

# Forschungsjournal

Analysen zu Demokratie und Zivilgesellschaft

## Soziale Bewegungen



**SOCIAL MEDIA:**

**Motor einer neuen Bewegungs-  
und Partizipationskultur?**

**EDITORIAL**

- 3 Social Media: Motor einer neuen Bewegungs- und Partizipationskultur?

**AKTUELLE ANALYSE**

- 12 *Leo Jansen/Christina Herrmann*  
Kirche – Quo vadis? Politische Entwicklungen in der katholischen Kirche und ihre gesellschaftliche Relevanz: 10 Thesen

**THEMENSCHWERPUNKT**

- 20 *Volker Lilienthal*  
Social Media – eine Substitution von Qualitätsjournalismus?
- 31 *Konstantin von Notz*  
Wissen als Allgemeingut – Das Internet als Inkubator neuer Allmenden
- 39 *Oliver Leistert*  
Der Beitrag der Social Media zur Partizipation
- 48 *Thilo Weichert*  
Datenschutz, Bürgerrechte und Social Media
- 55 *Jeff Jarvis*  
Magna Charta des Netzes
- 59 *Falk Steiner*  
Was heißt hier schon „Sozial“?
- 62 *Alexander Hensel/Stephan Klecha*  
Zwischen Stammtisch und Etherpad. Beteiligung und Mitwirkung in der Piratenpartei
- 71 *Anja Adler*  
Liquid Democracy als Social Software für Parteien
- 83 *Falk Steiner*  
Die Enquete-Kommission „Internet und Digitale Gesellschaft“: Zivilgesellschaftlich ein Erfolg – oder ein Ausfall?

- 88 *Olaf Hoffjann/Jeanette Gusko/Ariana Sliwa*

Der Partizipationsmythos. Deutschlands Verbände wollen viel Beteiligung ermöglichen, bieten aber nur wenig an

- 99 *Brigitte Reiser*

Der Dritte Sektor und Soziale Medien – Chancen für Beteiligung und Demokratisierung

**PRAXISTEIL**

- 109 *Sophie Scholz*

Zivilgesellschaft in Bewegung. Kultur und Medienwandel machen es möglich

- 115 *Ingo Frost/Peter Breaux*

Mittels Webplattform vor Ort aktiv werden. Baumpflanzaktionen mit WikiWoods

- 119 *Anna Vikky*

Nachhaltiges Online-Freiwilligenmanagement am Beispiel von Zaid.org

- 122 *Judith Orland/Robert Dürhager*

Typische Fallstricke von Online-Kampagnen

- 126 *Sergius Seeböhm/Paula Hannemann*

New ‚New Social Movements‘ – Eine internationale Perspektive auf partizipative Kampagnenführung

- 134 *Beate Steffens*

GreenAction: Die Kampagnen-Community für Umweltschutz

- 137 *Hannes Jähnert*

Selbstreferenzielle Systeme? Diskussion des Beitrags von Bloggerinnen und Bloggern zur politischen Bildung am Beispiel der NPO-Blogparade

- 144 *Kate Chapman/Katrina Engelsted/Mark Iliffe*

OpenStreetMap – Kollaborative Bearbeitung von Online-Karten in der Entwicklung- und Katastrophenhilfe

- 149 *Christoph J. Rupprecht/Clarissa Schulte*  
Patienten und Versicherten eine Stimme  
geben

#### **PULSSCHLAG**

- 152 *Stefan Selke*  
Umarmter Protest. Tafeln zwischen Char-  
tyformat und Bewegungsanspruch
- 156 *Roland Benedikter/Karim Fathi*  
Was ist eine resiliente Gesellschaft? Plädo-  
yer für ein neues Konzept sozialer Zukunfts-  
sicherung in Krisenzeiten
- 159 *Peter Bescherer*  
Proteste gegen Rechtsextremismus in Jena:  
Wie weiter im Jahr zwei nach NSU?
- 164 *Andrea Härtel/Stefan Wedermann*  
Leidenschaft der Kritik. Perspektiven Kri-  
tischer Theorie

#### **TREIBGUT**

- 169 Materialien, Notizen, Hinweise

#### **LITERATUR**

- 174 *Katrin Winkler*  
Die Mär der digitalisierten Gesellschaft?  
(Beckedahl, Markus/Lücke, Falk 2012: Die  
digitale Gesellschaft; Loader, Brian D./  
Mercea, Dan 2012: Social Media and De-  
mocracy; Seifert, Markus 2012: Mobilisie-  
rung für alle?)
- 177 *Roland Roth*  
Lokale Politik auf dem Rückzug? (van  
Deth, Jan W./Tausendpfund, Markus (Hg.)  
2013: Politik im Kontext: Ist alle Politik  
lokale Politik? Individuelle und kontextu-  
elle Determinanten politischer Orientierun-  
gen)
- 179 *Ansgar Klein*  
Momentaufnahmen und Impressionen des  
Protests (Marg, Stine/Geiges, Lars/Butz-  
laff, Felix/Walter, Franz (Hg.) 2013: Die  
neue Macht der Bürger? Was motiviert die  
Protestbewegung? BP-Gesellschaftsstudie)

#### **189 ABSTRACTS**

#### **202 IMPRESSUM**

## Social Media: Motor einer neuen Bewegungs- und Partizipationskultur?

Social Media ermöglichen neue Formen der Vernetzung und Verstetigung der Kommunikation und des Informationsaustausches. Mit ihrer Hilfe lassen sich, egal ob weltweit oder regional, Gruppen-, Freundes-, Verwandtschafts-, Sozial- und Berufsbeziehungen mit großer Geschwindigkeit organisieren, verstetigen und gestalten. Das hat aktuell die Nutzung der Social Media in der Flutkatastrophe oder bei den Protesten in der Türkei noch einmal anschaulich gemacht.

Mit den Social Media ist mehr als nur ein zusätzlicher Kommunikationskanal entstanden, mehr als ein Modetrend. Sie verändern Machtstrukturen, aber auch die Kultur und die Wege der Innovationen. Sie sind in gewissem Sinne auch eine neue Produktivkraft. Die Social Media sind gekommen, um zu bleiben – reservierte Einschätzungen seitens politischer Akteure und Institutionen, der unübersichtliche digitale Wandel ließe sich gleichsam aussitzen oder die Reichweite seiner Effekte irgendwie begrenzen, haben ihre Überzeugungskraft verloren. Doch es wächst die Einsicht in die Gestaltungsbedarfe der sich abzeichnenden dynamischen Entwicklung.

### Technikentwicklung in der „reflexiven Moderne“

Womit lässt sich die Entstehung des Internets und der Social Media vergleichen? Was ist das Besondere daran? Die Einführung der Schreibmaschine war damals eine beachtliche technische Erfindung. Die Entwicklung des PCs war dagegen ein Quantensprung. Seitdem fristet die Schreibmaschine ein Schattendasein. *Jeff Jarvis* zieht eine Analogie zur Erfindung des Buchdrucks, um auch die sozialen und kulturellen Implikationen des mit den Social Media eintretenden Wandels zu verdeutlichen. Das Internet vereinnahmt die bestehenden Medienwelten, nimmt sie in sich auf, prägt und dominiert sie. Nebenbei ist das Internet auch eine Art digitale Weltbibliothek und Weltgedächtnis.

Das Internet wurde zunächst für militärische Zwecke entwickelt und dann von Wissenschaft und schon bald auch von zivilgesellschaftlichen Akteuren wie etwa sozialen Bewegungen genutzt. Die utopische Aufladung des Internets lässt sich zurückverfolgen bis an seinen Geburtsort in Kalifornien. Pioniere der Internetutopie sind neben militärischen und wissenschaftlichen Triebkräften auch Teile der Gegenkulturen der 1960er und frühen 1970er Jahre. Dort kündigte sich mit kybernetisch inspirierten Konzepten von Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit auch ein neues planetares und globales Denken an.

Dort lässt sich auch studieren, wie solche gegenkulturellen Ideen mit der späteren Entdeckung einer kommerziellen Nutzbarkeit des Internets verändert und verwandelt wurden (siehe Google, Amazon, Ebay etc.). Im Gegensatz dazu ging es bei den Social Media fast von Anfang an auch um die wirtschaftliche Nutzung sozialer Beziehungen. Das zurzeit größte soziale Netzwerk Facebook liefert seine Dienstleistung in die ganze Welt und wird mit über einer Milliarde Nutzenden bereits als ein Kontinent eigener Art bezeichnet. Das Geschäftsmodell von Facebook funktioniert frei nach dem Spruch „If you're not paying for the product, you are the product being sold.“ Der Besitz an den Kommunikationsmitteln einer modernen Gesellschaft und der Konflikt zwischen ökonomischen Interessen und den Interessen an Privatheit, Datenschutz, aber auch uneingeschränkter Nutzung geraten zunehmend ins Zentrum der Diskussionen.

Die Folgen der technischen Entwicklung unserer Kommunikation und ihrer sich dynamisch entfaltenden Nutzung sind zugleich Herausforderungen für politische Gestaltung. Diese Einsicht unterscheidet die Debatte um die Social Media von der damals noch ganz im Banne des industriellen und technischen Fortschritts stehenden Arbeiterbewegung. Der in Medienfragen bewanderte Philosoph Walter Benjamin warnte damals vor dem fatalen Irrglauben, die technische Entwicklung werde viele Probleme von ganz alleine lösen und sei ein natürlicher Bündnispartner sozialen Fortschritts. In den neuen sozialen Bewegungen stießen technikkritische Auffassun-

gen auf breite Resonanz und erzeugten damit die Grundmelodie einer „reflexive Moderne“. Mit der Ausbreitung von Internet und Social Media und angesichts einer in den Avantgarden der Netzpolitik und des digitalen Aktivismus dominanten besonderen Technikaffinität gilt es, die Grundeinsichten einer „reflexiven Moderne“ auf die Auswirkungen der Social Media und deren künftige Gestaltung zu beziehen.

### Demokratie und Bürgerrechte als Themen der Netzpolitik

Vor dem Hintergrund der Gefahr der Preisgabe demokratischer und bürgerrechtlicher Errungenschaften wird der digitale Wandel in unterschiedlicher Intensität bei den politischen Parteien diskutiert. Immerhin haben alle Parteien diese Diskussion im parlamentarischen Raum mittels der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ deutlich intensiviert. Trotz ihrer ungewissen Zukunftsaussichten hat auch die netzpolitischen Themen ausgehende und von netzaffinen Milieus getragene Entstehung der Piratenpartei dafür gesorgt, dass der Druck zur Auseinandersetzung auf die Parteien erhöht wurde.

Auf internationaler Ebene hat vor allem die Nutzung digitaler Dienste im sogenannten Arabischen Frühling große Aufmerksamkeit auf sich gezogen und die – wiederum nicht lange un widersprochen gebliebene – Rede von den Twitter- und Facebook-Revolutionen stimuliert. Dass auch bundesweite Online-Mobilisierungen den Sprung in die Offline-Welt schaffen und in klassischen Straßenprotest münden können, zeigten die erfolgreichen Aktionen gegen das ACTA-Abkommen. Sie haben bisher allerdings wenig Nachfolge gefunden und so den Eindruck eines eher begrenzten Einflusses netzpolitischer Szenen auf die Gestaltung des digitalen Wandels nicht ausräumen können. Wie das neue Transparenz- und Offenheitsversprechen der digitalen Welt durch staatliche Akteure konterkariert und unterlaufen werden kann, zeigte in dramatischer Weise auch das Projekt Wikileaks, das nach seinen spektakulären Scoops vor allem durch juristische Querelen um Julian Assange Schlagzeilen gemacht hat. Mit Offshore-Leaks hat diese Diskussion allerdings

mittlerweile eine brisante Verstärkung erhalten. Der digitale Wandel hat alle Merkmale, um sich in Debatten um Zivilgesellschaft und Demokratie als kontroverses Dauerthema zu behaupten.

Die vielfach behaupteten emanzipatorischen Potenziale des Internets und der Social Media finden jedoch immer wieder skeptische und kritische Er widerungen und entpuppen sich im empirischen Blick häufig als ambivalent bis widersprüchlich. Aus den Reihen der Protest- und Bewegungsforschung hat etwa Dieter Rucht auf dem 25-jährigen Jubiläum des Forschungs journals jüngst noch einmal unterstrichen, dass mit der zunehmenden Verbreitung des Internets seit Ende der 1990er Jahre eine zunächst sinkende und dann stagnierende Offline-Protestbeteiligung in Deutschland einherging. Protestmobilisierungen sowohl offline wie online verliefen zwar rascher und unkalkulierbarer und auch die Anzahl an Petitionen und Unterschriftensammlungen habe sich vermutlich erhöht – die Effekte der Online-Proteste würden aber in der Regel überschätzt ([http://www.fjsb.org/sites/default/files/downloads/FJSB\\_25\\_Jahre\\_Rucht.pdf](http://www.fjsb.org/sites/default/files/downloads/FJSB_25_Jahre_Rucht.pdf)).

### Chancen und Potenziale der Social Media

Dieses Themenheft setzt dennoch an der Frage nach den Chancen und Potenzialen von Social Media an. Ihr Versprechen der Zugangsoffenheit, der Stiftung neuer Vernetzungs- und Kooperationsstrukturen sowie einer dialogischen Erweiterung bestehender Kanäle der Meinungs- und Willensbildung weist eine hohe Wahlverwandtschaft mit der Suche nach neuen Balancen zwischen Repräsentation und Beteiligung in aktuellen demokratiepolitischen Reformdiskussionen auf. Daher erscheint es aussichtsreich, gegenüber naheliegenden Vorbehalten einer optimistischen Ausgangsthese den Vorzug zu geben.

Man kann das damit verbundene Verfahren auch als immanente Kritik beschreiben: Zur Untersuchung des Einflusses von Social Media werden nicht Maßstäbe aus anderen Bereichen und Kontexten – sei es die klassische mediale Öffentlichkeit oder überkommene Formen der innerparteilichen Willensbildung – herangezogen. Stattdessen werden die mit dem Internet und

den Social Media einhergehenden normativen Postulate ernst genommen und auf ihre Reichweite und ihren Realitätsgehalt überprüft.

Um die Chancen und Potenziale der Social Media nicht nur zu proklamieren, sondern zugleich an Fallbeispielen zu demonstrieren, umfasst der Schwerpunkt des Heftes neben den gewohnten systematischen Beiträgen auch einen umfangreichen Praxisteil, den *Sophie Scholz* zusammengestellt hat und mit einem eigenen Editorial einleitet. In diesem Praxisteil werden einerseits rund um das Thema „Zivilgesellschaft im Medienwandel“ entstandene Communities vorgestellt sowie Social-Media-Projekte aus dem Non-Profit-Bereich. Die Projekte setzen – gleichsam als David in der digitalen Arena neben den finanzstarken Goliaths des Online-Geschäfts – wichtige Impulse in demokratiepolitischer Hinsicht. Auch diese Projekte und Communities sehen sich mit manchen Herausforderungen konfrontiert – sie sind aber eindrucksvolle Beispiele dafür, wie die Social Media bürgerschaftliche Selbstorganisationskräfte beflügeln. Die Beispiele zeigen, welche neuen Möglichkeiten der Mobilisierung und Zusammenarbeit entstanden sind, aber auch, dass wir noch am Anfang eines Lernprozesses stehen. Denn unter der Spitze des Eisbergs – der Technik – verbirgt sich der kulturelle Wandel, der auch Akteure der Zivilgesellschaft herausfordert, die eigenen alltäglichen Handlungen auf Transparenz, Dialog und Beteiligung zu überprüfen. Die Artikel des Praxisteils zeigen, dass mutige Experimente notwendig sind, um die Grenzen und Möglichkeiten der Social Media für Zivilgesellschaft auszuloten.

Das Spektrum der Beiträge des Heftes reicht von Beschreibungen der Social Media als Instrumente von Kontrolle und Überwachung über Analysen der Fallhöhe zwischen Beteiligungsversprechen und Wirklichkeit bis hin zu positiven Beispielen realisierter Öffnung und Partizipation. Deutlich wird, dass ein im normativen Sinn anzustrebender digitaler Wandel kein Selbstläufer ist. Er erfordert eine Vielzahl von Weichenstellungen im Bereich der Angebote und Plattformen, der politischen und rechtlichen Regulierung und der strukturellen und

kulturellen Implementation in Organisationen und Institutionen.

### Die Aufwertung des Publikums: Folgen für den Journalismus

Ein besonders eindrückliches Exempel für die enormen Herausforderungen, überkommene Institutionen auf diese Veränderungen einzustellen, sind sicherlich Medien, Verlage und der Journalismus insgesamt, die unsere klassische politische Öffentlichkeit wesentlich tragen.

Bisher lagen die Vermittlung relevanter Informationen und die Aushandlung gesellschaftlicher Selbstverständnisse vor allem in der Hand der medialen Öffentlichkeit und des Journalismus. Internet und Social Media verändern diese medialen Vermittlungsmuster von der one-to-many zur many-to-many Kommunikation. Sie können Themen vielfältiger setzen und verbreiten und beschleunigen Kommunikationszyklen in Echtzeit. Sie verändern dabei klassische redaktionelle Selektionsmuster durch Direktkommunikation und machen Meinungsäußerungen verstärkt anschluss- und dialogfähig.

Für *Volker Lilienthal* ist damit ein klarer Demokratisierungseffekt verbunden. Social Media ersetzen seines Erachtens jedoch nicht die Funktionen des Qualitätsjournalismus, weil sie oft privatistisch geprägt bleiben, digitale Blasen erzeugen und das Gros der Nutzer weder willens noch in der Lage ist, weitreichende journalistische Leistungen zu erbringen. Die Absicherung der Qualität von Informationen, ihre Aufbereitung und gute Recherche verlieren im Netz keineswegs an Bedeutung. Im Gegenteil erwächst ein höherer Bedarf an Qualitätsjournalismus und abgesicherten Informationen. Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Integrationsaufgaben des Journalismus und seine Überbrückung sozialer Segmentierungen muss sich allerdings auf die neue Wahrnehmungskultur und die Aufwertung des Publikums einstellen. An der Schnittstelle zu Social Media entstehen daher bereits neue journalistische Berufsbilder und Aufgabenprofile, die sich vor allem an der Aufgabe der Recherchequalität, der (multimedialen) Infor-

mationsaufbereitung und Interpretation bewähren müssen. Weiterhin erforderlich bleiben die Unterscheidung des Wichtigen vom Banalen, die Herstellung von Zusammenhängen, Deutung und Orientierung. Es geht bei der Gestaltung des mit den Social Media entstehenden Strukturwandels der Öffentlichkeit daher um nichts Geringeres als um eine zentrale demokratische Errungenschaft Nachkriegsdeutschlands: um den öffentliche Raum der Informationsbeschaffung und Meinungsbildung im Sinne eines unabhängigen und qualitativ guten Journalismus.

### Digitale Öffentlichkeit als öffentliches Gut

Neben dem Journalismus stellen Social Media aufgrund des mit ihnen verbundenen Wiki-Prinzips und der Möglichkeiten zur Schaffung digitaler Allmenden den gesamten Bereich der Produktion von Wissen und Information auf eine veränderte Grundlage, die für dessen Verteidigung und Weiterentwicklung absehbar eine große Rolle spielen wird. *Konstantin von Notz*, netzpolitischer Sprecher der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen, stellt mit den Konzepten der „Allmende“ und der „Commons“ diese faszinierenden Bezugspunkte einer progressiven Entwicklung des Netzes vor.

Die internationale Online-Enzyklopädie Wikipedia ist eines der herausragenden Beispiele für den gesellschaftlichen Gewinn durch solche öffentlichen Güter, die sich im Netz immateriell ausdrücken und oft auf die gemeinschaftliche Produktion und Verbreitung von Wissen zielen. Schauplätze der gesellschaftlichen Auseinandersetzung um neue Allmenden sind heute vor allem das Urheber- und das Patentrecht, sind Informationsfreiheitsgesetze, aber auch die technische Infrastruktur des Netzes (bspw. Netzneutralität, digitale Grundversorgung). Das Internet hat aufgrund seiner offenen Struktur eine innere Affinität zur Allmendenbildung, die im immateriellen Bereich auch keine Gefahren der Übernutzung heraufbeschwört. Diese Entwicklung ist heute aber durch einseitige Kommerzialisierungstendenzen bedroht. Die Markierung von klaren roten Linien gegenüber den Inhabern von Markt-

und Meinungsmacht ist für von Notz ebenso geboten wie ein fairer und moderierender Ausgleich mit den berechtigten Interessen der Urheber, die der Allmende immaterielle Güter zur Verfügung stellen.

### Risiken der Kommerzialisierung: zur Ökonomie von „Big Data“

Weitere Beiträge befassen sich aus sehr unterschiedlichen Perspektiven mit Grundsatzfragen von Social Media. *Oliver Leistert* formuliert sehr skeptische Überlegungen zu deren partizipatorischem Potenzial. Er bezieht sich dabei allerdings weniger auf unabhängige Portale und Communities im zivilgesellschaftlichen Bereich als auf die dominanten kommerziellen Angebote wie Facebook. Social Media gehen seines Erachtens genealogisch nicht auf politische Beteiligung und Staatsbürgerschaft zurück, sondern auf Markt, Konsumentensubjektivität und die Verwertung von Daten. Social Media konstituieren damit eine neue Ökonomie. Austausch und Vernetzung finden nicht unter dem Dach einer politischen Verfassung mit entsprechenden Rechten und Mitspracheansprüchen statt, sondern werden durch Terms of Services einseitig von den Unternehmen geregelt, die eine Mitwirkung der Kunden nicht vorsehen. Leistert äußert insofern sein Erstaunen darüber, dass hinter dem Versprechen, Vernetzung, Problemlösung und soziale Innovationen anzubieten, die tiefgreifenden Mechanismen von Überwachung, Data Mining und Kontrolle, die die neueren Entwicklungen im Social-Media-Bereich kennzeichnen, kaum noch wahrgenommen werden. Wie der aktuelle Skandal um das sogenannte Prism-Programm des US-amerikanischen Geheimdienstes NSA zeigt, bedarf es unter hohem persönlichem Risiko operierender Whistleblower, um Einblicke in diese Schattenwelt einer unter dem Vorzeichen der Terrorbekämpfung umfassend überwachten Internet-Kommunikation zu eröffnen.

Aber auch die Beteiligungsinteressen der Nutzer rückt Leistert in einem Rekurs auf Foucaults Überlegungen zu Subjektivierung und Gouvernementalität in eine kritische Perspektive: Die freiwillige Mitwirkung der Nutzer, ohne

die die Ökonomie der Datenverwertung nicht funktionieren könnte, beschreibt er als Phänomen der „Biomacht“, als sanften Zwang zu Beichte und Geständnis und auf Dauer gestelltes Assessment-Center. Die kommerziellen Anwendungen leben in hohem Maße von unentgeltlicher, immaterieller Arbeit, die durch die ununterbrochene Fütterung des Datenstroms ökonomischen Wert produziert. Obwohl Leistert auch positive Beispiele nicht-kommerzieller Nutzungen von Social Media nennt und ihnen vor allem für sich entwickelnde Länder enorme Impulskräfte zutraut, klingt seine Analyse wie ein Weck- oder Warnruf. Die Ökonomie des Big Data trägt an manchen Stellen Züge eines sanften Totalitarismus und sie unterstreicht insofern die Bedeutung einer gesellschaftlichen Selbstverständigung über eine politische Gestaltung des digitalen Wandels. Es gibt keinen Automatismus, dass Social Media nur im Sinne von Aufklärung, Emanzipation und demokratischer Beteiligung eingesetzt werden.

### Transparenz und Datenschutz im Zeitalter der neuen Medien

Die Digitalisierung von Informationen, ihre Distribution via Internet und die Kommunikation in den Social Media stellen im Zusammenspiel eine enorme Herausforderung dar, die sowohl die Staatenwelt als auch die Welt des Marktes ernsthaft herauszufordern vermag. Dazu zwei Beispiele:

Edward Snowden, der die Abhörpraxis des amerikanischen Geheimdienstes NSA wie auch englischer Dienste enthüllte, hat die Dimensionen der geheimdienstlichen Datenkontrolle ebenso deutlich gemacht wie die von einzelnen Staaten nicht mehr zu kontrollierende Verbreitung von Informationen aus der Welt der Geheimdienste.

Die Verbreitung und systematische Nutzung der aus einer anonymen Quelle stammenden Daten zur systematischen Steuerhinterziehung („Offshore-Leaks“) ist das zweite Beispiel. Die Daten betreffen insgesamt neun Steueroasen: Britische Jungferninseln und Kaimaninseln (britische Überseegebiete), Mauritius, Singapur, Cookinseln, Samoa, Seychellen, Hongkong und

Malaysia. Der Datenumfang beträgt 2,5 Millionen Dokumente mit einem Datenvolumen von 260 Gigabyte (<http://de.wikipedia.org/wiki/Offshore-Leaks>). Nachdem diese Daten per Post 2011 an Gerald Ryle, Direktor des Internationalen Konsortiums für investigative Journalisten (ICIJ), übergeben wurden, begann eine systematische professionelle Datenauswertung: „Offshore-Leaks“ ist ein umfangreiches, monatelang währendes Rechercheprojekt, an dem über 86 Journalisten von 38 Zeitungen sowie Hörfunk- und Fernsehstationen aus 46 Ländern beteiligt sind. Die Kooperation ist historisch einzigartig und eine der größten grenzübergreifenden Investigativ-Recherchen in der Geschichte des Journalismus. Offshore-Leaks zeigt so exemplarisch, welches Potenzial an kritischer Öffentlichkeit in der journalistischen Nutzung der brisanten Datenmengen besteht.

Zu den Fragen des Datenschutzes bezieht sich *Thilo Weichert*, Datenschutzbeauftragter des Landes Schleswig-Holstein, insbesondere auf die nahezu weltweit aktiven und kommerziell betriebenen Sozialen Netzwerke. Weichert unterstreicht etwa die Unvereinbarkeit des Geschäftsmodells von Facebook und anderen US-amerikanischen sozialen Netzwerken mit deutschem und europäischem Recht. Er zeigt auf, wie technikspezifische Eigenschaften des Internets Grundlagen des überkommenen Datenschutzes zu unterlaufen drohen und konstatiert vor diesem Hintergrund weitreichende Vollzugsdefizite bestehenden Rechts. Er sieht aber weder im digitalen Zeitalter im Allgemeinen noch in Sozialen Netzwerken im Besonderen prinzipielle technische oder rechtliche Schranken für zuverlässige Datenschutzregelungen. Die USA sind ungeachtet ihrer Tradition der Bürgerrechtsbewegung in Gestalt der weltumspannenden Sozialen Netzwerke aktuell die Bremser einer Neuregelung des Datenschutzes, um ihre erfolgreichen Geschäftsmodelle zu schützen. Auf europäischer Ebene ansetzende Versuche zu harmonisierten Datenschutzregelungen werden damit nolens volens Teil eines transatlantischen Wertekonfliktes. Mit dem Bedeutungsgewinn der Internetmärkte in Ländern, die über keine relevanten Traditionen des Datenschutzes

verfügen (Russland, China etc.), beginnt sich jedoch eine noch brisantere globale Konfliktlinie abzuzeichnen. Für Weichert Grund genug, im transatlantischen Rahmen zu Regelungen zu kommen, die rechtsstaatliche und demokratische Grundsätze im Netz gewährleisten.

Mit *Jeff Jarvis* antwortet ein enthusiastischer „Veröffentlicher“ und Free-Speech-Absolutist auf diese Einschätzungen gewissermaßen aus US-amerikanischer Perspektive. Jarvis gehört zu denjenigen, die sich angesichts hiesiger Bestrebungen zum Schutz der Privatsphäre an die legendäre „German Angst“ erinnern fühlen müssen. Gerne fragt er, wie es denn zu erklären sei, dass die Deutschen in einer Sauna keine Sorgen um den Schutz ihre Privatsphäre hätten, angesichts einer Aufnahme ihres Wohnorts in Googles Street-View aber umgehend Orwells Big Brother vor der Tür stehen sehen. Jarvis' Misstrauen richtet sich weniger gegen die Unternehmen, die den digitalen Wandel vorantreiben, weil sie nicht schlecht an ihm verdienen, sondern vor allem gegen staatliche und politische Versuche, diesen Wandel zu regulieren und ihn womöglich zu kontrollieren. Die Notwendigkeit eines privaten Raums und des Datenschutzes verblasst für ihn zunehmend. Hier kokettiert er mit dem Ausspruch des Google-Vorstandschefs Eric Schmidt: „Wenn Sie etwas machen, von dem Sie nicht wollen, dass es irgendwer erfährt – dann sollten Sie es vielleicht gar nicht erst tun.“

Jarvis hat nichts gegen Datensammlung und befürwortet nur gelegentlich ein Verbot ihrer Nutzung. Dass Daten eine Ware, ein Handelsgut sein können, blendet er weitgehend aus, Machtgefälle und die unterschiedlichen Interessensorientierungen einer Gesellschaft bleiben in seiner Analyse sekundär. Doch wie auch das Konzept der Kindheit einen Schutzraum und Entfaltungsraum für Kinder bedeutet, ist das Konzept der Privatsphäre ein Schutzraum und eine Balance gegenüber übermächtigen Institutionen, ein Raum des Selbstseins, des Ausprobierens, des Lernens. Bei der Unterscheidung zwischen öffentlichem und privatem Raum handelt es sich allerdings um ein dynamisches Konzept, das immer wieder neu verhandelt werden muss. Die aktuel-

le Debatte um staatliche Überwachungsprogramme und ihr Ausmaß gibt dieser Diskussion neuen Auftrieb.

### Zentrale Gestaltungsfragen der Netzkommunikation

Die künftige Ausgestaltung moderner Kommunikationsplattformen wird zu einer zentralen medienpolitischen, netzpolitischen und auch demokratiepolitischen Herausforderung. Wie können die Beteiligungspotentiale von Social Media gefördert werden? Wie muss auf neue informelle Machtstrukturen, auf die kommerzielle Verwertung von Daten und auf neue Risiken für Bürgerrechte reagiert werden? Wie soll sich das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit entwickeln? Das Journal will die intellektuelle Auseinandersetzung darüber befördern.

*Falk Steiner* formuliert perspektivische Überlegungen zu Regulierungsformen des Internets, die die Einflussmöglichkeiten der Nutzer aufwerten könnten. Er rückt dabei vor allem die Übersetzung sozialer Normen in technische Standards ins Blickfeld und unterstreicht, dass das Netz gegenwärtig durch privatwirtschaftlich dominierte (Selbst-)Regulierungsformen gekennzeichnet sei – unter partieller Einbeziehung von Staaten, Wissenschaft und eher am Rande auch der Zivilgesellschaft. Auch Steiner hebt die damit einhergehende und historisch neue Privatisierung des öffentlichen Raums durch die dominanten Sozialen Netzwerke hervor. Demokratische Alternativen charakterisiert er mit den Stichworten der Dezentralisierung und der Föderalisierung – es gehe darum, jedem Nutzer die Möglichkeit zu eröffnen, selbst über den Schutz oder die Weitergabe seiner Daten zu entscheiden und auch die zentrale Kontrolle und Deaktivierbarkeit Sozialer Netzwerke zu beschneiden. Weil aber weder Wirtschaft noch Regierungen ein Interesse an solchen Veränderungen haben, laufen aktuelle Entwicklungen in die gegenteilige Richtung. Im Blick auf Staaten, in denen der Westen aus geostrategischen Gründen unabhängige Netzkommunikation fördern will, wird an den erforderlichen technischen Architekturen allerdings bereits gearbeitet.

### Die Piraten und die Netzpolitik

Die Auseinandersetzung um Freiheit und Regulierung des Netzes wirft die Frage nach Akteuren auf, die progressive Antworten formulieren und Gestaltungsoptionen umsetzen können. Die Wahlerfolge der Piratenpartei waren hier sicherlich ein wichtiger Impuls, um netzpolitischen Themen mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, auch wenn die Partei sich zunehmend bemüht, ein „Vollprogramm“ zu entwickeln und nicht als Single-Issue-Initiative digitaler Aktivisten wahrgenommen zu werden. Fraglich ist allerdings, ob die Piratenpartei sich dauerhaft als dasjenige Forum etablieren wird, in dem netzpolitische Debatten und Fragestellungen eine institutionelle Form finden. Positiv schlägt sicherlich zu Buche, dass sie mit neuen Beteiligungsverfahren – vor allem der Plattform Liquid Democracy – das Kollaborationsversprechen der Social Media auch strukturell zu verkörpern versucht. Skeptische Einschätzungen legen allerdings nahe, dass die Partei ihr Instrumentarium überbewertet und mit dem Umschalten von der Beteiligungs- auf die Einflusslogik des politischen Systems überfordert sein könnte und sich angesichts der Dilemmata ihres Erfolgs in konfliktvolle Selbstbeschäftigung zurückziehen wird.

Alexander Hensel und Stephan Klecha protokollieren diese Situation aus der Perspektive der Parteienforschung. Folgt man ihrer Einschätzung, ist die Selbstabsorption der Partei Resultat eines unaufgelösten Dilemmas zwischen dem weitgehenden Partizipationspostulat und einem wachsenden Professionalisierungsdruck. Enorme Stärken kann die beteiligungsorientierte Struktur bei Reaktionen auf äußere Anlässe, etwa als Kampagnenmaschine in Wahlkämpfen, entwickeln. Ressourcenschwächen sowie personelle und strukturelle Defizite, die für Kleinparteien insgesamt typisch sind, lassen sich mit der Vielzahl von Verfahren und Instrumenten in hohem Maße ausgleichen. Die Übersetzung dieser Mobilisierungspotenziale in kollektiv verbindliche Entscheidungen und eine konsistente inhaltliche Programmatik und Strategie gelingt jedoch nicht oder nur unzureichend. Neben demokratietheoretischen Problemen der Entscheidungsplattformen (Anony-

mität, Inklusion, Fragmentierung in disparate Foren etc.) handle sich die Partei auch in pragmatischer Perspektive Selbstblockaden und chronische Überlastungen der im Übrigen überschaubaren Zahl an aktiv Beteiligten ein. Durch die Hintertür ergäbe sich daher wiederum eine entscheidende Rolle der Mandatsträger, denen angesichts unklarer Legitimationsressourcen der Parteibasis außerhalb der Parteitage aber keine kontrollierenden Gegenkräfte gegenüber stehen.

### Liquid Democracy

Mit der Beteiligungssoftware Liquid Democracy befasst sich auch *Anja Adler*, die von außen kommende, pauschalisierende Blicke auf interne Streitigkeiten der Piratenpartei allerdings zum Anlass nimmt, ihre Einschätzungen bewusst vom Anwendungsfall der Partei zu lösen. Sie schlägt eine begriffliche Systematik vor, die es erlaubt, Liquid Democracy von deren softwaregestützter Realisierung zu unterscheiden: Liquid Democracy schlägt einerseits einen Spannungsbogen zwischen einer konzeptionellen Idee (dosierbare Delegation etc.) und unterschiedlichen Formen der Programmierung und Anwendung. Sie fusioniert zum anderen unterschiedliche Demokratiekonzepte: repräsentative, direkte und auch deliberative. Adler sieht die Stärke des Konzepts damit weniger in der grenzenlosen Universalisierung des Beteiligungsprinzips als in seiner hybriden Anlage, die situationsspezifische Ausformungen und eben auch Begrenzungen von Partizipation ermöglicht. Offene Herausforderungen wie die Fragen der sozialen Selektivität und digitalen Spaltung, des Verhältnisses von Anonymität und Klarnamenzwang oder aktuelle Beschränkungen auf die Entscheidungsvorbereitung dementieren für sie keinesfalls die beträchtlichen Potenziale von Liquid Democracy.

### Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“

Die Achtungserfolge der Piratenpartei bei der Bundestagswahl 2009 gingen in erheblichem Maße auf gesellschaftliche Kontroversen zum sogenannten „Zugangerschwerungsgesetz“ sowie auf die stark auf die damalige Familienministerin

Ursula von der Leyen zugeschnittene sogenannte „Zensursula“-Kampagne zurück, die auch ein Auslöser für die Gründung der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ war, die ebenfalls mit dem Einsatz einer Liquid-Democracy-Plattform experimentiert hat. *Falk Steiner* resümiert die Arbeit der Kommission insbesondere im Blick auf die Rolle der zivilgesellschaftlichen Akteure. Er erkennt beachtliche Erfolge in der Aufbereitung digitalpolitischer Wissens und der Verankerung entsprechender Themen im parlamentarischen Diskurs, benennt aber zugleich Probleme bei der Ressourcenausstattung der zivilgesellschaftlichen Akteure und ihrer Zusammenarbeit untereinander. Dies wirkte sich u.a. in einem Ungleichgewicht etwa gegenüber Vertretern der IT-Wirtschaft aus, die mit im Vergleich sehr viel größeren Ressourcen im Hintergrund die Ergebnisse der Kommission beeinflussen konnten. Die Szene digitalpolitischer Zivilgesellschaft ist zurzeit noch klein und die Initiativen verfolgen jeweils eigene Ziele. Um mit der Schlagkraft der professionellen Verbände und Vereinigungen der Umweltbewegung oder der Menschenrechtsbewegung gleichzuziehen, hat sie noch eine gewisse Wegstrecke vor sich.

### Social Media und organisierte Zivilgesellschaft

Neben dem Blick auf die Parteienlandschaft und den parlamentarischen Diskurs beleuchten weitere Beiträge die Nutzung von Social Media in der organisierten Zivilgesellschaft, in Verbänden und dem Dritten Sektor. Sie führen zugleich exemplarisch einen weiteren systematischen Aspekt in die Debatte ein. Es geht hier weniger um mögliche unerwünschte Nebenwirkung des digitalen Wandels, um dessen politische Gestaltung und seine Effekte auf die Parteienlandschaft, als vielmehr um die Implementation von Social Media innerhalb bestehender Strukturen. Stichworte wie „Digital Divide“ oder die fortbestehende und mitunter sogar verstärkte soziale Selektivität digitaler Beteiligungsprozesse sind Phänomene, die in dieser Hinsicht bereits oft thematisiert wurden. Wie weit öffnen sich Verbände und der Dritte Sektor also tatsächlich den neuen kommunikativen

Möglichkeiten, inwieweit entstehen wirklich anspruchsvolle Beteiligungsprozesse? Sind neue technische und soziale Möglichkeiten bereits mit den eingeschliffenen Organisationsstrukturen und -abläufen kompatibel oder müssen diese sich grundlegend wandeln? (Zur Bedeutung der Social Media für die Kommunalpolitik siehe: [http://www.gar-nrw.de/files/GAR-2013-03\\_Ausg\\_1\\_web.pdf](http://www.gar-nrw.de/files/GAR-2013-03_Ausg_1_web.pdf))

### Online-Angebote von Verbänden

Wenn *Olaf Hoffmann*, *Jeannette Gusko* und *Ariana Sliwa* von einem Partizipationsmythos sprechen, stellen sie die Beteiligungspotenziale der Social Media damit nicht in Abrede. In ihrer empirischen Studie, die u.a. die Online-Angebote einer Vielzahl ganz unterschiedlicher Verbände untersucht hat, geht es ihnen vielmehr um einen Abgleich von Anspruch und Wirklichkeit. Die dynamische Entwicklung der Social Media wird von den Verbänden zwar bereits sehr deutlich als Innovationsherausforderung wahrgenommen. Auch die dialogischen und kommunikativen Möglichkeiten werden in der Regel begrüßt und es werden zum Aufbau entsprechender Strukturen mitunter erhebliche Mittel eingesetzt. Ein Auftritt auf Facebook macht jedoch noch keine Dialogkultur. Die bestehenden Angebote folgen in der Regel dem Muster einer one-to-many Kommunikation und dienen der Information, nicht aber der dialogischen Einbeziehung der Nutzer. Wenn Social Media Motoren und Treiber sozialer Innovationen sind, dann steht ihnen in Gestalt der bestehenden Verbandsstrukturen zumindest bislang noch eine starke Bremse gegenüber.

*Brigitte Reiser* kommt in ihren Ausführungen zum Dritten Sektor zu ähnlichen Diagnosen und Befunden. Sie geht dabei soweit, von einem verbreiteten „digitalen Analphabetismus“ zu sprechen. Diesen ernüchternden Status Quo versteht sie allerdings als „Call to Action“ für einen Kulturwandel in Richtung einer kommunikativen Demokratisierung des Dritten Sektors, der angesichts gesteigerter Mitspracheinteressen der Bürger ohnehin auf der Agenda steht und in dem die Social Media als mächtige Werkzeuge fungieren können. Noch sieht sie den gemeinnützigen Bereich bei der Erschließung der

Potenziale des Internet gegenüber Staat und Markt im Hintertreffen. Sie berichtet über Technikdistanz und dominante Selbstverständnisse der Organisationen als Dienstleister, mit denen Beteiligungsaspekte an den Rand gedrängt werden. Die digitale Inklusion ist bislang noch weitgehend dem Zufall überlassen.

Interessante Perspektiven einer aktiven Förderung von Social Media innerhalb des Dritten Sektors ergeben sich demgegenüber in internationaler Perspektive: etwa in Form der britischen Circuit Riders, die die Non-Profit-Community als Springer mit IT-Wissen unterstützen, oder in Form von Selbstlerngruppen engagierter Bürgerinnen und Bürger zusammen mit gemeinnützigen Einrichtungen (Social Media Surgeries). Erforderlich sind also passgenaue Förderstrategien und strategische Entscheidungen, die die mediale Chancenstruktur erschließen und den Dritten Sektor auch als gemeinnützigen Gestalter des digitalen Raums positionieren.

### Online und Rubriken

Der Themenschwerpunkt wird auch im Literaturteil wieder aufgegriffen. *Katrin Winkler* sichtet aktuelle Neuerscheinungen zum Verhältnis von Social Media und Demokratie. Im Online-Bereich des Forschungsjournals (FJSB Plus) erscheinen als Supplement des Themenheftes *Roland Benediktors* Beitrag „Die Zukunft der Einbildung. Information, Informationssicherheit und globale Entwicklung“, eine Analyse der Konfliktlinien der türkischen Gesellschaft von *Gregor Betz* („Der Geist vom Gezi-Park“) sowie ein Bericht von *Heike Walk* zu der Auftaktkonferenz des Instituts für Protest- und Bewegungsforschung am 19./20. Juni 2013 in Berlin.

In der Aktuellen Analyse analysieren *Leo Jansen* und *Christina Herrmann* politische Entwicklungen der katholischen Kirche und ihre Folgen für die Gesellschaft. Im Pulsschlag finden sich u.a. die kritische Diskussion über die „Tafel-Bewegung“ (*Stefan Selke*), die Diskussion in Jena zwei Jahre nach NSU (*Peter Bescherer*) und ein

Beitrag von *Karim Fathi* und *Roland Benedikter* zum Konzept der Resilienz und dessen Bedeutung für soziale Zukunftssicherung in Krisenzeiten. Ein besonderer Dank gilt Mareike Jung (Berlin), Miriam Küller (Berlin), Aleksandra Lewicki (Bristol) und Sybille Münch (Darmstadt) für die Übersetzung von Beiträgen.

Gastherausgeber: *Christoph J. Rupprecht* (Düsseldorf), *Sophie Scholz* (Berlin)

Für die Redaktion: *Ansgar Klein* (Berlin), *Katrin Kwiatkowski* (Berlin), *Albrecht Lüter* (Berlin)

**Wechsel im Beirat des Forschungsjournals**  
Mitzuteilen ist ein aktueller Wechsel im Beirat des Forschungsjournals: Dr. Karin Benz-Overhage scheidet aus dem Beirat aus. Sie hat dort die Erfahrungen der Gewerkschaften, insbesondere der IG Metall, vertreten. Herausgeber und Redaktion danken ihr für die langjährige Tätigkeit im Beirat!

In Nachfolge von Dr. Karin Benz-Overhage ist Detlef Wetzel neu in den Beirat eingetreten. Der gebürtige Siegener war zunächst als Werkzeugmacher tätig und sammelte bereits ab 1969 erste Erfahrungen als Jugendvertreter, Vertrauensmann und in der gewerkschaftlichen Bildungsarbeit. Nach einem Studium der Sozialarbeit wurde er Gewerkschaftssekretär der IG Metall in Siegen, 1987 2. Bevollmächtigter und 1997 1. Bevollmächtigter. 2004 wurde Detlef Wetzel Bezirksleiter des IG Metall-Bezirks Nordrhein-Westfalen. Detlef Wetzel ist derzeit 2. Vorsitzender der IG Metall. Zu seinen Aufgabenbereichen im Vorstand zählen u.a. Organisation und Personal, Mitglieder und Kampagnen, Betriebs- und Mitbestimmungspolitik sowie die Reorganisation der IG Metall („Projekt 2009“). Herausgeber und Redaktion freuen sich über den Neuzugang im Beirat und die künftige Zusammenarbeit!

