Abteilung 6
Gz.: 607-350.89
RL: VLR Wagner / VLR Hasper
Verf.: Streiff und Wagner

Berlin, 18.10.2017

HR: 2054 / 7948
HR: 3258 / 2054

Herrn Staatssekretär

nachrichtlich:
Herrn Staatsminister Roth
Frau Staatsministerin Böhmer

Betr.: Strategische Kommunikation zu Flucht und Migration
hier: Neue AA-Webseite www.rumoursaboutgermany.info

Zweck der Vorlage: Zur Unterrichtung

Anlg.: 1) Screenshot der Website, Info-Flyer zum Launch
2) Bezugs-Vorlage „Konzept für Strategische Kommunikation im Bereich Flucht und Migration in 2017" (01.12.2016, Nr. 2788125)

Zweck der Vorlage: Zur Unterrichtung

I. Zusammenfassung

Im Rahmen der aufklärenden **Kommunikationskampagne zu Flucht und Migration** bringt das AA nun eine **neue Website** online: **www.rumoursaboutgermany.info**. Hier bündeln wir die **wichtigsten Fakten und Richtigstellungen von Gerüchten**. Website und Kampagne insgesamt verfolgen das Ziel, den **Diskurs und das Informationsangebot zu irregulärer Migration** nicht allein den Schleusern zu überlassen – **v.a. online**.

Die Seite ist auf die Nutzung über Smartphones optimiert und zunächst auf **Englisch, Französisch und Arabisch** verfügar. Sie richtet sich in **einfacher, klarer Sprache** an drei

---

[1]Verteiler mit Anlagen:

MB	D-3, D-6, D-AP, D-E
BStS	3-B-1, 3-B-2, 5-B-2, 6-
BStM R	B-1, 6-B-2, 6-B-3, FM-
BStMin B	B, KS-FM, AS-RKM
011	Ref. E 12-8, 208, 300,
013	310, 311, 312, 313,
02	320, 321, 322, AP 04,
06	AP 05, S 01, S 03, S 08,
	S09, 508, 600, 600-9,
	602, 609

Zielgruppen: 1) Menschen, die sich in Herkunftsstaaten über irreguläre Migration nach DEU/Europa informieren, 2) Migranten in Transitstaaten und 3) Migranten, die bereits in DEU/Europa sind. **Aktuelle Inhalte** sollen laufend durch ein neuartiges, dezentrales **Interaktives Team** an den AV'en entlang der Migrationsrouten entstehen, das Ref. 607 aufbaut.

Mit der Website www.rumoursaboutgermany.info hat unsere F/M-Kommunikation eine **virtuelle Visitenkarte** und das AA manifestiert seinen **Gestaltungsanspruch** als federführendes Ressort in der Auslandskommunikation.

II. Ergänzend

Das **Querschnittsthema Flucht und Migration** (F/M) **bleibt auch kommunikativ eine große Herausforderung.** Weiterhin treffen viele Migranten gewichtige Entscheidungen auf Grundlage von **verzerrten Darstellungen und Falschinformationen** der Schleuser, **Gerüchten** in sozialen Medien und im Freundes- und Familienkreis sowie **vermeintlichen Erfolgsnachrichten** aus der Diaspora.

Seit Herbst 2015 steuern wir massiv dagegen. Unsere Kommunikation zu Flucht und Migration ist die bisher **größte Kampagne des Bereichs Strategische Kommunikation (6-B-3). Ziel ist Aufklärung, nicht Abschreckung:** wir informieren potentielle und derzeitige Flüchtlinge und Migranten über die Gefahren unterwegs, die tatsächlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen in DEU, Unterstützung bei freiwilliger Rückkehr sowie unser Engagement für Bleibeperspektiven in Herkunfts- und Transitstaaten.

Dabei kommunizieren wir sowohl direkt über die **Kommunikationskanäle von Zentrale und AV'en** als auch indirekt, in dem wir **Kommunikationsprojekte von Partnern finanzieren** – 2017 ca. 70 Projekte v.a. von internationalen Organisationen (u.a. IOM; UNHCR), NGOs (u.a. Seefar; Help e.V.), Medien (u.a. DW; dpa; ausländische Mediengruppen wie die Moby Group in AFG) sowie Diasporagruppen in DEU. So konnten wir **Millionen Menschen in migrationspolitisch besonders relevanten Herkunfts- und Transitstaaten** von Subsahara-Afrika bis AFG/PAK erreichen. Der **BT unterstützt uns ausdrücklich** und gewährt seit 2016 **Sondermittel** für unsere F/M-Kommunikation (s. Bezugvorlage).

