



Fachbereich Soziales, Gesundheit und Medien
Studiengang Journalistik & Medienmanagement

Bachelorarbeit

**Vergleich der Social-Media-Auftritte ausgewählter Polizeibehörden und
privater Facebook-Gruppen hinsichtlich der redaktionellen Betreuung des
polizeilichen Einsatzgeschehens**

Vorgelegt von: Stephan Rauhut
Matrikel-Nummer 20132639

Vorgelegt am: 13.09.2017

Erstprüfer: Dr. Uwe Breitenborn

Zweitprüfer: Prof. Dr. Renatus Schenkel

Magdeburg, den 11. September 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	
1.1. Einführung	01
1.2. Zieldefinition	02
2. Hauptteil	
2.1. Die Social-Media-Plattformen Facebook und Twitter	03
2.1.1. Facebook	03
2.1.2. Twitter	04
2.2. Pressearbeit und Polizei	04
2.2.1. Die Polizei Sachsen-Anhalt	07
2.2.2. Die Social-Media-Instrumente der Polizei Sachsen-Anhalt	07
2.2.3. Die Polizei Sachsen	12
2.2.4. Die Social-Media-Instrumente der Polizei Sachsen	12
2.3. Die privaten, mit dem Einsatzgeschehen befassten Facebook-Gruppen	14
2.3.1. Blaulicht Börde/Magdeburg	14
2.3.2. BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord	15
2.3.3. Magdeburg112	16
2.4. Analyse von Facebook-Beiträgen	16
2.4.1. Beitrag zur Pressemitteilung Nr. 259/2017	16
2.4.2. Beitrag zur Pressemitteilung Nr. 276/2017	19
2.4.3. Beitrag zur Pressemitteilung Nr. 279/2017	22
2.5. Umfrage zur Verbreitung von Pressemitteilungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord über diverse Social-Media-Kanäle	29
2.5.1. Vorbemerkung	29
2.5.2. Auswertung	29
2.5.3. Ergebnis der Umfrage	40
3. Fazit	41
4. Abbildungsverzeichnis	43
5. Literatur- und Quellenverzeichnis	45
6. Anlagen	48
7. Selbstständigkeitserklärung	49

1. Einleitung

1.1. Einführung

„Vielleicht sollten wir heute Nacht einfach mal Eier zeigen und dem Infoladen in der Puschkinstr. einen kleinen Besuch abstatten. Aus Rache für die verletzten Polizisten. Wäre doch nur legitim.“¹

Mit diesen Worten kommentiert der Facebook-User Tobias Mieling einen Beitrag der Facebook-Seite „Blaulicht Börde/Magdeburg“. Thema des Beitrages ist ein Bericht des MDR (Mitteldeutscher Rundfunk), den die vorgenannte Facebook-Seite teilte, wonach Unbekannte ein Motorradhaus in Magdeburg attackierten. Obwohl der Kommentar offen zu einer strafbaren Handlung aufruft, wurde er nicht durch den Seitenbetreiber gelöscht. Vielmehr erhielt der Autor viel Zustimmung für seine Worte. Konkret likten 57 User² seinen Beitrag und verschafften ihm somit eine entsprechende Position im Kommentar-Ranking. 57 User, die zum größten Teil offen mit ihrem Klarnamen eine strafbare Handlung unterstützen. Die Motive hierfür sind vielfältig, doch ein Fakt spielt dabei eine besondere Rolle: Der Seitenbetreiber toleriert offensichtlich diese Art der Meinungsvielfalt und löscht diese nicht.

Im Zuge der Erfolgsgeschichte der sozialen Medien veränderte sich auch der Aufgabenbereich der Seitenbetreiber. Betrieben sie über lange Zeit eine Plattform für einige wenige blaulichtverrückte Menschen, entwickelten sie sich nun zu einer der ersten Anlaufstellen im Internet, wenn es um das Kriminalitätsgeschehen im Großraum Magdeburg geht. Und mit dieser Entwicklung vergrößerte sich gleichzeitig auch der Verantwortlichkeitsbereich. Es entsteht der Eindruck, dass einige Seitenbetreiber dieses Wachstum nur schwer verarbeitet haben und sich ihrer neuen Rolle als Mediendienst nicht bewusst sind. Denn anders lässt sich nicht erklären, dass rechtsverletzende Äußerungen kommentarlos bestehen dürfen und nicht entfernt oder gemeldet werden. Daher wird mit dieser Bachelorarbeit geprüft, ob die Einführung einer von der Polizei direkt betriebenen Facebook-Seite den vorbenannten Problemen entgegenwirken würde.

¹ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [15.06.2017].

² Ebd.

1.2. Zieldefinition

Auf Grundlage der Annahmen aus der Einleitung sollen folgende Fragen in dieser Bachelorarbeit bearbeitet werden:

- Führt die Abwesenheit einer professionellen Redaktion zu einer Senkung des Kommunikationsniveaus in den sogenannten Blaulicht-Gruppen, also Gruppen, die sich mit dem Einsatzgeschehen von Rettungs- und Einsatzdiensten beschäftigen?
- Verbessert die Einführung eines professionellen Social-Media-Teams die Kommunikation zwischen Einsatzdiensten, wie zum Beispiel der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord, und den einsatzinteressierten Bürgern?

Hierzu wird von folgenden Hypothesen ausgegangen:

- Die bestehenden von der Polizei Sachsen-Anhalt genutzten Kommunikationswege werden vom Endnutzer kaum bis gar nicht wahrgenommen.
- Bereits bestehende, von Dritten betriebene Facebook-Gruppen, die sich mit dem Einsatzgeschehen befassen, sind nicht in der Lage die jeweiligen Thematiken entsprechend aufzubereiten und zu betreuen.
- Die Einführung einer von der Polizei betreuten Facebook-Seite verbessert das Kommunikationsklima bei polizeispezifischen Thematiken.

Vorgehensweise:

Zunächst wird geprüft, welche Kommunikationskanäle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord zur Verfügung stehen verwertet sowie Vergleiche zu Social-Media-Teams in anderen Bundesländern ins Verhältnis gesetzt. Anschließend werden bereits bestehende, durch Dritte betriebene Facebook-Gruppen auf ihre Tauglichkeit hin untersucht und bewertet. Hierfür werden einzelne Beiträge ausgewertet. themenbezogenen Umfrage verwertet sowie Vergleiche zu Social-Media-Teams in anderen Bundesländern ins Verhältnis gesetzt.

2. Hauptteil

2.1. Die Social-Media-Plattformen Facebook und Twitter

2.1.1. Facebook

Bereits seit Februar 2004³ existiert die von Mark Zuckerberg entwickelte Internetseite Facebook und hat aktuell ca. 2,0 Milliarden⁴ monatlich aktive Mitglieder (Stand Juni 2017). Sie dient den Nutzern als Kommunikations- und Informationsplattform, wobei jeder Nutzer eine eigene Profilseite als Basis nutzt. Diese Profilseiten ermöglichen das Hinterlassen von sichtbaren Nachrichten, welche auch optional mediale Elemente beinhalten können. Sofern nicht anders eingestellt, können andere Nutzer diese Inhalte lesen, bewerten oder verbreiten. Zunächst war für die Bewertung der sogenannte „Like-Button“ vorgesehen. Hierbei handelt es sich um die Darstellung einer Hand, welche einen Daumen nach oben streckt. Diese Darstellung steht in der nonverbalen Kommunikation für eine zustimmende Haltung. Später wurde das Bewertungssystem um Emojis ergänzt. Hierbei handelt es sich um Gesichter auf Comic-Basis, welche eine klar definierte Stimmung ausdrücken sollen. Ermöglicht wird dies durch die zum Teil grotesk überfremdet gezeigte Darstellung einer Stimmung. Ferner können Nutzer die Inhalte mittels der „Teilen-Funktion“ verbreiten. Außerdem besteht die Möglichkeit, dass der Inhalt auch direkt kommentiert werden kann. Um mit Gleichgesinnten kommunizieren zu können, kann auf Facebook eine Gruppe gebildet werden. Inhalte sind somit nicht für jeden Nutzer sichtbar und können durch den Gründer, oder Nutzern mit entsprechenden Berechtigungen, moderiert werden. Um den Missbrauch der Plattform für die Verbreitung von rechtsverletzenden Inhalten zu unterbinden, können Inhalte direkt bei Facebook für eine Überprüfung gemeldet werden.

³ Facebook, Newsroom, <<https://newsroom.fb.com/company-info/>> [07.09.2017].

⁴ Heise, Newsticker, <<https://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-meldet-2-Milliarden-aktive-User-3757367.html>> [07.09.2017].

2.1.2. Twitter

Zwei Jahre später, im März 2006⁵, erschien der Mikrobloggingdienst Twitter, der aktuell von 319 Millionen⁶ monatlich aktiven Mitgliedern (Stand Februar 2017) genutzt wird. Nutzer können auch hier ein Profil anlegen und Inhalte durch sogenannte Tweets verbreiten. Hierbei handelt es sich um Nachrichten, welche aus nicht mehr als 140 Zeichen bestehen. Jedem Tweet kann zudem ein mediales Element, wie Foto oder Video, beigefügt werden. Auch hier haben die anderen Nutzer die Möglichkeit, sofern sie dafür die entsprechende Berechtigung haben, die Tweets zu kommentieren, bewerten oder zu teilen. Für die Bewertung wird ein Herz genutzt, welches anklickbar ist, wenn man den Inhalt des Tweets unterstützen möchte. Zum Teilen, bzw. zum sogenannten retweeten, ist eine weitere Schaltfläche anklickbar, die zwei im Uhrzeigersinn verlaufende Pfeile darstellt. Ferner besteht die Möglichkeit, dass man den Autoren des Tweets direkt per Nachricht anschreiben kann. Jeder Nutzer führt damit seinen eigenen Tweet-Kanal. Das Erstellen von Gruppen ist nicht möglich.

2.2. Pressearbeit und Polizei

Dass einmal ein Polizeisprecher als „Person des öffentlichen Lebens“⁷ geführt wird und eine eigene Seite gewidmet bekommt, die schließlich auch noch von 455 Personen⁸ abonniert wurde, hätte Marcus da Gloria Martins vor einigen Jahren wahrscheinlich selbst nicht gedacht. Gefeierte wird der Sprecher der Münchner Polizei für seine Arbeit bei der Amoklage am 22.07.2016 im Münchener Olympia-Einkaufszentrum. Mit Bravour meisterte er seine Aufgabe und steht somit stellvertretend für eine neue Form der Pressearbeit bei der Polizei. Denn er hob sich ab von den hölzernen vorgetragenen Polizeiberichten, wie sie seine Kollegen deutschlandweit noch heute an die Medien verbreiten. Vielmehr verstanden er und sein Team es, die sozialen Medien so zu nutzen, dass sie bei der Polizeiarbeit hilfreich waren. So wurde vor allem der Kurznachrichtendienst Twitter intensiv eingesetzt, um die Bürger direkt aber wohlbedacht zu informieren. Neben Deutsch geschah dies auch auf Englisch und Französisch und so war am Ende der Account der Polizei München der am meisten geteilte Medienaccount⁹ in dieser Lage. Was auch daran lag, dass man strukturiert und durchdacht

⁵ Gründerszene, Lexikon, <<https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/twitter>> [03.09.2017].

⁶ Musikmarkt, News, <<http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Twitter-Aktie-stolzer-Umsatz-jedoch-kaum-Nutzerwachstum>> [02.09.2017].

⁷ Facebook, Marcus da Gloria Martins, <<https://www.facebook.com/Marcus-da-Gloria-Martins-1621271274850785/>> [17.07.2017].

⁸ Ebd.

⁹ Süddeutsche Zeitung, Timeline der Panik, <<http://gfx.sueddeutsche.de/apps/57eba578910a46f716ca829d/www/>> [07.09.2017].

das Kommunikationsmittel Twitter nutzte und sich nicht an der entstandenen Online-Hysterie beteiligte.

Der Polizei München ist es somit gelungen, klassische Pressearbeit der Polizei mit den sozialen Medien zu kombinieren. Nachfolgend wird aufgezeigt, wie diese klassische Öffentlichkeitsarbeit aussieht und an die Bedürfnisse der Polizei angepasst wurde.

Grundlage für die Arbeit des Pressesprechers, egal ob in einer Behörde, einem Verein oder in einem Unternehmen, ist die entsprechende Kommunikationsstruktur. Es lässt sich feststellen, dass man dabei von den Kommunikationsprozessen sowie deren Mitteln spricht, die sich auf die Kommunikation zwischen dem Unternehmen und der internen und externen Umwelt bezieht.¹⁰ Dabei ist jedoch zu beachten, dass man diesen Begriff nicht mit Public Relations (PR) gleichsetzt, da das oberste Ziel der Unternehmenskommunikation der reibungslose Informationsaustausch darstellt und nicht die optimale Unternehmensdarstellung nach außen.¹¹ Hierbei fungiert der Pressesprecher als das wichtigste Werkzeug eines Unternehmens.

Im Fall der Polizei ist es die Aufgabe des Pressesprechers, den für ein friedliches Miteinander gebotenen, öffentlichen Konsens zu wahren und zu festigen¹². Obwohl hierfür Elemente der PR genutzt werden, wie zum Beispiel die jährliche Veröffentlichung der Polizeilichen Kriminalstatistik, ist die Öffentlichkeitsarbeit der Polizei nicht als klassische PR (Public Relations) zu verstehen.¹³ Vielmehr verwischen die Definitionen und einzelne Elemente werden herausgegriffen. Oberste Maxime der Öffentlichkeitsarbeit bleibt jedoch die feste und dauerhafte Bindung zwischen der Polizei und der Öffentlichkeit.

Der öffentliche Dienst wird traditionell kritisch von der Bevölkerung beäugt. Verfehlungen oder andere negative Vorkommnisse werden kritischer angesehen als Vorgänge dieser Art in Unternehmen aus der freien Wirtschaft. Daher gilt es seitens der Polizei, das Verhältnis zum Bürger zu pflegen. Ein wichtiges Instrument ist dabei die Wahrheit, welche vertrauensbildend auf den Kommunikationspartner wirkt und Transparenz aufzeigt. Ferner wird dem Bürger somit gezeigt, dass die Behörde auf Augenhöhe kommuniziert.¹⁴ Dabei ist es von außerordentlicher Wichtigkeit, dass die Polizei auch in den sozialen Netzwerken präsent ist. Zum einen sind die sozialen Netzwerke, zu denen neben Facebook auch Twitter gehört, durch den digitalen Wandel zum Massenkommunikationsmedium avanciert. Die Nutzung dieses

¹⁰ Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation, S. 10.

¹¹ Ebd., S. 12.

¹² Jumpforward, Beruf Pressesprecher, <<http://www.jumpforward.de/beruf/8287/Berufsbild-Pressesprecher-in.html>> [06.09.2017].

¹³ Vgl. Ohlsen, Kelling: Polizei und Medien, S. 38.

¹⁴ Vgl. Linssen, Pfeiffer: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, S. 51-60.

Kommunikationskanals ist daher für die Verbreitung der Informationen unerlässlich. Zum anderen führte die Verbreitung der sozialen Medien dafür, dass nun Nutzer direkt mit den Autoren der Beiträge in Kontakt treten können.¹⁵ Der Vorteil, dass man so auf einer Ebene miteinander kommunizieren kann, wird aber auch durch den Nachteil, dass auch undifferenzierte Diskussionen geführt werden, ergänzt.¹⁶ Somit gesellen sich zu den etlichen neuen Vorteilen die entsprechenden Nachteile. Hier gilt es seitens der Polizei anzusetzen und die Informationen, die auf diesen Ebenen gestreut werden, direkt zu steuern und zu betreuen. Dies ist besonders bezüglich der Tatsache wichtig, dass seitens der Polizei üblicherweise verhältnismäßig eher negative als positive Meldungen verbreitet werden, was Auswirkungen auf das subjektive Sicherheitsempfinden der Bürger hat. Um dem entgegenzuwirken und für Transparenz zu sorgen¹⁷, wird jährlich die vorgenannte Polizeiliche Kriminalstatistik veröffentlicht, die eine objektive Zusammenstellung des Kriminalgeschehens in einem vordefinierten Bereich abbildet.

