

# Folgt uns auffällig!

**Im Innenministerium ist seit 1. März 2017 eine eigene Abteilung für Social Media zuständig. Neben der Social-Media-Kommunikation zählen Grafik, Webdesign und Videoproduktion zu ihren Aufgaben.**

**W**enn man sich auf den Weg in die Social-Media-Abteilung macht, fallen einem die vielen bunten Logos auf, die den Stiegenaufgang zieren. Auch das Pop-Art-Bild, die Star-Wars-Maske und die bunten Teppiche am Gang und in den Büros der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung I/6 (Social Media) entsprechen nicht unbedingt dem Ministeriumsinterieur. Unkonventionell ist der Begriff, der einem einfällt – und ein gewisses Maß an Unkonventionalität brauche man für eine Tätigkeit im Social-Media-Bereich, sagt Mag. Andreas Wallner, Leiter der Abteilung I/6.

„Wir wollen weit weg von dem Bild eines verstaubten Ministeriums. Dafür müssen wir die Sprache unserer Zielgruppe sprechen und ihre Kanäle nutzen.“ Das Innenministerium ist über *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* und *Youtube* im direkten Kontakt mit der Bevölkerung.

**Krisenkommunikation.** „Der Vorteil der Social-Media-Kommunikation liegt darin, dass wir mit unseren Botschaften eine große Anzahl an Menschen direkt erreichen können – ohne auf Vermittler angewiesen zu sein“, erklärt Wallner.

„Das bedeutet gleichzeitig, dass es viel mehr Kommunikatoren und potenzielle Meinungsführer gibt. Das spielt vor allem in einem möglichen Krisenfall eine große Rolle. Da ist es wichtig, dass wir präsent sind und von Anfang an eine Anlaufstelle für gesicherte Informationen bieten“, sagt Anna Strohdorfer, Bakk. MA, stellvertretende Leiterin der Abteilung I/6. Vor allem *Twitter* ist ein hilfreiches Tool. *Twitter* gilt als der sachlichste Dienst, auf dem die User aktiv nach Information suchen. Jeder Tweet ist auf 140 Zeichen begrenzt. „Hier kann man mit exklusiven Meldungen und Humor punkten“, erklärt Andrea Rieger, Bakk., Mitarbeiterin der Social-Media-Redaktion. „Auf *Facebook* sollten sich Information und Unterhaltung die Waage halten.

Mithilfe unseres *Instagram*- und *Snapchat*-Auftritts wollen wir unseren Followern kurze Einblicke in die tägliche Arbeit der Polizei ermöglichen und



**Grafikdesign: Christian Prokop, Birgit Hycl, Ronald Bauer, Natalie Raskovic, Kevin Prighuber.**



**Silke Pingitzer, Grafik-Koordinatoren Josef Fuchs, Gabriele Rohrweck.**



**Videoproduktion: Nikolaus Ecker, Luzia Flotzinger, Victor Neustetter, Philipp Rusch, Dennis Nrecaj.**



**Webdesign: Webmaster Ralph Osner, Erik Schwienbacher.**

neue Perspektiven aufzeigen.“ Aber warum ist es wichtig für eine Behörde, auf Social Media „gemocht“ zu werden? „Das Ziel unserer Social-Media-Kommunikation ist es, das Vertrauen

der Bevölkerung in das Ressort und die von uns gesetzten Maßnahmen zu stärken und diese nachvollziehbar zu machen. Das funktioniert nicht als geichtslose Behörde, sondern durch Kommunikation auf Augenhöhe“, betont Abteilungsleiter Wallner. Die Gewährleistung der Sicherheit in Österreich – das Ziel des Innenressorts – könne nur gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern erreicht werden.

**Interaktion.** Bei der klassischen Medienarbeit sind die Möglichkeiten zur Rückmeldung für die Empfänger begrenzt. Sie können anrufen oder eine E-Mail schreiben, um ihre Meinung kundzutun. Dabei handelt es sich aber um eine relativ kleine Gruppe, die diese Angebote in Anspruch nimmt. Auf den Social-Media-Kanälen gestaltet sich das Szenario zweiseitig. Die User können die Beiträge mit einem Klick positiv oder negativ bewerten, teilen, kommentieren oder Privatnachrichten schicken. Es kommen Rückfragen, Lob und auch Kritik. „Wir reagieren in den meisten Fällen innerhalb weniger Stunden auf den Input unserer Community – in Rücksprache mit den Fachabteilungen“, sagt Social-Media-Redakteurin Kornelia Hechtel, BA. „Täglich sind es etwa zehn Nachrichten und 30 Kommentare, die wir beantworten.“ Um einerseits diese rasche Reaktionsfähigkeit auch am Abend und am Wochenende gewährleisten zu können, und andererseits für einen Ernstfall gerüstet zu sein, haben die Social-Media-Redakteure Rufbereitschaften.