Abstimmung mit den Ressorts, v.a. BPA, BMI und BMZ, zur Kampagne insgesamt verläuft seit 2015 in regelmäßigen BPA-Runden und war produktiv. Zur **Website** waren Ressorts ebenfalls eingebunden, Programme von BMI und BMZ werden beschrieben und deren Seiten verlinkt. **BMI stört sich noch am Website-Titel „rumours about germany"**, da ein Aufgreifen der Gerüchte kontraproduktiv sei; wir halten daran fest, da sich der Kampagnenname in zwei Jahren bewährt hat und Gerüchte von offizieller Seite eindeutig widerlegt werden sollten. Wir drängen auf eine Einigung, werden den Launch der Website aber nicht davon abhängig machen.

Die Website soll **am 23.10. online** gehen und wird in Abstimmung mit 013 **aktiv kommuniziert** (u.a. Hintergrunddossier an ausgewählten Journalisten, Flyer und Social Media-Inhalte für AV'en – s. Launch-Plan im Anhang). Die Website wurde **erstellt durch die StratKom-Redaktion** (externer Journalist, Grafiker, Webdesigner) im Bereich 6-B-3 in Abstimmung mit 013, 508, KS-FM und dem Netzwerk der FM-Referenten.

In einer **zweiten Entwicklungsphase** soll die Website **regionalspezifische Unterbereiche, weitere Sprachfassungen und Inhalte externer Partner** wie DW und IOM erhalten. Aktuelle Inhalte sollen laufend hinzugefügt werden – dies wird eine der Aufgaben des neuen „**Interaktiven Teams**“ aus **Social Media-Lokalbeschäftigten sowie F/M- und Pressereferenten** an ausgewählten AV'en, das Ref. 607 aufbauen und koordinieren wird.

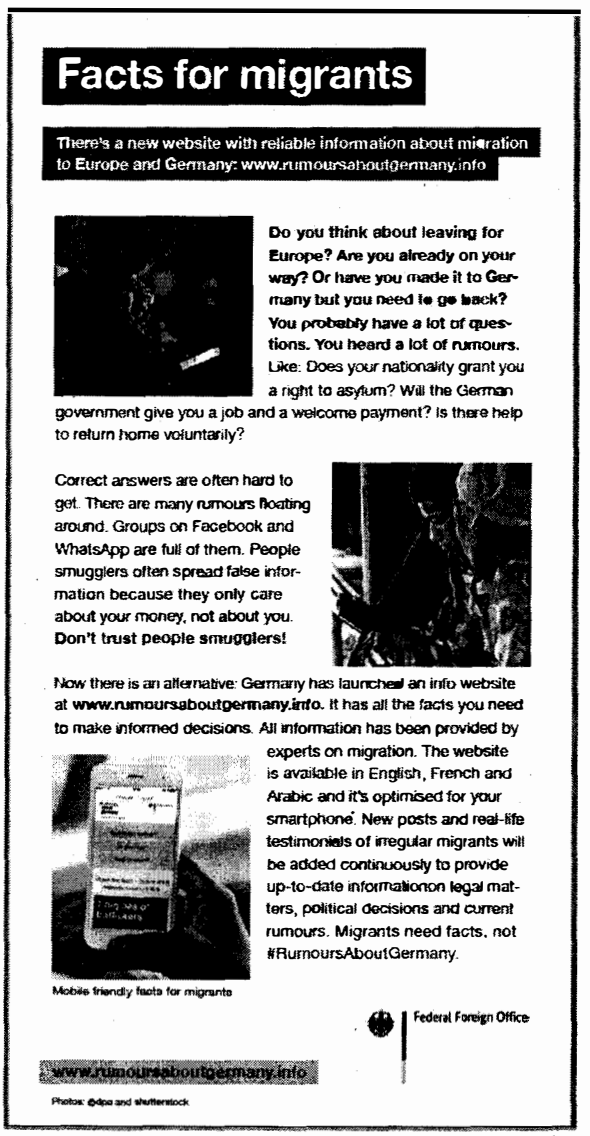
013 und KS-FM waren eingebunden. 508 hat mitgezeichnet.

Hat 6-B-3 vorgelegen.

Görgen

Anlage 1)

Info-Flyer zum Website-Launch



Facts for migrants

There's a new website with reliable information about migration to Europe and Germany: www.rumoursaboutgermany.info

Do you think about leaving for Europe? Are you already on your way? Or have you made it to Germany but you need to go back? You probably have a lot of questions. You heard a lot of rumours. Like: Does your nationality grant you a right to asylum? Will the German government give you a job and a welcome payment? Is there help to return home voluntarily?

Correct answers are often hard to get. There are many rumours floating around. Groups on Facebook and WhatsApp are full of them. People smugglers often spread false information because they only care about your money, not about you. **Don't trust people smugglers!**

Now there is an alternative: Germany has launched an info website at **www.rumoursaboutgermany.info**. It has all the facts you need to make informed decisions. All information has been provided by experts on migration. The website is available in English, French and Arabic and it's optimised for your smartphone. New posts and real-life testimonials of irregular migrants will be added continuously to provide up-to-date informationon legal matters, political decisions and current rumours. Migrants need facts, not #RumoursAboutGermany.