Dennoch stellt es eine Schwierigkeit für die Polizei dar, dass sie aus einsatztaktischen Gründen die Öffentlichkeit nicht über sämtliche Pläne und Maßnahmen informieren kann und darf. Somit bleibt der Polizei oftmals die Nähe zum Bürger verwehrt, die sie eigentlich anstrebt. Daher ist es umso wichtiger, schnellstmöglich die Vielfalt der Kommunikationswege zu nutzen, damit die Informationen, die tatsächlich verbreitet werden können, auch zeitnah und professionell aufbereitet beim Kommunikationspartner ankommen. Wichtig ist dabei, dass positive Rückmeldungen kommuniziert werden, damit dem Kommunikationspartner aufgezeigt wird, dass zwar ein Ungleichgewicht zwischen negativen und positiven Meldungen besteht, beide Seiten jedoch Beachtung finden und somit das subjektive Sicherheitsgefühl gestärkt wird.

Als weiterer Kommunikationspartner, neben dem direkten Konsumenten, tritt die Presse auf. Der Informationsanspruch ergibt sich aus der Rechtsgrundlage für eine freie Berichterstattung gemäß Artikel 5 des Grundgesetzes (Recht auf Pressefreiheit).¹⁸ Im Zuge der technischen Entwicklung ist ein Wandel in der Nutzung der Informationen dahingehend festzustellen, dass der Anspruch an die Journalisten gestiegen ist, da sich der Medienkonsument nunmehr einer Vielzahl von Quellen bedienen kann. Dieser Anspruch wird auch an die Pressesprecher der Polizei weitergetragen. So reicht es nun nicht mehr aus, lediglich über einen Vorfall zu berichten, sondern detaillierte Informationen zu den Maßnahmen mitzuteilen. Ferner wird das Augenmerk auch auf präventive Informationen gelegt, um auf etwaige Straftaten gezielt

¹⁵ Vgl. Huber, Christian: Kommunikation im Web 2.0 – Public Relations, Prävention und Nachwuchsgewinnung auf dem Internetportal „Facebook“, S. 23-25.

¹⁶ Fehr, Alexander: Social Media, Apps und Co. – Die Rolle der Polizei im Zeitalter des Web. 2.0, S.31.

¹⁷ Vgl. Konken, Michael: Pressearbeit – Mit den Medien in die Öffentlichkeit, S. 63f.

¹⁸ Dejure.org, Grundgesetz, <<https://dejure.org/gesetze/GG/5.html>> [07.09.2017].

eingehen zu können. Und nicht zuletzt wird eine kritische Auseinandersetzung mit dem Fehlverhalten von Polizisten erwartet, um das Transparenzgebot zu erfüllen. Nötig ist hierfür ein respektvoller Umgang zwischen Polizei und Journalisten unter Wahrung der journalistischen Wahrheits- und Sorgfaltspflicht, also der Überprüfung von Nachrichten vor der Veröffentlichung auf Inhalt, Herkunft und Wahrheitsgehalt sowie unter Einhaltung des Pressekodexes.¹⁹ Dieser besagt u.a., dass die Menschenwürde geachtet und falsche Behauptungen richtiggestellt werden. Zudem soll im Rahmen der Recherche darauf geachtet werden, dass keine ethischen Grenzen überschritten und unlautere Methoden genutzt werden. Zur Unterstützung dieser Maßgaben, und auch um etwaigen Rechtsstreitigkeiten vorzubeugen, sollte seitens der Polizei bei der Pressearbeit darauf geachtet werden, dass keine missverständlichen Formulierungen genutzt werden.

2.2.1. Die Polizei Sachsen-Anhalt

Als oberste Landesbehörde ist die Polizei dem Ministerium für Inneres und Sport, Abteilung 2 unterstellt. Bis zur Strukturreform im Jahre 2007 gab es in ganz Sachsen-Anhalt sechs Polizeidirektionen. Aufgrund der Reform halbierte sich die Anzahl, so dass bis zum heutigen Tag drei Polizeidirektionen existieren. Hierbei handelt es sich um die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord mit Sitz in Magdeburg, die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Ost mit Sitz in Dessau sowie die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd mit Sitz in Halle/Saale. Insgesamt sind bei der Polizei Sachsen-Anhalt circa 6.000 Polizeibeamte beschäftigt.²⁰ Jede vorgenannte Institution unterhält dabei eine eigene Pressestelle. Pressemeldungen werden dabei auf einer eigenen zentralen Homepage veröffentlicht. Für die weitere Verbreitung unterhalten die einzelnen Polizeidirektionen jeweils einen Twitter-Account, aber ausdrücklich keine eigene Seite bei Facebook. Eine Ausnahme hierbei bildet das Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt. Dieses betreibt seit dem 18.10.2016 unter dem Namen „Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt“ eine eigene Seite auf Facebook, welche von 778 Nutzern²¹ abonniert wird.

2.2.2 Die Social-Media-Instrumente der Polizei Sachsen-Anhalt

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt betreiben verschiedenen Institutionen der Polizei Sachsen-Anhalt jeweils eigene Social-Media-Kanäle. Nachfolgend werden diese Aktivitäten analysiert

¹⁹ Konken, Michael: Pressearbeit – Mit den Medien in die Öffentlichkeit, S. 61-62.

²⁰ Polizei Sachsen-Anhalt, <<http://polizei-web.sachsen-anhalt.de/index.php/?id=1015>> [02.06.2017].

²¹ Facebook, Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt, <<https://www.facebook.com/LKASachsenAnhalt/>> [07.09.2017].

und entsprechend aufbereitet. Im Rahmen dieser Aufarbeitung wird zudem eine Quote ermittelt, die sich aus der Anzahl der Tweets und der Anzahl der Mediendateien ergibt.

Die Pressestellen der Polizeidirektionen Sachsen-Anhalt Nord, Ost und Süd veröffentlichen ihre Meldungen gesammelt auf der Internetseite www.presse.sachsen-anhalt.de. Im Bereich „Services & Dienste“ findet sich hier der Unterpunkt „Pressemitteilungen“, welcher sich schließlich in die Bereiche „Ministerien“, „Polizei“ und „Justiz“ unterteilt. Ferner steht eine Suchfunktion zur Verfügung, welche auch das bevorzugte Hilfsmittel darstellt, da in den jeweiligen Unterbereichen nur die letzten zwanzig Pressemitteilungen angezeigt werden. Ältere Einträge sind somit nur explizit über die Suchfunktion auffindbar. Betreut wird die Seite von der Staatskanzlei und dem Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt unter Leitung des Regierungssprechers Dr. Matthias Schuppe.²²

Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord:

Als erste Institution der Polizei Sachsen-Anhalt nutzt die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord unter dem Account „Polizei ST PD Nord“ seit Oktober 2014 einen Kanal bei Twitter. Aktuell wurden 1.179 Tweets verfasst, die von 4.601 Followern²³ abonniert werden. Verbreitet werden hier zum Großteil ausgewählte Pressemitteilungen sowie Meldungen zu etwaigen Verkehrsstörungen. Um die Pressemeldung lesen zu können, ist es nötig, auf den jeweils im Tweet veröffentlichten Link zu klicken. Es erfolgt anschließend eine Weiterleitung zur Internetseite www.presse.sachsen-anhalt.de. Gelegentlich wird von sogenannten Großlagen, wie z.B. Demonstrationen und Sportwettkämpfe mit hoher und brisanter Beteiligung, live berichtet. Der Twitter-Kanal dient für solche Lagen somit als Live-Ticker. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass seitens der Betreiber zwar versucht wird, regelmäßig Fotos in die Beiträge zu integrieren (241 Fotos bei 1.179 Tweets, entspricht einem Anteil von ca. 20 %), jedoch die Möglichkeit Videos einzubinden und Live-Übertragungen zu realisieren komplett unterlassen wird.

Weitere Social-Media-Kanäle werden von der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord nicht genutzt.

²² Polizei Sachsen-Anhalt, <<https://polizei-web.sachsen-anhalt.de/aktuelles/polizeimeldungen/>> [07.09.2017].

²³ Twitter, Polizei ST PD Nord, <<https://twitter.com/PolizeiPDNord>> [04.06.2017].

Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Ost:

Erst seit Januar 2016 betreibt die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Ost einen eigenen Kanal bei Twitter. Seit Beginn wurden hier 380 Tweets veröffentlicht, welche von 2.090 Followern²⁴ verfolgt werden. Bemerkenswert ist die vergleichsweise häufige Nutzung von Fotos in den Beiträgen, nämlich 144 Fotos bei 380 Tweets. Dies ergibt einen Anteil von 38%, welcher somit fast doppelt so hoch, wie bei den Kollegen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord ist. Ein möglicher Grund ist die Art der Nutzung des Twitter-Kanals. So lässt sich hier feststellen, dass keine ausgewählten Pressemitteilungen geteilt werden. Vielmehr wird der Kanal bei Großlagen als Live-Ticker genutzt. Neben Demonstrationen zählen Events, wie zum Beispiel der Besuch des niederländischen Königspaars Anfang 2017 dazu. Die meisten Tweets wurden jedoch zum Europäischen Kirchentag in Wittenberg im Mai 2017 veröffentlicht.

Auch bei der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Ost stellt der Twitter-Account den einzigen Social-Media-Kanal dar.

Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd:

Ebenfalls erst im Januar 2016 startete die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd ihren Auftritt bei Twitter. Es ist jedoch festzustellen, dass dieser Account deutlich aktiver als der, der von der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord betrieben wird. So wurden nach nun 19 Monaten insgesamt 1.029 Tweets abgesetzt, die 2.537 Follower erreichten. Zudem wurden 441 Mediendokumente, darunter auch eine Vielzahl an Fotos, veröffentlicht.²⁵ Somit wurde ein Medienanteil von 42% erreicht. Ein Grund hierfür ist die Verfahrensweise bei der Veröffentlichung von Pressemitteilungen. Diese werden als Bilddatei umgewandelt und schließlich als eigener Tweet veröffentlicht. Somit ist es möglich, dass Pressemitteilungen direkt bei Twitter gelesen werden können, die weitere Verlinkung zu externen Seiten also hinfällig ist.

Auch bei der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd wird über das aktuelle Verkehrsgeschehen sowie verschiedene Großlagen getwittert. Eine Besonderheit stellt hierbei aber das erweiterte Nutzungsspektrum dar. So wurde bewusst mit den Followern der Kontakt gesucht. Im konkreten Fall begleitete das Social-Media-Team die Spätschicht der Hundestaffel der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd medial. Neben Fotos und Videos wurden während der gesamten Schicht Fragen der Follower beantwortet. Der Nutzer hatte so das Gefühl live dabei zu sein. Hierfür wurde durch das Social-Media-Team der #livedabei gewählt. Bei den Videos

²⁴ Twitter, Polizei ST PD Ost, <<https://twitter.com/PolizeiPDOst>> [04.06.2017].

²⁵ Twitter, Polizei ST PD Süd, <<https://twitter.com/PolizeiPDSued>> [04.06.2017].

achtete man besonders darauf, dass diese aus der Ego-Perspektive aufgenommen wurde. Dies verstärkte den Live-Charakter für den Nutzer.

Weitere Social-Media-Kanäle stehen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Süd aktuell jedoch nicht zur Verfügung.

Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt:

Als einzige Polizeidienststelle in Sachsen-Anhalt verfügt das Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt über einen eigenen Facebook-Account. Dieser Account wurde von 778 Personen abonniert. Es fällt auf, dass der Account, obwohl er bereits im Oktober 2016 in Betrieb genommen wurde, lediglich drei Beiträge aufweist, welche selbst nur organisatorischen Charakter haben. Der Grund für die Account-Gründung ist der folgende Sachverhalt.

In der Nacht vom 07.09.2016 auf den 08.09.2016 griffen bisher unbekannte Personen im Bereich des Hauptbahnhofs Magdeburg mehrere Fahrzeuge, darunter auch der Bundespolizei, an. Hierbei entstand ein Schaden von ca. 750.000,- Euro. Aufgrund der hohen Relevanz des Ereignisses entschloss sich die eigens hierfür erstellte Ermittlungsgruppe, welche sich aus Beamten der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord, der Bundespolizei sowie des Landeskriminalamtes Sachsen-Anhalt zusammensetzt, erstmals dazu, auch Facebook als Verbreitungsweg in Betracht zu ziehen. Man versprach sich davon eine vereinfachtere Kommunikation mit dem Bürger sowie eine effektivere Verbreitung von Bild- und Videodokumenten.²⁶ Obwohl die Fahndungsmaßnahmen aktuell noch laufen, wird der Account nicht weiter genutzt und macht somit einen inaktiven Eindruck.

Im Gegensatz zu den drei Polizeidirektionen betreibt das Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt keinen Twitter-Kanal. Accounts bei weiteren Social-Media-Kanälen sind ebenfalls nicht bekannt.

Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt:

Erst seit Dezember 2016 betreibt die in Aschersleben ansässige Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt einen eigenen Kanal bei Twitter. Dokumentiert wird hier nicht nur der Campus-Alltag. Vielmehr dient der Kanal u.a. als Werbepattform für die Nachwuchsgewinnung. Auch zu speziellen Veranstaltungen, wie zum Beispiel das Sportfest

²⁶ Volksstimme, Ermittlern fehlt Spur nach Brandanschlag (27.10.2016), <<https://www.volksstimme.de/sachsen-anhalt/facebook-fahndung-ermittlern-fehlt-spur-nach-brandanschlag>> [04.07.2017].

im Juni 2017, werden Tweets veröffentlicht. Dies geschieht mit einer recht hohen Dichte an Medienelementen. Obwohl über den Account bisher nur 132 Tweets veröffentlicht wurden, waren darin 54 Medieninhalte enthalten, was einem Anteil von 41% entspricht. Jedoch fällt die sehr geringe Anzahl an Followern auf, welche lediglich 281 beträgt.²⁷ Diese geringe Anzahl verwundert insofern, als dass deutlich mehr Studierende und Auszubildende an der Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt tätig sind.

Ein weiteres Indiz für die offensichtliche Unpopularität des Twitter-Kanals ist die Existenz einer von Dritten betriebenen Facebook-Gruppe mit dem Namen „Fachhochschule Polizei Sachsen-Anhalt“, welche 807 Mitglieder²⁸ aufweist. Obwohl der Name dies vermuten ließe, handelt es sich hierbei um keinen offiziellen Facebook-Auftritt der Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt. Um etwaige Verwechslungen auszuräumen, wird in der Beschreibung sofort genannt, dass es sich dabei um eine privat geführte Gruppe handelt, die dem internen Informationsaustausch dient. Dennoch zeigt dieses Beispiel auf, welche Reichweitenunterschiede zwischen den einzelnen Social-Media-Kanälen bestehen.

Dieser Umstand wurde auch bei der Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt bedacht, so dass man im August 2017 die Einführung eines offiziellen Facebook-Accounts plante. Dieser soll jedoch ausdrücklich nicht für das tägliche Einsatzgeschehen genutzt werden, wird somit also auch nicht von den Polizeidirektionen Sachsen-Anhalt Nord, Ost und Süd geführt, sondern soll als Informations- und Karriereportal für die Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt dienen. Dabei sollen die einzelnen Beiträge moderiert werden, welches das eigens hierfür ins Leben gerufene Social-Media-Team der Fachhochschule der Polizei Sachsen-Anhalt übernimmt.

Es ist davon auszugehen, dass auch dieses Projekt polizeiintern unter besonderer Beobachtung steht und bei etwaigem Erfolg Signalwirkung für die Einführung eines jeweiligen Facebook-Auftritts der einzelnen Polizeidirektionen hat.

²⁷ Twitter, FH Polizei LSA, <<https://twitter.com/FHPolizeiLSA>> [02.07.2017].

²⁸ Facebook, Fachhochschule Polizei Sachsen-Anhalt, <<https://www.facebook.com/groups/130787730399306/>> [02.07.2017].

