

Thomas Feltes

Polizei und Kommunikation: Vom Umgang mit Problemen in, mit und durch die Polizei

In ihrem Beitrag *in diesem Band* stellt *Plutonia Plarre* am Beispiel Berlin dar, wie sich die Kommunikationsstruktur der Polizei und damit auch ihr Umgang mit Bürger*innen in den vergangenen 40 Jahren entwickelt hat. Tatsächlich haben sich nicht nur die Medien, die von der Polizei zu Kommunikationszwecken genutzt werden, sondern auch die Inhalte und Zielrichtungen der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit in den vergangenen Jahrzehnten verändert, ebenso wie die grundlegende Einstellung der Polizei einer kritischen Öffentlichkeit gegenüber. Polizeiintern gewinnen ebenfalls zunehmend neue Kommunikationsformen an Bedeutung, auch wenn es um Fehlverhalten geht, wie der Beitrag von *Otto Diederichs in diesem Band* zeigt. Im Folgenden sollen diese Entwicklung nachgezeichnet und die Grenzen der Kommunikation in Zeiten sozialer Medien aufgezeigt werden.

Einleitung

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit der Polizei, so wurde mir in den 1990er Jahren in einem von mir¹ veranstalteten Kommunikationsseminar für Mitarbeiter*innen der sog. „Ö“-Dienststellen (also der Pressereferate) der Polizei vermittelt, kann man daran messen, wie viele der täglichen Pressemeldungen der Dienststelle von den Medien (damals im Wesentlichen von Tageszeitungen) übernommen werden. Inhaltlich war man mit seiner Pressearbeit dann zufrieden, wenn die eigenen Pressemeldungen 1:1 in den Zeitungen wiedergegeben wurden. Und tatsächlich gab (und gibt es immer noch) eine gewisse Allianz zwischen den Öffentlichkeitsmitarbeiter*innen der Polizei (intern „Ö’s“ genannt) und Journalist*innen. Letztere sind auf Informationen aus dem Polizeibereich angewiesen, und wenn sie die Polizeimeldungen mehr oder weniger unverändert übernehmen können, sparen sie sich Zeit und Mühe – in Zeiten prekärer Arbeitsverhältnisse vieler Journalist*innen ein durchaus relevanter Aspekt. Für die Polizei wiederum ist ein guter Kontakt zu den Medien in mehrfacher Hinsicht sinnvoll: Man kann die Medien für eigene Ziele einsetzen, und man kann Meldungen über polizeiliches Verhalten auf diese Art und Weise steuern.

¹ Solche Kommunikationsseminare hatte ich zuvor auch für andere Zielgruppen angeboten, vgl. Bieger u.a. 1981.

Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit als strategische Kommunikation

Strategische Unternehmenskommunikation hat sich in den vergangenen Jahrzehnten immer mehr zu einem integralen Bestandteil modernen Managements im Bereich der privaten Wirtschaft entwickelt. Aber auch für den Bereich des öffentlichen Dienstes gewinnen die interne und externe Kommunikation zunehmend an Bedeutung. Die interne Kommunikation spielt im Zusammenhang mit kooperativer Führung und Qualitätssicherung durch Mitarbeitermotivation eine wichtige Rolle, die externe Kommunikation im Zusammenhang mit der Vermittlung der Bedeutung und Funktion eines öffentlichen Dienstleistungsbereiches an die Kunden dieser Dienstleistung. Die Öffentlichkeitsarbeit ist zentrales Instrument der Kommunikationspolitik einer Institution. Dies gilt auch für den öffentlichen Dienst und für die Polizei als bürgernächste Einrichtung besonders, obwohl sie dort bis vor wenigen Jahren eher stiefmütterlich behandelt wurde und die Tätigkeit eines/einer „Ö’s“ eher als randseitig gesehen wurde. Dies hat sich inzwischen verändert, weil auch die Polizei erkannt hat, wie wichtig die Darstellung ihrer eigenen Arbeit in der Öffentlichkeit ist, und zwar vor allem, weil sie auf das Vertrauen der Bürger*innen in ihrer alltäglichen Arbeit angewiesen ist. Ohne eine vertrauensvolle Zusammenarbeit z.B. bei der Aufklärung von Straftaten ist der Erfolg polizeilicher Arbeit gefährdet, denn die meisten Straftaten werden durch oder zumindest mit Hilfe der Bürger*innen aufgeklärt (Feltes 1996).

Zudem kann nur eine Polizei, die das Vertrauen der Bürger*innen besitzt, entsprechende Eingriffsmaßnahmen durchführen, ohne mit massivem Widerstand rechnen zu müssen. Gerade solcher Widerstand zeigt sich in der jüngsten Zeit zunehmend: Die Einsätze in Zusammenhang mit Demonstrationen von Corona-Gegnern, bei Hausräumungen in Berlin oder bei den Demonstrationen im Dannenröder oder Hambacher Forst sowie die Ereignisse in Berlin und Leipzig veranlassten Peter Carstens in der FAZ zur Frage: „Was denkt sich die Polizei?“ (FAZ 09.11.2020). In allen Fällen bestimmten Bilder und eine intensive Berichterstattung das mediale Bild, und die Polizei hinkte in vielen Fällen mit Erklärungen hinterher, blieb sie ganz schuldig oder flüchtete sich in nicht akzeptable Äußerungen wie die, dass man (hier in Leipzig) gar nichts dagegen tun konnte, da es nicht Sache der Polizei sei, für Corona-Vernunft zu sorgen. Mit keinem Wort wurde erwähnt, dass dabei Journalisten angegriffen und verletzt wurden, und es somit auch darum ging, die Pressefreiheit zu schützen. Gruppen von gewaltbereiten Rechtsextremen wurden weder am Bahnhof in Leipzig kontrolliert, noch auf ihrem Weg in die Innenstadt aufgehalten – dabei wäre bei jedem Fußballspiel die Einsatzstrategie der Polizei eine andere, repressivere gewesen. Dieses Bild und der damit verbundene Verdacht, dass man mit verschiedenem Maß misst, hat das

Vertrauen in die Polizei nicht nur bei gesellschaftlichen Randgruppen beschädigt, sondern auch gezeigt, dass die Deutungshoheit über Ereignisse in unserer schnelllebigen Zeit nicht selten bei dem- oder denjenigen liegt, die am schnellsten kommunizieren.

Das Prinzip jeder Kommunikationspolitik - und damit der Öffentlichkeitsarbeit - muss lauten: proaktiv statt reaktiv. Das Gesetz des Handelns darf der Polizei nicht von einer externen Seite aufgedrängt werden, sondern sie muss von sich aus dynamisch und kreativ über Ort, Zeit und Themen der Maßnahmen und der entsprechenden Kommunikation entscheiden. Wer von anderen gedrängt wird, bestimmte Dinge zu tun, der tut diese Dinge entweder ungerne, unvollständig, verspätet oder möglicherweise auch gar nicht, wie das Beispiel Leipzig gezeigt hat. Wird die Polizei erst durch öffentlichkeitswirksame Aktionen dazu gedrängt, bestimmte Maßnahmen zu ergreifen, so ist es oftmals nicht nur zu spät, um tatsächlich wirkungsvoll und einflussnehmend tätig zu werden, sondern man gerät in eine Verteidigungshaltung, die der eines Boxers, der mit dem Rücken in den Seilen hängt, ähnelt (s. dazu mein Interview mit dem BR „Die Polizei steht mit dem Rücken an der Wand“ am 04.08.2020).

