergestellt sein, dass niemand ausgeschlossen oder bevorzugt wird, sei es auch nur auf der zeitlichen Ebene. Ein interaktives Social Media-Intake-Verfahren kommt also bestenfalls als Ergänzung in Frage, weil es gewisse, nicht allgemein vorhandene, Kompetenzen voraussetzt.

Wie schätzen Sie die Medienkompetenzen der KlientInnen ein (z.B. im Umgang mit persönlichen Daten)?

Es hängt von der Zielgruppe ab. Es gibt KlientInnen, die sich sehr gut ausdrücken können, in gefestigten Beziehungen leben und hohe Kompetenzen haben. Das ist in der Sozialhilfe oft so bei alleinerziehenden Müttern. Dann gibt es wiederum andere, bei welchen die fehlende Medienkompetenz dazu führt, dass sie die schwache Tragfähigkeit dieser sozialen Netze nicht erkennen können und sich einer fatalen Illusion hingeben.

Grosse Unterschiede ergeben sich aus der Sprachkompetenz. Gerade für

Fremdsprachige sind Social Media oft schwierig, wegen der Sprachbarrieren bleiben sie auch dort unter sich.

Die Problematik der fehlenden Medienkompetenz äussert sich etwa auch bei Bewerbungen, wenn kompromittierende Fotos oder unbedachte Kommentare dazu führen, dass jemand eine Stelle nicht erhält. Da gibt es die Möglichkeit, KlientInnen und vor allem Jugendliche zu stärken, ihre Kompetenzen zu erhöhen, indem sie sensibilisiert werden für diese Problematik.

Können Sie Stellung nehmen, bei welchen Zielgruppen der sozialen Arbeit Social Media präsent sein sollte und bei welchen nicht?

Für Fanarbeit, Institutionen, stationäre Dienste (Drogen, Jugendheime) und den Freiwilligenbereich bieten Social Media ein geeignetes Feld, für Sozialdienste eher weniger. Auch in der Prävention, für Krisenintervention und für niederschwellige Kontakt- und Unterstützungsangebote in Notsituationen können sie als Zusatzkanal dienen.

Was empfehlen Sie den Organisationen/Beratungsstellen, die sich mit Social Media vertraut machen möchten?

Es ist wichtig, eine gute Analyse zu machen, die sich breit in der Organisation umschaute und bei welcher der Aufwand, der Gewinn für Klienten, die Chancen und Risiken abgewogen werden. Zudem müssen genügend Ressourcen bereitgestellt werden.

Warum benutzt Ihre Fachstelle Social Media nicht?

Es ist schwierig einzuschätzen, warum das noch nie ein Thema war. Meine Mutmassung geht dahin, dass es für unsere Klientel ein wenig geeignetes Arbeitsinstrument ist und dass unsere Organisation bereits einen genügend hohen Bekanntheitsgrad hat; es ist also nicht notwendig, wäre eher eine Verschwendung von Ressourcen.

BEI WELCHEN ZIELGRUPPEN BESTEHT HANDLUNGSBEDARF?

Social Media im Sozialwesen

NUTZUNG HEUTE

Erst ein kleiner Teil der Organisationen im Sozialwesen Schweiz nutzt Social Media aktiv. Das ergibt die Durchsicht der entsprechenden Web-Auftritte.¹ Gerade weil in Berufen des Sozialwesens Kommunikation eine zentrale Rolle spielt, ist das Verhältnis zu den neuen Kommunikationskanälen der Social Media zurzeit von kritischem Abwarten geprägt. Jedoch ist der Trend zunehmend; gerade grössere Organisationen nutzen Social Media vielfältig. Bei den MitarbeiterInnen deuten unsere eigenen Erfahrungen auf einen eher zurückhaltenden Umgang hin. Natürlich gibt es verschiedene Arten, Social Media zu nutzen, nicht alle sind sichtbar. Das Spektrum reicht vom blossen Zuhören und Zuschauen, indem man bestimmte Kanäle und Akteure beobachtet, bis zu aktiver Teilnahme und eigener Produktion von Inhalten. Zudem ist die Affinität in verschiedenen Arbeitsfeldern der Sozialen Arbeit unterschiedlich ausgeprägt. So zeigt sich z.B., dass in der Jugendarbeit der Umgang mit Social Media schon weit verbreitet ist (vgl. das Interview mit Marcel Küng, p. 38). Dies hat natürlich damit zu tun, dass Jugendliche einen selbstverständlicheren Um-

gang mit Social Media pflegen als ältere Personen. Wenn man an ihrer Lebenswelt teilhaben will, kommt man daher nicht um Social Media herum.

WAS WÄRE WÜNSCHBAR?

Zur Frage, was Organisationen oder Akteure der Sozialen Arbeit tun «sollten», gibt es den Standpunkt der «professionellen Minimalanforderung». Da wir in einer medialisierteren Kultur leben, sind Medien als Sozialisationsinstanzen kaum zu überschätzen. Auch Social Media sind längst Teil davon. Sie gehören zur Lebenswelt vieler unserer KlientInnen, und wir tun gut daran, uns Kenntnisse über diesen Bereich anzueignen.

Ein anderer Standpunkt ergibt sich aus der Frage, wie Organisationen und Sozialarbeitende Social Media aktiv nutzen könnten (vgl. Artikel «Kanäle der Social Media», p. 10 oder Artikel «Empfehlungen für die Soziale Arbeit», p. 50). Hier ist ein differenzierter Blick nötig. Wir möchten exemplarisch einige Möglichkeiten aufzeigen, die im Hinblick

auf verschiedene Zielgruppen von Interesse sein könnten. Dabei geht es sowohl um die Möglichkeiten als auch um die damit verbundenen Risiken und Gefahren.

ARBEIT MIT FREIWILLIGEN UND SOZIOKULTUR

Die Möglichkeit, unkompliziert mit KlientInnen in Kontakt zu treten, wird in der Jugendarbeit bereits wahrgenommen. Man kann, ähnlich wie es die aufsuchende Sozialarbeit in realen Räumen tut, sich an die virtuellen Orte begeben, wo sich die Zielgruppen aufhalten. Es ist aber auch möglich, in der virtuellen Welt als Anlaufstelle präsent zu sein und eine niederschwellige, eventuell auch anonyme Kontaktaufnahme seitens der KlientInnen zu ermöglichen. Dies ist z.B. in der Schulsozialarbeit, der Suchtberatung, der Familien- und Erziehungsberatung, oder auch bei Krisenintervention von Interesse. Denkbar wären solche Angebote auch in Feldern wie der betrieblichen Sozialarbeit. Sie könnten durchaus auch mit weitergehenden Online-Beratungen verknüpft werden. Im Bereich der Soziokultur oder auch der Freiwilligenarbeit könnten Online-Netzwerke

¹ Quelle: www.sozialinfo.ch/branchenbuch

zur Organisation, Koordination und Dokumentation aller erdenklichen Angebote genutzt werden (vgl. das Interview mit Silvia Schoch Meyer, p. 25).

GESETZLICHE SOZIALE ARBEIT

Bei Institutionen mit einem gesetzlichen Auftrag, wie z.B. Sozialdiensten oder Dienststellen im Kindes- und Erwachsenenschutz, entfällt an sich die Notwendigkeit, mögliche KlientInnen anzusprechen. Es gibt jedoch eine grosse Zahl an sich berechtigter Personen, die keine Fürsorgeleistungen in Anspruch nehmen. Für diese könnten Social Media-Plattformen einen geeigneten Rahmen für niederschwellige Kontaktaufnahme und Vermittlung von Basisinformationen zu Beratungs- und Unterstützungsleistungen bilden. Ein weiteres Thema ist der zunehmende Argwohn gegenüber den Sozialhilfebezügern. Hier ist die **berufsethische Auseinandersetzung über die Legitimität verdeckter Nachforschungen auf den Social Media-Plattformen** dringend angezeigt (vgl. das Interview mit Bruno Baeriswyl, p. 30 sowie das Interview mit Kurt Pärli, p. 34).

BEHINDERTENARBEIT

In der Arbeit mit Behinderten gäbe es natürlich einerseits die Möglichkeit, Beratungen online anzubieten. Dies käme gerade denjenigen KlientInnen entgegen, die ohne Schwierigkeiten selbständig kommunizieren können, jedoch eingeschränkt mobil sind. Für Personen, die in Heimen wohnen, ist es wichtig, dass sie Zugang zum Internet haben und ihnen die benötigten Endgeräte zur Verfügung stehen, dass ihnen aber auch die entsprechenden Kompetenzen vermittelt werden (vgl. das Interview mit David Siems, p. 22). Dies stellt eine fundamentale Voraussetzung für die **Gleichstellung und das Selbstbestimmungsrecht** von Menschen mit Behinderungen dar. Dazu gehört auch, dass eigene Angebote im Web für Menschen mit Behinderungen zugänglich gemacht werden (vgl. die Aussage zum Thema «Accessibility» im Interview mit René Jaun, p. 18).

Das mobile Internet bietet zudem noch weitere, bislang nur spärlich ausgeschöpfte Möglichkeiten. Entsprechende **Apps für Smartphones** können Menschen mit Behinderungen oft bereits mit einfachen Mitteln gute Dienste leisten (vgl. das Interview mit René Jaun, p. 18). Gut denkbar, dass fast unbegrenzt flexibel nutzbare Geräte wie Smartphones oder Tablet-Computer schon bald eine Vielzahl anderweitiger Hilfsmittel in sich vereinen.

MEDIENKOMPETENZEN UND ZUGANG

Die Soziale Arbeit wird künftig in zunehmendem Mass auch mit den negativen Seiten der Internetkultur konfrontiert werden, wie z.B. Cyber-Mobbing, Missbrauch, Vereinsamung oder Gefährdung im Bereich des Persönlichkeitsschutzes und der informationellen Selbstbestimmung (vgl. das Interview mit Bruno Baeriswyl, p. 30). Hier sind die Bildung des entsprechenden Bewusstseins und Kompetenzen gefragt, sowohl bei den KlientInnen als auch bei den Beratenden (vgl. das Interview mit Marcel Küng, p. 38).

Je stärker sich das kommunikative Leben in die virtuelle Welt verlagert, um so mehr wirkt die **digitale Kluft als Ausschlussrisiko**. Medienpädagogik wird damit ein wichtiges Mittel, die Teilhabe ausschlussgefährdeter Gruppen zu sichern.

Als Adressaten kommen, nebst den Jugendlichen und ihren Eltern, auch ältere Menschen, MigrantInnen, bildungsferne Gruppen oder, wie oben erörtert, Menschen mit Behinderungen in Frage.

EMPOWERMENT UND SELBSTHILFE

Empowerment soll benachteiligte Personen und Gruppen zur Wiederaneignung der Selbstbestimmung über die Umstände des eigenen Lebens anstiften. Hier bieten Social Media-Plattformen neue Möglichkeiten. Plattformen wie Facebook oder Google+ ermöglichen es Interessengruppen, sich zu organisieren (vgl. das Interview mit David

Siems, p. 22). In Foren können, wenn möglich auch in einem geschützten Rahmen, **Erfahrungen** ausgetauscht werden. Mittels Blogs kann differenziert Stellung bezogen werden.² Der Möglichkeiten sind viele. Die Soziale Arbeit könnte hier zur Anstifterin werden.

² Beispiele hierfür sind: <http://armutsbetroffenengewerkschaft.blogspot.ch>; <http://cripplepride.blogspot.ch>

DATENSCHUTZ

Interview mit Bruno Baeriswyl



Bruno Baeriswyl

Arbeitsort, Funktion

Datenschutzbeauftragter des Kantons Zürich

Internetgeneration

Ich bin seit 1985 in der digitalen Welt aktiv. Damals musste man nicht immigrieren, sondern entdecken. Und in die Wiege wurde auch nichts gelegt.

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

Von der gesamten Zeit in der digitalen Welt fällt nur ein sehr kleiner Teil in den Bereich von Social Media, und dieser nur im professionellen Umfeld.

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

Seit sehr kurzer Zeit nutzt der Datenschutzbeauftragte des Kantons Zürich Twitter (@DSB_ZH). Ziel ist es, aktuelle Informationen schneller zu verbreiten und auf Informationen zu reagieren.

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Überhaupt nicht!

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Nein.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Ja, strikt.

Was denken Sie über den Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Die meisten (alle?) Social Media-Plattformen werden von Anbietern betrieben, deren Geschäftsmodell die Vermarktung der persönlichen Informationen vorsieht. Das ist nicht per se zu kritisieren. Es fehlt indessen an der Transparenz darüber, was mit den Daten wirklich gemacht wird, und die Regeln werden einseitig durch den Betreiber festgelegt. Schützen kann man sich lediglich durch die Nutzung der wenigen Datenschutzeinstellung und durch eine restriktive Publikation persönlicher Angaben.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben? Haben Sie selbst schon negative Erfahrungen gemacht?

Zwei Hauptrisiken bestehen: Erstens die zweckwidrige Verwendung respektive der Missbrauch der Daten und Information durch deren Verknüpfung und Auswertung. Zweitens die Unmöglichkeit, Daten wirklich zu löschen und damit das Risiko, von gewissen Daten und Informationen

immer wieder «eingeholt» zu werden. Persönlich habe ich keine negativen Erfahrungen gemacht, aber die Meldungen über negative Erfahrungen anderer Personen, beispielsweise in der Arbeitswelt, nehmen zu.

Wie stellen Sie sich die Zukunft mit Social Media vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen hat dies Ihrer Meinung nach? Wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Die Entwicklung der Social Media ist völlig ungewiss. Sicherlich werden die Daten- und Informationsmengen sich noch um ein Vielfaches vergrössern. Digitale Assistenten werden mir die Informationen nach meinen Bedürfnissen automatisch aufbereiten. Die digitale Hektik im täglichen Leben wird verschwinden, und die gesellschaftliche Kommunikation wird vom Overhead befreit. Die gesellschaftliche Diskussion wird damit wieder nachhaltiger werden in Bezug auf Gehalt und Themen.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Was denken Sie zu Medienkompetenz, Persönlichkeitsschutz und Datenschutz im Umgang mit den neuen Medien?

Das Verständnis der Medienkompetenz ist heute darauf ausgerichtet, eine Gebrauchsanweisung für den Umgang mit Social Media zu geben. Es braucht hierzu aber auch weitere Kompetenzelemente, beispielsweise das Wissen, was Informatik überhaupt kann (Hardware und Software) oder das Verständnis, warum persönliche Daten überhaupt schützenswert sind (Grundrecht auf persönliche Freiheit). Heute haben wir gerade mit den Social Media eine rasante technische Entwicklung, deren Chancen und Risiken noch wenig bewusst wahrgenommen werden. Damit entstehen auch grosse Lücken im Bereich des Datenschutzes und der informationellen Selbstbestimmung, da ohne ein entsprechendes Wissen über die technische Entwicklung der Datenschutz von Nutzerinnen und Nutzern nicht nachgefragt wird. Das führt dazu, dass anstelle der Nutzenden die Anbieter die Regeln aufstellen, wie mit persönlichen Informationen umgegangen wird.

