

SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis



Hingmann, Nele et al.

Social Media und Crowdsourcing. Neue Wege der Einsatz- und Krisenkommunikation

SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (1/2024), 35-46.

doi: 10.7396/2024_1_D

Um auf diesen Artikel als Quelle zu verweisen, verwenden Sie bitte folgende Angaben:

Hingmann, Nele et al. (2024). Social Media und Crowdsourcing. Neue Wege der Einsatz- und Krisenkommunikation, SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (1), 35-46, Online: https://dx.doi.org/10.7396/2024_1_D.

© Bundesministerium für Inneres – Sicherheitsakademie / Verlag Österreich, 2024

Hinweis: Die gedruckte Ausgabe des Artikels ist in der Print-Version des SIAK-Journals im Verlag Österreich (<https://www.verlagoesterreich.at/>) erschienen.

Online publiziert: 5/2024

Social Media und Crowdsourcing

Neue Wege der Einsatz- und Krisenkommunikation

Die vorliegende Studie untersucht die Nutzung von Social Media und Crowdsourcing im Krisenmanagement deutscher Polizeibehörden im Rahmen des Horizon 2020-Projekts LINKS. Das Thema wurde anhand von Umfragen und Interviews mit verschiedenen Polizeivertretern und anderen relevanten Akteuren im Krisenmanagement mit dem Fokus auf Terror- und Amoklagen erforscht. Die Ergebnisse verdeutlichen die entscheidende Rolle von Social Media in der Krisenkommunikation. Während Facebook und Twitter (nunmehr: X) nach wie vor als wichtige Informationskanäle dienen, gewinnen Plattformen wie TikTok zunehmend an Bedeutung, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Best Practices umfassen die Integration des Social Media-Teams in die Einsatzleitung, die Schaffung spezialisierter Unterbereiche zur Überprüfung von Informationen sowie die verstärkte Kommunikation mit Opferschutz-Organisationen. Jedoch stehen die Polizeibehörden vor Herausforderungen im Bereich Datenschutz und auch durch hohe Personalfluktuation, Mangel an plattformübergreifenden Analysetools und im Bereich der Identifizierung vulnerabler Gruppen. Angesichts der raschen technologischen Entwicklungen erfordert das Krisenmanagement kontinuierliche Schulungen und Anpassungen. Die Vielfalt der Herangehensweisen spiegelt das Austauschpotenzial zwischen den deutschen Polizeibehörden wider, um die Effektivität der Social Media- und Crowdsourcing-Nutzung im Krisenmanagement zu steigern. Das Projekt LINKS hat das Ziel, die Nutzung dieser Technologien in verschiedenen Krisenszenarien weiter zu erforschen und die Widerstandsfähigkeit von Bürgerinnen und Bürgern sowie Organisationen zu stärken.

1. EINFÜHRUNG

Die Resilienz der Bevölkerung gegenüber Krisen wird in den nächsten Jahren immer wichtiger. Mit dem Klimawandel und den damit zusammenhängenden Naturkatastrophen und demographischen Veränderungen werden Krisensituationen mit hoher Wahrscheinlichkeit zunehmen. Aber auch hier und heute treten überall Krisensituationen auf, wie z.B. Kriege, Waldbrände oder Unfälle mit chemischen

Substanzen. Da durch diese verheerenden Situationen oft Schäden am Menschen und der Umwelt entstehen, die auch monetäre Folgen haben, gilt es eine Verbesserung des Krisenmanagements anzustreben und damit auch die Resilienz der Bevölkerung zu erhöhen.

Für beteiligte Akteure der Krisenbewältigung, wie z.B. Polizei, Feuerwehr, Technisches Hilfswerk (THW) und andere Behörden und Organisationen mit Sicher-



NELE HINGMANN,
wissenschaftliche Mitarbeiterin
im Fachgebiet Kommunikations-
wissenschaft an der Deutschen
Hochschule der Polizei.



ANNIKA HAMACHERS,
wissenschaftliche Mitarbeiterin im
Fachgebiet Kommunikationswissen-
schaft an der Deutschen Hochschule
der Polizei und im Projekt LINKS.



STEFAN JAROLIMEK,
Leiter des Fachgebiets Kommunika-
tionswissenschaft an der Deutschen
Hochschule der Polizei.

heitsaufgaben (BOS), ist die Kommunikation in Einsatz- und Krisenlagen ein wichtiger Faktor. Neben der Lagebewältigung dienen diese Organisationen oft als Informationsquelle für die Bevölkerung. Auf der anderen Seite ist es für das Krisenmanagement auch entscheidend, Informationen über die Lage von der Bevölkerung selbst zu bekommen. Ein hilfreiches und weit genutztes Mittel zum Informationsaustausch ist heutzutage Social Media. Social Media sind wertvolle Plattformen, um Informationen an die Bevölkerung zu geben und gleichzeitig Informationen aus der Bevölkerung zu bekommen. Ergänzend zu diesen mittlerweile bereits weitgehend etablierten Social Media-Anwendungen stützen sich unterschiedliche Organisationen zum Krisenmanagement auch zunehmend in vielfältiger Weise auf sogenannte Crowdsourcing-Technologien (vgl. Rogstadius et al. 2013). Ganz allgemein werden beim Crowdsourcing Aufgaben, die sonst üblicherweise innerhalb der eigenen Organisation bearbeitet werden, an eine große, oft anonyme Gruppe ausgelagert (vgl. Howe 2006). In einem engeren Verständnis wird Crowdsourcing oft auch spezifischer als partizipative Online-Aktivität definiert, in deren Rahmen ein Individuum, ein Unternehmen, eine Institution oder eine Nicht-Regierungs-Organisation im Rahmen eines offenen Aufrufs eine Gruppe von Individuen zu freiwilliger Unterstützung auffordert (vgl. Estelles-Arolas/González-Ladrón-De-Guevara 2012). Die übernommenen Aufgaben beziehen sich dabei insbesondere auf das Sammeln von Daten, das Lösen spezifischer Probleme oder die Entwicklung und Bereitstellung von Inhalten (vgl. Howe 2006).