PD Dr. *Ansgar Klein*/Hans-Josef *Legrand*/  
Prof. Dr. *Thomas Leif*/Jan *Rohwerder*

## Kirche – Quo vadis?

### Politische Entwicklungen in der katholischen Kirche und ihre gesellschaftliche Relevanz: 10 Thesen

Leo Jansen/Christina Herrmann

#### 1 | Vorschau

Die Katholische Kirche macht Schlagzeilen: „Wir sind Papst!“<sup>1</sup>, so titelt die Bild-Zeitung im April 2005 nach der Wahl des deutschen Kardinals Joseph Ratzinger zum Oberhaupt der katholischen Kirche. Und nun, acht Jahre später, der überraschende Rücktritt Benedikts XVI., des Deutschen auf dem Stuhl Petri. Erstmals nach 700 Jahren tritt ein Stellvertreter Christi von seinem Amt zurück und geht in den Ruhestand. Manche Kommentatoren meinen dazu, dass dies die innovativste und wichtigste Tat in der Amtszeit von Benedikt XVI. gewesen sei. Wenige Wochen später dann die Wahl des argentinischen Kardinals Jorge Mario Bergoglio SJ aus Buenos Aires zum Papst Franziskus I. Erstmals wird ein Papst aus der südlichen Hemisphäre der Entwicklungsländer zum Bischof von Rom und Gesamtleiter der katholischen Weltkirche gewählt.

Nach zunehmend kommunizierten Enttäuschungen in der deutschen Öffentlichkeit über Joseph Ratzinger als Papst in den letzten Jahren richten sich die Hoffnungen auf kirchliche Reformen nun auf den neuen Papst. Wohin wird er die Kirche führen? Welche Bedeutung hat das für die katholische Kirche in Deutschland und in Europa, dass ein Mann aus dem fernen Südamerika in Rom die Regie übernehmen wird? Ist der mediale wie auch innerkirchlich hoch konzentrierte Blick nach Rom, auf das Amt des Papstes und auf den neuen „besten Mann Gottes“<sup>2</sup> überhaupt angemessen und hinreichend, um die politischen Entwicklungen in der katholischen Kirche in Deutschland zu analysieren und zu bewerten?

Auch vor den aktuellen Papst-Ereignissen stand die katholische Kirche oft im Rampenlicht der Öffentlichkeit. Die fortwährende Thematisierung von Kindesmissbrauch, die Meldungen zur Verweigerung der ‚Pille danach‘ in einem katholischen Krankenhaus nach einer Vergewaltigung oder zu Beschränkungen von Arbeitnehmerrechten in der Kirche, die öffentliche Debatte über die Benachteiligung von Frauen in den kirchlichen Strukturen etc. – es sind vor allem viele Negativ-Schlagzeilen, die das öffentliche Bild prägen und prägen.

Die Krise der katholischen Kirche, ihre inneren Probleme und Spannungen, ihr Bedeutungsverlust in der bundesrepublikanischen Gesellschaft in den letzten 20 Jahren sind auch der Hintergrund eines Praxis-Theorie-Dialogs unter der Überschrift „Zerrissene Zusammenhänge zwischen Religion und Politik“<sup>3</sup>. Dabei werden folgende Fragen verfolgt: Welche Funktion hat Religion für die Gesellschaft? Kann es eine Zivilgesellschaft ohne Kirche geben? Was braucht Gesellschaft von Kirche?

In Fachgesprächen und verschiedenen Workshops werden Akteure aus unterschiedlichen kirchlichen Handlungsfeldern und Institutionen in einen Dialog eingeladen, der in Kooperation mit dem Exzellenzcluster „Religion und Politik“ der WWU Münster wissenschaftlich begleitet wird. In diesem Arbeitsprozess sind die beiden kirchlichen Handlungsfelder „Diakonie“ und „Liturgie“ Gegenstand der Reflexion. Diese beiden kirchlichen Felder genießen in der Gesellschaft die größte Wahrnehmung. Ihre innerkirchliche Relevanz ist allerdings sehr verschieden und sie repräsentieren zu erheblichen Teilen auch verschiedene theo-

logische und politische Strömungen in der Kirche. Während die Diakonie als soziale, caritative oder sozialpolitische Praxis eher als äußere, weltliche Erscheinung des Glaubens eingeordnet wird, markiert die Liturgie nach vorherrschender Auffassung den Kern bzw. das eigentliche Zentrum des katholischen Lebens und Glaubens. Ihr wird innerkirchlich höchste Aufmerksamkeit gewidmet, gerade weil sich die zunehmenden Richtungskämpfe zwischen modernen, reformorientierten, konservativen, traditionellen bis hin zu reaktionären Gruppen in diesem Feld konzentrieren.

Was für eine Funktion hat Kirche in öffentlich liturgischen Inszenierungen und in sozialer Praxis? Wie politisch sind Liturgie und Diakonie und haben sie ein Potential zur Entwicklung demokratischer Gesellschaft? Zugepunkt beschäftigt die Initiatoren dieses Dialogprozesses die Frage nach dem Nutzen, nach den Chancen aber auch nach den Gefahren

für unsere demokratisch-soziale Entwicklung, die von den inneren Prozessen, Kontroversen und dem öffentlichen Bild der Kirche ausgehen. Sind die innerkirchlichen Entwicklungen auch ein Spiegel gesellschaftlicher Trends? Welche Beziehungen hat Kirche zur Gesellschaft heute? Welche produktiv-kreativen Kräfte lassen sich hier ausmachen? Immerhin waren die katholische Sozialbewegung im 20. Jahrhundert und die kirchlichen Reformen in den 1960er und 1970er Jahren nicht unerheblich für soziale und demokratische Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland. Umgekehrt wirkten politisch konservative oder gar antidemokratische Strömungen in der Kirche des 20. Jahrhunderts. Vor dem Hintergrund dieser leitenden Fragen werden die bisher entwickelten Thesen des Dialogprozesses vorgestellt, die in weiteren Schritten überprüft und zur innerkirchlichen, öffentlichen wie wissenschaftlichen Debatte ausgearbeitet werden sollen.



## 2 | Zwischen Staat, Zivilgesellschaft und Markt

Die beiden großen christlichen Konfessionen, die katholische und protestantische Kirche, sind in das institutionelle Gefüge der Bundesrepublik Deutschland fest integriert. Trotz grundsätzlicher Trennung von Staat und Kirche nach dem Grundgesetz wird das Verhältnis zwischen Staat und Kirche als ein partnerschaftliches beschrieben.<sup>4</sup> Die Verfassung gewährt den Religionsgemeinschaften, ihre Angelegenheiten eigenständig zu regeln. Die Religionsausübung wird auch als ein öffentlich relevantes Handeln der Bürger/innen verstanden, das auf das Gemeinwohl ausgerichtet ist. Damit verbunden gewährt der Staat bei grundsätzlicher Neutralität gegenüber den Religionsgemeinschaften den Kirchen den Status öffentlich-rechtlicher Körperschaften. Insbesondere die beiden großen christlichen Konfessionen haben, historisch gewachsen und begründet, eine Vielzahl von Aufgaben, die in enger Kooperation bzw. Abstimmung mit staatlichen Zuständigkeiten wahrgenommen werden. Das betrifft insbesondere den Bereich sozialer Dienste. Für die katholische Kirche regeln sogenannte Konkordate, also staatskirchenrechtliche Verträge zwischen den zuständigen staatlichen Stellen und dem Vatikan, im Einzelnen die wechselseitigen Rechte und Pflichten.

Insofern haben die christlichen Kirchen hinsichtlich der Geschichte und der Entwicklung der Zivilgesellschaft mit ihrer praktischen Staatsnähe eine besondere Rolle. Als öffentlich-rechtliche Institutionen scheinen sie in vielen Handlungsvollzügen einerseits wie staatliche Stellen zu agieren, andererseits sind viele kirchliche Akteure Teil der sich zunehmend pluralisierenden Zivilgesellschaft. Der politische und soziale Katholizismus war an den verschiedenen Entwicklungsdynamiken der deutschen Zivilgesellschaft im 20. Jahrhundert nicht unwesentlich beteiligt. Seit 20 Jahren erodiert allerdings die zivilgesellschaftliche Relevanz der katholischen Kirche verstärkt<sup>5</sup>, was in den folgenden Thesen näher zu verdeutlichen ist. Der

Rückgang der Zahl der Kirchenmitglieder und die schwindende Kirchenbindung der nachwachsenden Generationen sowie die vielfach untersuchte und diskutierte Auflösung der konfessionellen Milieus sind Hintergrund, aber nicht alleinige Ursache für die sinkende zivilgesellschaftliche Funktion der Kirche. Neben der starken staatlichen Orientierung kirchlichen Handelns hat sich in den letzten zwei bis drei Dekaden eine neue Marktorientierung in der Kirche entwickelt. Im Zuge der wachsenden marktwirtschaftlichen Ausrichtung insbesondere von sozialen Diensten, aber auch der medialen Öffentlichkeit, ist in der katholischen Kirche der Markt zu einer veränderten Referenzebene geworden. Man sieht sich nun selbst auf ‚Märkten‘ und sucht im Kontext des eigenen Bedeutungsschwundes und hinsichtlich der Verknappung von Ressourcen nach eigenen Marktstrategien. Die Zivilgesellschaft scheint somit langfristig nicht mehr auf die Kirche als Impulsgeber bzw. Partner setzen zu können und umgekehrt braucht vielleicht die sich säkularer differenzierende Zivilgesellschaft auch die Kirche nicht mehr. Mit wachsendem Bezug auf den Markt und geringerer Mobilisierungsfähigkeit von Mitgliedern bzw. potentiellen Anhängern manövrieren Kirchenleitungen mit ihren immensen Bemühungen des organisatorischen Selbsterhalts in der Fläche die Kirche(n) ins Abseits, während neue gesellschaftliche Kräfte jenseits der Kirchen sozial initiativ werden.

## 3 | Verzweckte Diakonie

Die zentralen christlichen Gebote der Nächstenliebe und der Suche nach Gerechtigkeit finden in den Kirchen ihren praktischen Ausdruck in der Diakonie. Gemeint sind damit alle Dienste an den Menschen im kirchlichen Rahmen bzw. diejenigen, die aus christlicher Motivation organisiert werden. Insbesondere die großen konfessionellen Wohlfahrtsverbände, die evangelische Diakonie und die katholische Caritas, stellen mit ihren vielfältigen sozialen Diensten nicht nur innerkirchlich,

sondern auch bezogen auf das gesamte Spektrum des subsidiär organisierten deutschen Sozialstaates eine unübersehbare und prägende Größe dar. Hinzu kommen aber noch weitere Verbände, Dienste, Initiativen und Angebote auf lokaler und überregionaler Ebene, die das breite und differenzierte Feld diakonischer Praxis ergänzen und in alle Lebensbereiche hinein reichen. Ein Großteil der diakonischen Dienste ist fester Bestandteil sozialstaatlicher Politik mit ihrem weit gefächerten Instrumentarium geworden. Die Gründungszeiten sozialer Dienste im 19. und 20. Jahrhundert, an denen die kirchlichen Akteure maßgeblich beteiligt waren, haben sich längst gewandelt hin zum etablierten Sozialstaat, der mit einer Fülle von Vorgaben, Regelungen und Finanzierungssystemen viele kirchliche Dienste sozialbürokratisch „verstaatlicht“ hat. Somit unterscheiden sich katholische Krankenhäuser, Altenheime, Kindertagesstätten, Beratungsdienste etc. kaum bis gar nicht von anderen Trägern. Sie sind spezialisiert, professionalisiert und auf gleichen gesetzlichen Grundlagen größtenteils refinanziert sowie vielfach nach gleichen Standards zertifiziert.

Seit vielen Jahren unterliegen diese Dienste – seien sie nun von staatlichen Stellen direkt oder von freien Trägern der Wohlfahrtspflege oder vergleichbaren ‚Gemeinnützigen‘ organisiert – zunehmend einem erheblichen Finanzierungsdruck. Damit ist die Diakonie stark abhängig geworden von sozialstaatlichen Politik- und Philosophiewechseln. Neokonservative und neoliberale Sozialstaatsvorstellungen haben in den letzten zwei bis drei Dekaden ihre Spuren hinterlassen und betriebswirtschaftliche Kategorien sind stark bestimmend geworden.

Damit verbunden haben sich neue soziale Hierarchien zwischen den verschiedenen sozialen Diensten herausgebildet: So stehen zum Beispiel Dienste für Obdachlose oder Langzeitarbeitslose eher auf der unteren Stufe der Anerkennung und Ausstattung, während Gesundheitsdienste noch recht gut platziert sind. Quer dazu hat sich eine Binnendifferenzierung

und -segmentierung in einzelnen Bereichen entwickelt, in denen zunehmend an den Rand gedrängte Personengruppen mit multiplen Benachteiligungen oft nicht partizipieren können, so z.B. Kinder von allein erziehenden langzeitarbeitslosen Frauen mit Migrationshintergrund aus problematischen Wohnquartieren. Die sozialen Dienste stehen unter dem Druck einer wachsenden „Vermarktlichung“, die sich im Wettbewerb mit anderen – gewinnorientierten Trägern – um ihre „Kunden“ und um die sozialstaatlichen Budgets in neuartigen Ausschreibungsverfahren bemühen müssen.

Unter diesen Bedingungen ein eigenständiges christliches Profil, eine katholische Identität zu buchstabieren und zu pflegen wird immer mehr zu einer schwierigen Herausforderung für die Diakonie und führt zu einer weiteren Konfliktlinie – nämlich der mit der eigenen Kirche. Nicht wenige Kirchenführer wie auch der zurückgetretene deutsche Papst monieren die Verweltlichung der diakonischen Dienste. Bischöfe und Kirchenfunktionäre fragen, wo denn bei diesen Diensten das eigentlich Katholische bleibt. Auf diese Weise sind die sozialen Dienste der Kirche mehr und mehr in einem Spannungsdreieck von „Verstaatlichung“ und „Vermarktlichung“ und „Verkirchlichung“ eingezwängt: Es wächst und droht die Gefahr einer „verzweckten Diakonie“ (Vgl. Gabriel 2013).

Kritische Akteure im sozialen Feld werden innerkirchlich marginalisiert. Sich gegen negative sozialbürokratische und sozialpolitisch regressive Trends zu stemmen, gefährdet schon vielerorts die eigenen beruflichen oder institutionellen Positionen im alltäglichen Wettlauf um materielle, zeitliche und imagebildende Ressourcen. Wenn dann auch noch der innerkirchliche Wind den „Sozial-Katholiken“ entgegen weht, bleiben politischer Widerstand und Ursachenzusammenhänge befragende Interventionen in einer sich zunehmend sozial spaltenden Gesellschaft aus. Nachwachsende resiliente ethisch-christliche Netzwerke mit kreativen, zivilgesellschaftlichen Alternativstrategien sind kaum in Sicht.

#### 4 | Inszenierte und privatisierte Liturgie

„Liturgie bezeichnet christliche Rituale zur Verehrung Gottes und zur Erlösung und Rettung des Menschen. Die Liturgie umfasst das gesamte gottesdienstliche Geschehen: Gebet, Lesung und Verkündigung, Gesang, Gestik, Bewegung und Gewänder, liturgische Geräte, Symbole und Symbolhandlungen, die Spendung von Sakramenten und Sakramentalien.“<sup>6</sup> Liturgie ist die Versammlung der Gemeinde, der Menschen, die an Christus und das Reich Gottes glauben. Die Betrachtung der liturgischen Praxis zeigt, dass sowohl eine große Vielfalt von Liturgien gepflegt wird als auch an der kirchlichen Basis ein offenes und weites Liturgieverständnis anzutreffen ist. Zugleich gibt es viele Fragen und Unsicherheit: Die Besucherzahlen der Gottesdienste der Gemeinden sind seit Jahren rückläufig und die Altersgruppe der Teilnehmenden liegt eher bei 65 plus. Vor diesem Hintergrund gibt es vielfältige Bemühungen der Bischöfe, Liturgie jenseits der Pfarrgemeinden in andere spezielle soziale Kontexte und Räume sowie auch in den öffentlichen Raum zu tragen oder eigenständig in Gruppen zu organisieren: Schulgottesdienste, Krankenhauskapellen, Rituale der Notfallseelsorger/innen im Ausnahmezustand oder Fernsehgottesdienste, die Liturgie bei der Einweihung des Berliner Hauptbahnhofs, die Trauerfeier nach dem Amoklauf in Erfurt oder ein feministischer Gottesdienst im katholischen Verband, eine spirituelle Begegnungswoche von Langzeitarbeitslosen oder das Meditationsangebot im Thermalbad.

Dieser Streifzug durch die liturgischen Welten zeugt von der Hände ringenden Suche nach Kontakt, Kommunikations- und Ausdrucksfähigkeit der kirchlichen Tradition und Botenschaft. Daher sind niedrigschwellige Liturgieangebote und bewusste Inszenierungen in fremder Welt verbreitet, neben den eher offiziellen heiligen Feiern in den Pfarrgemeinden oder im Fernseh- und Rundfunkgottesdienst. Parallel zu den oder verknüpft mit modernen Formen von spirituellen-rituellen Suchbewegungen existie-

ren sie in einer individualisierten und pluralisierten Massengesellschaft. Weitgehend spiegelt diese Praxis eine individualisierte bürgerliche Religion, die privaten Bedürfniskategorien nach Sinn und Glück folgt. Abgesehen von staatstragenden liturgischen Feiern und den öffentlichen Trauerakten angesichts von katastrophalen Ereignissen kommen politische Öffentlichkeit und Herausforderungen mit liturgischer Praxis kaum (mehr) in Verbindung. Die Zeiten der von Christen angetriebenen Friedensbewegung („Schwerter zu Pflugscharen“), der Arbeitskämpfe mit aufrüttelnden Gottesdiensten, Kreuzwegen und Predigten oder politisch-widerständischen Nachtgebeten scheinen der Vergangenheit anzugehören und von einer neuen harmlosen Eventkultur à la „Nacht der offenen Kirchen“ etc. schon abgelöst zu sein. Ist das der „öffentliche Dienst“ (= etymologische Bedeutung von Liturgie), den die Zivilgesellschaft von der Kirche heute braucht?

#### 5 | Wachsende Kluft zwischen Praxis des organisierten Kirchenvolks und Kirchenführung

Die soziale und liturgische Praxis der kirchlichen Akteure ist analog der gesellschaftlichen Differenzierung vielfältig und ausdifferenziert, aber zugleich auch wenig überraschend. Sie ist eher „normal“ und spiegelt jeweils gesellschaftliche Trends bzw. ist gekennzeichnet vom Ringen um eine eigene Identität, die zugleich nach ihrer kommunikativen Anschlussfähigkeit in der Gesellschaft sucht. Natürlich finden sich Pfarrgemeinden bei Facebook wieder und auch twitternde Kardinäle vor dem Konklave sind inzwischen nichts Außergewöhnliches mehr. In den Klöstern der Benediktiner z.B. begegnen sich Manager/innen und Brüder. Während die einen nach Besinnung und Sinn in ihren Alltags der neoliberalen Unternehmen suchen, bieten die anderen das Gesuchte, indem sie alte Klosterregeln neu in Szene setzen, eine moderne Dienstleistung fernab vom Geschmack der Missionierung,

denn die Menschen kommen freiwillig und die Kurse sind überbucht. Das Gerücht und Gerede von den zweckfreien Angeboten hört man allenthalben unter den kirchlichen Praktikern. Vielleicht ist es auch nur ihr verzweifelter Versuch, den Anschluss an die gesellschaftliche Öffentlichkeit nicht zu verlieren, koste es an Glaubwürdigkeit, was es wolle. Nichts weniger als christliche Identität steht hier auf dem Spiel.

Weniger spektakulär und medienwirksam hingegen ist jene kirchliche Praxis an den Rändern der Gesellschaft, die Arbeit in den Arbeitslosenzentren, den JVA's, den Bordellen etc. Exklusion drinnen wie draußen ist ihr Thema: drinnen, weil diese Praktiker/innen nicht selten von Stellenabbau und Rationalisierungen bedroht sind; draußen, weil sie mit denen arbeiten, die man genauso wenig sehen möchte, wie sie selbst in ihren eigenen kirchlichen Reihen.

Die Zwänge und verbreitete Ra(s)tlosigkeit dieser christlichen Praxis zwischen Markt, Staat und Zivilgesellschaft werden von den Kirchenführungen gar nicht oder unzureichend wahrgenommen. Während einerseits die innerkirchlichen Suchbewegungen unter den herrschenden Vorgaben kirchlichen Lehramtes intern nicht offen kommuniziert werden können, verschließen die leitenden Kleriker oft „bewusst“ die Augen vor dem, was an der eigenen Basis beunruhigt, aber auch wie die Kirche in der Gesellschaft gesehen wird.

Und so entsteht ein Graben, der allmählich schismatische Züge annehmen könnte. Die Definitionshoheit für das Eigentliche der Kirche liegt in den Händen des kirchlichen Lehramtes. Wenn aber diese Definition der zuvor beschriebenen Praxis keine strategischen und kreativen Entwicklungsschübe mehr zu geben vermag, ihr neben dem Eigentlichen auch noch das Eigenständige nimmt, wird sich diese Praxis als nicht mehr kirchlich definieren oder frustriert enden. Beides wird die zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit als Fortfall kirchlicher (uneigennütziger) Leistungen im Eigentlichen auf Dau-

er nicht goutieren, sprich: dann auch nicht mehr finanzieren.

## 6 | Schiefes öffentliches Kirchenbild und schizophrene Öffentlichkeit

Befragungen kirchlicher Mitarbeiter/innen, insbesondere katholischer, zu den jüngst aufgedeckten Missbrauchsskandalen vornehmlich in der katholischen Kirche weisen bereits auf Anzeichen von Spaltungen hin. Sie fühlen sich um ihr Image betrogen, um ihre guten Leistungen im Sinne der Frohen Botschaft, und wissen um die Unsichtbarkeit ihrer Praxis. Wut und Protest, Angst und Enttäuschung bestimmen zusehends ihren Alltag in der Kirche. So sie als kirchliche Mitarbeiter/innen identifizierbar sind, werden sie peinlichen Befragungen ausgesetzt, beschimpft oder für verrückt erklärt, noch in dieser Institution zu arbeiten. Dass diese Mitarbeiter/innen mit ihrer Praxis auch eine Anfrage an die Öffentlichkeit und die Demokratiefähigkeit der Gesellschaft sind, entgeht der Öffentlichkeit ganz bewusst. Mit gezielter Häme wird das von der Kirche für sich beanspruchte moralische Wächteramt öffentlich an den Pranger gestellt, gerade so, als würde die demokratische Gesellschaft im Jahr 2013 noch immer unter den inquisitorischen Auswirkungen des ausgehenden 16. Jahrhunderts leiden. Eben dies ist schizophren zu nennen.

Es geht der medialen Öffentlichkeit oft gar nicht um die Opfer und ihre Traumatisierungen, um die Täter und deren Taten, sondern um eine Kritik am verlorenen Eigentlichen der Kirche und ihre Autorität, dieses Eigentliche definieren zu können: Was ist sittlich korrekt und was nicht? Wer gehört dazu und wer nicht? Wie regressiv im psychoanalytischen Sinn verhält sich gesellschaftliche Öffentlichkeit hier eigentlich? Man könnte das Verhalten auch päpstlicher als der Papst nennen. Doch was ist damit gewonnen bei gleichzeitiger Angewiesenheit der Gesellschaft auf die Kirche, die in den dreckigen gesellschaftlichen Randzonen einer demokratischen Gesellschaft arbeitet?

## 7 | Kein Ausweg aus der Wagenburg?

Das öffentliche Bild der Kirche, die inneren Kontroversen und die Abstimmung mit den Füßen nicht nur bei den nachwachsenden Generationen führen auf der kirchlichen Leitungs- und Funktionärschicht mehr und mehr zu einer Wagenburgmentalität. Es hat sich eine Spirale der Verteidigung und Abgrenzung der Kirche gegenüber einer mehr und mehr als feindlich und sündig wahrgenommenen Welt in Gang gesetzt. Die eigene Tradition, die konfessionelle Identität zu wahren und die kirchliche Organisation durch Vorgaben von oben in schwierigen Zeiten zu sichern, stehen mehr im Vordergrund als Ökumene, Inkulturation, offene Begegnungen und Dialog. Rückwärtsgewandte Traditionalisten werden in dieser Situation von oberster Stelle in Rom begünstigt und bekommen starken Einfluss, der bis jetzt nicht ihrer quantitativen Bedeutung in der Mitgliedschaft der deutschen Kirche entspricht. So droht in dieser Lage die Falle des Rückzugs hinter die Kirchenmauern und die Abwanderung derer, die „ihre“ Kirche in einer dynamisch offenen, Beteiligung fordernden Bürgergesellschaft nicht mehr als Ort ihrer Beteiligung erfahren.

## 8 | Unerhörte Rufe nach ethischen Impulsen und Interventionen

Die gesellschaftliche Entwicklung mit sich vertiefender sozialer Spaltung, einem bislang politisch nicht zu bändigenden Finanzkapitalismus, sich verstärkenden nationalistischen Strömungen, wachsenden Spannungen in der Europäischen Union und internationale Unsicherheit ruft nach Orientierung und moralischen wie politischen Ressourcen, die solidarische Alternativen in Bewegung bringen können. Kirche fällt hier mehr aus als besonders auf durch kreative und öffentlich machtvolle Interventionen.

Der Mitgliederrückgang, die Überalterung und insbesondere der schon missglückte Anschluss an die jüngere Frauengenerationen,

sukzessiv weniger Geld sowie keine hinreichende Vernetzung besonders der „Sozialkatholiken“ untereinander in der Zivilgesellschaft schwächen und verhindern die Entwicklung von Alternativen. Es fehlt eine wirklich offene strategische Debatte, nicht nur auf der Führungsebene und überregional. Sie wächst auch bislang regional von unten nicht heran.

## 9 | Konfliktunfähig – demokratieunfähig

Zu viele Konflikte wurden in den letzten fünf- und zwanzig Jahren in der katholischen Kirche nicht offen ausgetragen. An die Debattenkultur des II. Vatikanischen Konzils in der Weltkirche in den 1960er Jahren oder an die mehrjährige Würzburger deutsche Synode in den 1970er Jahren konnte bislang nicht mehr angeknüpft werden. Die Selbstverpflichtung der großen Synode der deutschen Bistümer 1975 in Würzburg, alle 10 Jahre eine solche Versammlung zur Fortentwicklung der kirchlichen Reform und der gesellschaftlichen Verantwortung der katholischen Kirche einzuberufen, wurde nicht eingehalten. Viele Menschen an der kirchlichen Basis wurden so enttäuscht. Die aufgetauten inneren Spannungen, die verschiedenen Auffassungen und Richtungen in der katholischen Kirche haben keine entsprechende organisatorische Kompetenz der Konfliktregulation zur Verfügung. Der wieder verstärkte Klerikalismus fördert dies systemisch nicht. Und die große Frage, ob eine nach innen konfliktunfähige Kirche, auf ihre Weise für sich und für die Welt, der sie ja nach Selbstanspruch eine Frohe Botschaft schuldet, demokratiefähig werden kann, steht im Raum – und wird von der Kirchenleitung tabuisiert.

## 10 | Franziskus I. – Hoffnung aus Rom?

Und nun – die große Überraschung in Rom. Ein Papst, der erstmals namentlich an den Begründer einer der schärfsten kirchenkritischen Bewegungen der zweitausendjährigen Tradition anknüpft, weckt vermutlich Hoffnungen im Kirchenvolk und der breiteren Öffentlichkeit.

keit, auch in Deutschland. Will man aber von der damaligen franziskanischen Bewegung lernen, dann kann ein neuer Aufbruch nicht vom Zentrum und von der Führung erwartet werden. Eine breite, mutige und zähe zivilgesellschaftliche Bewegung wird gebraucht, die dann auch in die Strukturen hinein und auf die Leitungsebenen hin wirken kann. Franziskus I., der nun die weltweite Armutsfrage offenbar betonen will, kann diese im 21. Jahrhundert aber nicht trennen von der Frage und dem Verlangen der Menschen nach demokratischer Teilhabe, individuellen Freiheitsrechten und Respekt vor ihren Lebensentwürfen – unabhängig von Nationalität, Rasse, Geschlecht, Vermögen...

Eine Chance hat der neue Papst – abgesehen von seinen eigenen theologischen, moralischen und kirchenpolitischen Grundsätzen: Er könnte ein neues Reformkonzil einberufen und dies nicht nur unter Beteiligung von Bischöfen und Klerikern, sondern mit starkem Gewicht vieler Laien, delegiert aus den Ortskirchen der Welt. Das würde nicht nur der Kirche einen Dienst erweisen, vielleicht noch mehr den vielen Menschen auf dieser Welt, die keine Stimme haben. Der heilige Franziskus war nicht mal Priester, als er seine Umkehr mit Weggefährt/innen im 13. Jahrhundert begann. Er musste ohne einen solchen Papst auskommen. Franziskus I. könnte eine Tür öffnen und vielen Menschen einen Weg bereiten. Einen Versuch wäre es wert!

*Leo Jansen* ist Geschäftsführer des Nell-Breuning-Hauses in Herzogenrath. Kontakt: leo.jansen@nbh.de.

*Dr. Christina Herrmann* ist dort Fachbereichsleiterin Projekte und Supervisorin in eigener Praxis. Kontakt: christina.herrmann@nbh.de.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Bild-Zeitung vom 20.04.2005, 1.
- <sup>2</sup> Der Spiegel, 2013, Heft 12, 1.
- <sup>3</sup> Ein Projekt des Nell-Breuning-Hauses in Herzogenrath aus dem Jahr 2012/13 in Kooperation mit dem Bistum Aachen und dem kfd-Bundesverband.
- <sup>4</sup> Vgl. [www.dbk.de/katholische-kirche/deutschland/aufbau-ktah-kirche/kirche-staat/](http://www.dbk.de/katholische-kirche/deutschland/aufbau-ktah-kirche/kirche-staat/) [14.04.2013].
- <sup>5</sup> Das trifft für die evangelische Kirche gleichermaßen zu, worauf aber in den hier entwickelten Thesen nicht gesondert eingegangen werden kann.
- <sup>6</sup> [www.bistummainz.de/bistum/bistum/ordinariat/dezernate/dezernate\\_5/dez5a1/a1b1r2\\_liturgie/spuer\\_den\\_himmel.html](http://www.bistummainz.de/bistum/bistum/ordinariat/dezernate/dezernate_5/dez5a1/a1b1r2_liturgie/spuer_den_himmel.html) [14.04.2013].

## Literatur

*Gabriel, Karl* i.E.: Kirche – Caritas – säkulare Gesellschaft: Eine Verhältnisbestimmung. In: Kirschner, M./Schmiedl, J. (Hg.): Diakonia – Der Dienst der Kirche in der Welt (Katholische Kirche im Dialog 1). Freiburg, Basel, Wien (voraussichtlich Juni 2013).

## Social Media – eine Substitution von Qualitätsjournalismus?

Volker Lilienthal

### 1 | Das Twitter-Ereignis #Sexismus – medieninduziert?

Ende Januar 2013 hatte die Feministin Anne Wizorek genug. Auf dem Kurznachrichtendienst Twitter setzte sie einen sogenannten Hashtag auf, ein Schlagwort mit Rautezeichen, das bei ihr #Aufschrei hieß. Es ging darin um alltäglichen Sexismus in Deutschland, wie ihn Frauen erleben.

Binnen weniger Tage schalteten sich 15.000 Menschen in die Debatte ein. Plötzlich war das Thema „Sexismus“ auf der Tagesordnung. Wizorek wurde zu einer Art Star, eingeladen in viele Talkshows. Die eloquente junge Frau war zum Kristallisationspunkt eines latenten Unbehagens geworden. Aber bei aller Personalisierung, die die Medien in einem ihrer typischen Reflexe vornahmen, war es eben mehr als ein individueller Aufschrei. In der Folge artikuliert sich der Protest vieler, was im Diskurs über Webkultur auch „wisdom of the crowd“ (Weisheit der Vielen, Surowiecki 2004/dt. 2007) genannt wird.

Einer Datenanalyse der Programmiererin Lena Schimmel zufolge handelte es sich um eines der größten Diskussionsereignisse auf der deutschsprachigen Twitter-Plattform bisher überhaupt. 15.000 Diskutanten in wenigen Tagen, Wortmeldungen, die neue auslösen, Bezugnahmen, Dialogketten (laut Schimmel 49.000 Tweets [Initialbeiträge, von engl. „Zwitschern“) und mindestens 30.000 Retweets [bezugnehmende Antworten und Weiterleitungen]).<sup>1</sup>

Die Quantität, aber auch Qualität dieser Debatte bewies schlagend die Macht von Social Media. Sie zeigte auch, dass diejenigen, die die digitalen Plattformen für ihre Meinungsäußerungen nutzen, nicht nur an Politik inter-

essiert sind, sondern dass es mindestens ebenso sehr um private Lebensverhältnisse geht, um Zivilisierung, Lebensart und Geschlechterverhältnisse.

Die Reaktion der klassischen Medien auf #Aufschrei war ein Reflex der Selbstbestätigung. Die Nachrichtenagentur dpa meldete: „Die Debatte wurde durch die Beschwerde einer Journalistin über angebliche sexistische Äußerungen des FDP-Spitzenkandidaten Rainer Brüderle ausgelöst.“ Zeitungen druckten dies vielfach nach, ebenso findet sich die Behauptung in Online-Medien.<sup>2</sup> Allein, es stimmt nicht. Zwar hatte das (gedruckte) Magazin „stern“ in seiner Ausgabe Nr. 5/2013 unter der Überschrift „Der Herrenwitz“ ein Porträt des FDP-Politikers Rainer Brüderle gedruckt, in dem auch dessen Umgang mit Frauen aufgespießt wurde – erschienen am 24. Januar.<sup>3</sup> In der Nacht auf Freitag, den 25. Januar setzte Wizorek ihren Hashtag auf und löste die Debatte aus.

Flüchtige Beobachter haben daraus eine Kausalkette abgeleitet. Tatsächlich handelte es sich um eine Koinzidenz. Denn nach dem Selbstzeugnis von Wizorek wurde sie an jenem Januar-Tag durch andere Online-Kommentare (und nicht durch den „stern“) zu ihrem Hashtag angeregt.<sup>4</sup> Das zufällige Zusammentreffen des Initialbeitrags einer Online-Debatte auf Twitter und des teils themengleichen Brüderle-Porträts in einem immer noch weitreichenden Magazin wie dem „stern“ – 778.245 Hefte wurden von Ausgabe 5/2013 verbreitet – führte zu einem sich gegenseitig befeuernden Diskussionsklima. Plötzlich war das große Thema da, dominierte die Titelseiten und Talkshows. Es wäre Spekulation zu vermuten, die Twitter-Debatte wäre nicht so groß geworden, hätte es den „stern“-Artikel zu dem Zeitpunkt

und mit der beinhalteten personalisierenden Veranschaulichung (Brüderle als „Herrenwitz“) *nicht* gegeben. Kommunikationswissenschaftlich begründet darf man aber ein gegenseitiges Stimulationsverhältnis annehmen: Die Medien-Berichterstattung stimulierte das Twitter-Ereignis zusätzlich, hat es aber nicht ausgelöst.

- Social Media setzen heute Themen, die von publizistisch-professionellen Medien aufgegriffen werden. Social Media sind zu standardmäßig abzufragenden Recherchequellen für Journalisten geworden.
- Social Media sorgen aus eigener Kraft für Reichweite im Sinne von Wahrnehmung weithin. Die Reichweite kann aber durch professionelle Medien mit der ihnen eigenen Reichweite (Auflage, Sendernutzung) wesentlich verstärkt werden.

Im Sinne eines Erstbefunds lässt sich also festhalten: Die im Titel dieses Aufsatzes aufgeworfene Frage nach Substitution wird verneint. Eher ist ein neues Kräfteverhältnis festzustellen: Social Media und professionelle Medien verhalten sich komplementär, sowohl in der Realnutzung durch das Publikum als auch in den Effekten auf die öffentliche Meinungsbildung.

## 2 | Neue Wettbewerber in der Meinungsbildung

Die sogenannten Social Media haben in der Bundesrepublik Deutschland in den vergangenen fünf Jahren unbestreitbar eine nennenswerte Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung gewonnen. Das zeigt sich schon rein quantitativ an den exorbitanten Reichweiten jedenfalls der Marktführer unter den Social Media. Facebook hat in Deutschland inzwischen 25 Millionen Nutzer, 14 Mio. davon loggen sich täglich ein.<sup>5</sup>

Im Vergleich dazu gibt es kein einziges professionell-journalistisches Medium, das über eine ähnlich hohe Reichweite (und damit publizistischen Einfluss) verfügte (von einzelnen

Fernsehsendern mit momentanen Rekord-Einschaltquoten bei Fußball-Spielen mal abgesehen). Die wachsende Nutzung von Social Media macht sich im Mediennutzungshaushalt bemerkbar, d.h. die auf Facebook & Co. entfallende Online-Zeit macht sich bei den klassischen Medien als Nutzungsverlust bemerkbar.

Es liegt auf der Hand, dass Medienhäuser, um nicht abgehängt zu werden im global geführten Kampf um Aufmerksamkeit (Franck 1998), darauf reagieren müssen. Also wollen sie an den Reichweiten der Social Media partizipieren (Hoffmeister 2012). Sie versuchen es mit eigenen Präsenzen auf Facebook und mit Empfehlungsfunktionen („Like it“) auf ihren eigenen Websites. Beides soll dazu dienen, mehr „Traffic“ für die eigene Website zu generieren, mehr Aufmerksamkeit für journalistische Angebote, aber auch – kommerziell – mehr Reichweite für das eigene Medium mit Blick auf die Online-Werbekunden, sofern diese nicht schon von Facebook oder Google abgefischt wurden. Von der dritten – journalistischen – Handlungsoption der Medien (der Nutzung von Social-Media-Inhalten für die eigene inhaltliche Optimierung) soll weiter unten noch die Rede sein.

Wenn wir einen wachsenden Beitrag von Social Media zur Meinungsbildung annehmen, so verstehen wir diesen Prozess demokratietheoretisch als die Artikulation von (individuellen) Meinungs- und Willensäußerungen von Bürgern auf offen zugänglichen Internet-Plattformen wie Twitter, Facebook, Wikipedia und vielen anderen bis hin zum persönlichen Autoren-Blog. Drei Faktoren bezeichnen das historisch Neue dieser Artikulationsform:

- Ihre weithin wahrnehmbare Publikation kann sofort erfolgen (öffentliche Echtzeitkommunikation).
- Das artikulationsinteressierte Individuum allein entscheidet, ob, was und wie publiziert wird. Es sind keine Auswahlinstanzen (wie Parteien oder Redaktionen) mehr zwischengeschaltet (basisdemokratische Direktkommunikation).

- Jede so publizierte Meinungsäußerung ist anschluss- und dialogfähig (Vernetzung und Multiplikation).

In dem Moment, in dem andere Webdiskutanten die Meinung für relevant erachten und darauf Bezug nehmen, kann dies im Sinne des sog. Schneeballeffekts eine gesellschaftliche Debatte auslösen. Dies wird am ehesten der Fall sein, wenn der Kommentar einen virulenten gesellschaftlichen Nerv trifft. Im Ergebnis kann ein Legitimationszwang für darin (kritisch) angesprochene Personen oder Instanzen ausgelöst werden.

Dass hiervon Demokratisierungseffekte ausgehen, weil sich Bürgerwille ungefiltert artikulieren kann, liegt auf der Hand und wird in anderen Beiträgen dieses Heftes näher ausgeführt. Der klassische Prozess der demokratischen Meinungsbildung hat sich verändert. Ökonomisch gesprochen: durch den Marktzutritt neuer Wettbewerber. Nicht mehr nur die Politiker und Parteien bieten (vermeintliche) Lösungen für drängende Probleme an und die etablierten Medien verkünden das in Richtung Volk. Sondern es sind die Blogger, die sich kommentierend einmischen, die die Politiker kritisieren und den Journalisten deren früheres Deutungsmonopol streitig machen. Der Bürger, der bloggt, wird mehr und mehr zu einem „Medium und Faktor“ der öffentlichen Meinungsbildung. Andererseits gilt aber auch: Die *Public Relations* von Konzernen und Parteien können via Internet und Web 2.0 auch direkt an ihr Publikum kommen; der prüfenden und auswählenden Vermittlungsinstanz Journalismus bedarf es insofern nicht mehr, die Medien werden gewissermaßen ausgeschaltet oder umgangen. Neuberger hat hierfür den Begriff der „Disintermediation“ geprägt (Neuberger 2009: 39).

### 3 | Die Grenzen des Technikoptimismus

Die Schwäche der oben skizzierten Sichtweise liegt in einem Technikoptimismus, der in der Realität dreifach an Grenzen stößt. Die erste

Grenze ist die beschränkte Beteiligungsbereitschaft der User, die zweite liegt begründet im eher privaten, weniger politischen Interessenspektrum, das User setzen, die dritte wird durch Machtverhältnisse gezogen.

*Zu eins:* Mediennutzungsstudien zeigen, dass die User nicht gerade darauf brennen, im Netz die Arbeit von Journalisten zu übernehmen. Der ARD/ZDF-Online-Studie zufolge suchen zwar immerhin 15 Prozent der Internet-Nutzer aktiv nach Informationen zu tagesaktuellen Nachrichten aus Politik und Wirtschaft. „Im Umkehrschluss haben allerdings 85 bzw. 90 Prozent kein Interesse an solchen Angeboten. Die private Community dient demnach vornehmlich der Beziehungspflege“ (Busemann/Gscheidle 2012: 382). Das Missverhältnis wird noch deutlicher, wenn man nicht nur nach (passiver) Rezeption, sondern nach (aktiver) Produktion fragt: „Das Aktivierungspotenzial der Onliner, sich aktiv einzubringen, bleibt überschaubar. 8 Prozent sind sehr daran interessiert, eigene Beiträge zu verfassen und ins Internet zu stellen. Erweitert man das Potenzial auf jene, die ‚etwas interessiert‘ sind, erhöht sich der Anteil derjenigen, die eigene Inhalte verfassen möchten, auf ein Fünftel aller Onliner“ (Busemann/Gscheidle 2012: 386). D.h. vier Fünftel sind – nach jetzigem Stand der Entwicklung von Netzkultur – für die aktive Mitwirkung nicht zu gewinnen.

*Zu zwei:* Die Stimmenvielfalt z.B. auf Facebook dient *funktional* vorrangig dem „Identitäts- und Beziehungsmanagement“ (Schmidt 2013) der Nutzer. Auch *inhaltlich* prägen Privatismus und auch Eskapismus das Bild. *Intentional* geht es dort kaum um (politische oder soziale) Modernisierung von Lebensverhältnissen, sondern um Selbstbestätigung und Selbstvergewisserung in geschlossenen Peergroups von Freunden und Fans.

Dies deckt sich mit den Befunden von Engesser, der den „Partizipatorischen Journalismus“ im Netz untersucht hat. Demnach haben die Beiträge, die User den Netzinhalten beisteuern, einen beschränkten Relevanzrahmen (Nutzer kommentieren v.a. Themen aus ihrer unmittel-

telbaren Lebenswelt), es gibt einen Hang zum Positivismus (positive Ereignisse und Merkmale von Ereignissen werden stärker betont als im Journalismus, Negatives tendenziell vernachlässigt), und es werden Meinung und Nachricht selten getrennt. Trotz dieser kritischen Feststellung macht für Engesser die herkömmliche Definition, wonach Journalismus nur von Profis geliefert werden könne, keinen Sinn mehr. Sehr wohl lasse sich auch in individuellen Blogs und Social Media Journalismus (mit den entsprechenden Qualitätsmerkmalen) finden (Engesser 2013).

*Zu drei:* Die Machtfragen sind in der Diskussion um Social Media derzeit noch unterbelichtet. Bei aller internetbasierten Beteiligung an Meinungsbildung tauchen doch neue Ambivalenzen dort auf, wo Medien diese Meinungsbildung wieder auf ihren eigenen Plattformen zu strukturieren versuchen. Schmidt hat sie im Begriff des „Partizipationsparadox“ zusammengefasst: User können sich beteiligen, sie bestimmten mit, aber ihre Beiträge werden von den professionellen Medien auch abgeerntet, für eigene Zwecke ausgebeutet (unentgeltliche geistige Arbeit!), und der an sich selbst bestimmte Nutzerbeitrag findet sich eingeehrt in ein „Forum“ wieder (Schmidt 2012).

Die Machtfrage stellt sich auch bei reinen Social Media (ohne Medien-Einmischung). Das sog. Medium publiziert hier auf einer technischen Plattform, die andere bereitstellen – meist kostenfrei zwar, aber deshalb nicht ohne Verwertunginteresse. Facebook gibt sich neutral, behauptet, die von Nutzer eingestellten Inhalte nur durchzuleiten und nicht zu zensieren. Doch da ist zum einen der nicht offengelegte Algorithmus, der mit darüber entscheidet, welchen Weltausschnitt ein User zu sehen bekommt. Und es sind immer andere, divergierende, allenfalls in Peer-groups geteilte *Ansichten* von Realität.

Die Vizechefin von Facebook, Sheryl Sandberg, sagte jüngst in einem Interview mit dem Spiegel: „Wir selbst sehen Facebook nicht als Staat oder Land, wir haben keinen Präsidenten, kein Militär, und wir verlangen keine Steuern.