Welche Sicherheitslücken sieht der Datenschutzexperte mit der heutigen Situation und Rechtslage für Privatpersonen?

Ein wesentliches Problem liegt beim Kontrollverlust über die eigenen Daten. Der grundrechtliche Anspruch auf informationelle Selbstbestimmung ist generell im Internet (und bei den Social Media) nicht umgesetzt. Zudem fehlen wirksame Mittel, um die eigenen Rechte

beispielsweise bei einem Datenmissbrauch durchsetzen zu können.

Wo insbesondere sind Lücken oder Gefahren festzustellen in der Sozialen Arbeit?

Bei allen Informationen in Social Media ist davon auszugehen, dass diese Daten ausgewertet, an Dritte weitergegeben oder anderweitig missbraucht werden können. Werden Daten mit Klienten über Social Media ausgetauscht, so bleibt, mindestens wenn es sich um öffentlich-rechtliche Sozialarbeit handelt, die amtliche Stelle dafür verantwortlich, dass die Daten nur rechtmässig bearbeitet werden. Diese Verantwortung kann im Rahmen von Social Media kaum wahrgenommen werden. Social Media können deshalb nur beschränkt für den Kontakt mit Klienten eingesetzt werden.

Sollen die von den Gemeinwesen eingesetzten Sozialdetektive die Möglichkeiten der Sozialen Medien nutzen?

Die Auswertung von Informationen einer Person über Social Media-Kanäle durch Sozialdetektive ist rechtswidrig. Es gibt keine Rechtsgrundlage, die Sozialdetektiven die Überwachung von Social Media erlauben würde.

Was empfehlen Sie den in der Sozialen Arbeit tätigen Personen im Umgang mit Sozialen Medien?

Bei der Nutzung von Social Media ist klar zwischen einer privaten und einer professionellen Nutzung zu unterscheiden. Soweit möglich sind Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre vorzunehmen. Auf jeden Fall dürfen in einer

Beziehung über Social Media keine besonders schützenswerten Personendaten bekannt gegeben werden, beispielsweise indem aus dem Kontakt geschlossen werden kann, dass es sich beim kontaktierten Klienten um einen Sozialhilfebezüger handelt. Deshalb ist ein Austausch über Social Media nur beschränkt möglich.

Sehen Sie Gefahren bezüglich Persönlichkeitsschutz/Datenschutz bei der Anwendung von mobilen Geräten und welche?

Immer mehr Anwendungen auf mobilen Geräten haben Ortungsfunktionen, so dass genau festgestellt werden kann, wo sich eine Person – auch in Echtzeit – befindet. Was mit diesen Ortungsdaten geschieht, ist nicht transparent. Auch hier besteht ein Kontrollverlust für die betroffene Person. Zudem wird mit der Ortung ein weites Feld von Belästigungen, von der Manipulation bis zum Stalking, eröffnet.

Wie schätzen Sie die Chancen und Gefahren aus datenschutztechnischer Sicht von Open Government ein?

Im Rahmen von Open Government sollen nur Informationen bekannt gegeben werden, die keinen Personenbezug haben. Insoweit sind die Privatsphäre und der Datenschutz hier nicht betroffen.

Wohin geht die Entwicklung? Welchen Einfluss haben die neuen Medien auf unser Kommunikations- und Sozialverhalten?

Der Trend geht eindeutig in Richtung mobiler Systeme, die immer mächtiger

werden. Der Einfluss dieser Geräte auf das Kommunikations- und Sozialverhalten wird davon abhängen, wie bewusst wir mit diesen umgehen. Die unbewusste Nutzung birgt die heutigen Gefahren und Risiken, die noch zunehmen werden und immer häufiger sich für betroffene Personen auch nachteilig entwickeln werden. Damit steigt aber auch die Wahrscheinlichkeit, dass die sozialverträgliche Nutzung dieser Geräte zum gesellschaftlichen Thema wird und beispielsweise der Schutz der Privatsphäre wieder höher gewichtet werden wird.

RECHT UND SOCIAL MEDIA

Interview mit Ursula Widmer

Ursula Widmer

Arbeitsort, Funktion
Rechtsanwältin,
Dr. Widmer & Partner, Bern

Internetgeneration
Digital Immigrant



ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

Dies ist stark variierend.

Welche Anwendungen nutzen Sie?

Twitter, RSS Feed, LinkedIn, Xing

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Die rasche und direkte Information, welche Social Media ermöglichen, ist eine wesentliche Erleichterung. Ein Beispiel dafür sind CVs (Lebensläufe) auf LinkedIn oder Xing.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Nein.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?

Ja.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben? Haben Sie selbst schon negative Erfahrungen gemacht?

Social Media bergen Risiken insbesondere bezüglich des Persönlichkeits- und Datenschutzes sowie bezüglich der Vertraulichkeit von Daten. Selber habe ich bisher keine negativen Erfahrungen gemacht.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Was denken Sie zu Medienkompetenz, Persönlichkeitsschutz und Datenschutz im Umgang mit den neuen Medien?

Social Media ermöglichen sozialen Institutionen die eigene Darstellung in der Öffentlichkeit, die Vernetzung von Interessierten und den Informationsaustausch. Gleichzeitig tragen soziale Institutionen gegenüber den betroffenen Personen (Klienten, Mitarbeitern, Nutzern der Informationsangebote) eine besondere

Verantwortung im Hinblick auf die Wahrung des Persönlichkeits- und Datenschutzes.

Unabhängig davon, ob sie diese selber nutzen, sind soziale Institutionen wie andere Organisationen und Unternehmen Gegenstand der Kommunikation in Social Media und müssen sich darauf einstellen, dass ihr Image in der Öffentlichkeit zunehmend durch diese Kommunikation geprägt sein wird.

Welche rechtlichen Fragen müssen sich soziale Institutionen im Umgang mit Social Media in der Schweiz stellen?

Aus rechtlicher Sicht stehen der Persönlichkeits- und der Datenschutz, die Wahrung der beruflichen Schweigepflicht sowie gegebenenfalls des Arztgeheimnisses im Vordergrund.

Wesentlich ist, dass die Mitarbeiter einer Institution beim Umgang mit Personen- daten für Fragen des Persönlichkeits-

und Datenschutzes sensibilisiert werden und die Nutzung von Social Media in entsprechenden Richtlinien und Reglementen festgelegt wird. Damit wird einerseits für die Mitarbeiter eine Orientierung geschaffen, andererseits nimmt die Institution ihre Sorgfaltspflichten wahr, die sie im Hinblick auf die Wahrung des Persönlichkeits- und Datenschutzrechts zu erfüllen hat.

Speziell zu berücksichtigen ist dabei, dass Mitarbeiter ihre privaten Geräte im Zusammenhang mit ihrer beruflichen Tätigkeit nutzen (BYOD – Bring your own device).

Wenn soziale Institutionen externen Benutzern die Möglichkeit zur Mitwirkung gewähren, z.B. in Foren, müssen klare Regeln festgelegt werden. Neben dem Persönlichkeits- und Datenschutz muss hier auch dem Aspekt der illegalen Inhalte Rechnung getragen werden.

Welche Lücken bestehen bezüglich Datenschutz und Social Media? Welche Massnahmen müssen hier getroffen werden und welche Institutionen wären da federführend?

Die Probleme des Datenschutzes im Zusammenhang mit Social Media liegen nicht so sehr darin, dass die Schutzansprüche der betroffenen Personen lückenhaft wären. Die Schwierigkeiten sind vielmehr darin begründet, dass die Betroffenen ihre Rechte, z.B. auf Löschung oder Berichtigung von Daten, häufig nicht wirksam durchsetzen können, weil der Datenschutzverletzer sich im Ausland befindet oder weil die Betroffenen gar nicht wissen, wo überall im Internet Kopien der sie betreffenden Daten vorhanden sind.

Der Bundesrat lässt zurzeit prüfen, welche Verbesserungen sinnvoll wären. Im Gespräch sind die Verstärkung des Kontrollinstrumentariums des Eidgenössischen Öffentlichkeits- und Datenschutzbeauftragten und die Einführung von Verbandsklagen. Weiter soll die Transparenz verbessert werden: Damit die Betroffenen die mit der Nutzung eines bestimmten Angebots verbundenen Datenschutzrisiken besser beurteilen, präventive Schutzmassnahmen, soweit verfügbar, einsetzen und bei einer Verletzung ihrer Rechte diese wirksam geltend machen können, müssen sie wissen, welche Daten wie und zu welchen Zwecken bearbeitet werden. Ebenfalls geprüft wird ein «Recht auf Vergessen», z.B. durch die verbindliche Vorgabe an die Social Media-Anbieter zur Implementierung eines automatischen Löschmechanismus für Personendaten nach Ablauf

einer gewissen Zeit. Besondere Aufmerksamkeit wird auch dem Schutz Minderjähriger gewidmet.

Welche Tools können unter diesen Bedingungen den sozialen Organisationen mit einem guten Gewissen empfohlen werden?

Generelle Empfehlungen sind aus rechtlicher Sicht nicht möglich. Es ist jeweils von den sozialen Institutionen zu prüfen, für welche Zwecke und mit welchen Daten sie Social Media nutzen wollen. Entsprechend ist dann die Evaluation der einzusetzenden Tools vorzunehmen.

Gibt es eine grundsätzliche Empfehlung zum Umgang mit Social Media in sozialen Institutionen?

Zentral ist, dass eine soziale Institution eine Strategie entwickelt, wie sie mit den Social Media umgehen will. Von dieser Basis aus können dann die rechtlichen Massnahmen abgeleitet und umgesetzt werden.

Wie sollen Professionelle der Sozialen Arbeit mit dem Persönlichkeitsschutz umgehen?

Die Trennung von privaten und beruflichen Daten ist im Grundsatz zu empfehlen. Es gibt entsprechende technische Lösungen, welche eine solche Trennung auch dann ermöglichen, wenn sich berufliche und private Daten auf dem gleichen Gerät befinden.

Die Abwicklung von Klientenkontakten über Facebook und ähnliche öffentliche Social Media-Plattformen ist für soziale Institutionen, die es häufig mit besonde-

res schützenswerten Daten zu tun haben (Daten über Massnahmen der sozialen Hilfe, über Verwaltungs- und Strafverfahren, Gesundheitsdaten) als äusserst kritisch zu beurteilen. Der Grad der Transparenz betreffend Datensicherheit und Umgang der Plattformbetreiber mit Daten dürfte in der Regel nicht das Niveau erreichen, wie er für besonders schützenswerte Personendaten rechtlich gefordert ist.

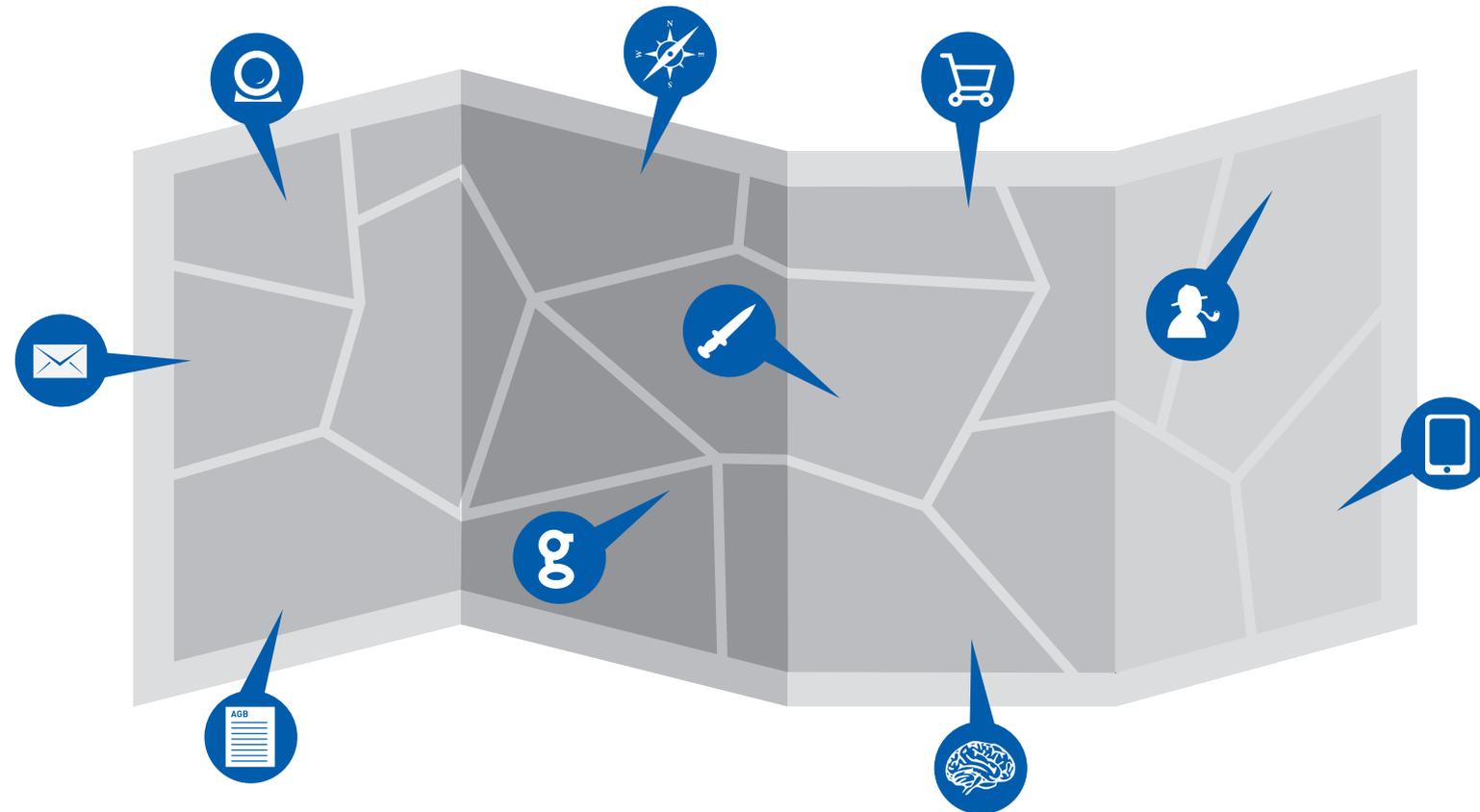
Was denken Sie über die Gefahren von Ortungssystemen auf den mobile Geräten? Sicherheitsaspekte? Datenschutz?

Ortungssysteme auf Mobilgeräten können von grossem Nutzen sein. Wichtig ist auch hier, dass die Nutzer wissen, welche Daten über sie gesammelt und zu welchen Zwecken von wem bearbeitet werden. Und dass die Nutzer die Möglichkeit haben, die von ihnen einmal erteilte Zustimmung zur Datenbearbeitung wieder rückgängig zu machen.

Wohin geht die Entwicklung? Welchen Einfluss haben Ihrer Meinung nach die neuen Medien heute und in Zukunft auf unser Kommunikations- und Sozialverhalten?