Zusammengenommen bilden Social Media (SM) und Crowdsourcing (CS) das weit verbreitete Akronym SMCS (vgl. Meier 2015; Larruina et al. im Druck). Durch die sich ständig weiterentwickelnde

Nutzung und auch Möglichkeiten von SMCS-Technologien werden diese immer wichtiger für das Krisenmanagement (vgl. Boersma et al. 2019) und sind in diesem Kontext auch bereits seit mehr als einem Jahrzehnt Gegenstand der Forschung (vgl. Clark et al. 2021; Larruina et al. im Druck).

Harrison und Johnson (vgl. Harrison/Johnson 2016) haben in ihrer Studie beispielsweise beleuchtet, wie Crowdsourcing in den verschiedenen Phasen des Krisenmanagements (in Kanada) eingesetzt werden kann. Sie kommen zu dem Schluss, dass Crowdsourcing schon in allen Bereichen genutzt wird, es aber im Bereich der Krisenvorbereitung noch sehr wenig zum Einsatz kommt. Gao und andere (vgl. Gao et al. 2011) haben sich die Vor- und Nachteile der Nutzung von Crowdsourcing für die Katastrophenhilfe angeschaut. Zu den Vorteilen zählt, dass Informationen sofort nach einer Katastrophe über Social Media gesammelt werden können. Des Weiteren ist es möglich, durch Crowdsourcing-Tools Daten aus verschiedenen Quellen zu sammeln und diese zusammenfassend zu analysieren. Auf der anderen Seite bieten Social Media und auch Crowdsourcing-Tools oft keine Möglichkeit, dass unterschiedliche Hilfsorganisationen sich darüber koordinieren und zusammenarbeiten können, was z.B. die Bearbeitung von Anfragen aus der Bevölkerung vereinfachen könnte (vgl. ebd. 2011).

Die Nutzbarkeit von Social Media und Crowdsourcing für das Krisenmanagement bleibt, basierend auf wissenschaftlichen Studien, weitestgehend unklar. Aus dem Bereich der Krisenkommunikation liegen zahlreiche Studien vor, die fast ausschließlich Unternehmenskrisen thematisieren. Vor allem Coombs hat aus zahlreichen Fällen Abläufe und Strategien zur Krisenbewältigung abgeleitet (vgl. Coombs/Holladay 2001) und daraus die Situational Crisis Communication Theory

(SCCT) entwickelt (vgl. Coombs 2007), die insbesondere zurückliegende Krisen und den Einfluss von Reputation adressiert. Mit der Entwicklung von Social Media hat er diese weiter fortgeschrieben (vgl. ders. 2021). Insbesondere Internet und Social Media haben Einfluss auf die Geschwindigkeit der Kommunikation, Informationshoheiten und die Möglichkeiten zur Recherche. Diese grundsätzlichen Überlegungen zu Krisenverläufen können sicherlich übernommen werden, aber kaum eins zu eins auf das Krisenmanagement in herausragenden Einsatzlagen übertragen werden. Während Unternehmen Krisen aufgrund ihres eigenen Handelns, aufgrund von Sabotage, technischen Fehlern oder Naturkatastrophen erleben, sind Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben zumeist im Einsatz bei Situationen, die sie selbst nicht ausgelöst haben. Die hierbei stattfindende Einsatzkommunikation ist eher vergleichbar mit Transparenzbemühungen, Informations-tätigkeiten oder Risikokommunikation. Durch Fehler im Einsatzgeschehen oder aufkommende Panik in der Bevölkerung kann diese Einsatzkommunikation zur Krisenkommunikation übergehen, entsprechend den Phasen des Konfliktmanagements (vgl. Wilcox/Cameron 2009, 254).

Dieser Beitrag soll einen Einblick in die momentane Nutzung von Social Media und Crowdsourcing im Krisenmanagement von den deutschen Polizeien und anderen Organisationen des Krisenmanagements geben, mit einem besonderen Fokus auf Amok- und Terrorlagen. Obwohl sich die beiden Phänomenbereiche der persönlich motivierten Amoktaten und der politisch motivierten Terroranschläge in einigen Merkmalen unterscheiden, werden sie hierbei in Anlehnung an die Polizeidienstvorschrift (PDV) 100 „Führung und Einsatz der Polizei“ (PDV 100 1975) aus einsatztaktischer Perspektive zu einem

Lagebereich zusammengefasst. Eine „Amok-TE“-Lage liegt in diesem Sinne vor, wenn ein Täter wahllos oder gezielt und insbesondere ausgerüstet mit Waffen, Sprengmitteln oder gefährlichen Werkzeugen oder unter Anwendung außergewöhnlicher Gewalt eine meist zunächst nicht bestimmbare Anzahl von Personen verletzt oder getötet hat und weiterhin auf Personen einwirken kann.