Wir bieten den Menschen eine Plattform, um sich miteinander zu verbinden und auszutauschen, mehr nicht.“<sup>6</sup> Die demonstrierte Harmlosigkeit wurde aber wenig später im Interview Lügen gestraft, als die Managerin darauf hinwies, sich in Ägypten, wo sich der Protest gegen das frühere Mubarak-Regime auch über Facebook artikuliert, praktisch auf die Seite der Opposition gestellt zu haben, einfach indem man die Server nicht abstellte.<sup>7</sup> Das mag für den Moment ein Beispiel sein, dass unserem westlichen Wert „Demokratisierung“ entspricht, beweist aber auch die Macht eines solchen Sozialen Netzwerkes, das zu anderer Zeit, unter anderen politischen Bedingungen, auch zu ganz anderen Zwecken genutzt werden könnte.

#### 4 | Bedeutungsschwund des Journalismus

In der Diskussion von Social Media wurde verschiedentlich die Auffassung vertreten, sie seien als eine Art *Alternativpresse der Laien* in der Lage, den professionellen Journalismus, wie er sich seit der frühen Neuzeit herausgebildet hatte, nunmehr überflüssig zu machen. Er verliere sein Monopol der Wirklichkeitsdeutung (ein Monopol, das er in Wahrheit nie hatte). Die Substitution sei umso eher möglich, ja wünschenswert, wie die Reichweite der Social Media die von publizistischen (Online-) Medien übersteige und der Journalismus seine klassische Kritik- und Kontrollfunktion vernachlässige. Das „Zeitgespräch der Gesellschaft“ organisiere sich dank Internet und höherem Bildungsgrad der Bevölkerung inzwischen selbst und bedürfe nicht mehr der professionellen Artikulationshelfer. Der Kommentator in der Zeitung habe ausgedient, weil es nun der schreibmächtige Bürger selbst sei, der der Politik öffentlich die Leviten lese, hieß und heißt es vielerorts.

Der Blogger Sascha Lobo hat vor vier Jahren im „Spiegel“ „Die bedrohte Elite“ ausgemacht: „Der Redakteur als Torwächter der massenmedialen Realität hat mit dem Internet

im 21. Jahrhundert Konkurrenz bekommen, eine scheinbar technologische, tatsächlich aber eine soziale. (...) Das redaktionsgetriebene Diktat der Relevanz wird ergänzt durch das Diktat der Interessantheit. Damit bedroht ein neuer Filter die Macht der Redaktionen.“ (Lobo 2009: 143).

Wie schon dargelegt, ist der partizipative Mediengebrauch, den online-affine, technikgewandte Bürger vom Internet machen können, ein medialer Zuwachs an Demokratie. Die berühmte Sentenz des Verlegers Paul Sethe, „Pressefreiheit ist die Freiheit von zweihundert reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten“ (weil sie Besitzer von Verlagen und Druckmaschinen sind), gilt heute so nicht mehr. Das Internet zusammen mit schnellen, breitbandigen Netzzugängen via DSL und Kabel machen heute potenziell jeden Multimedia-PC unter 500 Euro Anschaffungskosten zu einer Publikationsmaschine, zu einer virtuellen Rotationsmaschine, zu einem Radio- und Fernsehsender aus dem „home office“ heraus.

Das ist ein Mehr, eine Bereicherung. Aber wird deshalb professioneller Journalismus überflüssig? Über diese Frage gibt es einen Branchendiskurs, der natürlich, nicht weiter überraschend, auf eine Selbstbestätigung der journalistischen Profession hinausläuft. Eine Stimme aus diesem Diskurs ist die von Werner D’Inka, Mitherausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Er sieht die „Dienstleistung des Erklärens“ als Hauptaufgabe des Qualitätsjournalismus: „Stellen wir uns vor, nach der sogenannten digitalen Revolution gebe es keinen traditionellen Journalismus mehr. Stattdessen redet jeder mit jedem über alles, und weil das alles angeblich so authentisch ist, kann auch jeder jede Form der Kompetenz für sich und für seine Liebhabereien beanspruchen. Niemand sortiert mehr mit Sinn und Verstand und nach handwerklichen Kriterien die Themen nach ihrer Relevanz. Mir kommt das vor, als würden wir uns, statt zum Friseur zu gehen, alle gegenseitig die Haare schneiden. Das kann ja ganz sympathisch sein – aber würden wir uns auch von einem Bürgerchirurgen den

Blinddarm entfernen lassen?“ (D’Inka 2009: 22).

D’Inka sieht die Blogger also eher zuständig für „Liebhabeereien“. Trotz des leicht abschätzigen Anklangs ist daran richtig, dass Blogs (und andere Soziale Medien) in der Regel Spezialthemen gewidmet sind.<sup>8</sup> Die große Schar der „Science Blogs“ sind ein Beispiel. Das Themenspektrum reicht von Kleintierzucht über Pharmakritik bis zu Globalisierung. Der für Journalisten immer noch geltende normative Anspruch ist hingegen, dass sie einem universalen Interesse an Welt folgen, dass sie öffentliche Belange von Bedeutung für die Allgemeinheit thematisieren, dass sie möglichst das „ganze Bild“ eines Themas bieten und Äquidistanz zu allen Interessengruppen halten, sich also mit einer Sache nicht gemein machen. Diesen funktionalen Erwartungen muss der Blogger, allgemeiner: der Beiträger in einem Sozialen Medium, nicht genügen. Die Funktionen werden aber gebraucht. Denn es wäre ein Nachteil für die Selbststeuerung der Gesellschaft, wenn das Ganze aus dem Blick geriete und alle nur noch ihren je persönlichen Interessen folgten.

## 5 | Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Dieser *Segmentierung der Öffentlichkeit* entgegenzuwirken ist auch Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ausgestattet mit einer auskömmlichen Garantiefinanzierung und der höchstrichterlichen Zusicherung, dass auch die sog. Telemedien (webgestützte Angebotsformen) zu seinem Programmauftrag gehören, haben ARD, ZDF und das Deutschlandradio in den vergangenen Jahren respektable Online-Angebote entwickelt. Das reicht von reinen Sendungspräsenzen und -erweiterungen im Netz über Mediatheken zum zeitsouveränen Abruf von Angeboten bis hin zu netzspezifischen, teils auch netzexklusiven Neuentwicklungen wie dem digitalen Bildungsprogramm DRadio Wissen und dem Debattenportal Deutschlandradio Diskurs ([diskurs.dradio.de](http://diskurs.dradio.de))

sowie experimentellen TV-/Web-Formaten wie dem „Elektrischen Reporter“ (ZDF) und der „Rundshow“ (Bayerischer Rundfunk).

Entscheidend ist, dass die dritte Säule der öffentlich-rechtlichen Programmstätigkeit (Webpräsenz nach Hörfunk und Fernsehen) dann Legitimität<sup>9</sup> für sich beanspruchen kann, wenn sie dem Kernauftrag, nämlich für gesellschaftliche Integration zu sorgen, also der grassierende Segmentierung entgegenzuwirken, entspricht. Das ist schwer genug, weil sich die deutsche Familie eben nicht mehr gemeinsam vor dem Lagerfeuer eines von „Monitor“ oder „Panorama“ kritisch erleuchteten Fernsehers versammelt. Also müssen auch ARD und ZDF differenzierte Angebote für bestimmte Alters- und Interessengruppen machen (siehe z.B. die Video-Kanäle der Sender auf Youtube). Im Resultat aber müssen nennenswerte Integrationsbeiträge erbracht werden – etwa in dem Sinne, dass etwas gegen politisches Desinteresse unter Jugendlichen getan wird (Lilienthal 2009).

Eine neuere Studie der ORF-Journalistin Nadja Hahn, der die Europäische Rundfunkunion, ein Zusammenschluss öffentlich-rechtlicher Anstalten, einen Forschungsaufenthalt an der London School of Economics möglich machte, plädiert für ein stärkeres Engagement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in den Sozialen Medien (Hahn 2013).

Die erwähnten Youtube-Kanäle sind nur ein Beispiel, wie sich ARD und ZDF auf die Social Media einlassen. Ein anderes ist tagesschau.de, wo inzwischen vielfältige Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung geboten werden – von einfachen Weiterleitungs- und Empfehlungsfunktionen hin zu Sozialen Netzwerken bis zum Kommentarforum, bei dessen Einträgen sich die Redaktion der Nachrichtensendungen teils harsche Kritik gefallen lassen muss. Das Wesentliche von Angeboten wie meta.tagesschau.de ist aber, dass hier der journalistische Bericht über ein aktuelles Ereignis diskutiert werden kann und dass sich politisch oder sonst interessierte Zeitgenossen dabei vernetzen können. Ein DFG-Projekt des Hans-Bredow-Insti-

tuts hat dies unter dem Gesichtspunkt der sog. Publikumsinklusion empirisch mittels Befragungen von Redakteuren und Nutzern untersucht. Dabei kam u.a. heraus, dass die Mehrheit der Nutzer niederschwellige Formen der Anschlusskommunikation an die Nachrichten-Site bevorzugt, also z.B. Beiträge an Netzwerke weiterleitet oder Fehlerhinweise gibt, was der Redaktion bei der Optimierung des journalistischen Angebots helfen kann. Aber selbst Inhalte erstellen und z.B. Augenzeugen-Videos einstellen zu können (sog. *User Generated Content*), dies wird mehrheitlich nicht erwartet – und ist wohl auch senderseitig nicht gewünscht.

Was in diesem Bredow-DFG-Projekt, dem weitere folgen werden, noch offen blieb, ist die Frage nach dem „tatsächlichen journalistischen Mehrwert von Publikumsbeteiligung“, der „noch nicht klar erkennbar“ sei (Loosen/Schmidt/Heise/Reimer/Scheler 2013: 102). Ein solcher Mehrwert kann neben der Optimierung des Online-Angebots (Fehlerkorrektur) in einem *Themen- und Argumentetransfer* bestehen. Gemeint ist damit, dass Nutzer den Redaktionen Hinweise auf Themen und Quellen geben und auch, dass Journalisten sich Argumente von Nutzern zu eigen machen und weitertragen.<sup>10</sup>

## 6 | Der Druck des Publikums auf die journalistische Arbeit

Der Titel des Bredow-Projekts ist positiv konnotiert: „Die (Wieder-) Entdeckung des Publikums“. Er liest sich wie eine Erwiderung auf die „Diktatur des Publikums“ (Meyen/Riesmeyer 2009). Diese an der Ludwig-Maximilians-Universität München entstandene Journalistenbefragung hatte ergeben, dass in vielen Redaktionen eine gewisse Angst vor dem Publikum herrsche – vor einem Publikum, dessen Macht als Abbesteller in der Zeitungskrise spürbar wurde, das aber auch neues Selbstbewusstsein zeigt und, nicht zuletzt über die Kanäle der Sozialen Medien, journalistische Hervorbringungen kritisiert. Im Ergebnis kommt es auf

Seiten des Publikums zu einer „Entzauberung eines Berufs“ (Donsbach/Rentsch/Schielicke/Degen 2009).

Tatsächlich macht sich die neue Macht des Publikums gerade im digitalen Journalismus (Online-Journalismus) bemerkbar. Was bisher nur im Fernsehen möglich war – die sekunden-genaue Quotenmessung, die den Programmverantwortlichen gleich am nächsten Morgen nach der Sendung zeigt, ob sie erfolgreich war oder nicht – diese Quotenmessung ist auch beim digitalen Journalismus technisch möglich. Und sie wird permanent in den Redaktionen praktiziert. Im Newsroom von SPIEGEL Online in Hamburg können alle Mitarbeiter auf einer Monitorwand, auf der die wichtigsten Nachrichtensender laufen, auch sehen, wie die Startseite des journalistischen Online-Portals im jeweiligen Moment genutzt wird. Die Insider sprechen von „Performance“.

Konkret bedeutet das: Das Publikum kann abwählen, was eine ambitionierte Redaktion auf der Startseite auf Platz eins in eine Auswahlliste setzte, weil sie zum Beispiel ein politisches Thema wichtig fand. Und die Redaktion registriert das sofort und steht vor einer Entscheidung: Den Bürgerkrieg in Syrien auf Seite eins oben belassen oder nicht doch lieber Dieter Bohlen als sinkenden Stern? In Befragungen haben Online-Verantwortliche natürlich dementiert, dass sie solchen kundenorientierten Erwägungen folgen. Inhaltsanalytische Befunde aber deuten in die zu kritisierende Richtung, wenn auch glücklicherweise nicht bei allen relevanten Online-Medien.

Der angedeutete Druck des Publikums potenziert sich, je mehr sich das Publikum oder Teile davon mit Hilfe von Sozialen Netzwerken organisieren kann. Zwar ist derzeit keine neue soziale Bewegung erkennbar, die man als generell medienkritisch bezeichnen könnte. Sehr wohl aber ist es schon mehrfach zu *Shitstorms* gekommen, also zu akuten Empörungswellen, die sich auf digitalen Plattformen aufbauten und verstärkten und die sich gegen eine bestimmte Berichterstattung oder journalistische Meinungsäußerung richteten.<sup>11</sup> Trotz seiner

semantischen Drastik ist der Anglizismus *Shitstorm* verharmlosend. Denn die Tatsache, dass es so etwas gibt, dass es sich plötzlich ereignen und gegen die eigene Berichterstattung richten kann, kann Journalisten das Gefühl geben, ihre Arbeit unter ständiger Beobachtung zu verrichten. Ich will nicht von Angst reden, aber das Gefühl sozialer Kontrolle dürfte neu sein für die meisten Journalisten. Niemand will am Pranger stehen.

## 7 | Veränderungen des Journalistenberufs

Der aktuelle Prozess, den Soziale Netzwerke und Journalismus gemeinsam und fallweise auch gegeneinander durchlaufen, ist ambivalent. Das Publikum kann disziplinierend wirken, aber eben auch konvergent bereichernd. Die Vielen wissen mehr als einzelne Journalisten und personell ausgedünnte Redaktionen.

Wenn beide in eine dialogische Austauschbeziehung treten, kann etwas entstehen, das „kollaborativer Journalismus“ genannt wird.<sup>12</sup>

Am konsequentesten wird dieser Gedanke derzeit wohl von der Wochenzeitung „Freitag“ umgesetzt: In ihrer „Community“ schreiben User zum Zeitgeschehen, teils durchaus profund. Für sie gibt es sogar einen Weg in die Zeitung auf Papier: Besonders gute Beiträge werden (nach-)gedruckt.

Trüffelschweinen gleich könnten die Vielen im Netz Quellen finden und diese den Redaktionen weiterleiten, die sie dann journalistisch auswerten (Crowd Scouring). Der in journalistischen Netzwerken geführte Diskurs ist für ambitionierte Online-Redaktionen längst ein weites Feld, das regelhaft als potenzielle Quelle durchsucht. Das geht nicht einfach mit Google, dafür brauchen Journalisten neue besondere Fertigkeiten – eine Herausforderung auch für die journalistische Arbeit. In Blogs wie dem *Social Media Watchblog* wird eine Fachdiskussion über diese neue Spezialdisziplin geführt.

Mercedes Bunz, Theoretikerin wie Praktikerin des digitalen Journalismus, gibt ein Bei-

spiel: „Investigative Reporter wie Paul Lewis vom *Guardian* nutzen Social Media als Recherchetool, indem sie Leser direkt um Hilfe bitten und sie nach gefilmtem Material oder Spezialwissen fragen. (...) Crowd sourcing-basierte Methoden, mit denen die User einbezogen werden, eignen sich zudem dazu, Situationen besser zu beurteilen.“ (Bunz 2010).

Der Bedeutungsschwund des Journalisten zeigt sich u.a. darin, dass er nicht mehr der allmächtige *Gatekeeper* ist, der er früher war. Bruns sieht den Journalisten auf dem Weg zum *Gatewatcher*, der aufschnappt, was im Internet gerade passiert, und im Idealfall das herausfischt, was von hoher Bedeutung ist und weithin wahrgenommen werden sollte (Bruns 2009: 112-116).

Dort, wo publizistische Medien ihre Websites öffnen, wo sie sich in Foren interessiert zeigen an den Meinungsäußerungen der Vielen, wo sie Verknüpfungen zu Sozialen Netzwerken schaffen, nehmen sie die *Stimmen aus dem Weltgespräch als Vielfaltsbeiträge* ernst. Denn darum geht es ja allen Medien in freien Gesellschaften, also auch den neuen nicht-journalistischen Sozialen: die Meinungsvielfalt sichern.

Erkenntniskritisch erinnert Bunz daran, dass die Meinungsäußerungen in den Netzwerken nicht repräsentativ sind (u.a. deshalb, weil sich in ihnen nicht abbildet, wer nicht online ist). Andererseits hebt sie hervor: „Ein einzelner Beitrag auf Twitter mag falsch sein, aber das bedeutet nicht, dass wir bei Hunderten von Beiträgen ein falsches Bild bekommen – wir bekommen überhaupt ein Bild. Wie jede journalistische Quelle muss man die Datenlage einschätzen, das ist ja nichts Neues. Neu aber: Damit wird aus dem Feedback schließlich ein Dialog.“ (Bunz 2010).

Das hört sich eher philosophisch an, muss aber in den Redaktionen praktische Folgen haben. Die Medienhäuser unterliegen vielfach einem Innovationsdruck, so auch hier (Kramp/Weichert 2012). Um den Dialog mit dem Publikum führen zu können, braucht es Personal, und zwar spezialisiertes. Allmählich bil-

den sich neue Berufsbilder heraus, funktionale Differenzierungen. Man spricht vom „Community-Manager“, der für die Einbindung der journalistischen Angebote des eigenen Medienhauses in den Sozialen Netzwerken sorgt. Es braucht den Social-Media-Redakteur, den Moderator, der Diskussionen in den eigenen Foren anstößt und am Leben erhält und der – wo nötig – auch zivilisierend, manche sagen: zensierend einschreitet, wenn ein Streit beleidigend wird oder gar zur Hassrede ausartet. Überhaupt hat es sich für viele Redaktionen als kapazitiäre Überforderung herausgestellt, den fortlaufenden Strom der oft nach Hunderten oder gar Tausenden zählenden Meinungsäußerungen in Foren vorab auf juristisch angreifbare Inhalte zu überprüfen. Medien müssen hier aber aufpassen, weil sie der sog. Verbreiterhaftung unterliegen, wenn über ihre Kanäle Beleidigungen, Pornographie, Rassenhass oder Kriegsverherrlichung publiziert wird. Einzelne Medien haben hieraus die Konsequenz gezogen, Foren nachts, wenn kein Redakteur im Dienst ist, zu schließen (was bei der Netzgemeinde naturgemäß Hohn und Spott ausgelöst hat, weil die digitale Megacity niemals schläft). Andere praktizieren eine Ex-post-Kontrolle.

Die deutschen Journalisten stehen eher noch am Anfang der Entwicklung einer Social-Media-Kompetenz. Der Befragung „Social Media Trendmonitor“ zufolge hat sich der Umgang von Journalisten mit dem Social Web zwar „weiter professionalisiert“. So hielten sich zwölf Prozent der Befragten mittlerweile für sehr gut gerüstet im Umgang mit Social Media. Vor einem Jahr seien es nur sieben Prozent gewesen. Mit „gut“ antworteten der Studie zufolge 33 Prozent. 2011 hatten sich nur 26 Prozent der Befragten dieses Prädikat gegeben (Social Media Trendmonitor 2012). Vergleicht man diese Ergebnisse mit der 2010 abgeschlossenen Befragung (und Inhaltsanalyse) „Twitter und Journalismus. Der Einfluss des ‚Social Web‘ auf die Nachrichten“, so ist hier immerhin eine Entwicklung zum Besseren zu beobachten (Neuberger/vom Hofe/Nuernbergk 2010).

Doch wohlge­merkt: Hier wurden lediglich Selbsteinschätzungen abgefragt – und zwei Drittel der Redakteure/Journalisten haben offenbar immer noch das Gefühl, für den Umgang mit Social Media *nicht* gut gerüstet zu sein.

Die oben beschriebenen funktionalen Differenzierungen ändern aus meiner Sicht nichts am Wesenskern des Journalistenberufs. Ihn ergreifen Menschen mit einer bestimmten Haltung, zu der Skepsis und Mut zur Kritik gehören. Sie wollen alles wissen und geben sich mit landläufigen Vereinfachungen, wie sie in Politik und PR kursieren, nicht zufrieden. Sie werden gebraucht für die neutrale und ideologiekritische Kommunikation der Gesellschaft mit sich selbst. Auch Soziale Netzwerke sorgen für Kommunikation, sogar in erheblichem Ausmaß, doch ist diese nicht unbedingt neutral und ideologiefrei.

Weil aber der Beruf infolge des Niedergangs herkömmlicher Geschäftsmodelle von Medien immer weniger materielle Gratifikationen, noch gar soziale Sicherheit für ein ganzes Arbeitsleben bereithält und es unbestreitbare Tendenzen zur Prekarisierung des Journalistenberufs gibt (Lilienthal/Schneidler 2012), müssen junge Menschen, die mit einem trotzigen Dennoch in diesen Beruf wollen, eine hohe intrinsische Motivation mitbringen. Zudem sind die an sie gestellten Kompetenzanforderungen heute erheblich höher als früher. Auch in diesem Bereich macht sich die Digitalisierung bemerkbar: Technische Fertigkeiten (Online-Recherche bis hin zum Datenjournalismus, crossmediale Publikation mittels Content-Management-Systemen, Sicherheit in der Handhabung von Hard- und Software bis hin zum AV-Schnitt) müssen an die Seite von Allgemeinbildung, textlicher und auch visueller Ausdrucksfähigkeit („Schreiben können“) und Findigkeit in der Recherche treten. Die drei letztgenannten Kompetenzfelder werden gemeinhin unter „Handwerk“ subsumiert und drohen unterm Modernisierungsdruck vernachlässigt zu werden.

Viele Krisensymptome also und doch: Es braucht diese Journalisten, diesen Journalis-

mus, um das Wesentliche aus der individuell unüberschaubaren Stimmenvielfalt in der Welt (nicht nur der Sozialen Netzwerke) herauszufiltern, um Überblick zu schaffen und für Nachhaltigkeit zu sorgen. Journalismus, so verstanden, sorgt für „Komplexitätsüberbrückung“. Gemeint ist damit eine „Vermittlung zwischen den voneinander geschiedenen Lebenswirklichkeiten, die Übertragung des jeweils isolierten Erfahrungswissens in eine jedermann zugängliche, eben ‚offene‘ Sphäre, um so für alle die Möglichkeit der Partizipation am gesellschaftlichen Ganzen zu sichern“ (Pöttker 2010: 377f.). In die Sprache des praktischen Journalismus übersetzt bedeutet das: Der Journalist reportiert nicht nur (denn die bloße Nachricht ist im omnipräsenten Gratis-Web schnell entwertet), sondern vor allem deutet er das Gegenwärtige, macht es verständlich und sorgt so für die Orientierung des Publikums. Stimmenvielfalt, die oben aus demokratietheoretischer Perspektive gewürdigt wurde, kann auch desorientierend wirken. Plötzlich ist nichts mehr relevant, alles scheint gleich viel wert zu sein. In dieser Unübersichtlichkeit braucht es einen Qualitätsjournalismus, der sein Mandat für die Öffentlichkeit engagiert wahrnimmt.

Im Begriff der *Interpretation*, die sich in reiner Kommentierung bei Weitem nicht erschöpft, scheint eine renovierte Funktionsbestimmung für den Journalismus von morgen auf. Er ist es, der ein vollständiges Bild der Wirklichkeit zusammensetzt, der die Komplexität von Aufgaben und Problemen ohne Verkürzung beschreibt und die widerstreitenden Strömungen und die allgegenwärtigen Interessen- und Zielkonflikte bei der Problemlösung dokumentiert. Er ist es, der das Gesamtbild dann auch wieder auf das Wesentliche verständlich reduziert, der die Phänomene im Zusammenhang *auslegt, erklärt und deutet* – kurz: interpretiert. „Was hat es zu bedeuten? Was wäre zu tun?“ – gültige Antworten auf diese Fragen zu geben ist die unverzichtbare und bis auf weiteres durch keine Alternative zu substi-

tuierende Verständnis- und Verständigungsleistung des Journalismus.

*Prof. Dr. Volker Lilienthal* ist Inhaber der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus an der Universität Hamburg. Kontakt: volker.lilienthal@wiso.uni-hamburg.de.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/aufschrei-fuehrt-zu-twitter-rekord-a-882207.html> [18.04.2013].

<sup>2</sup> Nur zwei Beispiele: taz vom 09.02.2013 und Augsburger Allgemeine vom 10.02.2013. Eine semantische Webrecherche am 18.04.2013 erbrachte knapp 4.000 Fundstellen mit der (nicht haltbaren) Behauptung.

<sup>3</sup> Online nachlesbar hier: <http://www.stern.de/politik/deutschland/stern-portraet-ueber-rainer-bruederle-der-herrenwitz-1964668.html> [18.04.2013].

<sup>4</sup> <http://kleinerdrei.org/2013/02/was-ihr-schon-immer-uber-aufschrei-wissen-wolltet-und-bisher-auch-zu-fragen-wagtet-ein-faq-versuch/> [18.04.2013] Siehe auch Wizoreks eigene Bilanz der Folgen der Debatte auf stern.de: <http://www.stern.de/panorama/2-sexismus-debatte-der-aufschrei-und-sein-echo-197754.html> [18.04.2013].

<sup>5</sup> Nach DER SPIEGEL Nr. 17/2013: 135.

<sup>6</sup> Sandberg-Interview in DER SPIEGEL Nr. 17/2013: 135.

<sup>7</sup> Sandberg-Interview in DER SPIEGEL Nr. 17/2013: 136.

<sup>8</sup> Die Szene der Blogs ist so vielfältig, dass jede Verallgemeinerung gewagt ist. So verkenne ich nicht, dass viele Blogs auch nicht nur Online-Publikationen von Privatleuten, sondern eben auch von professionellen Journalisten sind, die oft sogar redaktionsgleich zusammenarbeiten und ein gemeinsames publizistisches Produkt mit einer definierten Mission (z.B. kritische Information über eine Region oder eine Großstadt) erstellen. Beispiele hierfür sind: das „Enthüllungsgeschich-

ten“ versprechende Journalistenblog „Wir in NRW“ ([www.wir-in-nrw-blog.de](http://www.wir-in-nrw-blog.de)), ähnlich die „Ruhrbarone“ ([www.ruhrbarone.de](http://www.ruhrbarone.de)) und „Mittendrin – Nachrichtenmagazin für Hamburg-Mitte“ ([hh-mittendrin.de](http://hh-mittendrin.de)), mit dem mittlerweile die taz Nord kooperiert: Rechercheartikel der jungen Online-Redaktion werden im Regionalteil der Tageszeitung nachgedruckt. Ein schönes Beispiel für wünschenswerte Austauschprozesse.

<sup>9</sup> Es ist hier nicht der Platz (und auch nicht unser Thema), den medienpolitischen Streit über „Gebührenmilliarden“, über Wettbewerbsverzerrung und die Unsinnigkeit der Sieben-Tage-Regel nachzuzeichnen. Nur soviel: Diese Regel, die die öffentlich-rechtlichen Sender zwingt, das Meiste nach sieben Tagen Webpräsenz wieder zu „depublizieren“, ist ein Verstoß gegen die Netzlogik der permanenten Information, gegen die Interessen von Beitragszahlern, die die Programmerstellung bezahlt haben und das Recht haben müssen, das sog. Programmvermögen zu nutzen, wann immer es sie interessiert. Glücklicherweise unterliegt die Sieben-Tage-Frist mittlerweile einer praktischen und politischen Aufweichung.

<sup>10</sup> Dies ist ein Aspekt, den wir im laufenden Projekt „Journalismus unter digitalen Vorzeichen“ aufzuklären hoffen. Die Untersuchung, deren Hauptaugenmerk ebenfalls die Interaktion zwischen Journalisten und Publikum ist, wird von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen gefördert und von meinem Lehrstuhl an der Universität Hamburg in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Stephan Weichert (Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Hamburg) durchgeführt. Siehe die Ausschreibung im Netz: [www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Ausschreibungen/Ausschreibung\\_Journalismus-digital-31-01-2012.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Ausschreibungen/Ausschreibung_Journalismus-digital-31-01-2012.pdf) [19.04.2013].

<sup>11</sup> Hierfür ein paar Beispiele: [www.derwesten.de/panorama/shitstorm-bei-facebook-gegen-fussballreporter-marcel-reif-id7232305.html](http://www.derwesten.de/panorama/shitstorm-bei-facebook-gegen-fussballreporter-marcel-reif-id7232305.html); [www.wuv.de/medien/shitstorm\\_bruederles\\_blossstellung\\_erregt\\_stern-](http://www.wuv.de/medien/shitstorm_bruederles_blossstellung_erregt_stern-)

leser; [blog.tagesschau.de/2012/09/26/shitstorm/](http://blog.tagesschau.de/2012/09/26/shitstorm/): <http://meedia.de/internet/shitstorm-wegen-homo-ehe-post-von-wagner/2012/08/23.html> [alle 24.04.2013].

<sup>12</sup>Keine ideale Bezeichnung wegen der historisch bedingten pejorativen Konnotation des Wortes „Kollaboration“ im deutschen Sprachraum.

## Literatur

*Bruns, Axel* 2009: Vom Gatekeeping zum Gatewatching. Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 107-128.

*Bunz, Mercedes* 2010: Wie Social Media den Journalismus verändern. In: Berliner Gazette. Vernetzte Zeitung - seit 1999. <http://berlingazette.de/bunz-social-media-kollaborativer-journalismus/> [20.04.2013].

*Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph* 2012: Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys. In: Media Perspektiven 2012, Heft 7-8, 380-390. Auch als Online-Ressource: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Busemann\\_Gscheidle.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf) [24.04.2013].

*D'Inka, Werner* 2009: Dienstleistung des Erklärens. In: epd medien 2009, Heft 54, 20-24.

*Donsbach, Wolfgang/Rentsch, Mathias/Schielicke, Anna-Maria/Degen, Sandra* 2009: Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz: UVK.

*Engesser, Sven* 2013: Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web: Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse. Wiesbaden: Springer VS.

*Frack, Georg* 1998: Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München: Hanser.

*Hahn, Nadja* 2013: What Good Is Twitter? European Broadcasting Union, Genf.

[www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Media%20Strategy/ebu\\_polis\\_report1.pdf](http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Media%20Strategy/ebu_polis_report1.pdf) [20.04.2013].

*Hoffmeister, Christian* 2011: Integrierte Strategie. Wie Zeitungen Social Media nutzen sollten. In: epd medien 2011, Heft 49, 3-6.

*Kramp, Leif/Weichert, Stephan* 2012: Innovationsreport Journalismus. Ökonomische, medienpolitische und handwerkliche Faktoren im Wandel. Friedrich-Ebert-Stiftung (Hg). <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/08984.pdf> [20.04.2013].

*Lilienthal, Volker* 2009: Integration als Programmauftrag. in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr. 9-10, 6-12.

*Lilienthal, Volker* 2011: Qualität unter Druck - Journalismus im Internet-Zeitalter. In: Schröder, Michael/Schwanebeck, Axel (Hg.): Qualität unter Druck - Journalismus im Internet-Zeitalter. Baden-Baden: Nomos, 49-59; außerdem In: Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht (Hg.): Vom Bau des digitalen Hauses. Festschrift für Norbert Schneider. Berlin: VISTAS 2010, 59-66.

*Lilienthal, Volker/Schnedler, Thomas* 2012: Gezwungen, sich zu verkaufen? Zur sozialen Lage von Journalistinnen und Journalisten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr. 29-31, 15-21.

*Lobo, Sascha* 2009: Die bedrohte Elite. In: Der Spiegel, Heft 50 (7.12.2009), 142-144; Online-Ressource: [www.spiegel.de/spiegel/print/d-68074002.html](http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-68074002.html) [18.04.2013].

*Loosen, Wiebke/Schmidt, Jan-Hinrik/Heise, Nele/Reimer, Julius/Scheler, Mareike* 2013: Publikumsinklusion bei der Tagesschau. Fallstudienbericht aus dem DFG-Projekt „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“ (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 26), Hamburg. [www.hans-bredow-institut.de/webfm\\_send/709](http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/709) [19.04.2013].

*Meyen, Michael/Riesmeyer, Claudia* 2009: Diktatur des Publikums - Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.

*Neuberger, Christoph* 2009: Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.):

Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 19-105.

*Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian* 2010: Twitter und Journalismus. Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten (Lfm-Dokumentation, Bd 38). Berlin: Vistas. Auch als Online-Ressource: [www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Lfm\\_Doku38\\_Twitter\\_Online.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Lfm_Doku38_Twitter_Online.pdf) [20.04.2013].

*Pöttker, Horst* 2000: Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag, 375-390.

*Schmidt, Jan-Hinrik* 2012: Das Partizipationsparadox der sozialen Medien. In: Better-

mann, Erik/Grätz, Roland (Hg.): Digitale Herausforderung. Internationale Beziehungen im Zeitalter von Web 2.0. Göttingen: Steidl, 165-169.

*Schmidt, Jan-Hinrik* 2013 (2. Auflage): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.

*Social Media Trendmonitor* 2012, News aktuell und Faktenkontor (Hg.), März 2012. [http://www.newsaktuell.de/pdf/trendmonitor\\_2012.pdf](http://www.newsaktuell.de/pdf/trendmonitor_2012.pdf) [20.04.2013].

*Surowiecki, James* 2004: The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations. London: Little, Brown.

*Surowiecki, James* 2007: Die Weisheit der Vielen. Warum Gruppen klüger sind als Einzelne. München: Goldmann.

## Wissen als Allgemeingut – Das Internet als Inkubator neuer Allmenden

Konstantin von Notz

Seit einigen Jahren erleben wir eine Renaissance der Debatte und der Praxis um Gemeingüter. Gemeingüter – auch Commons oder Allmende genannt – sind natürliche oder von Menschen geschaffene Ressourcen, die nach Regeln genutzt werden, die allen Beteiligten einen fairen Zugang gewähren und zugleich den Erhalt der Ressource sichern beziehungsweise verhindern, dass sinnvolle Nutzungen wegen des Gewinninteresses Einzelner unmöglich werden. Dieser auf gemeinschaftliches Teilen ausgelegte, verantwortungsvolle Umgang mit Gemeingütern ist die Grundlage einer gerechten Gesellschaft.

Im Fokus der Diskussion um Gemeingüter und deren Schutz standen lange vor allem die

natürlichen Ressourcen. In den vergangenen Jahren wurde die Debatte sukzessive um weitere Allmenden erweitert. So stehen seit Kurzem, bedingt durch die rasante, durchaus revolutionäre Entwicklung und Verbreitung von Internet und Digitalisierung, auch Informationen und Wissen als neue Arten von Gemeingütern zunehmend im Fokus der Debatte.

Neben eher bekannteren Beispielen für Gemeingüter wie dem paradigmatischen und traditionellen *Allmende-Land*, auf dem alle Dorfbewohner ihr Vieh weiden lassen können und die Nutzungsregelungen kollektiv aushandeln, gelangen zunehmend auch *moderne* Gemeingüter in das Licht der Öffentlichkeit. Die Wikipedia, durch gemeinschaftlich gesam-

meltes und fortentwickeltes Wissen entstanden, ist ein oft genanntes Beispiel; auf Computern und Smartphones verwendete freie Software, die jeder nutzen und weiterentwickeln kann oder durch offene Daten entwickelte und der Gemeinschaft zur Verfügung gestellte Applikationen sind weitere.

Während der *Urban Gardener* durch das Verschönern des eigenen Kiezes nicht mehr nur für sich, sondern für viele gärtner und so den öffentliche Raum zum Gemeingut macht, in dem sich Bürgerinnen und Bürger verantwortlich fühlen und einen Anspruch auf die Gestaltung ihres eigenen Umfelds erheben, so schafft der Hacker oder Open-Data-Aktivist einen Mehrwert für die Gesellschaft, indem er - vormals ebenfalls brachliegende - Daten *be-freit* und aus ihnen neue Anwendungen kreiert, die jedermann nutzen und weiterentwickeln kann. Die Diskussion um Gemeingüter dreht sich immer auch automatisch um die Frage, welche Regeln sich eine Gesellschaft

im Umgang mit materiellen oder immateriellen Ressourcen gibt, um diese bestmöglich zu nutzen und im Sinne der Gemeinschaft weiterentwickeln zu können. Sie erschöpft sich nicht in dem Bestreben natürliche oder kulturelle Ressourcen, wie saubere Luft, intakte Gewässer, vielfältige Kulturlandschaften und Wissensschätze zu bewahren, sondern deren aktive Nutzung auch zukünftig zu gewähren. Vielmehr zeigt die Diskussion Perspektiven auf, wie der Zugang und die Nutzung öffentlicher Ressourcen durch spezifische soziale Regeln und Institutionen in unserer Gesellschaft auf Dauer sichergestellt und befördert werden können. So werden Regeln definiert, nach denen neue Gemeingüter in sozialen Aushandlungsprozessen entstehen können. Verschiedene Beispiele zeigen, dass die Nutzungsregeln einerseits von den Nutzern ausgehandelt, beschlossen und überwacht, andererseits aber auch durch staatlich festgelegte Regeln befördert und gesichert werden müssen. Bei der



Moderation der gemeinsamen Suche und Durchsetzung dieser Nutzungsrechte kommt die Politik ins Spiel.

Dabei ist klar: Nicht alles kann Gemeingut sein oder werden. Individuelles Eigentum hat in unserer Gesellschaft einen wichtigen Platz und wird dementsprechend vielfach im Grundgesetz geschützt. Das ist auch gut so. Gerade aber die Debatte um öffentliche, also mit Mitteln der öffentlichen Hand hergestellte Informationen, die wir zum Beispiel in der Netzpolitik in verschiedenen Bereichen intensiv führen, zeigt, dass die Legitimation von Ausschließlichkeitsrechten zunehmend schwindet. So ist es in Zeiten der Möglichkeit einer freien Verfügbarkeit von Informationen und Daten, durch niedrigschwelligen Zugang und der Nicht-Endlichkeit durch eine Kopierbarkeit ohne Wertverlust, nur schwer vermittelbar, warum diese *künstlich verknapp*t länger nur einem ausgesuchten Personenkreis zur Verfügung stehen sollen, zumal diese oftmals von der Öffentlichkeit finanziert sind. Nicht zuletzt das immer häufigere Auftreten von *Leaks*, also die Veröffentlichung von – eigentlich geschützten – Daten ist auch Ausdruck des Wunsches, Daten vermehrt zu *befreien* und der Gemeinschaft zur Verfügung zu stellen. Hierbei stellen sich in der Praxis natürlich zahlreiche juristische und vor allem datenschutzrechtliche Fragen, die oftmals nicht ausreichend beantwortet werden.

Hauptschauplatz der Diskussion um die Frage, wie eine möglichst große Verbreitung der immateriellen Güter, auf die ich mich im Folgenden besonders beziehen will, sichergestellt werden kann, ist in unser heutigen, digitalisierten Welt vor allem das Urheber- und das Patentrecht (Immaterialgüterrechte), aber zum Beispiel auch die vielen verschiedenen Informationsfreiheitsgesetze von Bund und Ländern. Würden letztere einst geschaffen, um einen möglichst breiten Zugang zu Informationen und Wissen zu ermöglichen und Innovationen zu garantieren, werden sie dieser Aufgabe heute nur noch bedingt gerecht. Vielmehr sind sie oftmals zu einem entscheidenden Fak-

tor geworden, der dazu beiträgt, den freien Fluss von Wissen und Informationen in der digitalisierten Welt einzuschränken.

Aber auch zahlreiche andere explizit netzpolitische Fragestellungen spielen in Diskussionen um die Allmende eine ganz entscheidende Rolle. So ist es beispielsweise durchaus lohnenswert, auch die technische Infrastruktur als notwendige Ressource für die öffentliche Daseinsvorsorge aus dem Blickwinkel der Idee der Gemeingüter zu betrachten. In der Praxis heißt das zunächst, innovative Ideen aufzugreifen und gesicherte Räume zu schaffen, in denen Commons geschaffen und bewahrt werden können. Und in den Fällen, in denen geltendes Recht Grenzen setzt, die oftmals zu starr und nicht (mehr) unbedingt sinnvoll sind, das geltende Recht zu reformieren anstatt bedenkenbeladen nach Ablehnungsgründen oder einer rein repressiven Durchsetzung eines in seiner heutigen Form nicht mehr zeitgemäßen Rechts zu suchen.

Das Urheberrecht und die Diskussion wie es gelingt, in diesem für die Mehrung der (digitalen) Allmende essentiellen Bereich einen über die Jahre verlorengegangenen Interessenausgleich zwischen Kreativen, Verwertern und Nutzern erneut im Sinne aller Beteiligten herzustellen, zeigt exemplarisch, dass es keine Patentrezepte zur Frage gibt, wie die gesellschaftliche Handhabung von Gemeingütern, die Fairness mit Nachhaltigkeit verbindet, dauerhaft abgesichert werden kann. Vielmehr zeigt sich wie schwierig es ist, neue Interessenausgleiche tatsächlich herzustellen. Wie überfällig Reformen im Urheberrecht sind, offenbart sich auch darin, dass faktisch geschaffene Alternativen genutzt werden. Geistige Eigentumsrechte/Immaterialgüterrechte sind absolute Ausschließbarkeitsrechte, durch welche Dritten eine Nutzung untersagt werden kann. Lizenzmodelle die dem *Copyleft*-Prinzip folgen, setzen auf das Urheberrecht auf, nutzen allerdings deren Freiheit maximal aus und gestehen deren Nutzer/innen einige Rechte zu, die unter einem absoluten Urheberrecht nicht möglich wären. Die General Public License,

die für das Betriebssystem Linux verwendet wird oder die Creative-Commons-Lizenzen, die für alle Arten von Werken Verwendung finden, werden zunehmend genutzt, da ein starres Festhalten an absoluten Ausschließlichkeitsrechten vielfach unpraktikabel ist, Innovationen bremst und der Idee des Teilens zuwiderläuft.

Eine große Herausforderung liegt vor allem darin, dass jeweilige Nutzungsrechte und -pflichten für alle Beteiligten als fair empfunden werden und den langfristigen Erhalt der Gemeingüter sichern müssen. Zum anderen gilt es immer wieder zu klären, wie diese Regelungen und Rechte letztlich durchgesetzt und gesichert werden. Dafür bedarf es Regeln, die die Beschaffenheit der genutzten Ressourcen und ihre unterschiedlichen Schöpfungs- und Reproduktionsbedingungen berücksichtigen und die im Idealfall von den Nutzerinnen und Nutzern selbst ausgehandelt werden. Die seit Jahren geführte Debatte um die zukünftige Gestaltung eines „Urheberrechts für das 21. Jahrhundert“ zeigt auch, wie schwer es in der Realität fällt, neu zu definierende Umgangs- und Nutzungsregeln so zu formulieren, dass sie sowohl dem unterschiedlichen Charakter der Ressourcen als auch den besonderen Merkmalen der jeweiligen Nutzergruppen gerecht werden. Gerade im Digitalen, wo sich häufig zusätzliche Fragen, zum Beispiel datenschutzrechtlicher Art, stellen, fällt das Finden von tatsächlich ausgewogenen Regelungen, die zugleich zwingende verfassungsrechtliche Vorgaben beachten, nicht immer leicht.

Da sich dies in der Vergangenheit, auch aufgrund zahlreicher, durchaus finanz- und meinungsstarker Interessengruppen als beinahe unmöglich erwiesen hat, scheint es am erfolgversprechendsten, politische Impulse für eine offene Debatte über eine mögliche Reform zu geben und dabei sicherzustellen, dass alle berechtigten Interessen auch tatsächlich Gehör finden und die gesamtgesellschaftliche Diskussion darüber, wie ein neuer Interessenausgleich aussehen könnte, fair zu moderieren.

Dass es nicht von vornherein aussichtslos ist, sich auf neue, auch durchaus progressive Handlungsempfehlungen gemeinsam zu verständigen und innovative Wege zu beschreiben, hat nicht zuletzt die am Anfang der Legislatur im Bundestag eingerichtete Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ gezeigt. Gerade im Bereich des Urheberrechts ist es ihr gelungen, mögliche Wege aus dem derzeitigen *Urheberrechtsdilemma* und einem für niemandem befriedigenden Status quo aufzuzeigen.

### Das Internet als Raum für die Schaffung und Mehrung von Gemeingütern

Die Renaissance des Gemeingüterbegriffs ist eng verknüpft mit der offenen Entwicklung und globalen Verbreitung des Internets, das heute zur zentralen Infrastruktur des Austauschs für öffentlich zugängliche Informationen geworden ist. Öffentlich zugängliche Information ist ein immaterielles Gut, das kollektiv genutzt werden kann und dessen Wert für die Gemeinschaft erhöht wird, je mehr es genutzt wird. Jeder Mensch, der Informationen rezipiert, sie verarbeitet, mit bestehendem Wissen verknüpft und sie an andere weitergibt, nutzt, verändert und erweitert gleichzeitig die gesellschaftlichen Ressourcen Information und Wissen. Seitdem Informationen nicht mehr nur auf Papier gedruckt oder vom Sender zum Empfänger gefunkt werden, sondern digital und im Netz zur Verfügung stehen, sind sie potentiell zugänglicher für alle und gleichzeitig stärker und schneller veränder- und erweiterbar geworden. Dies ist ein Beispiel für den Raum, den die Digitalisierung bietet, um neue Gemeingüter zu schaffen und zu mehrern. Die Potenziale des Internets als Werkzeug und Ausdruck der Digitalisierung sind enorm: Wissensdatenbanken wie Wikipedia, Karten wie die Open Street Map, freie Software wie Linux, Open-Access-Datenbanken in der Wissenschaft und im Internet unter freien Lizenzen verfügbar gemachte Werke sind lediglich der Anfang.

