

Regierungen im Web: Mit Bürgern reden, Europas Werte verteidigen

KAS-KONFERENZ DER SPRECHER VON EU-INSTITUTIONEN UND NATIONALEN REGIERUNGEN ZU BÜRGERDIALOG UND KOMMUNIKATION EUROPÄISCHER WERTE

80 führende PR-Experten staatlicher Institutionen aus 25 Ländern kamen auf Einladung des KAS-Medienprogramms Südosteuropa am 26. und 27. März in Sofia zusammen. Die politisch hochrangig begleitete Konferenz zu Digitaler Kommunikation fand in Kooperation mit dem „Club of Venice“ und dem „Wilfried Martens Centre for European Studies“ (Brüssel) statt. Top-Thema war die Verteidigung europäischer Werte im Web.

Traditionelle Medien verlieren Leser und Zuschauer, der Informationsaustausch im Web boomt: Dieser Herausforderung müssen sich Kommunikationschefs von Regierungen in ganz Europa stellen. Auch dienen im Internet längst nicht mehr nur Nachrichtenportale als Quellen für politische Informationen; Facebook und Twitter ersetzen oder ergänzen den professionellen Journalismus. Wer mit den Bürgern in einen Dialog treten will, muss asymmetrisch auf vielen Kanälen kommunizieren.

Das ist in zweierlei Hinsicht eine umfangreiche Aufgabe: Zum einen steigen die Erwartungen der Bürger, Ansichten und Ideen in die politische Meinungsbildung einzubringen. Das europäische Modell steht aber auch unter Beschuss von politischen Akteuren, die seine Ziele und Werte nicht teilen. Der politische Wettstreit findet rund um die Uhr auf globalen Plattformen statt.

„Wir halten die Werte der EU schon für selbstverständlich“, kritisierte der bulgarische Außenminister Daniel Mitov in seiner Ansprache zu Beginn der Konferenz.

„Wir müssen die EU besser erklären und beginnen, sie zu verteidigen“, sagte der Chefdiplomat mit Blick auf das russische Vorgehen in der Ukraine und extremistische Parteien innerhalb Europas. „Unsere europäische Kommunikation muss strategischer werden.“ Der deutsche Botschafter Detlef Lingemann unterstrich, dass Bürgerbeteiligung und Werteorientierung wichtige Aspekte digitaler Kommunikation von Regierungen sind. Demokratische Werte wie Freiheit und Rechtsstaatlichkeit sowie allgemeine Menschenrechte müssten geschützt werden.

Diese Aufforderungen konnten die mehr als 20 Redner der Konferenz wörtlich nehmen. In drei Podiumsdiskussionen ging es um gute Beispiele für den Online-Dialog mit Bürgern, um den Informationskrieg in der Ukraine-Krise und um neue Ansätze zur Erklärung europäischer Werte in der Welt.

Trolle füttern oder nicht? Neue Facebook-Seite der Bundesregierung

Soziale Medien seien ein hervorragendes Instrument, die Kommunikation mit den Bürgern zu verbessern, sagte eingangs Erik den Hoedt. Der Kommunikationschef der niederländischen Regierung moderierte das Panel zum Thema Bürgerdialog. Einen neuen Ansatz dazu präsentierte Keynote-Sprecher Georg Streiter, Stellvertretender Sprecher der deutschen Bundesregierung. Diese ist seit kurzem auch auf Facebook vertreten und managt Bürgerkommentare auf unorthodoxe Weise. Unsachliche Kritik von Internetnutzern wird dabei nicht

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

SÜDOSTEUROPA

CHRISTIAN SPAHR

März 2015

www.kas.de/medien-europa

ignoriert, sondern von einem 15-köpfigen Team mit Humor und in inoffiziellm Ton beantwortet. „Überall heißt es, füttert nicht die Trolle – aber wir machen es, auf unsere Weise“, erklärt Streiter. So gelingt es, Debatten nicht eskalieren zu lassen und die Basis für ernsthafte Beiträge zu erhalten.

