



manos al cielo - ruurmo by-cc-sa/2.0

# Die Rolle des Internet bei der Optimierung politischer Reformprozesse

Eine Studie im Auftrag der  
Bertelsmann Stiftung



**pol-di.net e.V. / politik-digital.de**  
Oranienburger Straße 17  
10178 Berlin  
[www.politik-digital.de](http://www.politik-digital.de)

# Einleitung

Woraus besteht Demokratie? Verkürzend, aber durchaus zutreffen kann gesagt werden: Die drei wichtigsten Stakeholder „Zivilgesellschaft“, „Wirtschaft“ und „Staat“ treten in eine Wechselbeziehung, die durch „Information“, „Kommunikation“ und „Partizipation“ konstituiert wird. Mit dem Siegeszug des Internet ist es nicht nur möglich, sondern auch nötig geworden, sich der neuen Mittel zu bedienen, um Demokratie zu leben. Doch die Frage stellt sich: Was können die Neuen Technologien dazu beitragen, um Politik besser zu kommunizieren? Welche realistischen Erwartungen können an den Einsatz dieser Techniken gestellt werden? Mit welchen Widerständen ist zu rechnen?

Das lebendige Abbild der Demokratie im Internet bedarf der praktischen Einbindung in die Realitäten der Staatsbürger und der staatlichen Institutionen. Bislang jedoch ist wenig Alltagsbezug von Online-Projekten der politischen Kommunikation zu erkennen – die Debatte spielt sich zu großen Teilen weitab eines öffentlichen Diskurses im theoretisch-elitären Elfenbeinturm ab, in dem Wissenschaft und ohnehin Engagierte zu Hause sind.

Die Akteure der politischen Kommunikation im Netz führten in Deutschland lange Zeit ein Schattendasein. Das liegt zum großen Teil an ihnen selbst: Zum einen vermochten sie bislang noch nicht genau – und erst recht keiner großen Öffentlichkeit – zu erklären, worin ihr Erkenntnisinteresse, worin der Gegenstand ihrer Beschäftigung lag und was konkrete Handlungen im Dienste der Demokratie sein könnten. Zum anderen ist den wichtigsten Akteuren – Wissenschaftlern, Netz-Aktivisten und Mitarbeitern politischer Institutionen – eines gemeinsam: Sie sind allesamt schlechte Selbstvermarkter.

Hinzu kam der Crash der New Economy zu Beginn des Jahrtausends. Nach einer kurzen Welle der vitalen Auseinandersetzung mit den demokratiefördernden Möglichkeiten des Internet in den 90ern erstarb das Interesse mit dem Niedergang der New Economy. Nicht nur die Politik, auch die Wissenschaft wendete sich nach der Pleite von „Boo.com“ und den folgenden ökonomischen Desastern leise, still und heimlich wieder den alten Themen zu.

Doch Änderung ist in Sicht: Derzeit erlebt das Thema eine massenmedial aufbereitete Renaissance. Medien ziehen Online-Themen auf die Titelseite; Stiftungen interessieren sich wieder oder erstmals für das Thema Internetkommunikation und die

Politik versucht zaghaft, sich die neuen technischen Instrumente für ihre politische Kommunikation zu Nutze zu machen. Die Schlüsselbegriffe lauten heute „Web 2.0“, „nutzergenerierte Inhalte“ und „soziale Software“. Im Kern geht es um Ähnliches wie schon Mitte der 90er Jahre: Nutzer konsumieren nicht mehr nur Inhalte, sondern sie produzieren selbst und tragen damit zu einer Wertsteigerung eines Produktes, eines Dienstes, einer Idee bei. So weist Tim Berners Lee, Begründer des WWW, darauf hin, dass es im Internet schon immer darum ging, soziale Beziehungen von Menschen zu unterstützen: „Web 1.0 was all about connecting people“<sup>1</sup>. Diese Beschreibung lässt ein egalitäreres Bild von Kommunikation aufblitzen, als es aus der politischen Kommunikation bisher bekannt ist. Das hat Folgen, vor allem für die bisherigen Absender der politischen Aussagen.

Im Kern, das ist die zentrale These dieses Papiers, kann eine modernere und internetaffine Kommunikation nur strategisch gelingen, wenn die Entscheider bereit sind, mittelfristig auf einen Teil der Kontrolle über Kommunikation zu verzichten – und diese Kommunikation in die Hände der interessierten Öffentlichkeit zu legen. Damit ist das Gelingen neuer Strategien aus Sicht des Autors unmittelbar mit einer, wenn auch begrenzten, Neuverteilung von Macht verbunden. Die neuen Techniken reduzieren ihren Gehalt im politischen Bereich letztendlich auf zwei Dinge: Das Internet erleichtert die Herstellung von Transparenz politischer Verfahren und ermöglicht Kommunikationsformen, die mit alten Top-Down-Ansätzen nicht mehr viel gemein haben.

Diese These zu belegen, kann angesichts der begrenzten Möglichkeiten dieses Textes kaum gelingen. Es können aber erste Fundstücke zusammengetragen werden, die die Notwendigkeit von kommunikativen Reformen unterstützen. Welche Maßnahmen sind aus Sicht von politischen Kommunikatoren zu ergreifen, um Schritt zu halten? Was ist bereits erreicht? Was wird passieren? Anhand dieser und weiterer Fragen soll eine Umgrenzung des Themenbereiches vorgenommen werden. Zwangsläufig müssen Auslassungen vorgenommen werden; vor allem die mit dem Thema zusammenhängenden Fragestellungen des Wirtschaftssektors werde zu Gunsten einer Fokussierung auf die Beziehung zwischen „Politik“ und „Bürger“ niederrangig behandelt.

<sup>1</sup>Scott Laningham (2006): Interview des „developerWorks podcast“ der Firma IBM am 28.7.2006. <http://www-128.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206.txt>

## Neue Situation

Die grundlegenden kommunikativen Möglichkeiten des Internet sind inzwischen seit Jahren bekannt. Das Thema, um das es heute wieder geht – eine größere Beteiligung von Nutzern des Internet – ist schon vor Jahren als das zentrale Zukunftsthema, als der Unique Selling Point der Online-Medien, gesehen worden. Auch die neuen Möglichkeiten für demokratische Teilhabe sind schon früh beschrieben worden: Leichtere Organisation von Beteiligungsprozessen, Zugang zu neuen Zielgruppen und Schaffung von mehr Transparenz des politischen Systems zu Gunsten einer höheren Legitimation der Demokratie.

Doch die Voraussetzungen sind andere als vor einigen Jahren. Zwar hat sich an den grundlegenden technischen Gegebenheiten nichts geändert und auch die derzeit hochgelobten Werkzeuge des „Web 2.0“ basieren zum großen Teil auf Jahre alten Technologien. Doch drei Neuentwicklungen geben den Ausschlag dafür, dass das Internet zum Medium für mehr als eine Informationselite werden kann und damit auch realistische Perspektiven für eine produktive Nutzung des Internet für politische Kommunikation entstehen: Höhere Bandbreiten, bessere Medienkompetenz und bessere Hardware.

### Höhere Bandbreite

Höhere Bandbreite ist die Grundvoraussetzung für schnelle und bequeme Internetnutzung; sie ist nötig, um große Datenmengen wie Bilder und Videos über das Internet zu verbreiten oder am heimischen Rechner abzurufen. Vorbei sind die Zeiten, als der Einwahl ins Internet zwingend ein Steckerwechsel an der TAE-Telefonbuchse und langes Warten beim Verbindungsaufbau vorausging. Das Hochladen auch von umfangreichen Dateien ist immer weniger ein nerviges Zeitproblem. Mitte des Jahres 2007 sind nach der Erhebung „(N)Online-Atlas 2007“ rund 60 Prozent der Bevölkerung online, rund 36 Prozent der Deutschen verfügen über einen DSL-Internetzugang (das sind ungefähr fünf Prozent mehr als noch vor einem Jahr).<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Initiative D21 (2007): (N)Online-Atlas 2007. Deutschlands größte Studie zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Internets. <http://www.nonliner-atlas.de/>,

### Höhere Medienkompetenz

Zudem haben die Nutzer bei der Medienkompetenz erheblich aufgeholt. Inzwischen bewegen sich drei Viertel der deutschen Online-Nutzer zwischen 14 und 19 Jahren zumindest gelegentlich in Foren und Chats. Rund 37 Prozent dieser Gruppe geben an, an der aktiven Nutzung des Netzes mit Web 2.0-Angeboten Interesse zu haben, berichtet die ARD/ZDF-Online-Studie von 2006.<sup>3</sup> Senioren sind die am stärksten wachsende Gruppe im Internet. Auch die Bildungs- und Geschlechterunterschiede der Online-Nutzer scheinen sich – wenn auch langsam – zu verringern (noch stimmt das Vorurteil vom jungen, männlichen, gut ausgebildeten Standardnutzer des Internet). Immer mehr Menschen sind in der Lage, E-Commerce-Angebote zu nutzen, eigene Websites oder Blogs zu betreiben oder sich im Internet zu informieren.

### Bessere Hardware

Auch die Hardware wird leistungsfähiger und leichter bedienbar. Handys mit Video- und Upload-Funktionen werden langsam zur Selbstverständlichkeit. Mobile Geräte für E-Mails oder Online-Zugang wie etwa „Blackberries“ gehören zur Standardausrüstung eines Managers, setzen sich aber auch zunehmend in anderen Zielgruppen durch. Geotagging-Dienste für mobile Anwendungen, wie sie im Zukunftsszenario „Epic“<sup>4</sup> am Beispiel des iPhones bereits vor einigen Jahren beschrieben wurden, sind im Kommen. Die Kosten für Speicherplatz sinken und mit dem Siegeszug des W-Lans kann inzwischen an immer mehr Orten gesurft werden.

Ja, es hat sich einiges getan in den letzten drei, vier Jahren. Das Internet und seine Inhalte werden langsam zum anerkannten Massenmedium. Auch die politische Sphäre bleibt davon nicht unberührt. In diesem Papier sollen einige Entwicklungslinien der letzten Jahre nachvollzogen und teilweise bewertet werden.

<sup>3</sup> ARD/ZDF Online Studie (2006) : Sonderauswertung Onlineer 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0. <http://www.daserste.de/service/studie.asp>

<sup>4</sup> Das Flash-Video „Epic“ von Robin Sloan und Matt Thompson beschreibt pointiert und bestürzend realistisch eine mögliche Entwicklung der Medienlandschaft im Internet-Zeitalter unter Vorherrschaft der Firma Google. [http://media.aperto.de/google\\_epic2015\\_de.html](http://media.aperto.de/google_epic2015_de.html)

## Die Vergangenheit: Verwirrende Begrifflichkeiten

Die Diskussion um die Chancen und Risiken des Internet für die demokratische Auseinandersetzung wurde früh mit dem Schlagwort „E-Demokratie“ belegt. Aus einer Melange von Akteuren aus Technik, Sozialwissenschaften und neuem Technik-Entrepreneurwesen entwickelten sich verschiedene Utopien, wie das neu entstehende Internet die Demokratie beeinflussen könnte. Diese Utopien oszillierten zwischen sehr unterschiedlichen Positionen: Auf der einen Seite entstanden Vorstellungen eines quasi-rechtsfreien und radikaldemokratischen Raumes („Cyberspace“), wie ihn John Perry Barlow in seiner „Declaration of the Independence of Cyberspace“ im Jahr 1996 propagierte.<sup>5</sup> Alte Staatsstrukturen sollten in dieser neuen Ordnung keine herausragende Rolle mehr zugewiesen bekommen; die Internetnutzer schaffen ihre eigene Ordnung.

Auf der anderen Seite wurden die neuen Medien eher als willkommenes Werkzeug für eine als überfällig empfundene Verwaltungsmodernisierung gesehen. Vorrangig technikdeterministisch wurden die Modernisierungspotenziale für bestehende staatliche Service-Dienstleistungen gesehen. Thema war die Elektronifizierung der bestehenden Administration. Die Technik könne, so die frühen Vorstellungen, Dienstleistungen der Demokratie effizienter, schneller und leichter verfügbar machen.

