

# Facebook – ein Muss oder doch Spielerei?

Das soziale Netzwerk wird zehn Jahre alt und ist für viele Menschen aus dem Alltag kaum wegzudenken. Die DZ hat sich umgehört.

VON SARAH MARIA BERNERS  
UND STEPHAN JOHNNEN

**Kreis Düren.** „Wer Jugendliche erreichen möchte, kommt an Sozialen Netzwerken kaum vorbei“, sagt Berthold Becker vom **Jugendamt** der Stadt Düren. Rundschreiben, Einladungen und Absprachen: Mit Facebook könne die Zielgruppe unkompliziert erreicht werden. Lange Zeit hätten Mitarbeiter des Amtes ihre privaten Facebook-Konten dafür genutzt. Im vergangenen Jahr startete das Amt mit der IT-Abteilung der Stadt eine Erprobungsphase für einen Facebook-Auftritt unter „Mobile Jugendarbeit Stadt Düren Mitte/Nord“. Die Resonanz sei gut. Bedenken habe es besonders beim Thema Datenschutz gegeben. „Wir stehen dem Medium offen gegenüber. Wahren aber auch die kritische Distanz“, sagt Becker. Wer Netzwerke nutze, müsse auch die Gefahren und Fallstricke kennen. „Dies zu vermitteln gehört zu unseren Aufgaben.“

## Lieber „WhatsApp“

„Ein großer Nachteil ist, dass es keine Pinnwand gibt, an der Beiträge erst nach einer Prüfung zu sehen sind“, sagt Sonja Kersting, Jugendbetreuerin in der Gemeinde Hürtgenwald. Manche Gemeinde habe gute Erfahrungen mit Facebook gemacht, manche schlechte. Die Kommunikation mit Jugendlichen läuft in der Höhengemeinde daher oft über den Nachrichtendienst „WhatsApp“. Damit ließen sich gut Termine absprechen.

► Facebook ist ein Thema, auf das man sich als seriöses Unternehmen nicht blauäugig stürzen sollte“, spricht Christoph Lammerz für das **Krankenhaus Düren**. Soziale Netze stehen „auf der Tagesordnung“, allerdings müsse der Auftritt gut vorbereitet sein. „Facebook ist ein Austauschmedium“, sagt Lammerz. Wer eine Frage stelle, erwarte eine schnelle Antwort. Dies gehe nicht ohne hohen Personalaufwand. Ähnlich sieht dies auch die Caritas Trägergesellschaft West (ctw). „Eine sinnvolle Nutzung funktioniert nur mit entsprechenden Ressourcen“, sagt Sprecher Kaya Erdem. Ctw und Krankenhaus Düren verweisen auf ihr „umfassendes Online-Angebot“. „Facebook ist nicht dafür da, die Homepage dort hineinzukopieren“, findet Erdem. Lammerz warnt davor, Facebook zu sehr mit Werbung zu überfrachten. „Die Jugendlichen wenden sich deswegen bereits schon wieder von dieser Plattform ab.“

► Sind Soziale Netze die richtige Adresse, um Produkte und Firmen zu präsentieren? „Für **Firmen** ist das eine Einzelfallabwägung, als Verband und bei



Facebook wird zehn Jahre alt: Die DZ hat sich umgehört, was das Netzwerk bedeutet.

Fotos/Grafik: Stock/CTK Photo, MIS, Horst Thomas

unseren Gesprächen mit Unternehmen war Facebook bisher kein Thema“, sagt Hans-Harald Sowka, Geschäftsführer der Vereinigten Industrieverbände. Der Verband präsentiert sich auf seiner Homepage. „Wir erwarten für uns keinen Mehrwert von einem Facebook-Auftritt“, erklärt Sowka. Der eigene Internetauftritt sei aktuell und biete „viel Inhalt“. Wer Fragen habe, könne diese auch telefonisch oder per Mail an den Verband richten. „Nur um dabei zu sein, sind wir nicht dabei“, betont Sowka.