Mit Blick auf Social Media haben die deutschen Polizeien im Vergleich zu anderen Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben die meisten Social Media-Accounts und Social Media-Teams. Hierbei wirkte die positive öffentliche Resonanz der Presse- und Social Media-Arbeit der Polizei München im Rahmen der Amoklage 2016 wie ein Katalysator. Vorherrschende etwaige Bedenken wurden mit Blick auf die Vorteile der Social Media-Kommunikation beiseitegeschoben. Mittlerweile haben sich die deutschen Polizeien bei ca. 350 Social Media-Accounts eingependelt, die meisten davon auf Facebook, X sowie Instagram (vgl. Jarolimek/Tamborini 2023). In der Entwicklung wird die Bedeutung der Social Media-Kommunikation immer stärker anerkannt, und Professionalisierungstendenzen sind in diesem Bereich deutlich erkennbar (vgl. Jarolimek et al. 2019), wengleich aus diversen Gründen ein professionelles Kommunikationsmanagement kaum Anwendung findet (vgl. Jarolimek/Kreyenborg 2022). Der Bereich Crowdsourcing – oder genereller die Informationsgewinnung durch Social Media – hat sich auch weiterentwickelt. Hier sind insbesondere Positionen in den Einsatzleitstellen entstanden, die zur Unterstützung der Kolleginnen und Kollegen weiterführende Informationen im Internet recherchieren. Je nach Bundesland tragen Sie den Namen Intel Officers, Sentinels oder Gemeinsames Monitoring und Kommu-

nikationscenter (GMKC) (vgl. hierzu auch Epple/Ludewig 2020).

Daneben sind insbesondere die maßgeblich beim THW angesiedelten Virtual Operating Support Teams (VOST) zu erwähnen. Die zum größten Teil aus Freiwilligen bestehenden VOST können zur Unterstützung von Einsätzen herangezogen werden. Sie werten Geo-Daten aus und können so z.B. Richtungsänderungen von Menschenmengen erfassen. Der wichtige Beitrag dieser Informationen zu Einsatzentscheidungen wird von Polizeien erkannt (vgl. u.a. Fathi/Fiedrich 2022).

Eine generelle Betrachtung der Nutzung von Social Media und Crowdsourcing der deutschen Polizeien besteht noch nicht. Es stellt sich die Frage, inwieweit die deutschen Polizeien Social Media und Crowdsourcing nutzen und auch nutzbar machen können, vor allem mit dem Blick auf herausragende Lagen, insbesondere Amok- und Terrorlagen. Innerhalb des Projektes LINKS (Strengthening links between technologies and society for European disaster resilience) geht das Team der Deutschen Hochschule der Polizei (DHPol) diesen Fragen nach.

1.1 Das Projekt LINKS

Das Projekt LINKS hat im Jahr 2020 begonnen und wird von der Europäischen Kommission unter dem Horizon 2020 Research and Innovation-Programm gefördert. Das Ziel von LINKS ist es, die Verbindung zwischen Technologien und der Gesellschaft zu stärken und die europäische Katastrophen-Resilienz zu verbessern. LINKS fokussiert sich auf nachhaltiges Lernen, da dies ein wichtiger Faktor für die Stärkung der Resilienz darstellt. Nachhaltiges Lernen wird in diesem Projekt als sich weiterentwickelnde Sammlung von Wissen und bewährten Praktiken, die für und von relevanten Interessengruppen erstellt werden, definiert.

Durch das nachhaltige und fortgeschrittene Lernen über Social Media und Crowdsourcing für das Krisenmanagement soll (1) ein konsolidiertes Verständnis von SMCS erreicht, (2) die Diversität von SMCS geregelt und (3) relevante Akteure verknüpft werden. Zu den relevanten Akteuren des Projektes gehören Praktikerrinnen und Praktiker, Politikerinnen und Politiker sowie Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger, Forschungsverbände, Industrieverbände und die Bevölkerung.

Um die zuvor definierten Ziele zu erreichen, wird im Projekt an drei Bereichen gearbeitet. Zum ersten Ziel (Erreichung eines konsolidierten Verständnisses von SMCS) werden drei relevante Wissensdomänen erforscht: Wahrnehmung des Katastrophenrisikos und der -anfälligkeit, Katastrophenmanagementprozesse und Technologien für Katastrophengemeinschaften. Für das zweite Ziel (Regelung der Diversität von SMCS) soll das sogenannte LINKS-Framework erstellt werden, das aus wissenschaftlichen Methoden, praktischen Werkzeugen und Leitlinien besteht. Um das letzte Ziel zu erreichen (wichtige und relevante Akteure im Krisenmanagement zusammenzubringen), soll eine LINKS-Community erschaffen und verwaltet werden.

Die Erarbeitung der Ziele erfolgt in einem explorativen Ansatz, indem das Thema der Resilienz-Steigerung durch die Social Media- und Crowdsourcing-Nutzung in fünf verschiedenen Krisenszenarien erforscht und erprobt wird. Die Szenarien sind: Überschwemmung, Dürre, Industriegefahren, Erdbeben und Amok/Terrorismus. Die Szenarien werden jeweils von einem Projektpartner übernommen. Teilnehmende Länder sind Dänemark, Deutschland, die Niederlande und Italien.

1.2 Amok- und Terrorlagen

Als ein Projektpartner übernimmt das Team der DHPol den Krisenfall der Amok- und Terrorlagen. Hierfür wird untersucht, inwieweit die Polizei Social Media und Crowdsourcing nutzt und nutzen kann, um das Krisenmanagement im Falle eines Terroranschlags oder Amoklaufs zu verbessern und auch die Resilienz der Bevölkerung gegenüber Amok und Terrorismus zu erhöhen.

Der Föderalismus in Deutschland hat auch hier einen Einfluss auf die Ergebnisse. Durch die 16 Bundesländer und die zusätzliche Bundespolizei ergeben sich 17 unterschiedliche Polizeien in Deutschland. Um eine bestmögliche Erforschung der unterschiedlichen Strategien, Konzepte und auch Regelungslagen zu erzielen, wurden verschiedene Erhebungsmethoden gewählt, die im Folgenden beschrieben werden.

