



GDP-POSITIONSPAPIER INSTACOPS



I Einleitung

Im Jahr 2020 stellt sich die Frage längst nicht mehr, ob soziale Medien eine Relevanz für polizeiliches Arbeiten haben. Allein in Deutschland nutzen nach seriösen Untersuchungen 79 Millionen Menschen das Internet, davon 38 Millionen aktiv Social-Media-Plattformen. Insbesondere junge Menschen sind in sozialen Medien unterwegs, informieren sich so über aktuelle Nachrichten und Content aus ihren Interessensbereichen. Somit ist es für die Sicherheitsbehörden nicht nur aufgrund der Öffentlichkeitsarbeit essentiell, auf diesen Plattformen aktiv zu sein, sondern auch, um effiziente Nachwuchsarbeit zu betreiben. Folgerichtig wächst die Anzahl an institutionellen Accounts stetig an. Bei einer letzten Zählung vom WDR im Mai 2020 wurden 368 offizielle polizeiliche Accounts registriert (u. a. 163 Twitter, 142 Facebook, 43 Instagram). Die Followerzahlen (3,225 Mio. Twitter, 3,245 Mio. Facebook, 650t Instagram) verdeutlichen eine enorme Reichweite, die jegliche Pressemeldung in den Schatten stellen sollte. Neben den offiziellen Behördenaccounts sind in den letzten Jahren auch immer mehr privat betriebene Accounts aus dem Boden gesprossen, besonders in der Hauptstadt. So genannte „Instacops“ posten neben Bildern und Texten mit erkennbarem Polizeibezug auch private Inhalte. Die Bandbreite kennt bis hierhin keine Grenzen, auch weil es in der Berliner Polizei zwar neue und überarbeitete Social-Media-Richtlinien gibt, diese aber weder der Zeit entsprechen noch sinnvolle Regularien für einen sicheren Umgang mit Instagram, Facebook, Twitter und anderen sozialen Medien ermöglichen. Hierbei sollte es nicht allein darum gehen, „Instacops“ an die Leine zu nehmen, sondern im Rahmen der Fürsorgepflicht gemeinsame Leitlinien zu entwickeln. Im Rahmen des Vertiefungsseminars „Instacops, Influencer, Likes - Chancen und Risiken durch Polizist*Innen im Social Media“ haben sich 14 Studierende (gD) an der HWR an einem solchen Handlungsrahmen versucht. Auf Basis ihrer Erarbeitung ist ein Positionspapier durch unsere Junge Gruppe zur Thematik entstanden, das behördliche Interessen und individuelle Aktivitäten in sozialen Medien in Einklang bringt.





II Chancen vs. Gefahren

Polizeidienstkräfte sind durch die sozialen Medien (wie z. B. Instagram) für die Bürgerinnen und Bürger greifbarer geworden. Sie wollen regelmäßig zeigen, dass sie auch „nur Menschen“ sind. Durch Beiträge („Posts“, „Stories“ oder per „Livestream“) können Interessierte bedarfsorientiert Einblick in den Berufs- und Privatalltag einer Polizeidienstkraft erhalten. Durch die junge Zielgruppe eignet sich beispielsweise Instagram sehr für die Nachwuchsgewinnung. Junge Menschen können Kontakt zu den Polizeidienstkräften ihres Vertrauens aufbauen und so Informationen und Tipps erhalten. Idealerweise werden sie anschließend an die entsprechenden Stellen verwiesen. Neben Chancen birgt das Nutzen von sozialen Medien für Polizeidienstkräfte aber auch seine Gefahren. Gerade Auszubildende und Studierende machen sich zum Teil noch weniger Gedanken über mögliche Folgen ihrer Beiträge in sozialen Medien und sind dementsprechend noch schutzbedürftiger. Das frühzeitige Lernen des richtigen Umgangs mit sozialen Medien, in Form eines umfassenden Medienseminars oder ähnlichem ist für Anwärtinnen und Anwärter von großer Wichtigkeit. Fragwürdig erscheint ohnehin das Zulassen der digitalen Darstellung mit Hoheitsabzeichen, haben sie während ihrer Ausbildung und ihres Studiums doch keine hoheitlichen Befugnisse. Viele Nutzende machen sich über den Eindruck, welchen Sie als öffentlichkeitswirksame Polizeidienstkraft in sozialen Medien erzeugen, nicht ausreichend Gedanken. Wer sich online präsentiert, muss wissen, dass die Verwendung auf diversen verdeckt ermittelnden Dienststellen nicht mehr in Frage kommt. Das World Wide Web vergisst nicht. Ist ein Bild oder Video einmal hochgeladen, ist ein endgültiges Löschen nicht mehr möglich.

Ein weiterer Aspekt ist, dass Journalisten im Jahr 2020 viele Informationen über die sozialen Medien beziehen. Auch hier lauert eine Gefahr. Aktives Monitoring der Presse gehört mittlerweile zum journalistischen Alltag und ist nicht mehr wegzudenken. Nicht nur die Inhalte der Polizeidienstkräfte selbst, sondern auch die aus deren privatem Umfeld werden aktiv beobachtet. Eine Polizeidienstkraft, die einen Schusswaffengebrauch hatte und einen Tag zuvor ein privates Ego-Shooter-Video hochgeladen hat, wird das in den Medien und somit der Öffentlichkeit vorgehalten und zu spüren bekommen. Auch der richtige Umgang mit bezahlter Werbung, das notwendige Anmelden einer Nebentätigkeit sowie die steuerrechtlichen Pflichten sind nicht allen Nutzenden bewusst. „Instacops“ können durch bestimmte Aussagen, Bilder oder unvorsichtige Privatnachrichten zudem beeinflussbar für die organisierte Kriminalität werden. Wenn man öffentlich Privates zur Verfügung stellt, ist ein Auflauern vor Gericht gar nicht mehr notwendig. Nicht zu vernachlässigen ist der richtige Umgang mit Polizeimeldungen in den sozialen Medien, wie etwa Suizid- oder Morddrohungen.

