

Zwischen Facebook, Tiktok & Co

Marlon Possard, Wissenschaftler an der Hochschule Campus Wien sowie an der Sigmund-Freud-Privatuniversität Wien und Berlin, lehrt und forscht unter anderem zu den Chancen und Risiken von Social Media in der modernen Polizeikommunikation.

Die Polizei ist nicht mehr nur auf der Straße präsent, sondern auch in der digitalen Welt. *Instagram*-Stories, Beiträge auf *X*, *Facebook* und *Tiktok* sind Teil moderner Polizeikommunikation – auch in Österreich. Die Büros für Öffentlichkeitsarbeit in den Landespolizeidirektionen nutzen soziale Medien, um Informationen zu verbreiten, Fahndungen zu unterstützen, Prävention zu betreiben und Einblicke in den Berufsalltag zu geben.

Das spiegelt den gesellschaftlichen Wandel wider: Bürgerinnen und Bürger erwarten Transparenz, schnelle Kommunikation und Nähe staatlicher Institutionen. Gleichzeitig wächst der Anspruch an die Polizei, im digitalen Raum verantwortungsbewusst zu handeln, um keine juristischen und ethischen Risiken eingehen zu müssen.

Solche Risiken äußern sich z. B. in Situationen, in denen polizeiliches Handeln – besonders im digitalen Raum – moralische Erwartungen, gesellschaftliche Werte oder Grundrechte verletzen könnte. Dazu gehören etwa unbeabsichtigte Diskriminierungen, falsche oder irreführende Kommunikationsinhalte, Eingriffe in die Privatsphäre oder ein anderes Verhalten, das das Vertrauen der Bevölkerung untergräbt.

Ethische Risiken entstehen also dort, wo Handlungen zwar rechtlich zulässig sein können, aber dennoch moralisch problematisch wirken oder negative gesellschaftliche Folgen haben. Denn jede Veröffentlichung – ob ein Einsatzfoto, eine Bemerkung oder ein Beitrag – kann die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen.

Im Netz verschwimmen die Grenzen zwischen Information, Unterhaltung und Selbstdarstellung häufig. Musste die Polizei früher allein durch Präsenz und Verhalten Vertrauen schaffen, wird sie heute auch an ihrem digitalen Auftritt gemessen. Dadurch entstehen Fragen: Wie weit darf Transparenz gehen? Wo beginnt Bloßstellung? Wie kann ethische Verantwortung im Sekundenrhythmus sozialer Medien gelebt werden?



Die Aussagen der Polizei gelten als verlässlich und ihre Bilder und Videos grundsätzlich als „wahr“

Ethische Grundlagen. Das ethische Fundament polizeilicher Arbeit in Österreich ruht auf vier Säulen: Rechtsstaatlichkeit, Menschenwürde, Neutralität und Verhältnismäßigkeit. Diese Werte sind nicht nur in der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK) und der Bundesverfassung verankert, sie sind auch in der exekutivdienstlichen Berufsethik enthalten. Ethik bedeutet in diesem Zusammenhang, über das rechtlich Zulässige hinaus nach dem moralisch Richtigen zu fragen.

In der Kommunikation hat die Polizei eine besondere Verantwortung. Als Trägerin staatlicher Autorität verfügt sie über ein spezifisches Element, nämlich Deutungsmacht. Ihre Aussagen gelten als verlässlich und ihre Bilder und Videos grundsätzlich als „wahr“. Daraus ergibt sich die Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit und Sachlichkeit.

Falsche, voreilige oder manipulative Darstellungen würden nicht nur Einzelne schädigen, sondern das Vertrauen in den Rechtsstaat als Ganzes untergraben.

„Digitale Uniform“. Ethisch verantwortliche Polizeikommunikation berücksichtigt die Wirkung nach außen. Sie fragt nicht nur: „Darf ich das?“ – sondern auch: „Soll ich das?“ oder „Wie wirkt das?“ Ein Social-Media-Post mag rechtlich zulässig sein, aber moralisch problematisch, wenn er Menschen bloßstellt, stereotype Bilder verstärkt oder den Eindruck von Überheblichkeit vermittelt. Darüber hinaus spielt die interne Ethik der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Rolle. Polizistinnen und Polizisten müssen verstehen, dass sie im digitalen Raum stets „in Uniform“ agieren, auch wenn sie privat posten.



Polizistinnen und Polizisten agieren im digitalen Raum ebenfalls stets „in Uniform“, auch wenn sie privat posten

Gemäß § 43 Beamtendienstrechtsgesetz sind Beamtinnen und Beamte verpflichtet, „ihre dienstlichen Aufgaben treu, gewissenhaft und unparteiisch zu erfüllen und in ihrem gesamten Verhalten darauf Bedacht zu nehmen, dass das Vertrauen der Allgemeinheit in die sachliche Wahrnehmung ihrer Aufgaben gewahrt bleibt“. In der Praxis zeigt sich, dass die Grenze zwischen dienstlicher und privater Meinungsäußerung in sozialen Medien häufig verschwimmt. Umso wichtiger ist es, die ethische Kompetenz als Schlüsselqualifikation moderner Polizeiarbeit zu stärken und zu fördern.

