

Zeitschrift: Zeitschrift für Sozialhilfe : ZESO
Herausgeber: Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe SKOS
Band: 115 (2018)
Heft: 3

Artikel: #Sozialhilfe auf Social Media? : Hochseilakt mit Wirkung
Autor: Baumann, Marie
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-865563>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 10.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

#Sozialhilfe auf Social Media?

Hochseilakt mit Wirkung

Soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook gewinnen beim Medienkonsum und in der Meinungsbildung an Bedeutung. Sie bieten Chancen, haben aber auch ihre Tücken. Drei gewiefte Nutzerinnen und Nutzer, die zu Themen aus dem Sozialbereich twittern, über ihre Erfahrungen und Strategien.



Marie Baumann, in der Kommunikation tätig, twittert über Sozialpolitik, Diversity und Medien und bloggt seit 2009 unter ivinfo.wordpress.com zu den Themen Invalidenversicherung und Behinderung.

Fotos: im Twitter-Profil

«Mitreden heisst mitgestalten»

Der Kurznachrichtendienst Twitter bietet die Möglichkeit, Texte, Links und Bilder in Echtzeit zu teilen. Die maximal 280 Zeichen langen Tweets können von den «Followern» gelesen, kommentiert und mittels «Retweet» weiterverbreitet werden. Anders als bei Facebook steht bei Twitter nicht die Verbindung mit «Freunden» im Vordergrund, vielmehr wird die eigene Timeline nach Interessensgebieten zusammengestellt. Da die bunte Mischung aus Institutionen, Politikerinnen und Politikern sowie Privatpersonen aktuelle Themen aus verschiedenen Blickwinkeln abbildet, nutzen auch viele Journalistinnen und Journalisten Twitter als Informationskanal.

Nachdem das Parlament diesen März im Rekordzeit eine gesetzliche Grundlage zur Überwachung von Versicherten verabschiedet hatte, schrieb die Schriftstellerin Sibylle Berg auf Twitter: «Referendum. Schnell.» «Ich wäre sofort dabei», antwortete der Student Dimitri Rougy. Die beiden kannten sich nicht persönlich, doch der kurze Austausch auf dem sozialen Netzwerk war der Startschuss für das Referendum. Es wurde Anfang Juli in Bern eingereicht. Auch die weltweit über längere Zeit hinweg geführte #MeToo-Debatte hatte ihren Ursprung in einem Tweet. US-Schauspielerin Alyssa Milano schlug auf Twitter vor, dass Frauen, die bereits einmal sexuelle Belästigung oder Gewalt erlebt hatten, auf ihren Tweet mit «Me too» antworten. Die Resonanz war gross und machte das Ausmass sexualisierter Gewalt gegen Frauen sichtbar.

Digitale Stammtische

Die Beispiele zeigen eine besondere Stärke der sozialen Medien: Mit ihrer Hilfe können Menschen, die Ähnliches erlebt haben oder gleiche Interessen teilen, schnell und unkompliziert miteinander in Kontakt treten. Diese Möglichkeit der Vernetzung nutzen allerdings auch Akteure mit weniger hehren Absichten. Auch Falschmeldungen – beispielsweise zum Zweck der politischen Propaganda – können mithilfe professionell organisierter Netzwerke innert kürzester Zeit rund um den Erdball verbreitet werden. Während

traditionelle Medien den Wahrheitsgehalt von Meldungen vor der Publikation überprüfen und somit eine gewisse Verlässlichkeit bieten, übertragen die sozialen Medien diese Verantwortung auf den Nutzer oder die Nutzerin. Diese müssen selbst entscheiden, welche Quellen sie als vertrauenswürdig einstufen. Zwar bieten verifizierte Twitter-Accounts (mit blauen Häkchen) eine Orientierungshilfe. Aber wie der amerikanische Präsident zeigt, heisst das nur, dass der Urheber verifiziert ist. Die Aussagen sind es nicht.

