

Der Personalrat

2016, Ausgabe 1, S. 36–39 –
Demuth/Thannheiser, Soziale Medien in
der Öffentlichkeitsarbeit

Soziale Medien in der Öffentlichkeitsarbeit von Ute Demuth und Achim Thannheiser

KOMMUNIKATION Personalräte wollen und müssen mit den Beschäftigten kommunizieren. Dabei können ihnen die Sozialen Medien helfen, wenn sie es richtig anfangen.

DARUM GEHT ES

1. Die Kommunikation über Soziale Medien hat Einzug in die Arbeitswelt gehalten.
2. Auch Personalräte können damit einfacher mit den Beschäftigten kommunizieren – und umgekehrt.
3. Dabei sind aber einige rechtliche Schranken zu beachten.

Soziale Medien in der Öffentlichkeitsarbeit – kommt das überhaupt für Personalräte in Frage? Wir sagen: ja. Soziale Medien sind ein weiterer, schneller und unkomplizierter Weg, die Beschäftigten zu erreichen – wenn die Gremien die Rahmenbedingungen kennen und beachten. Über Facebook und andere Dienste können zudem Interessierte außerhalb der Dienststelle angesprochen werden. So besteht die Chance, die Interessen der Beschäftigten einer größeren Öffentlichkeit nahezubringen.

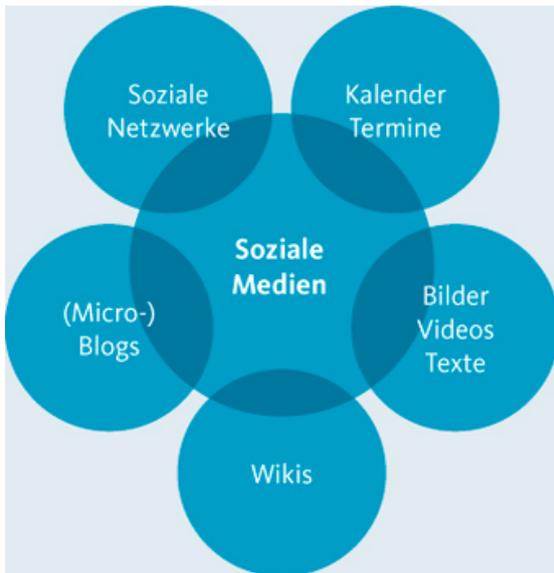
Die Ausgangssituation

Die Auswirkungen von Digitalisierung und Vernetzung auf die Arbeitswelt werden zurzeit häufig mit dem Schlagwort Arbeit 4.0 umschrieben.¹ Social Media – ob intern oder extern genutzt – ist ein Teil dieser Entwicklung.

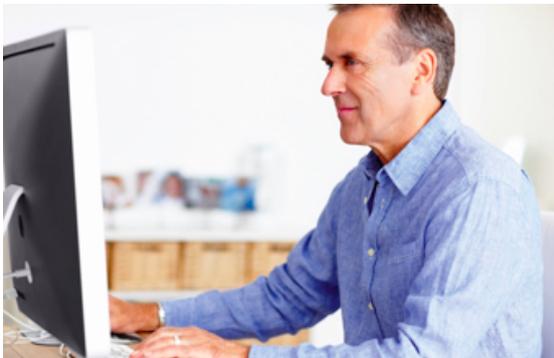
Soziale Medien haben in nahezu alle Bereiche des öffentlichen Lebens und der Arbeitswelt Einzug gehalten: Personal- und Betriebsräte, Mitarbeitervertretungen und Gewerkschaften nutzen sie immer häufiger, um Öffentlichkeit für ihre Ziele zu schaffen. Behörden wollen über die Nutzung öffentlicher Social Media mehr Bürgernähe herstellen, Unternehmen nutzen sie für Marketing, Produktentwicklung, Imagepflege und zur Rekrutierung neuer Beschäftigter. Und: Soziale Medien werden vermehrt zur internen Kommunikation eingesetzt, beispielsweise im Wissensmanagement oder in der Kommunikation von Interessenvertretungen mit Beschäftigten.