Irgendwo dazwischen positionierten sich mit der Zeit immer häufiger vor allem Sozialwissenschaftler, die mit dem Internet einen neuen Ort der „Agora“, eine „digitale Polis“ und ein neues Kraffeld für Deliberation heraufzubeschwören trachteten. Noch bevor sich auch nur annäherungsweise eine Art Kanon hätte herausbilden können, was der Kern dieser neuen Möglichkeiten sein könnte, flachte die Diskussion nach dem Fall der New Economy erheblich ab. Doch die vielen Begriffe waren in der Welt und führen bis heute zu Verwirrungen des Diskurses. So wird heute noch weitgehend unabgegrenzt von E-Government geredet, von E-Administration, E-Democracy, E-Consultation, E-Voting, E-Deliberation, oder E-Campaigning. Das alles ist im weitesten Sinne Teil von E-Demokratie. Oder könnte es sein. Oder ist E-Demokratie Teil von E-Government? Von E-Deliberation?

<sup>5</sup> John Perry Barlow (1996): Declaration of the Independence of Cyberspace. Barlow war zudem einer der Gründer der einflussreichen „Electronic Frontier Foundation“. <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>

**Neue Methoden der Kommunikation: Web 2.0**  
 Vielleicht hilft zunächst ein Blick auf die Methoden, derer sich Akteure der Online-Kommunikation bedienen. Die technische Entwicklung ist rasant und bleibt nicht ohne Auswirkung auf moderne Werkzeuge, die für eine Weiterentwicklung von Online-Diskursen genutzt werden könnten. Von statischen Seiten (noch per HTML-Sprache programmiert) ging der Trend über bunt-blinkende Grafiken (per „Flash“-Technik erstellt) bis hin zur personalisierbaren Website, die sich der Nutzer nach eigenem Interessengebiet individuell zusammenstellen kann (per „Ajax“-Programmierung realisiert). Beiträge können inzwischen bewertet, kommentiert, per E-Mail-Newsletter oder mit anderen Techniken („RSS“) abonniert und per Mausclick („Trackback“) verbreitet werden. Die Websites filtern automatisch oder nach Eingabe eines Interessen-Profiles die beliebtesten, meist kommentierten, interessantesten oder am häufigsten angeklickten Inhalte auf. Andere Dienste, etwa Google-Maps, können auf der eigenen Seite eingesetzt oder mit anderen Diensten zusammengewürfelt („Mash Up“), weiterentwickelt oder schlicht per offener Schnittstelle einem weiteren Dienst zugeschaltet werden. Die Nutzer finden sich in Communities wieder, in denen sie „gruscheln“, Hobbies und Interessen austauschen und gelegentlich auch einen Kontakt in die Offline-Welt transferieren – oder umgekehrt einen Kontakt aus der Offline-Welt im Internet weiterführen, verstetigen, vertiefen.

Für alle Akteure der politischen Kommunikation bieten die neuen Medien Möglichkeiten, die nicht erst seit dem Siegeszug von Web 2.0 bekannt sind, aber nun deutlich als Möglichkeiten hervortreten. Die Instrumente eignen sich dazu...

- die Haltung der Nutzer abzufragen
- vom Wissen und der Kreativität der Nutzer zu profitieren
- durch dialogische Wissensvermittlung die Haltung der Nutzer zu beeinflussen
- Legitimation für politische Prozesse zu erhöhen
- Transparenz von Entscheidungsprozessen zu verbessern
- Unterstützer zu mobilisieren oder rekrutieren
- Themen öffentlichkeitswirksam auf die Agenda zu setzen
- Druck auf Stakeholder der Politik auszuüben
- eine bessere Lösung zu finden, als bislang bekannt

### Brechts Radiotheorie

Im Kern werden von den Nutzern jedoch immer wieder die gleichen Aktionen eingefordert: Sie sollen bereitgestellte Informationen aufnehmen, diese durch eigene Daten, Informationen oder Interpretationen bereichern. Damit ist wirklich eine neue Ära des Kommunikationszeitalters erreicht, denn aus Empfängern sind auch Sender geworden. Kein geringerer als Berthold Brecht formulierte dieses Szenario in den frühen 30er Jahren des vorhergehenden Jahrhunderts in seiner derzeit wiederhäufig zitierten „Radiotheorie“. Brecht forderte: „Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, d.h., er würde es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, als ob die Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.“<sup>6</sup>

Erst in den 70er Jahren erinnerte man sich angesichts neuer gesellschaftlicher Reformforderungen an die Gedanken. Und heute, betrachtet man das Internet mit seinen Pod- und Videocasts, mit seinen Blogs und traditionellen Internetseiten, dürfen sie wohl als Realität gewordene Utopie bezeichnet werden. Warum die Theorie so lange in Vergessenheit geraten war, liegt auf der Hand: Die Aussichten auf eine Umsetzung erschienen angesichts der technischen Möglichkeiten utopisch. Zudem reduzierten gerade die Nationalsozialisten die Medien zum Top-Down-Instrument schlechthin.

Ob die neuen Möglichkeiten des Publikums, zum Sender zu werden, auch zu einer besseren Gesellschaft führen können, ist eine der entscheidenden Fragen. Brechts Überzeugung war es, dass „das Publikum nicht nur belehrt [wird], sondern auch belehren muß“<sup>7</sup>. Die Ziele heutiger Apologeten von E-Demokratie-Projekten sind konkreter: Entweder sie zielen darauf ab, bestehende Demokratien zu optimieren, oder sie sollen helfen, nicht-demokratische Strukturen für diese Gesellschaftsform zu öffnen und durch Möglichkeiten freier Meinungsäußerung langfristig zu etablieren.

### Praxisnaher Definitionsversuch

Die Bertelsmann Stiftung hat früh dazu beigetragen, zumindest unter praxisnahen Experten auf begrifflicher Ebene mehr Klarheit zu schaffen und die Möglichkeiten und Grenzen des Themas zu umreißen. In der im Jahr 2001 erarbeiteten Studie „Balanced E-Government“<sup>8</sup> wurde eine Definition des Themenfeldes vorgenommen, die bis heute in ihrer Alltagstauglichkeit Nachahmer sucht, jedoch in der politischen Sphäre nie angekommen zu sein scheint. Demnach besteht der Themenkomplex „E-Government“ zu gleichen Teilen aus den Bereichen „E-Democracy“ und „E-Administration“. „E-Administration“ wird dabei definiert als „auf Informations- und Kommunikationstechnologien basierende Abwicklung nutzerorientierter Services öffentlicher Institutionen“. „E-Democracy“ wird definiert als „digital erfolgende Information (Transparenz) und politischer Einflussnahme (Partizipation) von Bürgern und Wirtschaft auf Willensbildungsprozesse öffentlicher – staatliche wie nichtstaatlicher – Institutionen“.

Die Besonderheit der Definition bestand darin, dass für den Themenbereich E-Democracy ebenso viel Aufmerksamkeit eingefordert wurde, wie für den überbetonten Bereich der E-Administration. Auch die strikte Trennung der beiden Bereiche war neu. Die Autoren der Studie warnten vorausschauend, dass die spätere Einführung partizipatorischer Elemente erschwert würde, wenn sich die Modernisierung des öffentlichen Sektors ausschließlich auf die Implementierung elektronischer Dienstleistungen konzentrierte. Ein später daraus von den Autoren abgeleiteter „10-Punkte-Plan für gutes E-Government“<sup>9</sup> erlangte nicht die verdiente Aufmerksamkeit, obwohl er bis heute nichts an Aktualität eingebüßt hat. Auch die im Jahr 2004 von der Bertelsmann Stiftung vorgelegten Empfehlungen, wie Neue Medien in Maßnahmen der Bürgerorientierung einzubinden seien<sup>10</sup>, sind nach wie vor aktuell.

<sup>6</sup> Zitat nach Wikipedia, Eintrag „Brechts Radiotheorie“, Eintrag vom 12.9.2007 <http://de.wikipedia.org/wiki/Radiotheorie>  
<sup>7</sup> [http://www.uni-essen.de/literaturwissenschaft-aktiv/Vorlesungen/ausblick/bre\\_radio.htm](http://www.uni-essen.de/literaturwissenschaft-aktiv/Vorlesungen/ausblick/bre_radio.htm)

<sup>8</sup> Bertelsmann Stiftung (2002): Balanced E-Government.

Elektronisches Regieren zwischen administrativer Effizienz und bürgernaher Demokratie. Gütersloh.

<sup>9</sup> Bertelsmann Stiftung / Projektgruppe E-Government (2002): 10-Punkte-Plan für gutes E-Government. Ein Fahrplan zur Verwaltungsmodernisierung und Stärkung der Bürgergesellschaft. Gütersloh.

<sup>10</sup> Bertelsmann Stiftung (2004): Neue Medien und Bürgerorientierung. Gütersloh.

## Die Vergangenheit: Entwicklungen der letzten Jahre

Seit Ende der 90er Jahre war die angesprochene Verwaltungsmodernisierung, in der dem Internet eine führende Rolle zugesprochen wurde, nicht mehr aufzuhalten. Mit dem Programm Media@Komm<sup>11</sup> legte die Bundesregierung ein großes Förderprogramm auf, mit dem auf kommunaler Ebene die Grundlagen für eine Nutzung des Internet für Verwaltungshandlungen geschaffen werden sollten. Bei der Verwaltungsmodernisierung und dem Aufbau von technologisch unterstützenden Infrastrukturen ließ sich auf einmal viel Geld verdienen – und entsprechend aktiv wurden große Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen. Sie entwickelten im Rahmen der verschiedenen folgenden Regierungsprogramme nicht nur neuartige Service-Angebote, sondern sicherten durch das Aufzeigen neuer technologischer Aktivitätsfelder auch Zukunftsaufträge. Kein Wunder, dass alle Maßnahmen der Regierung in den folgenden Jahren einen Schwerpunkt in diesem Bereich legten: Jedes noch so unwichtige Dokument wurde gescannt und als PDF verfügbar gemacht, jede zweite Institution gab ähnliche Entwicklungsaufträge heraus.

Was dabei zunächst aus dem Blickfeld staatlichen Handelns rückte, war die Möglichkeit, das Internet als Diskursraum weiterzuentwickeln, in dem die verschiedenen Stakeholder gesellschaftlicher Handlungen – Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft – ihre Interessen koordinieren und angleichen lernen. Zwar beschäftigten sich weiterhin Wissenschaftler aus Deutschland und anderen Ländern mit den Möglichkeiten neuer Techniken für eine Stabilisierung oder Weiterentwicklung der Demokratie. Die Interaktion zwischen Staat und Bürger („Government to Citizen“, „G2C“) wurde jedoch nicht von bundesstaatlichen Institutionen goutiert, geschweige denn gefördert. Die wenigen E-Demokratie-Modellprojekte fristeten auf Bundesebene ein Schattendasein im Vergleich zu den Projekten der elektronischen Verwaltungsmodernisierung. So listet der „Fortschrittsanzeiger der Initiative BundOnline 2005“ ganze vier Regierungsprojekte auf, die dem Bereich „Vorbereiten von politischen Entscheidungen bzw. Gesetzesvorhaben“ zugeordnet werden – gegenüber 440 Projekten, die anderen Servicebereichen zugeordnet werden.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> <http://mediakomm.difu.de/>

<sup>12</sup> Der Fortschrittsanzeiger listet die E-Government-Projekte der Bundesregierung in den Jahren 2001 bis 2005 auf. [http://www.kbst.bund.de/cin\\_012/nn\\_836192/Content/Egov/DL/dl.html\\_\\_nnn=true](http://www.kbst.bund.de/cin_012/nn_836192/Content/Egov/DL/dl.html__nnn=true)

Auf der kommunalen Ebene sah es etwas besser aus. Zwar dominierten auch hier Fragen, die sich mit der Verwaltungsmodernisierung und der Digitalisierung und Optimierung von bereits vorhandenen Dienstleistungen beschäftigten. Allerdings kam es hier und da früh zu ersten Modellversuchen, in denen die Bürger verschieden großer Regionen in Planungs- und Diskussionsprozesse eingebunden wurden.<sup>13</sup> Die konzeptionellen und wissenschaftlichen Vor- und Nacharbeiten waren teilweise beträchtlich, jedoch fehlte es häufig an vorzeigbaren Nutzerzahlen und an relevanten zu diskutierenden Themen. Immerhin: Ein Anfang war gemacht.