Auch in der Schweiz nutzen Populisten die digitalen Stammtische, um ihre Weltsicht zu verbreiten: Flüchtlinge seien alle kriminell, die meisten IV-Bezüger seien Betrüger, mit Sozialhilfe lasse es sich fürstlich leben. Was früher in der Beiz höchstens noch am Nachbartisch oder von der Kellnerin gehörte wurde, erreicht heute im Netz ein deutlich grösseres Publikum. Die oft stark zugespitzten Aussagen erreichen das Publikum nicht nur, sie beeinflussen auch Meinungen. Immer öfter werden nicht nur die Bezügerinnen und Bezüger staatlicher Leistungen verunglimpft, sondern auch die im Sozialbereich tätigen Institutionen und ihre Mitarbeiterinnen. Nicht zuletzt aus diesem Grund sollten die entsprechenden Institutionen selbst in den sozialen Medien präsent sein.

Fakten entgegensezten

Dabei geht es nicht darum, sich auf kommunikative Kleinkriege einzulassen, sondern den öffentlichen Diskurs mitzuprägen. Das kann bedeuten, den polemischen Tweet eines Politikers, der über eine grosse Reichweite verfügt, gezielt mit Fakten zu widerlegen. Soziale Medien stellen eine Art öffentlichen Meinungsmarktplatz dar, und Journalisten übernehmen heute eher ein knackiges Zitat direkt aus Twitter, als dass sie eine Medienmitteilung lesen. So gelangen Inhalte aus den sozialen Netzwerken in traditionelle Medien und erreichen somit auch ein Publikum, das selbst nicht auf den Online-Plattformen aktiv ist.

Umgekehrt wird auf Twitter auch unter dem Hashtag #srfarena mitdiskutiert, wenn in der Fernsehsendung politische Themen verhandelt werden. Als in der «Arena» kürzlich über die Sozialhilfe debattiert wurde, zeigte die Caritas vorbildlich, wie eine Institution auf Twitter die Aussagen der Politikerinnen und Politiker während der laufenden Sendung mit Fakten und Links zu entsprechenden Quellen untermauern, ergänzen oder widerlegen kann. Durch solche Interventionen wird nicht nur Fachwissen in die öffentliche Debatte eingebracht. Sie demonstrieren auch, dass Betroffene und Institutionen nicht unwidersprochen verunglimpft werden können. Das stärkt sowohl die Institutionen als auch die Klientinnen und Klienten der Sozialen Arbeit. Sie sehen so, dass sich jemand öffentlich für sie wehrt und sich für sie einsetzt.

Marie Baumann →



Stefan Sell
@stefansell Folgt dir
Prof. Dr. Stefan Sell lehrt VWL, Sozialpolitik, Sozialwissenschaften an der Hochschule Koblenz, Blog: aktuelle-sozialpolitik.de

Stefan Sell, Professor für Volkswirtschaftslehre, Sozialpolitik und Sozialwissenschaften an der Hochschule Koblenz (D), ist auf Twitter aktiv und bloggt täglich zu sozialpolitischen Themen auf seiner Seite www.aktuelle-sozialpolitik.de.

«Bringschuld staatlicher Akteure»