2.2.3. Die Polizei Sachsen

Ähnlich der Polizei Sachsen-Anhalt ist auch die Polizei Sachsen in verschiedene Polizeidirektionen unterteilt. Konkret handelt es sich dabei um die Polizeidirektionen Görlitz, Dresden, Chemnitz, Zwickau und Leipzig sowie das Landeskriminalamt.²⁹ Auch hier unterhält jede einzelne Institution eine eigene Pressestelle. Jedoch entschied sich das Innenministerium Sachsen dazu, sämtliche Social-Media-Aktivitäten zu bündeln und für die weitere Bearbeitung ein Social-Media-Team zu gründen. Dieses betreibt seit Dezember 2010 einen Twitter-Kanal mit 48.000 Follower³⁰ sowie seit dem 27.02.2015 eine eigene Facebook-Seite mit 60.605 Abonnenten.³¹

2.2.4. Die Social-Media-Instrumente der Polizei Sachsen

Schon früh befasste sich die Polizei im Freistaat Sachsen mit der Thematik Social Media. Während in Sachsen-Anhalt die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord erst im Oktober 2014 einen Account bei Twitter einrichtete, geschah dies in Sachsen bereits im Dezember 2010. Schon damals mit der Besonderheit, dass der Account stellvertretend für sämtliche sächsischen Polizeidirektionen steht und nicht, wie in Sachsen-Anhalt praktiziert, jede Polizeidirektion ihren eigenen Account betreibt. Aktuell folgen dem sächsischen Kanal 48.000 Follower, also fast zehnmal so viel wie der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord. Die Analyse des Twitter-Accounts der Polizei Sachsen zeigt, dass seit der Account-Eröffnung 24.500 Tweets³² veröffentlicht wurden. Diese, im Verhältnis zu Sachsen-Anhalt, hohe Anzahl erklärt sich, neben der Bündelung sämtlicher Polizeidirektionen, mit der intensiven Nutzung des Zugangs als Live-Ticker bei Großlagen sowie der täglichen Verbreitung sämtlicher Pressemitteilungen. Daneben wird der Account auch für Suchmeldungen und präventive Hinweise genutzt. Besonderes fällt die ausgiebige Nutzung von Medienelementen auf. So finden sich zahlreiche Fotos zu verschiedenen Einsätzen, die dem Social-Media-Team entweder direkt von vor Ort befindlichen Beamten zugespielt oder selbst vor Ort erzeugt wurden. Auffällig ist ferner die Nutzung von selbst produzierten Videos. Unter anderem werden diese Videos von Pressesprechern als Möglichkeit für Statements zu aktuellen Lagen genutzt.

²⁹ Sächsisches Innenministerium, Organigramm, <http://www.smi.sachsen.de/download/SMI/Organigramm_SMI_32015.pdf> [17.06.2017].

³⁰ Twitter, Polizei Sachsen, <<https://twitter.com/PolizeiSachsen>> [22.05.2017].

³¹ Facebook, Polizei Sachsen, <<https://www.facebook.com/polizeisachsen.info/>> [22.05.2017].

³² Twitter, Polizei Sachsen, <<https://twitter.com/PolizeiSachsen>> [22.05.2017].

Verantwortlich für den Kanal ist seit Mai 2014 ein eigens gegründetes Social-Media-Team.³³ Zuvor wurde der Account durch Mitarbeiter der Pressestelle der Polizeidirektion Leipzig betreut. Den Sitz hat das Team im Präsidium der Bereitschaftspolizei in Leipzig und setzt sich aus vier Kommissaren zusammen, welche eine Weiterbildung als Social-Media-Manager absolvierten. Welcher Bedeutung der Thematik beigemessen wird, erkennt man daran, dass immer ein Mitarbeiter in Rufbereitschaft ist und, sofern notwendig, auch zu Einsätzen vor Ort fährt. Auch technisch wurde die Einheit auf den aktuellen Stand gebracht. Neben Rechnern mit aktueller Videoschnittsoftware befinden sich auch Kameras, Mikrofone und Stative im Bestand. Ein Highlight stellt dabei eine professionelle Flugdrohne dar, mit deren Hilfe Videoaufnahmen aus der Luft gemacht werden können.

Entstanden ist das Team, nachdem man sich im Mai 2014 im sächsischen Innenministerium dazu entschloss bei Facebook eine Seite mit dem Namen „Polizei Sachsen – deine Karriere“ zu initialisieren. Hierbei handelt es sich bis heute um eine Seite, welche zur Nachwuchsgewinnung gedacht ist. Man erkannte die Möglichkeit, nunmehr Termine auf Messen als entsprechende Veranstaltungen bei Facebook zu veröffentlichen und Bewerberanfragen direkt und schnellstmöglich zu beantworten. Dies war zwar auch schon bei Twitter möglich, doch die nachweisbar größere Reichweite von Facebook (siehe 2.1.1.) ermöglichte so die Erschließung von einer größeren Anzahl an Interessenten. Bis heute wurde die Seite von 10.646 Nutzern abonniert. Gut sichtbar findet sich der Reiter „Kommentarregeln“, in dem klar kommuniziert wird, auf welcher Ebene Kommentare verfasst werden müssen, damit sie veröffentlicht werden. Somit wird gleich klar mitgeteilt, dass diese Seite moderiert wird und etwaige Verstöße gegen diese Regeln zu entsprechenden Sanktionen führen.³⁴

Die durch den Betrieb der Seite gemachten Erfahrungen führten im Februar 2015 zu dem Entschluss, die Seite „Polizei Sachsen“ bei Facebook zu betreiben. Genutzt wird die Seite als reines Informationsmedium und repräsentiert sämtliche sächsische Polizeidirektionen, die Bereitschaftspolizei sowie das Landeskriminalamt. Ähnlich wie bei Twitter werden auch hier die Polizeimeldungen der einzelnen Pressestellen veröffentlicht. Auffällig ist die verhältnismäßig zahlreiche Einbindung von Medienelementen. So finden sich neben Einsatz- auch Warn-, Hinweis- und Unterhaltungsvideos. Die gute Qualität der Videos ist ein Indikator dafür, dass professionelles Equipment von geschulten Mitarbeitern zum Einsatz kam. Dass für die Betreuung ein redaktionelles Team zur Verfügung steht, zeigt zudem die Planung sowie die Veröffentlichungsstruktur der Beiträge. Ferner findet sich im Titelbild-Bereich ein qualitativ

³³ Mitteldeutsche Zeitung, Social-Media-Team der Polizei Sachsen klärt im Netz auf (12.01.2016), <<http://www.mz-web.de/mitteldeutschland/facebook-und-twitter-social-media-team-der-polizei-sachsen-klart-im-netz-auf--23476310>> [04.07.2017].

³⁴ Facebook, Polizei Sachsen – Deine Karriere, <https://www.facebook.com/polzeisachsen.karriere/?ref=br_rs> [04.07.2017].

hochwertiger und selbstproduzierter Imagefilm. Ergänzt wird der professionelle Auftritt auch hier durch die Kommentarregeln. Den 61.131 Abonnenten wird darin mitgeteilt, welche Form der Kommentierung zulässig bzw. nicht zulässig ist. Komplettiert wird dies durch die Moderation sämtlicher Beiträge.³⁵ Nutzer, die diese Seite für rechtsverletzende Aussagen nutzen wollen werden somit in ihrem Handeln unterbunden. Vielmehr entsteht ein koordinierter Kommunikationsaustausch zwischen Nutzern und Polizei.

Der Stellenwert der Facebook-Seite „Polizei Sachsen“ lässt sich auch daran ableiten, dass private Gruppen, welche sich mit dem Einsatzgeschehen der sächsischen Polizei befassen, bei weitem nicht den Zulauf erfahren, wie die entsprechenden Gruppen in Sachsen-Anhalt. Als Beispiel hierfür sei die Seite „Blaulichtberichte Leipzig“ genannt, welche sich mit dem Einsatzgeschehen der Polizei und der Rettungsdienste in der zweitgrößten Stadt Ostdeutschlands (560.472 Einwohner)³⁶ befasst. Diese wurde lediglich von 34.310 Personen abonniert.³⁷ Zum Vergleich, die Gruppe „Blaulicht Börde/Magdeburg“, die einen Einzugsbereich von 409.196 Einwohner vertritt, wird von 39.180 abonniert.³⁸ Die Existenz einer professionellen und direkt gesteuerten Informationsquelle lässt somit den Rückschluss zu, dass private Gruppen, welche die Informationen - zum Teil unzureichend – weiterleiten, weniger Zulauf erfahren.

2.3. Die privaten, mit dem Einsatzgeschehen befassten Facebook-Gruppen

2.3.1. Blaulicht Börde/Magdeburg

Seit dem 31.12.2014 wird bei Facebook die Seite „Blaulicht Börde/Magdeburg“ betrieben. Sie befasst sich laut eigenen Angaben mit aktuellen Blaulicht-Themen, also Ereignissen aus dem Polizei-, Feuerwehr- sowie Rettungsdienstbereich aus den Bereichen Börde, Magdeburg, nördliches Sachsen-Anhalt sowie dem südöstlichen Bereich Niedersachsens. Es findet sich jedoch kein Hinweis, wer die Seite betreibt. Daher ist nicht nachvollziehbar, ob es sich bei dem Betreiber um eine Privatperson oder ein wirtschaftlich orientiertes Unternehmen handelt.³⁹

War zunächst noch zu erkennen, dass der Seitenbetreiber explizit darauf hinwies, dass die Quelle für die dort veröffentlichten Beiträge die Pressemeldungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord ist (Stand 11.06.2017), wurde dieser Hinweis nun komplett entfernt

³⁵ Facebook, Polizei Sachsen, <<https://www.facebook.com/polizeisachsen.info/>> [22.05.2017].

³⁶ Welt, Das Märchen von blühenden ostdeutschen Städten, <<https://www.welt.de/wirtschaft/article138060719/Das-Maerchen-von-bluehenden-ostdeutschen-Staedten.html>> [04.07.2017].

³⁷ Facebook, Blaulichtberichte Leipzig, <<https://www.facebook.com/blaulichtleipzig/>> [04.07.2017].

³⁸ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [04.07.2017].

³⁹ Ebd.

(Stand 25.07.2017). Es ist daher für den Nutzer nicht zu erkennen, ob die veröffentlichten Beiträge selbst recherchiert wurden. Vielmehr besteht die Gefahr, dass Nutzer diese Seite irrtümlich als offizielle Präsentation der Polizei Sachsen-Anhalt wahrnehmen und die hier getätigten Aussagen entsprechend gewichten. Legt man zugrunde, dass 38.929 Nutzer⁴⁰ diese Seite abonniert haben, ist es durchaus möglich, dass ein relevanter Anteil an Nutzern etwaige Fehlinformationen, also nicht der Wahrheit entsprechende Informationen, die auch nicht von der Polizei freigegeben wurden, mit Verweis auf die Blaulicht-Gruppe weiterleiten und somit unbewusst streuen.

Neben den vorgenannten Pressemeldungen werden auch themenrelevante Meldungen von anderen Medien, wie zum Beispiel Mitteldeutscher Rundfunk und Volksstimme, geteilt. Außerdem besteht für Nutzer die Möglichkeit, einen eigenen Beitrag auf der Seite zu hinterlassen. Je nach entsprechender Relevanz werden Beiträge durch den Seitenbetreiber nochmals geteilt, damit die Reichweite für den einzelnen Beitrag gesteigert werden kann.

2.3.2. BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord

Im Juni 2015 wurde der Facebook-Auftritt der Seite „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“ in Betrieb genommen. Auch hier wird das Blaulicht-Geschehen aus den Landkreisen Börde, Harz, Salzlandkreis, Jerichower Land sowie der Stadt Magdeburg thematisiert. Im Gegensatz zur Seite „Blaulicht Börde/Magdeburg“ finden sich im Impressum hinterlegte Kontaktdaten samt Klarnamen. Ebenso wird darauf hingewiesen, dass eine Kontaktaufnahme seitens der Nutzer via Smartphone jederzeit möglich und auch gewünscht ist. Jedoch wird dem Nutzer ausführlich mitgeteilt, dass die von ihm übermittelten Informationen vertraulich und datenschutzkonform verarbeitet werden.⁴¹

Obwohl nicht klar kommuniziert wird, dass sich ein Großteil der veröffentlichten Beiträge aus den Pressemeldungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord speist, besteht kaum eine Gefahr der Verwechslung. Zunächst wird klar kommuniziert, dass es sich bei der Seite um einen Ableger eines Mediennetzwerkes handelt. Ferner wurde schon bei der Wahl des Seitennamens darauf geachtet, dass das Wort „Reporter“ entsprechend herausgestellt ist. Ein etwaiges Verwechslungsrisiko mit offiziellen Institutionen wurde somit minimiert.

Neben den vorgenannten Pressemeldungen werden themenrelevante Meldungen von anderen Medien, wie zum Beispiel Mitteldeutscher Rundfunk und Volksstimme, geteilt. Es

⁴⁰ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [04.07.2017].

⁴¹ Facebook, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord, <<https://www.facebook.com/blaulichtreporter.sachsen.anhalt/>> [03.07.2017].

besteht ebenfalls für die 21.437 Abonnenten⁴² die Möglichkeit, einen eigenen Beitrag auf der Seite zu hinterlassen, welche je nach entsprechender Relevanz nochmals durch den Seitenbetreiber geteilt werden.

2.3.3. Magdeburg112

Einen ganz anderen Weg geht die Facebook-Seite „Magdeburg112“. Nachdem der Betreiber, der sich ebenfalls mit Klarnamen im Impressum eintragen ließ, seit dem Start der Seite im Juli 2016 4.315 Abonnenten mit dem Blaulichtgeschehen in Magdeburg und Umgebung versorgte, legte er den Facebook-Auftritt nach einem Jahr still und betreibt nun ausschließlich die Internetseite „Magdeburg112.de“.⁴³ Die Facebook-Seite war zum Zeitpunkt der in dieser Bachelorarbeit durchgeführten Umfrage voll aktiv.

Der Betreiber der Seite wünschte ebenfalls eine Kontaktaufnahme durch die Nutzer und veröffentlichte zu diesem Zweck u.a. eine Telefonnummer.

Im Gegensatz zu den Seiten „Blaulicht Börde/Magdeburg“ und „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“ war der Betreiber aktiv bei entsprechenden Lagen vor Ort und dokumentierte das Geschehen fotografisch. Die Ergebnisse wurden anschließend als Beiträge bei Facebook angezeigt. Neben diesen Beiträgen veröffentlichte der Betreiber ergänzend Pressemeldungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord.

Die Möglichkeit eines eigenen Beitrags auf der Seite, welcher je nach entsprechender Relevanz nochmals durch den Seitenbetreiber nochmals geteilt werden, bestand ebenfalls.

2.4. Analyse von Facebook-Beiträgen

2.4.1. Beitrag zu Pressemitteilung Nr. 259/2017

Mit der Pressemitteilung Nr. 259/2017 teilte die Pressestelle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord nachfolgenden Sachverhalt mit.

Unbekannte Täter griffen in der Nacht zum 10.07.2017 ein Autohaus in Magdeburg an und warfen dabei Scheiben ein, zündeten Böller und beschmierten die Fassade mit Parolen wie „Rache für die Verletzten von G20“. Außerdem wurden zwei dort abgestellten

⁴² Facebook, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord, <<https://www.facebook.com/blaulichtreporter.sachsen.anhalt/>> [03.07.2017].

⁴³ Wunderlich, Tom (Inhaber von Magdeburg112): E-Mail vom 25.07.2017.

Kundenfahrzeuge beschädigt, so dass schließlich ein Schaden im unteren fünfstelligen Bereich entstand.

In der Pressemitteilung wurde ausdrücklich nicht darauf eingegangen, welcher möglichen Gruppierung die Täter angehören könnten, da zunächst ermittelt werden musste, ob sie dem linksextremen Spektrum zuzuordnen sind oder ob es sich im vorliegenden Fall um eine Ablenkungstat anderer Gruppierungen handelte. Da am Vortag der G20-Gipfel in Hamburg beendet wurde, der u.a. durch den Polizeieinsatz weltweite mediale Aufmerksamkeit genoss, maß der zuständige Beamte dem Vorgang entsprechende Bedeutung zu und veröffentlichte die Pressemitteilung zeitnah am Morgen des 10.07.2017. Die Veröffentlichung erfolgte auf der Internetseite www.presse.sachsen-anhalt.de⁴⁴ und auf dem Twitter-Kanal der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord ⁴⁵

Bereits um 8:57 Uhr veröffentlichte die Seite „Blaulicht Börde/Magdeburg“ einen Beitrag zu dieser Pressemitteilung.⁴⁶ Für Fotomaterial wurde ein Link der Internetseite www.mdr.de geteilt. Obwohl die Polizei eindeutig darauf verzichtete die Täter einer bestimmten Gruppierung zuzuordnen, wurde gleich im ersten Satz des Beitrags durch den Seitenbetreiber von „vermutlich Linksextremisten“⁴⁷ gesprochen. Der Beitrag nahm somit an Schärfe zu, da nun die mutmaßlichen Täter kategorisiert wurden.

