

Soziale Netzwerke können nur ein zusätzliches Medium in der Öffentlichkeitsarbeit sein

Wie nutzen die BAGSO-Verbände soziale Medien? Werden die Möglichkeiten sozialer Netzwerke ausgeschöpft? Oder hält das befürchtete Mehr an Arbeitsaufwand die BAGSO-Verbände davon ab, überhaupt dort aktiv zu werden? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des ersten Workshops im Rahmen des Projektes „Soziale Netzwerke als Chance für Seniorenorganisationen“, das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert wird. Das BMFSFJ ist bereits seit Januar 2011 mit dem Programm „Altersbilder“ in den sozialen Netzwerken präsent.

Von den 111 BAGSO-Mitgliedsverbänden ist mittlerweile nahezu die Hälfte in sozialen Netzwerken aktiv, jedoch bislang nur zehn Organisationen mit ausgewiesenem seniorenspezifischem Schwerpunkt. Daher spielen Themen aus der Seniorenarbeit und -politik eine eher nachgeordnete Rolle.



Stand: Juni 2014

Der Schwerpunkt liegt eindeutig auf Facebook (48 %), gefolgt vom Nachrichtendienst Twitter (27 %) und der Plattform YouTube (15 %). Deutlich wurde, dass das Medium Twitter gezielt für die Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation mit Journalisten genutzt wird, bei der Videoplattform sind auch BAGSO-Verbände wie der Sozialverband Deutschland und der Sozialverband VdK präsent, die bereits einen eigenen „Fernsehsender“ betreiben. Anbieter seniorenspezifischer Netzwerke, z. B. seniorbook.de, spielen zurzeit eine untergeordnete Rolle, können jedoch im Rahmen zielgruppenorientierter Projekte zukünftig an Bedeutung gewinnen.

Übereinstimmend wurden als Adressaten des Facebook-Auftritts neben den eigenen Verbandsmitgliedern Multiplikatoren innerhalb und außerhalb des Verbandes sowie an den Themen Interessierte genannt. Darüber hinaus wurde die Erwartung formuliert, über Facebook neue Zielgruppen anzusprechen und zu gewinnen.

Als Hauptmotivation, in sozialen Netzwerken aktiv zu werden, wurde neben der Steigerung der Attraktivität des Verbandes die Bedeutung als dialogisches Medium hervorgehoben. Durch die starke Nutzung der Bildsprache und der direkten Ansprache mit

Aufforderungscharakter wird angestrebt, eine emotionale Bindung an den Verband herzustellen.

Alle Workshop-Teilnehmenden waren sich einig, dass im Gesamtkonzept der Öffentlichkeitsarbeit die sozialen Medien keine zentrale Rolle übernehmen, sondern nur eine zusätzliche, ergänzende Rolle spielen und traditionelle Kommunikationswege wie Pressemitteilungen und Internetauftritte nicht ersetzen können. Ihre Stärke liegt eher in der Unterstützung von Kampagnen und der Initiierung gesellschaftspolitischer Aktionen zur Umsetzung politischer Ziele.

Der Facebook-Auftritt der BAGSO



Die BAGSO startete ihren Facebook-Auftritt am 9.7.2014 anlässlich der Auftaktveranstaltung zum 11. Deutschen Seniorentag in Frankfurt am Main. Sie finden die BAGSO unter www.facebook.com/bagso.de ■

Heike Felscher
Referentin für Grundsatzfragen,
BAGSO