Das, was man unter Social Media subsumiert, hat eines auf alle Fälle geschaffen: Arbeitsplätze und neue Berufsbilder, so den «Social Media Manager». Das sind Leute, die für das Bespielen der Kanäle und Accounts verantwortlich sind, Kommentare moderieren und mit technischen Tools die Resonanz der Aktivitäten im Netz verfolgen und auswerten. Man sieht: Das geht im Regelfall nicht nebenher, erforderlich ist Personal. Wobei im hoheitlichen Bereich, zu dem die Sozialhilfe oder in Deutschland auch die Grundsicherung («Hartz IV») gehört, hinsichtlich der qualitativen Anforderungen nicht nur das Beherrschung der technischen Voraussetzungen zu nennen wäre, sondern an erster Stelle die fachliche Expertise. Sie ist im doppelten Sinn zu verstehen: Zum einen muss man sich in diesem öffentlichen Raum, um den es sich bei Twitter, Facebook und Co. handelt, selbstverständlich an Recht und Gesetz halten. Gleichzeitig muss man in der Lage sein, die zuweilen hyperkomplexen Regelungen «herunterzubrechen» – sei es auf die berühmten maximal 280 Zeichen auf Twitter und/oder auf eine Sprache, die das Publikum zu verstehen in der Lage ist. Damit nicht genug. Der Grundgedanke von Social Media ist das Gegenteil dessen, was aus der behördlichen Kommunikation bekannt ist. Diese stellt eine Ein-Kanal-Kommunikation dar. Bei Social Media geht es um offene Kommunikation, etwa durch die Möglichkeit, Beiträge zu kommentieren. Mit allen damit verbundenen Vorteilen (unmittelbare Reaktion), aber auch Nachteilen: Art und Weise der Kommentierung, der kaum vorhersehbare Verlauf der sich entwickelnden Debatte und Manipulationsversuche einzelner Teilnehmer.

Komplexität reduzieren

Wie immer entscheidend ist die Grundsatzfrage nach den Zielgruppen möglicher Social-Media-Aktivitäten. Sind es die Klienten oder «Kunden», wie die Leistungsbezüger in Deutschland gerne tituliert werden? Diese oder einen Teil davon kann man über Facebook erreichen, über Twitter eher begrenzt bis gar nicht, und über Blogs ziemlich sicher nicht. Oder sind es Menschen aus der eigenen Fach-Community? Denen ist mit einem guten und regelmäßig aktualisierten Blog am ehesten geholfen. Zugleich hat man hierüber die Möglichkeit, schnell und vor allem ohne die übliche Platzbegrenzung bei Print-Produkten auch fachlich komplexe Sachverhalte abzuhandeln oder Anregungen für die eigene Arbeit zu geben. Über Twitter erreicht man eine ganz bestimmte Gruppe, die für die Öffentlichkeitsarbeit hochrelevant ist, denn hier sind

die Journalisten überproportional vertreten (und die Politiker mit ihren Teams).

Nun wird sich dem einen oder anderen die berechtigte Frage stellen: Was soll überhaupt kommuniziert werden? Und warum? Reicht nicht das, was man sowieso an klassischer, manche würden sagen, tradierter Öffentlichkeitsarbeit macht? Man kann an dieser Stelle mit einer Bringschuld staatlicher Akteure argumentieren, ihren Gegenstand darzustellen und Komplexität zu reduzieren. Wenn sich heute immer mehr in den sozialen Netzwerken abspielt, dann sollte man dort auch vertreten sein, ob einem das nun gefällt oder nicht. Information und auch Beratung verändern sich, und darauf sollte man reagieren.

Zurückhaltender Stil

Nun wird man bei Fragen der Sozialhilfe einwenden können, dass es hier um eine Materie geht, die im Regelfall weniger eine schnelle Informationsverteilung erfordert, und die zudem gekennzeichnet ist durch besonders heterogene, oftmals nur einen Einzelfall betreffende Inhalte. Von daher bietet sich ein gestuftes Konzept an: An erster Stelle wären Twitter-Aktivitäten für eine Öffentlichkeitsarbeit 2.0 zu nennen, die sich vor allem an Multiplikatoren aus den Medien und der Politik richten. Hier hat man nach meinen eigenen Erfahrungen die besten Erfolgsaussichten, wenn man einen fachlich fundierten, hinsichtlich der Bewertungen zurückhaltenden Stil verfolgt. Über diesen Kanal kann man hervorragend Daten verteilen, aber auch Hinweise auf Neuregelungen und Änderungen sowie auf Studien und Veröffentlichungen, die thematisch passen.