Die Entwicklung der vergangenen Jahre, in denen die Kommunikation immer mobiler und schneller geworden ist, ist für die Polizei längst zum Problem geworden. Reagiert sie proaktiv (also schnell), ist ihre Nachricht unter Umständen unvollständig oder sogar falsch. Wartet sie (zu) lange ab, bevor sie Stellung nimmt, gerät sie vor allem in den sozialen Medien unter Druck, zumal wir wissen, dass nachträgliche Korrekturen oder Richtigstellungen deutlich weniger Menschen erreichen, als eine ursprüngliche Falschmeldung. Das folgende Beispiel zeigt dies eindrucksvoll (Bröckling 2020, s.a. *Plarre in diesem Band*):

Im Sommer 2017 räumten Polizist*innen einen linksalternativen Kiezladen in Berlin. Während des laufenden Einsatzes twitterte die Polizei, dass ein Türknau im Hinterhof des besetzten Hauses unter Strom gesetzt worden sei. Die Behauptung verbreitete sich rasend schnell und führte zu schweren Anschuldigungen gegen die Mitglieder des Kollektivs, die den Laden betrieben. Nur eine Stunde später stellte sich die Meldung als falsch heraus. Zwei Mitglieder des Kollektivs zogen daraufhin vor Gericht. Sie wollten feststellen lassen, dass die Polizei rechtswidrig gehandelt hat. Es wäre wohl das erste Mal gewesen, dass ein Gericht zu einer Falschmeldung der Polizei auf Twitter entschieden hätte. Das Verwaltungsgericht Berlin wies ihre Klage jedoch im November 2020 mit folgender Begründung ab: Es bestehe kein berechtigtes Interesse mehr an der gerichtlichen Überprüfung des Tweets, da dieser mittlerweile von der Polizei richtiggestellt und gelöscht wurde. Als berechtigtes Interesse gilt es beispielsweise, wenn ein Kläger weiterhin Stigmatisierung erfährt und ein Gerichtsurteil sein Ansehen rehabilitieren könnte.

Dafür ist in diesem Fall aus Sicht des Gerichts bereits zu viel Zeit verstrichen. Für den Wunsch der Kläger, ein Grundsatzurteil zum Twitern der Polizei zu erwirken, äußerte der Richter während der Verhandlung Verständnis. Auch er halte es für ein spannendes Thema, zu dem es bislang wenig Rechtsprechung gibt. Leider handle es sich um den „richtigen Fall zum falschen Zeitpunkt“ (Bröckling aaO.).

Auf der anderen Seite darf die Polizei die Berichterstattung über (politische) Ereignisse nicht an sich ziehen und auf diesem Weg versuchen, die öffentliche Meinung zu beeinflussen oder ihr eigenes Handeln zu legitimieren. Doch sind die Grenzen hier, wie in allen Fällen von Berichterstattung, fließend, und der richtige Weg ist oftmals ein schmaler Grat, auf dem die für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Beamt*innen wandeln.

Für die Diskussionen über die öffentliche Sicherheit im Gemeinwesen, aber auch für Auseinandersetzungen im Nachgang zu bestimmten öffentlichkeitswirksamen Ereignissen ist es für die Polizei ungeachtet der Frage, was genau sie mitteilen darf und was nicht, von grundlegender Bedeutung, über die Einstellungen und Meinungen der lokalen und überregionalen Öffentlichkeit so konkret wie möglich Bescheid zu wissen und darauf einen zielgerichteten Kommunikationsprozess aufzubauen. Durch und in diesen Prozess können und müssen auch eigene Einstellungen und Positionen überprüft werden. Wie man mit solchen prinzipiellen oder temporären Problemstellungen umgeht, ist nicht nur für das konkrete Problem von Bedeutung, sondern auch für die generelle Einschätzung der Institution Polizei in der Öffentlichkeit und damit für ihre Reputation und das Vertrauen der Bürger, auf das die Polizei tagtäglich angewiesen ist. Polizeibehörden müssen daher ein strategisches Kommunikationskonzept entwickeln (Feltes u.a. 1995).

Im o. gen. Fall des angeblich unter Strom gesetzten Türknafs hatten einige Medien die Falschinformation aufgegriffen und weiterverbreitet ohne sie zu prüfen, wohl auch, weil die Polizei bei vielen Journalist*innen als besonders verlässliche Quelle galt und noch immer gilt. Nach mehreren solcher irreführenden oder schlicht falschen Meldungen durch die Polizei auf Twitter in den letzten Jahren hatte der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) bereits im Sommer 2019 dazu aufgerufen, Informationen der Polizeibehörden in allen Fällen kritisch zu hinterfragen – eigentlich eine Selbstverständlichkeit für guten Journalismus. Die Polizei sei, so der DJV, bei Auseinandersetzungen selbst beteiligte Konfliktpartei und kein unparteiischer Beobachter (Bröckling aaO.). Ende 2020 hat der DJV kritisiert, dass während einer „Querdenker-Demonstration“ den Medien keine ungehinderte Berichterstattung ermöglicht wurde. Kurz zuvor war es der Polizei nicht gelungen, Übergriffe auf Journalisten durch Demonstrant*innen anlässlich der Demonstration in Leipzig zu verhindern, worauf bereits oben hingewiesen wurde. Nach ihrer

Darstellung hat sogar die Polizei Journalist*innen angegangen und eingeschüchtert. Die Landesvorsitzende des DJV bezeichnete dies als "unerhörte und unerlaubte Eingriffe in die Pressefreiheit und in die journalistischen Arbeitsprozesse" (Süddeutsche Zeitung, 09.11.2020). Die Deutsche Journalisten Union (DJU) sprach davon, dass die Polizeibeamt*innen ihrer Aufgabe, die Pressefreiheit durchzusetzen und Journalisten zu schützen, nicht nachgekommen seien. Sie hätten diese zum Teil selbst an ihrer Arbeit gehindert. Die DJU nennt dies „eine gefährliche Entwicklung für die Demokratie und ein Alarmsignal auch für die politisch Verantwortlichen“ (Deutschlandfunk, 09.11.2020). Dabei wissen wir nicht erst seit der „Watergate-Affäre“ in den 1970er Jahren, wie wichtig unabhängiger Journalismus für eine funktionierende Demokratie ist.

Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie ... ?

Auf die Risiken und Nebenwirkungen polizeilicher Berichterstattung wurde und wird immer wieder hingewiesen (Feldes 1980): Stigmatisierungseffekte gehören dazu ebenso wie reißerische Überschriften. Auf der anderen Seite ist schon länger bekannt, dass die Wirkungen der Berichterstattung differenziert gesehen werden müssen. Meinungsbildung im eigentlichen Sinn kann durch die Medien nur bedingt betrieben werden, weil der Leser meist nur das liest oder behält, was er lesen oder behalten will. Die Agenda-Setting-Funktion der Medien ist zwar immer noch bedeutsam (Schenk 2002), aber vor dem Hintergrund der (vor allem, aber nicht nur in Corona-Zeiten) nachlassenden direkten, persönlichen Kontakte spielen die sozialen Medien eine immer größere Rolle. Abu Naser (2020, S. 9) stellt dazu fest: “agenda setting no longer involves a passive public content to have its agenda set but, rather, that the news media could both guide and be guided by the public. In an ever more mediated world, agenda-setting scholars must rely on inter-media agenda-setting research to learn more about the exchange between the news media and the public”.