Social Media ist nicht auf Facebook oder Twitter beschränkt. Als Soziale Medien oder Social Media werden alle Internet- und Intranet-Anwendungen bezeichnet, die der Zusammenarbeit und dem Austausch dienen. Nutzerinnen und Nutzer stellen ihre Inhalte ins Netz, teilen sie mit anderen, entwickeln sie gemeinsam weiter und kommunizieren darüber. Ob der netzbasierte und für andere freigegebene Kalender, der Beitrag im Online-Lexikon oder die Terminabsprache mit Kommentarfunktion – all das gehört zu Social Media.

BEREICHE DER SOZIALEN MEDIEN



Quelle: eigene Darstellung



Mit den Sozialen Medien lassen sich die Beschäftigten schnell informieren.

Bis ins letzte Jahrzehnt hinein war das WWW im Wesentlichen ein Informationsdienst. Die meisten Angebote waren von der so genannten »one to many«-Kommunikation geprägt. Der Begriff sagt es schon: Einer sagt etwas, alle anderen sind lediglich Empfänger der Nachricht oder Information. Seit gut zehn Jahren wird das Netz zunehmend geprägt durch Anwendungen, die die Nutzerinnen und Nutzer einbeziehen. Aus »one to many« ist also »many to many« geworden: Alle können am Austausch teilhaben. Anbietergesteuerte Informationsangebote gibt es nach wie vor.

Technisch sind die Dienste, die man als Social Media bezeichnet, eigentlich gar nicht so spektakulär. Sie haben aber die Art, wie wir kommunizieren und mit Informationen umgehen revolutioniert – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Arbeitswelt. Ein Beispiel: Der Einsatz Sozialer Medien in Unternehmen verändert das Wissensmanagement grundlegend, weil sich damit Reichweite und Beteiligungsmöglichkeiten wandeln.

Öffentlichkeitsarbeit

Und was hat das alles mit der Öffentlichkeitsarbeit des Gremiums zu tun? Die Interessenvertretung agiert nicht im luftleeren Raum. Die Medien, die die Beschäftigten zu Hause oder während der Arbeit nutzen, prägen die Erwartung an die Informations- und Kommunikationsarbeit des Gremiums. Das heißt, auch die Interessenvertretung sollte Feedback-Kanäle anbieten und sich überlegen, ob sie auf den Plattformen präsent sein möchte, die auch die Beschäftigten nutzen. Um diese zu erreichen, bieten die Sozialen Medien einen schnellen Draht. Gerade dann, wenn nicht alle an einem Ort sitzen oder zur gleichen Zeit arbeiten, kann das ein großer Vorteil sein.

Interne Information

Unternehmens- oder behördeninterne Social Media bieten in der Regel die gleichen Funktionalitäten wie die Anwendungen im www: Inhalte teilen, kommentieren, sich darüber austauschen.

WEITERLESEN

Für Personalräte gibt es eine ausführliche Darstellung ihrer speziellen Mitbestimmungs- und Beteiligungsrechte rund um Social Media:

- ▶ Ute Demuth / Achim Thannheiser, Soziale Medien in der Arbeit der Interessenvertretungen. Rechtliches, Mustertexte und Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit, 2014.
- ▶ Auf den Seiten »Betriebsräte im Web: Beschäftigte besser informieren« (www.boeckler.de/592.htm) sind viele Beispiele gesammelt und es wird die rechtliche Situation beschrieben.

