

Social Media

in der Sozialen Arbeit – Risiko oder Chance?



Denise Sidler Kopp
Kommunikationsfachfrau
denise.sidler@bhf.ch

Seit einigen Jahren schon versuchen Unternehmen Social Media in ihre Aktivitäten einzubinden und daraus ein Geschäftsmodell zu entwickeln, das langfristig gewinnbringend funktioniert: manche mit Erfolg, andere weniger. Nun werden auch in der Sozialen Arbeit erste Schritte in diese Richtung unternommen – wenn auch zögerlich. Auf den Zug aufzuspringen könnte sich lohnen.

Die Diskussion um Potenziale und Risiken von Social Media hat bislang vor allem in Unternehmen stattgefunden, die auf Umsatz- und Gewinnmaximierung aus sind. Verlockend waren die Aussichten auf passgenaue Werbung für die eigene Zielgruppe. Der Wunsch nach dem grossen Geld wurde jedoch nur in den seltensten Fällen erfüllt, gross war eher die Ernüchterung, als immer klarer wurde, dass Social Media mehr auf die Reputation als auf die Kasse wirken. Die Hoffnungen, die anfangs in Social Media gesetzt wurden, brachten aber eines mit sich: Unternehmen wagten den Schritt in die Neuen Medien, probierten aus, sammelten Erfahrungen, testeten diese und jene Plattform, entwickelten neue Kommunikationskonzepte und stellten intern Ressourcen dafür bereit. Eine Entwicklung, die in sozialen Organisationen bislang – wenn überhaupt – nur zögerlich eingesetzt hat. Ein neuer Leitfaden der Geschäftsstelle sozialinfo.ch versucht nun Anschubhilfe zu leisten (vgl. Kasten).

Ängste und Befürchtungen

Unter Social Media werden «all jene Kommunikationskanäle [verstanden], in welchen Inhalte publiziert werden, die von den Benutzern kommentiert, weiterverbreitet oder bearbeitet werden können.» So die Definition, die im Leitfaden verwendet wird. Dabei stehen nicht einzelne Plattformen im Vordergrund, sondern die neue Art der Kommunikation, die mit Social Media entstanden ist und sich immer mehr etabliert. Gerade in der Sozialen Arbeit, in der der persönliche zwischenmenschliche Kontakt im Vordergrund steht, tut man sich mit dieser neuen Kommunikationsform aber schwer. Soziale Organisationen plagt nicht nur die Angst vor Imageschädigung, welche durch die rasche Weiterverbreitung von Inhalten um ein vielfaches grösser sein kann als bisher. Vor allem herrscht Skepsis in Bezug auf den Persönlichkeitsschutz: Soziale Institutionen müssen die Persönlichkeitsrechte ihrer Klientel zwingend

wahren. Ist diese Pflicht kompatibel mit undurchsichtigen Datenschutzbestimmungen der verschiedenen Plattform-Anbieter? Zweifelsohne ist das eine der zentralen Fragen für soziale Organisationen.

Auch im Hinblick auf die Klientinnen und Klienten werden Befürchtungen laut: Fehlende Kompetenzen im Umgang mit Neuen Medien könnten zu Mobbing führen, zu ungewolltem Verlust der Privatsphäre, zu Vereinsamung oder gar zu Internetsucht. Die digitale Kluft könnte sich weiter vergrössern, wenn Behinderte oder fremdsprachige Personen aus der Kommunikation via Social Media ausgeschlossen werden, weil ihnen der Zugang fehlt.

Sinnvolle Einsatzfelder

«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 [...]» Den zuvor erwähnten Befürchtungen setzt der im Leitfaden interviewte René Jaun, Accessibility Consultant bei «Zugang für Alle» mit dieser Aussage aber ein starkes Argument entgegen. Es gibt Social Media (und zwar weit mehr als nur Facebook), man kann sie nicht wegdiskutieren oder einfach ignorieren. Genauso wie damit Gefahren einhergehen, bieten sie für soziale Institutionen auch Chancen: neue Formen des Dialogs mit dem Zielpublikum, neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit, der Vernetzung, eine neue Art des Wissensmanagements und nicht zuletzt die Bekanntmachung der eigenen Angebote, der Aufbau einer zusätzlichen Anlaufstelle: virtuell und niederschwellig. Dies sind nur einige der im Leitfaden genannten Vorteile. Auch für Klientinnen und Klienten können Social Media positive Seiten haben: Der Austausch mit Gleichgesinnten wird erleichtert, immobile Personen sind weniger sozial isoliert, die Anonymität im Netz ermöglicht, Hemmungen abzubauen und Hilfsangebote anzunehmen.