Innerhalb der ersten 20 Minuten erhielt der Beitrag zahlreiche Kommentare, welche zum Großteil die vermeintlich linksextremistische Gesinnung der Täter thematisierten. So wurde in beleidigender Form gefordert, dass Menschen entfernt („*Weg mit dem linken Pack brauch kein Mensch*“[sic], Sebastian Kühne, 10.07.2017, 9:13 Uhr)⁴⁸ und körperlich verletzt („*Gehen selbst nicht arbeiten und schlagen alles kaputt. Mich wundert das die Rechtschreibung richtig war. Die Cops hätten Gummigeschosse benutzen dürfen in Hamburg da geht mir das Messer in der Tasche auf. Bildungsstand eines Hundes und sehen auch so aus.*“[sic], Kö Rt, 10.07.2017, 9:04 Uhr)⁴⁹ werden sollten. Bereits hier hätte der Seitenbetreiber einschreiten und entsprechende Sanktionen verhängen müssen. Dies geschah aber ausdrücklich nicht. So ist

⁴⁴ Vgl. Polizei Sachsen-Anhalt, Pressemitteilungen: <<https://www.sachsen-anhalt.de/nc/bs/pressemitteilungen/polizei/>> [12.07.2017].

⁴⁵ Vgl. Twitter, Polizei ST PD Nord, <<https://twitter.com/PolizeiPDNord>> [12.07.2017].

⁴⁶ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [12.07.2017].

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Ebd.

⁴⁹ Ebd.

zu vermuten, dass sich weitere Nutzer durch diese Wortwahl motiviert fühlten und sich



Vandalismus: Randalie im Magdeburger Autohaus | MDR.DE

Mit Steinen und Schlagstöcken schlugen Unbekannte Autoscheiben ein. Außerdem hinterließen sie Schriftzüge, die auf einen Zusammenhang mit den Krawallen beim...

MDR.DE

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen



8

Top-Kommentare ▾

1 Mal geteilt



Komentieren ...



Tobias Mieling Vielleicht sollten wir heute Nacht einfach mal Eier zeigen und dem Infoladen in der Puschkin-str. einen kleinen Besuch abstatten. Aus Rache für die verletzten Polizisten. Wäre doch nur legitim.

Gefällt mir · Antworten · 2 · 1 Min

gegenseitig hochschaukelten.

Abbildung 1: Kommentar zum Beitrag "Randalie im Magdeburger Autohaus", erschienen am 10.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

So verfasste der Nutzer Tobias Mieling einen Kommentar, der offen zur Gewalt gegen eine linke Einrichtung in Stadtfeld-Ost aufrief und zur Selbstjustiz anstachelte. Konkret schrieb der Nutzer Mieling am 10.07.2017 um 8:59 Uhr: "Vielleicht sollten wir heute Nacht einfach mal Eier

zeigen und dem Infoladen in der Puschkin-str. einen kleinen Besuch abstatten. Aus Rache für die verletzten Polizisten. Wäre doch nur legitim."⁵⁰ Nur fünf Minuten später veröffentlichte er eine Antwort auf seinen Kommentar: „Wir quatschen hier immer nur wie sehr uns linke Gewalt ankotzt- Dabei wissen wir doch ganz genau wo die hocken. Die lachen sich über uns kaputt. Hier sind doch genug kräftige Kerle. Lasst uns doch einfach mal da hinfahren. Was soll schon passieren? Dass die die Polizei rufen?: Die haben wir auf unserer Seite. Wir sollten denen einfach mal zeigen, wer hier das sagen in der Stadt hat. GEGEN LINKEN TERROR!“⁵¹ Für seinen ersten Kommentar erhielt der Nutzer Mieling die höchste Anzahl an Likes, also an positiven Bekundungen, des gesamten Beitrages, nämlich 57 Stück.⁵² Dieser Kommentar entstand exakt zwei Minuten nach der Veröffentlichung des Beitrages durch den Seitenbetreiber. Es ist davon auszugehen, dass der Seitenbetreiber noch online war und sofort die Möglichkeit hatte, diesen Beitrag entsprechend zu moderieren bzw. sanktionieren. Dies geschah jedoch nicht, obwohl der Nutzer eindeutig gegen geltendes Recht gemäß §111 StGB⁵³ verstieß. Bemerkenswert ist jedoch auch, dass diese Kommentare nicht von anderen Nutzern bei Facebook direkt gemeldet wurden. So finden sich im weiteren Verlauf der Diskussion zwar Nutzer mit Bedenken hinsichtlich der getätigten Aussagen („Ob das eine gute Idee ist, offen im Internet zur

⁵⁰ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [12.07.2017].

⁵¹ Ebd.

⁵² Ebd.

⁵³ Dejure.org, Strafgesetzbuch, <<https://dejure.org/gesetze/StGB/111.html>> [12.07.2017].

Selbstjustiz aufzurufen? Das Gesetz hättet ihr zumindest NICHT auf eurer Seite.“, René Aderhold, 10.07.2017, 9:08 Uhr)⁵⁴, doch die Melden-Funktion von Facebook wurde augenscheinlich nicht genutzt.

Seinen negativen Höhepunkt erreichte die Diskussion, als der Nutzer Chris Magdeburg am 10.07.2017 um 9:33 Uhr einen Kommentar mit menschenverachtenden Inhalt veröffentlicht.⁵⁵ In der darauffolgenden Diskussion zum Kommentar, wurde die Thematik auf einfachstem Niveau weiter behandelt. Hierbei wurden erneut Beleidigungen genutzt („*HuHa Antifa. Ein fieser, ganz mieser Steineschmeißer, Hosenscheißer. HuHa Antifa. Dumm, feige, ein Verbrecher, hinterlistig Messerstecher.*“[sic], auszugsweise, Sören Toretto, 10.07.2017, 14:29 Uhr)⁵⁶, um andere Diskussionsteilnehmer zu diffamieren.

Nur selten findet man im gesamten Kommentarbereich Aussagen von Nutzern mit mahnendem Charakter. So fällt auf, dass bei einer Anzahl von 55 Kommentaren nur drei Kommentare⁵⁷ darauf hinweisen, dass eine Vorverurteilung unangebracht ist. Dieses deutliche Missverhältnis ist auch darauf zurückzuführen, dass zu keinem Zeitpunkt eine Moderation durch den Seitenbetreiber betrieben wurde. Vielmehr ist dem Seitenbetreiber vorzuwerfen, dass er schon bei der mangelhaften Aufbereitung der Pressemitteilung dafür sorgte, dass ein feindseliges Klima im Kommentarbereich zu erwarten war. Erneut ist außerdem festzustellen, dass jegliche Moderationsmittel, wie zum Beispiel „Löschen“, nicht genutzt werden, so dass die Diskussionen schnell eine Eigendynamik entwickeln und eskalieren. Dies endet in diesem Fall damit, dass etliche Nutzer mit ihrem Klarnamen Aussagen tätigen, die gegen geltendes deutsches Recht verstoßen, jedoch nicht sanktioniert werden. Eine Praxis, die sich beispielsweise auf der offiziell von der Polizei Sachsen betriebenen Facebook-Seite nicht feststellen lässt (siehe 2.2.4.).

2.4.2. Beitrag zu Pressemitteilung Nr. 276/2017

Mit der Pressemitteilung Nr. 276/2017 teilte die Pressestelle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord nachfolgenden Sachverhalt mit.

Am 23.07.2017 kam es gegen 3:00 Uhr im Bereich Hasselbachplatz aus einer Personengruppe heraus zu einer Körperverletzung. Hierbei griff die Personengruppe unvermittelt drei Männer im Alter zwischen 26 und 39 Jahren an und schlug ihnen mit Fäusten

⁵⁴ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [12.07.2017].

⁵⁵ Ebd.

⁵⁶ Ebd.

⁵⁷ Ebd.

ins Gesicht, wodurch diese leichte Verletzungen erlitten. Die Opfer gaben zu Protokoll, dass die Angreifer arabischer Herkunft sein könnten.

Da dem Vorgang seitens des zuständigen Beamten der Pressestelle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord keine besondere Bedeutung zugeschrieben wurde, erfolgte die Veröffentlichung im Laufe des Vormittages des 23.07.2017 zur Veröffentlichung auf der Internetseite www.presse.sachsen-anhalt.de.⁵⁸ Eine Veröffentlichung auf dem Twitter-Kanal der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord erfolgte nicht.

Wenige Stunden später, um 13:00 Uhr, veröffentlichte die Facebook-Seite „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“ einen Beitrag zu der vorbenannten Thematik.⁵⁹ Zunächst fällt auf, dass



der gesamte Beitrag wortwörtlich aus der Pressemeldung übernommen wurde, ohne auf die entsprechende Quelle hinzuweisen oder sie komplett zu benennen. So entstand beim Nutzer der Eindruck, dass der Seitenbetreiber selbst diese Formulierungen verfasste und als Ursprungsquelle galt.

Innerhalb von wenigen Stunden fanden sich im Kommentarbereich zum Großteil Kommentare, welche die im Beitrag genutzte Beschreibung „arabische Herkunft“ als Grundlage nutzten.

Abbildung 2: Kommentare zum Beitrag "Körperverletzung am Hasselbachplatz", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord"

Diese arteten derart aus, dass Nutzer die Todesstrafe forderten („Hängen“[sic], Sven Rindsland, 23.07.2017, 13:04 Uhr)⁶⁰, oder auch hier Beleidigungen streuten („Die Araber sind doch ein furchtbares Volk.“, auszugsweise, Heidi Reimann, 23.07.2017, 13:56 Uhr)⁶¹. Schaut

⁵⁸Polizei Sachsen-Anhalt, Pressemitteilungen: <<https://www.sachsen-anhalt.de/nc/bs/pressemitteilungen/polizei/>> [12.07.2017].

⁵⁹ Facebook, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord, <<https://www.facebook.com/blaulichtreporter.sachsen.anhalt/>> [24.07.2017].

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ Ebd.

man sich die 22 Kommentare genauer an, bestand zum Großteil ein direkter bzw. indirekter Bezug zur Täterbeschreibung.

Abbildung 3: Kommentare zum Beitrag "Körperverletzung am Hasselbachplatz", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord"



Obwohl ausdrücklich mitgeteilt wurde, dass lediglich das äußere Erscheinungsbild arabisch ist, es sich also nicht zwangsläufig um aus Arabien stammende Menschen handelte, erfolgte in den Kommentaren eine pauschale negative Bewertung der Sachlage, die jegliche objektive Distanz vermissen ließ. Auch hier war wieder festzustellen, dass keine Moderation seitens des Seitenbetreibers erfolgte. Somit erfuhren Nutzer, die strafrechtliche relevante Aussagen posteten, keine Sanktionierung durch den Seitenbetreiber. Dieser Umstand hinderte die Nutzer nicht daran, strafrechtlich relevante Aussagen mit ihrem Klarnamen zu tätigen.

Eine Untersuchung der letzten zwanzig Beiträge, die von der Facebook-Seite „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt

Nord“ veröffentlicht wurden, zeigte auf, dass die Beteiligung der Nutzer im Kommentarbereich immer dann sehr aktiv ist, sobald ein Sachverhaltsbeteiligter einen vermeintlichen Migrationshintergrund hat.⁶² Die in diesen Beiträgen hinterlassenen Kommentare gestalteten zum Großteil immer ein Meinungsbild, welches sich gegen den Sachverhaltsbeteiligten mit vermeintlichem Migrationshintergrund richtete. Ferner wurde festgestellt, dass auch in anderen Beiträgen Äußerungen der Nutzer zu finden waren, welche eigentlich entsprechend sanktioniert werden sollten. Es wird daher abschließend festgestellt, dass die fehlende

⁶² Facebook, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord, <<https://www.facebook.com/blaulichtreporter.sachsen.anhalt/>> [24.07.2017].

Moderation der Kommentare auch hier eskalationsfördernd wirkt und das Niveau der Diskussion erheblich gesenkt wird.

2.4.3. Beitrag zu Pressemitteilung Nr. 279/2017

Mit der Pressemitteilung Nr. 279/2017 teilte die Pressestelle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord nachfolgenden Sachverhalt mit.

Am 23.07.2017 kam es gegen 15:00 Uhr im Bereich der Wolfenbütteler Straße zu einer tätlichen Auseinandersetzung, in der ein großes Messer zum Einsatz kam. Zeugen berichteten, dass ein arabisch aussehender Mann zwei vermutlich deutsche Männer mit diesem Messer angriff. Dabei konnte ein Geschädigter den Angriff mit seinem mitgeführten Rucksack abwehren. Die beiden Opfer konnten anschließend flüchten. Der Täter entfernte sich in entgegengesetzter Richtung vom Tatort. Die Polizei teilte zum Täter mit, dass er zwischen 16 – 20 Jahre alt sei, ca. 165 cm groß wäre, eine blaue Hose sowie ein graues Shirt trug und arabisches Aussehen haben. Weitere Informationen zum Täter sind in der Pressemitteilung nicht vorhanden.

Aufgrund der Relevanz der Lage entschied sich der in Bereitschaft befindliche zuständige Beamte in der Pressestelle dafür, zeitnah diese Mitteilung zu verfassen und auf der Internetseite www.presse.sachsen-anhalt.de⁶³ sowie via Twitter⁶⁴ zu verbreiten. Die Facebook-Seite Blaulicht Börde/Magdeburg reagierte umgehend und veröffentlichte die Pressemitteilung am selben Tag um 17:30 Uhr als eigenen Beitrag auf Facebook.⁶⁵

⁶³ Polizei Sachsen-Anhalt, Pressemitteilungen: <<https://www.sachsen-anhalt.de/nc/bs/pressemitteilungen/polizei/>> [24.07.2017].

⁶⁴ Twitter, Polizei ST PD Nord, <<https://twitter.com/PolizeiPDNord>> [24.07.2017].

⁶⁵ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].



Abbildung 4: Kommentare zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Bereits innerhalb der ersten vierzig Minuten fanden sich im Kommentarbereich zu diesem Beitrag größtenteils Kommentare, die das arabische Aussehen des Täters behandelten. Konkret wurde mit populären Floskeln wie „*Einzelfall wie immer...*“ (Steven Braun, 23.07.2017, 17:36 Uhr)⁶⁶, „*Immer diese Einzelfälle*“ (Benjamin Schulze, 23.07.2017, 17:49 Uhr)⁶⁷ und „*Furchtbar, aber auch das schaffen wir*“ (Heidemarie Bienek, 23.07.2017, 18:07 Uhr)⁶⁸ auf die Aussagen der Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel angespielt, welche im Zuge der Diskussion zur Flüchtlingskrise ab 2015 u.a. sagte: „Deutschland ist ein starkes Land. Das Motiv, mit dem wir an diese Dinge herangehen, muss sein: Wir haben so vieles geschafft – wir schaffen das!“⁶⁹ Der Begriff „Einzelfall“ wird von den Kommentierenden in provozierender Art und Weise genutzt. Die symbolhafte Position dieses Wortes

entspringt den PEGIDA-Demonstrationen in Dresden. Bei PEGIDA (kurz für Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes)⁷⁰ handelt es sich um eine islam- und fremdenfeindliche, völkische, rassistische sowie weithin als rechtspopulistisch klassifizierte Organisation. Man will damit, nach eigenem Verständnis, ironisch zum Ausdruck bringen, dass im Zuge der Flüchtlingskrise eine Häufung der Straftaten mit Beteiligung von flüchtenden Menschen festzustellen sei, die vermeintliche „Lügenpresse“, welche als Erfüllungsgehilfe der Bundesregierung degradiert wird, dies aber nicht zum Thema der Berichterstattung macht und somit nur über vermeintliche Einzelfälle berichtet. Im Bereich der sozialen Medien wurden

⁶⁶ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

⁶⁷ Ebd.