SOZIALE MEDIEN

Rahmenbedingungen

Für den externen Einsatz von Sozialen Medien sind folgende Bedingungen zu beachten:

- Interessenvertreterinnen und -vertreter haben selbstverständlich das Recht, ihre Meinung zu äußern. Grenzen sind immer dort gesetzt, wo die Rechte anderer tangiert werden. Daher ist zum Beispiel die Loyalitätspflicht als Beschäftigte oder Beschäftigter und das Gebot der vertrauensvollen Zusammenarbeit zu beachten.
- Die Geheimhaltungspflicht bei Personalräten ist weit gefasst. Das Bundespersonalvertretungsgesetz legt dazu in § 10 Abs. 1 Satz 1 fest:
- »Personen, die Aufgaben oder Befugnisse nach dem Personalvertretungsrecht wahrnehmen oder wahrgenommen haben, haben über die ihnen dabei bekanntgewordenen Angelegenheiten und Tatsachen Stillschweigen zu bewahren.«
- Ob Blog oder Facebook-Seite: Der Auftritt des Personalrats im Netz braucht ein Impressum und eine Datenschutzerklärung. Denn das Gesetz sieht vor, dass kenntlich gemacht wird, wer ein Angebot im Netz zur Verfügung stellt. Wer im Impressum als verantwortliche Person genannt ist, muss nicht zwingend Mitglied des Gremiums sein. Beispielsweise kann dort auch eine Vertreterin oder ein Vertreter der Gewerkschaft genannt werden.
- Alles, was im Netz steht, ist urheberrechtlich geschützt. Wer Inhalte anderer nutzen möchte, muss Urheber- und Lizenzrechte beachten: Daher ist es wichtig, sich darüber zu informieren, welche Möglichkeiten der Veröffentlichung es gibt. Es gibt zum Beispiel gute Quellen für lizenzfreie Bilder.
- Last but not least: Das Recht am eigenen Bild. In der Regel ist die Einwilligung der Fotografierten notwendig, wenn Bilder ins Netz gestellt und damit veröffentlicht werden. Eine Ausnahme ist beispielsweise das Fotografieren auf Demonstrationen.

Wenn die Dienststelle interne Soziale Medien nutzt, sollte der Personalrat auf jeden Fall wissen, worum es geht. Denn zumeist wird die Interessenvertretung die Nutzung von Social Media dienstlich oder betrieblich regeln, etwa in Dienstvereinbarungen. Und wenn sich Gremien schon mit dem Einsatz solcher Anwendungen befassen, sollten sie sich die Frage stellen, wie sie sie für ihre eigene Arbeit nutzen und davon profitieren können. Die Öffentlichkeitsarbeit auf Soziale Medien auszudehnen ist ein Beispiel dafür. Werden sie intern genutzt, gibt es inhaltlich die gleichen Freiheiten und Beschränkungen wie für jede andere Kommunikation. Was die Nutzung öffentlicher Sozialer Medien angeht, sieht es anders aus, denn dort ist es immer wieder die Reichweite der Beiträge, die dem Handeln der Interessenvertretung Grenzen setzt.

Externe Information

Es gibt keinen gesetzlichen Anspruch der Interessenvertretung darauf, auch die Öffentlichkeit außerhalb der Dienststelle über ihre Arbeit zu informieren. Daher ist es wichtig, die Rahmenbedingungen zu kennen und sich über aktuelle Tendenzen in der Rechtsprechung zu informieren. Zu ausgewählten Aspekten siehe Infokasten auf Seite 38.²

Gute Praxisbeispiele

Davon gibt es – anders als es das bisher Gesagte vielleicht nahelegt – eine ganze Menge. Neben internen Plattformen nutzen Interessenvertretungen auch öffentliche Soziale Medien. Sie richten eigene Blogs ein oder nutzen Facebook. Drei Auftritte sollen hier kurz vorgestellt werden:

