

Digitale Naturschutz-„Freunde“

*Regionale Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook –
Ein Interview mit Agnes Wilms der LBV-Kreisgruppe Dingolfing-Landau*

Wie können wir viele Menschen in kurzer Zeit erreichen? Wie können wir sichtbar machen, was sich alles im Naturschutz vor Ort tut? Die Kreisgruppe Dingolfing-Landau hat in diesem Jahr einen neuen Weg eingeschlagen und eine Facebook-Seite angelegt. Binnen der ersten 4 Wochen nach Erstellung des Accounts hat die Kreisgruppe bereits 2.837 Anfragen von Interessierten erhalten. Menschen jeden Alters und jedes Hintergrunds sind mit dabei. Das Feedback ist durchweg positiv: die Leute freuen sich über die neuen Infos, den Austausch und die Möglichkeit sich einbringen zu können.

Du bist vor wenigen Jahren in den Landkreis Dingolfing-Landau gezogen. Wie bist Du auf die Kreisgruppe vor Ort aufmerksam geworden?

Ich hatte schon immer ein großes Interesse an Amphibien und Vögeln. Bernhard Pellkofer wusste das und hat mich daraufhin angesprochen, ob ich nicht Lust hätte, mich bei der Kreisgruppe vor Ort miteinzubringen. Er hat mich Heike und Michael Herzig vorgestellt, mit denen ich mich dann mal getroffen und gleich gut verstanden habe. Sie haben mich zur Vorstandssitzung eingeladen und seitdem helfe ich in der Gruppe aktiv mit.

Wie bist Du auf die Idee gekommen, einen Facebook-Account für die Kreisgruppe Dingolfing-Landau einzurichten?

Ich habe für den Arbeitgeber meines Mannes bereits einmal einen Facebook-Account eingerichtet. Da das dort so gut lief, dachte ich mir, das wäre auch in Dingolfing-Landau einen Versuch wert. Wir machen großartige Naturschutzarbeit vor Ort, doch viele wissen das nicht. Facebook gibt uns die Möglichkeit, Leuten zu zeigen, was bei ihnen im Landkreis alles an Arten vorkommt, wie wir sie schützen und wie sie sich selbst mit einbringen können.

Was sind Deiner Meinung nach Argumente für die Nutzung von Facebook als Tool für die regionale Öffentlichkeitsarbeit?

Es gibt viele Gründe, die dafürsprechen, einen Facebook-Account für die Kreisgruppe anzulegen: Die Nutzung der App ist komplett kostenlos. Sie ermöglicht eine schnelle und tagesaktuelle Verbreitung von Informationen, die viele verschiedene Zielgruppen erreicht. Durch das aktive Berichten über die eigene Arbeit vor Ort wird diese für die Mitglieder sichtbar und transparent.

Wie hast Du der restlichen Gruppe von Deiner Idee berichtet?

Ich habe Ihnen bei einer Vorstandssitzung alle oben aufgeführten Gründe genannt, die dafürsprechen, dass wir uns einen Facebook-Account anlegen und darauf verwiesen, dass wir diesen auch jederzeit wieder löschen können, sollte es nicht so funktionieren, wie wir uns das vorgestellt haben.

Welche Zielgruppen erreicht Ihr mit Eurem Facebook-Account?

Sowohl Bürgermeister, Betriebe, Kaufleute, Ehrenamts-Suchende, Lokalpolitiker:innen und viele mehr zeigen Interesse an unserer Naturschutzarbeit. Die meisten unserer Follower sind zwischen 30 und 50 Jahren alt. Binnen der ersten 4 Wochen haben wir 2.837 Anfragen erhalten und bestätigt.

Wie hast Du es geschafft, so viele Menschen innerhalb so kurzer Zeit zu erreichen? Was glaubst Du, macht Eure Facebook-Seite so attraktiv?

Ich würde sagen, dass der regionale Bezug unserer Beiträge einer der größten Erfolgsfaktoren unseres Facebook-Accounts ist. Die Leute zeigen Interesse an unseren Themen, weil sie die behandelten Arten mittunter selbst kennen oder diese durch unsere Öffentlichkeitsarbeit kennenlernen. Sie haben das Gefühl selbst, direkt vor der eigenen Haustüre aktiv werden und Naturschutz betreiben zu können. Wir haben festgestellt, dass unsere Community am stärksten interagiert, wenn wir über kontroverse „Problem“-Themen (z.B. Giftköder) berichten. Damit die Spannung unserer Leser aufrechterhalten bleibt, berichten wir über ganz verschiedene Themen – von Wiesenbrüterschutz bis Umweltbildungs-Aktion war bereits alles dabei. Damit auch jede:r – egal welchen Alters – den Inhalt unserer Beiträge verstehen kann, verwenden wir möglichst einfache Sprache. Unsere Beiträge beinhalten stets ein bis mehrere ausdrucksstarke Fotos (von unseren Naturfotograf:innen oder dem LBV-Bildarchiv), einen kurzen Info-Text (ca. 1.000 Zeichen) und einen Link zu einer Webseite mit weiterführenden Informationen zum entsprechendem Thema. So kann jede:r selbst entscheiden, ob und in welchem Umfang er sich zu diesem Thema weiter informieren möchte.