Staatliche Akteure aber schlossen sich fast diskussionslos den Argumenten der Unternehmensberater an. Dabei wurden drei Hauptfehler begangen, die im Nachhinein nur mit dem Gewinnmaximierungsinteresse der Berater zu erklären sind:

- Zum Ersten wurde die Vermeidung von Medienbrüchen zum unumstößlichen Glaubensgrundsatz erklärt – was viele einzuführende Online-Services teurer und umständlicher machte, als nötig, und einige Innovationen und pragmatische Verbesserungen rundum verhinderte. In England etwa war das Projekt faxyourmp erfolgreich: Über eine Eingabemaske im Internet konnte Parlamentsabgeordneten ein Fax gesendet werden – weil die Antwortwahrscheinlichkeit auf Faxe höher war.<sup>14</sup>
- Zum Zweiten wurde der Fokus von der „Partizipation“ der Gesellschaftsakteure weggelenkt – grundsätzlich war nur der Dreiklang „Information, Kommunikation, Transaktion“ zu vernehmen, wenn es darum ging, Ziele und Wege der Nutzung neuer Technologien im staatlichen Bereich zu beschreiben. Nicht „gemeinsames Gestalten“, sondern die „Tauschbeziehung“ zwischen zwei Akteuren wurden in den Mittelpunkt der Reformbemühungen gestellt.
- Zum Dritten schließlich wurde vor allem mit Effizienzargumenten operiert. Ein wieder-

<sup>13</sup> Zwei Anbieter solcher Diskurse auf kommunaler Ebene sind die Firmen Zebralog (Berlin) und Tutech (Hamburg). Beispielhafte Projekte beinhalten „Online Dialog Berliner Kulturforum“, „Esslinger Haushalt“, „Interaktive Bürgerbeteiligung Berlin Alexanderplatz“, „Bürgerhaushalt Lichtenberg“, „Online-Dialog Gleisdreieck“, „Bio Talk“, „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“, „München als Kinder- und Familienstadt“, „Dialog zur Neugestaltung des Hamburger Domplatzes“ und viele mehr.

Auf der Website <http://www.e-participation.net> von politik-digital.de und British Council Germany sind über 170 weitere Projekte in Deutschland und Großbritannien dokumentiert.

<sup>14</sup> <http://www.faxyourmp.com/>

kehrendes Hauptargument: Wirtschaftliche Akteure kämen um ein vielfaches häufiger mit staatlichen Akteuren in Kontakt, als einfache Bürger – die Optimierung dieser Prozesse („Government to Business“, „G2B“) müsse daher Vorrang haben, um größtmögliche Effizienzsteigerungen zu gewähren. Die Anzahl der „Geschäftsvorfälle“ bestimmte Schwerpunktsetzung und Zukunftsszenarien.

Gerade letzteres entbehrte zwar aus statistischer Sicht nicht einer gewissen Logik, ignorierte jedoch, dass selbst die beste Verwaltungsmodernisierung von Menschen umgesetzt wird, bei denen neue Kulturtechniken auch emotional und persönlich zu verankern sind, um sie langfristig zu etablieren. Eine reine technologisch orientierte Verwaltungsmodernisierung reicht für eine solche Akzeptanz und ein Verständnis der Maßnahmen nicht aus. So waren die Nutzerzahlen für das Projekt „Elster“<sup>15</sup>, bei dem Bürger zur Abgabe ihrer Steuererklärung auf digitalem Weg ermuntert werden

#### Interne Konkurrenten

sollten, zu Beginn alles andere als ermutigend. Hinzu kam in Deutschland eine durchaus sichtbare Blockade staatlichen Handelns durch interne Konkurrenz, die bis heute standhaft geleugnet wird. Während etwa in Großbritannien das „e-Envoy“ im Jahr 1999 gegründet wurde, um alle Aktivitäten mit Neuen Medien zu koordinieren, versandeten in Deutschland alle Ansätze der Debatte um die Einführung eines „Internet-Ministers“. Die Folge: Bis heute stehen sich in Deutschland in diesen Fragen das Bundesministerium des Innern und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gegenüber. Eigentlich hätte die Aufgabenteilung klar sein können, da das Innenministerium zugleich für Verfassungsfragen zuständig ist, das Wirtschaftsministerium jedoch für Wirtschaftsförderungsmaßnahmen. Da dem Innenministerium jedoch die Federführung bei der Verwaltungsmodernisierung, dem Wirtschaftsministerium die Federführung bei der Suche nach geeigneten Instrumenten übergeben wurden, kam es zu Konkurrenz, Überschneidungen und Doppelarbeit.

<sup>15</sup> <http://www.elster.de/>

## Aktuelle Entwicklungen und Hype

Inzwischen erfreut sich das Thema aber neuer Beliebtheit, wenn auch ausgestattet mit Schlagworten, die erneut die Gefahr einer Undurchsichtigkeit der Begriffe bergen. So ist derzeit von „Web 2.0“ die Rede. Eine Einigung, woraus Web 2.0 besteht, liegt zwar nach wie vor in weiter Ferne. Der kleinste gemeinsame Nenner liegt wohl in der Feststellung, dass mit dem Wort beschrieben werden soll, dass sich das Internet weiterentwickelt hat – hin zu einer Plattform, auf der es einfacher geworden ist, eigene Inhalte einzustellen, zu konsumieren und weiter zu bearbeiten, und auf der es einfacher wird, verschiedene Dienste zu kombinieren. Das Internet ist zum „Mitmach-Netz“ nicht mehr nur für eine technische Elite, sondern für ein Massenpublikum geworden. Zwar kam der Übergang von Web 1.0 zu Web 2.0 keineswegs über Nacht, sondern schleichend - und gleicht damit eher einer Evolution, denn einem Quantensprung. Dennoch: Dutzende neuer Marken und Dienste drängen auf den Markt und verheißen eine neue Ära der aktiven, nicht mehr nur passiv-konsumistischen Internetnutzung.

### Die Wirtschaft als aktueller Vorreiter

Als Vorreiter für die neuen Kulturen und Technologien tritt derzeit die Wirtschaft auf. Während lange Zeit gerade kleine Nichtregierungsorganisationen die Netzwerk- und Beteiligungs-Vorteile des Internet zu nutzen wussten,<sup>16</sup> haben sich inzwischen veritable 16 Der Wissenschaftler Dieter Rucht listet als Beispiele auf: „die überwiegend netzbasierte und viele Länder einschließende Unterstützung der mexikanischen Zapatistas, die „Pro-East-Timor-Bewegung“; die studentischen Streik- und Protestaktionen in Deutschland in den Jahren 1997 und 2003, die netzgestützte Information über und anschließende Kampagne gegen das Multilateral Agreement on Investment (MAI), das 1998 zu Fall gebracht wurde; die zumindest teilweise erfolgreiche Kampagne gegen den Bann von Landminen; die ebenfalls teilweise erfolgreiche Jubilee 2000-Kampagne für die Entschuldung der ärmsten Länder, die Proteste gegen die Tagung der Welthandelsorganisation in Seattle 1999 sowie eine Vielzahl weiterer Tagungen internationaler Institutionen wie Weltbank, Internationaler Währungsfonds, G8-Gipfel, EU-Gipfel, World Economic Forum usw.; die Kampagnen von konsumkritischen Gruppen gegen die Praktiken weltweit operierender Konzerne wie Coca Cola und Shell, der sog. toy war, bei dem eine Künstlergruppe mit der Adresse www.eto.com mit einem großen Spielzeugwarenhersteller, der eine fast gleich lautende Adresse (www.etoys.com) hatte, in einen Konflikt geriet, dabei viel Unterstützung anderer kritischer Künstlergruppen erhielt und schließlich in einem Rechtsstreit die Oberhand behielt, der in Deutschland gegen die Lufthansa geführte Netzangriff unter dem Motto „Stop Deportation Class“ im Juni 2001, Protestaktionen von MoveOn in den USA gegen den Irakkrieg von 2003, die Flashmob-Aktionen im Jahre 2003, bei denen sich Aktivisten per Internet zu kurzen öffentlichen Überraschungsauftritten verabredeten und durch vage oder mehrdeutige Botschaften das Publikum irritierten.“ Rucht, Dieter (2005): Cyberprotest – Möglichkeiten

Business-Fälle entwickelt, die auf ähnlichen Prinzipien beruhen, wie die frühen Online-Peer-Groups, mit denen sich zunächst Wissenschaftler verschiedener Universitäten über ihre Forschung austauschten. Amazon führte schon vor Jahren die Nutzerbewertungen und Nutzerrezensionen von Büchen ein, eBay lässt die Seriosität der Verkäufer bewerten. Inzwischen findet man Ratings des gebuchten Urlaubs-Hotels, Preisvergleichswebsites oder Business-Netzwerke online. Das Internet wird nicht mehr nur als verlängertes Call Center, sondern auch als Produkttestgebiet, Kritikauffangbecken oder Ideenklau-Bereich eingesetzt. Der Konsument wird zum „Prosument“: Er hilft bei der Produktion von Inhalten, die er im nächsten Moment als Konsument abrufft.

### Crowdsourcing

Selbst die Arbeitskraft wird im Internet wie im Auktionshaus zu Markte getragen – allerdings geht der Preistrend im Wettbewerb hier nach unten, nicht nach oben – der billigste Anbieter bekommt den Zuschlag.<sup>17</sup> Eine offenbar viel Zuspruch erfahrende Gruppe junger Selbständiger, wie sie von den Berliner Autoren Sascha Lobo und Holm Friebe beschrieben wird<sup>18</sup>, scheint diesen Trends durchaus Positives abgewinnen zu können. Sogar als ausgelagerte Werkbank macht das Netz von sich Reden. Stichwort: „Crowdsourcing“. Der von den Wired-Autoren Jeff Howe und Mark Robinson im Jahr 2006 geschaffene Begriff beschreibt den Trend zum Outsourcing von Unternehmensaufgaben in freie Netzwerke. Auf der Internetseite „Innocentive“<sup>19</sup> etwa wird ein Problem ausgeschrieben und eine Belohnung angeboten. Der Online-Freelance-Erfinder bastelt, und wenn er nicht scheitert, liefert er das Ergebnis und kassiert die Belohnung – oder er hat umsonst gearbeitet.

und Grenzen netzgestützter Proteste. [http://64.233.183.104/search?q=cache:5uDB\\_3fPdJgJ:wz-berlin.de/zkd/zcm/pdf/rucht\\_cyberprotest.pdf+seattle+proteste+internet&hl=de&ct=clnk&cd=7&gl=de](http://64.233.183.104/search?q=cache:5uDB_3fPdJgJ:wz-berlin.de/zkd/zcm/pdf/rucht_cyberprotest.pdf+seattle+proteste+internet&hl=de&ct=clnk&cd=7&gl=de)

<sup>17</sup> Etwa auf der Plattform <http://www.my-hammer.de>

<sup>18</sup> Sascha Lobo, Holm Friebe (2006): Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung. Berlin. <http://wirmennenesarbeit.de/>

<sup>19</sup> <http://www.innocentive.com/>



### Schwarmintelligenz

Die Akteure müssen dabei immer wachsamer werden, denn die Mobilität der Nutzer ist enorm. Was vor kurzem noch mit dem Slogan beschrieben wurde „Der Konkurrent ist nur einen Klick entfernt“, heißt nun „Schwarmintelligenz“. Gute Angebote, so das der künstlichen Intelligenz-Diskussion entwachsene Modewort, sprechen sich schnell herum. Die Massen sind einerseits in der Lage, durch das Zusammenwerfen ihrer Informationen neue, eigenständige Werte zu schaffen. Andererseits sind die Bewegungen des Schwarmsschwerzuberechnen und werden immer schneller. Der Erfolgsdruck auf Akteure wächst enorm, der Markenaufbau und die Markenpflege werden wichtiger.