2. METHODE

Innerhalb des Projektes wurde ein integrativer Forschungsansatz mit verschiedenen Methoden, Krisenszenarien und Studienteilnehmern in vier EU-Staaten gewählt. Für den Krisenfall Amok und Terrorismus wurde ein Mixed-Method-Design durchgeführt, mit Umfragen, Interviews und Workshops, womit eine Teilnehmerzahl von ca. 60 Personen generiert werden konnte.

Am Anfang des Projektes wurde durch die DHPol zuerst eine IST-Abfrage über die Nutzung von Social Media und auch Crowdsourcing bei den Polizeien in Deutschland durchgeführt, um einen aktuellen Sachstand zur polizeilichen Nutzung von Social Media-Massendaten sowie zur Kommunikation mit der Bevölkerung mittels Social Media zu erhalten. Dies wurde anhand eines standardisierten Fragebogens mit offenen und geschlossenen Fragen durchgeführt. Es wurden alle 16 Bundesländer und die Bundespolizei

mittels des auszufüllenden Fragebogens befragt. Zentral waren hierbei die Verwendung von Social Media während einer laufenden Lage im Fall eines terroristischen Anschlags sowie gegebenenfalls auch der Einbezug von Social Media-Technologien zur Nachbereitung der Lage und zur Prävention künftiger Vergleichsszenarien. Insgesamt sind alle 17 Anfragen beantwortet worden.

Um ein tiefergehendes Verständnis für die Nutzung von Social Media und Crowdsourcing im Rahmen des Krisenmanagements durch die deutschen Polizeien und andere Organisationen zu erlangen, wurden im weiteren Verlauf des Projektes gezielte Interviews durchgeführt. Diese Interviews ermöglichten es, die Praktiken, Erfahrungen und Perspektiven der Beteiligten auf diesem Gebiet zu erforschen und Einblicke in die Herausforderungen und Chancen dieser Technologien zu gewinnen. Es wurden insgesamt sieben Interviews mit verschiedenen Polizeivertreterinnen und Polizeivertretern durchgeführt. Die Mehrheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war oder ist für deutsche Polizeieinheiten tätig, die in den Bereichen Open-Source-Intelligence, Spezialeinheiten, psychologische Dienste und Social Media-Teams arbeiten oder gearbeitet haben. Eine Interviewpartnerin ist bei einer Opferschutzorganisation tätig.

Sechs Interviews wurden über den Dienst Teams von Microsoft geführt und über ein Smartphone aufgenommen. Ein Interview wurde per Telefon geführt und via Lautsprecher ebenfalls mit einem Smartphone aufgezeichnet. Eine Einverständniserklärung zur Aufnahme der Audiodatei wurde im Vorhinein unterzeichnet, die überdies Informationen über die Anonymisierung der Daten beinhaltet. Die Interviews dauerten zwischen 1 Stunde und 1½ Stunden und wurden im Nachhinein transkribiert und mit der Software NVivo analysiert.

Es wurden semi-strukturierte, leitfadengestützte Interviews geführt, die sich nur bei einem Interview minimal unterscheiden, da es ein Interview für eine nicht-polizeiliche Organisation war. Im Interview wurden Fragen zu den folgenden Kategorien gestellt: Social Media, Crowdsourcing, erweiterte Social Media-Technologien, Informationsqualität, Anwendung von Social Media in herausragenden Lagen und Krisen mit dem Spezialfall Terror sowie vulnerable Gruppen. Der Leitfaden enthielt zum Beispiel die Fragen, welche Social Media-Kanäle die Organisation nutzt, in welchen Bereichen man schon Berührungspunkte mit Social Media und Crowdsourcing hatte, wie hoch die Glaubwürdigkeit der Informationen, die man über Social Media erhält, eingeschätzt wird und welche Erfahrungen die Organisation mit dem Einsetzen von SMCS speziell bei einem Terror-Szenario gesammelt hat. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

3. ERGEBNISSE

Die Ergebnisse der IST-Abfrage in den deutschen Polizeien zeigen, dass Social Media für die Kommunikation generell einen hohen Stellenwert hat und vor allem während der Einsätze viel genutzt wird. Es ist jedoch auffällig, dass die Nutzung von Social Media im Kontext von Terroranschlägen durchgewachsen ist, da nicht alle Bundesländer diese Plattformen zur Sensibilisierung der Bevölkerung bezüglich möglicher Terrorgefahren einsetzen. Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis ist die heterogene Verteilung der Zuständigkeit für die Social Media-Nutzung in den verschiedenen deutschen Polizeibehörden. Während in einigen Bundesländern die Pressestellen die Verantwortung tragen, sind es in anderen speziell ausgebildete Beamtinnen und Beamte oder auch ein zugewiesenes Social Media-Team.

Während der Interviews wurde deutlich, dass soziale Medien ein äußerst wichtiges Mittel zur Bewältigung schwerer Verbrechen wie terroristischer Anschläge sind. Die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner konnten sich eine angemessene Bewältigung solcher Notfälle ohne soziale Medien kaum noch vorstellen. Soziale Medien erhöhen im Allgemeinen das Tempo und die Reichweite ausgehender Informationen in solchen Situationen und bieten niedrigschwellige Kommunikationskanäle für die Öffentlichkeit, um aktiv an der relevanten Kommunikation teilzunehmen und Kontakt zu den Behörden aufzunehmen. Crowdsourcing-Technologien und darauf aufbauende Tools erleichtern diese Prozesse weiter, indem sie Aufgaben planen oder besonders relevante Informationen aus der großen Menge filtern. Crowdsourcing, obwohl von den Befragten kaum unter diesem Begriff erwähnt, wird von vielen bereits implizit genutzt. Crowdsourcing ermöglicht es, Aufgaben effizient zu planen und relevante Informationen aus der oft überwältigenden Menge an Daten und Nachrichten in den sozialen Medien zu filtern. Insbesondere für Ermittlungszwecke, wie beispielsweise bei öffentlichen Fahndungen, wenn die Behörden die Unterstützung der Öffentlichkeit zur Identifizierung von Zeuginnen und Zeugen, bedrohten Bürgerinnen und Bürgern oder potenziellen Täterinnen und Tätern benötigen, erweist sich Crowdsourcing als äußerst wertvoll.