Welche Tipps würdest Du anderen Personen, die Ihren eigenen Facebook-Account starten möchten, mit auf den Weg geben?

Mit einem Vorstellungs-Beitrag zu Beginn des Facebook-Accounts kann man seinen Followern Offenheit und die Bereitschaft neue Mitglieder zu empfangen, signalisieren. Zudem sollte die Zielsetzung des Beitrag klar erkennbar sein. Es sollte ein konkreter Ansprechpartner genannt werden, offene Fragen von Interessierten gerne beantwortet. Damit Interessierte sich weiter über die Aktivitäten der Kreisgruppen informieren können, empfiehlt es sich zudem, die eigene Kreisgruppen-Webseite zu verlinken. Hin und wieder sollte man auch darauf verweisen, dass man dem Verband eine politische Stimme gibt, wenn man eine Mitgliedschaft abschließt und mit den Einnahmen der Mitgliedschaftsbeiträge die Naturschutzarbeit vor Ort zusätzlich unterstützt wird.

Man sollte zudem herausstellen, welchen Beitrag der LBV leistet, um den vorgestellten Arten zu helfen. Dadurch bekommen die Follower ein besseres Verständnis für die Arbeit des Verbandes, was wiederum die Unterstützungsbereitschaft erhöhen kann. Es kann zudem von Vorteil sein den Bedrohungs- und/oder Schutz-Statuts der Arten, über die man berichtet, anzugeben. Am Ende jeden Beitrags sollten kurze, prägnante Schlagwörter stehen, um die Auffindbarkeit der Beiträge zu erhöhen. Damit die Beiträge eine größere Reichweite erzielen, sollte man sie darüber hinaus unbedingt in lokalen und/oder regionalen Facebook-Gruppen „teilen“. Dadurch streut man die eigenen Inhalte weiter,

steigert den Bekanntheitsgrad und die Größe der eigenen Facebook-Seite, da man daraufhin erfahrungsgemäß mehr Freundschaftsanfragen erhält.

Wir haben keine Erfahrungswerte sammeln können, wie oft man Beiträge veröffentlichen sollte, würden aber empfehlen 2-3 Beiträge pro Woche zu „posten“. Sollte man einmal in den Urlaub fahren, sollte man „Beiträge planen“. Das bedeutet, dass man Beiträge bereits versandfertig vorbereitet und diese während des eigenen Urlaubs automatisch zum gewünschten Zeitpunkt veröffentlicht werden.

Was sollte man bei der Nutzung von Facebook als Tool für die Öffentlichkeitsarbeit unbedingt beachten?

Wenn Kontaktdaten (Telefon, Mailadresse etc.) auf der Facebook-Seite angegeben werden, über die Interessierte mit der Kreisgruppe in Verbindung treten können, ist man zu einem zwar näher an den Personen dran; andererseits trägt es jedoch auch gewissermaßen zu einer Erwartungshaltung der Nutzer:innen bei, die sich zum Teil einen direkten, zeitnahen Austausch wünschen.

Hin und wieder kommen auch konkrete Rückfragen zu Naturschutzthemen, die man fachkundig beantworten können sollte. Da es vielen online leichter fällt Kontakt aufzunehmen, kommen mitunter auch Anfragen wie man selbst ehrenamtlich aktiv werden kann. [Anmerkung der Ehrenamtsbeauftragten Laura Kast: Um diese Anfragen gut bearbeiten zu können, muss sichergestellt sein, dass die Gruppe offen für neue Aktive ist, Klarheit herrscht in welchen Bereichen neue Personen sich mit einbringen können und es eine:n Ansprechpartner:in für die neue Aktive gibt.]

Neben all dem positiven Feedback, das wir erhalten haben, kann es auch mal vorkommen, dass Personen sich in den Kommentarspalten negativ äußern. Man sollte diese Kommentare am besten einfach ignorieren, um die Auffassung des Kommentierenden nicht weiter zu verstärken. Im schlimmsten Fall sollte man den entsprechenden Kommentar löschen, um den entsprechenden Personen keine Plattform mehr zu bieten.

Berichterstattung: Laura Kast (Ehrenamtsbeauftragte für den Bezirk Niederbayern)