



Haller, André: Social Media
für Kommunalpolitiker. Berlin:
Springer Gabler-Verlag 2021,
84 Seiten, € 14,99.

/// Ein Einsteigerbuch für Politiker

TIPPS UND TRICKS FÜR DEN GELUNGENEN SOCIAL-MEDIA-AUFTRITT

Social-Media-Auftritte von Politikern können unprofessionell oder aus Sicht der jüngeren Zielgruppen manchmal sogar peinlich wirken. Aber es geht auch anders: Echter Dialog auf Augenhöhe, barrierefreie Mitbestimmung und zielgruppengerechte Informationsvermittlung sind möglich.

André Haller hat einen praxisnahen Ratgeber für alle politisch Verantwortlichen geschrieben, die sich noch nicht dank professionellem und ressourcenintensivem Betreuungsapparat im Hintergrund mit pompös inszenierter Instagram-Filterästhetik online präsentieren können. Denn statt schnelllebiger

Wahlkampfsichtbarkeit bieten Social Media unglaublich bereichernde Möglichkeiten. Haller macht eingangs deutlich, er habe dieses Einsteigerbuch geschrieben, damit in Zukunft „politische Akteure im Kommunalen nicht nur ‚Ad-Hoc‘-Online-Kommunikation betreiben, sondern nachhaltige und authentische Social-Media-Auftritte betreiben können“ (S. 1).

Nach basalen Einführungskapiteln zur Verortung der Social Media im Mediensystem heute und der Vorstellung der wichtigsten Plattformen zeigt das Buch das vielfältige Instrumentarium kommunaler politischer Kommunikation, bietet anschauliche Beschreibung einiger Tools für „kommunalpolitische Social-Media-Kommunikation“ und schließt ab mit einigen Best-Practice-Beispielen und Experteninterviews.

Der Praxisratgeber hält, was er verspricht. Er bietet allen, für die Social-Media-Kanäle noch das vielfach beschriebene und ausreichend gut kartierte „Neuland“ sind, einen schwellenlosen Einstieg. Klare Struktur und unprätentiöse Sprache passen zur auch optisch umgesetzten Leitfadenästhetik. Die Gegenüberstellung von Nutzerzahlen der großen Plattformen Twitter, Facebook und Instagram sowie deren (wirtschaftliche) Genese geben einen Einblick in Funktion und Formsprache, lassen jedoch ganz Wesentliches außen vor.

Die Aufmerksamkeitsökonomie als Triebkraft von Social-Media-Plattformen bleibt genauso unerklärt wie ein Hinweis darauf, warum tatsächlich so viele, die politische Verantwortung tragen (wollen), lieber auf eigene Social-Media-Auftritte verzichten: Der Hinweis auf „kommunikativen Gegenwind“, auf den es laut Haller „adäquat

zu reagieren“ (S. 32) gelte, greift im Angesicht sich selbst bis hin zum Extremismus radikalisierender Telegram- und Facebookgruppen von Verschwörungsideologen und Hetzern sowie der sprachlos machenden (verbalen) Gewalt aus und in den Kommentarspalten in Social Media zu kurz. Ein Hinweis auf den „Kompass wehrhafte Demokratie“ der Hanns-Seidel-Stiftung und die konkreten Möglichkeiten, sich gegen Hass und Hetze im Netz zu wehren (hss.de/gegen-hatespeech), sei an dieser Stelle nachgereicht. Warum Blogs und Whatsapp und nicht etwa Telegram, LinkedIn und Youtube als Betätigungsfelder für kommunalpolitische Kommunikation ausgewählt wurden, bleibt offen.

Bis auf den eher realitätsfernen Ratsschlag, Kommunalpolitiker sollen sich „regelmäßig auf Tech-Portalen im Internet über die Weiterentwicklung des Sortiermechanismus [...] informieren, um eigene Posts effektiv zu gestalten“ (S. 18), sind allem voran die Content-Marketing-Tipps, die konkrete Hinführung zur Erstellung eigener Social-Media-Redaktionspläne und die anschaulichen Methodenerklärungen zur Bürgerbeteiligung Gold wert.

Auch digitale Tools zur internen Kampagnenplanung und -durchführung werden angeführt, die oftmals gratis und auch deshalb für Politiker ohne eigenen Stab überaus wertvoll sein können. Die lebensnahen Beispiele zur Verbesserung (digitaler) Bürgerkommunikation (Das Glas Wasser bei digitalen Bürgersprechstunden „tut wahre Wunder“, S. 59) bzw. Bürgermobilisierung verdienen genauso viel Beachtung wie die authentischen Best-Practice-Beispiele von gelungenen Social-Media-Auftritten einiger Kommunal-

politiker, die aufgrund der Herkunft des Autors nicht überraschenderweise aus dem Nordbayerischen kommen.

Das Buch zeigt eindrucksvoll, wie digitale Bürgerkommunikation mithilfe von Social Media kreativ gestaltet werden kann. Es ist ein Must Have für die, die wirklich noch keine Berührungen mit digitaler politischer Kommunikation haben, sich aber deren grenzenlosen Möglichkeiten nicht verschließen wollen. „One does not fit all“ – jeder Politiker hat eine individuelle Agenda und eine eigene Persönlichkeit, die mittels Social Media mit eigentlich wenig Aufwand ins perfekte Licht gerückt werden kann. „Authentizität und Offenheit“ – so Haller – „sind Schlüsseleigenschaften, die ein Kommunalpolitiker im Social Web berücksichtigen sollte“. Für alle technischen und methodischen Fragen rund um den eigenen digitalen Auftritt kann er sich gestrost Hallers Buch und unseren „Kompass wehrhafte Demokratie“* auf den Schreibtisch legen.

DR. MAXIMILIAN TH. L. RÜCKERT,
HANNS-SEIDEL-STIFTUNG, MÜNCHEN

Anmerkung

*Kompass: Wehrhafte Demokratie – Wegweiser im digitalen Raum für ehrenamtlich und politisch Verantwortliche, bestell- und downloadbar unter www.hss.de/publikationen