

Der djb im Internet: Webseite und Soziale Netzwerke

Vor genau 20 Jahren, zum 50-jährigen Jubiläum des djb, fanden sich in den aktuellen informationen folgende Worte: „Ein großer Erfolg (...) ist das hervorragend strukturierte Informationssystem des djb im Internet (unsere Homepage) – eine erstklassige Informationsquelle, hochaktuell, transparent, repräsentativ. Der Ausbau dieses Forums ist ein wesentlicher Zukunftsfaktor und eine wesentliche Aufgabe.“ Eine wesentliche Aufgabe – das ist die Betreuung des djb-Auftritts auf der eigenen Webseite, www.djb.de, noch heute. Hinzugekommen sind in den letzten Jahren insbesondere eine eigene Facebook-Seite und ein Twitter-Account.

Die Homepage des djb

Der Weg des djb ins Internet begann im Jahr 1996 mit einer unscheinbaren Ankündigung in den aktuellen informationen 4/1996. „Künftig wollen wir im Internet vertreten sein, Basistexte nebst laufenden Änderungen (z.B. Veranstaltungen) sollen durch monatliche Pflege des Textes erreicht werden. Dies ab Frühjahr 1997.“ Der Internetauftritt sollte jedoch zunächst nur einen begrenzten Umfang haben und im Wesentlichen dem Informationsfaltblatt des Verbands entsprechen; im Bundesvorstand wurde ein ausdifferenziertes System erarbeitet, demzufolge die Anschriften der Vorstandsmitglieder, aber nur die Namen der Beisitzerinnen, der vollständige Text der Pressemitteilungen, nicht aber der Stellungnahmen (davon nur eine Liste) veröffentlicht werden sollten. Im gleichen Zuge wurde die Öffentlichkeitsarbeit des djb in den Blick genommen, so etwa auch ein Logo erstellt und das Faltblatt überarbeitet.

Die Webseite ging im Laufe des Jahres 1997 online. Sie wurde in den aktuellen informationen 3/1997 angekündigt und auf der Mitgliederversammlung in Augsburg präsentiert. Ab 1998, nach einem Anbieterwechsel, konnten die Landes- und Regionalgruppen mithilfe eines Redaktionssystems eigene Homepages einrichten und dort beispielsweise eigenständig Termine veröffentlichen. Eine Vorreiterrolle kam hier der Landesgruppe Nordrhein-Westfalen und der Regionalgruppe Bodensee zu: beide wiesen Anfang 1999 in den aktuellen informationen im Zusammenhang mit geplanten Veranstaltungen auf ihre Homepages hin.

Um die Jahrtausendwende nahm die digitale Öffentlichkeitsarbeit des djb immer größeren Raum ein. Der Bundesvorstand diskutierte eine Neugestaltung der Webseite, die schließlich im Jahr 2001 umgesetzt wurde. In diesem Zuge wurde für die gesamte Webseite ein Redaktionssystem eingerichtet und eine stärkere Aktualisierung der Webseite angeregt. Die Stellungnahmen wurden dort nun im Volltext veröffentlicht. In den Jahren 2001 und 2002 wurden eine Mitglieder- und Vernetzungsdatei sowie eine Stellenbörse eingerichtet. Dadurch wurde den djb-Mitgliedern der Aufbau von (Frauen-)Netzwerken auch in der digitalen Welt und überregional ermöglicht.

2003 folgte schließlich ein Beschluss zur grundlegenden Aufteilung der Webseite in einen öffentlich zugänglichen und einen internen Bereich.

Die Webseite des djb dient nicht nur der Repräsentation nach außen; auch intern soll sie für Transparenz sorgen und dem häufig beklagten Informationsdefizit Abhilfe schaffen. So wurden den Mitgliedern ab 2003 auch Berichte aus Kommissionen, Landesverbänden, Regionalgruppen und von Vorstandssitzungen zur Verfügung gestellt. Auch die Jungen Juristinnen wurden vermehrt im Internet angesprochen, so etwa mit Informationen über Referendariat und Studium sowie mit einer Mailingliste. Nachdem diese mit großem Erfolg gestartet war, wurden 2005 außerdem Mailinglisten für Finanzfrauen, Juristinnen in Unternehmen und Anwältinnen eingerichtet, die den überregionalen Austausch und den Aufbau von Netzwerken fördern sollten.