Im Folgenden wird näher auf die im Interview herausgestochenen Gesichtspunkte eingegangen. Gerade die Themen Entscheidungsprozesse, glaubwürdige Informationen, Umgang mit vulnerablen Gruppen, phasenbasiertes Lernen und technische Aspekte werden näher beleuchtet. Anschließend werden ein Überblick über Best Practices und Herausforderungen für SMCS sowie eine kurze

Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse aus den Interviews dargestellt.

3.1 Entscheidungsprozesse

Die Bedeutung verschiedener Social Media-Kanäle wurde von den Befragten diskutiert, wobei insbesondere der Status von Facebook und Twitter (X) für die Kommunikation während großer Ereignisse wie Terroranschlägen hervorgehoben wurde. Die Krisenkommunikation innerhalb dieser Kanäle sowie damit verbundene Crowdsourcing-Aufgaben werden durch formale und informelle Richtlinien geregelt und sind weitgehend durch rechtliche und ethische Einschränkungen beschränkt. Die allgemeinen Prozesse, die durch ein Amok- oder Terrorereignis in den Organisationen der Befragten ausgelöst werden, wurden dargestellt. Dabei ging es um interne Verfahren während eines laufenden Ereignisses/Polizeieinsatzes (insbesondere die Befehlskette, Entscheidungsfreiheit und die Möglichkeit, für das Social Media-Team zu sprechen, sowie ihre Beziehung zur Einsatzleitung) sowie die Zusammenarbeit mit anderen BOS. Dabei spielt Social Media in diesem Zusammenhang eine untergeordnete Rolle im Vergleich zu face-to-face-Kommunikation oder Kommunikation per Telefon. Die Verwendung erweiterter Social Media-Technologien wie TweetDeck usw. wurde ebenfalls näher erörtert, wobei die Befragten unterschiedliche Erfahrungen mit solchen Tools berichteten. Dasselbe galt für die Konzeptualisierung des Begriffs und die Vertrautheit mit dem Begriff „Crowdsourcing“. Die meisten Forschungsteilnehmerinnen und -teilnehmer kommen im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit nicht mit diesem Begriff in Berührung, wenden jedoch implizit bereits Social Media-Strategien an, die unter diesen Begriff fallen könnten (z.B. öffentliche Fahndungen).

3.2 Glaubwürdige Informationen

Verifikationsstrategien für Informationen, die aus sozialen Medien gewonnen wurden, spielen eine große Rolle in der Arbeit der Polizeibehörden, insbesondere für die sogenannten „Intel-Officer“. Während der Interviews wurde deutlich, dass die Befragten eine entscheidende Rolle dabei spielen, Informationen aus sozialen Medien zu sammeln, zu überprüfen und auf ihre Authentizität und Relevanz hin zu bewerten. Vertrauenswürdige Informationen zu identifizieren ist zu einem Teil der Arbeit der Polizei in den sozialen Medien geworden, da Versuche von Dritten unternommen werden, terroristische Anschläge zu instrumentalisieren. Die Bewältigung dieser Herausforderung erfordert nicht nur eine sorgfältige Überwachung der sozialen Medien, sondern auch eine effektive Kommunikation und Aufklärung der Öffentlichkeit. Der Polizei obliegt somit die wichtige Rolle der Deutungshoheit, um die Sicherheit und das Vertrauen der Bürger und Bürgerinnen zu gewährleisten.

3.3 Vulnerable Gruppen

Kommunikationsbemühungen, die speziell auf Gruppen von Menschen zugeschnitten sind, die als besonders verwundbar wahrgenommen werden, sind, zumindest für den Bereich der Amok- und Terrorlagen, äußerst selten. Dazu wurde in einem Interview gesagt, dass es per se keine Definition für diese Gruppe gibt: „Also eine Definition [gibt es] für uns tatsächlich nicht, weil, wie gesagt, für uns ist es die Vielfalt: jeder, der sich betroffen fühlt. Da gibt es auch keine Unterscheidungen zwischen Ethnien, Altersgruppen, Geschlechtern und so weiter.“ Hier wird betont, dass sich die Kommunikation an alle richten, die sich von einer potenziellen Bedrohung betroffen fühlen können. Dieser Ansatz spiegelt eine inklusive Herangehensweise an das Krisenmanagement

wider und zeigt, dass die Polizei bestrebt ist, die Sicherheit für jede Bürgerin und jeden Bürger zu gewährleisten.

3.4 Lernen über verschiedene Phasen hinweg

Vorteile von sozialen Medien gegenüber anderen Kommunikationskanälen wurden von Strafverfolgungsbehörden sowie von Interviewpartnerinnen und Interviewpartner zum Opferschutz häufig genannt. Soziale Medien werden als weniger gefiltert wahrgenommen, was heißt, dass Informationen zeitnah und unmittelbar verbreitet werden können. Dies ermöglicht eine schnellere Reaktion auf Ereignisse und eine größere Gegenseitigkeit in der Kommunikation zwischen den Behörden und der Öffentlichkeit. Neben diesen Vorteilen wurde jedoch auch darauf hingewiesen, dass noch einige gewünschte Funktionen bei sozialen Medien fehlen, insbesondere im Hinblick auf eine noch angemessenere und schnellere Filterung und Navigation durch den Inhalt von sozialen Medien unter Zeitdruck. Die Befragten erwähnten auch die internen Lösungen, die sie entwickelt hatten, um das Training/die Spezialisierung der Kommunikationsbeauftragten für soziale Medien während ihrer Arbeit zu verbessern, sowie den beruflichen Hintergrund und die persönlichen Profile der Menschen, die in solchen Bereichen für die Polizeibehörde arbeiten.