Wohin genau und wie schnell die Entwicklung voranschreitet, lässt sich kaum voraussagen, insbesondere weil Trends und Innovationen der Entwicklung ständig neue Impulse geben. Sicher scheint lediglich, dass die Entwicklung unaufhaltbar und mit einer bisher nicht gekannten Schnelligkeit voranschreiten wird und dass die neuen Medien einen ständig wachsenden Einfluss auf das Kommunikations- und Sozialverhalten haben werden. Soziale Institutionen müssen

diese Entwicklung ständig beobachten, ihre Position zu Social Media und ihre Schutzmassnahmen zur Wahrung des Persönlichkeits- und Datenschutzes regelmässig überprüfen und nötigenfalls an neue Gegebenheiten anpassen.



PERSÖNLICHKEITSSCHUTZ UND ORTUNGSSYSTEME

Interview mit Kurt Pärli



KURT PÄRLI

Arbeitsort, Funktion
 Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW
 Dozent für Europarecht, Arbeits- und Sozialrecht, Forschungsleiter
 Abteilung Business Law, Leiter
 Zentrum für Sozialrecht ZSR

Experte Arbeitsrecht bei
www.sozialinfo.ch

Internetgeneration
 Digital Immigrant

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?
 5 Minuten pro Woche

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?
 LinkedIn

In andern Anwendungen bin ich nicht präsent. Beruflich bin ich in geschlossenen Netzwerken aktiv.

Wie hat sich ihr Leben verändert dank den Möglichkeiten der Social Media Kanäle? Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Ich habe mich damit auseinandergesetzt; auch wegen meiner Kinder. Dann habe ich entschieden, dass ich Social Media (privat) nicht brauche, weil ich sonst genug vernetzt bin: über den Computer, über das Smartphone. So schütze ich mich davor, meine Freizeit noch mit weiteren Geräten zu verbringen.

Was denken Sie über den Persönlichkeitsschutz, bzw. wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Die Teilnehmenden müssen den Datenschutzknigge kennen. Als Individuum darf, ja muss ich wissen, wer welche Information über mich hat und wem bekannt gibt. In meinem persönlichen und beruflichen Umfeld bin ich darauf bedacht, dass meine Persönlichkeitsrechte respektiert werden. So will ich beispielsweise selber bestimmen, ob

und welche Fotos von mir für andere im Netz ersichtlich sind.

Wie stellen Sie sich die Zukunft mit Social Media vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen hat dies Ihrer Meinung nach? Wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Neu ist, dass Informationen aus verschiedensten Quellen miteinander verknüpft werden, diese Datenverknüpfung stellt den Datenschutz vor neue und schwierige Herausforderungen.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Was wird möglich mittels der Ortungstechnologien? Welches sind positive Möglichkeiten und welche Gefahren bieten sich?

Ortungstechnologien werden immer breiter eingesetzt. Ich bin nicht mehr ganz frei, ob ich meine Ortungsdaten bekannt geben will oder nicht. Ich handle mir Nachteile ein, wenn ich das nicht mache. Zukunftsszenarien gehen davon aus, dass Käufer sowohl im Internet wie beim Einkauf im «normalen» Geschäft faktisch zur Bekanntgabe von immer mehr Daten genötigt werden. Wer Daten über sein Konsumverhalten nicht preisgeben will, muss mehr für das Produkt bezahlen. Die Aufrechterhaltung der Privatsphäre wird so zu einer Frage des Preises. Das ist eine Gefahr, auf welche die Gesellschaft mit Recht und Politik reagieren muss. Privatsphäre sollte nicht etwas sein, das nur den Privilegierten zusteht, auch wenn nicht übersehen

werden kann, dass der Schutz der Privatsphäre schon immer auch eine Frage der sozialen Stellung war.

Ortungstechnologien haben ein grosses wirtschaftliches Potential, können massiv zu Optimierung beitragen: Warenströme können gelenkt werden. Verkehrsflüsse können gesteuert werden, Unfallrisiken können minimiert werden. Das sind enorme Chancen. Wenn aber ausschliesslich das Unternehmerinteresse diese Entwicklung steuert, dann braucht es eine Rechtsordnung, die Schranken und Grenzen setzt.

Verändert sich der Begriff «Privatsphäre»?

Ursprünglich ist Privatsphäre ein liberales, bürgerliches Konzept aus dem 19. Jahrhundert: Die Privatsphäre ist der Bereich, der mir gehört, in dem der Staat nichts zu sagen hat, wo ich selber bestimme. Das galt damals aber allenfalls für das emanzipierte Bürgertum, für die andern war das nicht real, es war also immer auch eine Klassenfrage. Und es war immer ein Konstrukt, bleibt auch im 21. Jahrhundert ein Konstrukt.

Der Begriff verändert sich im Rechtsdiskurs. Es wird diskutiert, ob der Begriff neu definiert werden muss im Zeitalter von Internet, Social Media und Ortungstechnologie.

Es gibt zwei Lager: Die eine Seite anerkennt, dass sich die Ausgangslage mit den neuen Technologien verändert hat und zieht daraus den Schluss: Man muss

Abschied nehmen vom Begriff Privatsphäre. Privates und Öffentliches vermischte sich zunehmend. Die Leute stellen ihre Information selber in eine weitere, wenn nicht weltweite Öffentlichkeit. Der Schutz der Privatsphäre wird neu definiert.

Die andere Seite steht diametral dagegen, sie sagt: Gerade weil die Privatsphäre durch die technologische Entwicklung so stark gefährdet ist, muss der Schutz noch besser werden.

Wie wirken sich Social Media auf den Datenschutz aus?

Ein schönes Bild für den gegenwärtigen Zustand zeigt den Datenschützer, wie er die virtuellen Netze mit einer rostigen Flinte durchstreift. Er kämpft im Cyberwar, aber mit untauglichen Mitteln.

Konkret ist es schwierig, einen wirksamen Datenschutz auszugestalten

- bei Landesgrenzen, deren Wirkung im virtuellen Raum versagt,
- bei der Fiktion der Einwilligung, die mehr und mehr üblich ist, wenn man etwas will. Es gibt zum Beispiel die Pflicht, den AGBs zuzustimmen, wenn man etwas online kaufen will. Auch hier handelt es sich um ein Konstrukt, weil wir ja nicht wirklich informiert sind. Wer liest schon diese langen Texte.

Worauf muss betreffend Datenschutz in der Verwaltung (konkret: Sozialhilfe) geachtet werden?

Der Gesetzgeber hat zeitgleich mit dem Aufkommen von Informationstechnologien reagiert und den Öffentlichkeitsgrundsatz geschaffen, welcher auf Bundesebene und in den meisten Kantonen den Datenschutz ergänzt: Der Abschied vom Geheimhaltungsprinzip in den Verwaltungen, hin zum Öffentlichkeitsprinzip. Damit öffnet sich ein Spannungsfeld zum Datenschutz jener Personen, deren Daten vom Staat bearbeitet werden.

Die vermehrte Öffentlichkeit, das Aufweichen der Privatsphäre von Firmen kann dazu führen, dass firmenintern versucht wird, Informationen zurückzuhalten. Eine allgemeine Misstrauenskultur entsteht, wenn die Gefahr besteht, dass Information sich sehr schnell weltweit verbreitet, weil das sehr schwierig zu kontrollieren ist.

Dazu kommt das Problem, dass das Internet nichts vergisst. Dem steht die Forderung nach einem Recht auf Vergessen gegenüber. Die technische Machbarkeit ist aber noch nicht auf dem Tisch. Wobei die Historiker diesem Recht auf Vergessen skeptisch gegenüberstehen. Was heute zwar geheim sein muss, bildet in 50 Jahren wichtiges Material für die Historiker.

Datenschutz, Öffentlichkeitsgrundsatz und Recht auf Vergessen – in diesem Diskurs geraten sich Datenschützer, Archivar und Öffentlichkeitsbeauftragter in die Haare.

In politischer Hinsicht kann an zwei Punkten angesetzt werden:

– Die Verwertung gewisser Daten wird untersagt. Die Daten können zwar erhoben werden, dürfen aber nicht verwendet werden.

– Die Beweislast muss umgekehrt werden: Muss ich (nach den allgemeinen Regeln des Zivilprozessrechts) bisher den Beweis erbringen, dass jemand den Datenschutz verletzt hat, so werde ich dies bei der Umkehrung nur noch glaubhaft machen müssen. Die Unternehmung muss dann den Beweis erbringen, dass sie die Regeln nicht verletzt hat. Diese Massnahme könnte eine hohe Wirkung erzielen. Die Erfahrungen im Gleichstellungsrecht, wo diese Umkehrung erfolgt ist, zeigt, dass das gut funktioniert.

Weiter sind überstaatliche Regelungen gefordert. Dem stehen allerdings mächtige Player gegenüber, die gegenläufige Interessen haben.

Welche Rolle spielen Ortungstechnologien für die Soziale Arbeit? (z.B. Missbrauchsbekämpfung)

Der erste Einsatz von Ortung sind Fussfesseln im Strafvollzug. Anstatt dass jemand hinter Mauern eingesperrt wird, kann die gewünschte gesellschaftliche Sanktion, das gewünschte Mass des Freiheitentzugs genau definiert werden.

Wenn man sich einen Einsatz bei verhaltensauffälligen Jugendlichen vorstellt, stellt sich sofort die Frage, ob das rechtlich tragbar und moralisch wünschbar ist.

Ortungstechnologien könnten auch als Schutz von potentiellen Opfern dienen. An diesem Beispiel kann gezeigt werden, mit welchen Überlegungen eine Lösung gefunden werden kann. Grundsätzlich stellt sich die für den ganzen Datenschutz geltende Frage der Verhältnismässigkeit. Diese beruht auf mehreren Aspekten:

– Es braucht einen legitimen Zweck: Hier ist das die Bedrohung eines potentiellen Opfers.

– Die Datenbeschaffung muss geeignet sein: Ortung ist geeignet, wenn man wissen muss, ob sich der Bedroher dem potentiellen Opfer nähert.

– Die Datenbeschaffung muss erforderlich sein: Es dürfen nur so viel Daten erhoben werden, wie nötig sind.

– Die Datenbeschaffung muss zumutbar sein: Es muss eine Güterabwägung erfolgen zwischen der Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts beim potentiellen Täter und dem Schutzzweck.

Die Verhältnismässigkeit muss also genau geprüft werden. Nur weil etwas geeignet ist, ist es noch nicht zulässig. Es muss auch erforderlich sein. Und zumutbar. Das führt dazu, dass die Daten wieder gelöscht werden müssen, wenn sie nicht mehr erforderlich sind. Zu dieser ganzen Problematik gibt es viel Erfahrung aus der Videoüberwachung.

**Was sind die Chancen und Gefahren?
Wann kann ein Einsatz mit einem guten
Gewissen empfohlen werden?**

Im Sinne einer Vorgehensorientierung kann gesagt werden: Überall dort, wo mit einer Anwendungen für die Betroffenen Freiheitsgewinn resultiert, spricht wenig gegen einen Einsatz. Sinnvoll ist es dann, wenn die Anwendung ermöglicht, dass das gewünschte Ergebnis an Kontrolle oder Verhaltenslenkung mit einem weniger grossen Freiheitseingriff erreicht wird.

Demenzkranke erhalten mit einem Ortungsgerät einen grösseren Aktionsradius, weil sie ohne Problem wieder gefunden werden können.

Es ist sinnvoll zu untersuchen, ob diese Erkenntnis auf andere Felder übertragen werden kann. Wenn man solche Felder findet, dann soll man nicht nur, man muss diese Erkenntnis dort umsetzen. Freiheitsräume zu sichern ist eine wichtige Aufgabe bei Leuten, die diese Räume verloren haben und Hilfe brauchen.

Wenn eine Anwendung hilft, Ressourcen zu sparen oder die Effizienz zu steigern, dann soll sie eingesetzt werden, sofern der Preis nicht zu hoch ist.

Vielleicht erlaubt es Ortung, das Meldeverfahren von Klienten bei gewissen Diensten effizienter zu gestalten. Vielleicht führt das aber auch zu Missbrauch von beiden Seiten.

Worauf muss betreffend Persönlichkeitschutz geachtet werden? (Empfehlungen an Sozialarbeitende und Klientschaft)

Für die Institutionen gibt es Regelungsbedarf. Ausgangslage ist das Recht. Am Anfang steht das Sozialhilfe-Geheimnis, Vormundschafts-Geheimnis, Datenschutz-Geheimnis.

Jeder Betrieb muss seine Regelung über den Umgang mit E-Mail und Internet ergänzen mit Bestimmungen über den Umgang mit Social Media, Smartphones, Ortung.

Ein Grundsatz lautet: Die Informationsbeschaffung erfolgt beim Klienten. Wo das nicht möglich ist, oder wo es sachliche Gründe gibt, die Information zu überprüfen, stellt sich die Frage: Welche Mittel darf ich einsetzen? Da gibt es wieder einen Grundsatz: Transparenz. Ich muss den Klienten informieren, dass ich weitergehende Recherchen mache. Ich handle entweder mit Einwilligung oder auf einer gesetzlichen Grundlage. Ich darf also Informationen, welche mir mein Klient nicht gibt, über Internet oder über Social Media beschaffen, wenn ich das transparent mache und wenn ich dem Klienten Gelegenheit gebe, Stellung zu nehmen zu den Informationen. Das steht im Gegensatz zu den Strafermittlern oder Inspektoren, diese müssen keine Transparenz herstellen.

Google-Recherchen sind auch bei Stellenbewerbungen nur dann zulässig, wenn der Bewerber informiert wird und

Gelegenheit hat, Stellung zu beziehen. Es gibt leider keine Gerichtsurteile über Zulässigkeit von Google-Recherchen bei Stellenbewerbungen. Hingegen gibt es ein Gerichtsurteil zur Öffentlichkeit von Facebook. Wenn jemand seinen Arbeitgeber auf seinem privaten Facebook-Profil anschwärzt, ist das nicht statthaft, das bedeutet eine Verletzung der Treuepflicht. Facebook ist also nicht privat.

Wie steht es mit dem Einsatz von Sozialdetektiven bei Verdacht auf Sozialhilfemissbrauch?

Für den Einsatz von Sozialhilfe-Detektiven braucht es eine Grundlage im Sozialhilfe-Recht. Diese Grundlage ist geschaffen: Sozialhilfe soll nur ausgerichtet werden, wenn die Voraussetzungen erfüllt sind. Die Behörde hat das Recht und die Pflicht, im Interesse der Öffentlichkeit, dafür zu sorgen, dass die Hilfe nur denjenigen zu Gute kommt, die darauf Anspruch haben.