Berichterstattung über polizeiliche Maßnahmen, gleich ob von der Polizei selbst gesteuert oder von den Medien ausgelöst, hat ungeachtet dessen bestimmte Funktionen, wobei sich diese nicht immer vorhersagen und beeinflussen lassen. So wurde im Zusammenhang mit der Diskussion um die Ereignisse an Silvester 2015 auf der Kölner Domplatte auch die polizeiliche Medienarbeit kritisiert (Landtag NRW 2017, S. 544 ff.), weil sie vorschnell und ohne angemessene Recherche vor Ort erfolgte.

Wenn Paul Watzlawick feststellt, dass man nicht nicht kommunizieren kann und im Alltag von einem „beredten Schweigen“ gesprochen wird, wenn jemand nicht antwortet oder reagiert, dann kommuniziert die Polizei somit auch, wenn sie keine Informationen veröffentlicht. Wenn aber polizeiintern

die Devise gilt, dass die Institution, aber auch jede/r einzelne Beamt*in funktionieren muss, und das möglichst unauffällig und reibungslos, dann ist die Tendenz, eher nichts zu tun (und auch nicht zu kommunizieren) vorgegeben: Wer nichts tut, der macht auch keine Fehler, so glaubt man in der Polizei oftmals immer noch, und verhält sich entsprechend. Wer sich derart angepasst verhält, der erhält auch in kritischen Situationen entsprechende Rückendeckung: Probleme und Fehler gibt es nicht, weil es sie nicht geben darf; und wenn doch, dann müssen sie möglichst unter der Decke bleiben. Die schon panische Angst der Führung vor öffentlichen oder internen Diskussionen, vor Widerspruch und Fehlern führt im Ergebnis zu einer Paralisierung dieser Institution und ihrer Mitarbeiter (Feltes / Punch 2005). Ein amerikanischer Polizeiwissenschaftler hat dies einmal als "a combination of extended hierarchies, organizational culture and the lack of effective management" beschrieben, die darin resultiert, dass die Institution "all the fine characteristics of a beached whale" annimmt. Dieser "gestrandete Wal" war – so meine eigene Erfahrung im Inneren einer Polizeibehörde - tatsächlich unfähig, sich zu bewegen – mit dem Ergebnis, dass Reformversuche oft verpuffen oder als Alibireform enden. Der „gestrandete Wal“ ist übrigens eine spannende Parallele zu dem „Elefanten“, der nach der Auffassung eines anderen amerikanischen Polizeiwissenschaftlers bei vielen Gesprächen innerhalb der Behörde im Raum steht (vgl. *Feltes / Plank in diesem Band*).

„Die panische Angst vor der öffentlichen Diskussion von Problemen führte soweit, dass Polizeiführer, die sich „erdreisteten“, der „herrschenden Meinung“ zu widersprechen, öffentlich abgestraft oder diszipliniert wurden. Machten sie hingegen handwerkliche Fehler, waren ansonsten aber (auch politisch) angepasst und willfährig, war man im Gegenzug bereit, diese Fehler zu vertuschen oder zu kaschieren. Die tief verwurzelte Einstellung, dass ein Polizeibeamter, der es zu etwas bringen will, primär zu funktionieren habe und am besten überhaupt keine eigene Persönlichkeit haben sollte (weil diese Ecken und Kanten haben und so Probleme machen könnte), produzierte nicht nur skurrile, sondern auch gefährliche Situationen“ (Feltes/Punch 2005).

In dem Beitrag, in dem Maurice Punch und ich unsere Erfahrungen in und mit der Polizei auch biografisch reflektieren, findet sich auch das folgende Beispiel, das deutlich macht, welche Konsequenzen eine (hier unvollständige) Berichterstattung für den Betroffenen haben kann:

„Als Thomas Feltes bei einer Anhörung vor dem Hamburger Senatsausschuss zum Thema „Hamburger Kessel“ den BGS-Führer Walter zitierte, der Polizeiführung mit dem Begriff „Management by Jeans – an allen entscheidenden Stellen sitzen Nieten“ umschrieb, sich aber gleichzeitig davon distanzierte und deutlich machte, dass er dieser Meinung nicht folgt, war dieses Zitat schneller in regionalen (baden-württembergischen, TF) Printmedien als

er selbst mit dem Zug zurück. Die aufgeregte und aufgebrachte Polizeiführung des Landes war kaum zu beruhigen, zumal sich fast zeitgleich zwei weitere „Skandale“ ereigneten: Ein regionaler Polizeiführer hatte es gewagt, öffentlich (also in den Medien) die anstehende Polizeireform zu kritisieren und junge Polizisten (Mitglieder der Polizeigewerkschaft) forderten in Uniform und mit Sammelbüchsen bewaffnet bei einer Demonstration einen „Notgroschen für die Polizei“ ein; die ursprüngliche Absicht, mit erkenntnisdienstlichen Maßnahmen (einschl. Video-Aufnahmen) gegen diese Polizisten vorzugehen um sie wegen Dienstvergehen belangen zu können, wurde nach hitziger Diskussion aufgegeben. Der regionale Polizeiführer musste schließlich ebenso öffentlich, wie er die Polizeireform kritisiert hatte, erklären, dass er nicht kompetent genug sei, um diese Reform zu beurteilen. Dafür durfte er dann im Amt bleiben“ (Feltes / Punch 2005, FN 8).

Für Unmut bei der Polizeiführung im Innenministerium sorgte vor allem, dass ich nicht bereit war, die Berichterstattung in den Medien zu korrigieren, also darauf hinzuwirken, dass eine „Gegendarstellung“ abgedruckt wird. Meine Weigerung beruhte auf der Einsicht, dass eine Wiederholung der Meldung, wenn auch mit anderer Intonation, für mehr Aufmerksamkeit sorgen würde. Stattdessen stellte ich die Sache in einem Rundschreiben an alle leitenden Polizeibeamt*innen des Landes klar.

Kommunikation in den „sozialen Medien“

Die Frage, was denn tatsächlich „sozial“ ist an den sog. „sozialen Medien“ wird leider zu selten gestellt. Der Begriff wurde mehr oder weniger unhinterfragt aus dem Englischen übernommen („social media“). Unter social media werden demnach digitale Medien und Methoden verstanden, „die es Nutzern ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen, sich also untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in einer definierten Gemeinschaft oder offen in der Gesellschaft zu erstellen und weiterzugeben“ (Wikipedia „social media“).

Der Ursprung der social media geht in die Mitte der 1990er Jahre, wo sich der Begriff vor allem auf die (direkten und persönlichen) Chats und Konversationsmöglichkeiten bezog, was damals also tatsächlich soziale Kommunikation bedeutete. Inzwischen werden darunter alle Formen internet-basierter Kommunikation verstanden, gleich ob „sozial“ im Sinne von direkt und unmittelbar zwischen Menschen, oder übergreifend im Sinne von an eine unbestimmte Öffentlichkeit gerichtet. Das „Soziale“ haben diese Medien also längst abgelegt. Sie können aber Informationen und Meinungen extrem schnell verbreiten, oftmals ohne dass man den Wahrheitsgehalt kontrollieren oder auch (im Falle einer Falschmeldung) diese zurückholen kann. Zwar lassen sich Tweets und andere Meldungen löschen; das Internet aber „vergisst

(trotz inzwischen in europäischem Datenschutzrecht verankerten Lösungsanspruch, „Recht auf Vergessenwerden“, Art. 17 DSGVO) nichts“, wie immer wieder betont wird, und selbst der Versuch, unerwünschte Informationen über die eigene Person löschen zu lassen, ist schwierig und oftmals nur bedingt erfolgreich, weil Provider und Server nicht erreichbar sind.