- Seit 2013 betreibt der Personalrat des Uniklinikums Essen eine Fanpage auf Facebook, einen Blog und einen Youtube-Kanal. Regelmäßig wird in einem kurzen Film über die letzte Sitzung berichtet. Kurz und knapp werden Inhalte aus Ausschüssen und Arbeitsgruppen mitgeteilt, Beschäftigte finden viele nützliche Informationen und kommen in der Reihe »Klartext« selbst zu Wort.³
- Die ver.di-Vertrauensleute in der Asklepios Klinik Altona informieren unter anderem über gewerkschaftliche Aktionen und Arbeitskämpfe, auch über das eigene Klinikum hinaus.⁴
- Der Amazon-ver.di-Blog ist inzwischen recht bekannt und kann als gutes Beispiel dafür dienen, wie die Öffentlichkeit außerhalb des Betriebs informieren und mobilisieren kann.⁵



Personalratsmitglieder können sich in den Sozialen Medien gut präsentieren.

Das müssen Personalräte wissen

Ein paar Grundkompetenzen sollten Personalräte haben oder erwerben, wenn sie Social Media erfolgreich nutzen wollen.

► Strategie und Organisation

Für die Öffentlichkeitsarbeit ist eine strategische und organisatorische Kompetenz wichtig. Das Gremium sollte in der Lage sein, langfristige Konzepte zu entwickeln, sich Aufgaben zu teilen und Zeitpläne zu erstellen.

► Kommunikation

Ein paar Grundkenntnisse zur Online-Kommunikation sind hilfreich, wenn der Personalrat erfolgreich agieren möchte. Gut lesbare Texte sind ebenso wichtig – das gilt für jede Form der Öffentlichkeitsarbeit. Das Geschriebene muss zur Zielgruppe und zum Medium passen. Wer über Soziale Medien kommunizieren will, sollte sich innerhalb des Gremiums über die Umgangsformen verständigen und diese für jeden nachvollziehbar festlegen. Welche Kommentare bleiben stehen, welche löschen wir?

► Technik

Das Erstellen und Nutzen einer Facebook-Seite oder eines Blogs ist relativ einfach. Trotzdem braucht man ein paar Hintergrundinformationen zu Technik und Organisation des Netzes. Wir hinterlassen Spuren, die nachvollzogen werden können und Anbieter sammeln unsere Daten. Um den Pflichten, die im Umgang mit personenbezogenen Daten zu beachten sind, nachkommen zu können, müssen Personalräte wissen, wie das Netz funktioniert. Nur so können sie entscheiden, welche Plattformen sie nutzen wollen – und welche nicht. Auch über die Dienste selbst sollte man sich informieren und auf dem Laufenden halten. Nur so kann man entscheiden, welche Einstellungen auf welcher Plattform für das eigene Vorhaben sinnvoll sind.

Darum sollte sich der Personalrat mit Social Media befassen

Die Sozialen Medien sind mehr als ein weiteres Werkzeug. Sie lediglich als technische Weiterentwicklung zu verstehen, greift zu kurz. Wir befinden uns mitten in einem kulturellen Wandel, der unsere Kommunikation und unseren Umgang mit Informationen grundlegend ändert. Die Personalräte stehen vor der Wahl, die Dinge geschehen zu lassen oder den Wandel mitzugestalten. Das gilt sowohl für den internen und externen Einsatz sozialer Medien durch die Dienststelle als auch für die Nutzung für die eigene Informations- und Kommunikationsarbeit.



Ute Demuth, Seminare, Beratung, Autorin, Berlin. www.udemuth.de



Achim Thannheiser, Rechtsanwalt bei Rechtsanwälte Thannheiser und Koll., Hannover. www.thannheiser.de

[1] Näher hierzu Kruse/Hogrebe, PersR 7-8/2015, 13 ff.

[2] Ausführlicher dazu in den Veröffentlichungen unter »Weiterlesen« auf Seite 38.

[3] www.facebook.com/PersonalratAmUniklinikumEssen.

[4] www.facebook.com/Verdi.VL.AKA/timeline?ref=page_internal.

[5] www.amazon-verdi.de.