Das Netz bringt fortwährend neue kooperative Nutzungsformen hervor, bei denen alle Beteiligten von einer steigenden Nutzung profitieren. Dies gilt insbesondere im Bereich dezentraler Produktions- und Nutzungsformen, etwa bei Peer-to-Peer-Netzwerken. Ebenso hat die zivilgesellschaftliche Bewegung zur Publikation offener Daten (Open Data) den Anspruch formuliert, dass staatliche Informationen und Daten als Gemeingut für alle frei verfügbar sein müssen. Schon heute verdeutlichen zahlreiche Anwendungen, die auf öffentliche Daten aufbauen, das in der weiteren Offenlegung von staatlichen Daten liegende Potential.

Das Internet, wie wir es alle nutzen und schätzen, ist dem Gedanken von offenen und dezentralen Netzen entsprungen. Das heißt, gerade aufgrund des in der Struktur des Netzes angelegten, weitgehenden Verzichts auf streng hierarchische Strukturen und absolute Eigentumsverhältnisse konnte das Netz zum Inkubator neuer Formen der Kooperation und neuer Allmenden werden. Heute ist das Internet in seinen Eigenschaften als Raum und als Instrument für die Mehrung von öffentlichem Wissen und Information sowohl von staatlicher als auch von unternehmerischer Seite jedoch vielfach bedroht. Die einseitige Kommerzialisierung elementarer Bestandteile unserer Wissensgesellschaft macht auch und gerade vor dem Internet nicht halt. Der oftmals freie Zugang zu zahlreichen Informationen sollte uns nicht die Augen vor der (Wirtschafts-)Macht derer verschließen lassen, denen weite Teile der Infrastruktur des Netzes gehören, die heute die größten Plattformen bereitstellen, die Such-Algorithmen und Betriebssysteme programmieren und denen es oftmals allein darum geht, noch mehr private Daten zu sammeln, um diese möglichst gewinnbringend verknüpfen und weiterveräußern zu können. Aufgrund dieser realen Gefahren ist neben einem an die Herausforderungen der digitalisierten Welt angepassten Datenschutzrechts auch eine generationenübergreifende Medienkompetenz die Grundvoraussetzung, um selbstbestimmt an

der digitalen Welt teilhaben und Wissen mehr zu können.

Gleichzeitig darf der Forderung nach einer besseren Medienkompetenzvermittlung keine Feigenblatt-Funktion zukommen. Vielmehr müssen eine weitgehende Transparenz und Neutralität bei den neuen *Gatekeepern* wie Suchmaschinen oder Sozialen Netzwerken hergestellt werden. Wem in der heutigen digitalisierten Welt eine derartige Markt- und Meinungsmacht zukommt, muss Neutralität und Transparenz beim Zugang zu Information garantieren und notfalls an diese Verpflichtung durch klare gesetzliche Vorgaben erinnert werden. Gleichzeitig müssen wir darüber nachdenken, ob es nicht sinnvoll erscheint, die Angebote der großen Infrastruktur- und Contentanbieter zu entflechten und eindeutige und verpflichtende Offenlegungspflichten bezüglich Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse bei Informationsanbietern vorzuschreiben.

Um das Internet als Raum und als Instrument für die Mehrung von öffentlichem Wissen und Information weiter nutzen zu können, müssen wir den Zugang für alle möglichst offen und erreichbar halten. Neben finanziellen Hürden gibt es auch zahlreiche technische und rechtliche Barrieren, die hier abgebaut werden müssen. Die Verfügbarkeit leistungsfähiger Internetzugänge ist in den vergangenen Jahren zu einer Grundbedingung für gesellschaftliche Teilhabe und damit essentieller Teil einer zukünftigen, auf die Bedürfnisse des digitalen Zeitalters eingehenden Daseinsvorsorge geworden. Doch noch immer sind viele ländliche Regionen von der Nutzung leistungsfähiger Breitbandzugänge abgeschnitten. Vor diesem Hintergrund müssen wir uns die Frage stellen, ob der bisherige Weg, privatwirtschaftlichen Unternehmen den Ausbau alleinverantwortlich zu überlassen, heute noch zeitgemäß ist. In diesem Zusammenhang ist auch die Frage zu stellen, ob es nicht angesichts der heutigen Bedeutung des Zugangs zum Internet für die gesellschaftliche und soziale Teilhabe eines Menschen angeraten ist, einen Universaldienst, der die Telekommunikationsunterneh-

men verpflichtet, jedem Haushalt einen Breitbandanschluss mit einer Mindestbandbreite bereit zu stellen, zu forcieren.

Auch ist, das haben die Entwicklungen der letzten Wochen noch einmal verdeutlicht, der gesetzliche Schutz der Netzneutralität eine der Schlüsselfragen der digitalen Gesellschaftspolitik und elementar für die Wahrung eines offenen und demokratischen Netzes, wie wir es heute kennen. Nur durch das Ziehen einer eindeutigen roten Linie, ist es zu gewährleisten, dass auch zukünftig der Wertung von Inhalten nach finanziellen Kriterien und einer einseitigen Kommerzialisierung des Netzes eine klare Absage erteilt wird. Ein *Zwei-Klassen-Internet*, in dem die Daten desjenigen bevorzugt werden, der mehr bezahlen kann, wäre mit dem Gedanken der Wissensallmende nicht zu vereinbaren.

Das Eintreten gegen eine zunehmende Kommerzialisierung und *Siloisierung* des Netzes durch Wenige bedeutet jedoch nicht, wie es gelegentlich gerne unterstellt wird, dass Arbeit, die der Allmende im Internet durch Schreiben, Programmieren, Komponieren und Korrigieren hinzugefügt wird, nicht honoriert werden sollte. Das regelt bislang das Urheberrecht. Es muss dringend an die digitalen Neuerungen angepasst werden. Da der Umgang mit Gemeingütern immer von einer Wechselseitigkeit geprägt war, die Rechte und Verantwortung zusammen denkt, müssen hier vor allem geeignete Vergütungsmodelle für online verfügbare Werke konkretisiert werden. In diesem Zusammenhang scheint die Einführung von Pauschalvergütungsmodellen, die wir aus zahlreichen anderen Bereichen kennen, deren Umsetzbarkeit jedoch heute noch europarechtliche Hürden im Wege stehen, langfristig vielversprechend. Neben der Reform des Urheberrechts und des Urhebervertragsrechtes, muss auch die Entwicklung und Verwendung offener, d.h. patentfreier Formate und Lizenzen politisch unterstützt werden, um das Entstehen und die Weiterverbreitung digitaler Gemeingüter weiter zu beflügeln. Neben einer netzneutralen Basisversorgung beim Zugang

sind freie und offene Lizenzen für Software und online gestellte Werke, die sich als Gemeingüter verstehen, zentral. Mit ihnen werden klare Regelungen für die kommerziellen und nicht-kommerziellen Weiterverwendungsmöglichkeiten von Software-Quelltexten, Fotos, Filmen, Musik, Datensätzen etc. geschaffen. Offene Formate und freie Lizenzen können aber nur als offen und frei bewahrt werden, wenn ihr Schutz auch gewährleistet ist. Die unzulässige Nutzung oder Ableitungen, beispielweise von GPL lizenziertem Quellcode muss daher rechtlich unterbunden und die offene Nutzung wiederhergestellt werden können.

Auch Softwarepatente sind in diesem Zusammenhang fraglich, da sie unter anderem alltägliche Funktionalitäten von Computern und Bedienoberflächen weitgehenden Restriktionen unterwerfen und den Marktzugang kleiner und mittlerer Unternehmen, die sich keine großen Rechtsabteilungen leisten können, behindern. Darüber hinaus muss im Sinne der Mehrung digitaler Allmenden verstärkt Software unter freien und offenen Lizenzen gefördert und zum Beispiel Ausschreibungskriterien entsprechend überarbeitet werden. Open-Source-Software kann dabei dem Prinzip des *Copyleft*s folgen. Dieses ist zum Beispiel bei der GNU General Public License (GPL) besonders stark ausgeprägt und beinhaltet, dass alle Änderungen am Quellcode wieder der Öffentlichkeit als Teil einer digitalen Allmende zugänglich gemacht werden müssen. Die technischen Möglichkeiten des Internets haben – zum Beispiel in Blogs, Wikis und Sozialen Netzwerken – eine neue Kultur der Produktion von und des Umgangs mit Gemeingütern hervorgebracht. So, wie die zugrundeliegende Software oftmals als Open Source zu Verfügung steht, werden auch digitale Werke aktiv zur Weitergabe und kreativen Umnutzung freigegeben. Als Leitlinie für die Selbstregulierung haben sich hier die *Creative Commons*-Lizenzen bewährt. Auch sie muss politisch vielmehr unterstützt werden, als dies heute der Fall ist.

Gerade in der öffentlichen Verwaltung, aber zum Beispiel auch bei Eigenproduktionen im Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk können Creative-Commons-Lizenzen durchaus stärker als bisher eingesetzt werden. Verwertungsgesellschaften sollten ebenfalls Creative-Commons-Lizenzen zulassen, damit die Künstlerinnen und Künstler freier wählen können, welche Verwertungswege sie einschlagen wollen. Nicht zuletzt ermöglichen entsprechende Lizenzen die Nutzbarmachung öffentlicher Daten im Internet, mit denen ein Mehr an Transparenz und Informationsfreiheit zur demokratischen Partizipation beiträgt. Um Transparenz und Beteiligung zu ermöglichen und die Wissensallmende zu stärken, sollten die bestehenden Informationsfreiheitsgesetze unter Einbeziehung des Open-Data-Gedankens zu einer Informationsfreiheit 2.0 weiterentwickelt werden. Zu groß sind die Chancen von Internet und Digitalisierung für Urheber, Nutzer und die kulturelle Vielfalt. Internet und Digitalisierung revolutionieren den Zugang zu Kulturgütern und bieten enorme Chancen. Gleichzeitig stellen sie das Urheberrecht vor massive Herausforderungen. Auf sie zu reagieren und durch Internet und Digitalisierung verlorengegangene Interessenausgleiche wiederherzustellen, ist Aufgabe der Politik. Die Diskussion um Gemeingüter erfordert, nicht nur aber besonders im Bereich des Urheberrechts, insgesamt einen Paradigmenwechsel, weg vom Verwalten einer Ressource, hin zum gemeinsamen Gestalten. In diesem Zusammenhang muss vor allem die Frage gestellt werden, wie es gelingt, die Bedingungen für Kooperation und Selbstorganisation strukturell zu verbessern und gleichzeitig ein Mindestmaß an Schutz und Vergütung zu gewährleisten.

Durch den digitalen Wandel verschwimmen Grenzen. Hierdurch wird der kreative Umgang mit geschützten Inhalten Dritter erleichtert. Um die Potentiale einer kreativen Weiterentwicklung (Remix/ Mash-up) urheberrechtlich geschützter Werke im nicht-kommerziellen Rahmen für die digitale Allmende

nutzbar machen zu können, sollte eine zusätzliche urheberrechtliche Schranke für nicht-kommerzielle Formen der transformatorischen Nutzung, die auf die Weiterentwicklung und Bearbeitung vorhandener oder urheberrechtlich geschützter Werke zielen, gesetzlich abgesichert werden, um so die Rechtssicherheit zu garantieren, die heute fehlt. Überall dort, wo der Bereich des nicht-kommerziellen Nutzens jedoch verlassen wird, sind die Urheber angemessen zu vergüten und ihre Urheberpersönlichkeitsrechte zu wahren. Eine zentrale Anlaufstelle zum Erwerb von Rechten an Werken für Bearbeitung, Interpretation, Remix und Mash-Up mit kommerzieller Absicht würde helfen, die heute oftmals verworrene Rechtklärung zu vereinfachen. Wissen wächst, wenn man es teilt. Auch Wissenschaft und Forschung können immens von den digitalen Möglichkeiten profitieren. So müssen auch im Wissenschaftsbereich urheberrechtliche Hindernisse für den Zugang zur Wissensallmende abgebaut werden und frei verfügbare wissenschaftliche Publikationen (Open Access), das heißt ein gesetzliches Recht auf entsprechende Veröffentlichungen für mit öffentlichen Mitteln geschaffene Werke, und für freie Forschungsdaten (Open Data) zur Regel werden. Im Rahmen der öffentlichen Forschungsförderung muss Open Access daher zur verpflichtenden Bedingung gemacht werden. Um auch hier die Selbstbestimmung der Forscher zu stärken, sollte zudem ein unabdingbares Zweitverwertungsrecht geschaffen werden. Darüber hinaus sollten sogenannte *verwaiste Werke*, also diejenigen, die heute nicht genutzt werden können, weil Urheberrechte nicht eindeutig zu klären sind, zukünftig ebenfalls frei zugänglich gemacht werden. Es ist schlicht nicht hinnehmbar, dass diese Werke der Allgemeinheit heute nicht zur Verfügung stehen und auf ihr Wissen nicht zurückgegriffen werden kann.

Zudem sollte eine umfassende Wissenschaftsschranke im Urheberrecht eingeführt werden, die auf die Herausforderungen des Digitalen eingeht. Die Nutzung publizierter

Werke jedweder medialer Art sollte für den nicht gewerblichen, wissenschaftlichen Gebrauch grundsätzlich genehmigungsfrei und ohne Einschränkungen erlaubt sein.

Um den Gemeingüteransatz politisch zu ermöglichen, ist insbesondere der Wille von Nöten, eine Ressource als Gemeingut zu erkennen und entsprechend als solche in der Nutzung und Regulierung der Nutzung zu behandeln. Wollen wir also die jahrhundertalte Idee der Gemeingüter reaktivieren, weiterentwickeln oder auch neu erschließen, so bedarf es neuer Ansätze auf allen politischen Ebenen. Der ganz konkrete Handlungsbedarf zeigt sich oftmals erst, wenn es eigentlich schon zu spät ist. Ist er bereits so offensichtlich, wie er es derzeit im digitalen Bereich ist, ist eine Neujustierung der vormals bestehenden, heute faktisch ins Leere laufenden Interessenausgleiche unumgänglich.

Gerade im Bereich der immateriellen Güter ist ein konsequentes Verfolgen einer auf die Mehrung von Allmenden ausgerichteten Politik äußerst erfolgsversprechend und würde zu einem wirklichen gesellschaftlichem Profit führen. Denn während andere Allmenden durch eine zunehmende Nutzung immer der Gefahr einer Minderung ihres Werts oder gar deren Verlust ausgesetzt sind, ist dies bei immateriellen Gütern eben nicht der Fall. Im Gegenteil: Durch eine zunehmende Nutzung und damit einhergehende Weiterentwicklung steigt ihr Wert, oftmals entstehen gar ganz neue Allmenden. Aufgabe von Politik muss es daher auch weiterhin sein, das in den Allmenden für die Gemeinschaft – oftmals im wahrsten Sinne des Wortes schlummernde – bestehende Potential gesamtgesellschaftlich bestmöglich nutzbar zu machen und Wege aufzuzeigen, mit denen dies gelingt. Existierende Barrieren müssen abgebaut werden und sich auf die Mehrung der Wissens-Allmende-Gedanken konträr auswirkende gesetzliche Vorgaben reformiert werden. Gleichzeitig müssen Wege gefunden werden,

mit denen diejenigen, die neue Immaterialgüter für die Allmende bereitstellen, sofern sie es wünschen, hierfür in angemessener Art und Weise entlohnt werden. Denn werden sie es nicht, wird ihre Bereitschaft, der Gemeinschaft auch zukünftig ihre Werke und ihr Wissen zur Verfügung zu stellen, sinken und hierdurch Modelle, die auf eine rein repressive Durchsetzung von Ansprüchen setzen, in der subjektiven Attraktivität steigen, was wiederum nicht im Sinne derjenigen sein kann, die die Allmende stärken wollen. Leider wurde es in den vergangenen Jahren verpasst, die enormen Potentiale von Internet und digitaler Gesellschaft für die Mehrung der Commons tatsächlich zu nutzen.

Während die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ vor kurzem ihren Abschlussbericht mit mehr als 400 Handlungsempfehlungen vorgelegt und ihre Hausaufgaben gemacht hat, haben andere den digitalen Wandel und die daraus resultierenden Chancen komplett verschlafen. Die ausbleibende Reform des Urheberrechts zeigt das exemplarisch: In kaum einem Bereich wäre eine visionäre und interessenausgleichende Politik so notwendig wie hier. In kaum einem anderen Bereich könnte unsere moderne Wissens- und Informationsgesellschaft derart profitieren. Und doch waren die vergangenen Jahre verlorene. Obwohl der lange erwartete 3. Korb der Urheberrechtsreform seit langem angekündigt war, gab es keinerlei Verbesserungen im Sinne der Kreativen, im Sinne der Nutzer/innen, im Sinne der Wissenschaft und somit auch nicht im Sinne der Wissensallmende. Nun gilt es, verlorene Zeit schleunigst aufzuholen.

*Dr. Konstantin von Notz*, MdB, ist innen- und netzpolitischer Sprecher der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen und Obmann der Grünen in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“. Kontakt: konstantin.notz@bundestag.de.

## Der Beitrag der Social Media zur Partizipation

Oliver Leistert

*Ein Retweet fährt nicht zum Bundestag, um Gespräche mit Abgeordneten zu führen.  
(Sascha Lobo)*

### 1 | Einleitung

Bertolt Brecht grübelte seinerzeit darüber nach, wie das Radio vom Distributionsapparat zum Kommunikationsapparat umgewandelt werden könne (Brecht 1967, OA 1932). Er bewertete die Chancen eher marginal, dass aus dem Radio ein Medium der demokratischen Kommunikation werden könne. Und er hatte recht: Nur wenig später installierten die Nazis den Volksempfänger, der die Stimme des Führers im Wohnzimmer erklingen ließ.

Hans Magnus Enzensberger, der 1970 mit seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ dialektisch geschult, mit Horkheimer und Adorno im Gepäck, und im Nachklang von 1968 die Frage von Medien und Emanzipation erneut aufgriff, wies wie Brecht darauf hin, dass in der aktuellen Verfasstheit der Gesellschaft eine emanzipatorische Kraft der Medien, wenn überhaupt, nur *von unten* wirken könne.<sup>1</sup>

Heute ist eines der exemplarischen Beispiele erfolgreicher offener und kollaborativer Projekte von unten, das sich durchaus als Social Media verstehen lässt, die Wikipedia: Sie ist die einzige nicht-kommerzielle Website, die von Millionen Menschen genutzt wird; sie hat die etablierten Nachschlagewerke auf die hinteren Ränge verwiesen. Gern wird sie als Beweis der Kraft des verteilten Kollektivs gegen zentralisierte Organisationsformen herangezogen. Harald Hillgärtner zeichnet kritisch den Weg der Wikipedia nach und macht darauf aufmerksam, dass es die Open-Source-inspirierte Wiki-Software ist, die zum gemeinsamen Handeln einlädt: „Die Autorinnen und Autoren schreiben nicht mehr an einen Lektor, einen Verlag oder – metaphorisch formuliert – an eine Buch-

druckpresse, sondern in einem Wiki. Die Adressaten sind zumindest potenziell stets Coautoren, die die Texte weiterschreiben. Die Wikipedia reduziert die alleinige Verantwortung seiner Autorinnen und Autoren und ersetzt diese durch ein gemeinsames Handeln“ (Hillgärtner 2010: 69).

Finanziell hält sich die Wikipedia mit Spenden über Wasser; Honorare werden, dies ist Teil der Philosophie, nicht gezahlt. Auch wenn (mit Einschränkungen<sup>2</sup>) die Wikipedia für den Erfolg von Vernetzung, neuen Arten der Wissensproduktion und der Kollaboration steht, möchte ich im Folgenden dennoch einmal mehr deutlich machen, weshalb Skepsis an den emanzipatorischen Potentialen und Partizipationsmöglichkeiten der aktuellen Kommunikationsapparatelandschaft angebracht ist.

Die ökonomische Integration von Social Media in einen zeitgenössischen Kapitalismus, der sich von einem „fordism on steroids“ (Ross, 2013: 28) zu internalisierten gouvernementalen Regimen erstreckt, bettet mit wenigen Ausnahmen das verteilte Handeln und die Kollaboration ein in eine Wertschöpfungskette, an der Angel-Investoren, Aktien-Unternehmen und Data Broker verdienen, nicht aber diejenigen, die die Plattformen mit ihren Postings in Wert setzen.<sup>3</sup>

### 2 | Beispielhaftes

Verfolgt man die täglichen Entwicklungen und Ankündigungen rund um Social Media, reibt man sich immer mal die Augen: Die Ideen, die derzeit umgesetzt werden, scheinen die Logiken von Überwachung, Data Mining und Kontrolle, auf denen sie aufbauen, gar nicht mehr wahrzunehmen oder aber schlicht zu affirmieren. Das Forschungsprojekt BinCam<sup>4</sup> kann stellvertretend für den Zustand des westlichen Gemüts stehen: Eine Digitalkamera fotografiert den Mülleimerinhalt, wenn der De-

ckel des Mülleimers geöffnet wird. Die Foto-datei wird von *Amazons Mechanical Turk Crowd*<sup>5</sup> analysiert, validiert oder falsifiziert und gescored. Dann landet es per Facebook-App im Facebook-Profil der Mülleimerbesitzer/in.<sup>6</sup> Hier beginnt dann das, was das „Social“ von Social Media meinen kann. User tauschen sich über ihr „Wastemanagement“ aus; gegenseitige Kontrolle optimiert das Ökoprofil. Es gibt u.a. einen Score, der das eigene „Wastemanagement“ ins Verhältnis zu anderen setzt.

Sicherlich ist Müll ein großes Problem unserer Zeit. Dringend müssen Lösungen gefunden werden. BinCam setzt jedoch am falschen Ende des Problems an. Bereits eine Verrechnung der ökologischen Kosten von Herstellung und Vertrieb für die Digitalkamera, der inhumane Verschleiß junger chinesischer, meist weiblicher Körper bei der Herstellung der Kameras<sup>7</sup> sowie die falsche Fragestellung einer individuellen Lösung für ein gesellschaftliches Problem lassen erkennen, dass die politische Regelung, auf die ein Projekt wie BinCam aufsetzt, nur in eine Richtung läuft: Trainiere die einzelnen Subjekte in gegenseitiger Kontrolle und Wettbewerb.

Es geht dabei um die Sichtbarmachung vorgängig privater und uneinsehbarer Alltagspraxen. Mit der Verschiebung ins Feld der sozialen Medien wird das Müllverhalten zum Gegenstand von Verdattung, Vermessung, Verrechnung, Verwertung und Verhandlung. Die BinCam ist eine invasive Sonde von Management-Technologien des Selbst und reiht sich damit in den Katalog gouvernementaler Technologien ein, die das zeitgenössische Subjekt zur Selbstkontrolle anstiftet. Anders ausgedrückt: Selbst das, was ich wegwerfe, muss ich nun rationalisieren, operationalisieren und als Kapital meines Selbst möglichst optimal in den Wettbewerb einbringen.

### 3 | Social-Media-Ökonomie

Dieser zugegeben recht provokative Einstieg in die Frage von Partizipation und Social Media zeigt *in a nutshell* bereits die Grenzen

und Bedingungen, die die etablierten Social-Media-Regime derzeit setzen. Es ist wichtig zu sehen, dass das „Social“ in Social Media vor dem Hintergrund der je historisch verfassten Sozialität verortet ist und gleichzeitig präskriptiv und performativ an ihrer Verfasstheit mitarbeitet. Social Media ist ein iteratives und am Feedback orientiertes Gefüge von Subjektivitäten, Körpern, Technologien und Affekten. Im asymmetrischen Zusammenspiel und Wechsel der Kräfteverhältnisse dieses Gefüges läuft Social Media immer bereits eingebettet in den jeweiligen historischen Verfasstheiten und Vorstellungsvermögen. Der Niedergang einer Inkarnation von Social Media deutet dann auf den Beginn einer bereits marginal anderen Verfasstheit oder Phase hin. Dieser Wechsel läuft entlang einer Druckentlastung, die die verblasende Phase nicht gewähren konnte.

Email ist ein wunderbares Beispiel, denn es ist schwer vorstellbar, auf eine Email mit *Like* zu antworten. Ein Beispiel in die anderen Richtung ist der *mobile turn*: Facebook hat zunehmend Probleme mit User/innen, die per Smartphone auf Facebook kommunizieren, denn das Platzieren von Werbung auf dem kleinen Screen bleibt schwierig; gleichzeitig ist der mobile Datentransfer de facto nicht *flat*. Facebook reagiert auf diese Verschiebung des Gefüges im Kern mit zwei Strategien: (1) kostenlosen mobilen Facebook-Zugang durch intensive Kooperationen mit Mobilfunkbetreibern, (2) in sehr aggressiver Art das gesamte Smartphone kapern. Nichts anderes ist das jüngste Projekt „Facebook Home“<sup>8</sup>, das auf Android Phones einen Layer zwischen Operating System und Interface einzieht, den Facebook vollständig kontrolliert und durch den alles durch muss, was das Phone prozessiert. Der Layer kann jede Datenbewegung zu Facebook schicken und hat Zugriff auf GPS- und Funkzellenortdaten, die für das Schalten von Werbung wichtig sind.

Social Media ist durchgängig gekennzeichnet durch enormen ökonomischen Druck und wenig Nachhaltigkeit. Dies ist vielleicht das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung von vorherigen Phasen der Vernetzung. Der

Feldzug gegen den *turing complete* Universalcomputer und die Stärkung des spezialisierten Appliances Computer, wie ihn Cory Doctorow so treffend beschrieben hat<sup>9</sup>, ist die Chiffre zeitgenössischer IT-Unternehmensstrategien zur Kontrolle digitaler Medien. „Facebook Home“ lässt sich hier ansiedeln: Es wandelt das *general purpose* Smartphone in eine Facebook Appliance um.

Allgemeiner ausgedrückt heißt dies, dass Partizipation durch und mit Social Media von einem Regime der ökonomischen Verwertung *abhängt*. Social Media ist zurzeit (vielleicht ändert sich dies eines Tages) ein Produkt zur Vermarktung der Daten, Schaltung von Werbung, Data Mining, Relationierung, Analyse des Social Graph. Das Soziale ist von vornherein eingebettet in eine Vielzahl von Prozessen, die in ökonomischer Hinsicht gestaltet wurden. Dies bedeutet aber auch, dass der Grad, auf dem Social Media läuft, schmal ist: Wenn einerseits nur prozessiert werden soll, was Profit bringt, darf andererseits die Quelle des Reichtums, also das, was die User posten, klicken und kommentieren, nicht verebben. Ein zu sehr auf Profit getrimmtes Interface mit zu vielen Werbeschaltungen läuft Gefahr, das Verstummen der User/innen zu forcieren.

### 3.1 | Neue Beteiligte

Partizipation durch Social Media ist genealogisch nicht mit politischer Partizipation verwandt. Wo das wahlfähige Alter mit entsprechender Staatsangehörigkeit die Partizipation an der repräsentativen Demokratie unbedingt garantiert, stehen Partizipation und Social Media vielmehr in der Entwicklungslinie von Interaktivität und Markt. Das erlaubte Eintrittsalter liegt bei Facebook bei zwölf Jahren und oft sind es die Eltern, die ihren Kindern unter zwölf beim Einstieg helfen (Boyd et al. 2011). Staatsbürgerschaft spielt keine Rolle. Partizipation wird vom Markt geregelt: Wer Zugang zum Internet hat, kann mitmachen.

In seiner kritisch-historischen Aufarbeitung interaktiver Medien stellt Mark Andrejevic

(2007) fest, dass die Partizipation von Usern im Feld der Medien stets dem Verkauf von Werbung diene. Der Unterschied zwischen der alten interaktiven Medien-Phase zur Web-2.0-Phase ist allerdings entscheidend: Das Feedback, das zur feinen taxonomischen Vermessung der Rezipienten/innen dient, wirkt heute in beide Richtungen. Durch unmittelbares Verarbeiten der Information – was der User auswählt – verändert sich das Angebot selbst (Wehner 2008).

Partizipation in den Sozialen Medien ist somit ein prozessiertes und algorithmisches Relationieren, das das Back-End veranlasst, im Front-End andere Inhalte auftauchen zu lassen. Der Software-Studies-Theoretiker David Berry spricht deshalb in diesem Zusammenhang von einer „code based condition“, die uns „new social forms enmediated by the computational“ bescheren (Berry 2013: 34f). Doch von dieser maschinischen Partizipation erfährt der User nichts, denn das Back-End ist opak, unreachbar, abgeschieden. Die Einmischung des Systems verändert das Geschehen für die User/innen erheblich, da durch ein am Feedback orientiertes Einspeisen neuer Inhalte letztlich der Ausgang der Kommunikation gelenkt und somit Zukunft maschinell gestaltet wird (Berry 2013: 46ff; Hörl 2011). Auf der Oberfläche der Plattformen ist dies selten zu erkennen. Die Maschinen greifen subtil in die Inhalte ein. Allen Datentransfers liegt anteilig eine Partizipation von algorithmischen Operationen bei, die sich systemisch bedingt in alles einmischt, was User klicken und posten. Die Maschine, so ließe sich sagen, ist selbst am Geschehen mitbeteiligt, indem sie lenkt und rankt.<sup>10</sup>

### 3.2 | Terms of Services regeln die Partizipation

Was in der politischen Partizipation bürgerlicher Demokratien die Gesetze sind, die letztlich von den Repräsentanten der Partizipierenden geschrieben werden und von der Exekutive eines Staates durchgesetzt werden, sind in der

Welt von Social Media die Terms of Services (ToS). Und erneut könnte die genealogische Differenz kaum größer sein. ToS werden, im Unterschied zur Verfassung der meisten Staaten, regelmäßig und ohne Ankündigung von den Unternehmen geändert; sie werden von den Juristen/innen der Unternehmen ausschließlich im Sinne der Unternehmen formuliert und müssen, besonders in den USA, nur sehr wenig Rücksicht auf Privacy Gesetze nehmen.<sup>11</sup> Partizipieren an dieser „Verfassung“ der Social Media ist für die User/innen nicht möglich. Facebook hat solche Beteiligungsverfahren eine Zeit lang als Simulation erlaubt; nach Kritik an der Ignoranz gegenüber den Meinungen und Argumenten der User wurde das Verfahren aber abgestellt.

Wie groß die Differenz der Realitäten der User und der Konzerne ist, zeigt die Tatsache, dass beinahe niemand die ToS liest. So kann es kommen, dass jemand seinen Zugang zum Account verliert und die jahrelange Pflege des Profils umsonst war, wenn dabei die Klarnamenpflicht (bei Facebook) verletzt wurde. Die Geschichte von gelöschten und zensierten Inhalten auf Facebook ist inzwischen so lang, dass sich niemand mehr erinnert; es gibt hier kein Archiv, das nicht ausschließlich dem Konzern zugänglich ist.

#### 4 | Überwachen und Verkaufen

Den wenigsten Usern ist bewusst, was es heißt, wenn sie einer Firma wie Facebook das Recht einräumen, ihre Daten zu verwerten. Facebook arbeitet eng mit den größten Consumer Data Brokers der Welt zusammen (z.B. *Epsilon* oder *Acxiom*), deren Bestände nicht nur US-Amerikaner umfassen.<sup>12</sup> *Acxiom* geht regelmäßig in vielen Ländern „Daten shoppen“ z.B. Melde-daten, Krankenakten oder Steuernummern. Der Data-Broker-Markt ist längst global und kaum regulierbar. Einmal gewonnene Daten werden nicht mehr gelöscht. Wenn ein User den beschwerlichen Weg geht und Facebook dazu bringt, alle Daten zum Profil, alle Likes, alle Chat-Mitschnitte, das gesamte Web-Tracking<sup>13</sup>

usw. tatsächlich zu löschen, behalten die Kunden von Facebook die Daten weiterhin. Zusätzlich sei angemerkt, dass diese Drittfirmen Service-Verträge mit den großen Überwachungsdiensten der USA abgeschlossen haben. Um die für öffentliche Einrichtungen strengen gesetzlichen Regelungen zu umgehen, verkauften nach dem 11. September 2001 viele US-Behörden ihre Daten an kommerzielle Data Broker. Damit wurde das Zusammenführen von öffentlich und kommerziell gesammelten Daten legal. Die Zugangsschnittstellen für Behörden auf Social-Media-Plattformen sind standardisiert. Kein Service Anbieter kann den Anfragen der Behörden mehr manuell hinterherkommen. Lediglich Abfragen von Emailkonten werden z.B. von Google kurz geprüft.<sup>14</sup>

Auch wenn das Thema Data Mining, Sammeln, Aggregieren und der graue Markt dahinter hier nicht das eigentliche Thema ist, spielen die Aspekte – im Unterschied zur politischen Partizipation – bei der Teilnahme an Social Media eine wesentliche Rolle. Es gibt keine Anonymität in den Sozialen Medien. Es gibt keine Privatsphäre und es gibt auch fast kein Recht darauf. Die Privacy-Debatte zu Facebook flammt zwar immer wieder auf. Ihr Problem ist im Kern aber technologisch längst nicht mehr einholbar: Jeder Datenbankprogrammierer weiß, dass die Pseudo-Anonymisierung von Datenbeständen, um die es in dieser Debatte meist geht, mit wenigen Kniffen aufgehoben werden kann. Zu groß sind die Relationierungsmöglichkeiten der vielseitigen Daten.

Wer sich fragt, ob es nicht Alternativen zur Totalüberwachung in der Welt der Social Media gibt, kann immerhin einige wenige Ausnahmen entdecken: Dies sind Open-Source-Plattformen, die nicht-kommerziell von engagierten Aktivisten selbst betrieben werden. Die 15M-Bewegung in Spanien konnte einen Teil ihrer Kommunikation über die Plattform Lorea<sup>15</sup> führen, dank engagierter Technikaktivisten und „Agenten“ im Feld, die Aufklärung betrieben und für Lorea warben. Doch die Unterschiede zwischen Facebook und Lorea

liegen auch noch in einem anderen Feld als dem der Überwachung und Datenspeicherung.

## 5 | Social Media als Biomacht

Das eingangs erwähnte Beispiel der BinCam ist voraussetzungsreicher, als es auf den ersten Blick scheint. Neben dem Umweg der Validierung der Digitalfotos durch die *Amazon Mechanical Turk Crowd* ist die unbezahlte Arbeit der Userinnen eine der Voraussetzungen. Es lohnt, hierauf kurz einzugehen, denn die Frage des Subjekts von Social Media drängt sich bei diesem Beispiel besonders auf.

Michel Foucault hat darauf hingewiesen, dass die Frage nach Universalien in Bezug auf das Subjekt irreführend ist, dass das Subjekt vielmehr als Effekt von Subjektivierungsprozessen zu verstehen ist, die sich historisch und lokal je unterscheiden.<sup>16</sup> Diese Subjektivierungsprozesse sind in Relation zu drei historisch erschienen Machttypen zu sehen, die laut Foucault heute in unterschiedlicher Ausprägung weiterhin am Werk sind: Souveräne Macht, Disziplinarmacht sowie Biomacht. Die chinesischen Wanderarbeiter, die die Kameras für die BinCam produziert haben, sind zuallererst einem Disziplinarregime unterworfen, das ihnen vorschreibt, wie sie am Arbeitsplatz ihre drei Handbewegungen 3000 mal am Tag im fordistischen Produktionsprozess zu tätigen haben. Die User der BinCam wiederum sind überwiegend dem Biomacht-Regime unterworfen, das einerseits einen viel weitgehenderen Zugriff auf ihre Körper und ihren Kopf hat, als die Disziplinarmacht der Chinesen/innen, denn dort geht es nur um Drill, hier aber um Unterwerfung unter ein System, das vom Subjekt sogar verlangt, seinen Müll als rationalisiertes Problem des eigenen Lebens zu internalisieren. Andererseits ist diese zwanghafte Zwanglosigkeit der Garant der Wahrnehmung der Biomacht als *Freiheit*. Das Prinzip dieser Freiheit ist das Selbst-Management der Subjekte, denen innerhalb eines ökonomischen Kalküls Optionen eröffnet werden, für deren Wahl sie selbst verantwortlich sind und somit auch die

Risiken ihres Lebensvollzugs selber managen müssen. Vereinfacht gesagt kann das Biomacht-Regime auf der Ebene der Mentalität der Subjekte einwirken, während das Disziplinarregime auf die Körper von Individuen abzielt und keinen Unterschied zwischen ihnen macht. Biomacht ist effektiver, indem sie das Subjekt überzeugt, dass es sich selbst regieren möge. Gleichzeitig käme sie in den chinesischen Foxconn-Fabriken schnell an ihre Grenzen.

Die politische Technologie, die die Biomacht in Stellung bringt, nannte Foucault Gouvernamentalität, gewissermaßen das Regieren der Mentalität. Sie baut auf der Pastoralmacht des Bekenntnisses auf, eine säkularisierte Regierungstechnologie, die Subjekte zum Reden auffordert. Soziologie, Politikwissenschaft und weitere Humanwissenschaften sind die Wissensformationen, die das redende Subjekt auswerten und in den Diskurs überführen. Dieser zugeben grobe Abriss einiger Konzepte Foucaultscher Prägung soll genügen, um das Thema Partizipation und Social Media in ein historisch verortetes Licht zu setzen:

Social Media in Gestalt von Facebook und ähnlichen Diensten baut auf gouvernementalen Regierungstechnologien auf. Das Subjekt wird auf Facebook ständig aufgefordert zu schreiben, was ihm durch den Kopf geht. Gerald Raunig (2011) beschreibt Facebook deshalb als Beichtmaschine und Carolin Wiedemann (2011) versteht Facebook als Assessment-Center der täglichen Lebensführung. Diese Verfasstheit bestimmt auch, welche Prozesse gemeinschaftlicher Projekte auf Social Media in welcher Art begleitet oder angestoßen werden. So haben Nathalie Fenton und Veronica Barassi (2011) die Probleme untersucht, die Social Media für organisierte politische Gruppen und Organisationen bedeuten können: Das von allen Mitgliedern einer Organisation diskutierte Statement wird im schnellen Stream der News auf Facebook gleichwertig mit dem Trollkommentar eines einzelnen Jugendlichen gesehen. Social Media favorisieren das Individuum, ist deren Bilanz. Kollektive Arbeit ist auf den gängigen Plattfor-

men kaum abbildbar und differenzierbar von Individualpostings. Dies ist kein Wunder, soll Werbung ja an einzelne Subjekte geliefert werden. Nicht-kommerzielle Open-Source-Plattformen, wie das genannte Lorea oder auch Crabgrass von RiseUp, stellen andere Tools bereit, die viel weniger auf das Individuum abzielen, sondern zur Zusammenarbeit einladen und kollektive Prozesse unterstützen.<sup>17</sup>

## 6 | Transnationalität, Lokalität, Platz

Das alte Lied der weltweiten Vernetzung, die das Internet zustande bringe, taucht zwar gelegentlich noch in cyber-libertären Botschaften auf; so richtig daran glauben mag jedoch niemand mehr. Die wohl vorläufig letzte Vermassung des Internets durch Social Media hat andere Bedürfnisse an das Netz angeschlossen. Das Netz ist heute nicht mehr Projektionsfläche von Wünschen und Träumen und auch kein Ort des symbolischen Handelns. Vielmehr findet zunehmend ein Zusammenfall von Online- und Offline-Welten statt, je stärker das Netz z.B. mobil wird und den Alltag strukturiert. Saskia Sassen (2011) hat darauf hingewiesen, dass das Spannende an Facebook lokale Gruppen sind und nicht der Mythos einer sich entwickelnden Weltgesellschaft. Es vernetzt sich, wer sich bereits kennt.

Auch wenn unumstritten bleibt, dass der Zugang zu Wissen und zu Nachrichten verschiedenen Quellen einen historischen Höhepunkt erreicht hat<sup>18</sup>, bleibt der Netzwerkeffekt bescheiden. Denn Partizipation braucht, um einen Unterschied zu machen, einen längerfristigen Resonanzraum. Schaut man jedoch auf die Like-Partizipations-Kultur, kommen Zweifel auf, ob dieser Raum hier entstehen kann. Selbst Kampagnen zu Ereignissen von großer Bedeutung schaffen selten den Sprung in die Offline-Welt. Bekannt sind die aus dem Ruder geratenen Party-Ankündigungen auf Facebook und kurzfristige Flashmobs.

Bereits was die Rolle der Social Media in der Arabellion angeht, gehen die Meinungen weit auseinander. Sicher ist, dass für eine be-

stimmte, westlich orientierte Gesellschaftsschicht Plattformen wie Facebook und Twitter eine Hilfe in der Anfangszeit waren, und zwar besonders, um Exil-Communities in den USA und der EU zu mobilisieren. Ebenso gesichert ist, dass ungezählte Aktivisten aus Ägypten, Tunesien, später Libyen und Bahrain und heute Syrien durch ihre Social-Media-Nutzung Folter und Tod erlitten und erleiden. Was in der Social-Media-Euphorie gern übersehen wird, ist die reale Gefahr, die ihren Nutzern in solchen Regimen droht.<sup>19</sup>

Ebenfalls sicher ist, dass praktisch alle Revolten der letzten Zeit einen Ort wiederbelebten, der lange vergessen war: den Platz. Ob als Aneignung von Territorium, Rückzugsraum, Diskussionsort: Social Media hat zum Wiedererstarken von öffentlichen Plätzen verholfen; viel mehr noch hat es aber zur Kommunikation *auf dem Platz* beigetragen. Dies haben die Occupy-Ereignisse in Spanien und den USA gezeigt. Es ist vielleicht dies das Überraschende an dem Effekt von Social Media auf Partizipation: dass sich damit Orte herstellen lassen, deren Erhalt mit Twitter, Lorea, oder Facebook vereinfacht und *unterhaltsamer* wird. Denn ein großer Teil der kursierenden Tweets und Nachrichten der Occupy-Ereignisse waren Witze über Regierungen und Vermögende. Social Media hat identitätsstiftende und affektive Funktionen, vielleicht mehr noch als organisatorische.

## 7 | Ausblick

Das Wachstum des Internets ist an seine Grenzen gekommen. Absehbar bleibt, dass global kaum mehr als 35 Prozent der Menschen Zugang zum Internet haben, darunter die USA, Europa sowie einzelne Länder Asiens (zunehmend auch China) mit hohen Zugangszahlen. Hingegen ist gerade in ärmeren Ländern der Zuwachs von Mobiltelefonen ungebremsst. Social Media wandelt sich schon alleine aus diesem Grund von einer Internettechnologie zur einer Mobilfunkendgeräte-Technologie. Facebook lässt sich inzwischen mit 20 USD

Handys und schwarz-weiß-Bildschirm per USSD<sup>20</sup> bedienen (Leistert 2013). Der französische Mobilfunkkonzern *Orange*, der Marktführer in vielen afrikanischen Ländern ist, hat mit Facebook hierzu einen Deal abgeschlossen, der Facebook Zugang zu diesen Märkten und Köpfen erlaubt.

Social Media kann in dieser Inkarnation in armen Ländern, so meine Einschätzung, tatsächlich viel bewegen; allein weil Festnetztelefonie in weiten Teilen Afrikas kaum je eine Rolle gespielt hat. Dass Facebook sehr geschickt diejenigen an seine Data-Mining-Plattform anschließt, die zum ersten Mal telekommunizieren, zeigt, welche strategische Weitsicht der Konzern hier hat. Denn Werbung ist auf einem 200 Zeichen s/w-Screen schwer schaltbar. Das Kalkül ist, dass eines Tages viele der User/innen in Ghana, Uganda und anderen Ländern ein Smartphone besitzen, das Werbung darstellen kann. Nathan Freitas, Entwickler von Open-Source-Anti-Zensur- und Verschlüsselungs-Software für die Android-Plattform<sup>21</sup> und Free-Tibet-Aktivist, berichtete mir nach einem dreimonatigen Recherche-Trip in Nepal, Indien und der Grenze zu Tibet (die chinesische Regierung lässt ihn schon lange nicht mehr einreisen) von zahllosen Android-Phones chinesischer Herkunft unter 80 USD, die wir im Westen nie zu Gesicht bekommen werden. Social-Mobile-Media wird viel verändern. Wahrscheinlich aber weniger hierzulande, sondern dort, wo es ums blanke Überleben geht.

*Dr. Oliver Leistert* ist Medienwissenschaftler an der Universität Paderborn. Blog: <http://nomedia.noblogs.org/>. Kontakt: [oleist@zeromail.org](mailto:oleist@zeromail.org).