### Soziale Netzwerke

Auch die sozialen Netzwerke („social networks“) wie XING<sup>20</sup>, StudiVZ<sup>21</sup> oder Friendster<sup>22</sup> sind dazu geeignet, die Vitalität von Kommunikation im Internet aufzuzeigen. Sie führen die beeindruckende Geschwindigkeit vor Augen, in der heute neue Marken etabliert werden. Das erstaunlichste daran ist, dass Privatpersonen durch die angebotenen Dienste davon profitieren, zum Markenaufbau von Privatunternehmen oder Initiativen (z.B. Wikipedia<sup>23</sup>) aktiv beizutragen, z.B. indem sie ihre eigenen Inhalte wertsteigernd auf kommerziellen Internetportalen zur Schau stellen. „Aufmerksamkeit“ und „Respekt“ sind dabei nach Holm und Friebe die neue Währung dieser sozialen Netzwerke, für die die Portalbetreiber im Austausch Daten über die Nutzer erhalten.

Viele Akteure politischer Kommunikation sind sich einerseits dieser Dynamik durchaus bewusst, zögern jedoch, daraus Schlüsse für den eigenen Bereich zu ziehen. Die Unmittelbarkeit der Kommunikation und die Geschwindigkeit müssen den Verantwortlichen angesichts der Begrenzungen in Parteien, Ministerien oder Verbänden den Schweiß auf die Stirn treiben. Denn wo offene Kommunikation herrscht, scheint Darwinismus und Anarchie nicht weit. Was allerdings dadurch immer klarer wird: Es gibt einen Markt, eine Nachfrage nach neuen Wegen der direkten Kommunikation. Wenn politische Kommunikation dies nicht zu nutzen weiß, vergibt sie eine Chance.

### Politik sucht noch nach einer eigenen Haltung

Doch was ist mit der Politik? Gibt es Anzeichen, dass das Thema der Online-Kommunikation nun auf der Agenda – wenigstens als Randthema – präsent bleiben wird? Politische Institutionen und Akteure scheinen noch nach einer Haltung gegenüber den neuen Kulturtechniken zu suchen. Einerseits ist offensichtlich, dass das Internet keine Eintagsfliege ist und an Bedeutung noch zunehmen wird. Andererseits haben gerade politische Entscheider große Schwierigkeiten, das Internet als etwas anderes zu sehen, als einen neuen Distributionskanal für politische Propaganda. Die Mehrkanaligkeit des Mediums wird dabei zwar in Worten beschworen und gelobt. Doch mit fadenscheinigen Argumenten wird immer wieder aufs Neue erklärt, warum dieser Bereich für politische Kommunikation nicht nutzbar erscheint.

20 <http://www.xing.com/>

21 <http://www.studivz.net/>

22 <http://www.friendster.com>

23 <http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>

# Die Praxis: Mythen, Missverständnisse, Unwissen

Viele Akteure in der Politik haben inzwischen Verteidigungslinien aufgebaut, die auf Mythen, Missverständnissen und Unwissen fußen und mit verhindern, dass die Möglichkeiten der Neuen Medien für eine bessere politische Kommunikation genutzt werden können.

## Mythen

Zu einem der Mythen zählt etwa, dass das Internet das Medium nur der jungen Generation sei. Die Zahlen sagen das Gegenteil: gerade Ältere holen rasant in der Mediennutzung auf. Auch in der konkreten Nutzung politischer Online-Angebote sind viele ältere Menschen unterwegs – etwa bei den Live-Chats mit Politikern von tagesschau.de<sup>24</sup> oder bei dem Projekt gegen Wahlmüdigkeit ich-gehe-nicht-hin.de<sup>25</sup> (beide durchgeführt von politik-digital.de). Auch am E-Petitionswesen des Bundestages nehmen nach einer Analyse vor allem ältere Bürger teil.<sup>26</sup>

Ein anderer Mythos besteht darin, dass keine Ressourcen zur Bedienung auch noch diesen Kanals zur Verfügung stünden. Sicher: Gerade Bundestagsabgeordnete, aber auch die entsprechenden Abteilungen in Ministerien, Verbänden oder Parteien scheinen notorisch unter Personalknappheit zu leiden. Und ja: Tatsächlich bedarf es personeller Ressourcen, um die Vorteile der Neuen Medien nutzen zu können. Doch der einzige bekannte Professor für E-Demokratie, Stephen Coleman (früher Universität Oxford, nun Universität Leeds), der das Argument offensichtlich schon zu oft gehört hat, bringt es auf den Punkt: „Communicating with the people is simply your job“. Langfristig könnte der Verzicht auf kommunikative Investitionen zu weiter schwindender Legitimation und dadurch zu höheren Kosten zur Aufrechterhaltung der staatlichen Ordnung führen.

## Missverständnisse

Eines der präsentesten Missverständnisse ist, dass die Qualität der Online-Debatten schlecht sei und zudem an politischen Debatten im Netz meist nur Eliten teilnehmen. Auch diese Beobachtung ist gar nicht so falsch. Allerdings werden im Internet zunächst die bestehenden Verhältnisse aus der Offline-Welt abgebildet – und dass online eine bessere Welt zu finden sei, behauptet heute niemand mehr. Ein guter Teil des politischen Diskurses findet auch heute noch an Stammtischen in realen Weinstuben statt; in die Hinterzimmer zu Parteiversammlungen gehen auch in der Offline-Welt vor allem grundsätzlich an Politik interessierte Menschen. Doch während man den Kontakt zur Boulevardpresse sucht und in die Hinterzimmer der Provinz reist, ist ein entsprechendes Gegenkommen gegenüber dem Internet eher selten zu finden. Kaum ein Politiker ist bereit, exklusive Statements zunächst über das Internet zu verbreiten, um dem Medium mehr Ernsthaftigkeit zu verleihen. Gesetzt wird auf die alten Wege: Nachrichtenagenturen, Fernsehen, Zeitung, Radio.

Ein weiteres Missverständnis liegt in der vermeintlichen Anfälligkeit E-demokratischer Mittel gegenüber extremistischen Propagandaversuchen. Lieber wird auf ein Forum verzichtet, als es unmoderiert zur Verfügung zu stellen und damit zu riskieren, dass unliebsame, vielleicht sogar verfassungswidrige Beiträge auf der eigenen Website Verbreitung finden. Aus dieser Zurückhaltung spricht allerdings nicht nur eine Sorge um Verfassungstreue der Internetnutzer, der Demokratie und ihrer Substanz – den Wählern und ihren Argumenten wird somit auch keine „Wehrhaftigkeit“ zugetraut. Von außen betrachtet erscheint dies jeweils reichlich unsouverän, denn die verschwurbelten Argumente der Extremen finden auch so ihren Weg ins Internet. Ist es nicht ebenso wichtig, sie offensiv mit Hilfe von Demokraten und Argumenten zu widerlegen, statt sie immer wieder nur durch Missachtung zu strafen? Auch wehrhafte Demokratie muss eingeübt und trainiert werden – doch die Sparringspartner müssen in den Ring gelassen werden. Wenn man selbst der Schiedsrichter ist, kann man zudem die Spielregeln festlegen, z.B., indem für professionelle Moderation gesorgt wird.

<sup>24</sup> <http://www.tagesschau.de>

<sup>25</sup> <http://www.ich-gehe-nicht-hin.de>

<sup>26</sup> Toncar, Florian (2007): Der Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages und die E-Demokratie. In: Stiftung Mitarbeit (Hrsg.): E-Partizipation. Beteiligungsprojekte im Internet. Bonn. Seiten 230-234.

## Unwissen

Ein weiteres großes Problem stellt das mangelnde Wissen über die neuen Kulturtechniken und die mangelnde Medienkompetenz vieler politischer Entscheider dar. Immer wieder gibt es Berichte von Entscheidern, die ihre E-Mails ausdrucken lassen, um sie per Diktat von der Sekretärin beantworten zu lassen. Von Politiker-Blogs, die von Praktikanten geschrieben werden. Von innerparteilichen Absprachen, wer neue Online-Tools zuerst nutzen darf.

Ein Beitrag des ARD-Morgenmagazins im Juni 2007, in dem Kinder Spitzenpolitiker nach ihrem Verhältnis zum Internet befragten, ließ tief blicken.<sup>27</sup> Gefragt, ob er einen Computer habe, antwortete Hans-Christian Ströbele (Bündnis 90 / die Grünen): „Leider, ja.“ Seine Homepage könne er nicht bedienen, dafür habe er Mitarbeiter. Für Guido Westerwelle (FDP) war der Computer „ein ganz einfaches Instrument wie ein Hammer oder ein Nagel“. Auf die Frage, was ein „Browser“ sei, reagierten die Politiker Brigitte Zypries, Peter Struck, Hans-Christian Ströbele komplett ratlos. Die Kinder, kurz vor Abbruch des Interviews, bringen die Situation mit erhobenerem Haupt als ihre Pendants zu Ende – was ihnen auf dem Videoportal „sevenload“, wo das Video eingestellt wurde, in kürzester Zeit über 250.000 Abrufe und viele Kommentare von Nutzern einbrachte. Tenor: Politiker, bildet euch weiter!

Dabei wirkt der Umgang des ein oder anderen Abgeordneten mit seinem fehlenden Wissen fast kokett. Und darin besteht aus Sicht der Internetnutzer wohl die Provokation, denn vermittelt wird: „Ich muss das nicht mehr lernen“. Viele andere Berufsgruppen können sich einen solchen Luxus nicht leisten. Tatsächlich spricht aus dieser Haltung auch ein weiteres Missverständnis: Es geht nicht darum, jedes neue Online-Werkzeug bedienen zu können oder ein eigenes Profil auf der derzeit angesagtesten Profil-Website zu hinterlegen: Claudia Roth bei „Friendster“ ist ungefähr so fehl am Platz wie Guido Westerwelle im Big Brother Container. Allerdings ist es für politische Führungskräfte von hoher Bedeutung, wenigstens von den Chancen und Risiken der neuen Technologien zu wissen, um sie einschätzen zu können. Dafür muss man lernen wollen. Die Abwägung, ob neue Techniken eingeführt werden sollen, liegt dann später tatsächlich beim Entscheider – doch sind sie häufig genug nicht in der Lage, diese Abwägung vorzunehmen.

<sup>27</sup> <http://de.sevenload.com/videos/SyMWUPh/Kinder-fragen-Politiker-nach-dem-internet>

Die Frage muss jedoch auch erlaubt sein, ob es die Aufgabe von Staat und Politik ist, neue Angebote der Kommunikation zu schaffen. Solange kein ausreichender Bedarf für neue Instrumente nachgewiesen wird, scheint ein Verzicht auf Handlung nachvollziehbar. Allerdings, das zeigen die aktuellen Entwicklungen, verfügen die staatlichen Institutionen über kein ausreichend professionelles und nachhaltiges Frühwarnsystem, um einen solchen Bedarf zu ermitteln. Immerhin: In Großbritannien beginnen Regierungsinstitutionen derzeit damit, strategisch die Debatten in Weblogs zu erfassen - ein Anfang.<sup>28</sup>

Dass der Bedarf vorhanden ist, zeigt sich immer wieder an überraschend erfolgreichen Online-Kampagnen im Bereich der Zivilgesellschaft, die in kürzester Zeit enorme Aufmerksamkeit generieren können. Schon 2004 wies politik-digital.de in einer Studie im Auftrag des Deutschen Bundestages<sup>29</sup> am Beispiel der Online-Diskussion über die Urheberrechtsnovelle darauf hin, dass entsprechende Bedarfsanalysen oder Frühwarnsysteme in der Politik fehlen. Die Prognose: Eines Tages werden online konstituierte Gruppen auf die Straße gehen – und auf überraschte Politiker treffen.