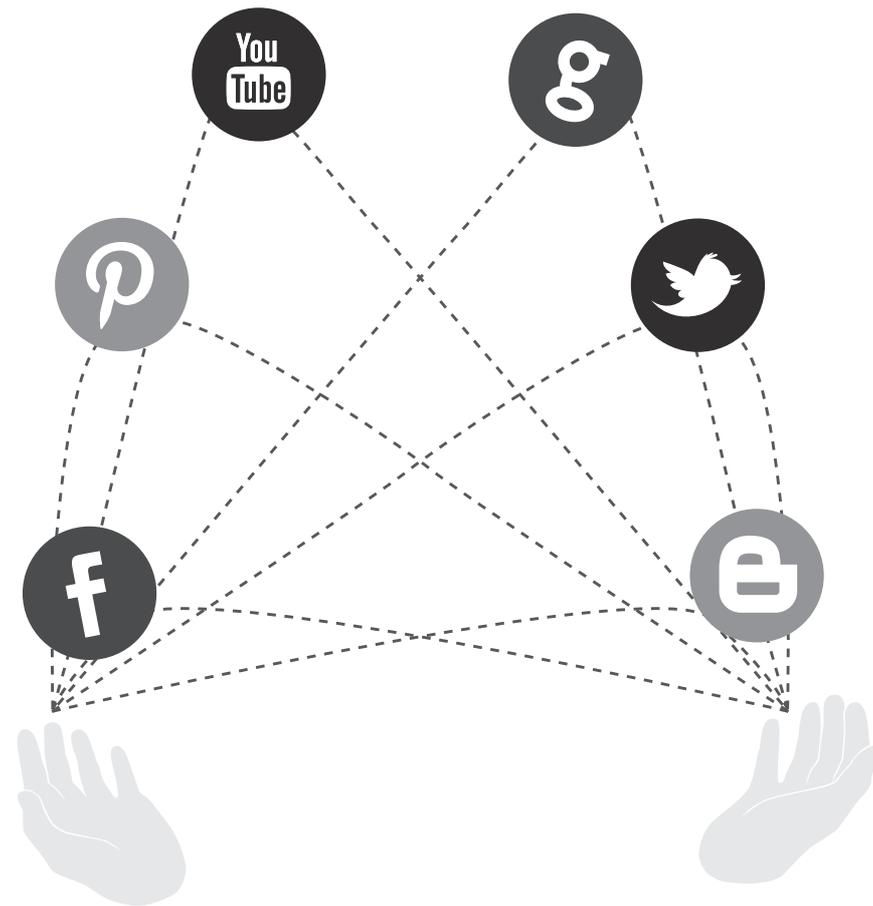
Die Voraussetzungen für den Einsatz müssen geklärt sein (Gesetzliche Grundlage, Verhältnismässigkeit), der Umgang mit den gewonnenen Informationen muss klar sein. Es sollen aber nicht die Sozialarbeitenden in die Rolle des Inspektors/Detektivs schlüpfen, das widerspricht ihrem Rollenverständnis.

Das Vergehen des Sozialhilfemissbrauchs ist zunächst dem Strafrecht vorgelagert, kann also im Sozialhilfegesetz mit Strafe angedroht sein (Busse).

Wird der Sozialhilfemissbrauch vom

Strafrecht behandelt, geht es um Betrug (Gefängnis).

Es ist meines Erachtens wichtig, dass der Einsatz von Sozialdetektiven so ausgerichtet wird, dass er mithilft, das Vertrauen in die dahinter stehende Behörde zu verstärken.



ERFAHRUNGEN DER JUGENDARBEIT

Interview mit Marcel Küng



Marcel Küng

Arbeitsort, Funktion

Jugendseelsorge Zürich, Bereich Beratung und Prävention Neue Medien

Soziokultureller Animator FH; Jugendberatung, Schwerpunkt Neue Medien

Internetgeneration

Diese Einteilung ist bereits überholt, sie ist nicht mehr relevant.

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

1-2 Stunden pro Tag.

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

– Facebook ist mein Schwerpunkt, beruflich wie privat.

– Twitter ersetzt mir die Zeitung, jeden Morgen auf dem Arbeitsweg.

– Ich betreibe einen Wordpress-Blog, der für mich privat die Website ersetzt.

– Google+ nutzen wir beruflich für gemeinsames Arbeiten an Konzepten, Dokumenten, privat dient es mir als Zentrale für alle Google-Tools.

– RSS Feeds habe ich Dutzende abonniert, eingeteilt in Gruppen.

– Weiter nutze ich privat Anwendungen wie Tumblr, Instagram, Forsquare, Pinterest, Pair, Path und Spotify.

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Das Leben hat sich vereinfacht. Ich spare Zeit. Ich kann effizienter kommunizieren. Ich erfahre Informationen, die vorher nicht bis zu mir durchgedrungen sind, von diversen Fachleuten, Kollegen und Freunden oder von Jugendlichen, über z.B. aktuelle Tages-News, technische Entwicklungen oder Nutzungstendenzen im Medienbereich.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Es würde mich sehr viel Zeit kosten, die Kommunikation, so wie ich sie heute schätze, aufrecht zu erhalten. Ich genieße es, die Informationskanäle selber wählen und Informationen bzw. Berichte von Ereignissen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten zu können. Das würde mir ohne Neue Medien schwer fallen.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media? Ja/Nein.

Das «Ja» hat mit meinem Rollenverständnis zu tun. Mit privaten Profilen zeichne ich ein Bild von mir für meinen Freundeskreis, publiziere ich Informationen für Leute, die die gleichen Interessen haben wie ich, erlaube ich mir, meine private Meinung zum Besten zu geben. Mit der berufsbezogenen Seiten kommuniziere ich anders, ich brauche eine andere Sprache. Ich habe eine Klientel, die der Seite folgt und spreche vor allem über berufsbezogene Inhalte.

Der «Nein»-Anteil meiner Antwort bezieht sich auf die Recherche und Auseinandersetzung mit Inhalten via Soziale Medien. Natürlich teile ich Berufsrelevantes auch, wenn es mir auf dem privaten Profilen entgegen kommt und umgekehrt.

Wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Ich nutze technische Möglichkeiten, dazu gehören z.B. auch die Privatsphäre-Ein-

stellungen der Plattform. Ich schütze meine Privatsphäre aber auch, in dem ich differenziere, mir überlege, welche Kanäle ich für was nutze, welche Information regle ich mit einem Telefon, welche Information will ich lieber persönlich übermitteln, welche Information ist problemlos z.B. für Facebook, welche Dokumente sichere ich auf meinem Computer, welche Dokumente speichere ich online, damit andere damit arbeiten können.

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben?

Ein Nachteil ist, dass es sehr zeitaufwändig ist, ein Netzwerk aufzubauen, Kontakte zu erarbeiten, Erfahrung zu sammeln.

Es gibt eine grosse Kluft zwischen den Jugendlichen, die mit ihrer Unvoreingenommenheit sehr schnell sehr viele Erfahrungen machen, und dem vorsichtigen und von Respekt geprägten Verhalten der Eltern. Darum sind die Jugendlichen in den Erfahrungswerten meist voraus, was wiederum die Begleitung schwierig macht.

Eine Gefahr für Institutionen besteht darin, dass die Social Media-Kommunikation als eigenständiges Rad vom Wagen wegfährt, sie gehört jedoch in ein Gesamtkonzept und muss vom Arbeitgeber verabschiedet werden.

Für Sozialarbeitende besteht die Gefahr, enttäuscht zu werden. Die Kommunikation in Social Media ist oft oberflächlich.

Man kann in leichten Beziehungen nicht belehrend auftreten. Wenn man das versucht, wird die Verbindung meistens gleich abgebrochen. Wenn man hingegen zuhört, echtes Interesse zeigt, Fragen stellt, Erfahrungen abholt und Perspektiven erfragt, regt das den Dialog an.

Wie stellen Sie sich die Zukunft vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen haben Social Media?

Social Media sind kein flüchtiger Hype. Das Dialogische wird bleiben. Die Generation, die damit aufgewachsen ist, will darauf nicht mehr verzichten.

Es wird noch ganz Vieles kommen, das ich mir gar nicht vorstellen kann. Die Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung wird eher noch zunehmen.

Die nächste Generation ist offener, neugieriger, sie ist bereit Sachen auszuprobieren, Fehler zu machen und dazu zu stehen.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Wie macht sich die Jugendarbeit Social Media zunutze?

Die Jugendarbeit steht unter Zugzwang, die Kommunikation mit den Jugendlichen über Social Media aufzubauen, weil diese die andern Kanäle fast nicht mehr nutzen.

Dabei gibt es grossartige Werkzeuge für Partizipation: gemeinsame Projektarbeit, Gruppen gründen, themenspezifischen Austausch, Umfragen etc.

Man kann Promotion und Lobbyarbeit betreiben über die neuen Medien: Einblick in die tägliche Soziale Arbeit geben, über Anlässe innerhalb der Institution berichten oder öffentliche Anlässe ankündigen.

Wir haben die Möglichkeit, niederschwellige Beratungen anzubieten, Triage zu machen.

Bsp. 1: «Zu diesem Thema habe ich eine Information, die du bei mir abholen kannst.»

Bsp. 2: «Bei diesem Thema möchte ich gerne unter vier Augen mit dir weiter reden.»

Eine Begleitung der Jugendlichen bei Beratungen ist denkbar: Lösungsorientierte Vereinbarungen und Aufgaben, Überbrückung von längeren Zeitfenstern zwischen den Treffen durch Nachfragen auf einer professionellen Ebene, durch höflich interessiertes Abholen von Problemen, Gedanken und persönlichen Statements, durch Feedback in Form von Ermutigung, Wertschätzung. Für all das werden die Neuen Medien in Zukunft wichtig sein.

Welche Chancen und Gefahren sehen Sie in der Jugendarbeit? Wie stark ist die Affinität zu Social Media bei den Jugendarbeitenden?

Die Affinität entsteht, weil die Jugendarbeitenden partizipativ arbeiten und sich dadurch automatisch mit den Kommunikationsmitteln der Jugendlichen auseinandersetzen.

Die Jugendarbeitenden haben in den Social Media die gleiche Verantwortung wie im Alltag. Analog zur Hausordnung eines Jugendtreffs legen sie auch bei den Social Media fest, wie sie mit den Jugendlichen kommunizieren, sie bestimmen die Sprache, die Rahmenbedingungen für Kommentare, die Regeln des Dialogs auf ihrer Seite.

Es ist eine ständige Gratwanderung. Einerseits will man einen Bezug herstellen, Informationen austauschen, das Interesse am eigenen Angebot wecken oder zumindest Informationen geben können. Und andererseits hat man eine Verantwortung gegenüber den Nutzenden auf der Plattform.

Nehmen wir das klassische Beispiel Cybermobbing. Früher hat es nicht weniger Mobbing gegeben, die Vorfälle waren einfach weniger sichtbar. Wenn Jugendarbeitende heute bei einem Cybermobbing-Vorfall einen Print Screen vorzeigen können, haben sie etwas in der Hand, das sie thematisieren können, was sonst extrem schwierig ist. Sie können zusammen mit den Jugendlichen einen Vorfall angehen, ihn an die Oberfläche bringen, zeigen was passiert ist und dafür sorgen, dass daraus eine Lernerfahrung wird.

Gibt es innerhalb der Jugendarbeit Schulungen und Kurse?

Auf www.doj.ch findet sich unter «Fachgruppe Neue Medien» eine Liste mit Schulungsanbietenden aus der ganzen Schweiz. Weiter gibt es die Seite [\[undmedien.ch\]\(http://undmedien.ch\), wo das für das Thema Jugendmedienschutz zuständige BSV versucht, das schweizerische Angebot an Informationen, Broschüren und Schulungsanbietenden zu erfassen.](http://jugend-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Daneben gibt es viele regionale Austauschgefässe. Die Möglichkeiten sind vielfältig und sehr unterschiedlich. Das Interesse und Engagement für das Thema muss von den Jugendarbeitenden kommen, die in der Praxis arbeiten.

Wie werden Fragen zum Persönlichkeitsschutz umgesetzt?

Wenn ich im Rahmen meiner Beratungstätigkeit Schulungen oder Weiterbildungen mache, spreche ich dazu die Rahmenbedingungen an, die von den Plattformbetreibern bestimmt werden, gehe auf Schutzmassnahmen ein, die auf den Plattformen zur Verfügung stehen und bespreche die unterschiedlichen Kommunikations-Möglichkeiten. Ich versuche, mit den Fragestellungen die Leute anzuregen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und versuche Möglichkeiten zu erarbeiten, wie man sich schützen kann. Schlussendlich muss aber jede Person ihre eigenen Erfahrungen machen und Entscheide fällen.

Gibt es Anleitungen, Checklisten?

Es gibt bei Klicksafe.de sehr gute Checklisten und Privatsphären-Einstellungs-Dokumente, die mit einem staatlichen Auftrag regelmässig aktualisiert werden.

Was würden Sie Beratungsstellen und Sozialdiensten empfehlen, die sich mit

Social Media vertraut machen möchte? Von welchen schon weit fortgeschrittenen Erfahrungen der Jugendarbeit können sie profitieren?

Als erstes ist es sinnvoll, sich auf der strategischen Ebene mit dem Thema auseinanderzusetzen. Es gilt, die Neuen Medien in den Kontext von PR und herkömmlichen Kommunikationsmitteln einzubetten. Man muss sich überlegen, wie man Social Media nutzen will, welche Zielgruppen man ansprechen will, welche Ressourcen man einsetzen kann. Wenn man merkt, dass es nichts bringt, sollte man lieber die Finger davon lassen.

Danach folgt die operative Ebene. Vielleicht holt man sich Knowhow mit einer Schulung, oder man hat Mitarbeitende, die schon viel Erfahrung haben und sich intern engagieren können. Hilfreich ist es, mit einer Situationsanalyse herauszufinden, was die Mitbewerber machen, was sie gut machen und was sie weniger gut machen. Und sich zu fragen, was man daraus für die eigene Kommunikationsarbeit lernen kann.

Die Umsetzung beginnt mit dem Festlegen des Profils sowie dem Erarbeiten eines Netzwerks. Nach gewisser Zeit hat man hoffentlich einen Mehrwert. Wenn das Ziel nicht erreicht wird, wenn der Aufwand grösser ist als der Ertrag, muss das Ziel vielleicht korrigiert oder überdacht werden.

Social Media Guidelines bieten Sicherheit für die Mitarbeitenden. Man sollte diese mit dem Team erarbeiten. Die Mitarbei-

tenden müssen verstehen, was gemeint ist, müssen dazu stehen können. Sie beantworten die Fragen: Was sind Social Media? Was verstehen wir darunter? Welche nutzen wir? Weiter geht es um die Anwendung: Welche Inhalte kann ich teilen? Wie sage ich etwas? Wie gehe ich mit Kritik um? etc.

Im klassischen Sozialbereich gibt es die Problematik von Datenmissbrauch und Datennachverfolgung. Wo müsste die klassische Sozialarbeit hinschauen?

Grundsätzlich muss man sich bewusst sein, dass auf Social Media-Plattformen Öffentlichkeit entsteht und dass man seine Daten den Plattformbetreibenden frei gibt. Social Media sind also ungeeignet für sensible Daten, eignen sich hingegen, um persönliche Kontakte zu pflegen, um niederschwellig Zugang zu ermöglichen. Es darf nur das publiziert werden, was eine Person auch im öffentlichen Raum von sich preisgeben würde, also keinerlei persönliche Daten, die für Dritte interessant sein und missbraucht werden könnten.