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Enzensberger schrieb seinerzeit, im Ausgang der 68er, gegen den Avantgarde-Anspruch einer kommunistischen Partei oder anderer top-down verfassten Organisationen an. Des Weiteren sind dies verkürzte Micky Maus-Versionen Brechts und Enzensbergers.

<sup>2</sup> Besonders der etablierte Kern der deutschsprachigen Wikipedia-Macher ist seit Jahren dafür bekannt, mit dem Argument der „Relevanz“ Einträge zu streichen. Der Artikel zur Relevanz ist entsprechend beeindruckend lang: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Relevanzkriterien>. Im Kern liegt dies an der Orientierung an klassischen Nachschlagewerken sowie dem in der Praxis sehr schwer beizukommenden „neutral point of view“, der in der Wissenschaft ungefähr seit Ludwik Fleck, Thomas Kuhn und Paul Feyerabend, spätestens aber seit Donna Haraways Kritik am „modest witness“ als weiße, männliche Machtfigur in dieser naiven Form ausgedient hat.

<sup>3</sup> An anderer Stelle habe ich versucht zu zeigen, wie bereits in Netzwerkprotokollen eine radikale Dezentralisierung und Verteilung von Ressourcen implementierbar ist (Leistert 2011). Es ist bemerkenswert, dass die meisten Social-Networking-Alternativen auf radikale Dezentrierung setzen, um bereits auf Netzwerkebene für Unzensurbarkeit, Robustheit und Souveränität der einzelnen Knoten zu garantieren. Siehe z.B. das Freedom Box Projekt: <http://freedomboxfoundation.org>. Das Motto lautet: „We live in a world where our use of the network is mediated by organizations that often do not have our best interests at heart. By building software that does not rely on a central service, we can regain control and privacy. By keeping our data in our homes, we gain useful legal protections over it. By giving back power to the users over their networks and machines, we are returning the Internet to its intended peer-to-peer architecture.“

<sup>4</sup> Siehe <http://di.ncl.ac.uk/bincam/>. Das Motto lautet: „Waste logging for behavioral change“.

<sup>5</sup> Zu Amazons Mechanical Turk siehe Aytes 2013. Das Motto lautet: „Artificial artificial intelligence“.

<sup>6</sup> Es wird im Text unregelmäßig abwechselnd die weibliche und männliche Form benutzt.

Gemeint ist, wenn nicht explizit anders vermerkt, immer auch die andere Form.

- <sup>7</sup> Z.B. in den Foxconn-Fabriken, deren ca. 1,2 Millionen Arbeiter/innen in militärisch reglementierten, fordistischen Arbeits- und tayloristischen Managementregimen nach durchschnittlich zwei Jahren verbraucht sind. Foxconn stellt ca. 50 Prozent der Consumer Elektronik weltweit her. Zu den katastrophalen Zuständen am unteren Ende der Wertschöpfungskette digitaler Kultur siehe Ngai 2013.
- <sup>8</sup> Siehe <https://www.facebook.com/home>.
- <sup>9</sup> Eröffnungsvortrag zum 28. Chaos Communications Congress, 27.12.2011. In etwas holprig übersetzter, transkribierter Fassung mit dem Titel „Der kommende Krieg gegen universelle Computer“ siehe: <http://achnichts.cwoehrl.de/?p=3782>. Zentrale Aussage ist: „In Zukunft wird unsere Freiheit davon abhängen, ob wir in der Lage sind, unsere Geräte zu überwachen und sinnvolle Regeln für die Prozesse, die darauf laufen, festzulegen.“
- <sup>10</sup> Dass Medien Denken machen, wie Lorenz Engell es einmal knackig ausdrückte, ist nicht erst seit ihrer Digitalität der Fall. Das Werk Derridas lässt sich als Versuch lesen, Schrift als Medium ernst zu nehmen. Zur Medialität des Computers allgemeiner siehe Krämer 1998.
- <sup>11</sup> Siehe hierzu den Beitrag von Thilo Weichert in diesem Heft.
- <sup>12</sup> Die Electronic Frontier Foundation beobachtet den Datenhandel und publiziert regelmäßig dazu unter <https://www EFF.org/deplinks/2013/04/disconcerting-details-how-facebook-teams-data-brokers-show-you-targeted-ads>.
- <sup>13</sup> Web-Tracking ist das Verfolgen des Surfens von User/innen, meist per Cookie. Facebook ist hier besonders innovativ: Unabhängig davon, ob jemand überhaupt ein Facebook-Account hat, setzt Facebook jeder Besucher/in einer Website, auf der ein Like-Button abgebildet ist, einen Cookie, der bis zu seiner Löschung permanent das Surf-Verhalten an Facebook schickt. Diese Daten werden in Online-Auktionen der Werbeindustrie ad hoc verkauft, um auf dem Bildschirm der User/in wiederum die passende (?) Werbung zu setzen. Diese Werbung ist ein direktes Produkt der Surf-Geschichte der User/in selbst. Zum Verkauf der User in Online-Auktionen siehe den Vortrag von Frederik Zuiderveen Borgesius am 9.3.2012 in Amsterdam unter <http://networkcultures.org/wpmu/unlikeus/2012/03/09/frederik-zuiderveen-borgesius-on-online-audience-buying/>.
- <sup>14</sup> Google publiziert seit einigen Jahren einen Transparency Bericht zu Behördenanfragen, der lesenswert ist unter <http://www.google.com/transparencyreport/userdata-requests>.
- <sup>15</sup> Siehe <https://n-1.cc/g/lorea/>. Zur Hochzeit des Protests wuchs die Nutzer/innenzahl rasant auf über 50.000 an. Zu den Problemen alternativer Plattformen siehe Barocas et al. 2013.
- <sup>16</sup> Es gibt keinen Kerntext Foucaults hierzu. Zur Entwicklung der Biomacht und Gouvernementalität sei auf Foucaults Vorlesungen verwiesen, Foucault 2004.
- <sup>17</sup> Siehe <https://we.riseup.net>. Wikis, Diskussionsforen, kollektiv verwaltete Bookmarks und Gruppentools mit mächtigen Funktionen sind vielleicht die entscheidenden Differenzen zu Facebook auf der Tool-Ebene.
- <sup>18</sup> Durch die Paywalls fast aller Online-Zeitungen und das neue Leistungsschutzrecht ist der Höhepunkt vielleicht bereits überschritten.
- <sup>19</sup> Seit dem Sturz Mubaraks haben beinahe alle Regime und Regierungen die Telekommunikations-Infrastruktur um Echtzeitüberwachungskomponenten erweitert. In Kontrollräumen werden Crowdbewegungen analysiert, während parallel die sozialen Netzwerke der Subjekte aus verschiedenen Datenquellen errechnet und in Relation zu den gerade stattfindenden Ereignissen gebracht werden. Es wäre naiv zu glauben, dass ein Empowerment, wie es mobile Medien darstellen, nicht mit souveränen Regierungsmitteln wieder eingefangen wird. Siehe hierzu Leistert 2012. Zu den Aufständen in den Mittelmeerstaa-

ten bis Bahrain siehe Dabashi 2012. Dabashi verweist besonders auch auf den generellen Medienwandel der letzten Jahre und setzt so die Rolle von Broadcast Media ins Verhältnis zu Social Media.

<sup>20</sup> USSD steht für Unstructured Supplementary Service Data und ist ein Teil des GSM Protokolls, das 182 Zeichen senden kann. Gesteuert wird es mit Befehlen wie \*325#. Bekannt ist es hierzulande zum Abrufen der Höhe des Guthabens.

<sup>21</sup> Siehe <https://guardianproject.info/>.

## Literatur

*Andrejevic, Mark* 2007: iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era. Kansas: University of Minnesota Press.

*Aytes, Ayhan* 2013: Return of the Crowds. Mechanical Turk and Neoliberal States of Exception. In: Scholz/Trebor (Hg.): Digital Labor: The Internet as Playground and Factory. London/NY: Routledge, 79-97.

*Barocas, Solon/Gürses, Seda/Narayanan, Arvind/Toubiana, Vincent* 2013: Unlikely Outcomes? A Distributed Discussion on the Prospects and Promise of Decentralized Personal Data Architectures. In: Lovink, Geert/Rasch, Miriam (Hg.): Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and their Alternatives. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 347-363.

*Berry, David M.* 2013: Against Remediation. In: Lovink, Geert/Rasch, Miriam (Hg.): Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and their Alternatives. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 31-49.

*Boyd, Danah/Hargittai, Eszter/Schultz, Jason/Palfrey, John* 2011: Why Parents Help Their Children Lie to Facebook About Age: Unintended Consequences of the ‚Children’s Online Privacy Protection Act‘. In: First Monday, Jg. 13, Heft 11. Unter <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075>.

*Brecht, Bertolt* 1967 (OA 1932): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Bertolt

Brecht: Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 127-137.

*Dabashi, Hamad* 2012: The Arab Spring: The End of Postcolonialism. London/NY: Zed Books.

*Enzensberger, Hans Magnus* 1970: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch, Jg. 20, 159-186.

*Fenton, Natalie/Barassi, Veronica* 2011: Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation. In: The Communication Review, Jg. 14, Heft 3, 179-196.

*Foucault, Michel* 2004: Geschichte der Gouvernementalität. 2. Bd., Frankfurt am Main: Suhrkamp.

*Hillgärtner, Harald* 2010: Citizendium vs. Wikipedia - Handeln mit verteilten/vertauschten Rollen? In: Bierwirth, Maik/Leistert, Oliver/Wieser, Renate (Hg.): Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation. München: Fink, 59-76.

*Hörl, Erich* 2011: Die technologische Bedingung. Zur Einführung. In: Hörl, Erich (Hg.): Die technologische Bedingung. Beiträge zur Beschreibung der technischen Welt. Berlin: Suhrkamp, 8-53.

*Krämer, Sybille* 1996: Medien - Computer - Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

*Leistert, Oliver* 2010: Individuation, Nachbarschaft und Protokoll - Spontane Routen-Emergenz in Meshnetzwerken. In: Bierwirth, Maik/Leistert, Oliver/Wieser, Renate (Hg.): Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation. München: Fink, 33-46.

*Leistert, Oliver* 2012: Mobile Media: Protest and Surveillance. On the Political Rationality of Ubiquitous Individual Connectivity. Dissertation Univ. Paderborn. Unter <http://digital.ub.uni-paderborn.de/hs/content/titleinfo/555530>.

*Leistert, Oliver* 2013: Smell the Fish. Digital Disneyland and the Right to Oblivion. In: First Monday, Jg. 18, Heft 3. Unter <http://>

/firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4619/3422.

*Ngai, Pun/Huilin, Lu/Yuha, Guo/Yuan, Shen* 2013: *iSlaves. Ausbeutung und Widerstand in Chinas Foxconn-Fabriken*. Wien: Mandelbaum.

*Raunig, Gerald* 2011: *Dividuen des Facebook. Das neue Begehren nach Selbstzerteilung*. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript, 145-160.

*Ross, Andrew* 2013: *In Search of the Lost Paycheck*. In: Scholz, Trebor (Hg.): *Digital labor: The Internet as Playground and Factory*. NY/London: Routledge, 13-32.

*Sassen, Saskia* 2011: *Das minimalistische Facebook. Netzwerkfähigkeit in größeren Ökologien*. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript, 249-253.

*Wehner, Josef* 2008: „*Taxonomische Kollektive*“ – Zur Vermessung des Internets. In: Willems, Herbert (Hg.): *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 363-382.

*Wiedemann, Carolin* 2011: *Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung*. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript, 161-182.

## Datenschutz, Bürgerrechte und Social Media

Thilo Weichert

### 1 | Eigenschaften des Netzes

Das in Deutschland geltende Datenschutzrecht, insbesondere das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), ist in vieler Hinsicht noch von der Großrechnertechnologie der 1970er Jahre des 20. Jahrhunderts geprägt. Wir befinden uns aber inzwischen in einer Informationsgesellschaft, die vom stationär wie mobil nutzbaren interaktiven Internet geprägt ist. Im Internet kommunizieren nicht nur Menschen miteinander und informieren sich mit Hilfe entsprechender technischer Geräte. Es ist zugleich eine automatisierte Kommunikationsplattform unter Einsatz digitaler Geräte.

Das Netz weist vier technikspezifische Eigenschaften auf, die gravierende Konsequenzen für das Datenschutzrecht im Besonderen und für den Grundrechtsschutz im Allgemeinen haben:

- Die Virtualität des Netzes schafft neben der analogen eine digitale Realität, die mit der analogen in einem engen gestaltbaren Wechselspiel steht. Wegen der Auswirkungen dieser digitalen Realität auf das Persönlichkeitsrecht der Menschen kann und muss ordnend bzw. regulierend eingegriffen werden.
- Das Netz ist universell und konvergent. Dadurch werden im analogen Raum bestehende Grenzziehungen zwischen Lebens- und Medienwelten, also etwa zwischen privat und öffentlich, Konsument und Produzent, Information und Einwirkung, eingeebnet.
- Die Globalität des Netzes erschwert eine Lokalisierung informationstechnischer Sachverhalte, die Zuordnung von Verantwortung hierfür und staatliche Interventionen.
- Das Netz ist gekennzeichnet durch den paradox erscheinenden Widerspruch von In-

transparenz der Datenverarbeitung und Anonymität der Nutzenden einerseits und absoluter Kontrollierbarkeit andererseits.

Die Chancen, die dieses Netz mit sich bringt, bestehen im optimierten Einsatz unseres Wissens zur Bewältigung der mit der Industriegesellschaft geschaffenen Probleme und Gefahren. Tatsächlich schafft die globale elektronische Kommunikation die Voraussetzung zur Information über und zur Bewältigung von Hunger, Naturkatastrophen und Krieg. Zugleich wird sie zur Grundlage unserer demokratischen Meinungsbildung und der Inanspruchnahme unserer Freiheitsrechte. Die Funktionen elektronischer Medien für demokratische Transparenz und demokratische Entscheidungen sind evident. Doch auch unsere klassischen Freiheitsrechte, vom Schutz von Beruf, Eigentum und Wohnung bis hin zum Schutz von Familie und Religionsausübung, haben inzwischen eine informationstechnische und damit eine digitale Dimension erlangt. Diese digitale Dimension liegt nicht nur in der Befreiung der Freiheitsrechte von natürlichen Grenzen von Zeit und Raum, sondern auch in deren Bedrohung durch Überwachung, Kontrolle, Diskriminierung und Manipulation.

## 2 | Normative Grundlagen

Da sowohl diese Möglichkeiten als auch diese Gefahren bei der Schaffung unseres Grundgesetzes im Jahr 1949 noch nicht absehbar und ausdrücklich formulierbar waren, entwickelte das Bundesverfassungsgericht mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung (BVerfG 1984: 419 ff.) und jüngst mit dem Recht auf Gewährleistung der Vertraulichkeit und Integrität informationstechnischer Systeme unseren Grundrechtsschutz (BVerfG 2010: 833 ff.) weiter und begründete diesen für die digitale Welt. Mit der seit Dezember 2009 in Kraft befindlichen Grundrechtecharta der Europäischen Union mit ihrem Grundrecht auf Datenschutz in Artikel 8, wurde dieser Fortschritt für ganz Europa ausdrücklich festgeschrieben

und im Hinblick auf die demokratische Funktion der Informationstechnik weiterentwickelt.

Dass diese Entwicklung nicht historisch zwangsläufig ist, zeigen die Blicke in andere Teile der Welt: In den USA wird der Grundrechtsschutz für die digitale Welt bis heute nicht als eine staatliche Aufgabe angesehen, sondern weitgehend dem freien Spiel der Kräfte des Marktes überlassen (Weichert 2012a: 113 ff.). Der radikale Gegenentwurf zu unserer europäischen Entwicklung ist China, wo der informationstechnische Fortschritt zur politischen und ökonomischen Festigung eines autoritären Regimes ohne Meinungs- und Betätigungsfreiheit und ohne Persönlichkeitsschutz genutzt wird. Und ein Blick in die islamische Welt zeigt, dass auch dort der Siegeszug der Informationstechnik nicht zwangsläufig zu Meinungspluralität, Toleranz und Freiheit führt (Weichert 2012b: 418 ff.).

Wir haben also einen globalen Wertekonflikt, der von der Politik als solcher noch nicht in seiner ganzen Dimension wahrgenommen wird. Dieser Wertekonflikt betrifft nicht nur Recht und Technik. Vielmehr müssen psychologische, pädagogische, soziale, ökonomische und politische Rahmenbedingungen mit in den Blick genommen werden, um unsere demokratischen und sozialen Freiheiten in der Informationsgesellschaft zu bewahren.

Internet-Datenverarbeitung, insbesondere die Veröffentlichung und der Austausch von personenbezogenen Daten, wie bei Social Media üblich, stellt grundlegende Prinzipien des Datenschutzes auf den Kopf: Das Zweckbindungsprinzip ist beim weltweiten zweckfreien digitalen Austausch über Social Media nicht mehr durchzusetzen. Die Grundsätze der Datensparsamkeit und der Erforderlichkeit stehen zu der herrschenden Tendenz diametral im Widerspruch, möglichst viele Informationen ins Netz zu stellen, diese umfassend zu verlinken und mit Suchmaschinen zu erschließen. Die Datenschutzforderung nach der „Gnade des Vergessens“, also nach einem „digitalen Radiergummi“ im Netz, ist angesichts des Umstandes des fast unbeschränkten Speicherplatzes

und der daraus resultierenden leichten Kopier- und redundanten Speichermöglichkeit scheinbar ein Relikt aus der vordigitalen Vergangenheit. Und das noch gültige Prinzip, die Anwendbarkeit des Datenschutzrechtes territorial an den Ort der Verarbeitung zu knüpfen, wird angesichts der Ubiquität der Verarbeitung ad absurdum geführt.

Angesichts dessen ist eine Anpassung des Datenschutzrechtes an die neuen Technikgegebenheiten dringend nötig. Derartige Vorschläge gehen bis zum Jahr 2001 zurück, als im Auftrag des Bundesministeriums des Innern Hans-Jürgen Garstka, Andreas Pfitzmann und Alexander Roßnagel nach einem umfangreichen Diskussionsprozess ihr Gutachten zur „Modernisierung des Datenschutzrechtes“ vorlegten. Nach dem 11. September 2001 stand dann die Terrorismusabwehr im Zentrum der Innenpolitik und die Aufgabe der Bürger-

rechts- und Datenschutzbewegten bestand darin, Angriffe auf die informationellen Bürgerrechte abzuwehren oder zumindest zu mildern. Erst am Ende des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts stand die Notwendigkeit des digitalen Grundrechtsschutz wieder auf der Tagesordnung, ausgelöst durch Datenskandale bei privaten Firmen in Deutschland sowie durch das ungezügelter Datensammeln von US-Internet-Unternehmen. Es folgten konstruktive Vorschläge zur Gesetzgebung, u. a. durch die Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder oder vom Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein.<sup>1</sup>

Die nationale Politik griff diese Vorschläge bisher nicht auf, sondern versuchte, das rechtliche Defizit mit einem RotelinienGesetzentwurf unter Innenminister Thomas de Maizière und mit der Forderung nach Selbstregulierung



zu beheben. Beide Mittel erwiesen sich als untauglich, zumindest in der bisher verfolgten Form. Von den vollmundigen und im Ansatz positiven Ankündigungen des schwarz-gelben Koalitionsvertrages von 2009 in diesem Bereich wurde praktisch nichts umgesetzt. Insofern besteht ein rechtlich-technisches Defizit, das aber nur begrenzt mit rechtlich-technischen Mitteln behoben werden kann.

### 3 | Das kollektive Ignorieren der Rechtsordnung

Eine äußerst beliebte Reaktion auf dieses Defizit ist, die Anwendbarkeit unserer bestehenden Regelungen zu bestreiten. Dass hinter den Regeln ein grundrechtlicher Anspruch der Menschen steht und ein freiheitsrechtlicher Gewährleistungsauftrag für den Staat, wird dabei gerne ausgeblendet. Wir haben in Deutschland ein Bundesdatenschutzgesetz und ein Telemediengesetz, welche diesen subjektiven Anspruch gesetzlich ausformen und den Gewährleistungsauftrag umsetzen. Wie mit den normativen Defiziten umgegangen werden kann, haben uns die höchsten deutschen Gerichte, allen voran das Bundesverfassungsgericht und der Bundesgerichtshof, vorgemacht, etwa indem sie im Hinblick auf die auch vom Grundgesetz geschützte Meinungsäußerungsfreiheit die Anwendung bestimmter alter Normen im Bundesdatenschutzgesetz begrenzten – so gesehen im rechtsfortbildenden Spick-Mich-Fall (BGH 2009: 2888 ff.).

In Sonntagsreden, sonstigen Werbeaktionen und Programmen beteuern alle Protagonisten in Wirtschaft, Verwaltung und Politik ihre Bindung an die Grundrechte und Gesetze, ohne die Herausforderungen wirklich anzunehmen. So beschwor z.B. der Deutsche Bundestag mit der Mehrheit der Regierungsfractionen Ende März 2012 die „Wachstumspotenziale der digitalen Wirtschaft“, wo u.a. ausgeführt wird: „Rechtsverletzungen dürfen auch in der digitalen Welt nicht akzeptiert werden.“<sup>2</sup> Diese Aussage ist erstaunlich angesichts des Umstands, dass Rechtsverletzungen in der digita-

len Welt nicht nur hingenommen, sondern bewusst und ohne rechtsstaatliche oder auch nur moralische Scham begangen sowie gedeckt wurden und weiterhin werden.

Die Fakten aus dem Bereich der Social Media sind ein abschreckendes, symptomatisches Beispiel dafür, wie staatliche Stellen Ungehorsam gegenüber dem Recht tolerieren, ja selbst verantworten. Das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz (ULD), also die Datenschutzbehörde Schleswig-Holsteins, wies im August 2011 darauf hin, dass allein die Nutzung von Facebook-Fanpages und Social Plugins wie des Gefällt-mir-Buttons gegen eine Vielzahl eindeutiger gesetzlicher Regelungen verstößt, wobei es sich dabei durchgängig um tagesaktuelle Normen handelt, die noch nicht vom Zahn moderner Technik weggenagt sind. Dies sind z.B. der § 15 Abs. 3 Telemediengesetz oder Artikel 5 Abs. 3 der europäischen e-Privacy-Direktive. Dass Facebook gegen das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen verstößt, ist ebenso unbestritten und wurde vom Landgericht Berlin bestätigt.<sup>3</sup> Gar nicht zu reden von den vielen Spezialpraktiken, etwa dem ungefragten Abziehen ganzer Adressbücher oder dem über längere Zeit praktizierten Erfassen von Gesichtsbildern mit kriminalistischen Methoden der Gesichtserkennung (Weichert 2012c: 716 ff.).<sup>4</sup> Dies ist die gemeinsame Bewertung aller deutschen Datenschutzbehörden, die von den meisten der in der Artikel-29-Arbeitsgruppe vertretenen europäischen Datenschutzbehörden geteilt wird.

Die Rechtsverletzungen in der digitalen Welt wurden und werden von den staatlichen Stellen nicht nur akzeptiert, sondern von diesen begangen. Seit eineinhalb Jahren weigern sich z.B. sämtliche betroffenen Ministerien Schleswig-Holsteins einschließlich des Ministerpräsidenten, ihre illegale Facebook-Fanpage-Praxis einzustellen bzw. bei nachgeordneten Stellen zu beenden. Es gibt Polizeidienststellen, Schulen mit einem pädagogischen Auftrag und Industrie- und Handelskammern, die mit ihrem schlechten Beispiel des Gesetzesungehorsams nacheilen.

Dem wird millionenfach gefolgt - von kapitalkräftigen Wirtschaftsunternehmen bis hin zu 8 bis 10-jährigen Kindern, bei denen die Nutzung von Facebook inzwischen zum sozialen Zwang geworden ist. Es gelten also insofern in Schulen und auf Unternehmenswebseiten in unserem demokratischen Rechtsstaat nicht mehr deutsche Gesetze, sondern die einseitig festgelegten Geschäftsbedingungen von Facebook. Es gelten nicht mehr die Prinzipien informationeller Selbstbestimmung und rechtsstaatlicher Garantien, sondern die Prinzipien maximaler Ausbeutung personenbezogener Daten und des Spaßes am Gadget nach dem Motto „Code is Law“ (Lessing 2010).

Facebook ist nur die Spitze eines gewaltigen Eisberges. Das ULD ist angetreten, mit rechtsstaatlichen Mitteln zu versuchen, das oberste Ende dieser Eisbergspitze ein wenig abzutragen. Dieser Versuch endete vorläufig bzgl. staatlicher Stellen im Innen- und Rechtsausschuss des Landtags - ohne Erfolg. Drei gegen Wirtschaftseinrichtungen in Schleswig-Holstein begonnene Musterverfahren, die seit Dezember 2011 beim Verwaltungsgericht Schleswig anhängig sind, waren im Frühjahr 2013 noch nicht weiter vorangekommen. Untersagungsverfügungen des ULD gegen Facebook Inc./USA und Facebook Ireland Ltd. wegen der von Facebook durchgesetzten Klarnamenpflicht der User, mit der das Recht auf pseudonyme Nutzung und auf unbeobachtbare Grundrechtsverwirklichung im Internet negiert wird, scheiterten zumindest im vorläufigen Rechtsschutzverfahren in der ersten Instanz im Februar 2013.<sup>5</sup>

#### 4 | Alternativen und Marktmacht

Datenschutz bei Social Media ist nicht nur rechtlich nötig, sondern auch technisch möglich. Viele Stellen in Europa aus Wissenschaft und Wirtschaft entwickeln in Projekten gemeinsam technische Lösungen, um Verbrauchersparenz und Wahlfreiheit, Datensparsamkeit und Identitätsmanagement, Datenhoheit der Nutzenden und kontrolliertes Outsourcing, also

kurz Datenschutz und Bürgerrechte bei Social Media, praktisch umsetzbar zu machen. Innovative Ideen und Vorschläge für grundrechtsfreundliche technische Lösungen für Social Media werden bekannt, setzen sich aber bisher nicht durch.

Datenschutz und Geldverdienen im Internet lassen sich in Einklang bringen, auch wenn dies zumindest teilweise eine Wende bei der Umsonst-Kultur im Netz zur Folge hätte, bei der die Nutzenden mit ihren Daten, also vor allem mit ihren Persönlichkeitsprofilen und mit Werbeeinblendungen, bezahlen. Das ULD bietet seit über 10 Jahren Datenschutz-Gütesiegel an, womit behördliche Grundrechtskonformität geprüft und bestätigt wird. Tatsächlich wurden drei europäischen Anbietern von Online-Behavioural-Advertising ULD-Datenschutzgütesiegel verliehen, also genau solchen Unternehmen, die aus Nutzungsdaten ihr Werbegeschäft machen und dabei gut verdienen und zugleich andere Unternehmen gut verdienen lassen.

Doch finden diese Bestrebungen bisher ihre engen Grenzen: Während die europäischen Anbieter sich an europäisches Recht halten müssen, tracken, scoren und profilieren Konkurrenzunternehmen aus Übersee, insbesondere mit Sitz in den USA, illegal, ungeniert und ohne Angst vor Sanktionen. Rechtskonformität wird so zum Wettbewerbsnachteil, weil Rechtsverletzungen von der herrschenden Politik und von vielen Marktteilnehmern in der Wirtschaft akzeptiert werden. Welche perfide Konsequenzen sich hieraus ergeben, zeigt der Umstand, dass der Verkauf von StudiVZ an Facebook im Jahr 2007 daran scheiterte, dass StudiVZ verpflichtet war und bleibt, sich an die gesetzlichen Regelungen in Deutschland zu halten.<sup>6</sup>

Angesichts dieser Situation war es geradezu wirtschaftsschädlich und rechtsstaatlich grotesk, dass Innenminister Hans-Peter Friedrich im November 2011 nach einem Treffen mit Richard Allan von Facebook erklärte, dass „die Diskussion, inwieweit deutsches Datenschutz- und Telemedienrecht für Facebook gilt, deutlich entschärft“ sei, nachdem Facebook sich bereit

erklärt hatte, Initiativen zur Selbstregulierung sozialer Netzwerke zu unterstützen.<sup>7</sup> Mit anderen Worten: Die Rechtsverletzungen von Facebook waren für Herrn Friedrich nicht mehr schlimm, nachdem der Rechtsverletzer ankündigte, sich künftig an Regeln halten zu wollen, die er selbst mit festlegen sollte, wobei der Zeitpunkt, wann diese Festlegung erfolgt, in den Sternen stand und weiterhin steht. Die Bekämpfung von Rechtsverstößen geht anders. Es ist nur ein geringer Trost, dass Friedrich 15 Monate später feststellte, dass die Bemühungen der Selbstregulierung bei sozialen Medien bislang keinen Erfolg gehabt haben.<sup>8</sup>

Es sind nämlich die US-Anbieter Google+, Facebook und LinkedIn, die bisher selbst Ansätze einer Verständigung auf dem minimalen gesetzlichen Niveau verhindern, einfach weil dies deren bisheriges ökonomisch erfolgreiches Geschäftsmodell in Frage stellen würde. Grundsätzlich ist nichts gegen mit der Wirtschaft ausgehandelten Verhaltensregeln einzuwenden. So hat das ULD als vorsitzende Behörde der Arbeitsgruppe Versicherungswirtschaft der Datenschutzaufsichtsbehörden Verhandlungen zu Verhaltensregeln mit dem Gesamtverband der Versicherungswirtschaft erfolgreich Ende 2012 abgeschlossen.

Dass die US-Anbieter keine Lust haben, sich an europäisches Recht zu halten, ist nicht verwunderlich. Dies würde ihr Geschäftsmodell beeinträchtigen und für die Global Player europäische Sonderlösungen nötig machen, da in den USA bisher kein valides Datenschutzrecht besteht (Weichert 2012c: 716 ff.). Die Initiative von US-Präsident Barack Obama einer „Consumer Privacy Bill of Rights“ vom Februar 2012 bleibt mit seinem Regelungsansatz hinter dem deutschen Datenschutzniveau der 70er Jahre des letzten Jahrhunderts zurück. Sie verfolgt mit ihrem Internationalisierungsanspruch ganz offensichtlich das Ziel, den aktuellen Regelungsbestrebungen zur Schaffung einer Europäischen Datenschutz-Grundverordnung politisch etwas entgegen zu setzen, um damit den US-Internet-Unternehmen ihre Dominanz – auch auf dem europäischen Markt –

zu sichern. Dessen ungeachtet machte die US-Regierung mit ihrer unverbindlichen „Bill of Rights“ einen Anfang, der in einer transatlantischen Diskussion aufgegriffen und weiter verfolgt werden sollte (Weichert 2012d).

## 5 | Perspektiven

Die Darstellung zeigt, dass digitale Grundrechtsbeeinträchtigung und digitaler Grundrechtsschutz sich weniger in den Bereichen Recht und Technik abspielen, als in den Bereichen Politik, Kultur und Wirtschaft. Es ist nur vordergründig verblüffend, dass mit Warren/Brandeis Ende des 19. Jahrhunderts (Hansen/Weichert 2012: 755 ff.) und Alan F. Westin in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts (Westin 1967) wichtige Vordenker unserer Datenschutzkultur gerade aus den USA kamen. Es ist ärgerlich und schade, dass diese und die auf diesen aufbauende Bürgerrechtsbewegung sich rechtlich, politisch, ökonomisch und letztlich kulturell bis heute in den USA nicht durchsetzen konnten.

Dies wird sich hoffentlich ändern, wenn die europäische harmonisierte Datenschutzregelung vorankommt, die die EU-Kommission im Februar 2012 auf den Weg gebracht hat.<sup>9</sup> Diese hat mit dem Artikel 8 der Grundrechtecharta ein solides verfassungsrechtliches Fundament, das den USA fehlt, die lediglich „reasonable expectations of privacy“ der Konsumentinnen und Konsumenten schützen wollen. In Europa besteht inzwischen eine gefestigte Datenschutzrechtskultur, die mit der Datenschutz-Grundverordnung fortgeschrieben werden muss. Zu dieser Kultur gehört und wird verstärkt gehören, dass Datenschutzrechtsverletzungen nicht toleriert werden, indem klare rechtliche Regeln festgelegt werden, deren Durchsetzung gesichert wird und bei Verstößen empfindliche Sanktionen drohen – auch gegenüber Unternehmen aus den USA oder sonst wo auf der Welt, wenn diese sich auf dem europäischen Markt bewegen.

Einer der vehementesten Kritiker der europäischen Datenschutz-Grundverordnung war

übrigens der deutsche Innenminister Friedrich mit dem scheinheiligen Argument, das hohe deutsche Datenschutzniveau dürfe nicht gefährdet werden. Seine Forderung vom März 2013, die Datenschutz-Grundverordnung nun schnell abzuschließen und in Kraft zu setzen, mag Ausdruck von Einsicht sein, könnte aber lediglich Wortgeklingel sein, um sich den Nimbus der digitalen Grundrechtsverleugnung vom Hals zu schaffen.<sup>10</sup>

Die USA und Europa sind derzeit vielleicht noch die wichtigsten Internetmärkte weltweit, doch ändert sich dies derzeit sehr schnell. Schwellenländer mit autoritären Regimes drängen auf den Markt, allen voran China und Russland. Diese Staaten kennen kein Grundrecht auf Datenschutz und es gibt dort oft keine Praxis der freien Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit. Die demokratischen Staaten mit einem rechtsstaatlichen System sollten sich dessen bewusst sein, dass der globale Kampf für digitale Grundrechte und Freiheiten nicht transatlantisch ausgetragen wird.

Dieser Appell richtet sich nicht nur an staatliche Einrichtungen, sondern auch an die Unternehmen in Europa und Nordamerika. Bei allen Detailkonflikten der IT-Unternehmen mit den Datenschützern sollte Einigkeit darüber bestehen, dass digitale Grundrechte – und hierzu gehören das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht auf Gewährleistung der Integrität und Vertraulichkeit informationstechnischer Systeme – wichtige Säulen unserer freiheitlichen Informationsgesellschaft sind, die nicht wegen möglicher schneller Profite aufgegeben werden dürfen. Sie müssen Bestandteil einer umfassenderen digitalen Menschenrechtscharta werden, auf die sich die zivilisierten Staaten weltweit verständigen sollten und müssen, wenn die Wahrung von Demokratie und Freiheitsrechten in einer universellen Informationsgesellschaft nicht in einem gnadenlosen Markt geopfert werden sollen (Weichert 2012e: 344).

*Dr. Thilo Weichert*, Jurist und Politikwissenschaftler, ist Leiter des Unabhängigen Lan-

deszentrums für Datenschutz in Kiel (ULD). Kontakt: ULD1@datenschutzzentrum.de.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein – ULD, Bundesratsinitiative zur Stärkung der Freiheit und der Privatsphäre im Internet v. 19.12.2012 und Landtag SH, LT-Umdruck 18/553. Unter <https://www.datenschutzzentrum.de/internet/20121219-stellungnahme-freiheit-internet.html> [23.05.2013]; Weichert 2013: 13 f.

<sup>2</sup> Antrag der Fraktionen CDU/CSU u. FDP vom 27.03.2012, BT-Drs. 17/9159. Unter <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/091/1709159.pdf> [23.05.2013].

<sup>3</sup> Urteil vom 06.03.2012, Az. 16 O 551/190. Unter <http://openjur.de/u/269310.html> [23.05.2013].

<sup>4</sup> Weitere Nachweise bei ULD. Unter <https://www.datenschutzzentrum.de/facebook/index.html> [23.05.2013].

<sup>5</sup> ULD: Verwaltungsgericht Schleswig erteilt Facebook Freifahrtschein. PM vom 15.02.2013. Unter <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20130215-verwaltungsgericht-facebook.htm> [23.05.2013].

<sup>6</sup> Facebook kaufte StudiVZ nicht wegen Datenschutz. In: DANA 2/2012: 76.

<sup>7</sup> ULD: PM vom 08.09.2011. Unter <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20110908-innenminister-facebook.htm> [23.05.2013].

<sup>8</sup> Innenminister fordert mehr Datenschutz in sozialen Netzen. Artikel auf [www.heise.de](http://www.heise.de) vom 04.03.2013. Unter <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Innenminister-fordert-mehr-Datenschutz-in-sozialen-Netzen-1815409.html> [23.05.2013].

<sup>9</sup> Com (1212)001-C7-002/2015-2012/0011(COD). Unter <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0011:FIN:DE:PDF> [24.05.2013]; vgl. Hornung 2012: 99 ff.

<sup>10</sup> Siehe Anm. 8.

## Literatur

*BGH* 2009: Zulässigkeit von Lehrerbewertungen im Internet. In: NJW, Jg. 62, Heft 39/ 2009, 2888 ff.

*BverfG* 1984: Verfassungsrechtliche Überprüfung des Volkszählungsgesetzes 1983. In: NJW, Jg. 37, Heft 8/1984, 419 ff.

*BverfG* 2010: Verfassungswidrige Vorratsdatenspeicherung von Telekommunikationsverkehrsdaten. In: NJW, Jg. 63, Heft 12/2010, 833 ff.

*Hansen, Marit/Weichert, Thilo* 2012: Anmerkungen zu Warren/Brandeis - Das Recht auf Privatheit. In: DuD, Jg. 36/2012, Ausgabe 10/2012, 755 ff.

*Hornung, Gerrit* 2012: Eine Datenschutz-Grundverordnung für Europa? Licht und Schatten im Kommissionsentwurf vom 25.1.2012. In: ZD, Heft 3/2012, 99 - 106. Unter [http://www.jura.uni-passau.de/fileadmin/dateien/fakultaeten/jura/lehrstuehle/hornung/Hornung\\_-\\_Eine\\_Datenschutz-Grundverordnung\\_fuer\\_Europa\\_\\_ZD\\_20.pdf](http://www.jura.uni-passau.de/fileadmin/dateien/fakultaeten/jura/lehrstuehle/hornung/Hornung_-_Eine_Datenschutz-Grundverordnung_fuer_Europa__ZD_20.pdf) [24.05.2013].

*Lessig, Lawrence* 2010: Code is Law. On Liberty in Cyberspace. Harvard Magazine.

Unter <http://harvardmagazine.com/2000/01/code-is-law.html> [23.05.2013].

*Schmidt, Jan-Henrik/Weichert, Thilo* (Hg.) 2012: Datenschutz. Grundlagen, Entwicklungen und Kontroversen. Bd. 1190, Bonn: bpb.

*Weichert, Thilo* 2012a: Privatheit und Datenschutz im Konflikt zwischen den USA und Europa. In: RDV, Jg. 28/2012, Heft 3/2012, 113 ff.

*Weichert, Thilo* 2012b: Datenschutz und Überwachung in ausgewählten Staaten. In Schmidt/Weichert 2012: 418-425.

*Weichert, Thilo* 2012c: Datenschutzverstoß als Geschäftsmodell – der Fall Facebook. In: DuD, Jg. 36/2012, Ausgabe 10/2012, 716 ff.

*Weichert, Thilo* 2012d: Der neue US-Rechtekanon für den Verbraucherdatenschutz. Unter <https://www.datenschutzzentrum.de/gesetze/Consumer-Privacy-Bill-of-Rights.html> [23.05.2013].

*Weichert, Thilo* 2012e: Codex Digitalis Universalis. In: Schmidt/Weichert 2012: 344-350.

*Weichert, Thilo* 2013: Internet - nationaler und europäischer Regelungsbedarf beim Datenschutz. In: RDV 2013, 13 f.

*Westin, Alan F.* 1967: Privacy and Freedom. New York: Atheneum.

## Magna Charta des Netzes

Jeff Jarvis

Das Internet ist ein Werkzeug der Öffentlichkeit. Es ermöglicht jedem, öffentlich zu sein, öffentlich zu sprechen und Öffentlichkeit zu schaffen. Es vermag jedem Gutenbergs Druckerpresse in die Hand zu geben. Aber wie auch im Falle von Gutenbergs Erfindung, wird das vollständige Ausmaß, die Bedeutung und Wirkung dieser Technologie erst nach geraumer Zeit ersichtlich werden.

Es dauerte ein halbes Jahrhundert bis dies im Falle des Buchdrucks eintrat. In ihrem Werk

*The Printing Press as an Agent of Change* merkt Elisabeth Eisenstein an: „Erst hundert Jahre nach Gutenberg kamen die Umrisse eines neuen Weltbildes in Sicht.“ Und James Dewar schreibt 1998 in einem Memorandum der Rand Corporation: „Die Veränderungen im Informationszeitalter werden genauso dramatisch sein wie die im Mittelalter. Die Druckerpresse wird mit der Reformation, der Renaissance und der wissenschaftlichen Revolution in Verbindung gebracht, die alle großen Ein-

fluss gehabt haben; im Informationszeitalter sind womöglich schon ähnlich tiefgreifende Änderungen im Gange.“

Kurzum: Es ist zu früh, um sich die Bedeutung des Internets zu vergegenwärtigen. Dewar vermutet, das Internetzeitalter werde von unbeabsichtigten Konsequenzen bestimmt werden. Am besten, sagt er, versuche man diese Veränderungen nicht mit Widerstand und Regulierung zu verhindern, sondern beschleunige sie lieber und passe sich an. Jene Institutionen, die am meisten vom Wandel bestehender Machtverhältnisse betroffen sind, wie z.B. Regierungen und die Medien, sind auch diejenigen, die im Moment versuchen, das Internet nach den Maßstäben veralteter Ordnungsprinzipien zu regulieren und zu kontrollieren. Obwohl das Internet ein Werkzeug der Öffentlichkeit ist, liegt seine Gestaltung gleichzeitig maßgeblich in den Händen privater Akteure wie Technologie-, Telekommunikations- und Medienunternehmen, die häufig versuchen ihre überkommenden Businessmodelle in die neue digitale Wirtschaft zu übertragen. Regierungen überwachen und filtern Online-Kommunikation und Inhalte, häufig unter dem Deckmantel des Schutzes geistigen Eigentums und der Privatsphäre, aber auch zur Gewährleistung von Sicherheit oder zur Kontrolle von Pornographie.

Wie im Falle eines Großteils technologischer Errungenschaften, kann auch diese Technologie für gute und schlechte Zwecke genutzt werden. Ihr Schicksal, wie auch unseres, hängt von Entscheidungen ab, die wir zu treffen haben – vorausgesetzt wir haben tatsächlich die Freiheit, diese Entscheidungen zu treffen. Wir müssen uns vorsehen, Technologien nicht voreilig zu begrenzen, insbesondere wenn es bereits Gesetze gibt, die in technologiefernen Bereichen Fehlverhalten reglementieren. Wir sollten dabei bleiben, uns über generelle Prinzipien Gedanken zu machen.

Aus diesen Grund bin ich der Meinung dass wir, die Nutzer der Internets, eine Diskussion über diejenigen Prinzipien brauchen, die unserer Technologie, aber auch einer offenen Ge-

sellschaft, die das Internet ermöglicht, zu Grunde liegen sollten. Meiner Ansicht nach ist es unsere Aufgabe – nicht die von Regierungen, Unternehmen oder bedrohten Institutionen – das Internet und seine Freiheiten zu schützen. Wir müssen uns in diesem Zusammenhang nicht nur unsere Ängste vor Missbrauch, sondern auch die Gelegenheiten vor Augen halten, die sich durch das Internet bieten. Rand Dewar sagte über das Zeitalter von Gutenberg: „Es war wichtiger die Vorteile der Technologie zu ergründen als Schutz vor ihren Nachteilen zu gewährleisten.“ Mir schwebt keine institutionalisierte Regierung für das Internet vor, ebenso wenig eine Verfassung oder ein Buch mit Netz-Statuten.

Vielmehr bin ich einer Meinung mit Justizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger (\*1951), die in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung<sup>1</sup> schrieb: „Das Potential der digitalen Welt darf nicht durch ängstliche Überregulierung stranguliert werden.“ Sie fügte hinzu: „Die digitale Welt braucht nicht primär neue Gesetze, sie braucht allgemeingültige digitale Werte. Die Netzgemeinde muss diesen Diskussionsprozess vertiefen.“ Das sehe ich genauso.

In diesem Sinne will ich auch meinen Vorschlag von 9 Prinzipien für ein öffentliches Netz und offene Gesellschaften verstanden wissen. Die folgenden Prinzipien sind keineswegs die einzig gültigen. Aber sie formulieren Rechte, Verantwortlichkeiten und Freiheiten, die wir diskutieren müssen, damit wir auf sie verweisen können, wenn Regierungen, Unternehmen oder andere Institutionen versuchen sie zu missachten.