► Die **Sparkasse Düren** geht einen anderen Weg, sie hat im vergangenen Jahr den Sprung in Soziale Netzwerke gewagt und dafür Personal eingestellt. „Wir wollten weitere Kommunikationskanäle für unsere Kunden öffnen“, sagt Oliver Schmitz-Kramer vom Social-Media-Team. Neben den Filialen soll das Internet der Ort für Dienstleistungen und Hilfestellungen sein. „Über Facebook können Kunden schnell und unkompliziert mit uns Kontakt aufnehmen“, erklärt er. Auch außerhalb der Geschäftszeiten.

► Die junge Genera-

tion erreichen wir am Besten über Facebook“, sagt Albert Müller. Deshalb habe auch die **Gemeinde Vettweiß** vor Weihnachten ein Facebook-Profil angelegt. Die Inhalte, die die Gemeinde auf ihrer Homepage veröffentlicht, stellt sie auch bei Facebook ein. „Ich glaube, dass vielen Gemeinden der Mut zu diesem Schritt fehlt. Viele sorgen sich, dass dort Wortgefechte entstehen“, sagt Müller. Dies könnte zum Beispiel nach Steuer- oder Gebührenerhöhungen der Fall sein. Aber solange eine Debatte nicht persönlich angreifend ist, seien Diskussionen etwas Positives. Müller schätzt die Reichweite, die die Gemeinde mit Facebook erzielen kann: 2783 Personen hätten jüngst einen Eintrag angeklickt. Die Gemeinde Kreuzau ist zwar online, aber nicht bei Facebook. „Wenn wir dort ein Profil hätten, müssten wir auch täglich dort aktiv sein“, erläutert Siegfried Schmöhl den Anspruch. Dafür fehle der Gemeinde das Personal. „Es gibt viele andere Wege, sich mit uns in Verbindung zu setzen und Informationen einzuholen.“ In Vettweiß setzt der Mitarbeiter, der sich auch um den Internetauftritt kümmert, die Texte bei Face-

book ein. „Das ist zeitlich leistbar“, sagt Müller. Als Paradebeispiel nennt er die Gemeinde Aldenhoven, die sehr aktiv „poste“.

► **Peter Borsdorff** sieht bei Facebook zwei Seiten: Er sieht den Konzern, der Daten fischt und nicht unumstritten ist, aber er sieht auch, dass er so viele Menschen für

zender in Niederzier. Er sieht die Möglichkeit, gerade junge Leute über dieses Medium zu erreichen. „Junge Menschen sind in diesem Medium aktiv. Das müssen wir auch sein“, erklärt Gaby Schmitz-Esser, CDU-Fraktionsvorsitzende. Allerdings sei Facebook nicht unbedingt geeignet, um komplexe Inhalte darzustellen. „Kurze, klare Botschaften mit einem Hingucker-Bild werden angenommen“, sagt Schmitz-Esser. Eine Haushaltsrede dürfte bei Facebook aber nur wenige Leser finden. Für Krauthausen sei Facebook wichtig gewesen, um bei der Aktion „Unser Dorf hat Zukunft“ junge Menschen einzubeziehen. Der Plan sei aufgegangen.

► Auch für **Veranstalter** ist Facebook ein Muss geworden. „Vor 15 Jahren haben wir vor Veranstaltungen noch Briefe an 1000 bis 1500 Menschen geschickt“, erinnert sich Dirk Boltersdorf von der Endart. Es sei ein logistischer Aufwand gewesen, Menschen zu erreichen. Dann kam die Internetseite samt Newsletter und jetzt spielt Facebook die Hauptrolle. Dort werden Konzerte angekündigt und die Endart nutzt die Rückmeldungen auch zur Veranstaltungsplanung. „Likes“ und Klicks seien gute Gradmesser.

„Nur um dabei zu sein,  
sind wir nicht dabei.“

HANS-HARALD SOWKA, VIV

seine Aktion „Running for Kids“ begeistern kann. Vor vier Jahren habe er 60 bis 70 000 Euro Spendengelder pro Jahr gesammelt. Seitdem er Facebook nutzt, ist die Summe deutlich angestiegen, auf zuletzt 167 000 Euro. Schön findet er darüber hinaus, die Solidarität, die mutmachenden Einträge.

► Die **politischen Parteien** sind mit ihren Verbänden nicht in allen Orten bei Facebook aktiv. „Aber wir sehen schon, dass wir das – auch im Hinblick auf die Kommunalwahl – forcieren müssen“, sagt Ortwin Clever, SPD-Ortsvereinsvorsit-