Wie müsste man das den Klienten kommunizieren?

Ich bin überzeugt, dass Sozial Arbeitende ihren Teil zur Beratung und Prävention beitragen können. Es ist aber ein schwieriges, vielfältiges und komplexes Feld: Es gibt technische, PR- oder medienpädagogische Fragen, aber auch Verhaltensfragen. Oft ist es fürs Klientel schwierig abzuwägen, wer für welche Fragen zuständig ist.

Sie betreiben die Plattform SozialMedia.ch und bieten Bildung im Medienbereich an. Was sind die Hauptanliegen dieses Angebots?

Ausserhalb des Präventions- und Beratungsangebotes der Jugendseelsorge für den Kanton Zürich biete ich mit meinem Kollegen Micha Meyer Medienbildung sowohl im Fachaustausch unter Jugendarbeitenden sowie anderen sozialen Institutionen an. Unser Ziel ist es, unsere Erfahrungswerte und unser Know-how weiter zu geben und unseren Kunden den Umgang mit Neuen Medien zu erleichtern. Wir streben eine lösungsorientierte, sachliche, reflektierte Auseinandersetzung während unserer beratenden Tätigkeit an und suchen den Diskurs.

Was machen Sie für Erfahrungen; wie ist die Nachfrage, die Resonanz?

Wenn es uns im Workshop nicht gelingt, das Interesse für das Medium zu wecken, wenn der Fokus auf den Risiken und Gefahren bleibt, dann entsteht wenig Motivation sich auf Neues einzulassen. Die Erfahrungen sind aber mehrheitlich sehr positiv. Meistens wird eine Diskussion innerhalb des Teams angeregt, woraus wieder neue Fragen resultieren. Diese können wir meistens nicht direkt beantworten, aber wir können Vorschläge machen zum Vorgehen, wir können Erfahrungswerte beitragen, wir können Interesse wecken, wir können Chancen und Risiken aufzeigen. Die eigentliche Umsetzung ist dann ein Prozess, der erst nach unseren Workshops stattfindet.

Sozialarbeitende haben ja nicht unbedingt Kompetenzen im Umgang mit Social Media, müsste sich nicht jemand anders darum kümmern?

Weil Social Media dialogisch funktionieren, ist die direkte Ansprechperson sehr wichtig. Es ist also nicht ratsam die Kommunikation zu delegieren. Deshalb glaube ich, dass die Professionellen der Sozialen Arbeit selber Social Media-Kompetenz erwerben müssen.

SOCIAL MEDIA FÜR DIENSTLEISTUNGS- ORGANISATIONEN

Interview mit Marie-Christine Schindler

ALLGEMEINE FRAGEN

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich mit Social Media?

Täglich ein bis vier Stunden (wenn man meinen Blog mit einrechnet).

Welche Anwendungen nutzen Sie und wofür?

- Facebook: Fanseite für Fachliches, Profil für Privates (viel Crossposting)
- Twitter: Monitoring, Trends erkennen, Recherche, Gespräche, Inspiration
- Blog: WordPress, selber gehostet
- Google+: Monitoring, neue Themen entdecken, Weiterbildung
- RSS Feed: Monitoring, Weiterbildung,

neue Themen entdecken

- Social Bookmarks: z.B. Diigo für die Ablage von Links
- Instagram: Fotos von unterwegs
- Foursquare: entdecken von neuen Orten und Tipps
- LinkedIn und Xing: für Business-Kontakte
- YouTube: mit Channel für Abos von anderen Channels

Wie hat sich ihr Leben durch Social Media verändert?

Durch Social Media ist meine Welt grösser geworden. Sie bieten mir, zu der Zeit und an dem Ort, der mir passt, einen kurzwei-

ligen Austausch mit Menschen, welche die gleichen Interessen wie ich haben. Es sind wertvolle Hilfsmittel, aber nicht essentiell für mein persönliches Leben und meine Beziehungen.

Gibt es Dinge, die Sie ohne Social Media nicht (mehr) tun könnten?

Eine ganze Reihe von Dingen. Ich hätte meine Agentur kaum so aufbauen können. Die Online Reputation hat mich ein ganzes Stück weiter gebracht. Das Monitoring für die Kunden basiert auf Social Media, ebenfalls die permanente Weiterbildung, die sich aus vielen von Praktikern geschriebenen Einzelbeiträgen zusammensetzt. Social Bookmarking würde ich schmerzlich vermissen.

Trennen Sie den beruflichen und den privaten Gebrauch von Social Media?



Marie-Christine Schindler

Arbeitsort, Funktion
mcschindler.com, Senior
Consultant

Internetgeneration
Digital Immigrant, heute
Digital Resident

Jein. Grundsätzlich bin ich überwiegend zu meinem Thema PR im Social Web unterwegs. Meine Familie bringe ich nicht ins Spiel, aber ich poste über Instagram auch Bilder aus meiner Freizeit.

Wie schützen Sie sich und Ihre Daten?

Ich baue meine eigene Persönlichkeit auf, das ist der beste Schutz gegen falsche Darstellung von Dritten. Ich achte darauf, private Daten möglichst nicht öffentlich zu machen. Daten zu schützen ist schwierig, weil die Dienste immer besser darin sind, Daten zu greifen und Zusammenhänge zu erkennen (z.B. via IP-Adresse).

Welche Nachteile/Gefahren kann die Teilnahme auf Social Media-Plattformen haben?

Man muss sich bewusst sein, dass man sich exponiert. Themen wie Politik, Sex, Rassismus sind für mich tabu, weil es schwierig ist, daraus entstehende Situationen zu kontrollieren. Auch sollte man nicht in Social Media kommunizieren, wenn man sehr aufgebracht ist, sondern erst, wenn sich der Dampf wieder verzogen hat.

Wie stellen Sie sich die Zukunft vor? Welche gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen haben Social Media?

Social Media werden Teil unseres Alltags. Wir werden sie so selbstverständlich nutzen wie Radio und TV. Das Beste werden wir herausgreifen, den Rest links liegen lassen. Immer problematischer wird der digital divide. Menschen, die keinen Zugang zum Internet haben, werden nur noch teilweise

informiert sein, weil sich immer mehr Services und Informationsangebote nach Online verschieben.

SPEZIFISCHE FRAGEN

Was denken Sie im Zusammenhang von Social Media über Medienkompetenz, Persönlichkeitsschutz und Datenschutz?

Bei allen Social Media-Plattformen gibt es Rahmenbedingungen, die fix gegeben sind. Die Facebook-Richtlinien und -AGB sind länger als die Amerikanische Verfassung. Es ist also sehr schwierig, einen Überblick zu behalten. Jedenfalls sind Social Media eine Komplexitätsstufe höher als der Alltag. Trotzdem muss man sie genau aus diesem Alltag heraus anschauen.

Die Leute sollten Social Media bewusst nutzen, sie sollten damit umgehen, als wäre es ein Dauer-Bewerbungsgespräch. Sie sollten ständig fragen: Was soll meine erweiterte Umgebung wahrnehmen? Was soll das Gesamtbild sein, das entsteht?

Social Media bieten auch Menschen mit einer Beeinträchtigung die Chance, sich aus einer Isolation zu befreien. Sie können sich auszudrücken, können sich in Communities einbringen oder selber welche gründen. Dabei brauchen sie eine aufmerksame Begleitung, besonders diejenigen, die im Leben Mühe haben sich abzugrenzen und die Schranken zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen zu erkennen. Aus diesem Grund können die Sozial Arbeitenden es sich

nicht leisten, die Augen vor Social Media zu verschliessen. Voraussetzung für eine erfolgreiche Begleitung in diesen Fragen ist Medienkompetenz.

So wie wir im medizinischen Bereich immer mehr mündige Patienten haben, so wird es auch in der Sozialen Arbeit in Zukunft den mündigen Klienten geben, der wertvolle Erfahrungen mitbringt. Dabei können Organisationen sich diese Kompetenz der Klienten zunutze machen. Wenn man die Leute dazu bringen kann, hilfreiche Alltags-Strategien zu teilen und sich gegenseitig zu helfen, hat man sehr viel gewonnen. Man darf aber nicht zu hohe Erwartungen haben. Es gibt die 90-9-1-Regel: Auf 100 Personen gibt es 1, die etwas Neues beiträgt, 9 kommentieren und 90 lesen mit. Dass es diese 90 gibt, die mitlesen, ist im Sozialen Bereich sehr wichtig und nützlich. Es hilft, Wissen zu verbreiten, aber auch Ressourcen zu sparen: Prävention, Früherkennung werden so möglich.

Wie wirken sich Social Media auf die PR-Aktivitäten von Organisationen aus?

Um PR für eine Organisation zu machen, muss man sie gut kennen und sprachlich gewandt sein. Gefragt ist zunehmend eine direkte Kommunikation mit den Fachleuten, ihnen muss man es ermöglichen, dass sie ihr Fachwissen den Laien auf den richtigen Kanälen so weitergeben können, dass diese es auch verstehen.

Eine Organisation muss ein Leuchtturm sein in einer Flut von Informationen. Es muss sichtbar sein, dass diese Organisation ein Kompetenzzentrum ist für alle

grossen und kleinen Fragen in einem bestimmten Bereich. Damit dieser Leuchtturm leuchtet, gibt es verschiedene Voraussetzungen. Es braucht Identität: Man kann nur handeln, wenn man weiss, wer man ist. Dann braucht es das geplante Vorgehen: Man muss wissen, was man erreichen und wie man umsetzen will. Weiter muss man zuhören: Ein starkes Monitoring ist unerlässlich. Und schliesslich muss man präsent sein: Der Dialog in Social Media findet in Echtzeit statt.

Worin sehen Sie die Chancen für Dienstleistungsorganisationen?

Gegenüber den klassischen Medien weisen die Sozialen Medien Vorteile auf, die es ermöglichen, Dienstleistungen greifbar zu machen:

- Es kann ein Informationsfluss aufgebaut werden, der auch die Kommunikation von kleinteiligen Informationen ermöglicht, dies im Gegensatz zur klassischen Medienmitteilung, die inhaltlich immer eine grössere Tragweite aufweisen sollte.
- Verschiedene kleine Mosaiksteine in Text, Bild, Ton und Video erlauben es, eine Dramaturgie über verschiedene Kanäle aufzubauen, Menschen inhaltlich dort abzuholen, wo sie stehen und mehrere Berührungspunkte aufzubauen.
- Es ist möglich und sinnvoll, Dinge aus verschiedenen Perspektiven darzustellen und mit Storytelling zu arbeiten, das schafft Spannung im Informationswettbewerb.

Beim Vorgehen und Planen, ist es wichtig, sich in den Kunden/Klienten zu versetzen, sich zu fragen: Was ist sein Anliegen? Dabei müssen die verschiedenen Rollen der Kunden/Klienten untersucht werden: Hilfsempfänger, Helfender, Spender, Behörde, etc. Erst jetzt kommt die Organisation ins Spiel: Auch da müssen die Rollen geklärt sein. Wer tut was? Kompetente Organisationen bedienen viele verschiedene Social Media-Kanäle. Dabei muss man aber aufpassen, dass nicht überall das gleiche stattfindet. Ein nützliches Modell arbeitet mit Kanalverantwortlichen: Für jeden Kanal ist jemand bestimmt, der sich z.B. um Twitter, Facebook oder um den Blog kümmert. Die Kanalverantwortlichen stimmen die Inhalte aus der Perspektive ihres eigenen Kanals ab.

Welches sind für eine Organisation die Kriterien für oder gegen Social Media-Präsenz?

Das absolute Minimum für eine Organisation ist ein zeitgemässer, aktueller Webauftritt.

Dann gilt es, den Einsatz von Social Media gründlich zu prüfen. Es ist sinnlos, einen Auftritt zu machen, weil die andern auch einen haben, weil er gratis ist, weil er schnell eingerichtet ist. Man muss sich fragen: Was sind die Ziele? Wer sind unsere Ansprechgruppen? Was möchten und was können wir erreichen? Um diese Fragen zu beantworten, muss man lange zuhören und zuschauen, herausfinden, was die andern machen. Dabei kann es durchaus sein, dass man am Schluss sagen muss: Es passt einfach nicht. Sei

es wegen der Zielgruppen, sei es wegen der inneren Widerstände in der Organisation, in der eine Kultur des Teilens und der Offenheit Voraussetzung für die Kommunikation im Social Web ist.

Ein weiterer Faktor ist die Zeit: Es braucht einen langen Atem, um einen erfolgreichen Kanal aufzubauen. Es dauert im Minimum ein halbes Jahr, bis ein Auftritt bei Facebook oder Twitter ohne Werbung Fahrt aufnimmt.

Was raten Sie einer Sozialen Organisation bezüglich Social Media? Welche Tools sind nützlich?

Zuhören ist wichtig und das läuft über Monitoring. Ein Monitoring-Tool kauft man mehr oder weniger teuer ein oder baut es selber auf: Das ist möglich über den Google Reader in den Google Alerts, gespeicherte Suchen auf YouTube, Twitter oder Facebook. Hinzu kommt das Durchsuchen von Foren mit Boardreader. Ein neues Gratis-Tool, das auch die Online-Präsenz von klassischen Medien gut einbezieht, heisst mentions.net.

Es gilt den Aufbau der Organisation zu berücksichtigen. Wenn man dezentral organisiert ist, wenn man mit Sektionen arbeitet, oder wenn man sich auf einen Helferkreis abstützt, gibt es viele wertvolle Tools: z.B. Skype-Chat, Facebook-Gruppen, Kreise bei Google+ oder Yammer, eine Mischung von Twitter und Facebook. Für die Zusammenarbeit sind Dropbox, Google Docs, Social Bookmarking wie Diigo oder der Google Kalender wertvolle Tools.

Wenn es um Kommunikation geht, gibt es die Mainstream-Anwendungen. Als Minimum braucht es als Heimbasis eine Website. Wordpress ist nützlich für kleine Organisationen, weil die gratis Software auch gleich ein Blogsystem ist, also auch der Dialog gepflegt werden kann. Dann muss man die einzelnen Anwendungen evaluieren: Facebook und Twitter dienen oft als Traffic-Generator und als Ideengeber: Damit kann man die Leute auf seine Website holen. YouTube ist nützlich für Filme, Flickr für Bilder.

Was empfehlen Sie Sozialen Institutionen für den Umgang mit Social Media?

Damit sich Privates und Berufliches nicht vermischt, muss man die Mitarbeitenden aufklären, ihnen Hilfestellung geben in Form von Guidelines und von Schulungen. Wer etwas sagt, muss das rollengerecht tun, muss klären, ob er als Sprecher der Institution auftritt oder als Privatperson. Man muss auch klären, wie viel und welche private Social Media-Nutzung während der Arbeitszeit zulässig ist. Wichtig sind die Regeln für die Institution: Was wird besprochen, was nicht? Es muss klargestellt werden, dass das Arzt- und Berufsgeheimnis hier genau gleich gelten wie sonst. Sehr wichtig ist es, dass die interne Kommunikation gestärkt wird. Jeder sollte mit drei Schlagworten, zu denen er stehen kann, die Institution präsentieren können. Das, aber auch eine intensive interne Kommunikation, zielt darauf ab, dass die Stärke von innen kommt. Dann kann man, muss man die Leute laufen lassen.