⁶⁸ Ebd.

⁶⁹ Bundesregierung, Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel (31.08.2015), <<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/08/2015-08-31-pk-merkel.html>> [24.07.2017].

⁷⁰ Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, PEGIDA – Politik und Gesellschaft auf dem Prüfstand, <<https://www.lpb-bw.de/pegida.html>> [24.07.2017].

diese Floskeln schnell populär und stehen für eine Haltung bezüglich der Zuwanderungspolitik, die sich klar von der Agenda der aktuellen Bundesregierung distanziert.

Um 18:04 Uhr richtete der Nutzer „Longboard Ludi“ in seinem Kommentar direkt eine Frage an den Seitenbetreiber. Hier fragte er an, was unter „arabischen Aussehen“ zu verstehen sei.⁷¹ Dieser hatte nun die Möglichkeit, Stellung zu nehmen und die Anfrage entsprechend zu bearbeiten. Dies gestaltete sich jedoch schwierig, da es sich bei dem Seitenbetreiber nicht um den Autor der Meldung handelte und somit die Intention nicht zweifelsfrei geklärt werden konnte. Erschwert wurde dies durch die Tatsache, dass der Seitenbetreiber nicht konkret auf die Quelle verwies und somit der Eindruck entstand, dass der Text im Beitrag vom Seitenbetreiber verfasst wurde. Es war lediglich zu erkennen, dass im Beitrag ein Screenshot der originalen Pressemitteilung abgebildet wurde. Ein Verweis, dass der Text im Beitrag mit dem Text in der Pressemitteilung kongruent ist, existierte nicht.

Durch die Nichtbeantwortung der Frage verpasste der Seitenbetreiber die Gelegenheit eine etwaige Diskussion zu unterbinden und mögliche rechtsverletzende Äußerungen zu verhindern. Tatsächlich führte diese Anfrage zu einer Diskussion zwischen mehreren Teilnehmern, in der in einfachster Form die Thematik erörtert wurde. Zu den Diskussionsteilnehmern gehört eine Gruppe namens „Refugees welcome – Magdeburg heißt Geflüchtete willkommen“. Der von der Gruppe verfasste Appell (23.07.2017, 21:47 Uhr)⁷² wurde umgehend mit den offen feindseligen Worten „RAPEFUGEES NOT WELCOME“ (Sven Manuel Hensing, 23.07.2017, 21.47 Uhr)⁷³ kommentiert. Bei dem Wort „Rapefugee“ handelt es sich um ein Kunstwort, zusammengesetzt aus den Worten „Rape“ (engl.: to rape = vergewaltigen) und „Refugee“ (engl. Refugee=Flüchtling), also einen vergewaltigenden Flüchtling.⁷⁴ Der Nutzer nahm Bezug auf die in rechten Kreisen populäre Meinung, dass es seit Beginn der Flüchtlingskrise vermehrt zu sexuell motivierten Straftaten durch Flüchtlinge gekommen sei. Bemerkenswert ist an dieser Stelle, dass der Nutzer Sven Manuel Hensing diese Aussage mit seinem Klarnamen tätigte, also kein Pseudonym nutzte, um seine Identität vor einer etwaigen strafrechtlichen Verfolgung zu verbergen. Unterstützt wurde dieser Umstand durch die Feststellung, dass der Seitenbetreiber auch diese Diskussion nicht moderiert hatte.

Um 18:06 beteiligte sich die Nutzerin Beate Herfurth an der Diskussion und teilte mit, dass es sich bei einem der beiden Geschädigten um ihren Sohn handele.⁷⁵ Obwohl dieser Sachverhalt

⁷¹ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

⁷² Ebd.

⁷³ Ebd.

⁷⁴ Urban Dictionary, Rapefugee, <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=rapefugee>> [24.07.2017].

⁷⁵ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

nicht belegt wurde und somit die Gefahr bestand, dass diese Aussage nicht der Tatsache entsprach, wurde dieser Beitrag der Nutzerin nicht moderiert. Zieht man in Betracht, dass die zugrundeliegenden Tatsachen der Wahrheit entsprachen, wurde auch hier seitens des Seitenbetreiber versäumt, die Nutzerin darauf aufmerksam zu machen, dass sie Informationen an die Öffentlichkeit weitergab, aus denen ihr ein persönlicher Nachteil entstehen konnte. In den nun folgenden Antworten auf den Kommentar der Nutzerin wurden zum Großteil Genesungswünsche übermittelt. Die Nutzerin wurde also in ihrer Entscheidung, persönliche Daten und Umstände in einem öffentlichen Forum zu veröffentlichen, dahingehend bestärkt, dass sie aktiv und aufgrund ungeprüfter Aussagen Zuspruch erhielt. Da die von der Nutzerin getätigte Aussage keine Relevanz für den Beitrag auf der Seite aufwies, darf davon ausgegangen werden, dass als Motiv für diesen Kommentar Geltungsdrang in Betracht gezogen werden konnte.

Um 18:26 Uhr reagierte der Nutzer Tim Czesch auf den Kommentar der Nutzerin Beate Herfurth mit der Antwort „*Hauptsache ich kann es erstmal bei Facebook posten.*“ [sic].⁷⁶ Hiermit griff er das offensichtliche Motiv der Nutzerin Herfurth auf und warf ihr diese Form des Geltungsdrangs vor. Unterstützt wurde er bei dieser Aussage von 24 Nutzern, welche durch die Like-Funktion diesen Vorwurf bekräftigten.⁷⁷ In der weiteren Folge beteiligte sich die augenscheinliche Tochter der Nutzerin Herfuth, Nadia Herfuth, an der Diskussion und tätigte in ihrer Antwort Äußerungen in Richtung des Nutzers Czesch, welche den Tatbestand der Beleidigung gemäß §185 StGB erfüllten. Hierbei sei besonders auf die Äußerungen „*Or du dummes etwas*“ [sic] und „*halt dein geschicktes Maul*“ [sic] verwiesen.⁷⁸ Auch hier wurde es seitens der Seitenbetreiber versäumt, moderierend in diese Diskussion einzugreifen. Es entwickelte sich erneut ein negatives Diskussionsklima, welches durch Beleidigungen und mangelnden Respekt geprägt war. In Folge dessen entstanden Aussagen, welche nunmehr von strafrechtlicher Relevanz waren.

⁷⁶ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

⁷⁷ Ebd.

⁷⁸ Ebd.



Abbildung 5: Kommentare zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

In diesem Zusammenhang postete die Nutzerin Laura Franke einen Kommentar und bezog sich auf den Geltungsdrangvorwurf gegenüber der Nutzerin Beate Herfurth. Hierbei positionierte sie sich pro der Nutzerin Herfurth.

Dem entgegen trat der Nutzer Steven Ma, welcher die Aussagen des Nutzers Tim Czesch unterstützte. In der weiteren Folge entwickelte sich über den Zeitraum von ca. drei Stunden eine Diskussion, welche durch die Nutzer Laura Carrum, Beate Herfurth und Sven Manuel Hensing ergänzt wurde und sich durch eine Vielzahl von Beleidigungen auszeichnete.

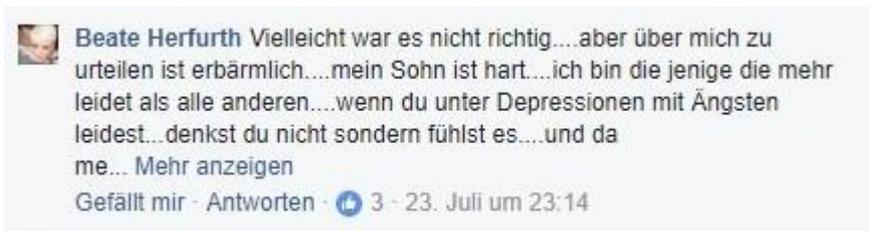


Abbildung 6: Kommentar zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Im Laufe der Diskussion war aus dem Kontext ersichtlich, dass die Nutzerin Beate Herfurth nach eigenen Angaben unter Schock stand sowie unter Depressionen litt. Auch hier kam der Seitenbetreiber seiner Sorgfaltspflicht nicht nach und ließ schädigende Aussagen unberührt stehen. Diese Vorgehensweise lässt sich im gesamten Kommentarbereich zu diesem Beitrag erkennen. Obwohl Aussagen getätigt wurden, welche eine Straftat ankündigten („So einer soll mich mal bedrohen der hat das messer schneller in seiner schulder als er schauen kann“ [sic], Alexander Neumann, 23.07.2017, 18:06 Uhr) oder beleidigten („Weil hier die scheiß asylheime sind. Kroatienweg, und dort bei der Tangente. Sudenburg is doch schon komplett voll mit den scheiß Asylbewerbern! Ich hab immer Angst um meine kinder“ [sic], Jessica Paproth, 24.07.2017, 9:49 Uhr)⁷⁹, fand sich im gesamten Kommentarbereich keine moderierende Aktion seitens des Seitenbetreibers. Dies fiel auch Kommentierenden auf. So fragte die Gruppe „Refugees welcome – Magdeburg heißt Geflüchtete willkommen“ als Antwort auf den vorstehenden Kommentar von Alexander Neumann, ob der Seitenbetreiber keinen Grund zum Einschreiten sehe („Lässt die Mod sowas hier unkommentiert stehen?“ [sic], Refugees welcome –

⁷⁹ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

Magdeburg heißt Geflüchtete willkommen, 23.07.2017, 21:48 Uhr).⁸⁰ Und auch der Nutzer Andreas Tschische richtete sich in einem eigenen Kommentar an den Seitenbetreiber: „*Gibt es hier eigentlich auch Moderatoren, oder finden die Gewaltphantasien und Vorstellungen von Selbstjustiz soweit ganz ok?*“ [sic], Andreas Tschische, 24.07.2017, 1:05 Uhr.⁸¹ Nachdem es vom Seitenbetreiber keine Reaktion auf die konkrete Anfrage gab, kommentierte der Nutzer Tschische seinen eigenen Kommentar wie folgt: „*Vielen Dank, alles klar!*“, Andreas Tschische, 25.07.2017, 22:54 Uhr.⁸²

Abschließend lässt sich feststellen, dass die sachlich formulierte Pressemitteilung der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord als Anlass dafür genommen wurde, Menschen zu beleidigen und zu bedrohen. Hierfür wurden aus der Meldung Reizworte, wie zum Beispiel „arabisches Aussehen“, übernommen und so ausgelegt, dass sie die eigene, bereits vorab bestehende Meinung unterstützten. Da sich ferner feststellen lässt, dass zu keinem Zeitpunkt seitens des Seitenbetreibers eine Moderation erfolgte, wurden die Nutzer auch nicht in der Wahl ihrer Aussagen zurechtgewiesen bzw. sanktioniert. Dies führte zu einer indirekten Bestätigung bei den Nutzern, dass diese Art der Kommunikation akzeptiert wird. Bestätigt wird diese Annahme durch die Feststellung, dass ein Großteil der Nutzer seine Aussagen mit Klarnamen äußert. Hier offenbart sich die Entwicklung, dass sich das fehlende Unrechtsbewusstsein so stark ausgeprägt ist, dass man mit keinen weiteren Konsequenzen rechnet und die Praxis weiterhin so fortführt. Hätte der Seitenbetreiber zu einem frühen Zeitpunkt moderierend eingegriffen und explizite Aussagen entsprechend sanktioniert, wäre die Eskalation der

⁸⁰ Facebook, Blaulicht Börde/Magdeburg, <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [24.07.2017].

⁸¹ Ebd.

⁸² Ebd.

Diskussion zu vermeiden gewesen. Der Verdacht, dass der Seitenbetreiber zu keinem



Abbildung 7: Kommentar zum Beitrag "Wetterlage nach Unwetterwarnung", erschienen am 15.06.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulich Börde/Magdeburg"

Zeitpunkt moderierend auftritt, konnte dahingehend widerlegt werden, als dass moderierte Beiträge vorgefunden werden konnten (siehe Abbildung 7). Hierbei handelte es sich jedoch um triviale Themen, welche keine Eskalation im Kommentarbereich befürchten ließen.

Ferner konnte festgestellt werden, dass Nutzer aktiv die Pressemitteilung aus ihrer Anonymität heben und öffentlich persönliche Beziehungen präsentieren. Dies stellt dahingehend ein Problem dar, dass sich Nutzer nach eigenen Angaben in einer extremen Situation befinden (Schock, Depression), aber in diesem Zustand sensible Daten teilen oder brisante Aussagen tätigen. Auch hier hätte der Seitenbetreiber eingreifen und zumindest unterstützend tätig sein müssen. Doch auch dies wurde unterlassen.

2.5. Umfrage zur Verbreitung von Pressemitteilungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord über diverse Social-Media-Kanäle

2.5.1. Vorbemerkung

Mit dieser Umfrage sollte festgestellt werden, wie die Nutzer die einzelnen Kommunikationswege, welche für die Verbreitung von Pressemitteilungen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord genutzt werden, bewertet und wie diese optimiert werden können.

Insgesamt absolvierten diese Umfrage 183 Teilnehmer vollständig. Dies bedeutet, dass 183 Teilnehmer von Beginn an die Befragung durchführten und schließlich den Hinweis erhielten, dass die letzte Frage erreicht sei. Ursprünglich begannen 214 Teilnehmer die Umfrage, doch 31 Teilnehmer brachen sie noch während des laufenden Befragungsprozesses ab. Daher wurden die Antworten dieser 31 Teilnehmer nicht gewertet und sind somit kein offizieller Bestandteil dieser Umfrage.

Die Umfrage wurde exklusiv im Zielmedium Facebook veröffentlicht. Hierbei wurde darauf geachtet, dass die Teilnehmer mindestens eine der Facebook-Gruppen Blaulicht Börde/Magdeburg, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord und Magdeburg112 abonniert haben und somit davon ausgegangen werden kann, dass ihnen Beiträge von mindestens einer der vorgenannten Gruppen bekannt sind.

2.5.2. Auswertung



Abbildung 8: Ergebnis zu der Frage, ob das Einsatzgeschehen der PD Nord verfolgt wird.

Bereits mit der ersten Frage sollten die 183 Teilnehmer separiert werden. Ziel war es, die Teilnehmer in zwei Gruppen zu unterteilen. Zum einen in Teilnehmer, die sich für das Einsatzgeschehen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord interessieren, zum anderen in Teilnehmer, die bisher kein Interesse dafür zeigten. Nunmehr war es möglich, beide Gruppe individueller zu befragen.

Nutzer, die kein Interesse am Einsatzgeschehen zeigen

Fast die Hälfte der Gesamtteilnehmerzahl (46,4%) teilte mit, dass sie sich nicht speziell für Berichte über das Einsatzgeschehen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord interessieren. Dieser hohe Anteil verwundert dahingehend, dass die Teilnehmer zwar mindestens eine der drei vorgenannten Facebook-Gruppen abonniert haben, jedoch angeben, kein spezielles Interesse an den Einsatzberichten der zuständigen Polizeidirektion zu haben. Daher schließt hier direkt die Folgefrage an, bei der eine Mehrfachauswahl möglich war, woher das Desinteresse rührt.

45 (52.3%): Es interessiert mich nicht.
37 (43.0%): Ich weiß nicht, wo ich mich darüber informieren kann.
15 (17.4%): Die Berichterstattung ist mir einfach zu unübersichtlich.

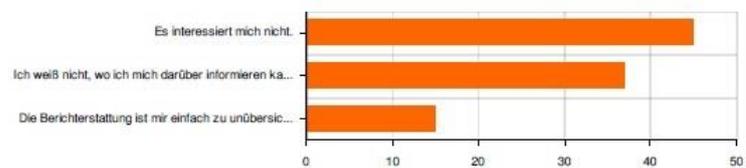


Abbildung 9: Ergebnis zu der Frage, warum sich die Befragten nicht für das Einsatzgeschehen der PD Nord interessieren.