Doch auch vor Aktionismus ist zu warnen. So sinkt zwar die Wahlbeteiligung, kehren immer mehr Menschen Parteien oder Gewerkschaften den Rücken. Gleichzeitig waren noch nie so viele Menschen wie heute ehrenamtlich engagiert – nach aktuellen Schätzungen des „2. Freiwilligensurvey“<sup>30</sup> rund 23 Millionen Menschen in Deutschland. Das Internet scheint wie geschaffen für die (Selbst-)Organisation der sich zunehmend individualisierenden Formen gesellschaftlichen Engagements.

<sup>28</sup> <http://www.politik-digital.de/metablocker/archives/1477-Britische-Regierung-startet-Blog-Auswertung.html>

<sup>29</sup> politik-digital.de (2004): Copyright und Urheberrecht: Formen und Strukturen des Online-Dialogs. Berlin.

<sup>30</sup> Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2006): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004. Berlin. <http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/forschungsberichte,did=73430.html>

## Die Praxis: Grenzen von E-Demokratie

Es scheint, als ob E-Demokratie ein Luxus der Reichen und Privilegierten sei. Denn die häufig zitierten Beispiele aus den Demokratien Westeuropas lenken von der Diskussion um den Nutzen von E-Demokratie in unterschiedlichen Gesellschaften ab. Im Vergleich zu Weißrussland oder China herrschen hier – demokratisch gesehen – paradiesische Zustände. Instrumente der elektronischen Demokratie vermögen hierzulande im besten Fall die Legitimation der parlamentarischen Demokratie zu stärken und abzusichern und den Wissensaustausch zu optimieren. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

In vordemokratischen Gesellschaften hingegen wird über die Einführung grundlegender und weitaus existenziellerer demokratischer Rechte wie Rede- und Meinungsfreiheit gestritten. Noch immer gehen Blogger und Online-Journalisten in Ägypten oder China ins Gefängnis, wenn sie das Internet für öffentliche Informationsweitergabe nutzen, wie die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ ausreichend abgesichert dokumentiert.<sup>31</sup> Andernorts werden Internetzugänge ganzer Nationen überwacht, schränken selbst marktführende Suchmaschinen wie Google freiwillig ihr Suchangebot ein, um Diktatoren nicht zu verärgern. Tatsächlich hat das Internet seine Potenziale für die Unterstützung einer Demokratisierung von Staaten bereits unter Beweis gestellt – in Südkorea wurde das Online-Bürgerportal „OhmyNews“<sup>32</sup> einer der Motoren der Demokratisierungsbewegung.<sup>33</sup>

Auch der nach wie vor bestehende „digitale Graben“ weist auf Ungleichheiten hin, an denen neu gestaltete elektronische Prozesse nicht viel auszurichten vermögen: Wer nicht online ist, kann auch nicht online an demokratischen Prozessen teilnehmen. So gehen alle Experten davon aus, dass eine digitale Anbindung aller Haushalte Wunschdenken bleiben wird. Wann die Sättigungsrate erreicht sein wird und wie sich dies angesichts des demographischen Wandels entwickeln wird, ist unklar; dass jedoch nicht jeder, der will und kann, an der neuen Online-Welt teilnehmen wird, ist unbestritten.

31 <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/>

32 Das südkoreanische Grasswurzel-Projekt OhmyNews, in dem die Inhalte von Grasswurzel- und Hobbyautorenerstellt werden, startete im Jahr 2000.

33 Lee, Eun-Jeung (2005): E-Demokratie in Südkorea. In: politik-digital.de. [http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/edemocracy\\_in\\_skorea101.shtml](http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/edemocracy_in_skorea101.shtml)

### Skalierbarkeit von Formaten möglich?

Eine weitere Skepsis betrifft die Skalierbarkeit der neuen Verfahren. Können auch tausende Nutzer an den neuen Projektformen teilhaben? Ist eine Debatte in Bottrop genauso zu führen wie in München? Sicher: Unzählige Modellprojekte, meist auf kommunaler Ebene, haben die Sinnhaftigkeit von elektronischen Beteiligungsverfahren mit überschaubaren Nutzergruppen vor Augen geführt.<sup>34</sup> Doch der Beweis, dass das Internet auch qualitativ hochwertige Diskurse einer großen Anzahl von Teilnehmern erlaubt, steht noch aus. Zwar erzielen einige Projekte Zugriffszahlen, die den Bedarf für neue Formen unter Beweis stellen. Doch populäre Projekte, wie etwa YouTube-Werbefomate im US-Präsidentenwahlkampf<sup>35</sup> oder auch das deutsche Projekt Abgeordnetenwatch<sup>36</sup>, mit dem Bürger ihren Politikern öffentlich Fragen stellen können, leiden schnell auch an intellektueller Flachheit. Ein Problem, das vermutlich nicht nur dem Medium Internet, sondern dem Wesen von Massenkommunikation geschuldet ist. Allerdings sieht sich das Internet in besonderem Maße dem Qualitätsargument ausgesetzt.

### Offline-Austausch weiter nötig

Nach mehreren Jahren der Analyse von Potenzialen elektronischer Beteiligungsprozesse entsteht langsam ein abgeklärteres Bild. So wird inzwischen davon ausgegangen, dass qualitative Diskurse immer auch einer Komponente bedürfen, die den direkten – und nicht nur computergestützten – Austausch von Individuen oder Gruppen erlauben. Entsprechend werden fast alle Modellprojekte, in denen etwa Fragen der lokalen Stadtplanung diskutiert werden sollen, in Kombination mit Bürgerversammlungen oder Gruppenworkshops durchgeführt. Ein Lachen sagt mehr aus als tausend \*lol\*s (Chat-Kurzform für „laughing out loud“). Der Computer als einziger Ort der politischen Kommunikation – undenkbar, auch in Zeiten, da sich angeblich ganze Lebensräume in Communities verlagern. E-Demokratie als Ergänzung traditioneller Verfahren? Ja. Als Ersatz dieser Verfahren: Wohl kaum.

34 Siehe Fußnote Nr. 13

35 <http://www.politik-digital.de/metablocker/categories/20-US-Wahl-2008>

36 <http://www.abgeordnetenwatch.de>

## Die Praxis: Politische Akteure wenden sich den Bürgern zu

Das Bundesministerium des Innern nennt sein neuestes Programm zur Verwaltungsmodernisierung programmatisch „E-Government 2.0“<sup>37</sup> und erklärt an einigen Stellen die Notwendigkeit, sich stärker als bisher der Kommunikation mit dem Bürger zuzuwenden. Auch die EU-Initiative „i2010 – Eine europäische Informationsgesellschaft für Wachstum und Beschäftigung“<sup>38</sup>, auf die der im April 2006 beschlossene „Aktionsplan E-Government“<sup>39</sup> folgte, widmet der Staat-Bürgerkommunikation nun Aufmerksamkeit. Die staatliche Sphäre scheint die Bürgerkommunikation online zu entdecken:

- der wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages schreibt kurz aufeinander folgend zum Thema „Second Life“<sup>40</sup> und „Weblogs in der Politik“<sup>41</sup>
- die Bundeskanzlerin bietet einen vielbeachteten (aber wenig interaktiven) Videocast an, der unter Landesvätern Nachahmer findet<sup>42</sup>
- das BMBF lässt eine Expertenkommission zusammentreten, die Auskunft über das Thema Web 2.0 und Bildung geben sollen<sup>43</sup>
- das Bundesministerium des Innern beauftragt Wissenschaftler im Herbst 2007 mit der Erstellung einer Studie zum Thema „E-Partizipation“
- die Bundesregierung, so wurde Mitte 2007 beschlossen, will den Ausbau von Bürger-services in den Mittelpunkt ihrer zukünftigen E-Government-Strategie stellen<sup>44</sup>

Keine Frage: Das Thema liegt derzeit im Trend.

37 Bundesministerium des Innern (2006): E-Government 2.0 - Programm des Bundes. [http://www.verwaltung-innovativ.de/Anlage/original\\_1070438/E-Government-2.0-Das-Programm-des-Bundes.pdf](http://www.verwaltung-innovativ.de/Anlage/original_1070438/E-Government-2.0-Das-Programm-des-Bundes.pdf)

38 Europäische Kommission (2005): i2010 - Eine europäische Informationsgesellschaft für Wachstum und Beschäftigung. <http://europa.eu/scadplus/leg/de/cha/c11328.htm>

39 Europäische Kommission (2006): Aktionsplan E-Government. [http://www.kbst.bund.de/cln\\_011/nn\\_998588/SharedDocs/Publikationen/Themen/eGovernment/aktionsplan\\_Egov\\_EU,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/aktionsplan\\_Egov\\_EU.pdf](http://www.kbst.bund.de/cln_011/nn_998588/SharedDocs/Publikationen/Themen/eGovernment/aktionsplan_Egov_EU,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/aktionsplan_Egov_EU.pdf)

40 Deutscher Bundestag, Wissenschaftlicher Dienst (14.3.2007): Second Life. Aktueller Begriff Nr. 13/07

41 Deutscher Bundestag, Wissenschaftlicher Dienst (11.7.2007): Weblogs in der Politik. Aktueller Begriff Nr. 40/07

42 Dabei soll es sich übrigens um das derzeit im deutschsprachigen Raum klickstärkste Videocast handeln.

43 „Web 2.0: Strategievorschläge zur Stärkung von Bildung und Innovation in Deutschland“

44 Beschlossen auf der Koalitionsklausur der Bundesregierung in Meseberg. [http://www.deutschland-online.de/DOL\\_Internet/broker.jsp?uMen=a8d70293-553f-4011-aeb6-df14b826c994&uCon=e0a2f441-4ca6-3114-fbf1-b1ac0c2f214a&uTem=64b60132-417f-4011-aeb6-df14b826c994](http://www.deutschland-online.de/DOL_Internet/broker.jsp?uMen=a8d70293-553f-4011-aeb6-df14b826c994&uCon=e0a2f441-4ca6-3114-fbf1-b1ac0c2f214a&uTem=64b60132-417f-4011-aeb6-df14b826c994)

### Good Practice, Beispiel 1: E-Petitionswesen

Der vorläufige Höhepunkt der Entwicklung in Deutschland: Der Bundestag bietet seit dem 1. September 2005 ein elektronisches Petitionswesen an. Jeder Bürger kann heute über das Internet eine Petition einreichen, die sogar veröffentlicht, diskutiert und mit dem eigenen Namen unterstützt werden kann. Früher war der Petitionsausschuss ein Buch mit sieben Siegeln. Man schickte einen Brief und bekam einige Monate später eine Antwort. Seit Einführung der E-Petition findet sich der Bundestag in einer neuen Rolle wieder. Das Online-Petitionswesen des Bundestags entwickelt sich zum Massenwerkzeug: Im Frühjahr 2006 unterzeichneten rund 12.500 Menschen eine Petition, die zum Verzicht auf Vorratsdatenspeicherung durch den Bundestag aufrief. Weitere 45.000 Menschen unterstützten ein halbes Jahr später eine Petition, in der der Verzicht auf Wahlcomputer und e-Voting-Mechanismen gefordert wurde. Gut 60.000 Menschen unterschrieben schließlich im Winter 2006 / 2007 eine Petition gegen schlechte Bedingungen von Praktikantenjobs.