Hervorragend für die Sichtbarkeit wie auch für den Austausch sind gerade bei den komplexen sozialpolitischen Themenstellungen Blogs, die sich beispielsweise auf Wordpress-Grundlage einfach anlegen, gestalten und befüllen lassen. Hier hat man die Möglichkeit, auch komplexere Sachverhalte sowie politische Diskussionen abzubilden und einzuordnen. Überaus ambivalent und mit Vorsicht zu geniessen sind im Sozialhilfebereich Facebook-Aktivitäten. Hier würde ich nicht nur angesichts der vielen datenrechtlichen Fragen eher abraten, sondern auch aufgrund der Erfahrungen, dass es bei den Kommentaren auf Facebook eine überaus problematische Ballung von teilweise nur noch als unterirdisch zu bezeichnenden Kommentierungen gibt.

Comeback des Leserbriefs

Aber – das sei im Lichte eigener Erfahrungen nicht verschwiegen – selbst wenn man ausschliesslich fachlich zu bleiben versucht, wird man eine hohe Frustrationstoleranz mitbringen müssen. Auch auf Twitter, wo einen viele teilweise hanebüchene Kommentierungen erreichen, selbst wenn man nur Informationen weitergibt. Und viele Blogs haben in der letzten Zeit die Kommentarfunktion deaktiviert – auch der Autor hat das bei seinem Blog machen müssen. Manche gehen sogar auf das scheinbar verstaubte Instrument des Leserbriefs zurück, um die negative Energie zu reduzieren. Anders gesagt: Social Media sind angekommen in der realen Wirklichkeit.

Stefan Sell



«Fachlich twittern mit Bedacht»

Hashtag KESB – da geht es auf den sozialen Netzwerken ähnlich kontrovers, emotional und oft faktenfrei zu und her wie beim Thema Sozialhilfe. Beide Bereiche sind zudem politisch unter Druck. Doch Patrick Fassbind, der die Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde des Kantons Basel-Stadt seit 2016 leitet und vorher die gleiche Funktion in Bern innehatte, nutzt Twitter nicht, um sich mit Kesb-Kritikern digitale Wortgefechte zu liefern: «Mir geht es vielmehr darum, fachliche Informationen bereitzustellen.» Fassbind verlinkt seriös recherchierte Medienbeiträge zur Arbeit der Kesb oder Artikel aus Fachpublikationen. Auch leitet er Tweets von anderen weiter, die er gut findet. Meist versieht er die Fremdbeiträge mit einem eigenen kurzen Kommentar. «Eine sehr wichtige Recherche», schrieb er etwa kürzlich zu einem Artikel in der «NZZ am Sonntag» über Kinder psychisch kranker Eltern, «diese Familien müssen frühzeitig Hilfe und Unterstützung erhalten, die Kinder müssen geschützt werden – dafür zuständig sind viele Akteure, gemeinsam mit der #KESB».

Fassbind twittert seit bald vier Jahren, und das hat System. Bei der baselstädtischen Kesb kam man bezüglich Social Media zum Schluss, dass es ein Weg sein kann, in privater Funktion als Expertin und Experte zum Fachgebiet zu twittern. Zusätzlich gibt es einen Twitter-Account des Kantons, über den Medienmitteilungen und wichtige Informationen verbreitet werden können. Offiziell können soziale Netzwerke von der Kesb nicht bespielt werden, auch weil es an den Ressourcen fehlt. Der Kanton erarbeitete für seine Mitarbeitenden Social-Media-Richtlinien. An diese hält sich Fassbind, weil sie für ihn gelten, obwohl er auf Twitter nicht als Kesb-Chef auftritt.

