Humanistische Union

Social-Media-Präsenz für die Humanistische Union

Beschluss einer zweijährigen Erprobungsphase für Social Media Einsatz | Konzentration auf Facebook und Twitter | Vorschläge zu Ausrichtung und Zielgruppen der Präsenz | Beauftragung des Bundesvorstands und einer Arbeitsgruppe

Die Mitgliederversammlung 2016 der Humanistischen Union (HU) beauftragte eine Arbeitsgruppe mit der Konzeption einer Social-Media-Strategie. Der Beschluss lautete:

> *Der Vorstand wird beauftragt, mit Hilfe einer Arbeitsgruppe bis zur nächsten Mitgliederversammlung ein Online-Kommunikationskonzept unter Einschluss Sozialer Medien und unter Berücksichtigung der dafür nötigen Ressourcen vorzulegen.*

Social Media werden in der HU seit Jahren kontrovers diskutiert. Bisher hat die HU darauf verzichtet, sie in größerem Umfang zu nutzen. Neben dem „klassischen“ Webauftritt und einzelnen Blogs gibt es seit einiger Zeit einen (eher punktuell genutzten) Twitter-Account; zusätzlich gibt es vereinzelt Initiativen auf lokaler Ebene.

Neben den Chancen von Social Media gibt es zweifellos auch Risiken. Die Arbeitsgruppe hat im Vorfeld der Mitgliederversammlung Chancen und Risiken untersucht und gegeneinander abgewogen. Angesichts zunehmender Schwierigkeiten der HU (und anderer NGOs), mittels klassischer Öffentlichkeitsarbeit ein größeres Publikum zu erreichen, erachtet sie eine Nutzung von Social Media durch die HU – trotz Bedenken – für sinnvoll und angezeigt. Dies sollte dann konsequent geschehen. Ein halbherziger Einsatz (etwa Nutzung nur als Verkündungsplattform oder ohne zusätzliche Ressourcen) kann nicht die nötige Reichweite erzielen und wäre am Ende wirkungslos.

Ziel der Präsenz ist es, neue Interessierte und Mitglieder für die HU zu gewinnen und neue Kommunikationskanäle für die politischen Inhalte der HU zu erschließen. Dabei wollen wir vermeiden, Interessierte zusätzlich zu animieren, die Plattform zu nutzen. Inhalte sollen stets auch in klassischen Medien angeboten werden, es soll keine exklusiven Social-Media-Inhalte geben. Wir wollen auch zunächst erproben, ob der Auftritt den erwarteten Nutzen stiftet. Dazu wird es eine Erprobungsphase geben, nach der der Mitgliederversammlung eine Empfehlung über die Weiterführung der Aktivitäten vorgelegt wird.

Bei der Wahl der Plattform für die Social-Media-Präsenz muss die Reichweite als wichtiger Aspekt berücksichtigt werden. Deswegen fiel die Entscheidung, Facebook zu nutzen. Andere Plattformen sind datenschutzfreundlicher; durch die teilweise deutlich geringere Reichweite werden wir aber nicht den gewünschten Effekt erzielen.
Einzelheiten werden vor der Einführung in einem detaillierten Konzept festgelegt.

Die Beschlüsse lauten im Einzelnen:

Beschluss 1

Die Mitgliederversammlung beschließt nach eingehender Diskussion der Pro- & Contra-Argumente:

- die Mitgliederversammlung spricht sich dafür aus, dass die HU – zunächst begrenzt auf eine zweijährige Erprobungsphase – sich eine Präsenz in den Social Media aufbaut und diese für ihre politische Öffentlichkeitsarbeit aktiv nutzt
- der Bundesvorstand wird beauftragt, das Konzept für diesen Auftritt in Abstimmung mit den weiteren Arbeitsschwerpunkten der HU zu entwickeln und die notwendige Arbeitskapazität in der Bundesgeschäftsstelle dafür vorzusehen,
- eine Arbeitsgruppe einzusetzen, die das Engagement begleitet und evaluiert, und nach zwei Jahren der Mitgliederversammlung eine Empfehlung vorlegt, ob und in welcher Form es weitergeführt werden soll.

Abstimmungsergebnis:
20 Ja, 4 Nein, 3 Enthaltungen

Beschluss 2

Die Mitgliederversammlung beschließt:

- Die Social Media Aktivitäten der HU konzentrieren sich auf den Aufbau einer Facebook-Präsenz und die erweiterte Nutzung des bestehenden Twitter-Accounts.
- Die neu einzurichtenden Facebook-Präsenz soll Externe ansprechen, Arbeitsergebnisse und Positionen der HU zeitgemäß präsentieren und nach Möglichkeit an bestehende Onlinedebatten anknüpfen. Zugleich sollen dort Angebote für Mitglieder und Freunde unterbreitet werden, die auf eine stärkere Beteiligung am Verbandsleben und Mitwirkungsmöglichkeiten ausgerichtet sind.
- Mit dem Ausbau des Twitter-Accounts soll die Vernetzung mit Medien und Fachöffentlichkeit verbesser werden, um die Öffentlichkeitsarbeit des Vereins wirkungsvoller zu gestalten.
- Für die Einbindung multimedialer Daten sollten Flickr (Bilderpool) sowie YouTube (Einbindung von Audio-/Videomitschnitten) genutzt werden – jedoch mit deutlichem Hinweis auf den „Ablagecharakter“ dieser Angebote und Verweis auf die eigenen Webangebote der HU.
- Begleitend wird eine redaktionelle Mitarbeit an der Wikipedia vorgeschlagen, um Argumente und Informationen der HU in relevanten Themenfeldern der Onlineenzyklopädie zu verankern.

Abstimmungsergebnis:
17 Ja, 7 Nein, 3 Enthaltungen

Beschluss 3

Die Mitgliederversammlung beauftragt den Bundesvorstand, ein Social-Media-Konzept für die HU zu erarbeiten, dass sich an den (künftigen) Arbeitsschwerpunkten des Vereins orientiert und auf möglichst große Reichweite ausgelegt ist. Dazu sollte auch in geeignete Werbemaßnahmen investiert werden. Das

Konzept sollte die Möglichkeiten der Sozialen Medien voll ausschöpfen und mehr als nur eine Abbildung der bisherigen Verbandsaktivitäten leisten. Im Rahmen dieses Konzepts sollten neue Formate der Darstellung / Vermarktung von HU-Positionen erprobt werden.

Abstimmungsergebnis:
16 Ja, 4 Nein, 9 Enthaltungen

Das vorgelegte Papier der Arbeitsgruppe mit den detaillierten Analysen und Begründungen für diese Vorschläge findet sich hier.

---

https://www.humanistische-union.de/veranstaltungen/2017/beschluesse-1-3-social-media-praesenz-fuer-die-humanistische-union/
Abgerufen am: 04.09.2026