

# Vorwort

Relativ oft hört man in Behörden: »Wenn wir noch Kapazitäten frei haben, können wir ja etwas twittern oder posten.« Dieser Satz impliziert die Denke: Social Media ist »nice to have« – kann man machen, muss man aber nicht. Doch Social Media ist in unserer digitalen Zeit nicht »nice to have«, sondern ein absolutes Must-Have!

Ein großer Teil der Deutschen und Österreicher – mittlerweile sind das zwei Generationen – informiert sich ausschließlich über Social Media. In der jüngeren Zielgruppe hat fast niemand mehr Lust auf bedrucktes Papier oder lineares Fernsehen. Die unter 40-Jährigen erreichen wir nicht mehr über die klassischen Medien, sondern nur noch über Twitter, Facebook, Instagram, YouTube oder TikTok.

Wenn Behörden erfolgreich mit Bürgerinnen und Bürgern kommunizieren wollen, müssen sie den Medienwandel begreifen. Die Gesamtauflage aller deutschen Tageszeitungen ist in den vergangenen zehn Jahren von 28 Millionen Exemplaren auf unter 15 Millionen geschrumpft. Gleichzeitig sind 43 Millionen Deutsche auf Social Media: Im Jahr 2020 nutzten

- 78 % der Bürgerinnen und Bürger (über 14 Jahre) mindestens einmal pro Woche WhatsApp,
- 26 % Facebook,
- 20 % Instagram,
- 9 % Snapchat,
- 5 % Twitter,
- jeweils 4 % Xing und LinkedIn,
- je 3 % Twitch und TikTok.

Bei den 14- bis 29-Jährigen sind sogar 95 % auf WhatsApp, 44 % auf Facebook, 65 % auf Instagram, 41 % auf Snapchat, 8 % auf Twitter, 4 % auf Xing, 6 % auf LinkedIn, 12 % auf Twitch und 9 % auf TikTok. (Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018–2020)

Wer auf Social Media nicht präsent ist, ist für Millionen Menschen nicht existent. Ohne die digitalen Plattformen verlieren die Behörden den Kontakt zu ihren Bürgern. Die Medienlandschaft hat sich radikal verändert. Deshalb muss sich auch die Behörden-Kommunikation radikal verändern! Twitter, Facebook und Co. sind das neue Amtsdeutsch.

Unser Ratgeber, liebe Leserinnen und Leser, hilft Ihnen ganz konkret, die Kommunikation Ihrer Behörde neu zu ordnen und sie fit für Social Media zu machen. Sie

finden Antworten auf die wichtigsten Fragen: Wie sieht die perfekte Social-Media-Strategie für meine Behörde aus? Welche sozialen Netzwerke passen für mein Amt am besten? Wie viel Personal brauche ich? Und wo finde ich Top-Leute? Wie organisiere ich mein Kommunikationsteam? Brauche ich einen Newsroom? Wie geht gutes Community Management? Wie reagiere ich auf Hass-Kommentare? Wie mache ich auf Social Media professionelle Krisenkommunikation? Soll ich die Nutzerinnen und Nutzer duzen oder siezen?

Wir zeigen Ihnen auch, wie Sie dank Storytelling sogar trockene Themen spannend erzählen – und wie Sie Inhalte erstellen, die Ihre Follower begeistern. Sie finden zudem zahlreiche Best-Practice-Beispiele von großen und kleinen Behörden – und können so von den besten Ämtern lernen.

In die 423 Seiten, die vor Ihnen liegen, haben wir die gesamte Erfahrung aus unserer Behördenzeit eingebracht. Wir, die Autoren, haben jahrelang in Bundesministerien und anderen Ämtern gearbeitet. Auch aus unserer Berater-Tätigkeit wissen wir, wie schwer es für Social-Media-Verantwortliche in Ämtern manchmal sein kann, konservative Abteilungsleiter\*innen von einer modernen Kommunikation zu überzeugen. In diesem neuen Standardwerk, das für alle öffentlichen Verwaltungen geeignet ist, bekommen Sie reichlich Argumentationshilfe.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen, Twittern und Posten!

Herzlichst,  
Ihr Wolfgang Ainetter  
Ihre Christiane Germann

PS: Dieses Fachbuch ist ein kommunikativer Ratgeber. Bei rechtlichen Fragen können Ihnen die Juristinnen und Juristen in Ihrem Haus oder die zuständigen Datenschutzbeauftragten helfen.