Im Unterschied zu traditionellen Massenmedien besteht zudem in den sozialen Medien weniger oder kein soziales Gefälle zwischen Sender und Empfänger der Nachricht, selbst wenn man die Person des Absenders kennt und daher einordnen kann. Wichtiger als die Person, sein Renommee oder sein (wissenschaftlicher) Ausweis ist oftmals der Neuigkeits- oder Kuriositätswert einer Nachricht. In Zeiten der quasi allumfassenden und jederzeitigen Informationsmöglichkeiten verliert der Empfänger leicht das Interesse an sachlichen, „trockenen“ und (zu) ausführlichen Meldungen. Er sucht den schnellen K(l)ick, die rasche Information, auch, um diese ggf. weiterzuleiten und so zu zeigen, wie präsent man in den sozialen Medien ist.

Dabei bleibt die Frage, was wahr und was Wahrheit ist, oftmals auf der Strecke. Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick hatte die Frage aufgeworfen, wie „wirklich“ die Wirklichkeit“ überhaupt ist und festgestellt: „Der Glaube, es gäbe nur eine Wirklichkeit, (ist) die gefährlichste aller Selbsttäuschungen.“ (Watzlawick 1976, S. 7). In Zeiten, in denen „fake news“ gesellschaftsfähig geworden sind, eine wichtige Feststellung. Den Anhängern der „Querdenker-Bewegung“ oder auch denen von Donald Trump in den USA ist es ziemlich egal, ob eine Nachricht wahr ist; sie folgen mehr oder weniger blind der Meinung ihrer Gruppe, von der sie wissen, dass sie auch ihnen selbst die Bestätigung bietet, die sie möglicherweise sonst nicht bekommen („my home is my bubble“).

Letztlich muss jeder Mensch für sich entscheiden, was er für wahr hält und was nicht. Auch Wissenschaftler können irren, nur sind sie häufig vorsichtiger, wenn sie ihre Wahrheiten formulieren, was allerdings nicht immer so wahrgenommen und medial vermittelt wird. Die Subjektivität jeder Aussage beeinflusst vor allem im Alltag Interaktionen sehr stark, was auch die Tatsache beweist, dass Konflikte und Streitigkeiten zu unserem Alltag gehören. Wer dies erkennt, der weiß auch, dass es aufgrund abweichender ethisch-moralischer und sozialer Grundlagen keine absoluten Wahrheiten gibt und geben kann, die auf bzw. für jeden Menschen zutreffen.

Sir Arthur Conan Doyle, dem „Erfinder“ von Sherlock Holmes, wird folgendes Sprichwort nachgesagt: „Wenn du das Unmögliche ausgeschlossen hast, dann ist das, was übrigbleibt, die Wahrheit, wie unwahrscheinlich sie auch ist“. Da man aber nie alles Unmögliche ausschließen kann, kann es „die Wahrheit“ nicht geben. Entsprechend ist man sich in der (empirischen) Wissenschaft einig, dass etwas solange als richtig oder wahr gilt, solange es nicht widerlegt wird.

Ein ähnliches Problem wirft die Frage auf, was objektiv und was subjektiv ist. Das Phänomen der „selektiven Wahrnehmung“ kann man kaum durchbrechen, da es auf dem Bedürfnis nach Übereinstimmung, Bestätigung und innerer Harmonie beruht. Selektive Wahrnehmung ist die unbewusste Suche nach bestimmten bekannten Mustern, um sich selbst und seine Meinungen zu bestätigen. Selektive Wahrnehmung ist notwendig, um die Fülle an Informationen, die auf uns einströmen, bewältigen zu können. Fakten und Argumente, die eigene Anschauungen unterstützen, werden meist stärker wahr(sic!)genommen als solche, die unseren Anschauungen widersprechen – weil es leichter ist, eine einmal gefasste Meinung sich selbst immer wieder zu bestätigen, als sie zu hinterfragen und damit Unsicherheit auszulösen.

Was darf die Polizei in sozialen Medien?

Die Frage, was die Polizei in den sozialen Medien darf und was nicht, wird erst seit kurzem diskutiert. Hinzu kommt der Umstand, dass immer mehr Polizeibeamt*innen (Stichwort „Insta-Cop“ u. a.) berufsbezogen in Sozialen Medien kommunizieren und sogar häufig offiziellen Verlautbarungen widersprechen, ein Problem, mit dem immer mehr Behörden zu tun haben und es jedenfalls beamtenrechtlich nur schwer regulieren können. Berlin hat bis vor kurzem aus „Werbegründen“ einzelne Accounts sog. „Insta-Cops“ sogar offiziell goutiert. In Braunschweig und Hannover berichten Bereitschaftspolizisten im sozialen Netzwerk Instagram über die „spannende Arbeit der Bereitschaftspolizei“. Allerdings hat in Berlin die Polizeipräsidentin Barbara Slowik Mitte 2020 der internen Revision den Auftrag erteilt, eine „Sonderprüfung Influencer“ zu erarbeiten. Die Studie sollte die Risiken analysieren, die von Polizisten in den Netzwerken ausgehen.

Noch problematischer wird es, wenn Polizeibeamt*innen sich in Social Media als Polizist*innen präsentieren, die Accounts aber nicht in ihrer beruflichen Funktion betreiben und sie als Influencer*innen fungieren – gleich ob mit oder ohne Sponsoring. Während im letzten Fall wohl zumindest eine Nebentätigkeitsgenehmigung vorliegen muss, bewegt sich die Tätigkeit als Influencer*in ohne Bezahlung im Graubereich. Letztlich werden aber die „Insignien“ polizeilicher Tätigkeit (Uniform, Streifenwagen, Polizeiabzeichen) dafür verwendet, sicherlich auch, um die eigene Reputation zu steigern, so dass zumindest die Genehmigung der zuständigen Polizeibehörde einzuholen ist.

Einzelne Landesdatenschutzbeauftragte empfehlen Behörden auf der Grundlage zweier Entscheidungen des EuGH und des BVerwG in Auslegung europäischen Datenschutzrechts inzwischen sogar, sich wegen der gemeinsamen Verantwortlichkeit mit den Telemediendienstleistern mit ihren Ac-

counts ganz aus den sozialen Netzwerken zurückzuziehen (Deutscher Bundestag, WD, 2020) und haben konsequenterweise eigene Behördenaccounts (so z. B. der LDSB BW, Brink) stillgelegt.

Schmitt (2020) betont, dass Reichweite (also die Anzahl der Follower in sozialen Medien) kein Selbstzweck sein darf und die Polizei nicht durch besonders Aufmerksamkeit-heischende Tweets um diese Reichweite buhlen darf. Polizeiliche Kommunikation müsse vor allem rechtsstaatlichen Mindeststandards genügen, die Grundrechte achten und mit der Freiheit der öffentlichen Meinungsbildung vereinbar sein. Polizeibehörden haben keine Meinungsfreiheit, da die Polizei als Institution keine Grundrechtsträgerin ist, und sich auch einzelne Beamt*innen im Rahmen ihrer Pressearbeit nicht auf dieses individuelle Grundrecht berufen können.