1. *Wir haben ein Recht auf Vernetzung.* Wenn wir nicht vernetzt sind, können wir uns nicht äußern. Das ist eine neue und notwendige Ergänzung zu unserem Verfassungszusatz. Finnland hat den Breitbandanschluss zum Bürgerrecht seiner Bewohner erklärt. Ob die Staaten den Zugang subventionieren oder technisch selbst bereitstellen sollen, ist eine andere Frage. Besteht der Zugang aber einmal, soll es als Menschenrechtsverletzung betrachtet werden, ihn wieder zu blockieren. Das besagt auch ein

Bericht der Vereinten Nationen von 2011. Vor Medienmanagern im Nahen Osten sagte Tom Glocer, CEO von Thomson Reuters: „Internet zu haben ist jetzt ein grundlegendes Menschenrecht. Wenn man den Menschen systematisch den freien Zugang zu Informationen verweigert, führt das zur Revolution.“<sup>2</sup>

2. *Wir haben das Recht zu reden.* Durch den ersten Verfassungszusatz (First Amendment) verkörpert die Redefreiheit die kulturelle und juristische Standardeinstellung in den Vereinigten Staaten. Dieser Schutz der Meinungsfreiheit sollte jetzt auch auf Informationen ausgedehnt werden, die über Anwendungen und Daten geliefert werden. Ja, natürlich muss es Grenzen geben – Online-Kinderpornografie kann zum Beispiel nicht toleriert werden. Aber man muss sich davor hüten, ein spezifisches Problem mit einer übertriebenen Reaktion darauf zu beantworten. Um die Kinderpornografie zu bekämpfen hat Australien geplant, Internetsperren für bestimmte Inhalte einzuführen – aber die technische Infrastruktur solcher Internetsperren lässt sich gegen *jeden* Inhalt einsetzen.<sup>3</sup> Wir dürfen nicht alles am schlimmsten Fall ausrichten, daran, was passieren *könnte*, was irgendjemanden verletzen *könnte*. Wir dürfen nicht auf den kleinsten gemeinsamen Nenner von Furcht und Empfindlichkeit und dem höchsten Anspruch von Regulierung bestehen, denn damit würden wir das kostbare Recht, das Recht auf Meinungsfreiheit, vermindern.

3. *Wir haben das Recht, uns zu versammeln und zu handeln.* Es genügt nicht, zu reden. Die Werkzeuge der Öffentlichkeit erlauben es auch, uns zu organisieren und uns – virtuell oder körperlich – zu versammeln und als Gruppe zu demonstrieren oder etwas aufzubauen.

4. *Datenschutz und Privatsphäre beruhen auf einer Ethik des Wissens.* Wir brauchen Schutz der Privatsphäre. Doch müssen wir unsere Maßstäbe für die Privatsphäre den neuen sozialen Werkzeugen und Verhaltensweisen anpassen, damit wir besser verstehen, wann Dinge im Vertrauen gesagt werden, wann In-

formationen nur mit Zustimmung des Betroffenen benutzt werden dürfen, was die Verbreitung von Informationen für Schaden anrichten und wie man den Internetnutzern mehr Kontrolle über ihre Daten verschaffen kann.

5. *Öffentlichkeit ist eine Ethik des Teilens.* Grundlage einer öffentlicheren Gesellschaft ist das Prinzip des Teilens: Anerkennung der Vorteile von Großzügigkeit, die Errichtung von Strukturen, die ihre Entstehung erleichtern, und der Schutz ihrer Ergebnisse.

6. *Die Daten unserer Institutionen sollten grundsätzlich öffentlich und nur in begründeten Ausnahmefällen geheim sein.* Wo es nötig ist, müssen Informationen geheim bleiben, aber Offenheit ist eine bessere Methode, zu regieren und Geschäfte zu machen.

7. *Was öffentlich ist, ist ein öffentliches Gut.* Werden der Bereich der öffentlichen Informationen und der öffentliche Raum verkleinert, ist das ein Verlust für die Öffentlichkeit. Geheimhaltung dient oft nur Tyrannen und korrupten Systemen.

8. *Alle Bits sind gleich geschaffen.* Wenn *irgendjemand* die Macht erlangt, darüber zu entscheiden, welche Bits, Worte, Bilder oder Ideen frei und ungehindert in unserem Netzwerk kursieren, dann ist es nicht länger frei.

9. *Das Internet muss offen und weit verteilt bleiben.* „Die Leute, die das Internet vorhergesehen, geöffnet und so gestaltet haben, dass es kritische Engstellen hat, die Leute, die es möglich gemacht haben, dass heute jeder, sogar Vierundzwanzigjährige in einem Studentenwohnheim, dort eintreten und Neues schaffen können, verdienen unsere höchste Anerkennung“, sagt Eric Schmidt.<sup>4</sup>

Vor dem Treffen der G8 im Jahr 2011 versammelte der französische Präsident Nicolas Sarkozy tausend Meinungsführer aus der Regierung, der Industrie, den Universitäten und Medien in Zelten im Garten der Tuilerien, um über die Rolle der Regierung bei der Zukunft des Internets nachzudenken. Bei dieser ersten Versammlung der e-G8 bin ich aufgestanden und habe die Diskussion über die Prinzipien des Internets begrüßt. Dann habe ich

Sarkozy aufgefordert, einen hippokratischen Eid für das Netz zu leisten: „Tun Sie vor allem nichts, was ihm schadet.“ Gekränkt erklärte er, der Schutz des geistigen Eigentums, der Sicherheit, der Privatsphäre und der Kinder schade dem Internet ja wohl nicht. Das stimmt, vorausgesetzt es wird richtig gemacht – ob man Gesetze durchsetzt, die bereits existieren, oder ab man die Kontrolle über unsere neue Welt auszudehnen versucht. Sarkozy hatte davon gesprochen, das Internet müsse zivilisiert werden, und war in der französischen Presse als Sheriff porträtiert worden, der unseren Wilden Westen zu zähmen versucht. Er ist der Ansicht, der Staat müsse bei der Ordnung des Internets eine Rolle spielen. „Niemand sollte vergessen“, sagte er, „dass die Regierungen in unseren demokratischen Staaten die einzigen legitimen Vertreter der Bevölkerung sind.“ Nun, das soll er mal den Leuten am Tahrir-Platz sagen. Deren Regierung war sicher nicht ihr legitimer Vertreter, und sie benutzten das Internet, um Öffentlichkeit herzustellen und ihre eigene Stimme zu finden. Als ich die Versammlung verließ, tat ich dies voller Angst vor denen, die das Internet und die damit verbundenen Veränderungen fürchten.<sup>5</sup>

Außerdem fing ich daran zu zweifeln an, ob man das Internet tatsächlich einen „Kontinent“ nennen sollte. Die Vorstellung, das Internet sei ein Paralleluniversum, hatte Sarkozy zurückgewiesen. Die von mir benutzte Bezeichnung „der achte Kontinent“ dagegen gefiel ihm. Vielleicht dachte er, er könne seine Flagge dort aufpflanzen. Das Problem besteht darin, dass wir unsere Heimatländer gar nicht verlassen, um das Netz zu betreten. Wir alle sind Bürger irgendeiner Nation und deren Gesetzen unterworfen. Jetzt können wir noch zusätzlich Bürger dieser neuen Gesellschaft sein. Diese Vorstellung, dass das Netz eine neue Gesellschaft ist, ist verwirrend für die Staaten der Gesetze und Politik, denn die Souveränität des Internets beruht darauf, dass niemand einen Herrschaftsanspruch darauf hat. So ist es konzipiert worden. Das ist sein entscheidendes Prinzip, darin liegt seine Sprengkraft. Das Netz,

das habe ich inzwischen begriffen, ist ein Gegengewicht zur Macht und Autorität der Regierungen und Konzerne. Ist es endlich die Verkörperung der öffentlichen Sphäre von Habermas? Ich halte es eher für eine Plattform, mit deren Hilfe man Öffentlichkeiten erzeugen kann. Um das sein zu können, muss es frei und unabhängig von den Leuten sein, die Sarkozy in den Tuileries versammelt hatte. Wenn das Netz unsere Plattform ist, dann ist es unsere Sache, die Sache der Netzgemeinde, den Gebrauch des Internets zu erlernen und es zu beschützen. Wir müssen unsere eigenen Prinzipien festlegen und verteidigen, statt darauf zu warten, dass die Unternehmen uns ihre Geschäftsbedingungen aufzwingen oder die Regierungen das Netz per Gesetz regulieren.

Da wir uns einer epochalen Umwälzung gegenübersehen, ist es nicht nur in Ordnung, sondern auch notwendig, dass wir uns fragen, was schiefgehen könnte und was wir gegen unsere schlimmsten Befürchtungen tun können. Es ist jedoch genauso wichtig, dass wir die neuen Möglichkeiten erkennen und uns eine Gesellschaft vorzustellen vermögen, die man auf einer Ethik des Teilens aufbauen kann. Wir haben das Werkzeug dazu. Was Gutenbergs Druckerpresse für die frühe Neuzeit bedeutet hat, das bedeutet dieses Werkzeug heute, im frühen Internetzeitalter, für jeden Einzelnen von uns. Es befähigt uns. Es gibt uns die Möglichkeit zu gestalten, uns zu vernetzen, zu organisieren und unser Wissen zu bündeln. Es führt zu Großzügigkeit und Zusammenarbeit. Es schafft neuartige Arbeitsplätze, neue Industrien und Märkte. Es setzt die Grenzen herab und stellt sogar unsere Vorstellungen von Staaten infrage. Ich hoffe, Öffentlichkeit führt dazu, dass wir eine vertrauensvollere und tolerantere Gesellschaft werden. Aber diese Zukunft ist keineswegs sicher. Wir haben die Wahl. Es liegt an uns, der Öffentlichkeit, wie unsere neue Welt aussehen wird.

Bei dem Beitrag handelt es sich um einen Auszug aus: *Jarvis, Jeff* 2012: Mehr Transparenz wagen! Wie Facebook, Twitter & Co die

Welt erneuern. Berlin: Quadriga Verlag. Mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

*Jeff Jarvis* ist Journalist, Autor und Blogger. Er lehrt am Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism an der City University of New York's Graduate School of Journalism. Kontakt: [www.buzzmachine.com](http://www.buzzmachine.com).

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> Sabine Leutheusser-Schnarrenberger: Das Recht auf Vernetzung. In Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25. April 2011. Unter [www.faz.net/artikel/C30833/digitale-sicherheit-das-recht-auf-vernetzung-30335119.html](http://www.faz.net/artikel/C30833/digitale-sicherheit-das-recht-auf-vernetzung-30335119.html).
- <sup>2</sup> Bindu Suresh Rai: Social Media Revolution Unstoppable: Glocer. In Emirates 24/7, 18. März 2011. Unter [www.emirates247.com/](http://www.emirates247.com/)

[business/technology/socail-media-revolution-unstoppable-glocer-2011-03-18-1.369832](http://business/technology/socail-media-revolution-unstoppable-glocer-2011-03-18-1.369832).

- <sup>3</sup> Tanalee Smith: Australia Delays Internet Filter to Review Content. In The Seattle Times, 8. Juli 2010. Unter [http://seattletimes.com/html/business/technology/2012313060\\_apasaustriainternetfilter.html](http://seattletimes.com/html/business/technology/2012313060_apasaustriainternetfilter.html).
- <sup>4</sup> Jeff Jarvis: Eric Schmidt on the New World. Buzzmachine Blog, 2. Juli 2009. Unter [www.buzzmachine.com/2009/07/02/eric-schmidt-on-the-new-world/](http://www.buzzmachine.com/2009/07/02/eric-schmidt-on-the-new-world/).
- <sup>5</sup> Jeff Jarvis: e-G8: A Discussion About Sovereignty. Buzzmachine Blog, 3. Juni 2011. Unter [www.buzzmachine.com/2011/06/03/e-g8-a-discussion-about-sovereignty](http://www.buzzmachine.com/2011/06/03/e-g8-a-discussion-about-sovereignty) und A Hippocratic Oath for the Internet. Buzzmachine Blog, 23. Mai 2011. Unter [www.buzzmachine.com/2011/05/23/a-hippocratic-oath-for-the-internet/](http://www.buzzmachine.com/2011/05/23/a-hippocratic-oath-for-the-internet/).

## Was heißt hier schon „Sozial“?

Falk Steiner

Es ist mehr als nur eine unzureichende Übersetzbarkeit eines Wortes: Soziale Netzwerke, Soziale Medien; beides sind wortgetreue, aber inhaltlich unzureichende und in der deutschen Sprache noch stärker irreführende Bezeichnungen für webbasierte Angebote, die als Idee die Interaktion zwischen menschlichen Individuen in das Zentrum ihrer Modelle gerückt haben. Sozial ist ein junges deutsches Wort, dessen Verwendung nicht zuletzt den französischen Gelehrten-Diskursen (Rousseau, Saint-Simon) entlehnt und eher positiv konnotiert, da als anti-individualistisch, gesellschaftsorientiert, öffentlich verstanden ist.

Doch was ist sozial an den „Sozialen Medien“? Sie bieten die Möglichkeit der Entgrenzung entlang der Dimensionen von Raum und Zeit: Was heute in Bangladesch, der Türkei,

Tunesien oder Tauberbischofsheim passiert, kann mit minimaler Zeitverzögerung entlang menschlicher Verbindungs- und Interessenfäden bei jedem von uns aufpoppen – in der U-Bahn, auf dem Sofa, während der Arbeit. Dass das Netz dafür sorgt, dass die Welt *kleiner* wird, ist eine wohldiskutierte Binse, von Marconis radiotheoretischer Problembeschreibung 1909 über Milgrams Experiment bis hin zur Wirkung nach Gladwell in seinem *Tipping Point* 1990. Trifft man nun die Annahme, dass Chris Andersons *Long Tail* nicht nur für Produkt, sondern auch für alle anderen Interessenlagen zutrifft, bedeutet dies, dass alles, was passiert, auch zumindest eine Person interessieren muss. Wenn dieser Mensch Zugriff auf das Netz hat oder jemanden mit solchem kennt, hat potentiell jedes Ereignis auf diesem Plane-

ten die Möglichkeit, eine kritische Masse an Menschen zu erreichen und damit auch politische, soziale oder wirtschaftliche Prozesse von Öffentlichkeit auszulösen.

Diese theoretische Möglichkeit findet jedoch schnell ihre Grenzen in der grundsätzlichen Beschaffenheit der digitalen Öffentlichkeit: Das „Netz der Netze“, das Internet, ist als ineinander vernetzte Abbildung einer Vielzahl digitaler Öffentlichkeiten ein sowohl technisch, sprachkulturell, habituell als auch sozial und vor allem wirtschaftlich multifragmentiertes Gebilde, an dessen Knotenpunkten bestimmte technische Gatekeeper-Akteure stehen. Abstrakt betrachtet handelt es sich bei diesem Setting um das Lessigsche digitale Kleeblatt: Recht, Normen, Markt und Architekturen sind für ihn die relevanten regulatorischen Faktoren für unsere Realität. Natürlich ist diese Betrachtung nur ein grobes Raster, doch unter diesen vier Begriffen lassen sich die virtuellen Realitäten unserer Zeit fassen: Während das Recht in seinen nationalen und supranatio-

nalen Ausprägungen – mit Ausnahme des in den Industrienationen schon weit vor dem Digitalzeitalter in weiten Teilen harmonisier-ten und damit strukturell kaum reformierbaren Urheberrechts – mit der digitalen Zeit nur teilweise Schritt hält, ist der Bereich der Normen ein besonders spannender. Denn Normen meinen hier keineswegs nur soziale Normen und deren politisch-rechtliche Abbildung, sondern auch die technische Abbildung derartiger Normen – ein lange Zeit vollkommen unterschätzter Bereich. Die soziale, politische und rechtliche Regulierung der Welt anhand technischer Standards, ist das, was in Lessigs Kleeblatt als Architektur Widerhall findet: Schon die Wahl der technischen Plattform, einer Programmiersprache, ja einer Oberflächenstruktur hat gesellschaftliche und politische Auswirkungen.

Doch das Netz ist in weiten Teilen seiner Realität kein virtueller Cyber-Kommunismus (Richard Barbrook 1999) und schon gar kein unabhängiger, poststaatlicher Raum, wie es sich



John Perry Barlow in seiner *Declaration of the Independence of Cyberspace* wortgewaltig wünschte. Das Netz ist strukturell weitgehend profitorientiert. Die Nutzer profitieren von der Aufhebung der Raumdimension, von verfügbaren Wissensressourcen, der Vereinfachung sozialer Interaktion über Distanzen hinweg und profanen billigen Flugtickets. Klassische Wirtschaftsunternehmen profitieren von sinkenden Interaktionskosten mit ihren Kunden und der Entgrenzung ihrer Märkte. Hersteller mobiler Internetendgeräte profitieren nicht mehr nur vom Verkauf ihrer Geräte, sondern auch von ihrer Gatekeeperfunktion als faktisch weitgehend exklusiver Distributor der Inhalte für ihre Produktpaletten. Und selbst Politik und Verwaltung profitieren von diesem Setting: Sie können Abläufe vereinfachen (Demokratien) und versuchen, ihre Bevölkerungen besser kennenzulernen als dieser lieb ist (Despotien). Internetwirtschaftsunternehmen profitieren finanziell von allen, die am Internet ein Interesse haben.

Diese Akteure und ihre unterschiedlichen Interessen, Fähigkeiten und Legitimationen und daraus erwachsenden Einflüsse auf die Netze - und die darin stattfindenden Transaktionen - bilden das Umfeld unterschiedlicher Regulative, die maßgeblich sind, wenn wir darüber nachdenken, wie das Netz der globalen Gesellschaft nützlich werden kann. Derzeit wird das Netz in einer komplexen Struktur privatwirtschaftlich dominierter (Selbst-) Regulierungsforen unter Beteiligung der Staaten (vorwiegend der Industrienationen) der Wissenschaft und, ungleich weniger stark, auch der Zivilgesellschaft (mit ihrer ebenfalls nur begrenzten Legitimation als Interessenvertretung abstrakter Normen und Werte) vorwiegend technisch und architektonisch reguliert.

Nimmt man nun die sogenannten sozialen Netzwerke (namentlich Facebook, Google Plus, Twitter) in den Fokus, fällt umgehend auf, dass sie - anders als das Netz - in aller Regel von zentralen, privatwirtschaftlichen Akteuren betrieben werden. Sie definieren zum einen die technischen Regeln für den Betrieb und die

Nutzung der Plattformen, zum anderen determinieren sie damit auch weitgehend eigenmächtig die sozialen Interaktionsmöglichkeiten - und deren wirtschaftliche Nutzung auf Basis eigener Datenanalysen. Es dürfte das erste Mal in der Geschichte der Menschheit sein, dass ein relevanter Teil dessen, was unter Öffentlichkeit zu verstehen ist, nicht im gemeingentümlichen öffentlichen Raum stattfindet, sondern in technisch abgeschlossenen, zentral regulierten, privaten Räumlichkeiten, die höchstens öffentlich erreichbar sind.

Doch wie könnte eine Alternative aussehen? Im Zentrum jeder Überlegung steht die Dezentralisierung und Föderalisierung. Es gibt eine Vielzahl an Ansätzen, um die Technologien der digitalen Vernetzung weg von zentralen wirtschaftlichen Akteuren hin zu nutzerzentrierten Anwendungen zu entwickeln, die auf von Nutzern kontrollierten Geräten stattfinden. Jedes Smartphone und Tablet birgt heute genug technische Kapazitäten, um Sender und Empfänger zugleich zu sein und über ad-hoc-Netzwerke mit den Geräten der Menschen zu interagieren, mit denen ein Interaktionsinteresse besteht. Die Dezentralisierung der ausführenden Software und Ad-Hoc-Föderalisierung ist der Kern einer demokratischeren Variante der sozialen Medien.

Dies führt zu einem zweiten positiven Effekt: Wenn soziale Netzwerke dezentral administrierte Fragmente sind, kann jeder Nutzer selbst für sich die Regeln bestimmen, wem wann welche Inhalte unter welchen Voraussetzungen zugänglich gemacht werden sollen - sofern dies in technischen Standards abgebildet werden kann. Dies würde bedeuten, dass jeder für sich selbst zumindest technisch - die soziale Dimension ist nicht technisch zu regulieren! - signalisieren kann, welche Auffassung eines angemessenen Schutzes seiner personenbezogenen Daten er oder sie hat und ausleben möchte. Die uralte Idee des Web of Trust, die hinter Verschlüsselungsmechanismen steht, würde technisch mit der sozialen Dimension verbunden: Wem vertraue ich - und was vertraue ich an?

Und auch in einer dritten Hinsicht ist diese Variante die zu bevorzugende: Nur zentrale Netzwerke können einfach und zentral deaktiviert werden, dezentrale, ad-hoc-fähige Netzwerke sind so gut wie nicht kontrollierbar und deaktivierbar.

Doch genau hier kommen wir wieder zu den verschiedenen Interessenlagen: Weder Wirtschaft noch Regierungen, ob demokratisch oder nichtdemokratisch, haben ein Interesse daran, dass sich die Bürger in ihrer Kommunikation, in ihrer digitalen Lebensrealität weitgehend ihren Einflussphären entziehen. Derzeit beobachten wir eher die Tendenz zum Gegenteil – auch wenn unter anderem sowohl die EU-Kommission als auch das US State Department in den vergangenen Jahren Forschung zu eben solchen Ideen gefördert haben, letztere vor allem mit Blick auf jene Länder, in denen ein geostrategisches Inter-

esse an einer nichtöffentlichen Kommunikationsmöglichkeit für die Bürger seitens der USA bestand. Derzeit ist die Schaffung derartiger bürgeröffentlicher Räume auf der Grundlage des privat bewirtschafteten und nur teilweise staatlich regulierten Netzes nur eine Utopie. Die Architektur- und technischen Normvoraussetzungen dafür sind jedoch bereits in Arbeit – und ihre praktische Umsetzung wird kommen.

*Falk Steiner*, Dipl.-Pol. (FU Berlin), ist Korrespondent für Netzpolitik im Hauptstadtstudio von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur. Er gehörte 2010 zu den Gründern des Digitale Gesellschaft e. V. und schrieb mit Markus Beckedahl 2012 das Buch „Die digitale Gesellschaft – Netzpolitik, Bürgerrechte und die Machtfrage“. Kontakt: post@falksteiner.de.

## Zwischen Stammtisch und Etherpad<sup>1</sup> Beteiligung und Mitwirkung in der Piratenpartei

Alexander Hensel/Stephan Klecha

Partizipation gilt bei der Reform von Großorganisationen oftmals als zentraler Schlüssel. Trotz zahlloser Debatten darüber reagieren die deutschen Parteien eher zurückhaltend, wenn es um die Ausweitung von Mitwirkung und Mitsprache geht. Insbesondere die breite Palette von digitaler Mitwirkung findet wenig substanziellen Niederschlag. Schließlich spricht aus der Binnenperspektive der Parteien einiges gegen überbordende Formen der Mitgliederpartizipation. Aufwand und Effizienz stehen gerade aus Sicht der Parteiführungen nicht immer im Verhältnis zum Nutzen. Und doch kommen sie letztlich nicht umhin, auf die wachsende Partizipationsbereitschaft der Bevölkerung zu reagieren. Dabei müssen sie eine

Verschiebung zum unkonventionellen, themenfokussierten und flexiblen Engagement in ihren konventionellen Organisationsrahmen einbeziehen. In Bezug darauf haben die Politneulinge der Piratenpartei ein umfassendes Partizipationsversprechen abgegeben.

Zentral für deren Parteiorganisation sind basispartizipatorische Grundsätze, die auf dem Prinzip einer steten Selbstermächtigung aller Mitglieder aufbauen. Dies umfasst eine konsequente wie chaotische Verschränkung von Online- und Offlinestrukturen sowie eine weitgehende Offenlegung der internen Parteikommunikation gegenüber der Öffentlichkeit. Im Zuge des fortgeschrittenen Etablierungsprozesses der Piratenpartei offenbaren sich inzwischen

eine Reihe von praktischen Defiziten und grundsätzlichen demokratietheoretischen Fragen. Der folgende Beitrag widmet sich dieser Ambivalenz.

## 1 | Wachstum und Potentiale

Bei näherem Hinschauen erweisen sich einige der zentralen Eigenschaften der Piraten als typische Merkmale nicht-etablierter Kleinparteien. Jenseits der medialen Aufmerksamkeit, gesellschaftlichen Resonanz und politischen Relevanz fehlt es diesen zumeist an Strukturen, Finanzen und nicht zuletzt an Mitgliedern. Diese Defizite stabilisieren sich oft gegenseitig und tragen zu ihrem ausbleibenden Erfolg wesentlich bei (Hensel 2012b: 106). Nicht-etablierte Kleinparteien verzichten deswegen zumeist auf eine Reihe konventioneller Strukturelemente von Parteien oder substituieren diese. Statt aufwändiger Delegiertenkonferenzen werden oftmals Vollversammlungen abgehalten und Verwaltungsaufgaben oder Öffentlichkeitsarbeit müssen zumeist ausschließlich von ehrenamtlichen Mitgliedern gestemmt werden. Derartige Bedingungen führten auch bei den Piraten schnell zu einem fatalen Kreislauf aus personeller Überforderung, politischer Wirkungslosigkeit und chaotischer Organisation (Wagner 2012: 64).

Wegen der privaten und beruflichen Bezüge der ersten Piraten zur Internetkultur und deren zentralen Prinzipien wie Offenheit, Dezentralität und hierarchiefreier Kollaboration fiel es ihnen leichter, mit den Schwierigkeiten umzugehen und den Mangel an Strukturen und Erfahrungen zum Vorteil werden zu lassen (Bieber 2010: 38ff.; Hensel 2012a: 45f.). Entfalten konnten sie dieses Potential erstmals bei der Bundestagswahl 2009. Nachdem die Große Koalition seinerzeit Internetseiten mit kinderpornographischen Inhalten sperren wollte, zog im Internet ein Sturm der Entrüstung auf. Die Sorge vor möglicher Zensur im Netz bescherte den Piraten erheblichen Zulauf. Von gut 1.000 auf rund 12.000 stieg binnen eines Quartals ihre Mitgliederzahl an. Die neuen,

meist jungen Mitglieder trafen auf einen Organisationstorso, der ihren Aktivitätsdrang nicht ausbremste, sondern sich in der Wahlkampf-situation unmittelbar in politische Aktionen übersetzen ließ. In dieser Phase war es möglich, sich als „Mitmachpartei“ zu profilieren, Ressourcendefizite durch Vernetzungseffekte zu kompensieren (Hensel et al. 2012: 23ff.) und mit zwei Prozent der Stimmen bei der Bundestagswahl einen Achtungserfolg zu erzielen.

In den folgenden zwei Jahren jedoch stagnierte die Parteientwicklung. Mitgliedschaft und Wahlergebnisse blieben in etwa auf dem Niveau von 2009. Die mediale Dynamik war ebenfalls dahin. Zugleich traten einige für Kleinparteien typische Schwächen wieder zutage, bis sich bei der Berlinwahl 2011 ein neuerliches Gelegenheitsfenster öffnete. Mit der Parlamentswürdigkeit haben die Piraten im Lebenszyklus einer Partei aber eine neue Stufe erreicht (Niedermayer 2010, 2013), auf der andere Anforderungen und Erwartungen an sie gestellt werden. Im Unterschied zu 2009 und 2011 sind die Piraten nunmehr zu Professionalisierungsprozessen förmlich gezwungen, wollen sie auf dem erreichten politischen Niveau weiter agieren und eine Destabilisierungsspirale verhindern.

## 2 | Analoge Herausforderungen und digitale Alternativen

Die basispartizipatorische Ausrichtung der Organisation und Willensbildung der Piratenpartei birgt jedoch eine Reihe von Problemen. Das gilt zuallererst für die Parteitage der Piraten, die als Vollversammlungen durchgeführt werden. Weil alle beitragszahlenden Mitglieder stimm- und antragsberechtigt sind, eröffnen sich in formaler Hinsicht niedrigschwellige Beteiligungsmöglichkeiten. Allerdings wird dieser Ansatz in praktischer Hinsicht kontrovers diskutiert: Allein die Wahl des Austragungsortes beeinflusst Beschlüsse und Wahlergebnisse mitunter (Klecha 2012). Ressourcenstarke Gruppen haben zudem Vorteile, weil sie sich eine

Teilnahme mit Anreise, Übernachtungskosten und ähnlichem schlicht besser leisten können als ressourcenschwache Mitglieder. Unter dem Gesichtspunkt einer inkludierenden demokratischen Teilhabe ist das Prinzip der Vollversammlungen damit defizitär.

In der Demokratie sind zudem Diskursfähigkeit und Interessenausgleich essentiell. Durch die nun wachsende Teilnehmerzahl auf den Parteitage geraten beide Aspekte zusehends in den Hintergrund. Dies wird noch verstärkt, indem Änderungsanträge in der Geschäftsordnung ausgeschlossen und die Debatten auf eine bloße Pro-Contra-Auseinandersetzung reduziert werden. Somit können die Parteitage der Piraten weder zuverlässig zur programmatischen Konsolidierung oder strategischen Ausrichtung der Partei beitragen noch sind sie in der Lage, zwischen verschiedenen Interessensgruppen zu vermitteln und überstimmte Minderheiten hinreichend zu schützen (Hensel et al. 2012: 75ff.).

Aufgrund des begrenzten Zeitrahmens der Parteitage kann überdies nur ein Bruchteil der gestellten Anträge behandelt werden. Hierdurch droht sich das bislang bemerkenswerte programmatische Engagement der Basismitglieder auf Dauer zu erschöpfen. Wer einen letztlich schlicht ignorierten Antrag erarbeitet, wird in der Regel keine positive Selbstwirksamkeitserfahrung machen. Die üblicherweise ad-hoc beschlossene Festlegung der Antragsreihenfolge führt bereits dazu, dass ein überwiegender Teil der gestellten Anträge ohne Debatte oder Verfahrensvorschlag erledigt wird. Die verwendeten Selektionsverfahren sind zumeist weder sonderlich transparent noch formalisiert und damit hochgradig anfällig für Manipulationen. Hier zeigt sich die bei plebiszitären Systemen inhärente Gefahr, dass politische und strategische Prioritäten von situativen Stimmungen und Interventionen geleitet werden. Die Piraten selbst stehen ihrem formalen Organisationsaufbau vielfach ambivalent gegenüber. Sie wissen, dass sie aus der hierarchiefreien und basispartizipatorisch ausgerichteten Struktur Profit ziehen konnten. Gleichzeitig müssen sie aber fest-

stellen, dass daraus in der politischen Alltagsarbeit Probleme erwachsen, die als Belastungen auch in die Wahlkampfphasen negativ hineinwirken. Gerade die Kandidatenaufstellungen zu den Landtags- und Bundestagswahlen in den letzten Monaten waren vielfach von zähen Debatten, schwierigen Beratungen und von erkennbaren Friktionen gezeichnet.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Probleme und Herausforderungen setzt ein großer Teil der Piratenpartei auf digitale Partizipationsinstrumente, die seit der Gründung der Partei beständig ausgeweitet wurden: Inhaltliche, organisatorische oder soziale Interaktion vollziehen sich auf Mailinglisten. Wesentliche Informationen wie Satzungen, Protokolle, Arbeitsmaterialien, Tagungsunterlagen oder Profile von Mitgliedern sind in einem Wiki zu finden. Virtuelle Notizbücher, sogenannte Etherpads, ermöglichen ein gemeinschaftliches Arbeiten an Anträgen, Pressemitteilungen oder Protokollen. Über Weblogs, Podcasts, digital verfügbare Parteizeitungen oder die Telefonkonferenzsoftware Mumble werden Debatten geführt, während gleichzeitig in den sozialen Netzwerken wie Twitter oder Facebook Stimmungsaussagen kundgetan werden. Hinzu kommen die Homepages der jeweiligen Gliederungsebenen. Insgesamt verfügt die Piratenpartei damit über ein komplexes, schwer zu durchdringendes innerparteiliches „Kommunikationsgeflecht“ (Zolleis et al. 2010: 23).

In der Praxis ergeben sich dadurch verschiedene Probleme, die dem Anspruch auf umfassende Teilhabe zuwider laufen. Ein Kernproblem liegt in der schieren Menge der bereitgestellten Informationen: Zu bewältigen sind leicht über 100 Mails pro Mailingliste, 50 Blogposts pro Woche auf den offiziellen Weblogs von Parteigliederungen oder in den digitalen Parteimedien. Dazu kommen zahlreiche Videostreams oder Podcasts aus Parteigliederungen und Fraktionen. Sämtliche Informationen werden dabei ungefiltert und unsortiert weitergegeben, was eine latente Tendenz zur Informationsüberflutung zur Folge hat (Guggenberger 2012: 13). Ein partizipationswilliges Mit-

glied muss viel Zeit aufwenden, um die Informationen zu ordnen und zu priorisieren. Leicht verliert man sich daher in der kommunikativen Peripherie und bleibt von entscheidenden Informationen und Debatten ausgeschlossen. Auch die Möglichkeit, über soziale Netzwerke eine Vorfilterung vorzunehmen, stößt an ihre Grenzen, weil diese dazu neigen, selbstreferentiell zu wirken und eine boulevardeske Themenauswahl zu befördern (Pariser 2012). Die Teilhabe an der Kommunikation ist zudem nicht nur vom Internetzugang, sondern vor allem von kulturellen Fähigkeiten abhängig, um die spezifischen Codes und Interna der Partei zu durchdringen. Die Vision einer niederschweligen Mitarbeit in einer Großorganisation stößt somit an verschiedenste Grenzen.

### 3 | Liquid Feedback

Inmitten der zahllosen Kommunikationssysteme der Piratenpartei existiert mit der Onlineplattform Liquid Feedback eine Art kommunikatives Prunkstück. Gegenwärtig wird innerparteilich heftig diskutiert, ob Liquid Feedback als sogenannte ständige Mitgliederversammlung institutionalisiert werden soll, um einer Reihe der oben genannten Probleme zu begegnen.

Die Software ermöglicht es, Anträge zu entwickeln, zu debattieren, zu ändern und schließlich Stimmungsbilder zu erheben. Die Besonderheit ist dabei, dass man nicht fortwährend selbst aktiv sein muss, sondern jederzeit widerruflich sein Stimmrecht generell oder themenspezifisch delegieren kann und auch empfangene Stimmrechte weiterreichen kann (Paetau 2010). Dadurch ist ein steter und individualisierter Wechsel zwischen einer advokativen und plebiszitären Teilhabe möglich. Das System reagiert also in differenzierter Weise auf die veränderten Ansprüche an politische Partizipation.

Allerdings gibt es etliche demokratietheoretische wie praktische Probleme, die mit der grundsätzlichen Systematik von Liquid Feedback zusammenhängen. Durch den Empfang von Delegationen wachsen das Stimmengewicht

und damit die Macht Einzelner. Das führt dazu, dass im Extremfall das Votum eines einzelnen Mitglieds für einen Beschluss ausschlaggebend ist, wodurch die Gefahr einer Machtpolitik gegeben ist (Neumann 2011: 58; Neumann/Fritz 2012: 334). Im Unterschied zur repräsentativen Demokratie sind damit die Entscheider nicht gleich mächtig. Repräsentative Systeme setzen demgegenüber auf eine Reduktion der Zahl der Entscheidungsträger, halten aber am Grundsatz „eine Person – eine Stimme“ fest. Sie durchbrechen also nicht dieses zentrale Prinzip der neuzeitlichen Demokratie, sondern vermindern nur die Gruppengröße der Entscheider, um diskursfähige Strukturen zu schaffen.

Allerdings eröffnet Liquid Feedback die Möglichkeit, eine delegierte Stimme jederzeit wieder zu entziehen. Die akkumulierte Macht eines einzelnen Delegierten ist in Liquid Feedback daher flüchtig. Die für repräsentative Systeme kennzeichnende Unabhängigkeit, Souveränität und Gefahr der Verselbstständigung von Delegierten ist somit nicht gegeben, ohne dass dadurch zugleich ein imperatives Mandat gegeben wäre. Die Piraten folgen damit einem Hybridsystem, das sowohl Elemente der repräsentativen, der direkten und der deliberativen Demokratie aufweist (Buck 2012: 629; Dobusch/Pick 2012).

In der wissenschaftlichen Diskussion wird gegenwärtig kritisiert, dass in Liquid Feedback ein weit verbreiteter Kerngedanke der Demokratie verletzt wird. Demnach zielt Demokratie nämlich nicht auf die Partizipation, sondern auf die Inklusion aller Individuen ab (Buck 2012: 632). Repräsentative Systeme sind dahingehend überlegen, weil deren Mandatsträger stets die Interessen aller Bürger zu berücksichtigen versuchen, also auch jener, die sie nicht gewählt haben (ebd.). Wie viele andere direktdemokratische oder basispartizipatorische Systeme im Allgemeinen gewährleistet Liquid Feedback diesen Anspruch nicht zuverlässig, da politische Entscheidungsprozesse fragmentiert und in verschiedene, aber eben dispartite Fachsphären überführt werden. So ist das Sys-

tem in mehrere Fachforen untergliedert, wobei sich jedes Mitglied in beliebig vielen Themenfeldern anmelden kann. Diskussionen und Abstimmungen erfolgen innerhalb dieser einzelnen Fachforen nur, wenn zehn Prozent derjenigen Teilnehmer, die sich für ein Politikfeld interessieren, auch eine Initiative unterstützen.

Bereits die Auswahl einer Facharena kann erheblich den Erfolg einer Initiative beeinflussen, da in Foren mit weniger Teilnehmern ein Quorum leichter übersprungen werden kann und auch in der folgenden Abstimmung weniger Unterstützer benötigt werden als in einem größeren. Wer eine Initiative startet, kann also taktieren, wo er die größten Chancen hat, und platziert sein Anliegen in einer genehmen Politikarena.

Demokratiethoretisch entsteht so das Problem, dass die Parteimitgliedschaft letztlich nicht in ihrer Gesamtheit erreicht, sondern nur in einer fachlich differenzierten Teilgruppe angesprochen wird. Durch eine solche Fragmentierung leisten die Piraten einer mangelnden Konsistenz ihrer Positionen Vorschub (Guggenberger 2012: 11). Möglicherweise divergente Auffassungen oder latent vorhandene Gegensätze werden letztlich nicht ausgeräumt (etwa Finanz- versus Sozialpolitik oder Umwelt- versus Wirtschaftspolitik), sondern eine jeweilige Expertenszene debattiert unter sich. Selbst der umsichtig delegierende Pirat kann durch sein Delegationsverhalten dazu beitragen, gegensätzliche Positionen zu befördern, indem er seine Stimme bei ähnlichen Themen in unterschiedlichen Foren an unterschiedliche Personen delegiert.

Während der gewöhnliche Organisationsaufbau einer Partei auf einen Ausgleich widerstreitender Interessen durch gewählte Delegierte basiert, existiert eine solche zwingend einzunehmende Globalperspektive eines Delegierten in Liquid Feedback nicht. Deswegen muss man sich dort auch nicht auf komplizierte Kompromisse einlassen und muss auch keine themenübergreifende Verantwortung für sein Abstimmungsverhalten übernehmen.

Neben grundlegenden demokratiethoretischen Fragen ist ein Zielkonflikt relevant, der an Grundpositionen der Partei ansetzt. Jedes Computersystem ist potentiell manipulierbar, was gerade innerhalb einer von der Hacker- und IT-Kultur geprägten Partei sehr präsent ist. Um das auszuschließen, müssten eigentlich alle Personen im Liquid Feedback mit ihrem richtigen Namen agieren, so dass jede Stimmvergabe retrospektiv überprüft werden könnte. Hierdurch ließe sich aber auch das Abstimmungsverhalten jedes einzelnen Piraten systematisch auswerten. In einer Demokratie ist aber als Schutz vor Repressionen Anonymität, ausgedrückt im geheimen Wahlrecht, zentral. Genau dieser Aspekt, der sich bei den Piraten auch unter dem Begriff des Datenschutzes zusammenfassen ließe, würde ausgehebelt, wenn alle Piraten mit ihren richtigen Namen agierten. Den Gegensatz zwischen Manipulationsfreiheit und Datenschutz kann die Piratenpartei im Liquid Feedback nicht auflösen. Seitdem die Piraten mehr und mehr bestrebt sind, verbindliche Entscheidungen darüber zu fällen, wird das immer virulenter. Vor diesem Hintergrund haben sich auch die Softwareentwickler von Liquid Feedback von der Art distanziert, mit der die Piratenpartei das System einsetzt oder einsetzen möchte (Behrens et al. 2012; o.V. 2012).

Unabhängig vom Für und Wider des Systems muss man freilich konstatieren, dass die tatsächliche Mitwirkung über Liquid Feedback bislang weit hinter den Erwartungen zurückbleibt. Von den offiziell 34.000 Mitgliedern der Piratenpartei sind beim bundesweiten Liquid Feedback nur 11.000 registriert, davon ist wiederum nur die Hälfte überhaupt im System aktiv und davon wiederum beteiligt sich regelmäßig maximal – unter Einschluss delegierter Stimmen – überhaupt nur jeder zehnte an den Abstimmungen. In den Länderinstanzen sieht es nicht viel besser aus. Liquid Feedback beteiligt also formal alle, bindet real aber nur eine geringe Teilnehmerzahl ein. Nun kann man bei einem noch unverbindlichen System sicherlich keine allzu hohen Beteiligungswerte

erwarten, doch die mäßigen Beteiligungsquoten in Berlin oder in Nordrhein-Westfalen, wo die Ergebnisse ja in die parlamentarische Arbeit eingespeist werden, zeugen nicht davon, dass die Partizipationsbegeisterung der Piraten ein wirkliches Massenphänomen ist.

Möglicherweise ist ein zentrales Hemmnis, dass die textuelle Kommunikation in Liquid Feedback eine Wahrnehmungsebene anspricht, die Abstraktion und Rationalität verlangt. Menschen kommunizieren jedoch im Alltag wie in der Politik nicht nur textuell, sondern wesentlich vielschichtiger verbal wie nonverbal, was dann auch für die Legitimation demokratischer Institutionen immens wichtig ist (Buck 2012: 633). Liquid Feedback blendet somit Dinge aus, die „zum Wesen der Demokratie“ (Kleinert 2012: 21) gehören: Die rhetorische Gabe eines Redners, sein Charisma oder seine Ausstrahlung beeinflussen die Willensbildung ebenso sehr wie Emotionen, habituelle Gemeinsamkeiten oder Vertrauen. Auch lässt sich die Kompetenz eines Akteurs nicht alleine aus seinen Argumenten ableiten, sondern entscheidend ist ebenso, ob es glaubwürdig, seriös und überzeugend wirkt, wie er es vorträgt.

#### 4 | Filterblasen und Machtstrukturen

Die Verbesserung der Partizipation ist in der Piratenpartei ein vordergründig und normativ geteiltes Ziel. Darüber hinaus bewegt jedoch das Gruppenerlebnis sowie der Reiz, virtuelle Bekanntschaften vor Ort zu treffen, viele Mitglieder zum eigenen Engagement (Zolleis et al. 2010: 19; Wilde 2011: 41ff.). Das vollzieht sich in ganz unterschiedlichen Nischen: Dazu gehören eben Stammtische, Parteitage, Arbeitsgemeinschaften, Konferenzen und Tagungen. Die Partei funktioniert in erster Linie also, weil es unzählige Mitwirkungsmöglichkeiten gibt. Dazu gehört auch, dass die Partei trotz aller beschworenen Basisdemokratie eine Funktionspartei ist, denn für jeden Piraten findet sich ein Posten. In den Vorständen der verschiedenen territorialen Gliederungen gibt es diverse Funktionen zu besetzen, müssen Koor-

dinatoren für die Arbeitsgemeinschaften gefunden werden oder Richter in die Schiedsgerichte entsandt werden. Wer kein Wahlamt anstrebt, kann sich eine der zahlreichen Beauftragungen sichern, bei denen die Vorstände ein Themenfeld oder eine organisatorische Aufgabe an einen oder mehrere Piraten delegieren.

Für die diversen innerparteilichen Tätigkeitsfelder ist eine gesellschaftliche Verankerung nachrangig im Vergleich zur Mitarbeit in den innerparteilichen Zirkeln und Kommunikationskanälen. Während andere Parteien bemüht sind, wieder stärker Menschen in die Parteiarbeit zu integrieren, die als Elternvertreter, in Sportvereinen, Gewerkschaften oder anderen sozialen Zusammenhängen aktiv sind, spielt das für die Piraten eine untergeordnete Rolle. Infolgedessen kreisen die Piraten oft um interne Fragen. Probleme der innerparteilichen Organisation und Kommunikation werden zu Schlüsselproblemen der politischen Arbeit stilisiert. Dies zeigt sich auf Parteitag, bei denen organisatorische Petitionen in den Rechenschaftsdebatten ebenso exzessiv debattiert werden wie Geschäftsordnungs- und Satzungsfragen.

Natürlich findet in den zahlreichen Foren, Diskussionszusammenhängen, Arbeitskreisen, Stammtischen, Crews, Squads und ähnlichem selbstredend auch inhaltliche Arbeit statt. Diese kann jedoch bislang nicht konzentriert zusammengeführt werden. Am ehesten gelingt es den Piraten, ihre Potentiale zu nutzen, wenn Anstöße von außen kommen, auf die sie reagieren müssen. Gut sichtbar war das bei den vorzeitigen Urnengängen im Saarland und in Nordrhein-Westfalen, als aus der anfänglichen Überraschung relativ schnell probate Lösungsansätze entwickelt und Aufgaben verteilt wurden. In den dortigen Landesverbänden entstand trotz des Mangels an klassischen Ressourcen das organisatorische Gerüst für einen Wahlkampf. In solchen hochverdichteten Wahlkampfphasen liegt die eindeutige Stärke dieser Struktur (Bieber 2012: 30; Neumann 2011: 50). Die Parteimitglieder können dann unkoordiniert und parallel an Themen und Aktionen arbeiten. Freilich wirkt darin vieles impro-

visiert. Dafür ist die Beteiligung leicht möglich, die Chancen einer Weiterverbreitung gelungener Aktionen über einen der zahlreichen Kommunikationswege sind zugleich hoch. Es wird daran deutlich: Eine solche Form der Organisation mag nicht sonderlich effizient, oftmals gar unprofessionell wirken, dafür ist sie allerdings in jedem Falle originell und vielfach auch effektiv (Winkler 2012: 513; Henzler 2012).