Was empfehlen Sie Sozial Arbeitenden für den Umgang mit Social Media?

Die Vernetzung hat auch Nachteile. Oft geht diese nicht von Organisation zu Organisation, sondern von Person zu Person. Das hat zur Folge, dass man lernen muss, sich abzugrenzen und nein zu sagen. Über die Privatsphären-Einstellung bei Facebook kann man eine gewisse Abgrenzung zwischen beruflichen und privaten Kontakten machen.

Beim Arbeiten in Social Media ist es wichtig, den beruflichen Kontext zu behalten. Wenn in einem Dialog mit Klienten die Inhalte zu persönlich werden, sollte in einen privaten Kanal gewechselt werden (E-Mail, Telefon, Gespräch). Man muss sich im Klaren darüber sein, dass der Social Media-Empfängerkreis selten geschlossen bleibt. Über die Freunde von Freunden und die Bekannten von Bekannten verbreiten sich die Inhalte weiter und verwandeln sich unter Umständen in Indiskretionen.

Wohin geht die Entwicklung? Werden mobile Anwendungen die heutigen stationären Systeme verdrängen? Welchen Einfluss nehmen Social Media auf unser Kommunikations- und Sozialverhalten?

Wir werden hoffentlich etwas weniger über die Anwendungen sprechen, dafür mehr über die Inhalte. Wir werden Beziehungen pflegen. Social Media werden umfassend im Alltag Einzug halten. Jeder wird sich das herausgreifen, was ihm nützt, und sei es nur gute Unterhaltung oder Alltagswissen.

Die Welt wird wieder etwas kleiner werden, das Wunder der weltumspannenden Kommunikation wird etwas von seinem Reiz verlieren, die Leute werden sich wieder mehr für das Geschehen in ihrer Umgebung interessieren. Dazu tragen die geobasierten Dienste bei, welche im Alltag nützlich sind. Ein Beispiel ist Spontacts, ein App, welches mir ermöglicht, Freizeitpartner für meine Lieblingsaktivitäten zu finden.

Auch die Firmen müssen dazu lernen: Anstatt über Social Media zu broadcasten, werden sie die Kanäle für Beziehungspflege zu nutzen.

E-Mail wird reduziert, weil es fürs Organisieren und Austauschen bessere Kanäle gibt und geben wird. Trotzdem behält es seine Berechtigung, weil es einen privaten, geschützten Bereich darstellt. Grundsätzlich werden sich die verschiedenen Medien ergänzen und nicht verdrängen oder ablösen.

Hat sich die Trägerschaft einer Organisation für die Nutzung von Social Media-Kanälen entschieden, stellen sich zuhause der Konzeption und Umsetzung verschiedene Fragen, die beantwortet werden müssen. PR-Verantwortliche und Experten der Medienwissenschaften empfehlen jeder Institution, folgende Grundlagen bereitzustellen:

SOCIAL MEDIA GUIDELINES

Diese enthalten die Richtlinien für die Mitarbeitenden – unabhängig davon, ob die Institution innerhalb der Social Media-Kanäle aktiv ist oder nicht.

Empfehlenswerte Umsetzungsbeispiele von Social Media Guidelines sind folgende:

- Kurzinformation des EPA «Umgang mit Social Media»¹
- Tschibo: «Herr Bohne geht ins Netz»²
- Social Media-Richtlinien als Film «Unternehmensrichtlinien»³

SOCIAL MEDIA POLICY

Hier wird der Umgang der Institution mit Social Media reglementiert. Es werden die Verantwortlichkeiten sowie die Absichten, Ziele und Möglichkeiten der Social Media-Präsenz festgelegt.

Empfehlenswerte Literatur zu diesem Thema:

- Jörg Eisfeld-Reschke, Jona Hölderle: «Social Media Policy für Nonprofit Organisationen» In 20 Schritten zum Leitfaden für den Umgang mit Social Media
- BVDW: «Social Media Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter» Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht einen Leitfaden mit zehn Tipps für den geschäftlichen Umgang im Social Web. Die Handlungsempfehlungen der Fachgruppe Social Media im BVDW sprechen Unternehmen sowie beschäftigte Mitarbeiter an und dienen als Grundlage für individuelle Unternehmensrichtlinien.

Viele weitere Tipps und nützliche Links finden Sie auf Diigo:

<https://groups.diigo.com/group/soziale-arbeit-social-media>

SOCIAL MEDIA GUIDELINES

Richtlinien für Mitarbeitende einer Institution

NutzerInnen von Social Media-Kanälen sind nicht bloss KonsumentInnen sondern ebenso InformationsproduzentInnen. Dabei werden in Windeseile Informationen erstellt, die sofort der ganzen Welt zur Verfügung stehen. Die Grenzen zwischen beruflicher und privater Nutzung verschwimmen immer mehr und beinhalten für Arbeitgeber wie auch für Arbeitnehmer gewisse Risiken. Aus diesem Grund empfiehlt es sich für eine Organisation, die Mitarbeitenden auf diese Risiken hinzuweisen und ihnen mit Social Media-Richtlinien die wichtigsten «dos and don'ts» verbindlich zu kommunizieren. Zudem soll auf Organisations-ebene die private Nutzung von Social Media am Arbeitsplatz, wie auch die Handhabung/Trennung der beruflichen und privaten Social Media-Identität der Mitarbeitenden geregelt werden.

Für die Erstellung von **Social Media Guidelines** zuhause der Mitarbeitenden sind im Web sehr viele gute und immer wieder aktualisierte Beispiele zu finden.

WICHTIGE INHALTE VON SOCIAL MEDIA GUIDELINES SIND FOLGENDE:

- Zurückhaltend kommunizieren; das Posten von Informationen ist öffentlicher als eine Bemerkung am Stammtisch. Und ausserdem: Das Internet vergisst nie!
- Interne oder vertrauliche Informationen über den Arbeitgeber sollen niemals in den Social Media-Kanälen veröffentlicht werden. Auch keine Informationen, die den Arbeitgeber, andere Mitarbeitende oder den Verfasser selber schädigen könnten.
- Bei der privaten Nutzung von Social Media-Kanälen darf nicht die geschäftliche E-Mail Adresse benutzt werden.
- In den meisten Organisationen gibt es eine oder mehrere Personen, welche für die PR der Organisation verantwortlich sind. Anfragen an die Organisation werden im Normalfall durch diese Person beantwortet.
- Datenschutz und Persönlichkeitsschutz beachten: Sicherheitseinstellungen in Facebook vornehmen.
- Achtung vor gefälschten Profilen auf Facebook!
- Für jeden Zugang ein separates Passwort verwenden.
- Nicht jedem Link und Programm trauen. Über einen Link oder ein Programm kann Software installiert werden, um eine Person auszuspionieren.

¹ <http://bit.ly/UOCq6s> | ² <http://bit.ly/Yk74sM> | ³ <http://bit.ly/XvkTyN>

SOCIAL MEDIA POLICY

Reglement für Organisationen

In einer Social Media Policy werden strategische und organisatorische Grundlagen bezüglich der Nutzung von Social Media-Kanälen festgehalten. Sie gelten für die Führungs- und Kommunikationsverantwortlichen der Organisation.

NACHSTEHENDE PUNKTE SOLLEN HELFEN, DIE MÖGLICHEN THEMENBEREICHE UND INHALTE ZU DEFINIEREN:

Ziele setzen und messen

- Was ist das Ziel der Nutzung von Social Media?
- Welche Zielgruppen/Dialoggruppen der Institution sollen angesprochen werden?
- Welches ist das Kernthema, bzw. der Anreiz der Dialoggruppe zum Gespräch?
- Welche Social Media-Plattformen werden dazu verwendet?
- Wie und mit welchen Messdaten kann die Ziel-Erreichung gemessen werden (Monitoring, p. 14)?

Mehrwert und eigene Inhalte bieten

- Woher kommen die veröffentlichten Informationen (Hub)?
- Welche Materialien werden verwendet und welche externen Inhalte dürfen eingebunden werden (Copyright)?
- Wo wird auf die Social Media-Präsenz der Institution aufmerksam gemacht (Newsletter, Website, Social Media, PR-Material etc.)?
- Welches ist der Anreiz der Ansprechgruppe, bzw. deren Mehrwert?
- Welche Medien, wie z.B. Foren, Blogs, Netzwerke und Profile sind relevant für die Institution?

Themen finden; publizieren; kommunizieren

- Welche Informationen/Texte werden veröffentlicht (Themen, Prioritäten, kanalspezifische Zuordnung)?
- Wie soll die Tonalität der veröffentlichten Information sein (Du/Sie)?
- Wie werden die unterschiedlichen Zielgruppen angesprochen?

- Welche Bilder und Logos (CD) werden publiziert und wo (PR, p. 42)?
- Wie wird mit Rückmeldungen und Kritik von Dritten umgegangen?
- Welches ist die Beantwortungszeit bei Rückmeldungen und Kritik?

Verantwortliche schulen; umsetzen; dranbleiben

- Ist Know-how über den Umgang mit den einzelnen Social Media-Kanälen innerhalb der Institution vorhanden?
- Durch wen werden die Informationen veröffentlicht (Verantwortlichkeit und Zuständigkeit)?
- Sollen die für Social Media verantwortlichen MitarbeiterInnen geschult werden oder eine Beratung zugezogen werden?

Regeln für Mitarbeitende definieren

- Sollen die übrigen Mitarbeitenden im Umgang mit Social Media geschult werden?
- Ist die eigenständige Interaktion der Mitarbeitenden gewünscht?
- Über welche Bereiche soll in keinem Fall gesprochen werden?
- Dürfen Soziale Netzwerke während der Arbeitszeit genutzt werden?
- Welche Verhaltensregeln gelten für die Mitarbeitenden einer Institution (Netiquette, Social Media Guidelines)?

BERUFSETHISCHE FRAGEN

Interview mit Olivier Grand

Uns scheint, die Soziale Arbeit macht sich die neuen Möglichkeiten von Web 2.0 und Social Media noch nicht zunutze. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Im Vergleich zu anderen Bereichen hat die Soziale Arbeit relativ spät begonnen, neue Medien in ihren Berufsalltag zu integrieren. Viele Berufsleute haben immer noch grosse Vorbehalte gegenüber Social Media. Dafür gibt es meines Erachtens zwei Hauptursachen. Die erste liegt in der Vergangenheit begründet. Mit dem Aufkommen der Datenbanksysteme in den 1990er Jahren war es staatlichen Institutionen theoretisch möglich, verfügbare Daten abzugleichen. Viele Menschen fürchteten, mit diesen technischen Errungenschaften könnten Familie und Privatleben kontrolliert werden. Als Reaktion darauf wurden die Datenschutzgesetze erlassen. Dieser Kontrollaspekt ist heute nicht mehr so präsent, dafür sind mit der rasenden Verbreitung von digitalen sozialen Netzwerken neue Fragen zum Schutz der Privatsphäre

aufgetaucht. Was wir heute im Netz posten, kann schon morgen ausserhalb unserer Kontrolle sein. Es geht also um Fragen der Datensicherheit.

Der zweite Grund hat mit der zunehmenden Digitalisierung unserer Umwelt und der Automatisierung vieler Dienstleistungen zu tun. Die Soziale Arbeit legt ihren Schwerpunkt jedoch auf zwischenmenschliche Kontakte. Und tatsächlich zeigen viele Menschen, die in der Sozialen Arbeit tätig sind, eine gewisse Abneigung gegen digitale Hilfsmittel. Sie favorisieren den Kontakt IRL (In Real Life).

Wie stark ist denn die Affinität zu Social Media bei den in der Sozialen Arbeit Tätigen?

Viele sind noch immer skeptisch und haben somit nicht die besten Voraussetzungen, um das Potenzial des Social Networking für die Soziale Arbeit zu erkennen. Diese Einstellung könnte neu verhandelt werden, wenn die User

beginnen, ein Umdenken einfordern. Nicht die Sache selbst ist problematisch, sondern die eigene Einstellung dazu. Wie soll es also möglich sein, sich für angemessene Anwendungsmodi einzusetzen, ohne sich mit dem Medium auseinander zu setzen?

Sollen Berufsleute aus der Sozialen Arbeit in den Social Media präsent sein mit einem persönlichen Profil? Sollen sie mit diesem persönlichen Profil auch beruflich auftreten?

Um Sicherheit zu gewinnen, sollte man sich mit Social Media beschäftigen. Tatsächlich sind viele Professionelle der Sozialen Arbeit regelmässig online. Doch stellt sich hier schnell die Frage nach der Unterscheidung zwischen Privatleben und Arbeitswelt. Die sozialen Netzwerke neigen dazu, diese Grenze aufzulösen. Man sollte aber sein eigenes Privatleben vor der Klientschaft schützen. Das ist möglich mit dem Einrichten eines professionellen Profils. Aber auch hier sollte

man sich immer fragen, was man veröffentlichen will und warum, ob man den Account auch ausserhalb der eigentlichen Arbeitszeit nutzt und wie diese Aktivitäten in die offizielle Arbeitszeit integriert werden können.

Wo gibt es Handlungsbedarf für eine im Sozialbereich tätige Person bezüglich der Klienten?

Mit unserer Arbeit versuchen wir, verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Wir müssen sie dort abholen, wo sie sind. Gerade bei Jugendlichen besteht grosser Handlungsbedarf. Um unsere erziehende Funktion wahrzunehmen, müssen wir in der Lage sein, Regeln zu formulieren: wie wichtig Respekt ist, was Mobbing bedeutet, welche Konsequenzen es für die Betroffenen und ihr Umfeld haben kann, wenn Bilder mit beleidigendem Inhalt veröffentlicht werden oder welche Schlagkraft online Veröffentlichtes haben kann.



Olivier Grand

Arbeitsort, Funktion
Geschäftsleiter AvenirSocial

Olivier Grand hat 1998 in der Westschweiz eine der ersten Webseiten mit Bezug zur Sozialen Arbeit entworfen.

Er ist Gründer und Moderator der Facebook Gruppe Travaillleurs sociaux de Suisse romande.

Internetgeneration
keine Angaben

Wie soll mit dem Persönlichkeitsschutz umgegangen werden?

Wenn etwas aus dem Ruder läuft, ist es heute mit den neuen Medien ohne Zweifel schwieriger als früher, den Normalzustand wiederherzustellen. Viele sind sich nicht bewusst, welche realen Konsequenzen virtuelle Handlungen haben können. So ist es besonders wichtig, Facebook-Nutzende genau über die Folgen zu informieren, bevor sie eine Freundschaftseinladung annehmen. Je nachdem, welche Publikationen auf der Pinnwand erscheinen, könnte es den Professionellen der Sozialen Arbeit schwer fallen, sich neutral zu verhalten, etwa, wenn es darum geht, jemanden für gewisse Publikationen, wie Morddrohungen unter Jugendlichen, anzuzeigen.