Training und Lernmöglichkeiten für die Mitarbeitenden der Polizeibehörde umfassen hauptsächlich interne Aktivitäten, aber sie nehmen auch an internationalem Austausch und Austausch mit Forschenden zu solchen Themen teil. Dazu sagte ein Interviewpartner: „Also das ist natürlich ein wichtiger Aspekt, gerade in so einer schnelllebigen Welt wie jetzt der Social Media-Welt, dass man da auf Stand bleibt. Deswegen besuchen wir da regelmäßig Fortbildungen, sowohl intern als auch ex-

tern [...], um da immer zu versuchen, über den Tellerrand hinauszuschauen. Und wir sind auch gut vernetzt mit anderen Polizeibehörden oder anderen Bundesbehörden auch und sind da im regelmäßigen Austausch in verschiedenen Formaten.“

3.5 Technische Aspekte

Facebook und insbesondere Twitter (X) haben sich als die Hauptinformationskanäle etabliert, über die die Kommunikation während großer Polizeieinsätze wie terroristischer Angriffe verbreitet wird. Diese Plattformen dienen nicht nur der Verbreitung von Informationen an die Öffentlichkeit, sondern auch der Sammlung von Informationen zur Unterstützung der Krisenbewältigung und Ermittlungen. Die Verwendung etablierter Social Media-Plattformen ermöglicht es den Polizeien, eine breite Zielgruppe zu erreichen. Zusätzliche Kanäle wie TikTok, Snapchat oder Instagram werden jedoch von einigen Polizeibehörden experimentell genutzt, um zu prüfen, ob diese Plattformen dazu beitragen können, jüngere Zielgruppen zu erreichen und die Reichweite wichtiger Informationen zu erhöhen. Zusätzlich zu den verschiedenen Kanälen wurden auch Tools und Anwendungen erwähnt, die auf den Social Media-Kanälen der Polizei betrieben werden (z.B. Upload-Portale für große Datenmengen oder Tools, die die Planung von Kommunikationsaufgaben oder das Navigieren durch große Postmengen erleichtern). Diese Tools tragen dazu bei, die Effizienz und die Wirksamkeit der Kommunikation auf den Social Media-Kanälen zu steigern, und sind ein Zeichen für die steigende Komplexität und Professionalisierung in diesem Bereich.

3.6 Terrorismus

Während der Interviews und Diskussionen betonten die Strafverfolgungspraktikerinnen und -praktiker mehrere Herausforde-

rungen im Umgang mit sozialen Medien bei terroristischen Vorfällen. Diese Herausforderungen sind von großer Bedeutung, da diese die Effektivität der Krisenkommunikation und der Ermittlungen beeinflussen können. Die Probleme stellen sich wie folgt zusammen: (1) Unsicherheiten bezüglich der Vertrauenswürdigkeit von Informationen aus sozialen Medien, (2) die Wahrnehmung einer Zunahme von Falschmeldungen während terroristischer Angriffe und (3) ein Mangel an Schulungen zur Nutzung von sozialen Medien in taktischen Einheiten. Eine zentrale Herausforderung besteht darin, die Vertrauenswürdigkeit von Informationen, die aus den sozialen Medien stammen, zu beurteilen. Dies erfordert spezielle Fähigkeiten und Tools, um die Glaubwürdigkeit der gesammelten Daten zu bewerten. Dies ist besonders wichtig, da es während terroristischer Angriffe immer häufiger zu einer rapiden Verbreitung von Falschmeldungen in den sozialen Medien kommt. Dagegen zu arbeiten, wird also eine immer wichtigere Aufgabe für die Polizei. Ein weiteres Problem, das während der Interviews identifiziert wurde, ist der Mangel an spezifischen Schulungen zur Nutzung von sozialen Medien in taktischen Einheiten der Polizei. Die Bedeutung dieser Plattformen im Krisenmanagement ist gestiegen, aber viele Polizeibeamtinnen und -beamten verfügen möglicherweise nicht über die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse, um sie effektiv zu nutzen. Dies kann die Fähigkeit der Polizei zur effizienten und gezielten Kommunikation während eines terroristischen Vorfalls einschränken.

4. BEST PRACTICES UND HERAUSFORDERUNGEN

Basierend auf den Interviews kann man Best Practices aber auch Herausforderungen für die Nutzung von Social Media und

Crowdsourcing für das Krisenmanagement formulieren. Die Tatsache, dass in kritischen Situationen kurze Befehlsketten existieren und das Social Media-Team direkt in den Stab der Einsatzleitung integriert ist, ermöglicht eine schnelle und zuverlässige Weitergabe von Informationen. Dies ist entscheidend für die zeitnahe Kommunikation in Krisensituationen. Des Weiteren ist die Schaffung spezieller Unterbereiche innerhalb der Organisation zur Sammlung, Sicherung und Überprüfung von Informationen aus sozialen Medien eine bewährte Methode. Dies trägt zur Gewährleistung der Informationsqualität und -authentizität bei. Für die Überprüfung der Informationsqualität hat ein Interviewpartner eine besonders gute Lösung erwähnt. In der Organisation arbeiten sie mit vier Unterbereichen, wobei ein Unterbereich dafür zuständig ist, Informationen zu sammeln, zu sichern und mit den verschiedenen anderen Unterbereichen abzugleichen. So haben sie einen Unterbereich, der versucht, Informationen zu sammeln und zu überprüfen, und dieser arbeitet dann mit den anderen Bereichen zusammen. Diese sind zuständig für alle Kommunikationsbereiche, intra- und interorganisational, sowie auch für die Kommunikation mit der Bevölkerung. Ein weiteres Best-Practice ist die gute Kommunikation mit Opferschutz-Organisationen. Diese findet jedoch eher analog als digital statt, was also noch ausgebaut werden kann. Innerhalb verschiedener Polizeien gibt es ebenfalls Konzepte und Umgangsweisen für die Beantwortung von Anfragen und Beiträgen in den sozialen Medien, vor allem während besonderer Lagen. Ein Beispiel ist, dass man sich erst eine Art „Vorlage“ für Social Media Posts bastelt, die für viele verschiedene Situationen nutzbar ist. Dies spart Zeit und ermöglicht es ebenfalls, Social Media-Beiträge zu planen.