Richtig genutzt, können soziale Medien das Verhältnis zwischen Polizei und Bevölkerung erheblich verbessern. Sie bieten die Möglichkeit, transparent zu informieren, Missverständnisse zu vermeiden und Bürgerinnen und Bürger unmittelbar zu erreichen.

Im Krisenfall (z. B. bei Naturkatastrophen, Amoktaten, Terroranschlägen, Demonstrationen oder Fahndungen) ermöglichen Plattformen wie X oder Facebook eine schnelle und direkte Kommunikation, die oft wirksamer ist als jene der klassischen Medien. Dies kann Leben retten, Panik vermeiden und Vertrauen stärken.

Auch in der Präventionsarbeit eröffnen Social Media neue Wege: Jugendliche können über Cybermobbing, Drogen oder Gewalt und Seniorinnen und Senioren über Betrugsmaschen informiert werden. Zudem kann die Polizei durch humorvolle, menschliche oder nahbare Kommunikation Sympathien gewinnen und Barrieren abbauen sowie den Polizeiberuf bewerben.

Aus ethischer Sicht kann ein Aspekt besonders hervorgehoben werden:

Transparenz. Wenn die Polizei Einblicke in ihre Arbeit gewährt, Entscheidungen erklärt oder Abläufe erläutert, fördert dies Verständnis und Akzeptanz. Die Bevölkerung sieht: Die Polizei handelt nachvollziehbar und nicht willkürlich. Dies stärkt die Legitimität staatlichen Handelns.

Ethische Risiken und Problemfelder.

Mit der Digitalisierung wachsen die ethischen Grauzonen. Es gibt vier problematische Bereiche:

1) Ein zentrales Risiko ist der Datenschutz. Ein unbedacht gepostetes Einsatzfoto kann Persönlichkeitsrechte verletzen. Tatorte, Kennzeichen, Hausfassaden oder Kleidungsstücke können Rückschlüsse auf Betroffene zulassen. Besonders sensibel ist die Darstellung von Minderjährigen, Opfern oder Verdächtigen. Die Unschuldsvermutung gilt auch im digitalen Raum. Ohne rechtliche Grundlage oder Einwilligung dürfen keine personenbezogenen Daten veröffentlicht werden. Auch Bilder, auf denen Personen erkennbar sind, fallen darunter. Scheinbar anonyme Aufnahmen können bei genauem Hinsehen oftmals Rückschlüsse zulassen.

2) Ein weiteres Problemfeld ist der Spagat zwischen Information und Unterhaltung. Humorvolle oder provokante Posts erzielen Reichweite, können aber in weiterer Folge das professionelle Bild der Polizei beschädigen (beispielsweise müssen nicht alle Einsätze „instagrammable“ gemacht werden). Zudem bergen soziale Medien die Gefahr der emotionalen Kommunikation und der hitzigen Online-Debatten.

3) Nicht zu unterschätzen ist die interne Belastung: Polizistinnen und Polizei-

sten stehen zunehmend unter öffentlicher Beobachtung. Fehler werden sofort viral, einzelne Aussagen können Karrieren oder das Ansehen einer Organisation beschädigen. Daher braucht es Richtlinien, aber auch Schulungen am Sektor Medienethik, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu befähigen, mit dieser Verantwortung souverän umzugehen.

4) Das Neutralitätsgebot verpflichtet die Polizei, sich politisch neutral zu verhalten. Jede Form der Parteinahme oder suggestiven Kommentierung kann rechtlich problematisch und ethisch inakzeptabel sein.

Regeln und Kompetenzen. Verstöße gegen diese Grundsätze können disziplinar- oder strafrechtliche Folgen haben. Noch schwerer wiegt der Vertrauensverlust, wenn Bürgerinnen und Bürger das Gefühl bekommen, dass die Polizei mit Informationen leichtfertig umgeht.

Die Büros für Öffentlichkeitsarbeit bei den Landespolizeidirektionen (LPDs) haben inzwischen Social-Media-Richtlinien bzw. Kommunikationsleitfäden entwickelt. Schulungen, Supervision und Feedbackkultur sind entscheidend, um die ethische Sensibilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern. Besonders hilfreich können Ethik-Workshops sein, in denen Fallbeispiele analysiert und moralische Dilemmata diskutiert werden. So entsteht eine „digitale Ethikkompetenz“, die weit über bloße Regelkenntnis hinausgeht.

Zum Autor: Mag. Dr. Marlon Pos-sard, MSc, MA lehrt und forscht am Research Center Administrative Sciences (RCAS) am Department für Verwaltung, Wirtschaft, Sicherheit und Politik an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Campus Wien (HCW). Zudem lehrt und forscht er an der Sigmund-Freud-Privatuniversität Wien und Berlin (SFU) und leitet dort das Department für Ethik der Künstlichen Intelligenz. Er ist Autor zahlreicher Publikationen (120+) zu Fragen des Rechts, der Verwaltung und der Ethik und ist u. a. Forscher (nicht institutionell angebunden) an der Harvard University in Cambridge in den USA. Er ist Gründungsvorstand der interdisziplinären Forschungsstelle für Staatsverweigerung und subversiven Extremismus (FSTE).