Was bei Aktionen noch gelingt, klappt aber schon weniger bei den Wahlprogrammen. Diese gleichen zumeist Flickwerken, folgen keiner Leitidee, sind sprachlich nicht sonderlich ansprechend. Kampagnenabläufe folgen keinem Spannungsbogen und sind nicht für die Wahlauseinandersetzung zugespitzt. Überall dort, wo die strukturierende Hand eines Vorstands oder eines Parteiparats fehlt, improvisiert die Parteibasis.

Die Organisationsweise schützt auch nicht vor gravierenden Fehlentscheidungen (Meves/Schulze 2012: 3) und es lässt sich hierüber nichts genuin Neues produzieren. Einer solchen Struktur ist die Kompilation von Bekanntem inhärent (Lanier 2010: 162). Vieles hängt davon ab, dass es irgendjemanden gibt, der die jeweiligen Aufgaben erfüllen kann. Die Interessen der Parteimitglieder verteilen sich indes sehr ungleichmäßig. Während sich die Übernahme von technischen und organisatorischen Aufgaben durch Basismitglieder zumeist unproblematisch gestaltet, lassen sich die programmatischen Aufgaben meist weniger gut delegieren, weil die Masse der Parteimitglieder notorisch skeptisch ist und erarbeitete Positionen leidenschaftlich attackiert.

Vor diesem Hintergrund kommt in der Zwischenzeit den Mandatsträgern eine zentrale Bedeutung zu. Diese verfügen über professionelle Ressourcen für die Ausgestaltung ihrer Arbeit und entwickeln eine von der Partei unabhängige fachliche Expertise. Insgesamt zeichnet sich eine Spaltung der Partei in besser ausgestattete Mandatsträger und einfache Mitglieder ab. Letztere verharren oftmals in ihren gewohnten Strukturen, fernab der Tagespolitik.

Die Abgeordneten und kommunalen Mandatsträger geben mit dem Nachdruck ihrer politischen Verantwortung Fragestellungen, Themen und Anliegen vor und hoffen darauf, dass sich dazu die passenden Meinungen, Erfahrungswerte und Wissenshintergründe in der Partei finden. Sie sind also diejenigen, die Agenda-Setting im Alltagsgeschäft betreiben. Die Prozesse erfolgen „top-down“, Initiativen von der Basis hingegen versanden nicht selten, da entsprechende Kommunikationsflüsse bislang nicht ausreichend organisiert werden oder das tatsächliche Interesse der Mitglieder einer Partizipation an der parlamentarische Arbeit der Mandatsträger überschaubar bleibt.

Das Machtungleichgewicht zwischen Parteibasis und Mandatsträgern lässt sich auf Grund des polyzentrischen Aufbaus der Piratenpartei kaum korrigieren. Anders als bei den frühen Grünen treten die Mandatsträger keiner klar strukturierten und handlungsfähigen, sondern einer sehr fluiden Basis gegenüber. Stammtische, Crews, thematische Aktiventreffen oder Liquid Feedback stellen immer nur einen Ausschnitt der Partei dar. Sie können mit Ausnahme der Parteitage nicht den Anspruch erheben, repräsentativ zu sein. Sie besitzen auch keine Legitimation oder Entscheidungsmechanismen, um den Mandatsträgern ebenbürtig gegenüberzutreten. Daraus folgt eine massive Machtverlagerung zu den Fraktionen.

Zu beobachten ist ebenfalls, dass gerade die Aktivitäten der kommunalen Mandatsträger den Charakter der Partei mancherorts stark verändern und den politischen Fokus in eine pragmatische Richtung verschieben können. Dieser Prozess scheint durchaus ambivalent zu sein (Hensel 2012a: 47f. ff.). Einerseits öffnet sich die Piratenpartei für lokalpolitisch relevante Themen und bietet sich örtlichen Initiativen als parlamentarischer Hebel für umkämpfte Anliegen an. Hierdurch öffnen und diversifizieren sich die Piraten nicht nur inhaltlich, sondern können auch zum Sammelbecken für politisch Engagierte verschiedenster Couleur avancieren und so gesellschaftliche Wurzeln

jenseits des Kernmilieus der Partei entwickeln. Andererseits droht die Partei im Rahmen dieses Prozesses inhaltlich zunehmend beliebig zu werden.

## 5 | Zwischen Professionalität und Profanität

Die Piratenpartei hat ebenso wie andere nicht-etablierte Kleinparteien Formen der Beteiligung ihrer Mitglieder aus einer gewissen Notlage heraus angewendet. Den Mangel an Ressourcen hat die internetkulturell geprägte Klientel der Piratenpartei jedoch darüber nicht nur kompensieren können. Vielmehr verstand sie es phasenweise exzellent, diese offene Struktur auch produktiv zu nutzen. Mit dem Einzug in Landesparlamente wie durch die Erlangung von Kommunalmandaten haben die Piraten nunmehr jedoch anderen Anforderungen zu genügen. Der einst förderlich wirkende Aufbau der Parteistruktur wirkt zunehmend als Hemmnis für eine Professionalisierung der Partei. Das Partizipationssystem der Piratenpartei krankt gegenwärtig an den mangelnden verbindlichen und legitimierten Entscheidungsverfahren. Die Parteitage sind jedenfalls für den erforderlichen Diskurs und eine notwendige Positionierung ebenso ungeeignet wie die zahlreichen, nebeneinander stehenden Online-tools. Auch Liquid Feedback ist mit praktischen und demokratietheoretischen Mängeln versehen. Die Piratenpartei produziert durch ihre Partizipationsangebote zwar ein Gemeinschaftsgefühl, dieses lässt sich abseits von Wahlkampfaktivitäten jedoch kaum in konsistentes, programmatisches oder strategisches Handeln übersetzen.

Die spezifische Organisations- und Kommunikationsweise der Piraten führt zudem zu einer selbstreferentiellen Abschottung und Konzentration auf Fragen der Selbstorganisation. Anstelle inhaltlicher Auseinandersetzungen treten vielfach polarisierte Debatten um Verfahrensfragen, die vielfach in destruktiven persönlichen Konflikten münden. Das alles vollzieht sich unter steter öffentlicher und medialer

Beobachtung, die zunächst verwundert und interessiert, dann aber zunehmend genervt und ablehnend auf die Parteiinterna reagiert. Eine konstruktive Einbeziehung der Öffentlichkeit oder gar die Orientierung an gesellschaftlichen Interessengruppen findet kaum statt.

Die Potentiale einer radikalen Partizipationsorientierung, wie sie bei den Piraten beabsichtigt ist, lassen sich dadurch immer weniger aktivieren. Am ehesten gelingt das, wenn die Partei auf Herausforderungen reagieren muss. Doch die Intuition der Kollaboration stößt an ihre Grenze, seitdem die Piraten Parlamentsmandate erobert haben und sich basispartizipatorische und professionelle Logik gegenüberstehen. Die Erfordernisse der parlamentarischen Arbeit und die verfügbaren Ressourcen der Mandatsträger sind der ehrenamtlichen Struktur im Prinzip überlegen. Die professionelle Politik in den Landtagen und die semiprofessionelle in den Kommunalvertretungen bedarf jedoch eine handlungs- und kommunikationsfähige Parteiorganisation, wenn sich die Piraten dauerhaft festigen wollen. Ihnen fällt es jedoch schwer, von der anarchischen und aktivistischen Kampagnenmaschinerie auf eine kontinuierlich arbeitende, rational agierende und strategisch handelnde Parteistruktur umzuschalten. Hier lauert tatsächlich die Gefahr, dass eine entsprechende stringenter Organisationsreform das partizipatorische Distinktionsmerkmal der Piraten unterminiert. So befindet sich die Partei in einem Dilemma zwischen einer notwendigen Professionalisierung und einer fatalen Profanisierung, aus der sich derzeit kein befriedigender Ausweg zeigt.

*Alexander Hensel* ist Politikwissenschaftler und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Demokratieforschung der Georg-August-Universität Göttingen. Kontakt: alex.hensel@demokratie-goettingen.de

*Dr. Stephan Klecha* ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Demokratieforschung der Georg-August-Universität Göttingen.

gen. Kontakt: [stephan.klecha@demokratie-goettingen.de](mailto:stephan.klecha@demokratie-goettingen.de)

Die Autoren haben bei der Otto Brenner Stiftung jüngst die Studie „Die Piratenpartei. Havarie eines politischen Projekts?“ veröffentlicht ([www.piraten-studie.de](http://www.piraten-studie.de)).

## Anmerkung

<sup>1</sup> Ein webbasierter Editor zur kollaborativen Bearbeitung von Texten in Echtzeit.

## Literatur

*Behrens, Jan/Kistner, Axel/Nitsche, Andreas/Swierczek, Björn* 2012: LiquidFeedback-Entwickler distanzieren sich vom Einsatz ihrer Software in der Piratenpartei. <http://liquidfeedback.org/2012/09/17/liquidfeedback-entwickler-distanzieren-sich-vom-einsatz-ihrer-software-in-der-piratenpartei/> [12. Oktober 2012].

*Bieber, Christoph* 2010: Politik digital. Online zum Wähler. Salzhemmendorf: Blumenkamp Verlag.

*Bieber, Christoph* 2012: Die Piratenpartei als neue Akteurin im Parteiensystem. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Jg. 62, Heft 7, 27-33.

*Buck, Sebastian* 2012: Liquid Democracy – eine Realisierung deliberativer Hoffnungen? Zum Selbstverständnis der Piratenpartei. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, Jg. 43, Heft 3, 626-635.

*Dobusch, Leonhard/Pick, Yussi* 2012: Alles fließt. Liquid Democracy in Theorie und Praxis. [http://www.dobusch.net/pub/pol/Dobusch-Pick%282012%29Alles\\_fliesst-Liquid\\_Democracy\\_in\\_Theorie\\_und\\_Praxis-FINAL120219.pdf](http://www.dobusch.net/pub/pol/Dobusch-Pick%282012%29Alles_fliesst-Liquid_Democracy_in_Theorie_und_Praxis-FINAL120219.pdf) [27. Juni 2012].

*Guggenberger, Bernd* 2012: „Verflüssigung“ der Politik – was dann? In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Jg. 62, Heft 38-39, 10-17.

*Hensel, Alexander* 2012a: Das Milieu der Piraten. Erben der Internetkultur. In: *Bieber, Christoph/Leggewie, Claus* (Hrsg.): *Unter*

*Piraten. Erkundungen in einer neuen politischen Arena*. Bielefeld: Transcript, 41-51.

*Hensel, Alexander* 2012b: Der verlockende Reiz des Neuen. Zur politischen Wirkung der Piratenpartei als nicht-etablierte Partei. In: *Indes. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft*, Jg. 1, Heft 1, 105-109.

*Hensel, Alexander/Klecha, Stephan/Walter, Franz* 2012: Meuterei auf der Deutschland. Ziele und Chancen der Piratenpartei. Berlin: Suhrkamp.

*Henzler, Claudia* 2012: Mumble für die Schnelligkeit. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 27.3.2012.

*Klecha, Stephan* 2012: Besser anders. <http://theuropean.de/stephan-klecha/10976-die-organisationsstruktur-der-piratenpartei> [31. Juli 2012].

*Kleinert, Hubert* 2012: Krise der repräsentativen Demokratie? In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Jg. 62, Heft 38-39, 18-24.

*Lanier, Jaron* 2010: Gadget. Warum die Zukunft uns braucht. Berlin: Suhrkamp.

*Meves, Helge/Schulze, Tobias* 2012: Betriebssysteme und die Krise der Demokratie: Was lernen wir aus dem Aufstieg der Piraten? [http://www.rosalux.de/fileadmin/rls\\_uploads/pdfs/Standpunkte/Standpunkte\\_13-2012.pdf](http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/Standpunkte/Standpunkte_13-2012.pdf) [24. Oktober 2012].

*Neumann, Felix* 2011: Die Piratenpartei. Entstehung und Perspektive. <http://fxneumann.de/wp-content/uploads/2011/10/felix-neumann-piratenpartei-entstehung-und-perspektive.pdf> [25. April 2012].

*Neumann, Tobias/Fritz, Johannes* 2012: Die Piratenpartei – ein neues Demokratieverständnis? In: *Gesellschaft. Wirtschaft. Politik*, Jg. 61, Heft 3, 327-337.

*Niedermayer, Oskar* 2010: Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem am Beispiel der Piratenpartei Deutschland. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, Jg. 41, Heft 4, 838-854.

*Niedermayer, Oskar* 2013: Die Piraten im parteipolitischen Wettbewerb: von der Gründung Ende 2006 bis zu den Wahlerfolgen in Berlin 2011 und im Saarland 2012. In: *Nieder-*

mayer, Oskar, (Hg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 29-61.

o.V. 2012: Piratenpartei verärgert Entwickler von Liquid Feedback. <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/piratenpartei-veraergert-entwickler-von-liquid-feedback-a-856698.html> [19. September 2012].

*Paetau, Michael* 2010: Die Piratenpartei. Vision einer freien Wissensordnung. In: Forum Wissenschaft, Heft 4.

*Pariser, Eli* 2012: Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden. München: Hanser.

*Wagner, Marie K.* 2012: Die Piraten. Von einem Lebensgefühl zum Machtfaktor. Gütersloh: Gütersloher Verl.-Haus.

*Wilde, Anna-Lena* 2011: Piraten ahoi! Warum junge Menschen die Piratenpartei entern. Berlin: Pro-Universitate-Verl.

*Winkler, Jürgen R.* 2012: Die saarländische Landtagswahl vom 25. März 2012: Von Jamaika zur Großen Koalition. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Jg. 43, Heft 3, 507-524.

*Zolleis, Udo/Prokopff, Simon/Strauch, Fabian* 2010: Die Piratenpartei. Hype oder Herausforderung für die deutsche Parteienlandschaft? München: Hanns-Seidel-Stiftung.

## Liquid Democracy als Social Software für Parteien

Anja Adler

Mit dem Kommunikationsraum Internet verknüpfte sich von Beginn an die Hoffnung, mehr politische Beteiligung zu ermöglichen und dadurch dem Vertrauensrückgang repräsentativer Demokratien – zumindest der westeuropäischen (vgl. Hierlemann/Wohlfahrt 2010: 50) – zu begegnen. Mit ihrem Versprechen auf mehr Interaktion, Partizipation und Kollaboration befeuern soziale Medien seit einigen Jahren Hoffnungen auf bessere und innovativere Beteiligungsverfahren erneut.<sup>1</sup> Doch bisher gehen die Anstrengungen politischer Akteure in den sozialen Medien über „kampagnenrelevante[n] Großereignisse“ (Sarcinelli 2011: 71) selten hinaus und bleiben auf PR-Aktionen beschränkt.

Es lohnt daher, sich mit einer zweiten aktuellen Entwicklung technologiegestützter Beteiligung zu beschäftigen, die zunehmend an Bedeutung gewinnt: der Entwicklung und Anwendung von (politischer) Beteiligungs-Software, oftmals mit dem Schlagwort Liquid Democracy verknüpft. Sie verspricht eine Chance für digitale Beteiligungsprozesse.<sup>2</sup>

Wie lässt sich dieses Phänomen der Liquid Democracy beschreiben und definieren? Welche Bezüge zu den Charakteristika und zum Einsatz sozialer Medien im politischen Prozess lassen sich feststellen? Was kann man aus den Erfahrungen der Piratenpartei lernen? Und wo liegen Grenzen und Potentiale einer „flüssigen“ Demokratie aus den Perspektiven der Parteien- und Partizipationsforschung?

Der Beitrag versucht, Antworten auf diese Fragen zu formulieren. Dafür wird zunächst eine Definition entwickelt, um dann die Zusammenhänge zwischen Liquid Democracy und sozialen Medien zu untersuchen sowie eine erste Einschätzung zur Zukunftsfähigkeit des Konzepts zu wagen.

### 1 | Vorschlag einer Definition

Die bisherige mediale und wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Liquid Democracy beschränkt sich fast ausschließlich auf den An- und Einsatz der Liquid-Feedback-Software zur

innerparteilichen Meinungsbildung in der Piratenpartei. Die von Ernüchterung bis Häme reichende Medienberichterstattung über parteiinterne Streitigkeiten verstellt dabei den Blick für eine differenzierte Betrachtung und soll hier zurückgestellt werden. Die Software Liquid Feedback, die in der Piratenpartei eingesetzt wird, ist zwar eine „wesentliche Testumgebung für eine softwarebasierte Unterstützung demokratischer Entscheidungsfindung“ (Bieber 2012a: 14), aber eben nicht die einzige, die sich im aktuellen politischen System untersuchen lässt. Dobusch und Pick (2012) betonen, dass Liquid Democracy als „Überbegriff“ fungiert, „(...) mit dem bisweilen stark verschiedene Formen demokratischer Entscheidungsverfahren (...)“ verbunden seien, deren Unterschiede „(...) dabei durchaus gravierender Natur sein (...)“ können.<sup>3</sup>

Auch wenn der vorliegende Beitrag sich bewusst vom Fokus auf die Piratenpartei löst, bietet die vereinfachte Erklärung von Liquid Democracy im Piraten-Wiki einen guten Ausgangspunkt für die Entwicklung einer Definition. So heißt es dort: „Während bei indirekter Demokratie ein Delegierter zur Vertretung der eigenen Interessen bestimmt wird und bei direkter Demokratie alle Interessen selbst wahrgenommen werden müssen, ergibt sich bei Liquid Democracy ein fließender Übergang zwischen direkter und indirekter Demokratie.“<sup>4</sup> Dieses Verständnis von Liquid Democracy als Kontinuum lässt sich in zwei Dimensionen weiterentwickeln: Erstens lässt sich Liquid Democracy, wie es in der Beschreibung an klingt, als Kontinuum zwischen unterschiedlichen demokratietheoretischen Ansätzen verorten. Zweitens ist Liquid Democracy in unterschiedlichen Graden der Abstraktion auf einem Kontinuum denkbar – eher abstrakt als „Möglichkeitsraum“ (ebd.) bis hin zum konkreten Anwendungsfall.

### 1.1 | Liquid Democracy als demokratietheoretisches Kontinuum

Den wenigen vorliegenden Texten, die eine demokratietheoretische Einordnung der Soft-

ware vornehmen (vgl. Bieber 2012a, Dobusch/Pick 2012, Puppe 2012, Jabbusch 2011) ist gemein, dass sie Liquid Democracy als Mischform zwischen repräsentativer und direkter Demokratie definieren, welche die Grenzen zwischen beiden Theorieschulen „verflüssigt“. Dabei beziehen sich die Autoren immer auf zwei Kernmerkmale der Liquid Democracy, die je nach Präferenz in ihrer Bedeutung unterschiedlich herausgestellt werden: Diskurs zur Vorbereitung und Delegation (auch *delegated voting*) zur Herstellung politischer Entscheidung gelten als die zentralen Elemente. *Delegated voting*, durch das Teilnehmer bei jedem Vorschlag im Entscheidungsprozess festlegen können, ob sie direktdemokratisch selbst abstimmen oder die eigene Stimme an einen Repräsentanten übertragen, steht aufgrund des Neuheitsfaktors im Vordergrund.<sup>5</sup> Mit *delegated voting* verknüpft sich das Versprechen, dass Abstimmungen und Wahlen im Rahmen von Liquid Democracy nach Bedarf und Thema zu jedem Zeitpunkt – und nicht nur alle vier Jahre – möglich seien.

Um den Diskurs als zweites Merkmal der Liquid Democracy besser zu verstehen, müssen die oben genannten Theorieschulen um den im Vergleich noch relativ jungen Ansatz der deliberativen Demokratie ergänzt werden. Das deliberative Moment der Liquid Democracy betont den Austausch von Argumenten und die Beratung und folgt damit im Ideal einem Diskursverständnis nach Habermas. Während das direkte und repräsentative Demokratieverständnis einen Gegensatz bilden, kann die deliberative Demokratie als Erweiterung zu beiden verstanden werden. Bieber (2012b) folgend, lässt sich Liquid Democracy in einem Dreieck zwischen diesen drei demokratietheoretischen Ansätzen verorten.<sup>6</sup>

### 1.2 | Liquid Democracy zwischen Theorie und Praxis

Ein zweiter Ansatz, um sich einer Definition von Liquid Democracy anzunähern, unterscheidet nach unterschiedlichen Graden von Ab-

straktion. Liquid Democracy ist dabei auf einem Kontinuum beschreibbar, das vom sehr abstrakten demokratietheoretischen Konzept über konkretere Umsetzung durch Software bis zur praktischen Ausprägung in unterschiedlichen Anwendungsfällen reicht. Grundsätzlich ist das demokratietheoretische Konzept der flüssigen Demokratie folglich auch nicht an die Umsetzung im Internet oder durch Software gebunden. Die Fürsprecher einer Liquid Democracy argumentieren allerdings, dass die Prozesse – beispielsweise die transparente Delegation von Stimmen oder das simultane kollaborative Arbeiten – im Internet aktuell bestmöglich realisiert werden können.

Die demokratietheoretische Annäherung findet sich vor allem in den Selbstbeschreibungen der beiden Vereine Interactive Feedback e.V. und Liquid Democracy e.V., die Liquid-Software in Deutschland entwickeln.<sup>7</sup>

Die zwei Software-Lösungen Adhocracy und Liquid Feedback sind die ersten Versuche, das

theoretische Konzept der Liquid Democracy für die politische Praxis in Deutschland nutzbar zu machen.<sup>8</sup> Die beiden Anwendungen sind auf Basis der in den jeweiligen Vereinen entwickelten normativen Selbstverständnisse programmiert und unterscheiden sich aufgrund unterschiedlicher Vorstellungen der Vereinsmitglieder auch in einigen Funktionalitäten, auf die noch näher einzugehen sein wird.

Darüber hinaus sind in den aktuellen Anwendungsfällen nicht immer alle Funktionen der Software freigeschaltet. Adhocracy ist die Software des Liquid Democracy e.V., die unter anderem zur Bürgerbeteiligung des „18. Sachverständigen“ in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages eingesetzt wird.<sup>9</sup> Die Enquete-Kommission verzichtet beispielsweise auf das Prinzip des delegated voting, das Adhocracy als Software auch ermöglicht, und nutzt nur die Diskurs-Elemente zur gemeinsamen Textproduktion,



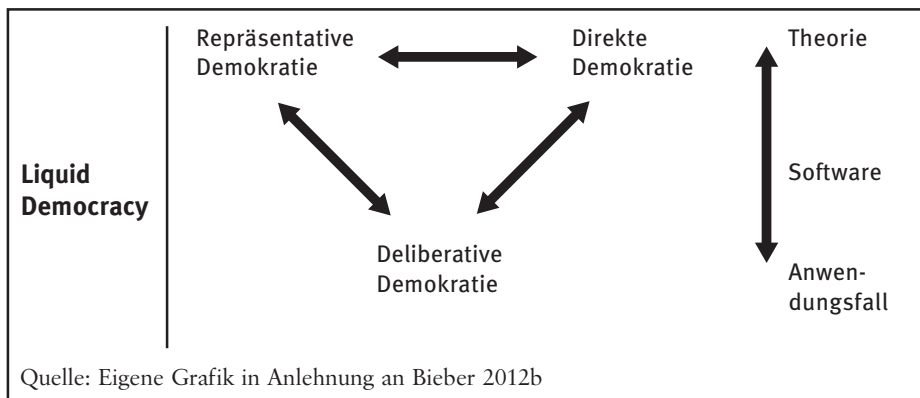
z.B. Kommentare, Bewertung und Versionierung [ein System zur Erfassung von Änderungen an Dokumenten und Dateien]. Liquid Feedback, vom Interactive Democracy e.V. entwickelt, wird bisher ausschließlich zur innerparteilichen Meinungsbildung der Piratenpartei eingesetzt.<sup>10</sup> Die Funktionalitäten dieser Software werden deshalb oft an den spezifischen Anforderungen der Partei beziehungsweise der Landesverbände abgeleitet – so gelten zum Beispiel die spezifischen Quoren für Entscheidungsverfahren oder Vorgaben zur Delegation von Stimmen, die aber technisch auch anders konfigurierbar wären.

In Anlehnung an das bereits erwähnte, von Bieber (2012b) konzipierte demokratietheoretische Dreieck ließen sich vereinfacht die zwei Zugänge zu einer Definition von Liquid Democracy wie folgt visualisieren und zusammenfassen (vgl. Abb.1).

unterscheiden sich beide Software-Lösungen in einigen wichtigen Aspekten. Die Norm wird dabei als demokratietheoretischer Maßstab und als Regelwerk verstanden, das von den Akteuren festgelegt wird. Dieses Regelwerk wird dann als Code übersetzt, verstanden als Vorgaben in eindeutige Algorithmen und damit in eine für Computer lesbare Sprache.<sup>11</sup> Ohne Anspruch auf Vollständigkeit stellt die folgende Tabelle 1 die beiden Software-Anwendungen entlang einiger der wichtigsten Unterschiede in der Norm gegenüber.

Ein zentraler Unterschied zwischen den Ansätzen beider Vereine ist der Umgang mit der Delegation von Stimmen. Während die Entwickler von Liquid Feedback es mit globalen Delegationen technisch zulassen, dass einzelne Parteimitglieder themenübergreifend mehr als 50 Prozent der Stimmen auf sich vereinen, ist das von den Entwicklern von Adhocracy, um Machtkonzentration zu verhindern, normativ nicht ge-

Abb. 1: Liquid Democracy als doppeltes Kontinuum



### 1.3 | Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Adhocracy und Liquid Feedback

Auf Basis des entwickelten Kontinuums lassen sich die zwei Software-Anwendungen Adhocracy und Liquid Feedback vergleichen. Sowohl in ihrer theoretisch abgeleiteten Konzeption – in der Norm – als auch in ihrer konkreten Umsetzung und Ausgestaltung – also im Code –

wollt und infolgedessen technisch nicht möglich.<sup>12</sup> Der offene Diskurs zu und die konsensuelle Mitarbeit an Texten steht bei Adhocracy dafür stärker im Vordergrund, während Nutzer von Liquid Feedback darauf beschränkt sind, inhaltliche und textliche Änderungen dem Begründer einer Initiative in Kommentaren vorzuschlagen oder eine alternative Initiative zur Abstimmung stellen müssen.

Tab. 1 Vergleich von Adhocracy und Liquid Feedback		
	Adhocracy	Liquid Feedback
Theorie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus auf Deliberation</li> <li>• Delegation nur begrenzt, global zur Verhinderung von Machtkonzentration nicht möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus auf delegated voting und Entscheidungsfindung</li> <li>• Delegation für einzelne Themen, aber auch global für alle Themenbereiche möglich</li> </ul>
Software	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versionierung (chronologische Darstellung von textlichen Änderungen)</li> <li>• Verschmelzung von Diskussion und Abstimmung durch Bewertung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiative in fünf Phasen (neu, in Diskussion, eingefroren, Abstimmung, abgeschlossen)</li> <li>• Diskussion nur entlang von Initiativen durch Kommentare, Verbesserungsvorschläge und vor allem alternative Initiativen</li> </ul>
Anwendungsfälle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitaler Diskurs in Parteien, Organisationen, Vereinen</li> <li>• Ziel ist Mehrheit bzw. Konsens auf Basis eines Textvorschlags, z.B. Satzung, Gesetzesentwurf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Abstimmung</li> <li>• bisher v.a. Abstimmung für Meinungsbild als Grundlage oder zum Beschluss parteiinterner Positionen z.B. durch Beschlussvorlage, Programmantrag etc.</li> </ul>

Quelle: Eigene Darstellung

## 2 | Liquid Democracy und Social Media

Welche Anknüpfungspunkte gibt es nun aber zwischen Liquid Democracy als spezifischer Beteiligungsform und den oftmals in der Öffentlichkeit im Fokus stehenden sozialen Medien? Auf Basis des zuvor entwickelten Definitionsansatzes lassen sich zwei Verbindungen zum Einsatz sozialer Medien im politischen Prozess herstellen. So lässt sich zunächst zeigen, dass auf Basis einer sehr weit gefassten Definition von Liquid Democracy Social-Media-Plattformen und -Tools durchaus in diese Definition integriert werden können. Hier lohnt sich der Blick auf die Kommunikationsgewohnheiten der Piratenpartei, die den anderen Parteien in der Nutzung digitaler Werkzeuge zur inner-

parteilichen Kommunikation tatsächlich um Einiges voraus sind (vgl. Korte 2012a: 207). Doch selbst wenn man eine engere Definition von Liquid Democracy anlegen würde, lässt sich darüber hinaus ein Bezug zu sozialen Medien herstellen. Denn zentrale Funktionen, die Nutzer von Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Wikis kennen, finden sich in den Software-Lösungen Adhocracy und Liquid Feedback wieder.

### 2.1 | Soziale Medien als Werkzeuge einer Liquid Democracy

Wenn man Liquid Democracy sowohl als demokratietheoretisches Konzept als auch als konkreten Anwendungsfall versteht, lässt sich

argumentieren, dass sich die Idee einer Liquid Democracy auch mithilfe sozialer Medien umsetzen ließe. In der Piratenpartei wird die Software Liquid Feedback beispielsweise nur für die Abstimmung von Positionen verwendet – und das bisher auch nur in den Landesverbänden Berlin und Mecklenburg-Vorpommern. Die Partei nutzt darüber hinaus aber sämtliche Web 2.0-Plattformen zur internen und externen Kommunikation und zur Entscheidungsvorbereitung.<sup>13</sup> So man den Diskurs oder die Deliberation – neben der Delegation – als Kernmerkmal einer Liquid Democracy begreift, ist diese im Fall der Piratenpartei fast komplett aus der Software auf andere Social-Media-Plattformen und -Tools ausgelagert. Mit dem Piraten-Wiki existiert sogar eine Parallelstruktur neben der Liquid-Feedback-Software zur Entscheidungsvorbereitung. Das Wiki dient nämlich nicht nur als Informationszentrale und Archiv, sondern enthält auch sogenannte Antragsfabriken. Dort werden „(...) parteitagsspezifisch Anträge zur Diskussion gestellt und somit Möglichkeiten geboten, Veränderungen an den Anträgen herbeizuführen, Stimmungsbilder einzuholen und Mehrheiten zu gewinnen“ (Bieber/Lewitzki 2013: 108).

Weiterhin werden Informationen und Argumente im Rahmen von Blogdebatten ausgetauscht, die per RSS-Feed auf zentralen bundesweiten Plattformen – sogenannten Aggregatoren – gebündelt werden.<sup>14</sup> Ether-Pads [ein webbasierter Editor] werden zur kollaborativen Textarbeit genutzt.<sup>15</sup> Der Kurznachrichtendienst Twitter sowie Chat-Umgebungen dienen als weitere wichtige Informations- und Diskurswerkzeuge.

## 2.2 | Liquid Democracy als Social Software

Unter das Dach sozialer Medien fallen ganz unterschiedliche Anwendungen mit jeweils spezifischen Charakteristika. Basierend auf der Einteilung in Plattformen, Personal-Publishing-Tools, Wikis, Instant-Messaging-Dienste und Werkzeuge des Informationsmanagements (vgl.

Schmidt 2011) zeigt die folgende Analyse der beiden Software-Anwendungen Adhocracy und Liquid Feedback, dass zentrale Funktionalitäten von Netzwerkplattformen wie Facebook, von Personal-Publishing-Tools wie Twitter wie auch von Wikis wie der Wikipedia in die Liquid-Software integriert sind.

Aus dieser Übersicht ist die Kopplung zweier zentraler Merkmale von Netzwerkplattformen hervorzuheben: Sowohl Adhocracy als auch Liquid Feedback – wenn auch in Details unterschiedlich umgesetzt – verknüpfen die Diskursfunktion mit der für diese Netzwerke ebenso typischen Bewertungsfunktion, um Diskurse zu strukturieren. Aber auch weitere Funktionen sind vorhanden: Während es bei Adhocracy beispielsweise möglich ist, ähnlich wie bei dem Micro-Blogging-Dienst Twitter, Personen aus der eigenen Projektgruppe zu „folgen“, nutzt Liquid Feedback die Verlinkung auf die parallele Diskursstruktur im Piraten-Wiki. Wie in einem Wiki ermöglichen beide Software-Anwendungen außerdem die chronologische Darstellung von Beiträgen oder Initiativen in ihren unterschiedlichen Versionen sowie die Darstellung des Bearbeitungsstatus.

Auf Basis dieser Analyse lässt sich Liquid Democracy-Software als Social Software definieren. Das Konzept der Social Software hat sich zwar nicht durchgesetzt und wird von den Konzepten Social Media oder Social Web überlagert. Es bietet allerdings sinnvolle Anknüpfungspunkte. Als Social Software lassen sich Anwendungen definieren, „die unter Ausnutzung von Netzwerk- und Skaleneffekten indirekte und direkte zwischenmenschliche Kommunikation (...) auf breiter Basis ermöglichen (...)“ (Koch/Richter 2009: 12) und die sich darüber hinaus, laut Weblogger Tom Coates (2003), vor allem durch die Verbesserung (Augmentation) menschlicher und gemeinschaftlicher Fähigkeiten auszeichnen.<sup>16</sup> Laut Coates verbessern Social Software menschliche Fähigkeiten in drei Aspekten: Erstens ermöglichen sie das Aussetzen von zeitlichen und räumlichen Grenzen der Offline-Welt. Zweitens glei-

Tab. 2 Übersicht zu Elementen von Social-Media-Anwendungen bei Adhocracy und Liquid Feedback

	Adhocracy	Liquid Feedback
Elemente von Netzwerkplattformen (z.B. Facebook)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrierung mit persönlichem Profil</li> <li>• Kommentarfunktion bei Beiträgen, Versionen und Kommentaren</li> <li>• Abstimmungsfunktion bei Beiträgen, Versionen und Kommentaren (Zustimmung, Ablehnung)</li> <li>• Ranking nach positiver Bewertung</li> <li>• Share-Funktion unter Beiträgen</li> <li>• Registrierung mit persönlichem Profil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommentarfunktion bei Initiativen</li> <li>• Abstimmungsfunktion bei Beiträgen (Zustimmung, Ablehnung, Enthaltung)</li> <li>• Bewertungsfunktion bei Kommentaren</li> </ul>
Elemente von Personal Publishing Tools (z.B. Twitter)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommentarfunktion</li> <li>• Dashboard-Darstellung der eigenen Projektgruppen nach Vorschlägen und Beschlüssen</li> <li>• Folge-Funktion für Profile innerhalb von Projektgruppen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommentarfunktion</li> <li>• Dashboard-Darstellung nach offenen und geschlossenen Abstimmungen</li> <li>• Verlinkung auf Diskussion im Piraten-Wiki</li> </ul>
Elemente von Wikis (z.B. Wikipedia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Textbearbeitung in chronologisch dargestellten Versionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chronologische Darstellung entlang der fünf Abstimmungsphasen einer Initiative sowie Darstellung der Umsetzung von Anregungen</li> </ul>
Elemente von Werkzeugen des Informationsmanagements (z.B. RSS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beobachtungsliste mit Push-Benachrichtigung</li> </ul>	
Quelle: Eigene Darstellung		

chen sie menschliche Unzulänglichkeiten, beispielsweise in der Informationsverarbeitung, mithilfe von Filtermechanismen aus. Drittens strukturieren sie Gemeinschaftsprozesse mit dem Ziel eines Endprodukts durch Anwendung unterschiedlicher Werkzeuge. Mithilfe des

Konzepts der Social Software lässt sich die besondere Qualität von Adhocracy und Liquid Feedback, die über einzelne Social-Media-Tools und -Plattformen hinausreicht, aber dennoch deren Funktionalitäten aufgreift, besser begreifen.

### 3 | Grenzen und Erfolgsaussichten

Die Entwicklung softwarebasierter Liquid Democracy ist gerade einmal drei Jahre alt und damit ist es wahrscheinlich noch zu früh, um zu beurteilen, ob einzelne Anwendungsfälle überzeugen und wie zukunftsfähig das Konzept der Liquid Democracy ist. Es fehlt vor allem an theoretisch entwickelten Kriterien und empirischen Daten zur Beurteilung ihres „Erfolgs“. Dennoch lassen sich auf Basis der entwickelten Definition und der beschriebenen Charakteristika als Social Software Potentiale und Grenzen ableiten, die im Folgenden kurz vorgestellt werden. Dabei kann man sich einerseits mithilfe der Perspektive der Parteienforschung annähern. Andererseits gibt aber auch die Partizipationsforschung sinnvolle Denkanstöße für die Grenzen technologiebasierter Beteiligungsprozesse.

#### 3.1 | Grenzen und Impulse aus der Perspektive der Parteienforschung

Im Kreis möglicher politischer Akteure einer Liquid Democracy sind es – neben der Piratenpartei – vor allem die etablierten Parteien, die das neue Demokratiekonzept und die Software erproben. Dabei ist festzuhalten, dass es „(...) kein Zufall (ist), dass gerade an dieser Stelle seitens der etablierten Parteien erste Lerneffekte zu beobachten sind: individuell durch einzelne Politiker, die neue Kommunikationstechniken entdecken, kollektiv durch einzelne Parteien oder Gremien, die innerhalb konkreter Verfahren mit ‚Liquid Democracy‘-Plattformen experimentieren“ (Bieber 2012a: 14). Denn trotz vermeintlicher Legitimationskrisen (vgl. Wiesendahl 2006) erweisen sich Parteien als robuste Akteure in der sich stetig verändernden politischen Landschaft (Korte 2012b).

Das Experimentieren mit deliberativen und direktdemokratischen Elementen lässt sich bereits auf allen Ebenen der Parteiendemokratie verfolgen – vom kommunalen Praxisprojekt „Liquid Friesland“ bis zur Beteiligungsplattform des „18. Sachverständigen“ in der

Bundestags-Enquete. Nach innen könnten, so es die Satzungen der jeweiligen Parteien zulassen, transparente, offene und flexible Prozesse zu mehr Mitgliederbeteiligung bei Sach- und Personalentscheidung führen und damit eine Brücke zwischen Parteibasis und vermehrt ent-rückter Berufspolitiker-Spitze bauen (vgl. Sarcinelli 2011).<sup>17</sup> Aber auch in der Außenkommunikation könnte Liquid-Democracy-Software für einen „kräftigen und kritischen Anstoß zur bürgerschaftlichen Aufwertung und Vitalisierung der Parteiendemokratie in Deutschland“ (Korte 2012a: 207) sorgen, indem Parteien damit stärker auch Nicht-Mitgliedern die Möglichkeit eröffnen, sich an der Parteilarbeit zu beteiligen.

Mit genau diesen beiden Zielsetzungen wurden und werden auch die aktuellen Liquid-Projekte auf Landesebene eingesetzt. So nutzt die SPD im Rahmen ihres „Zukunftsdialogs“ Adhocracy vor allem als Beteiligungsplattform für den Bürgerdialog.<sup>18</sup> Bündnis 90/Die Grünen in Nordrhein-Westfalen verwenden seit Beginn diesen Jahres Adhocracy dagegen zunächst zur internen Vorbereitung der Parteigremien.<sup>19</sup> Die FDP hat in Bayern mit dem New-Democracy-Projekt eine Software-Lösung programmieren lassen, die laut eigener Aussage „Mitglieder- und Bürgerbeteiligung“ befördern soll und als Antragsystem fungiert.<sup>20</sup> Auch in der CDU in Nordrhein-Westfalen gibt es scheinbar Anstrengungen für den internen Einsatz von Liquid Feedback.<sup>21</sup>

An dieser Stelle soll auch ein Verweis auf die Piraten nicht fehlen, die diese Öffnung nach innen und außen von Beginn an verstanden und befördert haben und bisher die einzige Partei sind, die alle Online-Kanäle dafür einsetzt. So gehört es zum „Initiationsritus“ von Neu-Piraten, Profile in den für die Piratenkommunikation wichtigen sozialen Plattformen – Twitter, Piraten-Wiki etc. – anzulegen, um durch die „(...) niedrigen Zugangsbeschränkungen für die digitale Parteilarbeit den Einstieg in die ‚politische Produktionsgemeinschaft‘ der Piraten“ (Bieber/Lewitzki 2013: 121) zu erleichtern.

Während der Einsatz sozialer Medien – mit Ausnahme der Piratenpartei – zumeist auf die klassische einseitige Außenkommunikation beschränkt bleibt und von den Kommunikationsabteilungen verantwortet wird, scheinen die Liquid-Democracy-Experimente vielversprechender. Die aktuellen Anwendungsfälle zeigen, dass das Potential von Liquid Democracy vor allem in der Verbindung von Social-Media-Funktionalitäten liegt, die Nutzer aus ihrem Alltag kennen. Zusätzlich erfüllen Adhocracy und Liquid Feedback als Social Software die Komplexitätsansprüche, die der politische Prozess mit sich bringt. Beide sind nach Bedarf konfigurierbar und erlauben es, politische Offline-Prozesse abzubilden. Darüber hinaus ermöglichen sie, durch Zeit- und Ortsunabhängigkeit zu skalieren, um tatsächlich mehr Beteiligung organisierbar und handhabbar zu machen.

Die Grenzen einer Liquid Democracy in der Parteiarbeit liegen vor allem in den rechtlichen Rahmenbedingungen für bindende Online-Partizipation. Obwohl laut Puppe (2012) das „Vereinsgesetz und Parteigesetz (...) einigen Spielraum für die Gestaltung der Organe und über die Durchführung der Abstimmung“ lassen, sei die Rechtslage im Parteiengesetz, im Bürgerlichen Gesetzbuch und im Vereinsrecht noch nicht auf diese neuen Verfahren eingestellt.<sup>22</sup> Seit verganginem Sommer gehen hier die Piraten erneut mit einem ersten Beispiel voraus und haben eine „Ständige Mitgliederversammlung“ in der Satzung des Landesverbandes Mecklenburg-Vorpommern etabliert, die dem Parteitag gleichgestellt ist und im Rahmen von Liquid Feedback verbindliche Entscheidungen treffen kann.

### 3.2 | Grenzen technologiebasierter Beteiligung

Die Herausforderungen, die im Zusammenhang mit Liquid Democracy diskutiert werden, lassen sich generell für technologiebasierte Beteiligungsprozesse – egal ob durch Software oder soziale Medien realisiert – formulieren. Im Überblick werden die drei Punkte, die in der

öffentlichen Debatte am häufigsten auftauchen, der Vollständigkeit halber kurz angerissen: das Problem der digitalen Spaltung, der Umgang mit Anonymität in Beteiligungsprozessen sowie die technischen Hürden von Online-Abstimmungen.

#### Digitale Spaltung

Jegliche Ausprägung eines internetgestützten Beteiligungsverfahrens sieht sich mit der Tatsache konfrontiert, dass der gleichberechtigte Zugang zu eben diesen nicht gegeben ist. Auch wenn der Zugang zum Internet mittlerweile vom Bundesgerichtshof als Lebensgrundlage ausgelegt wird, so schafft die Technologie dennoch Hürden, die sich sozial selektiv zu Gunsten der „Bessergebildeten und Besserverdienenden“ (Dobusch/Pick 2012) auswirken.<sup>23</sup> Bezogen auf die (N)Onliner-Umfrage aus dem letzten Jahr bleibt mit Puppe die Grundatzfrage noch zu beantworten, „(...) ob Politik noch den demokratischen Grundsätzen folgt, wenn fast ein Viertel der Bevölkerung sich selbst von den Zugangstechnologien ausschließt“ (Puppe 2012) oder ausgeschlossen bleibt.<sup>24</sup>

#### Anonymität, Pseudonymität und Klarnamenzwang

Im Internet gibt es bisher keine Garantie auf Anonymität. Das hat laut Dobusch zwei Konsequenzen: Erstens „(...) stellt sich die Frage, in wie weit anonyme Stimmabgabe in einer post-privaten Welt eine Rolle spielt. Weiterführend – auch wenn Anonymität keine Rolle mehr spielen sollte – stellt sich die Frage, ob eine Nachvollziehbarkeit von Positionen und deren Wechsel wünschenswert ist“ (Dobusch/Pick 2012). Erschwerend kommt die Frage hinzu, ab wann ein Bürger durch seine Beteiligung an Liquid-Verfahren zum Politiker wird, und ihm damit sein erweiterter Anspruch auf Anonymität per Grundgesetz nicht mehr zusteht (vgl. Puppe 2012). Die Frage der Nachvollziehbarkeit scheint in der aktuellen Auseinandersetzung von größerer Bedeutung und wird mehr oder weniger von zwei Lagern – vor allem im Kontext der Piratenpartei – dis-

kutiert. Transparenzverfechter sehen im sogenannten „Klarnamenzwang“ den großen Vorteil von internetgestützter Beteiligung, weil dadurch die Nachvollziehbarkeit des Prozesses und die politische Verantwortlichkeit der Beteiligten gewährleistet werden kann. Anhänger der Anonymität sehen den einzigen Vorteil einer software-basierten Liquid Democracy gegenüber anderen Offline-Beteiligungsverfahren in der Herstellung eines geschützten anonymen - oder zumindest pseudonymen - Diskursraums, in dem allein das bessere Argument überzeugt.