Als Herausforderungen für die Polizeien in Deutschland für die Nutzung von Social Media und Crowdsourcing im Krisenmanagement lässt sich sagen, dass der Datenschutz eine große Rolle spielt. Hier sind noch genauere und übersichtlichere Regelungen und Informationen seitens der Plattformbetreiber erwünscht. Neben den technischen Service-Providern ist aber auch die Organisation der Polizei selbst eine Herausforderung. Technische Mittel haben oft einen eingeschränkten Zugang, um die Geheimhaltungspflicht einzuhalten. Im Einsatz kann es daher erschwert werden, das Internet und somit Social Media zu nutzen. Die hohe Personalfuktuation in den Social Media-Teams ist ebenfalls eine Herausforderung, da dort meistens niemand mehr als fünf Jahre arbeitet, was die Teamarbeit beeinflussen kann, und auch häufige Einarbeitung bedeutet. Während der Interviews wurde ebenfalls erwähnt, dass die Masse an Kommunikation über die verschiedenen Plattformen herausfordernd sei, da es an einem Tool fehlt, die Analyse der Daten simultan und plattformübergreifend durchzuführen. Speziell für den Fall der Amok- und Terrorlagen ergibt sich die Herausforderung, eine spezielle vulnerable Gruppe zu identifizieren, an die man seine Kommunikationswege anpassen könnte. Da es in so einem Fall oft zu diversen Opfergruppen kommt, konnte dazu keine passende Einschätzung gegeben werden.

5. HERAUSFORDERUNGEN DER HETEROGENITÄT UND DIE SCHNELLIGKEIT DER ENTWICKLUNG IM BEREICH SMCS FÜR BEHÖRDEN

Die Ergebnisse der Umfrage und der Interviews geben einen interessanten Einblick in die Nutzung von Social Media und Crowdsourcing der deutschen Polizeien für das Krisenmanagement und insbe-

sondere für die herausragende Lage des Amoks und Terrorismus. Es wird deutlich, dass Social Media und Crowdsourcing zu wertvollen Instrumenten in der Krisenkommunikation für alle deutschen Polizeien geworden sind. Dies unterstreicht die Bedeutung dieser Plattformen für die zeitnahe Verbreitung von Informationen und die Bereitstellung niedrigschwelliger Kommunikationskanäle für die Öffentlichkeit. Obwohl es eine starke Ungleichheit im Verständnis von dem Begriff „Crowdsourcing“ in der Umfrage und auch während der Interviews gab, wurde deutlich, dass Crowdsourcing-Technologien schon vielfältig von den deutschen Polizeien genutzt werden. Die zunehmende Integration von Crowdsourcing-Technologien trägt zur effektiveren Bewältigung von Krisen bei, insbesondere bei der Identifizierung von Zeuginnen und Zeugen, bedrohten Bürgerinnen und Bürgern und potenziellen Täterinnen und Tätern. Die Heterogenität der Organisationsstrukturen und der Zuständigkeitsverteilungen spiegelt die Vielfalt der Herangehensweise und Strategien wider, mit denen die deutschen Polizeibehörden auf die Herausforderungen der digitalen Kommunikation reagieren. Hier entwickelt sich jedoch das Problem, dass etablierte Strategien und Konzeptionen nicht einfach von der einen Behörde auf die andere übertragen werden können, sondern es einer umfassenden und adäquaten Adaption bedarf.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in der Welt von Social Media und Crowdsourcing-Technologien ist die schnelle technische Entwicklung. Die Ergebnisse der Umfrage und der Interviews betonen die Bedeutung von Schulungen und Weiterbildungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Polizeibehörde im Bereich Social Media und Krisenkommunikation. In einer schnelllebigen Welt ist es entscheidend, auf dem neuesten Stand zu bleiben und

bewährte Praktiken zu entwickeln, um auf sich ständig ändernde Situationen angemessen reagieren zu können. Dies zeigt sich auch mit Blick auf die genutzten Social Media-Kanäle für das Krisenmanagement. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Facebook und Twitter (X) nach wie vor die wichtigsten Informationskanäle sind, insbesondere während großer Polizeieinsätze. Die experimentelle Nutzung anderer Plattformen wie TikTok und Snapchat zeigt jedoch, dass die Polizei bestrebt ist, verschiedene Zielgruppen zu erreichen und die Reichweite von Informationen zu erhöhen. Die Einführung zusätzlicher Tools zur Verbesserung der Datenanalyse und -verwaltung ist ein positiver Schritt, um die Effektivität in der Krisenkommunikation zu steigern.