Welche Chancen und Gefahren sehen Sie in der Sozialen Arbeit und sehen Sie Möglichkeiten, wo Social Media in der Sozialen Arbeit eingesetzt werden könnten?

Auf dies Frage gibt es keine allgemeingültige Antwort. Für jede Zielgruppe und jeden Arbeitsbereich müssen individuelle Strategien entwickelt werden. Zum Beispiel kann man nicht einen Twitter-Account für einen Sozialdienst schaffen. Allein durch ihr Auftauchen in der Liste der Follower könnte die Klientenschaft identifiziert werden. Hier bietet sich ein klassisches Forum an, wo Mitglieder die Möglichkeit bekommen, sich auszutauschen, Orientierung zu erhalten, Fragen zu stellen und sich an ausgewiesenen Debatten anonym zu beteiligen. Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass Angehörige von Klienten eine geschlossene Gruppe auf Facebook gründen, um

Informationen auszutauschen. Zudem könnte ich mir sehr gut vorstellen, dass Skype neben den klassischen Kommunikationsmitteln zur Verständigung zwischen Berufsleuten aus der Sozialen Arbeit genutzt wird.

Was die Risiken betrifft, so müssen Nutzende Neuer Medien ohne Zweifel über ihre Rechte und Pflichten aufgeklärt werden. Ich bin zwar der Ansicht, dass ethische Grundsätze es staatlichen Überwachungsdiensten prinzipiell verbieten, sich dieser Medien zu bedienen. Trotzdem muss man davon ausgehen, dass man jederzeit überwacht werden kann. Die Klientenschaft muss sich darüber im Klaren sein, dass man jederzeit die Kontrolle über online publizierte Inhalte verlieren kann. Ich denke da an das Verbreiten von Fotos: So könnte ein Anbieter wie Instagram morgen beschliessen, seine Nutzungsbedingungen zu ändern. Wenn wir unaufmerksam sind, kann es also passieren, dass private Inhalte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Auch könnte unser Profil Werbefirmen von Nutzen sein.

Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten berufsethischen Fragen, die im Spannungsfeld von Sozialer Arbeit und Social Media auftreten?

Eine der Schwierigkeiten besteht zweifellos in dem fortwährenden technologischen Fortschritt sowie seiner grossen Ausdifferenzierung. Bereits heute ist es beinahe unmöglich, sich dem zu entziehen und es ist schwer zu beurteilen, welche Angebote vertrauenswürdig genug sind. Eine mögliche Massnahme

besteht darin, Vorsicht walten zu lassen, ohne Verzicht üben zu müssen.

Haben Sie selber konkrete Erfahrungen (Projekte) in diesem Bereich gemacht?

Anfang der 2000er Jahre war ich in der Berufsintegration von Jungen aktiv. Das Internet steckte noch in den Kinderschuhen, doch das Konzept Web 2.0 unternahm bereits zaghafte Gehversuche. Ich erinnere mich an die ersten Forum-Seiten, die erste Chat-Software ICQ. Die Jugendlichen waren kaum zu bremsen. Zu dieser Zeit habe ich gelernt, dass man dieses Werkzeug nicht verteufeln sollte, denn es verschafft uns Zugang zu Inhalten. Inhalten, die unabhängig vom Internet existieren. Gerede, Verunglimpfungen und schlechte Kommunikationsgewohnheiten hat es immer gegeben.



EMPFEHLUNGEN FÜR DIE SOZIALE ARBEIT

Es ist nahezu unmöglich, mit Empfehlungen einerseits dem Anspruch an Kürze, Nützlichkeit und allgemeine Gültigkeit zu genügen, andererseits auf die sehr unterschiedlichen Organisationsebenen, Institutionen, Anforderungen und Zielgruppen in der Sozialen Arbeit Rücksicht zu nehmen. So beschränken wir uns auf generelle Empfehlungen, die gleichermaßen für das Berufsverständnis der Sozial Arbeitenden wie auch für die Konzeption von Sozialen Organisationen gelten.

AUSEINANDERSETZUNG MIT SOCIAL MEDIA GEFRAGT

Vertreterinnen und Vertreter der Sozialen Arbeit sind verständlicherweise zurückhaltend in der Auseinandersetzung mit Social Media. Auch Soziale Organisationen verhalten sich im Moment eher abwartend und suchen Gründe, um Präsenz oder Absenz zu rechtfertigen. Im Gegensatz zu grossen Unternehmungen ist hier noch kein Hype zu bemerken. Die Lücken im Persönlichkeitsschutz, welche gerade in der Sozialen Arbeit immer wieder Thema sind, wie auch die Hürden für Digital Immigrants, sich mit dieser Thematik zu befassen, sind da sicher ernstzunehmende Gründe.

Ganz anders sieht es aus bei der **Zielgruppe** der Sozialen Arbeit. Mit Ausnahme von bildungsfernen und randständigen Personen sind die Klientinnen und Klienten bereits in den Sozialen Netzwerken aktiv. Handelt es sich dabei um medienkompetente Personen, ist nichts dagegen einzuwenden, da davon ausgegangen werden kann, dass sie über die Gefahren der digitalen Welt und insbesondere der Gefährdung ihrer Privatsphäre im Bild sind. Handelt es sich allerdings um sozial, psychisch, allenfalls auch körperlich beeinträchtigte Personen oder ältere und ganz junge Menschen, kann die Medienkompetenz nicht vorausgesetzt werden. Hier sollten die Vertreterinnen und Vertreter

der Sozialen Arbeit (beispielsweise in der Sozialpädagogik, im erzieherischen Bereich oder in Wohninstitutionen) die Rolle von Bezugspersonen übernehmen und wichtige Inputs oder Hinweise geben.

Wir empfehlen deshalb allen in diesem Bereich tätigen Personen dringend, sich mit der Thematik und Anwendung von Social Media auseinanderzusetzen!

UMGANG DER SOZIALEN ARBEIT MIT SOZIALEN NETZWERKEN (Z.B. FACEBOOK)

Social Media sind in unserer Gesellschaft gut etabliert, insbesondere Facebook wird als **soziales Netzwerk** von vielen Menschen geschätzt und angewendet (38% aller in der Schweiz aktiven Internet-User verfügen über einen Facebook-Account). Der unkomplizierte, ortsunabhängige Austausch von Alltagssorgen und der momentanen Befindlichkeit wird genutzt – teilweise auch übernutzt. Es werden Bilder gepostet, Personen auf Fotos markiert, Einladungen verschickt, zum Geburtstag gratuliert, Werbung angeklickt, Hobbies, Beruf, Arbeitgeber und Interessen bekanntgegeben, Filme ausgetauscht und vieles mehr. Die Möglichkeiten für die Nutzerinnen und Nutzer sind endlos und spannend. Über aktuelle oder zukünftige Gefahren, Konsequenzen und mögliche Probleme macht man sich oftmals keine Sorgen: zu hoch ist die Freude und der Gewinn im Moment!

Versetzen wir uns in die Realität der Werbung, der Forschung oder der Politik: Facebook ist ein idealer Pool für **Informationsbeschaffung und Manipulation!** Da die Daten durch die Benutzer selber gepostet werden, stehen sie zur freien Verfügung und können nach Belieben ausgewertet

und miteinander verknüpft werden – sofern die Facebook-Eigentümer dies zulassen.

Wir möchten Sie auf einige mögliche Probleme im Umgang mit Facebook hinweisen:

1. Eigene Daten auf Facebook schützen

Die heute geltenden Facebook-Datenschutzrichtlinien bieten wenig Schutz und können seit kurzem aufgrund einer fatalen Abstimmung sogar durch Facebook eigenhändig geändert werden. Einmal veröffentlichte Daten sind im Internet immer zugänglich und noch lange nach der «Löschung» eines Accounts abrufbar! Aufgrund der weltweit allzu vielen beteiligten Rechtssysteme kann auch die Gesetzgebung keinen wirksamen Schutz bieten.

Es ist deshalb sehr wichtig, dass Sie selber für den Schutz Ihrer Daten und die Integrität Ihrer Persönlichkeit innerhalb des Facebook-Profiles besorgt sind! Nachstehend aus heutiger Sicht die wichtigsten **Verhaltensregeln**:

- Seien Sie zurückhaltend mit der Veröffentlichung Ihrer persönlichen Informationen, insbesondere von Fotos.
- Wählen Sie bei den Sicherheitseinstellungen die höchste Stufe.
- Teilen Sie Ihre Freunde in Gruppen ein (Arbeit, Familie, Kollegen etc.).
- Kontrollieren Sie im Aktivitätenprotokoll, was über Sie veröffentlicht ist.

Weitere Informationen dazu sind in folgenden Dokumenten zu finden:

- Datenschutzbeauftragter des Kantons Zürich: Checkliste Privacy Facebook¹
- Hr-online.de: Checkliste für Ihr Facebook-Profil²
- C't extra: Soziale Netze³: Facebook, Google+ & Co. durchschauen und nutzen.

2. Professionelle der Sozialen Arbeit: Berufliches und Privates Profil trennen

Es gibt Bereiche der Sozialen Arbeit, wo es durchaus sinnvoll sein kann, ein berufliches Profil zuhanden der Klientinnen und Klienten anzubieten. Dies können beispielsweise niederschwellige Beratungen, Tipps für den Alltag, Triage oder Präventionsaufgaben sein.

Zum Schutz der Privatsphäre und der beruflichen Integrität empfehlen die mit der Datenschutzthematik vertrauten Fachleute (vgl. Interview Bruno Baeriswyl, p. 30) den Fachpersonen in der Sozialen Arbeit, das berufliche und das private Profil zu trennen.

3. Klienten in der Sozialen Arbeit, insbesondere in der Jugendarbeit, Altersarbeit und Sozialpädagogik nutzen Facebook

Da ein Facebook-Account meist zur Lebensrealität der Klientinnen und Klienten in der Sozialen Arbeit gehört, ist es für Professionelle der Sozialen Arbeit nicht angezeigt, sich den neuen Medien zu verschliessen: zumindest über die möglichen Gefahren und die Nutzungsmöglichkeiten sollte man sich im Klaren sein. In der Zusammenarbeit mit der Klientschaft sehen wir folgende Möglichkeiten:

– Wer innerhalb der Sozialen Arbeit in einem Erziehungs- oder Betreuungs-Kontext tätig ist, sollte sich wenigstens marginal mit Facebook auskennen, um auftretende Probleme bei der Klientschaft zu erkennen.

– Institutionen mit Alltags- oder Wohnauftrag, Alterseinrichtungen und Wohninstitutionen im sozialpädagogischen Bereich ist dringend zu empfehlen, ein niederschwelliges Angebot für Bewohnerinnen und Bewohner zur Schulung der **Medienkompetenz** und zum Umgang mit Computer und Social Media anzubieten.

– Es besteht die Möglichkeit, einzelne Personen im Team oder innerhalb der Institution speziell zu schulen und diesen Beratungs- bzw. Mentoringaufgaben zu übertragen.

– Es ist nicht empfehlenswert, die Internetnutzung innerhalb einer Institution ganz zu verbieten – hier ausgenommen sind selbstverständlich Institutionen im Straf- und Massnahmenvollzug und der Strafuntersuchung.

– Sozialarbeitende sollten sich bewusst sein, dass Behörden und Polizei in gewissen Fällen (z.B. bei Verdacht auf Sozialhilfemissbrauch oder Straftaten) Nachforschungen über eine bestimmte Person auslösen dürfen. Dies betrifft alle verfügbaren Informationen.

– In der niederschweligen Beratungstätigkeit (z.B. Jugendarbeit, Schulsozialarbeit, Prävention, Krisenintervention) besteht die Möglichkeit, dass Sozialarbeitende über Facebook mit der Klientschaft kommunizieren. Die berufliche Rolle muss aber auch innerhalb der Social Media-Kanäle aufrechterhalten werden (vgl. Interview mit Marcel Küng, p. 38).

BERUFSPOLITISCHE BEDEUTUNG

Das Internet und besonders die Social Media-Kanäle haben eine neue, digitale Öffentlichkeit geschaffen. Dadurch sind Möglichkeiten entstanden, sich öffentlich zu äussern, Themen zu setzen und Stellung zu beziehen. Für die gesellschaftliche Meinungsbildung ist es bedeutsam, dass sich auch Fachpersonen der Sozialen Arbeit an diesem Austausch beteiligen und ihre spezifische Sichtweise einbringen.

Für die Soziale Arbeit könnten aber auch neue Formen des Wissensaustauschs entstehen. Online-Netzwerke ermöglichen es, sich über Themen auszutauschen, Fragen an die Community zu stellen und dadurch eine neue Form des professionellen Dialogs zu schaffen. Der Erfolg solcher Plattformen hängt natürlich von der Bereitschaft der Sozialtätigen ab, sich einzubringen.⁴

FOLGENDE MÖGLICHKEITEN BIETEN SICH DER SOZIALEN ARBEIT:

- Berufspolitische Vernetzung in Austauschgruppen, Konkretisierung von Forderungen und Kampagnen für den Berufsbereich.
- Organisation von Veranstaltungen/Treffen innerhalb der einzelnen Gruppen.
- Interdisziplinärer, fachgruppenspezifischer Austausch in Fachgruppen zu einem bestimmten Thema oder einer bestimmten Fragestellung.
- Verfolgen der aktuellen Diskussion in verschiedenen andern Netzwerken durch Teilnahme und Zuhören.
- Politische und gesellschaftliche Einflussnahme in bereits bestehenden Netzwerken oder bei gesellschaftspolitischen Diskussionen.

¹ www.datenschutz.ch | ² <http://bit.ly/Yk6ED0> | ³ <http://bit.ly/PAh6T4> | ⁴ Beispiele hierfür sind: <http://community.sozialarbeit.de/>; <http://ifsw.org/connect>; www.sozialinfo.ch; www.avenirsocial.ch etc.

WISSENSTRANSFER FÜR DIE SOZIALE ARBEIT

In der praktischen Arbeit fehlen oftmals die Zeit und Energie, um Wissensaustausch zu pflegen. Die Vertreterinnen und Vertreter der Sozialen Arbeit sind jedoch auf berufliche Kontakte und Wissenstransfer angewiesen. Gerade für den fachlichen und beruflichen Austausch bieten die Social Media-Kanäle viele Möglichkeiten. Wir möchten Sie an dieser Stelle «gluschtig» machen, sich – unter Wahrung der bereits beschriebenen Verhaltensempfehlungen – in diesen Bereich hineinzuwagen!