Das ist zwar noch eine überschaubare Größe, aber die Skalierbarkeit wird schnell klar und dürfte innerhalb der Bundestagsverwaltung für Unruhe sorgen. Tatsächlich ist die „E-Petition“ nicht nur eine technische Neuerung; sie führt zu einer Veränderung politischer Prozesse, macht bisher verborgene Abläufe transparenter und gibt die Möglichkeit, die Petitionen anderer Menschen zu unterstützen. Damit einher geht auch die Möglichkeit – oder ist es eine Gefahr? – das System für politische Kampagnen zu nutzen, um Mitstreiter für ein Anliegen zu finden. Schon seit längerer Zeit wertet die Bundestagsverwaltung eine Studie von externen Experten aus, in der Möglichkeiten der Weiterentwicklung des bisherigen Systems angeregt werden.

E-Petitionen gehörten schon früh zum Standard-Repertoire politischer Kampagnen im Internet und wurden von Nichtregierungsorganisationen wiederholt eingesetzt. Eingebunden in Regierungskommunikation kann ein solches Instrument noch weitaus höheres Momentum entwickeln, wie ein Beispiel aus Großbritannien zeigt: Im November 2006 wurde eine Petitionswebseite des Premierministers Tony Blair freigeschaltet. In den ersten acht Monaten des Bestehens wurden 4,4 Millionen Unterschriften

unter mehreren Tausend Petitionen gezählt<sup>45</sup>, die meistunterzeichnete Petition brachte es auf 1,7 Millionen Unterschriften. Das sollte auch den letzten Skeptiker nachdenklich stimmen. Tatsächlich führte auch das britische Projekt zu nervösen Nachfragen des Parlaments. Der Beginn einer neuen Ära?

Bemerkenswert waren nicht nur die Zugriffszahlen, sondern auch, dass über dem Projekt ein „Beta“-Zeichen<sup>46</sup> offen andeutete, dass die Nutzer hier an einem Experiment mit unklarem Ausgang teilhaben (eine Haltung, die politische Akteure in der Regel zu vermeiden trachten). Hinzu kam, dass keine Regierungsinstitution, keine PR-Agentur das System erdachte und umsetzte, sondern die kleine Nichtregierungsorganisation mysociety.org. Das war mutig von Tony Blair. Sein Nachfolger Gordon Brown erkundigte sich telefonisch bei dem Macher des Angebots, Tom Steinberg, was das denn bringe und ließ die Website nach dem Regierungswechsel weiterlaufen.<sup>47</sup> In Deutschland wäre das gleich aus mehreren Gründen undenkbar: Eine NGO als Dienstleister ist ebenso wenig vorstellbar wie die eingeräumte weitgehend freie Hand bei der Moderation und Ausgestaltung des Dienstes. Ebenfalls schwer vorstellbar: Eine staatliche Website mit dem Beta-Zeichen.

### Bad Practice, Beispiel 2: E-Voting

An anderer Stelle wurden Hoffnungen jedoch auch enttäuscht. Beispiel: Die Einführung von elektronischen Wahlverfahren (E-Voting). Bereits im Jahr 2000 wurde ein erster Wahl-Modellversuch für die Studentenratswahl an der Uni Osnabrück durchgeführt. In der Folge wurden weitere Versuche mit mehreren Millionen Euro bezuschusst. Immer wieder wurde in der Debatte das Ziel ausgegeben, Online-Wahlen bei der Bundestagswahl anzubieten. Das noch weitergehende Ziel lautete, dass durch das Abstimmen am Computer (Handy, PDA) mehr und häufigere direktdemokratische Abstimmungen möglich würden. Jeder sollte immer und überall über irgend etwas abstimmen können. Direkte Demokratie auf dem Handy. Eine technische Komponente als Kernbestandteil von E-Demokratie.

<sup>45</sup> <http://www.pm.gov.uk/output/Page11051.asp>

<sup>46</sup> Mit dem Beta-Zeichen werden Websites bezeichnet, die sich noch in der Entwicklung befinden

<sup>47</sup> Übrigens wurde das Projekt von Wissenschaftlern der schottischen Napier University misstrauisch beäugt: Die Wissenschaftler hatten das erste e-Petitionssystem für das schottische Parlament entwickelt, was sich allerdings nie zum Massen-Werkzeug entwickelte, weil es tendenziell nur für Menschen mit hoher Medienkompetenz geeignet ist. Das E-Petitionssystem des deutschen Bundestages ist eine eins zu eins Kopie dieses schottischen Modells und wird sogar auf Servern der Das E-Petitionssystem des deutschen Bundestages ist eine eins zu eins Kopie dieses schottischen Modells und wird sogar auf Servern der schottischen Universität gehostet.

Heute ist absehbar, dass Online-Wahlen auf nationaler Ebene eine technische Sackgasse sind. Mit der Wahl im Computer können unverrückbare Grundelemente der Wahl nicht eingehalten werden. Zur Auszählung der Stimmen nach einer Bundestagswahl kann jeder Bundesbürger ins Wahllokal kommen und sich von der Rechtmäßigkeit des Verfahrens und der Zuverlässigkeit der Wahlhelfer überzeugen. Wahlen über den Computer lassen diese Transparenz nicht für jeden Bürger zu – wer kann schon einen Code überprüfen?

Zudem ist längst klar, dass jedes elektronische Wahlsystem früher oder später geknackt werden kann und dann auch eine Zuordnung der Stimmenscheidung mit einem Namen (der ja im Wahlregister als „hat schon abgestimmt“ vermerkt werden muss) kein Problem mehr darstellt. Entsprechend sind heute auch Computerfachleute wie aus dem „Chaos Computer Club“ erbitterte Kritiker von Online-Wahlverfahren.

Wenig umstritten sind Online-Wahlen in Bereichen mit niedrigen Sicherheitsanforderungen und niedriger Wahlbeteiligung (Betriebsratswahlen, Studentenparlaments-Wahlen etc.) als technische Alternative und sinnvolle Ergänzung. Zuzuordnen sind diese Versuche jedoch ehrlicherweise eher dem Bereich „E-Administration“, da sich die Diskussion bislang rein auf technische Aspekte der möglichen Durchführung konzentriert – also die Verbesserung eines bestehenden Services darstellt.

Dass die Technik nun vorhanden ist, hat allerdings in der Praxis noch nicht dazu geführt, dass deshalb neue Elemente direkter Demokratie eingeführt wurden – zumindest keine rechtsverbindlichen und langfristig etablierten. Ja: Die Parteien experimentierten früh mit „virtuellen Parteitag“ (CDU, November 2000; Die Grünen, November 2000; Die Grünen, März 2002), einem „virtuellen Ortsverein“ (SPD, seit 1995) und „virtuellen Programmdebatten“ (Die Grünen 2005 und 2007; SPD 2007; FDP 2006 und 2007). Dort wurden teilweise sogar Beschlüsse gefasst. Doch die Verbindlichkeit der Online-Beschlüsse lässt ebenso zu wünschen übrig wie die Langfristigkeit oder Weiterentwicklung der Maßnahmen.

Bundestags-Wahlkämpfe sind das derzeit

### Innovationszeit: Wahlkämpfe

interessanteste Phänomen und Motor für parteiinterne technische Weiterentwicklungen. Seit 1998 wartet man gespannt auf den immer wieder angekündigten „ersten Internetwahlkampf der deutschen Geschichte“ und wird ein (2002) ums andere (2005) Mal enttäuscht. Enttäuschend sind dabei gar nicht so sehr die Online-Angebote, die in der Regel dem aktuellen Stand der Technik entsprechen und von klugen und jungen Parteistrategen erdacht und umgesetzt werden. Enttäuschend ist vielmehr, dass

- die Maßnahmen jeder sichtbarer Nachhaltigkeit entbehren und in der Regel ebenso schnell aus dem Netz verschwinden, wie die Plakate von der Straße. Die Folge: Gute Ansätze werden nicht weiterentwickelt.
- die vermeintlichen Teilhabe-Angebote an Entscheidungsprozessen sich immer wieder als Pseudo-Angebote entpuppen, bei denen es nicht viel zu entscheiden gibt. Die Folge: Online-Nutzer verlieren langfristig das Vertrauen in solche Angebote, weil sie als wenig ernst gemeint erscheinen und offensichtlich keinerlei Einfluss auf Politikgestaltung haben.
- das Internet weiterhin vor allem als Sendemedium und nicht als Kommunikationsmedium eingesetzt wird. Die Folge: An Dialog interessierte Nutzer suchen sich andere Orte des Austausches und wenden sich kommunikationsorientierteren (Themen-) Bereichen zu.

Die Dynamiken der „sozialen Netzwerke“, der „Communities“ zeigen auf, dass für viele Menschen das Internet tatsächlich zu einem alternativen Lebensraum wird oder bereits geworden ist. So sind Jugendliche in Deutschland heute bereits 101 Minuten pro Tag online – die Internet-Nutzung kommt damit langsam an die Hörfunk (155 Minuten pro Tag) und Fernsehnutzung (108 Minuten) heran.<sup>48</sup> Gleichzeitig muss auch das Bild der Bewohner des Cyberspace revidiert werden. Nicht mehr nur verpickelte, Pizza essende und leicht autistische Freaks bevölkern den neuen Raum, sondern normale Studenten, Angestellte, Mütter und Rentner. Das hat Konsequenzen auch für politische Kommunikation: Endlich sind ausreichend ausdifferenzierte Zielgruppen auch über das Internet zu erreichen.

48 ARD/ZDF Online Studie (2006) : Sonderauswertung Onlineer 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0. <http://www.daserste.de/service/studie.asp>

### Long Tail

Damit diese Zielgruppen jedoch erreicht werden, müssen sich die Kommunikatoren an die Lebensgewohnheiten der Netznutzer anpassen. Damit sind sie spät dran. Tatsächlich erschiene es am angemessensten, wenn der Berg zum Propheten ginge; wenn die Orte im Netz politisiert würden, die schon heute Treffpunkt der Menschen sind. In den USA findet der Wahlkampf für die Präsidentschaftswahl 2009 auf Plattformen wie Friendster<sup>49</sup>, MySpace<sup>50</sup> oder QubeTV<sup>51</sup> statt. CNN und YouTube arbeiteten gar bei einem TV-Kandidatenduell zusammen (über YouTube wurden Bürgerfragen an die Kandidaten gesammelt).<sup>52</sup>

Dabei ist Fingerspitzengefühl gefragt. Anbietend dürfen die Angebote nicht wirken. Wenn die Spitzenkandidaten hochprofessionelle Clips in einem Videoportal schalten, wirkt das schnell fehl am Platz. Eine interessante Entwicklung zeigte der französische Wahlkampf 2007 auf<sup>53</sup>: Dort setzten die Parteistrategen beider Seiten eher auf Sympathisanten als Vermittler. Fast zum Sport mutierte es dort, Blogger, auch weniger bekannte und durchaus nicht immer Parteimitglieder, auf seine Seite zu ziehen: Wer mehr Blogger auf seiner Seite hat, habe einen Vorteil, so das Kalkül. Denn die freiwilligen Autoren sind allemal sympathischer als bezahlte Partei-PRler. Politik stößt in den „Long Tail“ vor.

Der von Wired-Autor Chris Anderson geprägte Begriff „Long Tail“ bezeichnet die Unmengen von Internet-Inhalten, die zwar jeder für sich genommen kaum Quote erzielen, in ihrer Masse aber den Löwenanteil der Internetaufmerksamkeit auf sich ziehen. Gezeigt wird eine Grafik „Websites nach Nutzerzahlen“: Ganz vorne stehen die Bekannten, doch die Kurve der Nutzer flacht schnell ab. Doch enden will die Linie nicht - sie läuft angesichts der Unmengen von Websites, die auch mit wenigen Nutzern existieren, rechts aus dem Bild.

Das heißt im Klartext: Ja, es gibt einige Websites mit sehr guten Klickzahlen. Aber durch die Masse der kleinen Websites, die Teilöffentlichkeiten bedienen, werden auch diese kaum bekannten Sites für Werbung interessant.