Natürlich eignen sich nicht alle Felder der Sozialen Arbeit gleichermassen für den Einsatz von Social Media. Gerade bei öffentlichen Sozialdiensten ist die Frage nach dem Sinn und Zweck berechtigt. Anders sieht es aber beispielsweise in der Jugendarbeit aus. Dort stehen Sozialarbeiterinnen und -arbeiter praktisch unter Zugzwang, die Kommunikation mit Jugendlichen über Social Media aufzubauen, weil diese andere Kanäle fast nicht mehr nutzen. Einsatzmöglichkeiten werden im Leitfaden viele weitere genannt: in der Sozialpädagogik, der Gemeinwesenarbeit, der Selbsthilfe, der Fanarbeit, in der Prävention sowie in der Krisenintervention oder in der Sucht-, Familien- oder Erziehungsberatung. Eindeutig wird im Leitfaden festgestellt: «Social Media gehören zur Lebenswelt vieler unserer KlientInnen, und wir tun gut daran, uns Kenntnisse in diesem Bereich anzueignen.»

Strategische Auseinandersetzung

Die Auseinandersetzung mit Social Media ist zwingend auf strategischer Ebene nötig. Dabei können soziale Organisationen – durchaus gerechtfertigt – auch zum Schluss kommen, Social Media nicht nutzen zu wollen. So oder so müssen sie aber Antworten finden auf die folgenden Fragen: Könnten Social Media in unserem Kontext gewinnbringend eingesetzt werden? Was wäre für die Klientel gewinnbringend, was für die Institution? Möchte eine Institution Social Media nutzen, stellen sich weitere wichtige Fragen: Welche Ziele stehen im Vordergrund (Dialog mit dem Zielpublikum, Reputationsaufbau, niederschwelliges Kontaktangebot)? Welche Kanäle funktionieren dafür am besten? Können Ressourcen bereitgestellt werden? Unerlässlich sind eine Rollenklärung innerhalb der Organisation (Wie ist Social Media in die weitere Kommunikation eingebunden? Wer macht was?) und die Erarbeitung von verbindlichen Guidelines (Wie sprechen wir unsere Zielgruppe an? Wie reagieren wir auf Kritik?).

Plädoyer für die Beschäftigung mit Social Media

Der Leitfaden von Sozialinfo.ch bietet eine Vielfalt an Glossars, Checklisten, Meinungen, Zukunftsvisionen und Pro/Contras zum Thema Social Media.

Menschen, die mit Social Media in Berührung sind, kommen zu Wort, die Leserin oder der Leser wird eingeladen, sich auf das Thema einzulassen. Der Leitfaden ist abwechslungsreich zu lesen, gibt wertvolle Inputs und widerspiegelt die Vielfalt der Meinungen zum Thema. Dem Thema Social Media gerecht werdend hat die Geschäftsstelle sozialinfo.ch die Entwicklung des Leitfadens mit einem Blog begleitet. Schon vor der Publikation wurden dort Interviews und Buchtipps aufgeschaltet und Einblicke in die Entstehung des Leitfadens gegeben. Der Blog führte aber (noch) nicht zu einer inhaltlichen Auseinandersetzung: Kaum ein Eintrag wurde von den Usern kommentiert und diskutiert – auch dies ist bezeichnend für die konstatierte Zurückhaltung der Sozialen Arbeit dem Thema gegenüber. Nichtsdestotrotz: Der erste Schritt ist getan. Der Leitfaden «Soziale Arbeit & Social Media» ist ein Plädoyer für die Auseinandersetzung mit Social Media. Wer aber eine detaillierte Anweisung für den Einsatz von Social Media erwartet, wird enttäuscht, denn das Buch nimmt Organisationen die Arbeit nicht ab: Jede Institution, jede Fachperson muss sich selbst damit beschäftigen und Antworten auf die wichtigen Fragen finden. In diesem Sinne ist der «Leitfaden» keine Anleitung, sondern eher eine Checkliste, woran bei der eigenen Positionierung zu denken ist. Und wie es Marie-Christine Schindler, Senior-Consultant, im Interview treffend formulierte: «Wir werden künftig hoffentlich etwas weniger über die Anwendungen sprechen, dafür mehr über die Inhalte.»

Lesen Sie im nächsten Newsletter des Fachbereichs Soziale Arbeit, welches Echo der Leitfaden bei Sozialinfo.ch ausgelöst hat. Barbara Beringer, Geschäftsleiterin des Internetportals, gibt Antworten in der Rubrik «3 Fragen an...». Sie sind noch nicht Newsletter-Abonnentin oder -Abonnent? Schreiben Sie sich ein unter soziale-arbeit.bfh.ch/newsletter.

Soziale Arbeit & Social Media

Die Publikation zeigt Institutionen im Sozialbereich auf, welches Potenzial die neuen Medien haben, weist aber auch auf Hürden und Gefahren hin. Ein Blog begleitet das Thema: www.sozialinfo.ch/blog

Der Leitfaden kann in der Edition Soziothek für CHF 20.– bestellt oder für CHF 14.– als PDF-Datei heruntergeladen werden. www.soziothek.ch