Thibault Lesenecal, Leiter der Online-Kommunikation des Europäischen Parlaments, schärfte den Teilnehmern ein: „Wenn die Leute über Ihre Institution reden, müssen Sie sich beteiligen.“ Es sei auch wichtig zu akzeptieren, dass man in sozialen Medien die Kontrolle verlieren kann. Dies müssten PR-Verantwortliche auch ihren Vorgesetzten erklären. Fehlende Ressourcen für die Online-Kommunikation und unzureichende Kenntnisse in den Behörden seien vielerorts in Südosteuropa noch ein Problem, sagte Vuk Vujnović, Public-Affairs-Experte der Regierung von Montenegro und Generalsekretär von SEECOM. Der 2013 gegründete Berufsverband für Regierungssprecher aus Südosteuropa war ein weiterer Mitorganisator der Sofioter Konferenz.

Kreml-Propaganda und EU-Reaktionen: Die Ukraine als Prüfstein für politische PR

Wie geopolitische Krisen für eine neue Art von Propaganda und Informationskrieg sorgen, war Thema des zweiten Fachpanels, moderiert von Christian Spahr, Leiter des KAS-Medienprogramms Südosteuropa. Er diskutierte mit fünf Experten aus Brüssel, Kiew und dem Baltikum den Konflikt der Narrativen rund um die Ukraine. Zentrale Frage war, ob die EU im Wettbewerb mit dem Kreml eine Gegenpropaganda braucht. Zunächst stellte Sanda Svetoka vom Nato-Zentrum für strategische Kommunikation in Riga eine detaillierte Analyse der russischen Social-Media-Strategie vor. „Traditionelle und soziale Medien sowie Multimedia-Plattformen und Troll-Armeen werden koordiniert eingesetzt“, so Svetokas Fazit. Experten zufolge investiert Moskau hunderte Millionen Euro jährlich dafür. „Wir brauchen eine Gegenstrategie, die aber selbst nicht propagandistisch ist“, forderte Matteo Arisci vom Europäischen Auswärtigen Dienst in der Diskussion. Er kündigte den Einsatz einer neuen Task

Force seiner Behörde an. „Wir müssen reagieren, dürfen aber unsere eigenen Standards und Werte nicht verraten“, unterstrich auch Dmytro Kuleba, der das ukrainische Außenministerium vertrat. Redner aus Litauen und Estland erklärten, die EU müsse auch Informationsangebote für russischsprachige Bürger in der Ukraine und den baltischen Ländern bereitstellen.

„Die EU braucht eine klarere Botschaft“ – diese Erwartung war auch im dritten Panel zu hören, das Vincenzo Le Voci vom Club of Venice leitete. Das Expertengremium, dem vor allem EU-Kommunikationschefs und Sprecher der Außenministerien angehören, war erstmals ein Veranstaltungspartner des KAS-Medienprogramms. „Eine Priorität für die EU ist, zusammenhängende Narrative zu entwickeln“, sagte Robert Andrecs, Leiter der Online-Kommunikation der Kommission. Es brauche klare Botschaften, die für die Bürger verständlich seien. Jens Paulus, Teamleiter Europa und Nordamerika bei der Konrad-Adenauer-Stiftung, forderte die PR-Experten auf, die Herausforderung durch politische Gegner des EU-Modells anzunehmen und selbstbewusster für europäische Werte einzutreten. Dass es um das Bild der EU gerade in Südosteuropa nicht immer zum Besten steht, zeigten Umfrageergebnisse aus Serbien: Obwohl die EU mit großem Abstand der größte Geldgeber des Landes ist, glaubt die Mehrheit der Bevölkerung, dies sei Russland. Russland aber leiste de facto keine Entwicklungshilfe für Serbien, so die Expertin Ivana Đurić vom EU-Integrationsbüro der serbischen Regierung.

Das Medienprogramm Südosteuropa und der von der KAS mitgegründete SEECOM-Verband werden dieses Jahr noch ein zweites Mal über europäische PR-Fragen debattieren: Für September ist ebenfalls in Sofia die SEECOM-Jahreskonferenz geplant. Die Zusammenarbeit sowohl mit dem Club of Venice als auch dem Wilfried Martens Centre soll aufgrund vieler positiver Rückmeldungen der Konferenzteilnehmer weiter ausgebaut werden.

Mitarbeit: Manuela Zlateva



Konrad
Adenauer
Stiftung

Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Medienprogramm Südosteuropa

Bul. Yanko Sakazov 19
Et. 1, Ap. 2
1504 Sofia
Bulgarien

Telefon
+359 2 942 49-71
Telefax
+359 2 942 49-79

E-Mail
media.europe@kas.de

Web
www.kas.de/medien-europa