Polizeibehörden dürfen zudem, so Schmitt (2020) und Mast (2020), nur im Rahmen ihrer gesetzlichen Aufgabe, Gefahren für die öffentliche Sicherheit und Ordnung abzuwehren, Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Außerhalb dieses – ohnehin weiten – Aufgabenkreises dürfen Polizeibehörden nicht handeln und folglich auch nicht kommunizieren. Praktisch bedeutet dies, dass sich Polizeibehörden keineswegs beliebig zu jedem Thema einlassen dürfen: Fotos von niedlichen Tieren gehören grundsätzlich nicht zum polizeilichen Aufgabenkreis, es sei denn, sie sind Bestandteil bspw. von Präventionskampagnen im Kindergartenbereich.

Der Staat ist prinzipiell gesehen nie „frei“. Seine Befugnisse richten sich nach rechtlich festgelegten Kompetenzen und außerhalb dieser Kompetenzen dürfen staatliche Stellen (also auch die Polizei) nicht tätig werden. Die Polizei ist an die Grundrechte gebunden, sie muss sie achten und schützen. Das Bundesverfassungsgericht hat aber auch betont, dass staatliche Öffentlichkeitsarbeit nicht nur verfassungsrechtlich zulässig, sondern notwendig ist – immer aber im Rahmen ihrer gesetzlichen Aufgabe. Entscheidend aber ist, dass Polizeibehörden neutral, sachlich und richtig kommunizieren müssen, was vor dem Hintergrund des zeitlichen Drucks bei polizeilichen Maßnahmen nicht immer einfach ist, wie das Beispiel des Polizeieinsatzes auf der Kölner Domplatte gezeigt hat. Das Gebot der Sachlichkeit bedeutet aber auch, dass staatliche Informationen mit angemessener Zurückhaltung mitzuteilen sind. Es gilt auch hier das (ansonsten vor allem für einzelne Beamt*innen bekannte) Mäßigungsgebot.

„Die Praxis polizeilicher Öffentlichkeitsarbeit zeigt, dass Social-Media-Aktivitäten für Verstöße gegen das Gebot der Richtigkeit anfällig sind. Polizeiliche Fehlinformationen bergen dabei Gefahren für den Prozess der freien und öffentlichen Meinungsbildung, der auf eine zutreffende Tatsachengrundlage angewiesen ist. Vertieft werden diese Gefahren durch den Um-

stand, dass die Öffentlichkeit staatlichen Informationen regelmäßig besondere Glaubwürdigkeit zuschreibt und deshalb ihr Vertrauen schenkt“ (Schmitt aaO.).

Auch der Polizei als Institution kann man die Rolle einer Influencerin zuschreiben (s. dazu Wegner et al. 2020) da die offiziellen polizeilichen Social Media-Accounts mitunter über hohe Reichweiten verfügen und die kommunizierenden Beamt*innen als Expert*innen angesehen werden. Anhand einer Analyse der polizeilichen Kommunikation während und nach den Ereignisse in Leipzig-Connewitz in der Silvesternacht 2019/20 stellen Wegner et al. (2020, S. 66) fest: „Auch als die Polizei bereits eingestehen musste, dass Teile der Meldungen problematisch bis inkorrekt waren, lässt sich nur bedingt eine Abkehr vom konfrontativen Kurs feststellen, weshalb sich insbesondere im Kontext des vorliegenden Falls von einer zweifelhaften polizeilichen Fehlerkultur sprechen lässt, welche nur zum Teil durch die eigene Betroffenheit erklärbar ist“.

Sie betonen auch, dass ihre Analyse exemplarisch illustriert, wie diskursmächtig die Polizei ist und wie sich dies durch die Möglichkeit direkter, breiter, unmittelbarer Kommunikation noch verstärkt. Während nachträglich betrachtet die Abläufe durch wechselseitige Gewaltanwendung geprägt waren, welche im Wesentlichen aus der Interaktions- und Situationsdynamik zu erklären war, war die zu Beginn der Debatte etablierte Perspektive der Polizei „hingegen durch die polizeiliche Darstellung der Handlungen als geplante und organisierte Angriffe der Tatverdächtigen geprägt. Die Annahme einer dahinterstehenden politischen Motivation soll sich auf polizeiliches Erfahrungswissen und Szenekenntnisse stützen. Es handelt sich um etablierte Deutungsmuster, die unabhängig von der konkreten, spezifischen Situation herangezogen werden“ (Wegner et al., S. 65). Anders formuliert: Deutungen aus selektive geprägter Erfahrung ersetzen die Realität.

Dabei unterliegt die Polizei als Behörde einer besonderen Wahrheitspflicht. Sie darf sich nicht zu vorschnellen und falschen Aussagen verleitet lassen – auch und besonders nicht in den sozialen Medien. Obwohl gerade dort, um bei der diesen Medien eigenen Dynamik überhaupt wahrgenommen zu werden, ein besonderes Spannungsfeld zwischen Schnelligkeit und Präzision herrscht. Die Social Media-Teams der Polizei genießen anders als in der herkömmlichen Pressearbeit daher auch besondere Freiheiten und müssen bspw. nicht jeden Tweet von der Behördenleitung abzeichnen lassen. Zudem verleitet der in Sozialen Medien übliche „lässige Jargon“ mitunter auch Behördenvertreter zu analoger „Lässigkeit“, was in der Regel schiefgeht.

Letztlich ist die Pressestelle der Polizei kein neutraler Akteur. Sie macht Marketing in eigener Sache. „Da wird die „Gegenseite“ dämonisiert und eigenes Fehlverhalten verschleiert. Das ist verboten und ärgerlich. Ändern

kann man daran nichts. Man kann aber aufhören, Polizeimeldungen ungeprüft zu übernehmen“ (Peter in taz 20.04.2019).

Auch dürfen polizeiliche Twitter-Profile den Accounts politischer Parteien, von ausgewählten Glaubensgemeinschaften oder sonst einseitig engagierten Organisationen nicht folgen, denn dies verstößt gegen den Grundsatz der staatlichen Neutralität. Polizeibehörden dürfen sich im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit weder politisch noch religiös positionieren.

Selbstverständlich darf polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit nicht in Grundrechte eingreifen. Dies kann aber durchaus geschehen im Zusammenhang mit Fahndungen über Zeitungen oder soziale Netzwerke, oder auch durch die Erwähnung von individualisierbaren, d.h. persönlich zuordenbaren Informationen in Pressemeldungen oder Tweets. Die Nebenwirkungen solcher Öffentlichkeitsfahndungen wurden im Fall eines im Jahre 2012 ermordeten Mädchens in Emden bekannt, bei dem sich ein Mob vor der Polizeiwache versammelte, weil Menschen einem Aufruf zum Lynchmord gefolgt waren. Vorgegangen war die Veröffentlichung eines Überwachungsvideos durch die Polizei. Es stellte sich aber heraus, dass der Tatverdächtige unschuldig war. Solche Tweets können aber nicht nur kurzfristige negative Folgen haben, sondern auch langfristige Reputationsschäden durch Stigmatisierung der Betroffenen auslösen. Daher ist große Zurückhaltung angebracht.