Hierbei geben 52,3% der Teilnehmer an, dass sie absolut kein Interesse an der Berichterstattung haben. So ist festzustellen, dass diese Teilnehmer offensichtlich die Beiträge der sogenannten Blaulicht-Gruppen abonnieren, ohne dass sie es wünschen. Möglich ist hier der versehentliche Abschluss des Abonnements durch die Teilnehmer.

43,0% der Teilnehmer gaben an, dass sie nicht wissen, wo sie sich über Berichte über das Einsatzgeschehen informieren können. Auch diese Aussage steht im Kontrast zu der Tatsache, dass diese Teilnehmer mindestens eine sogenannte Blaulicht-Gruppe abonniert haben und offensichtlich entsprechende Beiträge gezeigt bekommen. Hier ist zu vermuten, dass die Teilnehmer diese Beiträge gar nicht als Berichte über das Einsatzgeschehen werten. Auch ist anzunehmen, dass diese Beiträge für die Startseite bei Facebook deaktiviert wurden bzw. nicht sofort angezeigt werden. Weiterhin gaben 17,4% der Befragten an, dass ihnen die Berichterstattung einfach zu unübersichtlich sei, sie sich somit durch die Vielzahl der Verbreitungsquellen verwirrt fühlen.



Hier knüpft die Frage an, ob den Befragten der Twitter-Kanal der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord bekannt ist. Dabei ist festzustellen, dass die große Mehrheit (95,3%) keine Kenntnis von dieser Bezugsquelle hat. Lediglich 4,7% gaben an, dass ihnen der Kanal bekannt sei.

Abbildung 10: Ergebnis zu der Frage, ob den Befragten der Twitter Kanal der PD Nord bekannt ist.

	sehr gut (1)		gut (2)		befriedigend (3)		ausreichend (4)		mangelhaft (5)		ungenügend (6)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Aktualität	-	-	3x	60,00	1x	20,00	1x	20,00	-	-	-	-	2,60	0,89
Häufigkeit der Tweets	-	-	1x	20,00	2x	40,00	1x	20,00	1x	20,00	-	-	3,40	1,14
Verständlichkeit der Twe...	-	-	2x	50,00	2x	50,00	-	-	-	-	-	-	2,50	0,58
Einbindung von Fotos	-	-	1x	25,00	1x	25,00	1x	25,00	1x	25,00	-	-	3,50	1,29
Einbindung von Videos	-	-	1x	25,00	1x	25,00	1x	25,00	-	-	1x	25,00	3,75	1,71
Gesamteindruck	-	-	1x	25,00	3x	75,00	-	-	-	-	-	-	2,75	0,50

Abbildung 11: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten den Twitter Kanal der PD Nord bewerten.

Bei der Folgefrage stellt sich heraus, dass von sämtlichen Parametern einzig die Aktualität des Kanals von 50% der Teilnehmer als „gut“ eingestuft wird. 40% vergeben diese Wertung außerdem für den Punkt „Häufigkeit der Tweets“. In den Punkten „Verständlichkeit der Tweets“, „Einbindung von Fotos“ und „Einbindung von Videos“ erreicht der Kanal lediglich Ergebnisse im Bereich „befriedigend“ bis „ausreichend“, wobei in der Kategorie „Einbindung von Videos“ sogar einmal die Einstufung „ungenügend“ gewählt wurde. Insgesamt erreicht der Twitter-Kanal der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord ein befriedigendes Ergebnis. Es ist aber zu beachten, dass dieses Ergebnis durch die Minderheit ermittelt wurde, welches ausdrücklich kein Interesse am Einsatzgeschehen zeigen, dennoch Kenntnis vom Twitter-Auftritt der vorgenannten Polizeidirektion haben.

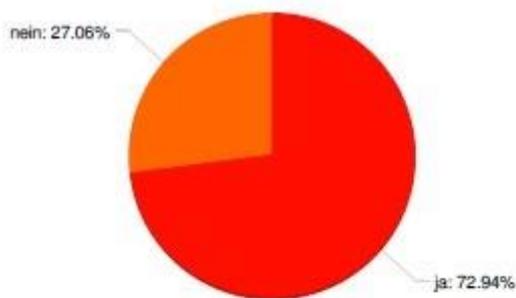


Abbildung 12: Ergebnis zu der Frage, ob die Befragten es begrüßen würden, wenn die PD Nord eine eigene Facebook-Seite betreiben würde.

Gleichwohl würden es aber 72,9% der Befragten begrüßen, wenn die Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord eine eigene Seite auf Facebook betreiben würde. Lediglich 27,1% sprechen sich dafür nicht aus.

	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		nicht so wichtig (3)		unwichtig (4)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Aktualität der Beiträge	48x	77,42	14x	22,58	-	-	-	-	1,23	0,42
Fotos von Einsätzen	6x	9,68	26x	41,94	28x	45,16	2x	3,23	2,42	0,71
Videos von Einsätzen	2x	3,23	15x	24,19	36x	58,06	9x	14,52	2,84	0,71
Betreuung durch profession...	21x	33,87	29x	46,77	12x	19,35	-	-	1,85	0,72
Live-Übertragungen von Ein...	1x	1,61	7x	11,29	31x	50,00	23x	37,10	3,23	0,71

Abbildung 13: Ergebnis zu der Frage, welche Punkte den Befragten bei einer etwaigen Facebook-Seite der PD Nord wichtig wären.

Der hohe Zustimmungsanteil ist darauf zurückzuführen, dass sich die Nutzer eine professionelle, verifizierte und direkte Quelle wünschen. 77,4% der Befragten geben an, dass ihnen die Aktualität der Beiträge sehr wichtig sei. Diese Aktualität ist nur gegeben, wenn die redaktionelle Betreuung in direkter Kooperation mit den im Einsatz befindlichen Beamten erfolgt. Jedoch geben 87,1% der Befragten an, dass Ihnen eine Live-Übertragung vom Einsatzort nicht so wichtig bzw. unwichtig sei. Etwaige weiterführende voyeuristische Anliegen sind somit bei dieser Gruppe der Befragten kaum vorhanden. Bezüglich der Nutzung von medialen Elementen sprechen sich die Befragten klar für die Nutzung von Fotos statt Videos aus. Einigkeit herrscht hingegen bei der Frage, ob die Seite von einem professionellen Team geführt werden soll. 80,6% geben hierzu an, dass ihnen dieser Aspekt wichtig bzw. sehr wichtig sei. An dieser Stelle wurden die Teilnehmer der Befragung, welche die Eingangsfrage mit Nein beantworteten, zu den demografischen Fragen am Ende der Umfrage weitergeleitet.

Nutzer, die Interesse am Einsatzgeschehen zeigen

54 (55.1%): TV-Sendungen (z.B. Sachsen-Anhalt Heute, MDR um 2)

59 (60.2%): Radiosender (z.B. MDR AKTUELL, radio SAW, Radio Brocken)

35 (35.7%): Printmedien (z.B. Volksstimme, Mitteldeutsche Zeitung, Generalanzeiger)

71 (72.4%): Facebook-Gruppen (z.B. Blaulicht Börde/Magdeburg, BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord, Magdeburg112)

25 (25.5%): Internetseite der Polizei Sachsen-Anhalt (polizei-web.sachsen-anhalt.de)

31 (31.6%): Onlineauftritte der regionalen Tageszeitungen (z.B. volksstimme.de, mz-web.de)

18 (18.4%): Twitterkanal der PD Nord (@PolizeiPDNord)

10 (10.2%): andere Twitterkanäle (z.B. @volksstimme_md, @MDR_SAN)

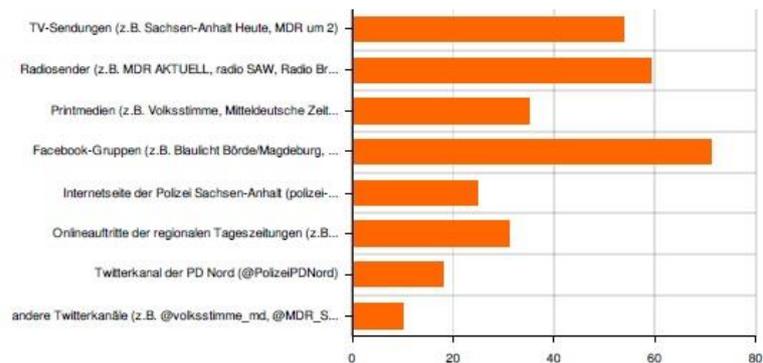


Abbildung 14: Ergebnis zu der Frage, welche Kanäle von den Befragten genutzt werden, um sich über das Einsatzgeschehen der PD Nord zu informieren.

Zunächst sollte ermittelt werden, woher die Befragten ihre Informationen beziehen. Mehrfachnennungen waren dabei möglich. Es zeigte sich, dass die auf Facebook vertretenen Blaulicht-Gruppen mit 72,4% als meistgenutzte Quelle benannt wurden. Weiterhin wurden mit Radiosendern (60,2%) und regionale TV-Sendungen (55,1%) Medien genannt, die umgehend auf aktuelle Ereignisse reagieren können. Erst dann folgen die klassischen Printmedien, die lediglich von 35,7% der Befragten genannt wurden. Erstaunlich ist das schlechte Abschneiden des Twitter-Kanals der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord, der nur von 18,4% genannt wurde. Obwohl er mit Aktualität punkten kann und Meldungen sofort auf dem Smartphone angezeigt werden können, informieren sich 25,5% der Befragten lieber über der Homepage der Polizei Sachsen-Anhalt. Zurückzuführen ist dies auf die offensichtlich verhältnismäßig geringe Verbreitung der App Twitter bei den Befragten sowie der mangelnden Kenntnis über die Existenz eines Twitter-Kanals der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord.

	sehr gut		gut		befriedigend		ausreichend		mangelhaft		ungenügend		Ø	±
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Aktualität	5x	27,78	11x	61,11	2x	11,11	-	-	-	-	-	-	1,83	0,62
Häufigkeit der Tweets	2x	11,11	10x	55,56	5x	27,78	1x	5,56	-	-	-	-	2,28	0,75
Verständlichkeit der Twe...	5x	27,78	12x	66,67	-	-	1x	5,56	-	-	-	-	1,83	0,71
Einbindung von Fotos	-	-	11x	61,11	3x	16,67	2x	11,11	1x	5,56	1x	5,56	2,78	1,22
Einbindung von Videos	-	-	8x	44,44	3x	16,67	3x	16,67	2x	11,11	2x	11,11	3,28	1,45
Gesamteindruck	1x	5,56	13x	72,22	2x	11,11	1x	5,56	1x	5,56	-	-	2,33	0,91

Abbildung 15: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, den Twitter Kanal der PD Nord bewerten.

Vergleicht man die Ergebnisse der Befragten, die den Twitter-Kanal kennen und sich für das Einsatzgeschehen interessieren, mit denen, die den Twitter-Kanal ebenfalls kennen, sich jedoch nicht für das Einsatzgeschehen interessieren, ist festzustellen, dass die Gruppe der Interessierten die Aktualität der Beiträge des Kanals deutlich besser bewertet als die Gruppe der Nicht-Interessierten. So wird diese von 27,8% der Interessierten mit sehr gut bewertet, während die Wertung bei den Nicht-Interessierten nie ausgewählt wurde. Insgesamt zeigt sich, dass die Wertungen der Interessierten in den jeweiligen Kategorien im Vergleich zu den Nicht-Interessierten durchschnittlich eine Stufe besser waren. Es ist zu vermuten, dass hierfür die unterschiedliche Betrachtungsweise des Kanals ursächlich ist. Personen, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, lassen diesen Faktor bei der Bewertung auch mit einfließen. Es handelt sich somit gewissermaßen um einen themenbezogenen Sympathiepunkt, welcher der Thematik zugesprochen wird.

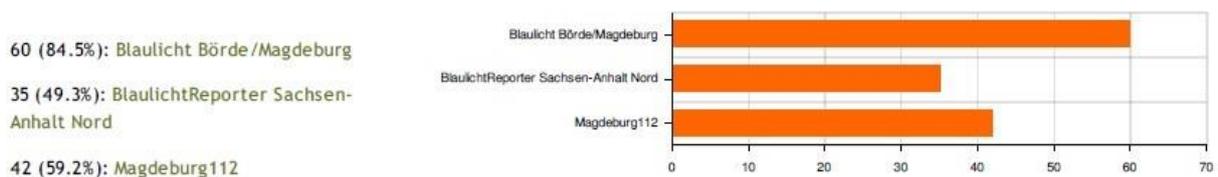


Abbildung 16: Ergebnis zu der Frage, welche der Facebook-Gruppen den Befragten bekannt sind.

Die Befragten, die mitteilten, dass sie Facebook als Quelle für das Einsatzgeschehen nutzen, wurden detaillierter befragt. Zunächst sollte herausgefunden werden, ob ihnen die Gruppen „Blaulicht Börde/Magdeburg“, „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“ und „Magdeburg112“ bekannt sind. Auch hier waren Mehrfachnennungen möglich. Es stellte sich heraus, dass die größte Gruppe, nämlich „Blaulicht Börde/Magdeburg“, gleichzeitig auch die bekannteste Gruppe ist. 84,5% gaben an, dass ihnen die Gruppe bekannt sei. Überraschend erreichte die Gruppe „Magdeburg112“ mit 59,2% einen deutlichen höheren Zuspruch als die Gruppe

„BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“, welche nur von 49,3% der Befragten genannt wurde, obwohl sie fast fünfmal so viele Abonnenten wie „Magdeburg112“ vorweisen kann.

	sehr gut (1)		gut (2)		befriedigend (3)		ausreichend (4)		mangelhaft (5)		ungenügend (6)		keine Angabe (7)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Blaulicht Börde/Magdebu...	20x	28,17	33x	46,48	4x	5,63	3x	4,23	1x	1,41	-	-	10x	14,08	2,61	1,96
BlaulichtReporter Sachse..	4x	5,63	25x	35,21	8x	11,27	1x	1,41	1x	1,41	-	-	32x	45,07	4,38	2,46
Magdeburg112	14x	19,72	22x	30,99	6x	8,45	-	-	1x	1,41	-	-	28x	39,44	3,90	2,60

Abbildung 17: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten die Facebook-Gruppen hinsichtlich der Aktualität bewerten.

Die Teilnehmer wurden gefragt, wie sie die einzelnen und ihnen bekannten Gruppen hinsichtlich der Aktualität bewerten. Alle drei Gruppen schnitten dabei mit „gut“ ab, „Blaulicht Börde/Magdeburg“ (28,2%) und „BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord“ (19,7%) auch überdurchschnittlich mit „sehr gut“. Hier zeigt sich, dass die entsprechenden Seitenbetreiber tatsächlich schnellstmöglich auf die von der Pressestelle veröffentlichten Polizeimitteilungen reagierten und ihre Beiträge verbreiteten.

	sehr gut (1)		gut (2)		befriedigend (3)		ausreichend (4)		mangelhaft (5)		ungenügend (6)		keine Angabe (7)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Blaulicht Börde/Magdebu...	15x	21,13	34x	47,89	7x	9,86	1x	1,41	3x	4,23	-	-	11x	15,49	2,82	2,00
BlaulichtReporter Sachse..	8x	11,27	24x	33,80	3x	4,23	1x	1,41	2x	2,82	-	-	33x	46,48	4,37	2,56
Magdeburg112	15x	21,13	23x	32,39	3x	4,23	-	-	1x	1,41	-	-	29x	40,85	3,92	2,65

Abbildung 18: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten die Facebook-Gruppen hinsichtlich der redaktionellen Arbeit bewerten.

An die vorherige Frage angeknüpft, sollten die Befragten die redaktionelle Aufbereitung der Informationen bei den ihnen bekannten Gruppen bewerten. Hierzu gehörte neben der Verständlichkeit der Beiträge auch die Rechtschreibung sowie die Grammatik. Sämtliche Gruppen erhielten hier ausnahmslos gute bzw. sehr gute Bewertungen. Allerdings gilt es hierbei zu beachten, dass es sich bei den Beiträgen um die komplett übernommenen Mitteilungen der Pressestelle der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord handelt. Aufgrund der mangelhaften Quellenangabe wird dem Nutzer erschwert, den eigentlichen Autor des Textes zu ermitteln.