Ein grundlegender Relaunch der Webseite wurde 2004 beschlossen und zu diesem Zweck eine eigene Arbeitsgruppe eingesetzt. Ziel war – wie den aktuellen informationen 1/2005 zu entnehmen ist – eine Rundumerneuerung und Modernisierung der Webseite, einschließlich eines ansprechenderen Layouts und mehr Übersichtlichkeit. Die auch optisch neue Webseite ging Ende 2005 online, die Überarbeitung von Zugriffs- und Redaktionsrechten zog sich noch einige Monate hin. Ebenfalls Ende 2005 wurde zum ersten Mal ein Mitglieder-Newsletter versandt – zwei Jahre zuvor war ein derartiger Vorschlag vom Bundesvorstand noch abgelehnt worden. Die Mitglieder-Newsletter mit aktuellen Informationen zur djb-Arbeit werden auch heute noch ca. fünfmal jährlich per E-Mail an die Mitglieder verschickt. Eine weitere Neuerung wurde im Zuge des Relaunches umgesetzt: die djb-Webseite erhielt dank des Einsatzes von Martina Bosch ein digitales Archiv, über dessen Entstehungsgeschichte sie in einem Interview in den aktuellen informationen 1/2007 berichtete.

Ab dem Jahr 2007 wurde mehrfach über die Einrichtung eines Forums diskutiert: zunächst noch aus Haftungsgründen abgelehnt, wurde es schließlich im Jahr 2011 freigeschaltet. Es ermöglichte den Mitgliedern die Erstellung eigener Profilseiten, die Bildung von Gruppen sowie die Interaktion mit anderen Mitgliedern und sollte dem Aufbau persönlicher Netzwerke dienen. Aufgrund der geringen Nutzung wurde das Forum im Jahr 2016 abgeschaltet. Die digitale Entwicklung und die Etablierung von Facebook machten weitere Plattformen dieser Art überflüssig.

Ende 2012 wurde im Bundesvorstand über zukünftige Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit diskutiert. Dazu wurde eine Arbeitsgruppe „Medien“ eingerichtet, die der Frage nachging, wie der djb seine Mitglieder und die Öffentlichkeit erreichen kann. Eine Mitgliederumfrage sollte Aufschluss darüber geben, was die Mitglieder möchten. Die Ergebnisse der Umfrage waren mäßig aussagekräftig, ein Ergebnis war jedoch, dass

die djb-Mitglieder sich eine Webseite wünschten, die auch auf mobilen Geräten lesbar war. Daher beschloss wenig später der Bundesvorstand, die Webseite umzustrukturen und mobiltauglich zu gestalten. Die Umsetzung erfolgte 2014. Dazu sagte Geschäftsführerin Anke Gimbal in einer djb-Pressemitteilung: „Heutzutage entsteht der erste Eindruck oft über die Homepage. Umso wichtiger ist ein professioneller Internetauftritt, auch für den djb. Die Seite im neuen Gewand präsentiert unser Anliegen übersichtlich. Damit kommen nicht nur Frauen einfacher schneller ans Ziel.“

Auf der Webseite des djb sind auch heute noch die Pressemitteilungen und Stellungnahmen abrufbar. Zudem werden der Bundesvorstand sowie die Kommissionen und Arbeitsstäbe vorgestellt. Weitere Bereiche der Webseite weisen etwa auf Veranstaltungen und Publikationen hin. Daneben sind zahlreiche Regionalgruppen und Landesverbände mit eigenen Seiten vertreten, die vor allem der Ankündigung von Veranstaltungen dienen und eine Kontaktaufnahme ermöglichen. Auch die Jungen Juristinnen betreuen einen Bereich der Homepage, auf dem etwa Ansprechpartnerinnen in Regionalgruppen und Landesverbänden vorgestellt werden, Referendariatsstationen in EU-Institutionen vermittelt werden und eine Praktikums- und Stellenbörse eingerichtet ist. Nach wie vor gibt es einen nur für Mitglieder zugänglichen Bereich auf der Webseite, der das Online-Archiv, ein Mitgliedsverzeichnis und das Rechtsanwältinnenverzeichnis enthält sowie Zugang zu den Mailinglisten für Anwältinnen, Finanzfrauen, Junge Juristinnen und Unternehmensjuristinnen eröffnet.

Der djb in den Sozialen Netzwerken

Die Öffentlichkeitsarbeit des djb im digitalen Raum erstreckt sich seit einigen Jahren nicht nur auf die eigene Homepage. Seit September 2013 ist der djb auch in den Sozialen Netzwerken vertreten: auf Facebook ist er unter „Deutscher Juristinnenbund e.V. – djb“ zu finden, getwittert wird unter @juristinnenbund.