Auch andere Formen der Berichterstattung sind kritisch zu betrachten: So haben zwei Sätze 2019 der Berliner Polizei harsche Kritik eingebracht: Bei ermittelten Tatverdächtigen, so schrieb die Polizei, handle es sich „überwiegend um Angehörige der Volksgruppe der Sinti und Roma“. Diese „Familienclans“ lebten seit Jahren in Deutschland und besäßen „größtenteils die deutsche Staatsangehörigkeit“. Eine solche „ethnische Kennzeichnung von Roma und Sinti durch die Polizeibehörden ist mit unserem Rechtsstaat nicht vereinbar“, kritisierte Romani Rose, Vorsitzender des Zentralrats Deutscher Sinti und Roma (taz 01.10.2019). 2017 waren bundesweit Pressemitteilungen der Polizei, aber auch in den Medien zitierte interne Papiere, Publikationen oder öffentliche Aussagen von Funktionsträger*innen untersucht worden. Die Hinweise legten die Vermutung nahe, dass in Polizei- und Ermittlungsbehörden weiterhin antiziganistische Wissensbestände in Form von polizeilichem ‚Expertenwissen‘ gepflegt werden. Romani Rose war schon in den 1980er Jahre gegen die Verwendung des Begriffes „Zigeuner“ durch Polizeibehörden sowohl in der internen Arbeit (Datenbanken), als auch der externen Medienarbeit erfolgreich angegangen, wobei zuerst statt „Zigeuner“ die Worte „Mitglied eines reisenden Volkes“ ersetzt wurden, bis man sich darauf einigte, auch diese Worte nicht mehr zu verwenden.

Ein anderes Beispiel für eine solche, stetig weitergetragene Stigmatisierung: Im Fall der Polizistin Michèle Kiesewetter, die 2007 vom NSU getötet

wurde, hatten sich die Ermittlungen zu Beginn auf Sinti und Roma fokussiert, weil eine „osteuropäische DNA“ gefunden wurde (die sich später als verunreinigt herausstellte und als „Phantom von Heilbronn“ bezeichnet wurde, Feltes o.J.) und ein Volksfest in der Stadt stattgefunden habe. Das genügte für rassistisch geprägte Ermittlungen und das Anfertigen von ganzen Stammbäumen (Hamich in netzpolitik.org vom 29.12.2019). Noch immer sollen entsprechende stigmatisierende Begriffe in polizeilichen Datenbanken verwendet werden (Beckmann / Reuss 2019).

In jüngster Zeit hat die Verwendung des Begriffes „Familienclan“ und „Clankriminalität“ in polizeilichen Tweets (z.B. das Innenministerium NRW mit Grafiken, bei denen jegliche wissenschaftliche Einordnung fehlt, s.u.) für Kritik gesorgt (Amjahid 2020), nicht nur, weil damit ganze Bevölkerungsgruppen stigmatisiert werden, sondern auch, weil auch auf dem Rücken unschuldiger Symbolpolitik betrieben wird (Rauls / Feltes 2020).

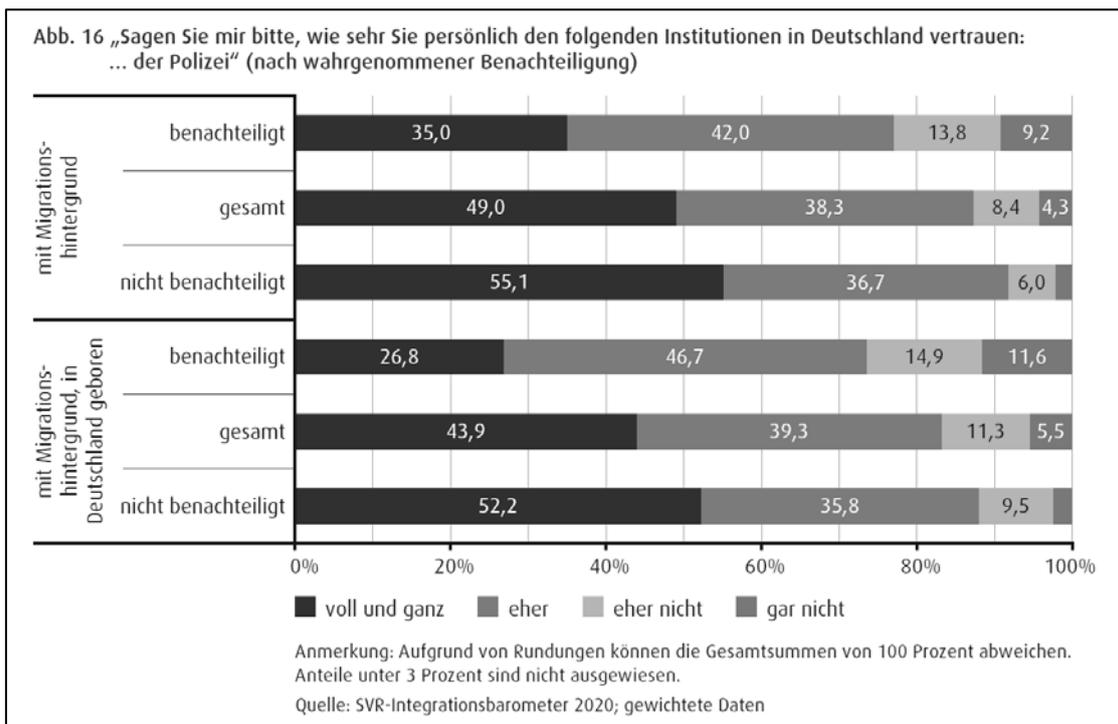


Quelle: Twitter

Umgekehrt muss sich die Polizei Kritik auch in den sozialen Netzwerken gefallen lassen, denn Kritik an staatlichen Stellen steht nach der gefestigten Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts unter dem besonderen Schutz des Grundgesetzes. Das Blockieren eines Nutzers bei Twitter ist demnach nur bei Straftaten wie Beleidigungen zulässig, zumal die Verwaltungsgerichte die Kommentarfunktion behördlicher Social-Media-Kanäle als "öffentliche Einrichtung" definieren. „Wer eine solche schaffe, verpflichte sich,

allen Nutzern einen gleichberechtigten Zugang zu gewähren. Diese Verpflichtung ergebe sich aus Art. 3 Abs. 1 GG. Wer User unbegründet sperrt und so ausschließt, verletze damit ihr Recht auf gleichberechtigte Teilhabe. Das Blockieren greife in die Meinungs- und Informationsfreiheit der Betroffenen ein“ (Spangenberg 2019). Dies hat auch der wissenschaftliche Dienst des Bundestages in einer Stellungnahme bestätigt (Deutscher Bundestag 2018). Begründet wird das auch damit, dass die Deutungshoheit über polizeiliches Handeln bei der Gesellschaft und eben nicht bei der Polizei selbst liegt (Schmitt 2020). Die Berichterstattung und der Diskurs über polizeiliches Handeln sind, so Schmitt, gesellschaftliche Vorgänge, die die Polizei weder an sich ziehen noch steuern darf. Die Polizeibehörden sollten sich deshalb auf die Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben beschränken und nicht zum Akteur im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung aufschwingen.

So zeigen die im November 2020 vorgestellten Daten des SVR-Integrationsbarometers 2020, dass Diskriminierungserfahrungen das Vertrauen in die Polizei schwächen: Befragte mit Migrationshintergrund, die angeben, aufgrund ihrer Herkunft in den vergangenen fünf Jahren diskriminiert worden zu sein, vertrauen der Polizei zwar immer noch mehrheitlich – aber deutlich seltener als der Durchschnitt.