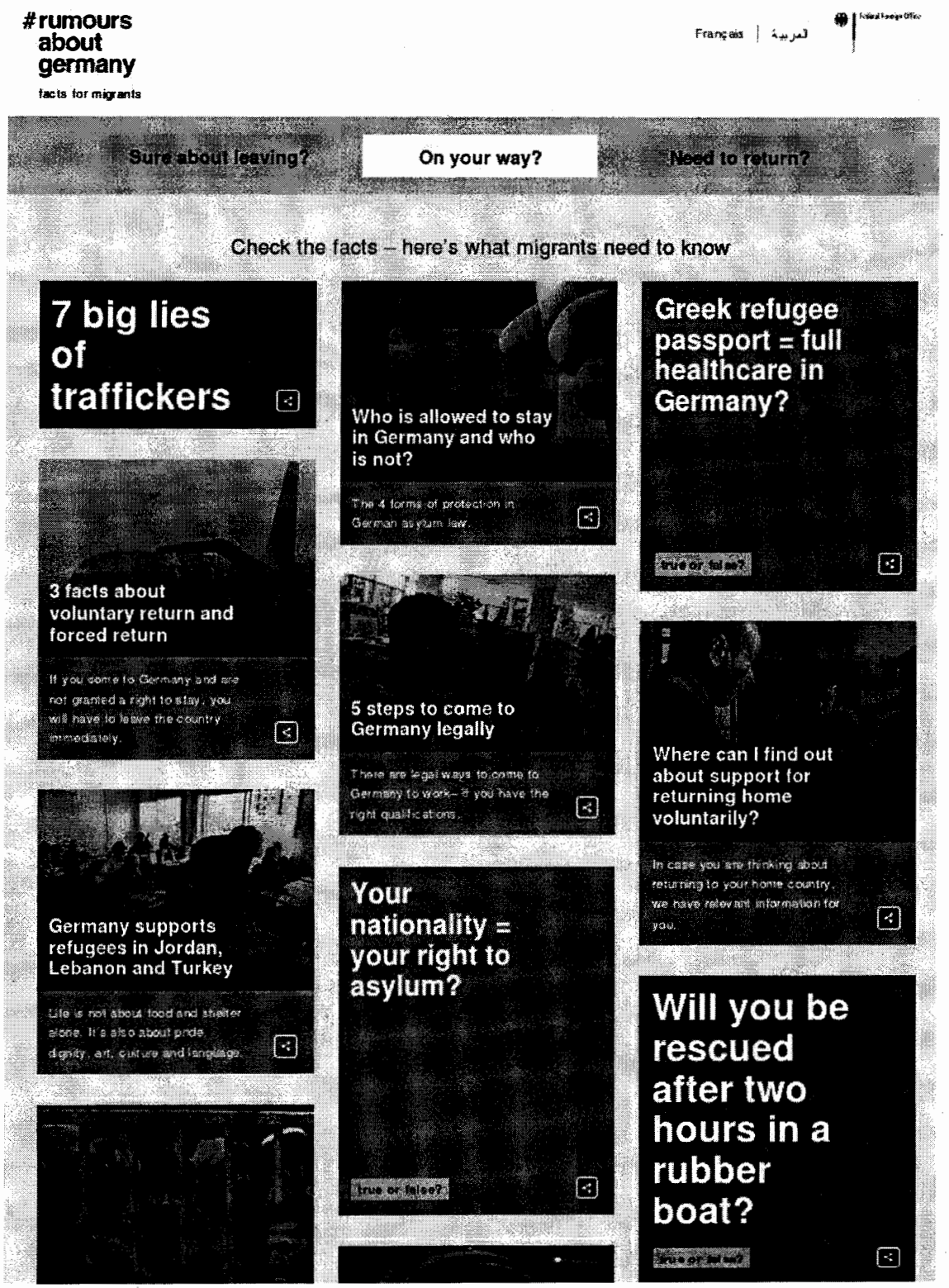
Mobile friendly facts for migrants

Federal Foreign Office

www.rumoursaboutgermany.info

Photos: dpa and shutterstock

Screenshot der Webseite



<u>Anlage 2)</u>

Bezugs-Vorlage „Konzept für Strategische Kommunikation im Bereich Flucht und Migration in 2017 (01.12.2016, Nr. 2788125)

SSt StratKom F/M – Leuchtturmprojekt „Rumours about Germany“

*Auslandskommunikation zu Flucht und Migration, die **SEIT SOMMER 2015** rasch aufgebaut werden konnte, wurde 2016 weiter entwickelt und bleibt eines der wichtigsten Tätigkeitsfelder des **Bereichs Strategische Kommunikation (6-B-3)** des AA.*