Allen Gefahren vorangestellt steht aber die Gesunderhaltungs- und Fürsorgepflicht der Behörde. Ein aktives Bespielen von Sozialen Medien mit polizeilichem Content lässt die Grenzen zwischen Dienst und Freizeit verschwimmen. Ein aktives Abschalten vom Dienst kann in manchen Fällen einfach nicht mehr gewährleistet werden, soziale Medien können süchtig machen. Die Gefahr eines Burnouts kann durch die freiwillige, aber dienstliche Nutzung sozialer Medien nicht unerheblich vergrößert werden.





III Forderung

Als Gewerkschaft der Polizei (GdP) fordern wir klare Richtlinien mit deutlichem Hinweis auf Sanktionsmöglichkeiten für die polizeiliche Präsenz in sozialen Medien. Die Richtlinien sollen vor allem dem Schutz der Polizeidienstkraft dienen. Worauf ist explizit zu achten? Welche Konsequenzen können die Polizeidienstkraft treffen? Keinem ist geholfen, wenn ein „Instacop“ einen nicht mehr zu behebbenden Fehler macht und die Behörde erst dann reagiert oder die Verantwortung wegschiebt. Gerade die neue Generation von Polizeidienstkräften nutzt die sozialen Medien. Dies sollte die Behörde frühzeitig erkennen und dementsprechend reagieren, indem sie Polizeianwärterinnen und -anwärter frühzeitig intensiv über die Gefahren aufklärt und Sensibilität sowie ein Gefahrenbewusstsein für soziale Medien schafft.

Da der aktuelle Content aufgrund behördlicher Regularien einen Einblick in den dienstlichen Alltag heutzutage genau genommen gar nicht zulässt, könnten behördlich legitimierte Accounts nach Vorbild der Polizei Niedersachsen eine Alternative darstellen. Niedersachsen ermöglicht Polizeidienstkräften eigene, personalisierte Accounts, welche diese dann selbstständig mit dienstlichen, aber auch privaten Inhalten bespielen können. Interessierten Polizeidienstkräften soll so die Möglichkeit gegeben werden, ihren Beruf im Rahmen des Community Policing Interessierten näher zu bringen, gleichzeitig aber auch das Menschsein zu zeigen. In den Freiphasen der Polizeidienstkraft wird der Account durch andere Polizeidienstkräfte mit überwacht, um beispielsweise auf die Androhung von Suizid oder Straftaten 24/7 reagieren zu können. Die Beiträge sollen sich in einem vorher definierten Rahmen befinden und werden durch die Polizeibehörde in Absprache begleitet und kontrolliert. Vorteil hierbei ist, dass Polizeidienstkräfte wirklich hautnah von ihrem Beruf berichten dürfen und können. Eine Begleitung durch geschultes Personal und die vorherige Absprache über Inhalte gewährleistet die Qualitätssicherung und vermeidet imageschädigende oder gar peinliche Beiträge von Polizeidienstkräften.





GDP-HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Bin ich ein Instacop? – Eine Art Definition

Polizist*Innen mit Accounts,

- Die ausschließlich privat betrieben und verantwortet werden
- Die beruflichen Bezug im Social Media preisgeben
- Die Privates im Social Media preisgeben
- Auf denen die polizeilichen Inhalte einen gewissen Anteil ausmachen
- Die eine Reichweite haben, die über die beruflichen, privaten Kontakte hinausgeht

Was kann/darf ich als Instacop zeigen?

- Werte, für die unsere Polizei steht
- Demokratie, Bürgernähe, Akzeptanz, Respekt, Vielfalt
- Sportliche Aktivitäten (mit Ausnahmen)
- Berufliche Vielfalt (z. B. Hundeführer*In, WSP, Abteilung Verkehr)

Was sollte/darf ich als Instacop nicht zeigen?

- Straftaten
- Beleidigungen/Schimpfwörter
- Politische Statements/Meinungen
- Andere Personen ohne deren Einwilligung
- Dienststellen (vor allem nichts Sicherheitsrelevantes)
- Führungs- und Einsatzmittel/Waffen
- Dienstgeheimnisse, Taktische Überlegungen
- Bilder/Videos aus Einsatzgeschehen
- Werbung

Problematische Felder für Instacops

- Familie und Freunde
- Hobbys, z. B. Kampfsport
- eSports, Online-Games (speziell Ego-Shooter)
- Humor
- Eigene Erfahrungen/Gefühle zeigen
- Politische Meinung/Statements
- Posts mit Einsatzgeschehen/im Dienst
- Werbung/Vorteilsannahme

Entscheidende Fragen für Instacops

- Aus welchem Grund poste ich, möchte ich in die Öffentlichkeit?
- Möchte ich größtenteils als Polizist*In wahrgenommen werden?
- Wie wäre es, wenn dieses Bild als Plakat in der Stadt hängt?
- Wie würde mein/e Vorgesetzte/r/ u. Kolleg./meine Behörde auf den Post reagieren?
- Wo möchte ich noch dienstlich hin?
- Möchte ich mich angreifbar machen?
- Kann ich mit negativen Kommentaren umgehen?
- Möchte ich die Verantwortung/Konsequenzen auf mich nehmen?
- Hält mich das von meiner beruflichen Tätigkeit ab?
- Warum Instacop? Wäre Account unter behördlicher Legitimation die Alternative?