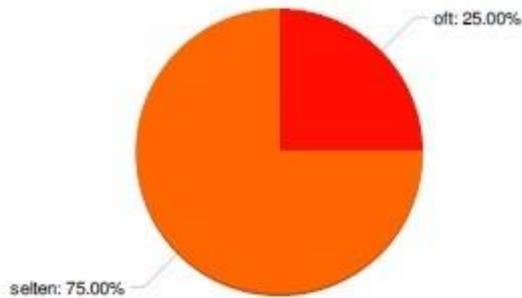


Abbildung 19: Ergebnis zu der Frage, wie oft die Befragten Beiträge in den Facebook-Gruppen kommentieren.

Nunmehr wurde auf die Aktivität der Nutzer in den Gruppen eingegangen. Konkret wurde gefragt, ob und wie die bei Facebook bestehende Kommentarfunktion bei den Beiträgen genutzt wird. Dabei zeigt sich, dass die überwiegende Mehrheit, je nach Gruppe

zwischen 73,2% und 84,5%, diese Funktion nicht nutzt. Die meiste Kommentaraktivität verzeichnet die größte der drei Gruppen, nämlich „Blaulicht Börde/Magdeburg“ mit 26,8%. Anschließend wurde an alle Beteiligten, welche die Frage nach der Nutzung der Kommentarfunktion mit „Ja“ beantworteten, die Frage gerichtet, wie oft sie Beiträge kommentieren. Die überwiegende Mehrheit (75,0%) gab hierzu an, dass sie nur selten kommentieren. Der Rest entschied sich für die Angabe „oft“. Die Angabe „sehr oft“ wurde von keinem Befragten ausgewählt. Es zeigt sich also, dass ein Großteil der Befragten die Gruppe zum reinen Lesen nutzt und nicht aktiv in das Gruppengeschehen eingreift.

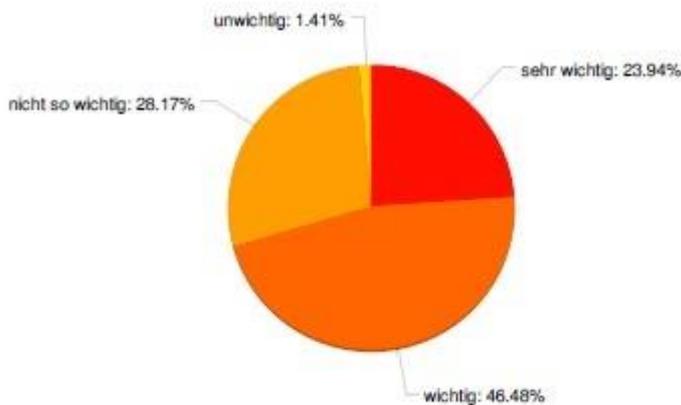


Abbildung 20: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten Fotos und Videos in den Beiträgen der Facebook-Gruppen sind.

Ein Vorteil der Blaulicht-Gruppen ist die einfache Implementierung und Verbreitung von Medieninhalten wie Fotos und Videos. Die Häufigkeit der Nutzung wird in den

verschiedenen Gruppen unterschiedlich gehandhabt. Bei der Befragung gaben 46,5% der Teilnehmer an, dass ihnen diese Medieninhalte wichtig seien. Sogar 23,9% der Befragten sind der Meinung, dass ihnen Fotos und Videos „sehr wichtig“ sind. Hier zeigt sich aber das Dilemma der bisher bestehenden Blaulicht-Gruppen. Etwaiges Material können sie nur dann aufweisen, wenn ein entsprechendes Medium bereits über den Vorgang berichtet hat und so als Quelle genutzt werden kann. Quellen, wie beispielsweise die Pressestelle der Polizeidirektion, die Fotos zum Vorgang liefert, oder Berichte von regionalen Medienunternehmen, wie dem MDR oder der Volksstimme. Es ist den Blaulicht-Gruppen

jedoch nicht möglich, entsprechendes Material bei Lagen zu erzeugen und zu verbreiten, da keine klassische Redaktion im Hintergrund diese Vorgänge steuern könnte. Vielmehr ist man auf zufällig entstandenes Material der Nutzer angewiesen, was meist erst auf Anfrage zugespielt werden kann.

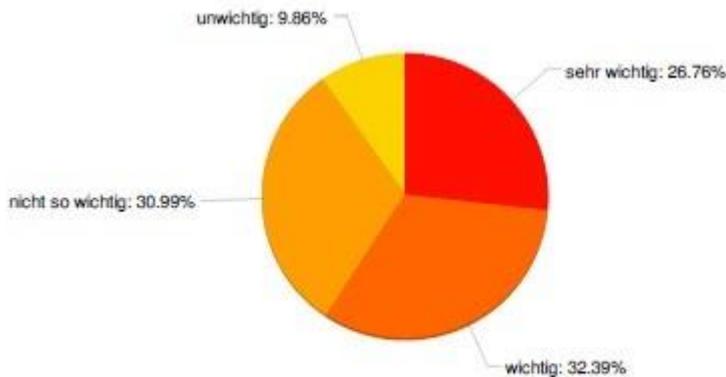


Abbildung 21: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten die Funktion "Teilen des Beitrages" in den Facebook-Gruppen ist.

Die Befragten befassten sich anschließend mit der Frage, wie wichtig ihnen die Teilen-Funktion, also die Möglichkeit einen Beitrag von Dritten auf der eigenen Facebook-Seite

zu verbreiten, ist. 59,2% der Befragten gaben an, dass ihnen speziell diese Funktion „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ ist. Lediglich 9,9% sind der Meinung, dass die Funktion zu vernachlässigen sei. Die Popularität dieser Funktion ergibt aus der Möglichkeit, beispielsweise Suchmeldungen

mit wenig Aufwand in seinem Freundeskreis zu verbreiten und den Ermittlungserfolg zu fördern.

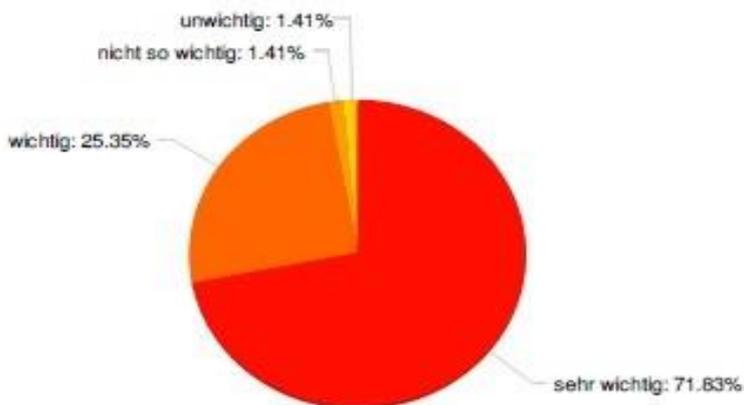


Abbildung 22: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten die Rückmeldungen seitens der Facebook-Gruppen sind, wenn zuvor Suchmeldungen auf diesem Weg verbreitet wurden.

Wichtig ist den Befragten hier aber auch die

unbedingte Rückmeldung, ob eine Suchmeldung zum Erfolg führte. Dies gaben bei der Befragung 25,4% der Teilnehmer an. 71,8% der Teilnehmer werteten dies sogar als „sehr wichtig“. Auch hier zeigt sich, dass die Blaulicht-Gruppen nur über diese Informationen verfügen, wenn sie diese aus einer Quelle entnehmen können oder sie ihnen direkt zugespielt wird.

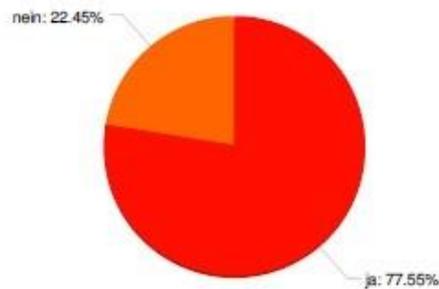


Abbildung 23: Ergebnis zu der Frage, ob die Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, die Einführung einer eigenen Facebook-Seite der PD Nord begrüßen würden.

Nachdem schon die Befragten, die das Einsatzgeschehen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord nicht verfolgen, deutlich zu verstehen gaben, dass sie sich eine eigene Facebook-Seite der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord wünschen, begrüßen 77,6% der Befragten, die das Einsatzgeschehen der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord verfolgen, ebenfalls dieses Vorhaben.

	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		nicht so wichtig (3)		unwichtig (4)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Aktualität der Beiträge	62x	81,58	14x	18,42	-	-	-	-	1,18	0,39
Fotos von Einsätzen	9x	11,84	42x	55,26	25x	32,89	-	-	2,21	0,64
Videos von Einsätzen	5x	6,58	26x	34,21	39x	51,32	6x	7,89	2,61	0,73
Live-Übertragungen von Eins..	5x	6,58	14x	18,42	35x	46,05	22x	28,95	2,97	0,86
Betreuung durch profession...	24x	31,58	45x	59,21	7x	9,21	-	-	1,78	0,60

Abbildung 24: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, einzelne Punkte bei einer etwaigen Facebook-Gruppe der PD Nord sind.

Allein 90,8% der Befragten geben an, dass ihnen die Betreuung durch ein professionelles Social-Media-Team „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ sei. Dies spricht dafür, dass die Nutzer die zum Teil niveaulosen Diskussionen im Kommentarbereich nicht akzeptieren und eine entsprechende Moderation wünschen. Auch die Aktualität der Beiträge liegt den Befragten am Herzen. Die Wertungen „wichtig“ und „sehr wichtig“ erreichten zusammen 100%. Außerdem ist zu erkennen, dass die Nutzer viel Wert auf Fotos legen. Gewünscht, aber als weniger wichtig angesehen, sind Videos. Ein Aspekt hierfür mag sein, dass Videos auf mobilen Endgeräten mehr Datenvolumen beim Nutzer abfordern als Fotos und somit dem

Nutzungsverhalten der Konsumenten entgegenstehen. Dies würde auch erklären, warum Live-Übertragungen von der überwiegenden Mehrheit als unwichtig angesehen werden.

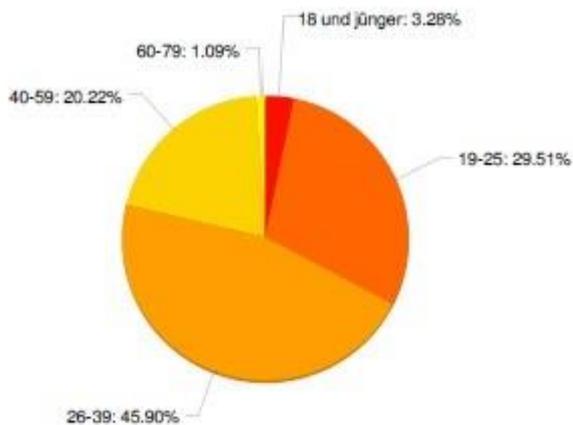


Abbildung 25: Ergebnis zu der Frage, wie alt die befragte Person ist.

Abschließend wurden die Befragten zu den demografischen Fragen weitergeleitet. Die Auswertung ergibt, dass fast die Hälfte der Nutzer, nämlich 45,9%, zwischen 26 Jahre und 39 Jahre alt ist und somit ein Alter erreicht hat, in dem einer beruflichen Tätigkeit nachgegangen wird. Es folgt mit 29,51% die Gruppe der Personen zwischen 19 Jahre und 25 Jahre, welche typischerweise aktuell eine Ausbildung oder ein Studium absolviert oder bereits erste Berufserfahrung sammeln konnte. Anschließend folgen mit 20,22% die Personen zwischen 40 Jahre und 59 Jahre. Sehr gering fällt die Beteiligung bei den Befragten über 60 Jahre (1,09%) und 18 und jünger (3,28%) aus.

Jahre und 25 Jahre, welche typischerweise aktuell eine Ausbildung oder ein Studium absolviert oder bereits erste Berufserfahrung sammeln konnte. Anschließend folgen mit 20,22% die Personen zwischen 40 Jahre und 59 Jahre. Sehr gering fällt die Beteiligung bei den Befragten über 60 Jahre (1,09%) und 18 und jünger (3,28%) aus.

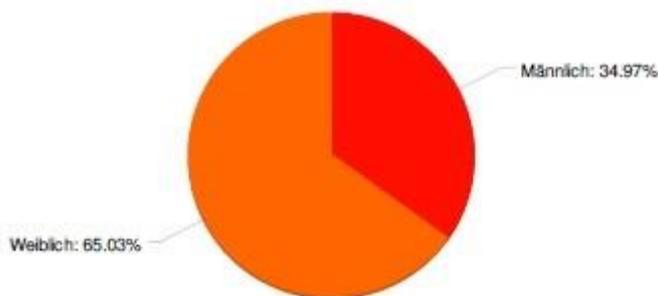


Abbildung 26: Ergebnis zu der Frage, ob die befragte Person männlich oder weiblich ist.

Die Statistik ist somit kongruent zum typischen Facebook-Nutzungsschema. Erstaunlich ist allerdings, dass mit 65,03% der Befragten deutlich mehr Frauen als Männer an dieser Umfrage teilnahmen.

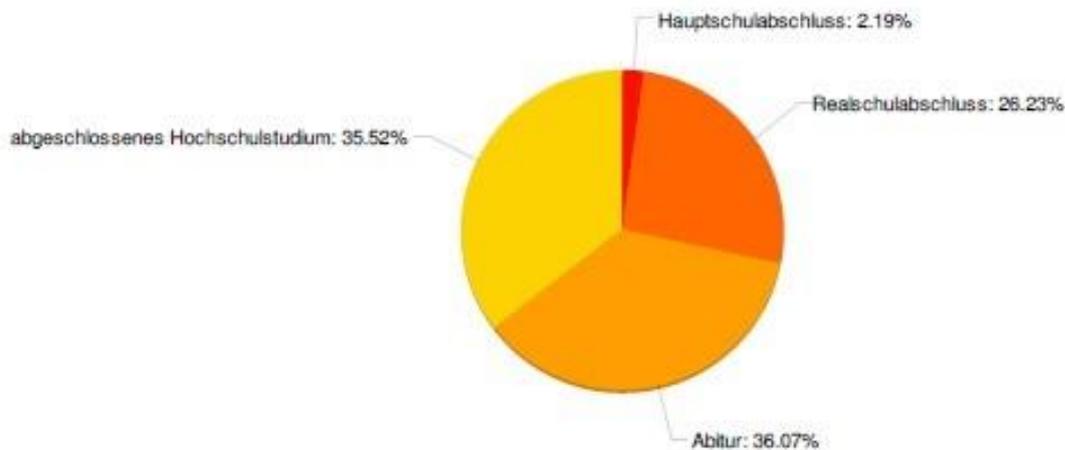


Abbildung 27: Ergebnis zu der Frage, welchen Abschluss die befragte Person erreichte.

Zum Ende wurden die Befragten nach dem zum Zeitpunkt der Umfrage höchsten erworbenen Abschluss befragt.

Hier ergibt sich das Bild, dass bereits 35,52% der Befragten ein Hochschulstudium abgeschlossen haben. 36,07% legten bereits ihr Abitur ab und erwarben somit die entsprechende Hochschulreife. Den Realschulabschluss erreichten 26,23% der Befragten, den Hauptschulabschluss nur 2,19 %. Die Auswahl „ohne Abschluss“ wurde von niemandem ausgewählt. So zeigt sich, dass mit 71,59% der größte Anteil der Befragten im Bereich der Akademiker bzw. potentielle Akademiker einzuordnen ist.