Quelle: Sachverständigenrat 2020, S. 25

Zum Nachdenken anregen sollte auch das Ergebnis, dass Befragte mit Migrationshintergrund, die in Deutschland geboren wurden, häufiger als Befragte mit eigener Migrationserfahrung angeben, der Polizei nicht zu ver-

trauen. Besonders unter in Deutschland Geborenen mit Migrationshintergrund, die angeben, aufgrund ihrer Herkunft in den vergangenen fünf Jahren benachteiligt worden zu sein, ist ein erhöhtes Misstrauen gegenüber der Polizei zu verzeichnen (rund 12 Prozent von ihnen vertrauen der Polizei „gar nicht“, rund 15 Prozent „eher nicht“). Die Befunde unterstreichen, so der Sachverständigenrat, „die Notwendigkeit, trotz des gesamtgesellschaftlich positiven Stimmungsbildes zu Schule und Polizei entschieden gegen Diskriminierung und Benachteiligung von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte vorzugehen. Diskriminierungserfahrungen haben nicht nur negative individuelle Folgen für die Betroffenen, sie schädigen auch das Vertrauen in zentrale Institutionen in Deutschland, die dem Erhalt der inneren Sicherheit bzw. der Bildung der hierzulande lebenden Menschen dienen sollen“ (Sachverständigenrat 2020, S. 24).

Wer darf wen filmen?

Im November 2020 kam es in Frankreich zu gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen der Polizei und Demonstranten, die gegen ein geplantes Gesetz demonstrierten, das vorsieht, dass Polizisten während eines Einsatzes in bestimmten Fällen nicht mehr gefilmt werden dürfen. Die Verbreitung dieser Bilder in den sozialen Netzwerken soll unter Strafe gestellt werden (bis zu 45.000 Euro Geldstrafe und ein Jahr Gefängnis). Zu den Auseinandersetzungen kam es auch, weil in den Wochen zuvor mehrmals gewalttätige Übergriffe von Polizeibeamt*innen gefilmt und im Internet bereitgestellt worden waren.

Auch in Deutschland wird immer wieder diskutiert, ob Polizeibeamt*innen bei ihren Einsätzen gefilmt werden dürfen. 2015 hat das Bundesverfassungsgericht entschieden, dass die Polizei, wenn sie gefilmt wird, nicht einfach unterstellen darf, dass die Bilder später veröffentlicht werden – denn dann (und nur dann) würde ggf. das Recht am eigenen Bild verletzt. Aufnahmen, die der Beweissicherung dienen, seien zulässig. Dennoch gibt es immer wieder Beschwerden darüber, dass die Polizei Handys in entsprechenden Situationen beschlagnahmt, erst Wochen später zurückgibt und dabei angeblich auch Inhalte auf den Handys gelöscht werden. Generell gilt, dass bei polizeilichen Maßnahmen oder vorläufigen Festnahmen das Handy nur herausgegeben werden muss, wenn ein richterlicher Beschluss vorliegt oder die Polizei eine ausdrückliche Anordnung wegen Gefahr im Verzug trifft.

Ohne Einwilligung der Polizeibeamten ist auch die Veröffentlichung der Aufnahmen erlaubt, wenn es sich um „zeitgeschichtliche Bildnisse“ handelt (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 KURhG). Das kann zum Beispiel zutreffen, wenn es sich um Polizeieinsätze bei Demonstrationen und ähnlichen Veranstaltungen handelt. Auch erlaubt § 23 Abs. 1 Nr. 3 KURhG die Veröffentlichung von

Bildern von Versammlungen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben. Dies gilt auch dann, wenn die Personen (auch Polizeibeamte) lediglich am Rande beteiligt sind, da sie als bloße Randerscheinung anzusehen sind.

Zurecht betont Singelstein: „Wenn die Polizei in bestimmten Situationen befugt sei, Gewalt einzusetzen, dann gehöre auf der anderen Seite auch dazu, dass die Ausübung dieser Gewalt kontrolliert werde: „Dazu können solche Videos beitragen“, was „gut für den Rechtsstaat“ sei (Deutschlandfunk Kultur, 30.11.2020). Die Beamtinnen und Beamten wiederum seien sich der Kontrolle durch das Filmen ihrer Einsätze sehr bewusst, und täten sich schwer damit. Wünschenswert sei hier eine professionellere Haltung bei der Polizei. Denn diese nehme insgesamt keinen Schaden durch die Veröffentlichung von Einsatzvideos.

Die Polizei darf auch nicht unter Berufung auf ihre Pflicht zur Verhinderung von Straftaten das Filmen verhindern oder Aufnahmen löschen. Vorab muss geprüft werden, ob die Anfertigung der Aufnahmen z.B. nicht lediglich der Beweissicherung dient (BVerfG, Beschl. v. 24.07.2015, Az. 1 BvR 2501/13). Im Einzelnen hat das Gericht (aaO., Orientierungssatz) festgestellt:

- Das Anfertigen von Lichtbildern oder Videoaufnahmen eines Polizeieinsatzes unter Verweis auf die bloße Möglichkeit einer nachfolgenden strafbaren Verletzung des Rechts am eigenen Bild (§ 22 S 1, § 33 Abs. 1 KunstUrhG) genügt nicht, um polizeiliche Maßnahmen wie eine Identitätsfeststellung gem. § 13 Abs. 1 Nr 1 SOG ND zu rechtfertigen.
- Beabsichtigt die Polizei, wegen Lichtbildern und Videoaufnahmen präventivpolizeilich - wie hier durch eine Identitätsfeststellung - einzuschreiten, muss mit Rücksicht auf die jeweils betroffenen Grundrechte ein polizeiliches Schutzgut konkret gefährdet sein.
- Gehen die Sicherheitsbehörden davon aus, dass im Einzelfall die konkrete Gefahr besteht deswegen, weil eine unzulässige Verbreitung von Aufnahmen zu befürchten sei, so bedarf es hierfür hinreichend tragfähiger Anhaltspunkte.
- Fertigen Versammlungsteilnehmer, die von der Polizei gefilmt oder videografiert werden, ihrerseits Ton- und Bildaufnahmen von den eingesetzten Beamten an, kann nicht ohne nähere Begründung von einem zu erwartenden Verstoß gegen § 33 Abs. 1 KunstUrhG und damit von einer konkreten Gefahr für ein polizeiliches Schutzgut ausgegangen werden.

Auch für die Annahme einer Störung polizeilicher Maßnahmen muss es konkrete Anhaltspunkte geben. Wer meterweit entfernt steht, wird keine polizeiliche Maßnahme behindern oder stören.

