



Der Bundesadler zwitschert: Twitter im G7-Einsatz

Seit Mai dieses Jahres nutzen die Bundespolizeidirektionen München und Stuttgart den Microbloggingdienst Twitter im Rahmen ihrer einsatzbegleitenden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Der G7-Einsatz bot die passende Gelegenheit, das neue Kommunikationsmittel umfassend einzusetzen.

Kontinuierlich steigende Nutzerzahlen, eine ständige Medienpräsenz und die höchsten Glaubwürdigkeitswerte aller sozialen Netzwerke im Internet: Der Kurznachrichtendienst Twitter befindet sich deutlich im Aufwind. Mit von der Partie seit wenigen Monaten: die Bundespolizei in Baden-Württemberg und Bayern.

Mit der Nutzung von Twitter verfolgt die Bundespolizei mehrere Ziele: Indem sie bestenfalls live über aktuelle Einsatzmaßnahmen berichtet, können der Öffentlichkeit die Aufgaben der Bundespolizei nähergebracht und das Verständnis für die erforderlichen

Einsatzmaßnahmen kann gefördert werden. Zudem wird das Interesse der Medien an Einsätzen der Bundespolizei gestärkt, da auch immer mehr Journalisten Twitter zur Informationsgewinnung nutzen.

#G7-Einsatz

Bei dem größten Bundespolizeieinsatz der vergangenen Jahre durfte Twitter als zusätzliches Kommunikationsmittel demnach natürlich nicht fehlen. Zu berichten gab es auch eine ganze Menge, bot die Bundespolizei doch beinahe ihr gesamtes Leistungsspektrum auf.

„Egal ob spezielles Einsatzmittel oder außergewöhnlicher Einsatzort, wir haben versucht, die Besonderheiten der Bundespolizei herauszustellen. Eben das, was uns von anderen bei G7 unterschied“, so Sven-Eric Franz, Angehöriger der Bundespolizeiinspektion Würzburg und einer von vier „Twitter-Beamten“ der Bundespolizei während des G7-Einsatzes. Mit dienstlichen Smartphones ausgestattet, befanden sich Franz und seine Kollegen im Einsatzraum, immer auf der Suche nach einem Thema für den nächsten Tweet.

„Besonders positive Resonanz haben wir von den Twitter-Nutzern auf die Tweets erhalten, in denen wir die Kolleginnen und Kollegen in den Vordergrund gestellt haben. Außerdem waren gute Fotos das A und O für einen erfolgreichen Tweet“, resümiert Sven-Eric Franz.

Dass die Kollegen „gezwitschert“ haben, was das Zeug hält, zeigt ein Blick auf die Zahlen: Während der Haupteinsatzphasen setzte die Bundespolizeidirektion München rund 130 Tweets ab, die insgesamt etwa 606 000 Page Impressions (PI)¹ erzielten. Der erfolgreichste Tweet, also der Tweet mit den meisten Impressions, zeigte übrigens US-Präsident Barack Obama nach seiner Ankunft am Münchner Flughafen vor einem Hubschrauber der Bundespolizei.

Twitter und die Bundespolizei

Bei Twitter handelt es sich um ein digitales Echtzeitmedium zum Microblogging. Typischerweise werden bei Twitter telegrammartige Nachrichten möglichst in Echtzeit veröffentlicht. Diese sogenannten Tweets dürfen maximal 140 Zeichen lang sein und können von anderen Twitter-Nutzern retweetet, also an weitere Nutzer erneut versendet werden. Durch dieses Verfahren kann ein Tweet eine riesige Reichweite erzielen.

Um die Tweets der Bundespolizeidirektionen München (Account: „Bundespolizei BY“) und Stuttgart (Account: „Bundespolizei BW“) verfolgen zu können, müssen Sie sich bei Twitter (privat) anmelden und Follower der Bundespolizei-Accounts werden. Als Follower wird dabei derjenige bezeichnet, der einen fremden Twitter-Kanal abonniert hat. Alternativ finden Sie die Tweets auch, wenn Sie im Internet nach Namen der beiden Accounts suchen. Sie können die Tweets dann zwar lesen, nicht jedoch interagieren, wie etwa eine Nachricht retweeten.

Tweets über den Bundespolizei-Flugdienst kamen bei den Twitter-Nutzern besonders gut an und stellten die Leistungsfähigkeit der Bundespolizei eindrucksvoll dar. Die Verwendung spektakulärer Fotos war dabei oft der Schlüssel zum Erfolg.

#

Während der G7-Großdemonstration in München am 4. Juni 2015 entrollten zwei Kletteraktivisten ein Banner in der Haupthalle des Hauptbahnhofes. Per Twitter informierte die Bundespolizei live von den notwendigen eigenen Maßnahmen, was viele Medienvertreter wiederum dazu animierte, ebenfalls über diesen Einsatz zu berichten.

#

Die Alleinstellungsmerkmale der Bundespolizei, wie etwa außergewöhnliche Einsatzorte (hier die grüne Grenze im Bereich der Ederkanzel und der Meilerhütte), boten sich für Twitter besonders an.

#

Der bis dato meist gelesene Tweet der Bundespolizei: Von 52 Nutzern retweetet, erzielte dieser Tweet eine Reichweite von rund 37 000 Impressionen.



Zwischenzeitlich wurden die Twitter-Aktivitäten der Bundes- und Landespolizei sogar selbst zum Thema in mehreren Medien, die diese ungewöhnlich offene und moderne polizeiliche Kommunikation über die sozialen Medien lobten.

#Verbesserungsmöglichkeiten

Wie meistens bei Neuerungen lassen sich für die Bundespolizei auch in Sachen Twitter-Einsatz noch Verbesserungsmöglichkeiten erkennen. Da Twitter von der Aktualität der Beiträge lebt, sollten die dafür vorgesehenen Beamten im Einsatz immer in – besser noch vor – der Lage „leben“. Herkömmliche Grundsätze und Abläufe des Informationsmanagements sind dafür nicht optimal geeignet und führten im G7-Einsatz dazu, dass die Twitter-Beamten von Lageentwicklungen zuweilen erst mit größerem zeitlichem Verzug Kenntnis erhielten.

Dies blieb dank des ruhigen Einsatzverlaufs letztlich zwar ohne negative Auswirkung, sollte bei künftigen Einsätzen jedoch berücksichtigt werden. Eines gilt für die Bundespolizei nämlich in der virtuellen wie auch in der realen Welt: Der nächste Einsatz kommt mit Sicherheit.

Fabian Hüppe

¹ Der Begriff „Page Impression“ bezeichnet den Aufruf einer Internetseite/eines Tweets innerhalb eines Webangebots. Die (Seiten-)Aufrufe werden in der Abrufstatistik erfasst und ausgewiesen.