*Maßgabe dabei: wir wollen **nicht abschrecken, sondern aufklären**. **Ziel: Kommunikation eines umfassenden, realistischen Deutschlandbilds.** Die Entscheidung, sich nach Europa aufzumachen, ist schwerwiegend und wird oft durch bewusste **Desinformation von Schleppern** beeinflusst. Daher informiert die Bundesregierung in den Herkunfts- und Transitländern über die **Gefahren und Kosten** unterwegs, über die **geltende Rechtslage**, das dt. Engagement zur Schaffung von **Bleibeperspektiven** vor Ort und dt. **Unterstützung bei freiwilliger Rückkehr**.*

Rumours about Germany

Projektbeschreibung

In 2017 war ein **Leuchtturmprojekt** die Gestaltung und Entwicklung einer **Informationswebsite für (potenzielle) Flüchtlinge und Migranten**. Mit der neuen Internetseite www.rumoursaboutgermany.info, die im Oktober 2017 online ging, bündeln wir auf Englisch, Französisch und Arabisch unsere bisherigen Social-Media-Aktivitäten **gegen Gerüchte und Fehlinformationen** im Netz und führen in konzentrierter Form alle **relevanten Informationen für Migranten und Flüchtlinge** zusammen. Das wichtigste Ziel der Website ist es, die Deutungshoheit im Netz nicht allein den Schleusern zu überlassen. Mit **faktenbasierter Kommunikation** wollen wir allen, die über Flucht und Migration nachdenken oder sich bereits auf den Weg gemacht haben, eine **ausreichende Informationsgrundlage** zur Verfügung stellen und auf diese Weise **Klarheit schaffen**.

„Rumours about Germany – facts for migrants“ stellt Fragen und liefert Antworten. Gerüchte, die unter Migranten und in deren Umfeld weit verbreitet sind, werden deutlich widerlegt. So entkräfte die Seite beispielsweise das Gerücht, dass man in Deutschland überall mit Englisch weiterkommt oder dass die Regierung jeden mit einem Job versorgt. Andere Artikel richten sich an Menschen, die bereits auf dem oft gefährlichen Weg nach Europa sind, und bringen ihnen Alternativen nahe: Die verschiedenen Unterstützungsprogramme für freiwillige Rückkehr werden ebenso vorgestellt wie humanitäre Programme in den Flüchtlingslagern in Transitstaaten wie Mali, Jordanien oder Libanon und Hilfsprogramme in Herkunftsländern. Die Seite ist **optimal auf dem Smartphone nutzbar** und richtet sich in einfacher, klarer Sprache an Menschen, die mit dem Gedanken spielen, nach Deutschland zu kommen, die unterwegs oder bereits in Deutschland sind.

Launch/Bewerbung

Der **Launch am 23.10.** war **sehr erfolgreich.** In allen großen deutschen Zeitungen und teilweise auch in der ausländischen Presse ist über die Website berichtet worden. Um die Migranten auf die Website aufmerksam zu machen, wird diese in Deutschland und in den Herkunftsländern über **verschiedene Plattformen in den sozialen Medien und über Flyer beworben.** Etwa die **Hälfte der AVen,** bei denen F/M besondere Relevanz hat, hat den **Link und das Feature zur Website** entweder auf der **Website der AV eingebunden** oder **auf Facebook** gepostet. 12 Vertretungen haben die Website sogar auf beiden Kanälen beworben. Der Launch war ein sehr guter Anfang, jetzt kommt es darauf an, nachhaltig zu sein – die AVen sind zu weiterer Bewerbung aufgerufen worden.

Nutzung

In den ersten zwei Wochen nach Launch wurde die Website bereits von **150.000 unterschiedlichen Nutzern aufgerufen** und **über 4 Millionen Klicks** gezählt. Seit Mitte November werden durch das **neue Analysetool Piwik** detaillierte Nutzungsinformationen erfasst inkl. **Klicks pro Artikel und Ebene, Verweildauer, Aufenthaltsland des Nutzers**, etc. Eine **erste, detaillierte Auswertung folgt bis Ende des Jahres.** Aktuell informieren sich **täglich mehrere tausend Nutzer** auf der Website während noch zusätzliche Werbemaßnahmen ausgerollt werden.

Weiterentwicklung

In den folgenden Monaten wird die **Website weiter entwickelt:** es werden **laufend neue Gerüchte** und **Informationsbedarfe** adressiert, **Inhalte externer Partner** wie der Deutschen Welle oder IOM eingebunden und **neue Sprachfassungen** (Dari/Farsi, Urdu, Tigrinja) live gestellt. Mittelfristig ist eine **stärkere Regionalisierung** (Content, Stories, Sprachen) geplant, um so Zielgruppen noch stärker anzusprechen.