Strittig ist allerdings noch immer, ob sich die Polizei auf den Schutz der „Vertraulichkeit des Wortes“ berufen kann, wenn (was ja die Regel ist) auch ein Ton aufgenommen wird. Nach dieser Strafnorm ist schon die Aufnahme strafbar (nicht erst das Verbreiten). Ein Kölner Rechtsanwalt hat im Mai 2020 dazu das Bundesverfassungsgericht angerufen. Das Landgericht Kassel hat zuletzt angenommen, dass grundsätzlich auch bei Polizeikontrollen im öffentlichen Raum die Vertraulichkeit der nichtöffentlichen Worte geschützt ist. Der strafrechtliche Schutz entfalle jedoch immer dann, wenn es eine „faktische Öffentlichkeit“ gebe. Selbst wenn man keine faktische Öffentlichkeit annehme, sah das Landgericht im konkreten Fall keine Straftat, denn der kontrollierte Mann habe der Aufnahme des Geschehens durch seine Freundin mutmaßlich zugestimmt. Dabei stellt das Gericht hier nur auf die Einwilligung des Kontrollierten ab und nicht auf die der Polizist*innen. „Begründet wird dies mit dem Charakter der Polizeikontrolle. Hier gebe nur der Kontrollierte Informationen über sich preis, insbesondere seine Personalien, während die Polizisten lediglich „hinführende Fragen“ stellen. Doch selbst wenn es einen Anfangsverdacht gäbe, so argumentiert das Gericht weiter, müsste das Smartphone „unverzüglich“ herausgegeben werden. Ein Smartphone sei als „zentraler Sammelpunkt“ privater Daten von „extrem hoher Bedeutung im täglichen Leben“. Das Landgericht München I hatte im Februar in einem ähnlichen Fall eine Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes angenommen“ (Rath in taz vom 02.10.2019).

Fazit

Polizei muss kommunizieren, und sie muss sich der kritischen Auseinandersetzung auch und besonders in den sozialen Medien stellen. Bürger*innen können sich hierbei im Gegensatz zu Polizeibeamt*innen auf ihre Grundrechte wie z.B. die Meinungsfreiheit berufen. Die Polizei muss dies hinnehmen, sie kann allerdings offensichtlich falsche Darstellungen korrigieren, und sie muss dies auch, sofern sie ihr bekannt werden. Bei proaktiver Öffentlichkeitsarbeit ist große Zurückhaltung angebracht, vor allem wenn die Gefahr der Stigmatisierung von einzelnen Personen oder ganzen Bevölkerungsgruppen besteht. Auf der anderen Seite kann auch die Polizei „nicht nicht kommunizieren“, d.h. sie kann sich nicht aus der öffentlichen Diskussion herausnehmen. Sie muss sich nicht nur gegenüber Journalist*innen äußern, sondern auch in der Auseinandersetzung in den sozialen Medien, denn der Diskurs, der dort stattfindet, prägt längst entscheidend die Meinungsbildung in unserer Gesellschaft – vielleicht sogar mehr und intensiver, als die

dennoch nach wie vor unabdingbar notwendige journalistische Recherchearbeit.

Literatur

- Abu Naser, MD (2020): Relevance and Challenges of the Agenda-Setting Theory in the Changed Media Landscape. In: American Communication Journal, 22, 1, S. 1-15, verfügbar unter <https://tinyurl.com/y55tucfo> (30.11.2020)
- Amjahid, Mohamed (2020): So schnell wird man zum Clan-Kriminellen. In: ZEIT Online, 26.05.2020.
- Beckmann, Lea / Reuss, Anja (2019): Polizei-Datenbanken und Minderheiten: Staatliche Stigmatisierung und Diskriminierung von Sinti und Roma. Vortrag, verfügbar unter <https://tinyurl.com/yxtrolsn> (28.11.2020).
- Bieger, Eckhard / Feltes, Thomas / Schmalzriedt, Lilo / Sieber, Ulrich (1981): Spielregeln für Kursleiter - Wie plane und leite ich Kommunikationskurse? Gelnhausen 1981.
- Bröckling, Marie (2020): Polizei auf Twitter. Gericht weist Klage gegen Falschmeldung der Polizei ab. In: Netzpolitik.org, 10.11.2020.
- Deutscher Bundestag (2018): Wissenschaftlicher Dienst. Ausarbeitung. Zugang zur Öffentlichkeitsarbeit der Polizei in sozialen Medien („Twitter“). Verfügbar unter <https://tinyurl.com/y6khh9ro> (28.11.2020).
- Deutscher Bundestag (2020): Wissenschaftlicher Dienst. Ausarbeitung. Social Media und Datenschutz. Verfügbar unter <https://tinyurl.com/y4u2xgv5> (01.12.2020).
- Feltes, Thomas (o.J.): Limits of Traces. The Phantom of Heilbronn. Verfügbar unter <https://tinyurl.com/y53ejnow> (30.11.2020)
- Feltes, Thomas (1980): Stigmatisierung durch Kriminalberichterstattung? In: Kriminalistik 1980, S.451-456.
- Feltes, Thomas (1996): Effizienz der Straftatenbekämpfung. In: E. Kube (Hrsg.), Handbuch für polizeiliche Führungskräfte, Stuttgart 1996, S. 573-602.
- Feltes, Thomas / Rauls, Felix (2020): „Clankriminalität“ und die „German Angst“. Rechtspolitische und kriminologische Anmerkungen zur Beschäftigung mit sogenannter „Clankriminalität“. In "Sozial Extra", Oktober 2020 (Online First, Open Access). <https://tinyurl.com/yyxxyyrq> (30.11.2020).

- Feltes, Thomas / Gottlieb, Gerhard / Prestel, Bernhard (1995): Polizeiliches Umfeldmonitoring: Aktion statt Reaktion. Ziele und Möglichkeiten proaktiver polizeilicher Kommunikation. In: Die Polizei 1995, S. 233-238.
- Feltes, Thomas / Punch, Maurice (2005): Good People, Dirty Work? Wie die Polizei die Wissenschaft und Wissenschaftler die Polizei erleben und wie sich Polizeiwissenschaft entwickelt. In: MSchrKrim 1, S. 26-45.
- Landtag Nordrhein-Westfalen (2017): Schlussbericht des Parlamentarischen Untersuchungsausschusses IV, Drucksache 16/14450, <https://tinyurl.com/y43ry966> (28.11.2020).
- Mast, Tobias (2020): Entgrenztes Gezwitscher. In: Verfassungsblog 06.07.2020 <https://verfassungsblog.de/entgrenztes-gezwitscher/?s=09> (28.11.2020).
- Rauls, Felix / Feltes, Thomas (2020): Clankriminalität. Aktuelle rechtspolitische, kriminologische und rechtliche Probleme. Erscheint in: Neue Kriminalpolitik 2020.
- Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration. Zusammenrücken in Zeiten der Distanz. SVR-Integrationsbarometer 2020.
- Schenk, Michael (2002): Medienwirkungsforschung. Tübingen 2002.
- Schmitt, Friedrich (2020): Warum Polizeibehörden nicht beliebig twittern dürfen. In: Netzpolitik.org <https://tinyurl.com/y6dzkw3s> (28.11.2020).
- Spangenberg, Toni (2020): Warum Politiker Follower nicht blockieren dürfen. In: Presssprecher. Magazin für Kommunikation, 11.07.2019.
- Watzlawick, Paul (1976): Wie wirklich ist die Wirklichkeit? München 1976.
- Wegner, Maren / Wagner, Daniel / vom Feld, Lara / Struck, Jens (2020): Die Polizei als ‚Influencerin‘? Zum Einfluss der Polizei auf sicherheitspolitische Diskurse: Die Silvesternacht in Leipzig-Connewitz 2019/2020. In: D. Hunold, A. Ruch (Hrsg.), Polizeiarbeit zwischen Praxishandeln und Rechtsordnung. Empirische Polizeiforschungen zur polizeipraktischen Ausgestaltung des Rechts. Wiesbaden, S.39-73.