**Netiquette.** „Um einen respektvollen Umgang der Social-Media-Auftritte des Ressorts zu gewährleisten, sind Verhaltensregeln für alle *Facebook*-Seiten in Form einer Netiquette erstellt worden. Diese Regeln gilt es, im Forum auf unserem Kanal zu beachten“, erklärt Social-Media-Redakteur Dan Fischman, MA. Kommentare, die über sachliche Kritik hinausgehen, also diskriminierend, beleidigend oder drohend sind, werden verborgen oder gelöscht bzw. in strafrechtlich relevanten Fällen die nötigen Schritte veranlasst.



**Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Social-Media-Abteilung: Kornelia Hechtl, Dan Fischman, Abteilungsleiter Andreas Wallner, Abteilungsleiter-Stellvertreterin Anna Strohdorfer, Andrea Rieger.**

**Monitoring.** Nicht nur das Posten von Inhalten gehört zum Tagesgeschäft der Social-Media-Redaktion, auch die Inhalte von anderen Personen und Organisationen müssen beobachtet werden. So können sowohl negative als auch positive Entwicklungen erkannt werden und wichtige Informationen herausgefiltert werden.

**Videoproduktion.** Bei *Facebook* und *Instagram* liegt der Fokus klar auf der visuellen Kommunikation. Täglich werden Millionen von Fotos und Videos geteilt. Längst ist es nicht mehr genug, nur einen Text auf *Facebook* zu posten. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen und aus einer Vielzahl an lustigen Katzenvideos herauszustechen, die zu dem beliebtesten Genre auf *Facebook* zählen.

„Man muss sich dem Umgangston in der Social Media anpassen und kreative Inhalte bieten, in denen Information verarbeitet ist“, sagt Victor Neustetter, BA, der gemeinsam mit Philipp Rusch, Nikolaus Ecker, Luzia Flotzinger und Dennis Nrecaj das Videoteam

bildet. „Wir produzieren Kurzvideos, die informativ und unterhaltsam sind und auch am Handyscreen eine Botschaft vermitteln können.“

**Grafikdesign.** Mit der Änderung der Geschäftseinteilung obliegt der Abteilung I/6 auch die Konzeption, Produktion und Umsetzung von grafischen Inhalten für die Zentralstelle und die nachgeordneten Organisationseinheiten. „Durchschnittlich kommen täglich 30 Grafikaufträge herein. Die Aufträge sind vielfältig und reichen von Kondolenzschreiben, Einladungen und Mitarbeiterbriefen über die Erstellung von Logos bis hin zur grafischen Betreuung von längerfristigen Projekten“, berichtet Chefinspektor Josef Fuchs, Grafik-Koordinator in der Abteilung I/6.

„Die Aufträge werden dann von meiner Kollegin Amtsdirektorin Gabriele Rohrweck und mir an das Grafik-Team übermittelt. Das hat den Hintergrund, dass sich diese auf ihr kreatives Tagesgeschäft konzentrieren können.“ Mit 1. August 2017 wurde das Grafik-Team – bestehend aus Gruppeninspek-

tor Christian Prokop, Birgit Hycl und Inspektor Ronald Bauer – um zwei weitere Grafiker, Natalie Raskovic und Kevin Priglhuber, erweitert.

**Webdesign.** Der vierte Fachbereich – Webdesign – besteht aus Amtsdirektor Ralph Osner und Erik Schwienbacher, der seit 1. Juli 2017 im Team ist. Sie sind verantwortlich für die technische Komponente der Webseiten der Zentralstelle ([www.bmi.gv.at](http://www.bmi.gv.at)) und der nachgeordneten Dienststellen (u. a. [www.polizei.gv.at](http://www.polizei.gv.at)). „Das große Projekt war die Neugestaltung der BMI-Webseite, die seit Anfang September online ist“, sagte Osner. „Die Website ist unsere Visitenkarte nach außen. Darum ist es wichtig, dass auch sie das Bild einer modernen Verwaltung widerspiegelt.“

*facebook.com/BundesministeriumFuerInneres*  
*twitter.com/BMI\_OE*  
*www.instagram.com/polizei\_im\_bild*  
*Polizei\_oe*  
*Youtube: Polizei Österreich bewegt*