Keine Polemik, keine Politik

Die Richtlinien setzen enge Grenzen. Sie mahnen zur Zurückhaltung und dazu, alles zu unterlassen, was als polemisch oder als politische Meinungsäußerung aufgefasst werden kann. «Es geht einzlig und allein um fachliche Information», sagt Fassbind. Mit der Sachlichkeit will er aber durchaus ein «Gegengewicht» zu den Kesb-Kritikern bilden. Diese nutzten die sozialen Medien sehr stark, und ihre Äusserungen zur Kesb seien oft polemisch, einseitig und tendenziös. Seine Legitimation, als Verwaltungsangestellter privat zu twittern, sei, «zur öffentlichen Meinungsbildung beizutragen», sagt Fassbind. Zudem betätige er sich auch als Wissenschaftler, was ihn zusätzlich legitimiere, sich zu Fachthemen zu äussern.

Er twittert mindestens zwei- bis dreimal pro Woche. Zur Arbeit der Basler Kesb oder auch zu Medienberichten darüber äussert er sich nie, unter anderem aus Datenschutzgründen, und weil es unangebracht wäre. Doch Themen wie Kindes- und Erwachsenenschutz und Sozialhilfe sind sehr komplex. Gelingt es wirklich, im Twitter-Tohuwabohu Fachinformationen zu vermitteln? Ja, glaubt Fassbind. Bei der Anzahl Followern hat er Luft nach oben, doch er ist gar nicht auf Massenwirkung aus. Auf Twitter seien überdurchschnittlich viele Medienleute und Politikerinnen, Politiker vertreten: «Man kann versuchen, diese zu erreichen, damit sie sich direkt und einfach Fachkenntnisse zur Kesb-Thematik aneignen können.» Fassbind verwies beispielsweise darauf, dass das Subsidiaritätsprinzip – die Verantwortung der Familie – schon heute im Gesetz verankert sei. Die Bedeutung von Twitter-Netzwerken dürfe nicht unterschätzt werden, sagt er.

«Wir sind nicht Trump»

Welche Tipps gibt er Fachleuten der Sozialhilfe, die erwägen, ebenfalls einen Twitter-Account zu eröffnen? Ein wichtiger Punkt sei, stets in der Rolle der Fachperson zu bleiben, sagt Fassbind. Nur in Ausnahmefällen twittert er zu anderen Themen; auf Tweets aus dem Privatleben verzichtet er ganz: keine Sonnenuntergänge, keine Kinder-Bonmots. Man müsse aufpassen, als Experte glaubwürdig zu bleiben. Überhaupt könne Twitter einen gewissen Sog entwickeln, immer mehr zu twittern. Da sei es ratsam, sich selber zu disziplinieren. Auch gilt: mit Bedacht twittern, nie im Ärger oder Affekt: «Ein Tweet ist schnell draussen.» Das zeige das Beispiel des US-Präsidenten, eines fleissigen Twitterers. Dieser könne sich offenbar alles erlauben, «doch wir sind nicht Trump». Die Gefahr, in einen Strudel zu geraten und am Ende gar noch den eigenen Job zu gefährden, sei nicht zu unterschätzen. Fassbind wartet jeweils zehn Minuten, bevor er einen verfassten Tweet publiziert.

Ein weiterer Ratschlag lautet, sich bewusst zu sein, dass man Reaktionen auslöse: «Es gibt Personen, die hartnäckig schreiben und kritisieren.» Wird ihm eine Frage gestellt, antwortet Fassbind einmal neutral-fachlich, in Diskussionen lässt er sich nicht verwickeln. Manchmal brauche es Geduld, um bei Angriffen zu schweigen, sagt er. Unter dem Strich zieht Fassbind eine positive Bilanz. Zwar bewege man sich auf dünnem Eis, und gerade bei politisch umstrittenen Themen könne das Twittern einem Hochseilakt gleichen. Dennoch fände er es falsch, deswegen darauf zu verzichten. Nicht nur aus den genannten Gründen, sondern auch, weil man selber dort viel Interessantes finde und auf Artikel aufmerksam gemacht werde: «Twitter ist für mich auch wie eine Bibliothek.» ■

Aufgezeichnet von Susanne Wenger