Eine Facebook-Präsenz des djb wurde im Bundesvorstand erstmals 2011 diskutiert, aber wegen datenschutzrechtlicher Bedenken und der zu erwartenden Kommentare noch abgelehnt. Im Zuge der Überarbeitung der Strategie zur Öffentlichkeitsarbeit wurde zwei Jahre später schließlich doch die Nutzung von Facebook und Twitter beschlossen – ein weiteres Ergebnis der Mitgliederumfrage 2013. Der erste Facebook-Eintrag erfolgte am 9. September 2013 und wies auf den bevorstehenden Kongress in Leipzig hin. Nach einer gewissen Aufwärmphase – der zweite Post erfolgte erst Anfang 2014 – nahm die Facebook-Seite bald an Fahrt auf: seit Februar 2014 erfolgten regelmäßige Updates, häufig mehrfach in der Woche. Geteilt werden insbesondere Pressemitteilungen und Stellungnahmen des djb. Daneben finden sich Veranstaltungshinweise, gelegentlich auch Links zu frauenpolitisch interessanten Artikeln sowie Fotos von djb-Veranstaltungen. Anfang 2018 wies die Seite über 1.100 Abonent*innen auf.

Daneben haben auch die Jungen Juristinnen eine Facebook-Plattform aufgebaut. Diese startete Ende 2015 mit einer geschlossenen Facebook-Gruppe, die inzwischen knapp

80 Mitglieder hat. Die Gruppe wird insbesondere für interne Kommunikation genutzt. Der Facebook-Öffentlichkeit präsentieren sich die Jungen Juristinnen seit April 2016 mit einer Facebook-Seite, die von den Beisitzerinnen für Mitglieder in Ausbildung mit ehrenamtlicher Unterstützung betrieben und von über 400 Personen abonniert wurde. Auf der Seite werden vor allem Lesetipps und Veranstaltungshinweise für die Jungen Juristinnen veröffentlicht.

Im Jahr 2017 richteten außerdem zwei Regionalgruppen eigene Facebook-Seiten ein. Die Regionalgruppe Leipzig ist seit ihrer Neugründung zum Anfang des Jahres 2017 auf Facebook aktiv. Neuestes Mitglied ist seit Oktober 2017 die Regionalgruppe Halle. Die Regionalgruppen Bonn und Münster betreiben zudem interne Facebook-Gruppen.

Die größte Reichweite in den Sozialen Netzwerken erzielt der djb auf Twitter. Über 1.500 Personen folgen dem djb-Account, der seit März 2014 aktiv ist. Der erste (Re)Tweet war ein Zitat der damaligen djb-Präsidentin Ramona Pisal zur kommenden Europa-Wahl: „Europa ist eine Frau – Frauen, wählt Frauen!“. Seitdem folgten über 600 weitere Beiträge. Nicht unerwähnt bleiben soll an dieser Stelle die zeitlose „Kurzbiographie“, die das Twitter-Profil des djb ziert: „Lieber gleichberechtigt als später!“ In djb-Angelegenheiten twittet neben dem Verband selbst auch zahlreiche Mitglieder, Präsidentinnen und eine Past Präsidentin. Maria Wersig (@mariawersig) ist bereits seit 2011 auf Twitter aktiv und verbreitet ihre Kurzbotschaften mittlerweile an knapp 1.800 Follower*innen. Unter @praesidentindjb hat sie seit Oktober 2017 schon 170 Follower*innen gewonnen. Ramona Pisal twittert seit 2015 mit einem eigenen Account (seit Oktober 2017 @Past_Praes_djb) und hat in dieser Zeit knapp 1.500 Tweets abgesetzt.

70 Jahre djb – und weiter?

In den vergangenen 20 Jahren hat die Öffentlichkeitsarbeit des djb im Internet stetig an Bedeutung gewonnen. Erfolgreiche Verbandsarbeit ist ohne einen professionellen Auftritt im digitalen Raum heute kaum noch denkbar. Die Betreuung und stetige Aktualisierung der Kanäle ist jedoch mit einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden. An dieser Stelle sei deshalb der Geschäftsstelle sowie all jenen Mitgliedern gedankt, die die djb-Webseite, die Facebook-Seiten und den Twitter-Account betreuen.

70 Jahre nach seiner Gründung ist der djb im digitalen Raum angekommen. Doch trotz der Schnellebigkeit des Internets gilt auch 20 Jahre nach der Einrichtung der Webseite: Die Internetauftritte auf den verschiedenen Kanälen werden ein wesentlicher Zukunftsfaktor und deren Betreuung eine wesentliche Aufgabe des Verbands bleiben.

Tanja Altunjan