2.5.3. Ergebnis der Umfrage

Es ist somit festzustellen, dass eine von der Polizeidirektion Sachsen-Anhalt Nord betriebene Facebook-Seite Informationen über das Einsatzgeschehen deutlich besser und zielgerichteter steuern und verbreiten könnte. Denn die bei den bestehenden Blaulicht-Gruppen aufgeführten Mängel, könnten mit einer eigenen Seite behoben werden. Wichtig wäre dabei zunächst, dass diese Seite von einem professionellen Team betrieben wird, welches sich ausschließlich mit der Betreuung befasst. Dieses Team kann bei etwaigen Lagen direkt Informationen aus erster Hand recherchieren, diese redaktionell aufbereiten und entsprechend verwerthen. Hierzu gehört auch die Nutzung von Medienelementen wie Fotos und Videos, welche durch Beamte vor Ort zugespielt wird, oder vom Social-Media-Team vor Ort selbst erzeugt werden. Das heißt, dass die von den Befragten geforderten Aspekte, wie professionelle Betreuung, Aktualität,

multimediale Inhalte und direktes Feedback in dieser Form nur von der Polizei erfüllt werden können. Es besteht somit die Chance, auf Dauer ein Medium zu etablieren, welches etwaige Falschmeldungen und Eskalationen eindämmen kann und als neuer Kommunikationsweg akzeptiert wird.

3. Fazit

Betrachtet man die Auswertung der durchgeführten Umfrage, zeigen die Teilnehmer ein eindeutiges Meinungsbild auf. Die Einführung einer von der Polizei betreuten Facebook-Seite wird mit überwältigender Mehrheit gewünscht. Zu sehr haben privat betriebene Gruppen wie „Blaulicht Börde/Magdeburg“ bewiesen, dass sie der Verantwortung, die die Verbreitung von Informationen über das Einsatzgeschehen mit sich bringt, nicht gewachsen sind und sich ihrer zugewiesenen Rolle als Moderator entziehen. Denn entgegen der Annahme, dass die Moderation komplett entfällt, lässt sich feststellen, dass eine Moderation nur bei trivialen Beiträgen stattfindet, welche eher einen geringeren Nachrichtenwert haben. Die Auswertung der Facebook-Beiträge ergab, dass diese Moderation jedoch komplett eingestellt wird, sobald die Themen spezifischer werden und entsprechendes Hintergrundwissen erfordern. Das damit einhergehende Ausbleiben von Sanktionen sorgt für ein Ausbreiten einer Kommunikationskultur, die durch Respektlosigkeit, Aggressivität und fehlende Empathie geprägt ist. Ein weiteres Argument für die Einführung einer von der Polizei betriebenen Facebook-Seite in Sachsen-Anhalt ist die vergleichsweise geringe Bekanntheit der vorhandenen Kommunikationskanäle. Interessierte informieren sich lieber bei inoffiziellen Medien, als über die offiziellen Kanäle der Polizei, wie der Homepage oder dem Twitter-Kanal. Erschwerend kommt hinzu, dass es keinen gemeinsamen Twitter-Kanal der Polizei Sachsen-Anhalt gibt, sondern jede der drei Polizeidirektionen einen eigenen Kanal betreibt. Eine Tatsache, welche die Unübersichtlichkeit bei der Informationssuche fördert. Ergänzt wird dies durch den Fakt, dass Sachsen-Anhalt bundesweit das Flächenland mit der höchsten Kriminalitätsrate ist⁸³ und somit ein erhöhtes Einsatzgeschehen aufweist. Gerade in diesem Zusammenhang ist eine kontrollierte und professionelle Aufbereitung und Verbreitung der Informationen unerlässlich.

Dass eine zentrale gesteuerte Social-Media-Bearbeitung funktioniert, zeigt die Arbeitsweise der Polizei des Freistaats Sachsen. Das von Leipzig aus aktive Social-Media-Team übernimmt die Aktivitäten für die gesamte sächsische Polizei und kann mit der von Ihnen betriebenen

⁸³ MDR, Aussage von Schulz zu Kriminalität in Sachsen-Anhalt stimmt nur zum Teil (05.09.2017), <<http://www.mdr.de/nachrichten/politik/regional/faktencheck-kriminalitaet-sachsen-anhalt100.html>> [07.09.2017].

Facebook-Seite „Polizei Sachsen“ die meisten Abonnenten zum Thema Einsatzgeschehen in Sachsen verzeichnen. Die Gefahr, dass eine von Dritten betriebene Facebook-Seite, welche möglicherweise keinen professionellen Background aufweist, eine negativ gefärbte Kommunikationskultur aufkommen lässt, ist hier deutlich geringer, da die offiziell betriebene Seite den größten Zulauf und somit von einem Großteil der Interessierten als primäre Quelle genutzt wird. Aufgrund der durchgeführten Moderation und, sofern notwendig, angewandten Sanktionen, wird hier die Professionalität aufgezeigt, die von den Teilnehmern der Umfrage von der Polizei Sachsen-Anhalt bei Facebook gewünscht wird.

Ähnlich wie seinerzeit die Polizei Sachsen, startet die Polizei Sachsen-Anhalt nun auch mit einer Art Testballon. Die im August 2017 auf Facebook eingeführte Karriereseite der Fachhochschule der Polizei⁸⁴ soll für erste Erfahrungswerte dienen, die als Grundlage für eine mögliche Facebook-Seite der Polizei Sachsen-Anhalt fungieren könnte. Es besteht somit die Chance, die Kommunikationsstruktur der Polizei Sachsen-Anhalt entscheidend zu beeinflussen und neu auszurichten.

⁸⁴ Facebook, Polizei Sachsen-Anhalt Karriere, <<https://www.facebook.com/Nachwuchsfahndung/>> [07.09.2017].

4. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kommentar zum Beitrag "Randale im Magdeburger Autohaus", erschienen am 10.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Abbildung 2: Kommentare zum Beitrag "Körperverletzung am Hasselbachplatz", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord"

Abbildung 3: Kommentare zum Beitrag "Körperverletzung am Hasselbachplatz", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord"

Abbildung 28: Kommentare zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Abbildung 29: Kommentare zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Abbildung 30: Kommentar zum Beitrag "Messerangriff in der Wolfenbütteler Straße", erschienen am 23.07.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Abbildung 31: Kommentar zum Beitrag "Wetterlage nach Unwetterwarnung", erschienen am 15.06.2017 auf der Facebook-Seite "Blaulicht Börde/Magdeburg"

Abbildung 32: Ergebnis zu der Frage, ob das Einsatzgeschehen der PD Nord verfolgt wird.

Abbildung 33: Ergebnis zu der Frage, warum sich die Befragten nicht für das Einsatzgeschehen der PD Nord interessieren.

Abbildung 34: Ergebnis zu der Frage, ob den Befragten der Twitter Kanal der PD Nord bekannt ist.

Abbildung 35: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten den Twitter Kanal der PD Nord bewerten.

Abbildung 36: Ergebnis zu der Frage, ob die Befragten es begrüßen würden, wenn die PD Nord eine eigene Facebook-Seite betreiben würde.

Abbildung 37: Ergebnis zu der Frage, welche Punkte den Befragten bei einer etwaigen Facebook-Seite der PD Nord wichtig wären.

Abbildung 38: Ergebnis zu der Frage, welche Kanäle von den Befragten genutzt werden, um sich über das Einsatzgeschehen der PD Nord zu informieren.

Abbildung 39: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, den Twitter Kanal der PD Nord bewerten.

Abbildung 40: Ergebnis zu der Frage, welche der Facebook-Gruppen den Befragten bekannt sind.

Abbildung 41: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten die Facebook-Gruppen hinsichtlich der Aktualität bewerten.

Abbildung 42: Ergebnis zu der Frage, wie die Befragten die Facebook-Gruppen hinsichtlich der redaktionellen Arbeit bewerten.

Abbildung 43: Ergebnis zu der Frage, wie oft die Befragten Beiträge in den Facebook-Gruppen kommentieren.

Abbildung 44: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten Fotos und Videos in den Beiträgen der Facebook-Gruppen sind.

Abbildung 45: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten die Funktion "Teilen des Beitrages" in den Facebook-Gruppen ist.

Abbildung 46: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten die Rückmeldungen seitens der Facebook-Gruppen sind, wenn zuvor Suchmeldungen auf diesem Weg verbreitet wurden.

Abbildung 47: Ergebnis zu der Frage, ob die Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, die Einführung einer eigenen Facebook-Seite der PD Nord begrüßen würden.

Abbildung 48: Ergebnis zu der Frage, wie wichtig den Befragten, die sich für das Einsatzgeschehen interessieren, einzelne Punkte bei einer etwaigen Facebook-Gruppe der PD Nord sind.

Abbildung 49: Ergebnis zu der Frage, wie alt die befragte Person ist.

Abbildung 50: Ergebnis zu der Frage, ob die befragte Person männlich oder weiblich ist.

Abbildung 51: Ergebnis zu der Frage, welchen Abschluss die befragte Person erreichte.

5. Literatur- und Quellenverzeichnis

B Ü C H E R:

Bobinger, Ulrich (1995): Erfolgreiche Pressearbeit. Rostock: Hanseatischer Fachverlag für Wirtschaft

Fehr, Alexander (2014): Social Media, Apps und Co. – Die Rolle der Polizei im Zeitalter des Web 2.0. Frankfurt, Verlag für Polizeiwissenschaft

Huber, Christian (2011): Kommunikation im Web 2.0 – Public Relations, Prävention und Nachwuchsgewinnung auf dem Internetportal „Facebook“. Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft

Linszen, Ruth; Pfeiffer, Hartmut (2009): Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien. Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft

Mast, Claudia (2008): ABC des Journalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Mast, Claudia (1999): Berufsziel Journalismus. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH

Mast, Claudia (2010): Unternehmenskommunikation. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH

Ohlsen, Rainer; Kelling, Peter (1985): polizei aktuell, Band 38, Polizei und Medien. Hannover: Richard Boorberg Verlag GmbH & Co

Konken, Michael (1998): Pressearbeit – Mit den Medien in die Öffentlichkeit. Limburgerhof: FBV Medien-Verlags GmbH

QUELLEN:

Backes, Thierry; Jaschensky, Wolfgang; Langhans, Katrin; Munzinger, Hannes; Witzenberger, Benedict; Wormer, Vanessa: Süddeutsche Zeitung in: sueddeutsche.de. Timeline der Panik. URL: <<http://gfx.sueddeutsche.de/apps/57eba578910a46f716ca829d/www/>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

Fricke, Matthias: Volksstimme in: Volksstimme.de. Ermittlern fehlt Spur nach Brandanschlag. URL: <<https://www.volksstimme.de/sachsen-anhalt/facebook-fahndung-ermittlern-fehlt-spur-nach-brandanschlag>> [letzter Abruf am 04.07.2017]

Gideon, Gottfried: Musikmarkt in: Musikmarkt.de, Stolzer Umsatz aber kaum Nutzerwachstum, URL: <<http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Twitter-Aktie-stolzer-Umsatz-jedoch-kaum-Nutzerwachstum>> [letzter Abruf am 02.09.2017]

Kaiser, Tobias: Welt in: Welt.de. Das Märchen von blühenden ostdeutschen Städten. URL: <<https://www.welt.de/wirtschaft/article138060719/Das-Maerchen-von-bluehenden-ostdeutschen-Staedten.html>> [letzter Abruf am 04.07.2017]

o.V.: Bundesregierung in: Bundesregierung.de. Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel. URL: <<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/08/2015-08-31-pk-merkel.html>> [letzter Abruf am 24.07.2017]

o.V.: dejure in: dejure.org. Grundgesetz. URL: <<https://dejure.org/gesetze/GG/5.html>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

o.V.: dejure in: dejure.org. Strafgesetzbuch. URL: <<https://dejure.org/gesetze/StGB/111.html>> [letzter Abruf am 12.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Blaulicht Börde/Magdeburg. URL: <<https://www.facebook.com/BlaulichtBoerdeMD/>> [letzter Abruf am 24.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Blaulichtberichte Leipzig. URL: <<https://www.facebook.com/blaulichtleipzig/>> [letzter Abruf am 04.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. BlaulichtReporter Sachsen-Anhalt Nord. URL: <<https://www.facebook.com/blaulichtreporter.sachsen.anhalt/>> [letzter Abruf am 24.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Landeskriminalamt Sachsen-Anhalt. URL: <<https://www.facebook.com/LKASachsenAnhalt/>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Polizei Sachsen. URL: <<https://www.facebook.com/polizeisachsen.info/>> [letzter Abruf am 22.05.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Polizei Sachsen – Deine Karriere. URL: <https://www.facebook.com/polizeisachsen.karriere/?ref=br_rs> [letzter Abruf am 04.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Fachhochschule Polizei Sachsen-Anhalt. URL: <<https://twitter.com/FHPolizeiLSA>> [letzter Abruf am 02.07.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Polizei Sachsen-Anhalt Karriere. URL: <<https://www.facebook.com/Nachwuchsfahndung/>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Company Info. URL: <<https://newsroom.fb.com/company-info/>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

o.V.: Facebook in: Facebook.com. Marcus da Gloria Martins. URL: <<https://www.facebook.com/Marcus-da-Gloria-Martins-1621271274850785/>> [letzter Abruf am 17.07.2017]

o.V.: Gründerszene in: Gründerszene.de. Lexikon. URL: <<https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/twitter>> [letzter Abruf am 03.09.2017]

o.V.: Jumpforward in: jumpforward.de. Beruf Pressesprecher/in. URL: <<http://www.jumpforward.de/beruf/8287/Berufsbild-Pressesprecher-in.html>> [letzter Abruf am 06.09.2017]

o.V.: Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg in: lpb-bw.de. PEGIDA – Politik und Gesellschaft auf dem Prüfstand. URL: <<https://www.lpb-bw.de/pegida.html>> [letzter Abruf am 24.07.2017]

o.V.: Polizei Sachsen-Anhalt in: Polizei-Web.Sachsen-Anhalt.de. Aktuell. URL: <<http://polizei-web.sachsen-anhalt.de/index.php/?id=1015>> [letzter Abruf am 02.06.2017]

o.V.: Sächsisches Innenministerium in: SMI.Sachsen.de. URL: <http://www.smi.sachsen.de/download/SMI/Organigramm_SMI_32015.pdf> [letzter Abruf am 17.06.2017]

o.V.: Twitter in: Twitter.com. Polizei Sachsen. URL: <<https://twitter.com/PolizeiSachsen>> [letzter Abruf am 22.05.2017]

o.V.: Twitter in: Twitter.com. Polizei ST PD Nord. URL: <<https://twitter.com/PolizeiPDNord>> [letzter Abruf am 04.06.2017]

o.V.: Twitter in: Twitter.com. PD ST Ost. URL: <<https://twitter.com/PolizeiPDOst>> [letzter Abruf am 04.06.2017]

o.V.: Twitter in: Twitter.com. Polizei ST PD Süd. URL: <<https://twitter.com/PolizeiPDSued>> [letzter Abruf am 04.06.2017]

o.V.: Twitter in: Twitter.com. FH Polizei LSA. URL: <<https://twitter.com/FHPolizeiLSA>> [letzter Abruf am 02.07.2017]

peterpiperpickedpeckpepper. Urban Dictionary in: urbandictionary.com. Rapefugee. URL: <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=rapefugee>> [letzter Abruf am 24.07.2017]

Pöls, Matthias: Mitteldeutsche Zeitung in: mz-web.de. Social-Media-Team der Polizei Sachsen klärt im Netz auf. URL: <<http://www.mz-web.de/mitteldeutschland/facebook-und-twitter-social-media-team-der-polizei-sachsen-klaert-im-netz-auf--23476310>> [letzter Abruf am 04.07.2017]

Sokolov, Daniel: Heise in: heise.de. Facebook meldet 2 Milliarden aktive User. URL: <<https://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-meldet-2-Milliarden-aktive-User-3757367.html>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

Wolfskämpf, Vera: MDR in: mdr.de. Aussage von Schulz zu Kriminalität in Sachsen-Anhalt stimmt nur zum Teil. URL: <<http://www.mdr.de/nachrichten/politik/regional/faktencheck-kriminalitaet-sachsen-anhalt100.html>> [letzter Abruf am 07.09.2017]

Wunderlich, Tom: Betreiber der Facebook-Gruppe Magdeburg112. E-Mail vom 25.07.2017

6. Anlagen

Als Anlage sind die Ergebnisse der Umfrage in Form einer Excel-Tabelle beigefügt. Diese befindet sich als Dokument auf der CD-ROM, welche Teil dieser Bachelorarbeit ist. Sämtliche Nutzungs- und Verwertungsrechte liegen beim Autor dieser Bachelorarbeit.

7. Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Magdeburg, den 11.09.2017

Unterschrift