Die Quellen des Wissenstransfers für die Soziale Arbeit sind vielfältig. Die verschiedenen **Fachhochschulen für Soziale Arbeit** bieten vor allem den wissenschaftlichen und forschungsorientierten Zugang zu den verschiedenen Bereichen an und sind teilweise auf bestimmte Fachgebiete spezialisiert.⁵

Der **Verein sozialinfo.ch** bietet im Internetportal Sozialwesen Schweiz einen überregionalen und vielfältigen Informations- und Wissensaustausch für den Sozialbereich Schweiz. Die monatlichen Zusammenstellungen zu verschiedenen sozialpolitischen Themen (Monatsthemen) bieten neben der Informationsvermittlung viele Interaktionsmöglichkeiten; unter anderem auch die Präsenz auf Facebook, Twitter und Google+: www.sozialinfo.ch

Der Berufsverband der Professionellen der Sozialen Arbeit **AvenirSocial** stellt die berufspolitische und berufsethische Vertretung der Profession sicher und unterhält ebenfalls viele interaktive Möglichkeiten des Wissensaustausches mit Facebookseiten und einer Facebookgruppe für die französische Schweiz: www.avenirsocial.ch

SOZIALE INSTITUTIONEN: IMAGEVERBESSERUNG DURCH TRANSPARENZ

Die allermeisten Sozialen Einrichtungen verfügen heute über einen Webauftritt, in welchem Ziele, Personen und Angebote vorgestellt werden. Die Frage, ob der Auftritt auf die Social Media-Plattformen ausgeweitet werden soll, muss jede Organisation individuell beantworten. Hier spielen die Institutionsziele, die Ressourcen und die Strategie eine grosse Rolle (vgl. Artikel «Entscheid für oder gegen Social Media», p. 14 und Artikel «Zielgruppen der Sozialen Arbeit», p. 28).

Social Media-Kanäle bieten für Organisationen eine einfache und kostengünstige Möglichkeit, gezielt Öffentlichkeit zu schaffen. Das Spektrum des Kontakts reicht hier von relativ passiven Formen (z.B. aktuelle Informationen, Factsheets, Formulare etc.) bis hin zu aktiven Formen (z.B. gezieltes Ansprechen eines bestimmten Publikums mit einer Kampagne; siehe Kasten nebenan, resp. Fussnote 6).

Wir sind uns bewusst: Dabei sein ist nicht alles – aber die Soziale Arbeit kommt nicht umhin, sich mit den laufenden Möglichkeiten auseinanderzusetzen und diese auch gewinnbringend zu nutzen.

GETWITTERT UND GEPOSTET

Im November 2012 begleitete die Geschäftsstelle sozialinfo.ch die AvenirSocial-Tagung «Was ist gute Soziale Arbeit» als Medienpartnerin; für beide Organisationen eine ideale Gelegenheit, Erfahrungen mit Social Media-Kanälen zu sammeln.

Vor der Tagung

wurden auf Facebook und Twitter Informationen und Links gepostet, um Aufmerksamkeit, Reichweite, Followers und Fans zu gewinnen.

Während der Tagung

konnten Aussenstehende die wichtigsten Statements laufend auf Twitter verfolgen. Es gab aber kaum Interaktivität (weder Fragen noch Kommentare).

Nach der Tagung

wurden auf Facebook und Twitter die Tagungsunterlagen, Referate und Präsentationen verlinkt.

Die wichtigsten Erfahrungen

- Es ist wichtig, eine Roadmap zu erstellen: Was wird wann auf welchem Kanal gepostet?
- Zwar gab es eine Anzahl von Fans und Followers; ein eigentlicher Austausch fand aber nicht statt.
- Es ist schwierig, in 140 Zeichen substantielle Statements abzugeben; es ist aber möglich, auf Schwer- und Standpunkte hinzuweisen.

Die Geschäftsstelle sozialinfo.ch bietet interessierten Institutionen gerne Hand bei der Umsetzung von Social Media-Projekten, sei es zur Schaffung von Öffentlichkeit, sei es zum fachlichen Austausch.

Links zu den Profilen

Twitter: <https://twitter.com/GuteSAr> (d)
<https://twitter.com/TSQualite> (f)

Facebook: www.facebook.com/WasIstGuteSozialeArbeit

⁵ Eine Zusammenstellung der verschiedenen Fachhochschulen der sozialen Arbeit ist unter www.sozialinfo.ch/bildung zu finden. | ⁶ Kampagne «Stop Cyber-Mobbing» von Pro Juventute (<http://www.projuventute.ch/medien/stoppcybermobbing>)

ZUKUNFTS- AUSSICHTEN

Die Veränderungen werden weitergehen und das Tempo wird sich bestimmt nicht verlangsamen. Wohin uns diese Entwicklung führt, ist ungewiss. Mit den mobilen Geräten (Smartphones, Tablets) kündigt sich bereits die nächste digitale Revolution an. Google gibt für alle seine Dienste die Maxime raus «Mobile First». Schon 2013 könnten mehr Tablets als PCs verkauft werden.

Die Statistiken von www.sozialinfo.ch belegen dies: Anfang 2013 greifen 30% der Nutzerinnen und Nutzer über mobile Geräte auf unsere Seite zu. Damit hat sich die Nutzung im Vergleich zum Vorjahr verdreifacht. Die mobile Arbeitswelt mit ihrem standortunabhängigen Webzugang bietet viele Vorteile und Chancen, aber, wie so oft, auch viele Gefahren (vgl. Kurt Pärli, p. 34).

Im Hinblick auf die zunehmende Verbreitung mobiler Geräte ist davon auszugehen, dass auch die Vielfalt und die Möglichkeiten von Apps (Anwendungen auf mobilen Geräten) zunehmen werden. Bereits heute gibt es Anwendungen für viele Bedürfnisse, es bestehen aber auch noch viele Lücken. Gerade im Bereich der verschiedenen Betroffenenengruppen sind noch Neuerungen denkbar, die das Leben von Menschen mit Beeinträchtigungen vereinfachen können (vgl. René Jaun, p. 18 und David Siems, p. 22).

Wie sich unsere Welt weiter verändern wird, ist schwer zu sagen: Auch in Zukunft werden sich Positives und Negatives die Waage halten. Sicher ist aber: Individuelle Meinungen und Aussagen haben dank der neuen Medien mehr Chancen, ernst- und wahrgenommen und (über das Kollektiv) verstärkt zu werden. Im Gegensatz zu den bisherigen politischen Systemen, die sich über Geld und Macht definieren, kann mit den neuen Möglichkeiten die Macht an die Basis verlagert werden. Das erlaubt jedem und jeder Einzelnen dazu beizutragen, dass unsere Gesellschaft vielfältig und unsere Welt lebenswert bleibt.

Oder mit den Worten von David Siems: «Solange ich noch einen Mausklick machen kann, kann ich auch ein Freiheitskämpfer sein.»

Geschäftsstelle sozialinfo.ch
Barbara Beringer, Geschäftsleiterin

UND ZUR ERINNERUNG

Ganz dem Thema entsprechend wird die Diskussion in unserem Blog «Soziale Arbeit und Social Media» unter <http://blog.sozialinfo.ch> weitergeführt. Vielleicht gibt es etwas, das Sie uns mitteilen möchten? Wir freuen uns darauf! Im Blog finden Sie auch eine permanent aktualisierte Liste mit weiterführenden Links, die ungekürzte Fassung der Interviews und zahlreiche zusätzliche Fakten und Dokumente.

GLOSSAR

#ff:

FollowFriday; Freitags-Motto auf Twitter, um Followern andere Follower zu empfehlen

Accessibility:

Zugänglichkeit von Web-Angeboten für Menschen mit Beeinträchtigungen. Ziel der Accessibility-Bemühungen ist ein «barrierefreies Internet»

Ads:

Werbeinserate auf Social Media Sites

App (mobile App):

Anwendungssoftware für mobile Geräte (Smartphones, Tablet-Computer)

Blog:

Kurzform von «Weblog». Eine Art Internet-Tagebuch oder -Journal. Blogs sind i.d.R. öffentlich zugänglich. Die Verfasser werden «Blogger» genannt

Business-Netzwerk:

Xing, LinkedIn

Chat:

schriftliche Kommunikation in Echtzeit übers Internet

Crowdfunding:

Schwarmfinanzierung; Finanzierung von Projekten via Social Media-Netzwerke

Crowdsourcing:

Projekte realisieren unter Zuhilfenahme der «Schwarmintelligenz»

Cybermobbing / Cyberbullying:

Nutzung von Online-Medien auf eine aggressive Weise, um Personen gezielt und wiederholt zu diffamieren und sie damit öffentlich herabzusetzen

Digital Native – Digital Immigrant:

Das Begriffspaar dient der Unterscheidung zwischen Personen, die mit digitalen Technologien (Internet, Mobiltelefonen etc.) aufgewachsen sind (Digital Natives) und solchen, die erst im Verlauf ihres Lebens damit in Kontakt gekommen sind (Digital Immigrants)

digitale Kluft (digital gap, digital divide):

Hypothese, dass die Chancen auf Zugang zum Internet ungleich verteilt sind und dass damit unterschiedliche Entwicklungschancen verbunden sind

Facebook:

Das zurzeit am meisten genutzte soziale Netzwerk

Fans:

Facebook-Teilnehmer, die sich mit der Facebook-Page einer Interessengruppe, einer Initiative oder eines Unternehmens verbunden haben (vgl. «liken»). Diese Fansseiten unterscheiden sich von den persönlichen Standardseiten u.a. dadurch, dass sie öffentlich sind

Follower:

Twitter-User, die die Beiträge («Tweets») eines anderen Twitterers abonniert haben

Following:

Jemandem auf Twitter folgen

Forum (Internetforum):

öffentliche oder passwortgeschützte virtuelle Austauschplattform

Hangout:

Videochat (Google+)

Hashtag (#):

Stichwort, mittels dessen Twitter-Nachrichten gekennzeichnet werden können. Dies dient der Auffindbarkeit von Twitter-Beiträgen zu einem bestimmten Thema

Hub:

Knotenpunkt im Internet, zum Beispiel die eigene Internetseite. Von hier aus können die verschiedenen Kanäle (Facebook, Twitter, Blog) verknüpft werden

Keywords:

Schlüsselworte eines Internetauftritts, wichtig bei der Suchmaschinenoptimierung

Kreise:

Art der Freunde-Zuteilung bei Google+

liken:

Einen Beitrag als «gefällt mir» auszeichnen

LOL:

Abkürzung für «Laugh out Loud»

Mediatisierung:

Verwendung von Medien in einem Bereich, in dem das bislang nicht üblich war. In der Folge ändern sich die Formen des Austauschs und andere Funktionalitäten

mobile Geräte, mobile Endgeräte, mobile Anwendungen:

Geräte bzw. Anwendungen, die durch Anbindung an das mobile Internet standortunabhängig verwendet werden können (Smartphones, Tablet-Computer, Apps)

mobiles Internet (mobile web):

das Internet (oder Teile davon), insofern es mittels eines mobilen Endgeräts zugänglich ist

Monitoring:

Beobachten des Internets zu gewählten Stichworten (Firmennamen, Themen)

Netiquette:

Benimmregeln in der online-Kommunikation, um eine respektvolle und seriöse Kommunikation sicherzustellen

OMG:

Abkürzung für «Oh my God»

Podcast:

Mediendateien (z.B. Radiosendungen, Videos, Referate), die auf ein Gerät heruntergeladen und zeitunabhängig konsumiert werden können

Privacy:

Privatsphäre

Prosumer:

Eine Synthese der traditionellen Rollen von Produzent und Konsument, die für Nutzerinnen insbesondere des Web 2.0 charakteristisch ist.

Return on Investment (ROI):

Modell zur Messung der Rendite (Verhältnis zwischen Gewinn und Kapital)

Retweet (RT):

Den Tweet einer anderen Person an seine eigenen Follower weiterleiten

RSS-Feed:

Eine Art Newsticker, mittels dessen Änderungen auf einem Portal (z.B. Newsportal) angezeigt werden können

Share:

Auf Facebook teilen; erscheint in der eigenen Timeline

Shitstorm:

Welle der Empörung auf sozialen Netzwerken. Sachliche Kritik wird oft mit unsachlichen und polemischen Beiträgen vermischt, wodurch eine sinnvolle Auseinandersetzung erschwert oder verhindert wird

Smartphone:

Mobiltelefon mit hoher Funktionalität. Smartphones sind in der Regel mit berührungsempfindlichen Bildschirmen ausgestattet und erlauben es, spezifische Anwendungen (Apps) und Dienste des mobilen Internets zu nutzen

Social Bookmarking:

Dienste, die es erlauben, Internet-Lesezeichen («Bookmarks», Links) mit anderen Usern zu teilen und gemeinsam zu nutzen

Social Media:

Online-Kommunikationskanäle, auf welchen Inhalte von Benutzern publiziert, kommentiert, weiterverbreitet werden

Social Media Policy:

Regelwerk für Institutionen im Umgang mit den Social Media-Kanälen

Social Media Guidelines:

Regeln für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer Institution zum persönlichen Umgang mit Social Media

Social Return:

«Sozialrendite», Bewertung des durch (soziale) Projekte geschaffenen gesellschaftlichen Mehrwerts.

Timeline:

auch Chronik genannt, Ansicht der eigenen Facebook-Seite

Tiny URL:

Kurz-URL-Dienst. Von einer langen URL wird ein Kurzlink erzeugt. Diese werden oft in Microblogging-Diensten wie Twitter verwendet, weil dort die Zeichenzahl limitiert ist

Traffic:

Anzahl der Zugriffe auf eine Website innerhalb einer bestimmten Zeitspanne

Troll:

Person, die fortgesetzt destruktiv und provokativ kommuniziert

Twitter:

Microblogging-Plattform

Tweet:

140 Zeichen lange Twitter-Nachricht

URL:

«Uniform Resource Locator». Internetadresse einer Website

Web 2.0:

Der Begriff Web 2.0 bezieht sich neben spezifischen Technologien oder Innovationen wie Cloud-Computing primär auf eine veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets (Quelle: Wikipedia).

Impressum

Soziale Arbeit & Social Media

Leitfaden für Institutionen und Professionelle
der Sozialen Arbeit
Geschäftsstelle sozialinfo.ch (Hrsg.), Bern 2013

Gesamtkonzeption und Redaktion

Barbara Beringer

Inhalte, Interviews

Martin Heiniger, Patrick Blaser, Barbara Beringer

Mitarbeit Konzeption, Interviews und Textredaktion

Res Brandenberger, allenfalls.ch

Gestaltungskonzept, Illustrationen

Michael Ziska, id-k.com

Druck

Rub Media AG, Wabern

Dieser Leitfaden wird publiziert anlässlich des 10-Jahre-Jubiläums des Vereins sozialinfo.ch im Frühling 2013. Der Verein sozialinfo.ch betreibt das Internetportal Sozialwesen Schweiz, welches sich auf die Informationsvermittlung und Aufarbeitung von Fachwissen im Sozialbereich Schweiz spezialisiert hat. Web und Social Media gehören zu den wichtigsten Kommunikationskanälen der Geschäftsstelle sozialinfo.ch.

Weitere Informationen:

www.sozialinfo.ch

blog.sozialinfo.ch

Bezugsquelle:

www.sozialinfo.ch/leitfaden