Problem: Man muss nicht mehr mit einem  
49 <http://www.friendster.com/>  
50 <http://www.myspace.com/>  
51 <http://www.qubetv.tv/>  
52 <http://www.politik-digital.de/metablocker/archives/1429-Reaktionen-auf-das-CNN-YouTube-Duell-der-US-Demokraten.html>  
53 Für eine ausführlichere Darstellung des Online-Wahlkampfes in Frankreich siehe auch: ProDialog (2007): Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich. Berlin. (Studie ProDialog) <http://www.prodialog.org/pages/download.php?id=Frankreich-Studie.pdf&PHPSESSID=s711rr41a1o89q8prjft9lnc4>

Anbieter reden, sondern mit hunderten. Um den Long Tail zu erreichen, sind also komplett neue Strategien gefordert. Auch für die Politik und deren Kommunikationsstrukturen hat das weitreichende Folgen: Einzelne herausragende Akteure mögen kontrollierbar und beobachtbar erscheinen – für 56 Millionen Blogs, wie sie angeblich derzeit zu finden sind, gilt das nicht mehr. Und alle fünf Monate soll sich Schätzungen zufolge die Anzahl der Blogs verdoppeln.<sup>54</sup>

Eine Long-Tail-Strategie ersetzt zwar nicht die altbekannten, zentral geführten Websites der Parteien und Kandidaten, ergänzt sie aber um einen wichtigen Bereich und zeigt deutlich auch den Weg neuer Wahlkampf- und Kommunikationsformen in anderen Ländern. Noch schrecken Strategen in Deutschland vor solchen Maßnahmen zurück. Denn die Autonomie der Blogger kann dazu führen, dass sich das Blatt schnell wendet. Wer nicht fest gebunden ist, kann seine Meinung auch kurzfristig ändern. Und: Einmal in die unkontrollierbare Blogosphäre entlassen, können auch Informationen ungewollt mutieren, etwa, indem argumentative Lücken oder Schwachstellen durch das große Web-Kollektiv aufgedeckt werden.

Doch diese Entwicklung ist ohnehin nicht mehr aufzuhalten. Innerhalb des Netzes wird nicht nur schnell, sondern eben auch weitaus horizontaler kommuniziert, als es den Parteistrategen bislang recht ist. Denn eines wird jetzt überdeutlich: Die alten Top-Down Konzepte der politischen Kommunikation haben Konkurrenz bekommen. Ernsthafte Konkurrenz.

---

<sup>54</sup> JI ((2006): Zahl der Blogs verdoppelt sich alle 5 Monate. In: Online-Magazin Golem. <http://www.golem.de/0602/43226.html>



## Die Zukunft: Was getan werden könnte

### Informationsbedarf bleibt aktuell

Natürlich werden auch die top-down-Mechanismen weiterhin einen großen Teil politischer Kommunikation ausmachen. Denn selbst im Internet will nicht jeder mitmachen, schreiben, produzieren. Die meistgenutzten Angebot des Netzes werden Informationsangebote bleiben, also die Aufnahme vorher produzierter Inhalte. Auch die E-Kampagnen der Zukunft werden zum großen Teil nach diesem Top-Down-Prinzip funktionieren: Einer sendet, viele empfangen. Allerdings: Noch nicht einmal diesen Bereich haben die Parteien in Deutschland in den letzten Jahren professionalisiert. Seit Jahren reden die Parteien davon, langfristig Adress- und Maildatenbanken für den nächsten Wahlkampf aufbauen zu müssen. Geschehen ist in diesem Bereich so gut wie nichts. Noch im letzten Wahlkampf redeten beide Volksparteien mit Adresshändlern, die eine hohe Anzahl von Mailadressen für Direktmailings anboten. Nur die CDU nahm das Angebot an.<sup>55</sup>

### Kommunikationsbedarf bleibt aktuell

Auch im Bereich Kommunikation gibt es Anzeichen dafür, dass die Hausaufgaben nicht gemacht werden. In einer Studie für die Initiative ProDialog verglich politik-digital.de die Kommunikationsfähigkeiten der unterschiedlichen Bundesministerien. Wie gut, schnell und bürgernah antworten die Ministerien auf E-Mails, Faxe oder Printbriefe? Die Stichprobe offenbarte wenig Licht, doch viel Schatten. 40 Prozent der Bürger hatten auch nach vier Wochen keine Antwort auf ihre Anfrage; bei vielen blieb es auch später dabei. Die Lehre, die man aus der Statistik ziehen konnte: Direkt an den Minister schreiben und per Printbrief schreiben bringen die besten Ergebnisse. Wer hingegen eine E-Mail schreibt, braucht nach zwei Wochen eigentlich nicht mehr auf eine Antwort warten.<sup>56</sup> Anhand solcher kleinen Einblicke in den Status Quo wird klar, warum Kommunikationsexperten neuartigen Beteiligungs-

formaten bislang wenig Beachtung schenken: Sie haben auch an anderer Stelle viel zu tun.

### Gefahren des Stillstandes

Die Konsequenzen, kommunikative Instrumente nicht weiterzuentwickeln, sind unübersehbar: Die Zivilgesellschaft hilft sich selbst. Angela Merkel bietet keine der sonst in Videocasts üblichen Rückkanal-Funktionen an? Kein Problem: Dann erledigt dies das studentische Projekt „Direkt zur Kanzlerin“<sup>57</sup>. Bürger erhalten keine befriedigende Antwort, wenn sie Fragen an Politiker richten? Dann werden die Politiker eben über Websites wie Abgeordnetenwatch<sup>58</sup> oder sie-schreiben-dir<sup>59</sup> unter (derzeit noch überschaubaren) öffentlichen Druck gesetzt, mit den Wählern zu kommunizieren. Der Bundestag verabschiedet Gesetze, deren Notwendigkeit nicht ausreichend in der Öffentlichkeit kommuniziert wurde? In Blogs, Communities oder Foren von privaten und kommerziellen Anbietern entbrennen lebendige Debatten.

Auf einer Konferenz von E-Demokratie-Experten aus zehn Ländern im August 2007 in Berlin wurde unter anderem darüber diskutiert, welche E-Projekte in der politischen Sphäre derzeit vermisst werden. Die zwei Trends waren leicht auszumachen: Zum einen wurden weitere Angebote gefordert, die politische Prozesse transparenter machen, zum anderen Angebote, die zu besserer Kommunikation zwischen Wählern, Wirtschaft und Gewählten führen würden.<sup>60</sup> Dabei wurden durchaus auch die Erwartungen formuliert, dass in Zukunft staatliche Institutionen als Absender solcher Angebote auftreten müssen.

55 Dowe, Christoph (16.9.2005): CDU versendet heute vier Millionen Mails – Daten waren eigentlich für SPD gedacht. <http://www.politik-digital.de/metablocker/archives/534-CDU-versendet-heute-4-Mio-Mails-Daten-waren-eigentlich-fuer-SPD-gedacht.html>

56 ProDialog (2006): „Politik kommunizieren - Eine vergleichende Analyse der Kommunikation von Bundesministerien“. Berlin. <http://www.politik-digital.de/studie/download/prodialog2006.pdf>

57 <http://www.direktzurkanzlerin.de/>

58 <http://www.abgeordnetenwatch.de>

59 <http://www.sie-schreiben-dir.de>

60 [http://berlininaugust.politik-digital.de/index.php/What\\_is\\_still\\_missing](http://berlininaugust.politik-digital.de/index.php/What_is_still_missing) Die Konferenz wurde von politik-digital.de, e-politik.de und mysociety.org mit Unterstützung der Hertie Stiftung und des British Council Deutschland in der Hertie School of Governance zwischen dem 12. und 14. August 2007 durchgeführt.

## 10-Punkte Plan: Anforderungen an Online-Kommunikatoren

Was also ist zu tun? In einem 10 Punkte-Plan können einige der Anforderungen aufgelistet werden, die als Grundlage für eine aktive Entwicklung von E-Demokratie als Ergänzung zu bisher bekannten Kommunikationsformen dienen könnten.

1. Politische Kommunikatoren im Internet müssen akzeptieren, dass Kommunikation nicht mehr ausschließlich nach dem alten Top-Down-Muster organisiert werden kann, sondern kommunikativer und partizipativer Ergänzungen bedarf. Es gibt einen nachgewiesenen Bedarf für bottom-up- und horizontale politische Kommunikation im Internet.
2. Politische Kommunikatoren in Internet müssen bereit sein, einen Teil ihrer Kommunikationskontrolle abzugeben. Das bedeutet unter anderem, dass ergebnisoffenere Diskurse geführt und dass kommunikative Hierarchien abgebaut werden müssen
3. Politische Kommunikatoren im Internet müssen ihre Ziele transparenter darlegen: Nutzer von E-Demokratie-Angeboten müssen sofort verstehen, welchen Einfluss ihre Teilhabe / ihre Zeitinvestition an einem Diskussionsprozess hat. Entscheidend ist dabei nicht, wie viel Einfluss auf die politische Gestaltung eingeräumt wird, sondern wie transparent und ehrlich dem Nutzer eine Entscheidungsgrundlage für oder wider seine Teilnahme angeboten wird.
4. Politische Kommunikatoren im Internet müssen sich auf vitalere und mehr Experimente einlassen. Das beinhaltet das Risiko des Scheiterns.
5. Politische Kommunikatoren im Internet sind nicht nur Staatsbedienstete, Agenturmitarbeiter oder Politiker. Auch die Bürger müssen als Akteure der politischen Kommunikation anerkannt werden.
6. Politische Kommunikatoren im Internet müssen kostenfrei Zugriff auf alle und standardisiert formatierte Daten haben, die mit dem Geld der Steuerzahler ermittelt wurden und die für den Aufbau eines neuartigen Dienstes nötig sind, z.B. die Namen der Bundestagsabgeordneten und ihre dazugehörigen Wahlkreise und Postleitzahlen.
7. Politische Kommunikatoren im Internet brauchen skalierbare Förderung: Langfristig und kurzfristig, größere Fördersummen und kleinere. Besonders nötig erscheint die Unterstützung von kleinen Akteuren aus nicht

formalisierten Zusammenschlüssen (da diese besonders effizient und innovativ agieren).

8. Politische Kommunikatoren im Internet sollten Angebote für verschiedene Zielgruppen erarbeiten: Von oberflächlich bis akademisch, von ernst bis spielerisch, von massenkompatibel bis spartenspezifisch, von technikzentriert zu redaktionszentriert.
9. Politische Kommunikatoren im Internet sollten anerkennen, dass die Zeit der Modellprojekte in einigen Bereichen der E-Demokratie bereits zu Ende geht und daher eine Verstetigung einzelner Angebote Not tut.
10. Politische Kommunikatoren im Internet müssen zudem einsehen, dass es letztendlich nicht um Technik geht, sondern um neue Formen der demokratischen Teilhabe. Damit geht es bei Projektplanungen auch nie nur um Technik, sondern immer auch um Moderation und Redaktion.

## Förderung der Zukunft

Wichtige zukünftige Förderung könnte darin bestehen, dass...

- Maßnahmen ergriffen werden, um Politiker und Entscheider bei der Aneignung von Medienkompetenz zu unterstützen
- neue Instrumente der Förderung von Kleinstakteuren im Bereich „soziale Innovation mit Hilfe Neuer Medien“ erdacht, ange-regt oder realisiert werden
- vorbildliche Techniken aus dem Wirtschaftsbereich identifiziert werden, die auch im Bereich der politischen Online-Kommunikation eingesetzt werden könnten
- Evaluationsinstrumente für vorhandene, bereits finanzierte Projekte angeboten werden

## Forschung der Zukunft

Wichtige Forschungsunterstützung könnte darin bestehen, dass...