6. CONCLUSIO

Dieser Beitrag hat eine Übersicht über die Rolle von Social Media in der deutschen Einsatz- und Krisenkommunikation gegeben, die im Horizon 2020-Projekt LINKS untersucht wird. Die durchgeführte Umfrage und die geführten Interviews sollten einen Einblick in die derzeitige Nutzung der deutschen Polizeien und anderen BOS von Social Media und Crowdsourcing in Einsatz- und Krisenlagen, mit speziellem Fokus auf Amok- und Terror-

lagen, geben. Es lässt sich sagen, dass das Konzept „Crowdsourcing“ bei der Krisenbewältigung von Praktikerinnen und Praktikern kaum verwendet wird und in den Interviews oft schwer zu erfassen war. Trotzdem wird Social Media im digitalen Zeitalter als entscheidend wichtig angesehen, um das Image zu verbessern und die Reaktionsfähigkeit (in Krisensituationen) zu erhöhen. Facebook, Twitter (X) und Instagram sind nach wie vor die wichtigsten Kanäle, TikTok wird jedoch zunehmend für die Krisenkommunikation ausprobiert. Die vielfältigen Herangehensweisen und Zuständigkeiten in den deutschen Polizeibehörden bieten dabei Raum für den Austausch bewährter Praktiken und die Entwicklung von Richtlinien, um die Effektivität und Effizienz der Social Media- und Crowdsourcing-Nutzung im Krisenmanagement zu steigern.

Innerhalb des Projektes wird der Terrorfall noch weiter untersucht und mit den Ergebnissen aus den anderen Krisenszenarien verglichen. Letztendlich zielt dieses Vorhaben darauf ab, die Bürgerinnen und Bürger sowie Organisationen in die Lage zu versetzen, sämtliche Möglichkeiten von Social Media und Crowdsourcing in allen Stufen von Katastrophensituationen auszuschöpfen, um auf diese Weise ihre Widerstandsfähigkeit zu stärken.

Quellenangaben

- Boersma, Kees et al. (2019). *Platform Governance of Self-Organized Initiatives in Response to Disasters*, in: Koppenjan, Joop et al. (Eds.), *Smart Hybridity: Potentials and Challenges of New Governance Arrangements (1e druk ed.)*, Den Haag, 31–42.
- Clark, Nathan et al. (2021). *Exploring the impacts of social media and crowdsourcing on disaster resilience [version 1; peer review: 2 approved with reservations]*, *Open Res Europe*, Online: <https://doi.org/10.12688/openreseurope.13721.1> (16.10.2023).
- Coombs, W. Timothy (2007). *Crisis management and communications*, Retrieved March 20, 2012, Online: <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/> (16.10.2023).
- Coombs, W. Timothy (2021). *Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding (6th edition)*, Thousand Oaks, CA.
- Coombs, W. Timothy/Holladay, Sherry J. (2001). *An Extended Examination of the Crisis Situations: A Fusion of the Relational Management and Symbolic Approaches*, *Journal of Public Relations Research*, 13 (4), 321–340.
- Epple, Günther/Ludewig, Franziska. (2020). *Open Source Intelligence in Einsatzleitstellen der Polizei. Eine empirische Untersuchung zu neuen Möglichkeiten der Informationsgewinnung*, Deutsche Hochschule der Polizei, Münster.
- Estelles-Arolas, Enrique/González-Ladrón-De-Guevara, Fernando (2012). *Towards an integrated crowdsourcing definition*, *Journal of Information Science*, 32 (2), 189–200, Online: <https://doi.org/10.1177/0165551512437638> (16.10.2023).
- Fathi, Ramian/Fiedrich, Frank (2022). *Social Media Analytics by Virtual Operations Support Teams in Disaster Management: Situational Awareness and Actionable Information for Decision-Makers*, *Frontier Earth Science* (10), Online: <https://doi.org/10.3389/feart.2022.941803> (16.10.2023).
- Gao, Huiji et al. (2011). *Harnessing the crowdsourcing power of social media for disaster relief*, *IEEE Intelligent Systems*, 26 (3), 10–14.
- Harrison, Sara/Johnson, Peter (2019). *Challenges in the adoption of crisis crowdsourcing and social media in Canadian emergency management*, *Government Information Quarterly*, 36 (3), 501–509, Online: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.04.002> (16.10.2023).
- Howe, Jeff (2006). *The rise of crowdsourcing*, *Wired magazine*, 14 (6), 176–183.
- Jarolimek, Stefan/Tamborini, Yvonne (2023). *Social Media in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*, in: Jarolimek, Stefan et al. (Hg.), *Polizei und Social Media. Rechtliche Grundlagen, Öffentlichkeitsarbeit und private Nutzung*, Stuttgart, 105–137.
- Jarolimek, Stefan/Kreyenborg, Maike (2022). *Polizeimanagement – Kommunikationsmanagement: Strategische Ansätze und moderne Strukturen für die Behördenkommunikation*, in: Wehe, Dieter/Siller, Helmut (Hg.), *Handbuch Polizeimanagement*, Wiesbaden.
- Jarolimek, Stefan et al. (2019). *Kommunikation als Profession 2.0: Das Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Polizei 2019 (= Schriftenreihe der Deutschen Hochschule der Polizei, Bd. 10)*, Münster.
- Larruina, Robert et al. (im Druck). *The Current Landscape of Applying Social Media and Crowdsourcing in Disaster Risk Management*, in: Staube-Delgado, Reidar (Ed.), *WSPC Handbook “Preventing and Mitigating Disasters and Dangers”*, 9th Edition.
- Meier, Patrick (2015). *Digital Humanitarians: How Big Data Is Changing the Face of Humanitarian Response*, 1st Edition, New York.
- PDV [Polizeidienstvorschrift] 100 (1975). *Führung und Einsatz der Polizei, Verschluss-sache – Nur für den Dienstgebrauch, nur teilweise veröffentlicht*.
- Rogstadius, Jakob et al. (2013). *CrisisTracker: Crowdsourced social media curation for disaster awareness*, *IBM Journal of Research and Development*, 57 (5), 4:1–4:13.
- Wilcox, Dennis L./Cameron, Glen T. (2009). *Public Relations: Strategies and Tactics*, Boston.