- die theoretisch-analytische Arbeit der Bertelsmann Stiftung im Themenbereich E-Democracy fortgesetzt wird, um eine Vereinheitlichung der Debatte und eine Verstetigung der methodischen Grundlagen zu erreichen
- eine öffentliche Datenbank für vorbildliche Projekte erstellt wird, um langfristig Erfahrungswissen abzusichern
- eine Studie die Bedürfnisse nach und An-

forderungen an neuen, partizipativen politischen Kommunikationsformen untersucht (z.B. durch Expertengespräche und Umfragen), dies aus Sicht von allen drei Stakeholdern Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Staat.

- Bedingungen für erfolgreiche Projekte auf Basis empirischer und qualitativer Untersuchungen (z.B. Umfragen und Fokus-Gruppen) definiert werden
- ein Expertenkongress europäische Themenexpertise zusammenführt

E-Demokratie kann zur Unterstützung von strategischem Regieren in jenen Bereichen eingesetzt werden, in denen dialogische Kommunikation angeboten werden soll. Wird das Internet als reines Distributionsinstrument von Informationen angesehen, werden nicht nur die Chancen nicht genutzt: Es werden entsprechende weitergehende Angebote von privaten und kommerziellen Anbietern entstehen. Träten staatliche Akteure hier als Unterstützer oder Anbieter dieser neuen Form der Kommunikation auf, würde eine Chance genutzt, dem politischen System mehr Legitimation zu verschaffen.

Gefordert ist nicht weniger als ein neues, ergänztes Politikverständnis: Top-Down als dominierende Form der politischen Kommunikation ist – auch – durch die Neuentwicklungen des Internet an seine Grenzen gestoßen. Akteure der Wirtschaft und Zivilgesellschaft haben die Möglichkeiten der neuen Kulturtechniken erkannt und suchen nach Einsatzbereichen. Die Politik sollte sich an dieser Suche beteiligen, wenn sie daran interessiert ist, als Dialogpartner in den sich ausdifferenzierenden Teilöffentlichkeiten weiterhin anerkannt zu bleiben.

Kurz vor der letzten Bundestagswahl veröffentlichte die ARD eine Umfrage, nach der knapp 40 Prozent der Bundesbürger der Aussage zustimmen, dass „Wahlen ohne Bedeutung“ seien, da die Bürger mit ihrer Stimme „ohnehin nichts bewirken“ könnten.<sup>61</sup> Auch andere Zahlen weisen auf die Erosion der Legitimation politischer Institutionen hin<sup>62</sup>, die zudem in der beständig sinkenden Wahlbeteiligung zum Ausdruck kommt. Im Kern, das zeigen die Beispiele deutlich, geht es beim Thema E-Demokratie nur nachrangig um die Einführung neuer technischer Werkzeuge in die politische Willensbildung. Vielmehr muss die Politik besser darauf reagieren, dass Bürger mitreden und gehört werden wollen – und

61 ARD-Deutschlandtrend (August 2005): Gründe für Nichtwahl. Umfrage durchgeführt von Infratest Dimap.

62 Readers Digest (August 2005): Befragung per Telefoninterview zwischen dem 22. und 23. Juni 2005. Umfrage durchgeführt von TNS Emnid.

transparentere Politikstile anbieten, als in der Vergangenheit. Reformkommunikation im Internet bedarf einer reformierten Kommunikation. Dabei müssen einige Akteure bereit sein, einen Teil ihrer Macht, einen Teil der Kontrolle über Kommunikation, abzugeben. Das erste, was die Politik machen muss: Sie muss lernen, besser zuzuhören. Das Internet kann dabei helfen.

Anmerkung: Alle angegebenen URLs waren mit Stand 7. September 2007 aktuell.

## Über pol-di.net e.V.

Pol-di.net e.V. ist ein digitaler Think-Tank in der europäischen Informationsgesellschaft. Als europaweiter Verein konstituiert, betreibt pol-di.net seit dem Jahr 1998 unter der Adresse [www.politik-digital.de](http://www.politik-digital.de) Deutschlands führende unabhängige Informations- und Kommunikationsplattform zum Thema Internet und Politik. Zudem initiierte und finanzierte pol-di.net die Gründung der inzwischen unabhängigen Plattform [www.europa-digital.de](http://www.europa-digital.de) für die Begleitung des europäischen Integrationsprozesses im Jahr 2001. Das Büro befindet sich in Berlin. In Abstimmung mit den deutschen Initiatoren haben sich Schwesterangebote in Frankreich ([www.politique-digitale.fr](http://www.politique-digitale.fr)), der Schweiz ([www.politik-digital.ch](http://www.politik-digital.ch)) und den Niederlanden ([www.politiek-digitaal.nl](http://www.politiek-digitaal.nl)) gegründet.

[politik-digital.de](http://politik-digital.de) wurde im Jahr 2001 mit dem „Grimme-Online-Award Medienkompetenz“ ausgezeichnet. [politik-digital.de](http://politik-digital.de) erhielt zudem den „Alternativen Medienpreis 2003“ in der Sparte „Internet“. In den Jahren 2001 und 2003 wurde [politik-digital.de](http://politik-digital.de) vom amerikanischen Internetdienst „PoliticsOnline“ zu den „25 Who Are Changing the World of Internet and Politics“ gezählt. Zudem war der Weblog „Metablocker“ 2004 bei den „Best of the Blogs Award“ der Deutschen Welle in der Kategorie „best Journalistic German Blog“ nominiert.

In enger Zusammenarbeit mit Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft entwickelt pol-di.net Lösungen für die aktuellen Herausforderungen der Informationsgesellschaft und begleitet diese aktiv. Neben dem journalistischen Angebot und Internet-Chats mit bekannten Politikern bietet pol-di.net e.V. wissenschaftliche Expertise bei Studien und Untersuchungen im Bereich Politik, Kommunikation und Internet.

### Redaktion [politik-digital.de](http://politik-digital.de)

Kern des Angebots ist die Website [politik-digital.de](http://politik-digital.de), die regelmäßig donnerstags Artikel und Dossiers zu Themen aus der Schnittmenge „Politik und Internet“ veröffentlicht. Erstellt werden die Texte von einer rund 100 Personen umfassenden ehrenamtlichen Redaktion, die von einem festangestellten Redaktionsleiter geführt wird. Das Angebot wird ergänzt durch einen wöchentlichen Newsletter, der derzeit 8.000 Personen erreicht

und in dem Textwerbung geschaltet werden kann.

### Weblogs

[politik-digital.de](http://politik-digital.de) betreibt zudem die beiden Weblogs „Metablocker“ (<http://www.politik-digital.de/metablocker/>) und das „Mierscheid-Weblog“ (<http://www.politik-digital.de/mierscheid/>). Im Metablocker werden aktuelle Kurzmeldungen zum Thema eDemocracy und eGovernment angeboten. Das Mierscheid-Weblog ist das Weblog des (fiktiven) Bundestagsabgeordneten Jakob Maria Mierscheid, der die Vorkommnisse im Bundestag kommentierend begleitet.

### Chats

Aktuell führt [politik-digital.de](http://politik-digital.de) eine regelmäßige Chatreihe für [tagesschau.de](http://tagesschau.de) durch. Unter den ca. 350 Chat-Gästen bei [politik-digital.de](http://politik-digital.de) waren u.a. Johannes Rau, Wolfgang Thierse, Angela Merkel, Renate Künast, Gregor Gysi, Guido Westerwelle und viele weitere Personen des öffentlichen Lebens (Liste unter <http://www.politik-digital.de/salon/transcripte/index.shtml>). Weitere Chatpartner waren oder sind Landes- und Bundesministerien, [stern.de](http://stern.de), Bundeszentrale für politische Bildung, [arte-tv](http://arte-tv) (zweisprachige Chats), BOL, Initiative D21 etc.

### Research

Wissenschaftliche Arbeiten wurden unter anderem in Kooperation mit oder im Auftrag von der Bertelsmann Stiftung, Accenture Unternehmensberatung, der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), dem Zentrum für Medien und Interaktivität an der Universität Gießen, dem Hessischen Rundfunk, dem BMBF oder der Initiative D21 gefertigt. Letzte Projekte waren

- eine Studie zum Einsatz von „Web 2.0 -Software“ im Bereich der politischen Online-Kommunikation für die bpb
- eine Studie zur Erstellung eines Internet-Metaportals zur Bewerbung des Forschungsstandortes Deutschland für das BMBF

## Tests

Darüber hinaus erstellt politik-digital.de seit 1998 Benchmarkings innovativer Websiteprojekte, so zum Beispiel einen Vergleich der eGovernment-Aktivitäten deutscher Großstädte („eTown“, im Auftrag der Initiative D21), einen Vergleich der Internetseiten von Kandidaten für den Bundestag („eCandidates“ in Kooperation mit emnid@emind), ein Vergleich der internationalen Marketingstrategien deutscher Hochschulen („Glob@Ima Mater“ im Auftrag des DAAD) oder ein Vergleich der Internetpräsenzen deutscher Landesparlamente.

## Bundestagswahl 2002

Bis zur Bundestagswahl 2002 übernahm pol-di.net die redaktionelle Betreuung und konzeptionelle Ausgestaltung des Projekts [www.wahlthemen.de](http://www.wahlthemen.de) der Bundeszentrale für politische Bildung und des Zentrums für Medien und Interaktivität an der Universität Gießen. Das Projekt wurde mit dem von der EU-Kommission initiierten „Europrix 2002“ in der Kategorie „Citizens, Democracy and eGovernment: Empowerment and Improvement“ ausgezeichnet.

## Bundestagswahl 2005

Im Wahlkampf 2005 bot politik-digital.de zudem mit der Website [www.ich-gehe-nicht-hin.de](http://www.ich-gehe-nicht-hin.de) eine Internetseite für Menschen an, die sich mit dem Gedanken trugen, nicht an der Bundestagswahl teilzunehmen. Ziel war, eine Debatte über das für und wieder der Wahlteilnahme auf innovative Art und Weise zu entfachen. Berichterstattungen von „taz“ bis „tagesthemen“ und über 13.000 Textbeiträge in acht Wochen zeugten von dem Bedarf für diese Form der Bürgerdebatte.

## UNO-Informationsgipfel

Im Zusammenhang mit dem UNO-Gipfel „World Summit on the Information Society“ hat politik-digital.de gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für die Vereinten Nationen eine Awareness-Internetseite in deutscher Sprache erstellt, die Experten und Journalisten zu den Themen des Gipfels zu Wort kommen lassen soll ([www.gipfelthemen.de](http://www.gipfelthemen.de)). Das Projekt wird im Auftrag von InWent und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung weitergeführt.

## Bürger-Politiker-Kommunikation

Im Mai 2006 startete politik-digital.de die Internetplattform [www.sie-schreiben-dir.de](http://www.sie-schreiben-dir.de). Diese Website soll der Kommunikation zwischen

Abgeordneten und Bürgern in den jeweiligen Wahlkreisen dienen. Nutzer geben ihre Postleitzahl ein um ihre/n Abgeordneten zu identifizieren und hinterlassen ihre Mailadresse, wenn sie von diesem kontaktiert werden wollen. Ab einer bestimmten Anzahl von Interessierten bekommt der entsprechende Abgeordnete eine Mail, in der er aufgefordert wird, die Nutzer per Mail über seine regionale Politik zu informieren.

## Offline Veranstaltungen

Darüber hinaus führt politik-digital.de regelmäßig Offline-Veranstaltungen zu den Themen Online-Journalismus und eDemocracy durch. Neben den Formaten „spin off“ und „poldi meets the press“ wurden bereits wiederholt auch Abendveranstaltungen in Kooperation mit dem British Council Berlin durchgeführt.

## Kontakt

Christoph Dowe  
Geschäftsführer pol.di.net e.V.  
Oranienburger Straße 17  
D-10178 Berlin  
030-97004879  
0177-8989333  
[cdowe@politik-digital.de](mailto:cdowe@politik-digital.de)

# Impressum

pol-di.net e.V.  
Oranienburger Straße 17  
10178 Berlin

Diese Studie wurde im September 2007 erstellt.

## Autor dieser Studie

Christoph Dowe