### Online-Abstimmungen

Aus der Diskussion um die Unmöglichkeit garantierter Anonymität im Netz ergibt sich auch, dass verbindliche Online-Abstimmungen, die über Adhocracy und Liquid Feedback theoretisch realisierbar wären, nicht mit den Wahlgrundsätzen des Grundgesetzes zu vereinbaren sind.<sup>25</sup> Aufgrund dieser grundsätzlichen Hürde elektronischer Wahlen muss die Nutzung der Liquid-Software deshalb aktuell auf die Entscheidungsvorbereitung beschränkt bleiben.

## 4 | Liquid Democracy – Social Software für Parteien

Auf Basis einer Definition von Liquid Democracy als doppeltes Kontinuum zwischen unterschiedlichen demokratiethoretischen Ansätzen und unterschiedlichen Graden der Abstraktion wurden die beiden Software-Anwendungen Adhocracy und Liquid Feedback gegenübergestellt und eine Verbindung zum Einsatz sozialer Medien im politischen Prozess hergestellt. Verstanden als Social Software lässt sich, so der Vorschlag dieses Beitrags, die besondere Qualität von Liquid-Democracy-Software besser begreifen und untersuchen. Aus der Analyse von Grenzen und Potentialen ergibt sich anschließend, dass softwarebasierte Liquid Democracy - mehr noch als die sozialen Medien - die Politikvermittlung von Parteien nach innen und außen bereichern könnte. Trotz

rechtlicher Grenzen haben Parteien bessere Möglichkeiten als andere politische Akteure und könnten diese aufgrund ihrer besonderen kommunikativen „Scharnierfunktion“ (Sarcinelli 2011: 197) zwischen Staat und Volk vielversprechend nutzen. Die Problemstellung der digitalen Spaltung, der Umgang mit Anonymität in Beteiligungsprozessen, sowie die technischen Hürden von Online-Abstimmungen sind dabei Herausforderungen, denen sich alle Akteure internetbasierter Beteiligungsprozesse stellen müssen.

*Anja Adler* promoviert an der NRW School of Governance, Institut für Politikwissenschaft, an der Universität Duisburg-Essen mit dem Dissertationsvorhaben „Liquid Democracy – Norm, Code und Entwickler eines Demokratieverständnisses jenseits von Repräsentation“ bei Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte und Prof. Dr. Christoph Bieber. Kontakt: anja.adler@uni-due.de.

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> Unter dem Begriff der sozialen Medien oder Social Media werden „(...)Werkzeuge und Infrastrukturen für Nutzerpartizipation und das Schaffen und Verbreiten von ‚user-generated content‘ (...)“ verstanden (Schmidt 2011: 24).
- <sup>2</sup> Eine systematische Übersicht und Abgrenzung unterschiedlicher internet- und technologiegestützter Beteiligungsverfahren steht noch aus. Die Abgrenzung zu Liquid-Democracy-Verfahren von beispielsweise Bürgerforen kann hier in erster Linie über die Kernmerkmale Deliberation und delegated voting erfolgen (siehe 1.1). Bürgerhaushalte ließen sich beispielsweise je nach Umsetzung möglicherweise als Liquid-Democracy-Verfahren auslegen.
- <sup>3</sup> <http://blog.sektionacht.at/2012/06/partei-demokratie-4-liquid-democracy-in-theorie-und-praxis/> [14.03.2013].
- <sup>4</sup> [http://wiki.piratenpartei.de/Liquid\\_Democracy](http://wiki.piratenpartei.de/Liquid_Democracy) [14.03.2013].

- <sup>5</sup> Der Fokus auf die Delegation könnte auch darauf zurückzuführen sein, dass die Wurzel des Begriffs und Konzepts Liquid Democracy wahrscheinlich in einer amerikanischen Debatte zur Reform des Wahlrechts, unter anderem durch „Proxy-Wahlen“ (vgl. Green-Armytage 2010) und „Delegative Democracy“ (Ford 2012), liegen. Allerdings, so Jabbusch, wurde das eigentliche Konzept von Liquid Democracy „ohne Bezüge auf diese frühe akademische Debatte – höchstwahrscheinlich im Jahr 2000 entwickelt. Ursprung und Evolution des Konzeptes ist wohl auf einem kollaborativen Prozess in amerikanischen Foren, Blogs und Wikis zurückzuführen. Möglicher Urheber des LD-Begriffs könnte ein anonym Internetnutzer mit dem Pseudonym ‚sayke‘ sein“ (Jabbusch 2011: 30).
- <sup>6</sup> Diese theoretische Annäherung liegt bisher nicht in Textform vor, sondern wurde von Bieber im Rahmen der Vortragsreihe „Kleine Form“ der Universität Duisburg-Essen entwickelt: <http://www.uni-due.de/kleine-form/bieber.php> [14.03.2013].
- <sup>7</sup> Mit Ausnahme von einigen wenigen wissenschaftlichen Beiträgen (vgl. Bieber 2012a, Jabbusch 2011) finden sich theoretische Darstellungen zu Liquid Democracy bisher nur auf den Webseiten und Blogs der beiden Vereine. So erläutert Interactive Democracy e.V.-Mitglied Andreas Nitzsche im Mission Statement (<http://liquidfeedback.org/mission/> [14.03.2013]) beispielsweise die Idee der Delegation über Proxys mit Bezug auf Alexander Hamilton. Unter „Theoretische Bezüge“ auf der Webseite des Liquid Democracy e.V. werden die Konzepte Direkter Parlamentarismus, Delegated Voting und Liquid Democracy erläutert (<http://liqd.net/schwerpunkte/theoretische-grundlagen/> [14.03.2013]). Obwohl Adhocracy und Liquid Feedback Open-Source-Programme sind, sind es trotzdem bisher nur die beiden genannten Vereine, die sowohl die theoretische als auch praktische Weiterentwicklung vorantreiben.
- <sup>8</sup> Im Sommer 2012 hat die FDP Bayern mit „New Democracy“ ein eigenes Antragssystem gestartet, das von dem Verein Liberale Basis e.V. entwickelt wurde. Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich allerdings noch nicht einschätzen, welchen Beitrag diese dritte Software zur gesamten Entwicklung von Liquid Democracy leisten wird.
- <sup>9</sup> <https://enquetebeteiligung.de/> [14.03.2013].
- <sup>10</sup> [https://lqfb.piratenpartei.de](https://lqfb.piratenpartei.de/) [14.03.2013].
- <sup>11</sup> „Code at its most simplistic definition is a set of unambiguous instructions for the processing of elements of capta in computer memory. Computer code (henceforth code) is essential for the operation of any object or system that utilizes microprocessors. It is constructed through programming – the art and science of putting together algorithms and read/write instructions that process capta (...) and output an appropriate response“ (Kitchin/Dodge 2011: 24).
- <sup>12</sup> Die Probleme globaler Delegationen in der Piratenpartei diskutiert Streetdog in dem Blogbeitrag „The Tale of Liquid Feedback“: <http://streetdog.wordpress.com/2011/04/22/the-tale-of-liquid-feedback/> [14.03.2013].
- <sup>13</sup> Eine ausführliche Übersicht über die kommunikativen Praktiken der Piraten bieten Bieber und Lewitzki (2013), die das Kommunikationsmanagement der Partei entlang der fünf „Vektoren“ – Transparenz, Kollaboration, Echtzeitkommunikation, Automatisierung und Populärkultur – beschreiben.
- <sup>14</sup> <http://piraten-mond.de/> und <http://planet.piratenpartei.de/> [03.03.2013].
- <sup>15</sup> <http://www.piratenpad.de/> [03.03.2013].
- <sup>16</sup> „Social software is a particular sub-class of software-prosthesis that concerns itself with the augmentation of human social and/or collaborative abilities through structured mediation,“ (Coates 2009) [http://www.plasticbag.org/archives/2003/05/my\\_working\\_definition\\_of\\_social\\_software/](http://www.plasticbag.org/archives/2003/05/my_working_definition_of_social_software/) [15.03.2013].
- <sup>17</sup> Sarcinelli weist darauf hin, dass das Verhältnis von Basis und Spitze noch völlig offen ist: „Es bleibt eine offene Forschungsfrage,

- ob elektoral-professionelle Berufspolitikerparteien Binnenkommunikation auf der Basis der Substitutions- oder Instrumentalisierungsthese oder durch ein strategisches Mix im Sinne eines Komplementärverhältnisses betreiben“ (Sarcinelli 2011: 217).
- <sup>18</sup> <http://zukunftsdialog.spdfraktion.de/> [03.03.2013].
- <sup>19</sup> <http://www.gruene-nrw.de/details/nachricht/teilhabe-und-beteiligung-staerken-chancen-des-digitalen-wandels-nutzen.html> [03.03.2013].
- <sup>20</sup> <http://fdpbayern.newdemocracy.de/> [03.03.2013].
- <sup>21</sup> <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/armin-laschet-will-liquid-feedback-in-der-nrw-cdu-einsetzen-a-840588.html> [03.03.2013].
- <sup>22</sup> <http://www.heise.de/tp/artikel/37/37560/1.html> [14.03.2013].
- <sup>23</sup> [http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&pm\\_nummer=0014/13](http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=pm&pm_nummer=0014/13) [03.03.2013].
- <sup>24</sup> <http://www.initiated21.de/portfolio/nonliner-atlas> [03.03.2013].
- <sup>25</sup> Vgl. auch die Grundsatzentscheidung des Bundesverfassungsgerichts zum Einsatz von Wahlcomputern: <http://www.bundesverfassungsgericht.de/pressemitteilung/bvg09-019.html> [03.03.2013].

## Literatur

- Bieber, Christoph* 2012a: Unter Piraten. Erkundungen in einer neuen politischen Arena. Bielefeld: Transcript.
- Bieber, Christoph* 2012b: Digital Diskutieren und Online Entscheiden - Liquid Democracy als neues Politikmodell? Kleine Form der Universität Duisburg-Essen, Duisburg. Abgerufen von <http://www.uni-due.de/kleine-form/bieber.php> [14.03.2013].
- Bieber, Christoph/Lewitzki, Markus* 2013: Das Kommunikationsmanagement der Piraten. In: Niedermayer, Oskar (Hg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden: Springer VS, 101-124.
- Coates, Tom* 2003: My Working Definition of Social Software. Plasticbag.org. Abgerufen von [http://www.plasticbag.org/archives/2003/05/my\\_working\\_definition\\_of\\_social\\_software/](http://www.plasticbag.org/archives/2003/05/my_working_definition_of_social_software/) [15.03.2013].
- Dobusch, Leonard/Pick, Yussi* 2012: Parteidemokratie #4: Liquid Democracy in Theorie und Praxis [Update]. blog.sektionacht.at. Abgerufen von <http://blog.sektionacht.at/2012/06/parteidemokratie-4-liquid-democracy-in-theorie-und-praxis/> [14.03.2013].
- Ford, Brian* 2012: Delegative Democracy. www.brynosaurus.com/deleg. Abgerufen von <http://www.brynosaurus.com/deleg/> [15.03.2013].
- Green-Armytage, James* 2010: Voluntary Delegation as the Basis for a Future Political System. Abgerufen von <http://www.econ.ucsb.edu/~armytage/voting/> [15.03.2013].
- Hierlemann, Dominik/Wohlfahrt, Anna* 2010: Die Bürger beteiligen: Herausforderungen für die politische Debatte. In: Bertelsmann Stiftung (Hg.): Politik beleben, Bürger beteiligen. Charakteristika neuer Beteiligungsmodelle. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, 50-58.
- Jabbusch, Sebastian* 2011: Liquid Democracy in der Piratenpartei. Eine neue Chance für die innerparteiliche Demokratie im 21. Jahrhundert? Universität Greifswald, Greifswald. Abgerufen von <http://www.scribd.com/doc/69890942/Liquid-Democracy-in-der-Piratenpartei-Eine-Neue-Chance-fur-die-innerparteiliche-Demokratie-im-21-Jahrhundert-By-Sebastian-Jabbusch> [15.03.2013].
- Kitchin, Robert/Dodge, Mitch* 2011: Code/Space: Software and Everyday Life. Software Studies. Cambridge: MIT Press.
- Koch, Michael/ Richter, Alexander* 2009: Enterprise 2.0: Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Korte, Karl-Rudolf* 2012a: Der Altmaier-Effekt: Was lernen etablierte Parteien von den Piraten? In: Bieber, Christoph/Leggewie, Claus (Hrsg.): Unter Piraten. Erkundungen in einer neuen politischen Arena. Bielefeld: Transcript, 199-210.

*Korte, Karl-Rudolf* 2012b: Beschleunigte Demokratie. Entscheidungsstress als Regelfall. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Jg. 62, Heft 7, 21-26.

*Puppe, Christoph* 2012: Liquid Democracy. Telepolis. Abgerufen von <http://www.heise.de/tp/artikel/37/37560/1.html> [14.03.2013].

*Sarcinelli, Ulrich* 2011: Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Po-

litikvermittlung im demokratischen System. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

*Schmidt, Jan* 2011: Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: Uvk Verlagsgesellschaft mbH.

*Wiesendahl, Elmar* 2006: Mitgliederparteien am Ende?: Eine Kritik der Niedergangsdiskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

## Die Enquete-Kommission „Internet und Digitale Gesellschaft“: Zivilgesellschaftlich ein Erfolg – oder ein Ausfall?

Falk Steiner

Es war eine aufgeheizte Stimmung, in der der Bundestag Anfang 2010 darüber beriet, eine Enquete-Kommission zum Thema „Internet und Digitale Gesellschaft“ einzuberufen. Die Bundestagswahl 2009 war zu diesem Zeitpunkt gerade erst vorüber und die Piratenpartei hatte immerhin zwei Prozent der Wähler davon überzeugen können, bei ihr das Kreuz zu machen. Wenige Monate vor der Bundestagswahl war es – wieder einmal – zum Eklat zwischen Netzaktivisten und Bundespolitik gekommen: Das sogenannte „Zugangsschwerungsgesetz“, das Internetzugangsanbieter zur Installation einer Sperrinfrastruktur verpflichtete, die solche Seiten betreffen sollte, die vom Bundeskriminalamt identifiziert Darstellungen sexuellen Missbrauchs von Kindern enthielten, hatte die Gemüter erhitzt mit einer hochgradig personalisierten, auf die damalige CDU-Familienministerin Ursula von der Leyen zugeschnittenen Kampagne unter dem Stichwort „Zensursula“; sie war allen Beteiligten noch in Erinnerung. Wütende Proteste dagegen, dass die Ministerin eine Zensurinfrastruktur etablieren wollte, die technisch nicht das erreichen konnte, was

sie erreichen sollte, aber eine große – wenn auch abstrakte – Gefahr der Überfilterung aufwies, bei gleichzeitiger Installation einer grundsätzlich demokratisch als kritisch zu betrachtenden Zensurinfrastruktur-Blackbox, über die nur die Exekutive die Kontrolle ausübt. Das alles führte zur ersten wirklich großen E-Petition beim Deutschen Bundestag gegen dieses Gesetz. Als es den Bundestag – mit den Stimmen von CDU/CSU und SPD – passierte und sich bei den Grünen ein nennenswerter Teil der Fraktion nicht einmal dagegen aussprach, wendeten sich viele enttäuscht den Piraten zu.

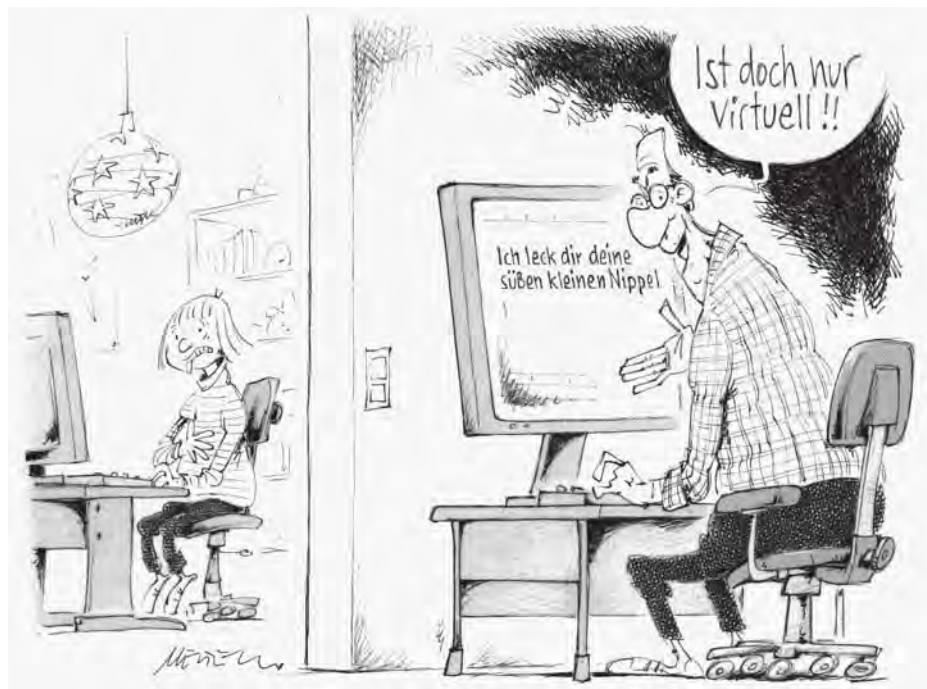
Wenn es um das Internet und die Digitalisierung geht, vertrauen die Digitalbürger den etablierten politischen Akteuren schlicht nicht – diese Politiker gelten nach wie vor weitgehend als ahnungslos. Und damit auch als potenziell gefährlich für die Lebenswirklichkeit der Netznutzer. Die „Zensursula“-Debatte, die eigentliche Geburtsstunde der deutschen Piratenpartei, sie war ein Auslöser, warum der 17. Bundestag sich eine Enquete-Kommission zum Internet und zur Digitalisierung zulegte. Als Anfang 2010 die Planungen dafür konkreter

wurden, wurde von den entwerfenden Fraktionen – als erstes kam ein Aufschlag der CDU/CSU, dann Veränderungen durch die FDP, am Schluss durften auch SPD und Grüne mitreden, die Linkspartei blieb außen vor – ein umfangreiches Arbeitspaket geschnürt, von dem jedes einzelne Thema mindestens Raum für 20 Dissertationen bieten würde. 17 Abgeordnete und 17 externe Sachverständige sollten diesen Themenwust bewältigen – in zwei Jahren und mit den Mitteln des Bundestages. Besetzt wurde sie entsprechend den Mehrheitsverhältnissen des Bundestages; Sachverständige wurden von den jeweiligen Fraktionen im gleichen Proporz benannt.

Für die zivilgesellschaftlichen Akteure stellt sich die Enquete-Kommission als Dilemma dar. Zum einen nahmen sie den Bundestagsabgeordneten durchaus ab, dass diese bereit wären zu lernen. Diese Hoffnung bestand auch auf der anderen Seite: Die Bundestagsabgeordneten erhofften sich von der Einbeziehung der

unterschiedlichen externen Akteure durchaus auch mehr Verständnis für ihre eigenen Abläufe, Logiken und weniger Fundamentalopposition. Hinzu kam, dass in die Kommission vorwiegend Abgeordnete berufen wurden, die nicht als Etablierte gelten können – sondern die ein derartiges, nach den Maßstäben des Bundestages als modern geltendes Thema auch für die Beförderung der eigenen politischen Karriere nutzen wollten. Für die zivilgesellschaftlichen Teilnehmer stellte sich dabei jedoch ein anderes Problem: Sie waren keineswegs gut vertraut mit den Kniffen und Tricks des parlamentarischen Betriebes. Und viele von ihnen überschätzten zweifelsohne auch, wie viel Einfluss sie auf die konkreten Ergebnisse der Enquete-Kommission nehmen konnten, ohne dass sie sich öffentlich zu weit von ihren sonst vertretenen Positionen verabschieden mussten.

Während also auf der einen Seite, der der Parlamentarier, nicht zuletzt der Wunsch nach Einbeziehung und Einhegung der Zivilgesell-



schaft und ihrer relativ prominenten Akteure bestand, fürchteten diese nicht zuletzt um ihre Unabhängigkeit und faule Kompromisse. Allerdings wäre die Alternative gewesen, schlicht nicht teilzunehmen – was weder politisch goutiert noch inhaltlich gewünscht wurde. Zwar wurden nicht Institutionen, sondern Individuen als Sachverständige benannt. Doch tatsächlich sind diese natürlich stets auch im Kontext ihrer jeweiligen Institutionen und individuellen Umfeldler Teil der Enquete geworden. Und so fanden sich mit Constanze Kurz (CCC), Markus Beckedahl (netzpolitik.org/Digitale Gesellschaft), Alvar Freude (Arbeitskreis Zensur) und Padaluun (FoeBuD) vier zivilgesellschaftliche Vertreter des Netzes wieder – Kurz war von der Linkspartei benannt worden, Beckedahl von den Grünen, Freude von der SPD und Padaluun von der FDP-Fraktion. Hinzu kamen einige mit der Zivilgesellschaft vertraute Akteure aus Wissenschaft und Verbänden. Cornelia Tausch vom Verbraucherzentrale Bundesverband, Annette Mühlberg von ver.di, Jeanette Hofmann vom Wissenschaftszentrum Berlin (WZB) und dem Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft, Wolfgang Schulz vom Hamburger Hans-Bredow-Institut für Medienforschung; sie sind hier zu nennen, auch wenn sie nicht primär den digitalen Zivilgesellschaftsakteuren zugerechnet werden können.

Um die Konstellation in der Enquete-Kommission zu verstehen, ist es notwendig, die Akteure aus der digitalen Zivilgesellschaft und ihre Hintergründe kurz zu skizzieren. Denn wie so oft in der Zivilgesellschaft ist auch die digitale Zivilgesellschaft eine, die nicht zuletzt mit Einzelnen verknüpft ist. Mit der Sprecherin des Chaos Computer Clubs, Constanze Kurz, wurde eine Vertreterin in die Enquete berufen, die als Informatikerin die Perspektive der gesellschaftlich besorgten Technikfreunde, des Vereins mit einem positiven Hacking-Begriff einbrachte. Der CCC ist ein überaus großer Verein mit mehr als 3.500 Mitgliedern – die jedoch mehrheitlich skeptisch sind, ob der CCC sich aktiver in die politischen Diskussio-

nen einbringen und damit auch näher an den politischen Akteuren wirken sollte. Der stets unter seinem Künstlerpseudonym auftretende Padaluun, Vorsitzender des Vereins zur Förderung des bewegten und unbewegten Datenverkehrs FOeBuD (zwischenzeitlich umbenannt in DigitalCourage), entstammt eher der künstlerischen digitalen Szene der Mailboxen der 1980er Jahre. Der Bielefelder Verein widmet sich in erster Linie dem traditionellen Datenschutzthema mit starker staatskritischer Ausprägung – Überwachung in ihren verschiedenen Facetten ist sein Kernthema. Padaluuns Benennung durch die FDP war nicht zuletzt für ihn selbst eine Zerreißprobe. Denn er war damit im Regierungslager eingemeindet – die formelle Unabhängigkeit der Sachverständigen war in den knappen Mehrheitsverhältnissen der Enquete-Kommission kaum gegeben und mehr als eine lautstarke Auseinandersetzung des früheren FDP-Fraktionsreferenten mit Padaluun ist verbürgt.

Alvar Freude, der seit Jahren vor allem gegen politische Zensurideen im Netz streitet und im Arbeitskreis gegen Zensur (AK Zensur) aktiv ist, sprach nicht für eine größere Gruppe. Der Informatiker versuchte sich entsprechend in der Enquete-Kommission stets als Mittler zwischen anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren auf der einen Seite und den technisch oft wenig beschlagenen Abgeordneten auf der anderen Seite – manchmal mit Erfolg, manchmal jedoch auch mit Kompromissideen, die für die anderen Zivilgesellschaftsvertreter inakzeptabel weit weg von ihren Vorstellungen einer zeitgemäßen Digitalpolitik lagen, beispielsweise beim Thema Vorratsdatenspeicherung von Internetzugangsadressen. Der vierte zivilgesellschaftliche Vertreter, Markus Beckedahl, berichtet seit 2003 in seinem Blog netzpolitik.org über die Entwicklungen des Netzes und der Politik – das Blog hat sich als erste Anlaufstelle für Digitalpolitik in Deutschland etabliert. Doch Beckedahl ist zudem Vorsitzender des Vereins Digitale Gesellschaft, einem Verein der 2010 gegründet wurde und sich als thematisch breit aufgestellte Lobbyor-

ganisation der Netzbürger versteht, die direkt Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse nehmen will.

Die digitale Zivilgesellschaft ist so bunt und vielfältig, wie es die Gesellschaft ist. Und auch zwischen den Organisationen gibt es teilweise Konkurrenzen. Die Piratenpartei beispielsweise: Sie ist nur ein Akteur unter vielen. Sie ist nicht von den bekannten Gesichtern der digitalen Zivilgesellschaft gegründet worden und wird bei manchen der netzpolitisch fokussierten Akteure, die sich gegen eine eigenständige Parteigründung ausgesprochen hatten, überaus kritisch betrachtet. Dennoch gibt es immer wieder einzelne inhaltliche Punkte, an denen die verschiedenen Akteure und Gruppen zusammenarbeiten – meistens extern begründete Aktionen, beispielsweise bei Gesetzgebungsverfahren, deren Anwendbarkeit auf die digitale Realität mindestens fraglich ist oder bei politischen Vorhaben, die den gefühlten Lebensraum der digitalen Bewohner bedrohen. Doch alles in allem ist die digitale Zivilgesellschaft eher klein und unorganisiert, wenn auch spontan mächtig. Von den professionellen Verbänden, Vereinen und Interessenvertretungen der Umweltbewegung oder gar der Menschenrechtsbewegungen sind die digitalen Akteure noch ein gutes Stück entfernt. Und das schlug sich auch auf die Arbeit in der Enquete-Kommission nieder. Es ist das Wesen einer Enquete-Kommission, dass sie neben den Alltagsbetrieb des Bundestages tritt. Sie hat keinerlei Entscheidungsgewalt, produziert Berichte und unverbindliche Empfehlungen. Oder anders gesagt: Es liegt nicht nur an ihrem vom Bundestag formulierten Auftrag, sondern auch an den Mitgliedern einer Enquete-Kommission, was sie genau tut – und was sie lässt.

Und genau hier stellten sich die Schwierigkeiten schnell ein. Welche Themen darf eine Enquete-Kommission anfassen? Welche nicht? Soll sich eine Enquete-Kommission, die mindestens eine Legislaturperiode zu spät eingerichtet wurde, wirklich nur um die Themen kümmern dürfen, die mittel- bis langfristig akut werden oder bleiben – wie zum Beispiel die

Frage, wie das Netz am besten organisiert und regiert werden soll – oder darf oder muss sie sich auch mit den Debatten auseinandersetzen, in denen sowohl die Abgeordneten als auch die Sachverständigen sich ins Tagesgeschäft einmischen? Es wäre absurd gewesen, hätte die Enquete-Kommission sich nicht auch mit dem Urheberrecht, dem Datenschutz und der Netzneutralität beschäftigen dürfen – ihr Arbeitsauftrag umfasste auch diese Themen. Dennoch: Bei diesen Themen arbeitete sie oft eher wie ein parallel tagender, regulärer Ausschuss, nicht wie eine auf politische Handlungsperspektiven ausgerichtete Enquete. Das war ein Geburtsfehler der *EIDG*, wie die Enquetekommission Internet und Digitale Gesellschaft abgekürzt wurde.

Die *EIDG* sollte aber auch etwas grundsätzlich Neues für den Bundestag leisten: Sie sollte praktisch experimentieren, wie eine bessere, digitale Einbindung der Bevölkerung in die parlamentarischen Beratungsprozesse aussehen kann. Hierfür wurde eine Instanz der Software *AdHocracy* verwendet, die als „18. Sachverständiger“ die Öffentlichkeit – die allerdings ohne Stimmrecht ausgestattet war – bei den Beratungen mitwirken und Vorschläge sowohl für die Berichte als auch für die Handlungsempfehlungen unterbreiten sollte. Rein quantitativ betrachtet hat sich dieser Aufwand kaum gelohnt. Doch qualitativ waren einige Beiträge durch die Nutzer durchaus hilfreich für die Arbeit der Enquete-Kommission. Dafür, dass der Bundestag als Institution hier erste Erfahrungen sammelte, ist diese Öffnung der Beratungsprozesse für eine breite externe Expertise durchaus als gelungen zu betrachten. Betrachtet man die Ergebnisse der Enquete-Kommission mit der Brille der zivilgesellschaftlichen Akteure, kommt man zu gemischten Ergebnissen. Denn die allgemeine und nicht gering zu schätzende Aufgabe, dass die Enquete in erster Linie eine Art Kompendium zu einigen Grundproblemen der Digitalpolitik erarbeiten sollte, wurde bewältigt. Das bedeutet, dass es nun einen Grundstock an leicht verfügbarem Wissen für künftige Bundestags-

beratungen gibt, auf den zurückgegriffen werden kann und der bereits in institutionskompatibler Aufbereitung vorliegt. Das ist grundsätzlich und unter Berücksichtigung der digitalen Fehlgriffe der jüngeren politischen Entscheidungsträgervergangenheit zu begrüßen.

Und auch in einer zweiten Hinsicht ist die Enquete-Kommission für die digitale Zivilgesellschaft ein Erfolg. Insbesondere bei Abgeordneten, die vor dem Beginn des Gremiums als wenig affin galten, hat die Enquete Spuren hinterlassen. Wenn der Vorsitzende der Enquete-Kommission, Axel E. Fischer (CDU), zu Beginn der Kommission noch mit überschaubarem Wissen zu den Digitalisierungsfragen auffiel, lernte er im Laufe der Enquete nach eigener Aussage erst, wie weitreichend die Veränderungen durch die Digitalisierung sein werden, die auf die Gesellschaft und die Politik zukommen. Er verglich die Relevanz der Digitalpolitik am Ende der Enquete mit der der Umweltpolitik, die auch erst einmal ihren politischen Stellenwert finden musste aber heute kaum mehr ernsthaft in Zweifel gezogen wird. Denn so alltäglich die digitalen Themen für viele Bürger in ihrer praktischen Auswirkung auch sind, wenn sie ihr Smartphone nutzen oder ihre komplette Arbeitswelt und bei Jüngeren auch oft das soziale Leben ohne vernetzte Computer nicht mehr funktionieren würde: In der institutionalisierten Politik ist die Abbildung eben dieser Relevanz nach wie vor kaum aufzufinden. Dass sich hier am Ende alle Fraktionen und Sachverständigen einig waren, kann als – bescheidener – Erfolg der drei Jahre *EIDG* gewertet werden.

Auch inhaltlich sind die Ergebnisse der Enquete-Kommission für die Vertreter der Zivilgesellschaft zumindest nicht peinlich geworden. Zwar sind die Handlungsempfehlungen der Mitglieder oft exakt entlang der politischen Lager zweigeteilt – in die der Regierungsfraktion und der Opposition und bei manchen Themen in die der Union, FDP und SPD auf der einen und der Grünen und Linken auf der anderen. Doch verglichen mit dem, was noch eine Legislaturperiode zuvor prak-

tisch an Digitalpolitik entstanden war, sind selbst die Koalitionsempfehlungen gemäßigt.

Deutlich weniger erfolgreich war die Enquete-Kommission für die digitale Zivilgesellschaft aber auf einem anderen Feld: bei der Zusammenarbeit ihrer Akteure untereinander. Insbesondere der von der FDP benannte Sachverständige, Datenschutzaktivist Padeluun, fand sich regelmäßig zwischen den Stühlen wieder. Mit der ihn benennenden Fraktion stimmte er ab – oder doch mit der Opposition? Seine Lösung: mal so, mal so. Die anderen zivilgesellschaftlichen Vertreter waren damit alles andere als zufrieden, auch wenn er bei manchen Themen so für überraschende Gleichstände oder gar Oppositionsmehrheiten sorgen konnte. Die digitale Zivilgesellschaft, sie ist also nach dem Ende der Enquete-Kommission in einer besseren Ausgangslage – aber auch zerstrittener als vorher.

Ein anderes, strukturelles Defizit der digital-zivilgesellschaftlichen Akteure wurde in der Arbeit der Enquete-Kommission zudem offenbar. Denn ihre Vertreter üben ihre Funktionen in aller Regel neben ihrem Beruf aus – die Enquete, die überaus zeitintensiv war, stellte zu hohe Anforderungen an sie. Ihnen fehlte der strukturelle Unterbau, den beispielsweise die ebenfalls als Sachverständige berufenen Vertreter von Wirtschaftsverbänden für ihr Arbeit nutzen konnten: Während beim Sachverständigen Bernhard Rohleder, Geschäftsführer des IT-Wirtschaftsverbands BITKOM, 100 Mitarbeiter zuarbeiten, beschäftigt der CCC keinen einzigen Menschen für seine politische Arbeit. Dieses strukturelle Ungleichgewicht, die Knappheit der Ressourcen, ist typisch für jede Form von Multi-Stakeholder-Governance-Ansätzen, in denen die Wirtschaftsvertreter grundsätzlich über mehr personelle und finanzielle Ressourcen verfügen, mit denen sie ihre Positionen aufbereiten können. Dieser Unterschied findet an einigen Stellen seinen Niederschlag in den Berichten der Enquete-Kommission.

Wenn man nun also ein Resümee ziehen möchte, was diese Enquete-Kommission aus

Sicht der digitalen Zivilgesellschaft gebracht hat, kann man es so zusammenfassen: Sie hat enorme Ressourcen über insgesamt drei Jahre gebunden, um den Bundestag für die Zukunft zu ertüchtigen. Sie hat dabei zu einer Stärkung des Themas innerhalb der Institution beigetragen und inhaltlich eine Art politisch-argumentativen Mindeststandard entwickelt, unter dessen Niveau sich Bundestagsgremien nun nicht mehr ohne größere Peinlichkeiten bewegen können. Doch ob diese Arbeit überhaupt Früchte tragen kann, hängt auch von den kommenden politischen Konstellationen und nicht zuletzt von der künftigen Zusammensetzung des Bundestages ab. Denn es ist durchaus denkbar, dass ein Teil der nun digitalpolitisch klüger gewordenen Abgeord-

neten dem nächsten Deutschen Bundestag nicht mehr angehören wird. Zugleich hat sie den zivilgesellschaftlichen Akteuren ihre vorhanden strukturellen Probleme aufgezeigt. Auch 2013 ist sie noch ein gutes Stück weit davon entfernt, das Niveau professioneller politischer Begleitung leisten zu können, das der politische Betrieb von ihr erwartet.

*Falk Steiner*, Dipl.-Pol. (FU Berlin), ist Korrespondent für Netzpolitik im Hauptstadtstudio von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur. Er begleitete die Enquete-Kommission in verschiedenen Funktionen und für eine Vielzahl an Medien und gehörte 2010 zu den Gründern des Digitale Gesellschaft e. V. Kontakt: post@falksteiner.de.

## Der Partizipationsmythos.

### Deutschlands Verbände wollen viel Beteiligung ermöglichen, bieten aber nur wenig an

Olaf Hoffjann/Jeannette Gusko/Ariana Sliwa

Seit Bertolt Brechts Radiotheorie wird fast jedes neue Medium euphorisch als Heilsbringer begrüßt, der mit besseren Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten endlich das Versprechen weitergehender Demokratisierung einlösen könne (vgl. Brecht 1967, Bd. 18: 134). Das war beim Internet nicht anders. Von Beginn an war es mit partizipatorischen Erwartungen verbunden (vgl. Emmer/Bräuer 2010: 311). So argumentieren Euphoriker, dass das Internet im Sinne von Habermas' deliberativer Politik durch Prinzipien wie der Zugangs- und Chancengleichheit der Diskursteilnehmer, der Problematisierbarkeit aller Themen sowie des prinzipiellen Einbezugs des Publikums eine ideale Kommunikationssituation ermögliche (vgl. Thimm et al. 2012: 295; Habermas 1962). Schlagworte wie Politik 2.0, Demokratie 2.0,

Medien 2.0 (vgl. Witte et al. 2010: 241) beriefen sich darauf, dass die Anwendungsmöglichkeiten der Sozialen Medien perfekt zu den kommunikativen Funktionen in der Politik passen (vgl. Witte et al. 2010: 241f). Obwohl all diesen euphorischen Urteilen zwischenzeitlich ebenso skeptische Gegenmeinungen gegenüberstehen (vgl. z.B. Wagner/Brüggen 2012: 21), scheint der Partizipationsmythos in der Kommunikationspraxis nichts von seiner Relevanz verloren zu haben – zumindest in den Köpfen der Macher.

Diesem Mythos Partizipation sind wir am Beispiel deutscher Verbände mit einer Studie nachgegangen<sup>1</sup>. Dabei fragten wir Verbandsvertreter zunächst, welche Ziele sie mit Sozialen Medien verfolgen und wie sich deren Bedeutung – auch im Vergleich zu anderen Kom-

munikationsinstrumenten – verändert hat. Anschließend spiegeln wir diese Aussagen mit dem Facebook-Auftritt von 35 Verbänden. Das Ergebnis erstaunt.

## 1 | Studiendesign

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, hat sich ein Mehrmethodendesign angeboten. Befragungen von Verbandsvertretern, die Verbandskommunikation in unterschiedlichen Positionen begleiten, waren notwendig, um etwas über die Ziele, Zielgruppen, eingesetzten Ressourcen und die Relevanz zu erfahren. Zu Beginn der Studie wurden mittels 23 Leitfadeninterviews mit den Leitern der Verbandskommunikation bzw. mit den für Soziale Medien zuständigen Spezialisten Hintergründe zum Einsatz speziell Sozialer Medien erforscht. Die Ergebnisse waren die Grundlage für die daran anschließende Online-Befragung, an der 175 beim Bundestag akkreditierte Verbände teilnahmen (160 bereinigte Fälle).

Die Inhaltsanalyse von 35 zentralen Facebook-Profilen war notwendig, um zu analysieren, ob sich die in den Interviews genannten Ziele auch in den Facebook-Auftritten der Verbände wiederfanden. Dazu wurden die Themen, der potenziell aktivierende Charakter der Beiträge und vor allem die Nutzerreaktionen inhaltsanalytisch untersucht. In einer ersten Stichprobe wurden die Monate Mai bis Juli in den Jahren 2010, 2011 und 2012 berücksichtigt (n=6.323 Beiträge). In einer zweiten Stichprobe wurden mithilfe von 1.168 Beiträgen von den Seitenbetreibern und 1.090 Beiträgen von externen Nutzern (Mai 2012) alle Elemente einer Facebook-Seite analysiert.

Da die Verbändelandschaft in Deutschland in hohem Maße vielfältig und unübersichtlich ist, wurden die vier Verbandstypen Industrieverbände, Gewerkschaften, Berufsverbände und Public Interest Groups ausgewählt. Bei den vier Typen war einerseits zu erwarten, dass die Verbände sich als Wettbewerber sehen. Andererseits war auf Grund der spezifischen Mitgliederstruktur und der spezifischen Handlungs-

felder zu erwarten, dass dies auch zu signifikanten Unterschieden in der Verbandskommunikation führt.

## 2 | Die Nutzung Sozialer Medien durch Verbände

Für seine Politik brauche er nur *Bild*, *BamS* und *Glotze*. Spätestens mit diesem Satz des ehemaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder ist die wissenschaftliche Medialisierungsdebatte zur politischen Kommunikation eingezogen in die Publikumsmedien. So berichtet der Journalismus seit Jahren vielfach über die empirisch abgesicherte Entwicklung, dass sich Politiker zunehmend an Medien orientieren und sie zu beeinflussen versuchen. Mit anderen Worten: Die Medien berichten nicht nur über die Politik, in Deutschland berichten oder vielmehr spekulieren sie gerne auch darüber, wie die Politik sich in ihrem Handeln an den Medien orientiere.

Wenn wir von Medien gesprochen haben, so meinten wir bislang die klassischen Massenmedien: die *Tagesschau*, den *Spiegel*, die *Bild-Zeitung*, den *Deutschlandfunk*, aber auch deren Online-Versionen *spiegel.de* oder *sz.de*. Und genauso hat der Medialisierungsdiskurs im Kontext der politischen Kommunikation zwar den allgemeinen Medienbegriff verwendet, das Interesse galt in der Regel aber ausschließlich den Massenmedien. Eine solche Verengung, die man richtigerweise als *Massenmedialisierung* bezeichnen müsste, mag so lange verständlich gewesen sein, wie die Massenmedien das (einzige?) prägende Medium politischer Kommunikation gewesen sind. Spätestens mit dem Aufkommen der Sozialen Medien erscheint dies aber nicht mehr plausibel.<sup>2</sup> Daher schlagen wir vor, von der *Massenmedialisierung* die *Soziale Medialisierung* zu unterscheiden.

Soziale Medialisierung ist kein Zustand eines Verbandes, sondern ein fortlaufender Prozess bzw. eine Veränderung. In der Studie ist dieser begrifflichen Entscheidung damit Rechnung getragen worden, dass vor allem nach den Veränderungen in den vergangenen fünf

Jahren gefragt wurde. Dieser Zeitraum begründet sich darin, dass in den vergangenen fünf Jahren in Deutschland relevante Soziale Medien wie Social Networking Communities (erst die *VZ-Gruppe*, später *Facebook*), File Sharing Communities wie *YouTube* und *Flickr* sowie Knowledge Communities wie *Wikipedia* ein exorbitantes Wachstum verzeichneten. Diese Entwicklung wurde darin bestätigt, dass 2007 nur ein einziger befragter Verband ein eigenes Weblog hatte – keine andere Social Media-Anwendung war damals häufiger vertreten. Zur Untersuchung der Sozialen Medialisierung wurden die drei Medialisierungsdimensionen Wahrnehmung, Strukturen und Kommunikationsleistung sowie die entsprechenden Indikatoren von Donges (2008) verwendet: Wenn Soziale Medien in der Wahrnehmung eines Verbands wichtiger werden, wenn sich verbandliche Strukturen zunehmend an Aktivitäten in den Sozialen Medien orientieren und wichtiger werden und wenn die Kommunikati-

onsleistung gegenüber den Sozialen Medien zunimmt bzw. sich ausdifferenziert, dann kann von einer Sozialen Medialisierung gesprochen werden.

In der ersten Dimension *Wahrnehmung* konstatierten in den Leitfadeninterviews alle befragten Verbandsvertreter eine grundsätzliche Bedeutungszunahme sozialer Medien – insbesondere bei der Ansprache und Beobachtung jüngerer Zielgruppen. Die Online-Befragung bestätigte diese Ergebnisse: Die Bedeutung sozialer Medien ist für rund 51,2 Prozent der befragten Verbände in den vergangenen Jahren (stark) gestiegen. In der *Struktur-Dimension* konstatierten die in den sozialen Medien aktiven Verbände eine leichte Zunahme an Stellen und Budgets für ihre Aktivitäten in den sozialen Medien. In jedem Verband werden die Aktivitäten in den sozialen Medien von knapp einer ganzen Mitarbeiterstelle betreut. In der Dimension der *Kommunikationsleistung* zeigt sich, dass soziale Medien von



der deutlichen Mehrzahl der befragten Verbände aktiv genutzt werden – bei 99 der 160 befragten Verbände. Die am häufigsten genutzte Anwendung ist *Facebook* – überraschender ist, dass nur knapp dahinter *Twitter* folgt. Weniger überraschender sind die Unterschiede: Während *Facebook* bei den Public Interest Groups schon als Standard zu bezeichnen ist, besitzt nur eine Minderheit der Industrieverbände ein *Facebook*-Profil. Personalverbände scheinen einen größeren potenziellen Nutzen aus sozialen Medien zu ziehen. Die Leitfadenterviews haben zudem gezeigt, dass Industrieverbände *Facebook* mitunter zeitlich begrenzt im Rahmen einer Kampagne nutzen und das entsprechende Profil inklusive aller Unterstützer nach dem Kampagnenende löschen. Weitere File Sharing Communities wie *Flickr* spielen ebenso wenig eine Rolle wie weitere Social Networking Communities wie die der *VZ-Gruppe* oder *Google+*.

Resümierend lässt sich grundsätzlich eine soziale Medialisierung von Verbänden konstatieren. So beobachten Verbände eine gestiegene Bedeutung sozialer Medien. Zudem wurden innerhalb weniger Jahre teilweise enorme Strukturen aufgebaut und Ressourcen aufgewendet. Bemerkenswert ist schließlich, dass *Twitter* fast ebenso intensiv wie *Facebook* eingesetzt wird. Wenn man sich die Unterschiede zwischen den Verbandstypen anschaut, überrascht es, dass sie nicht größer ausfallen. So konstatieren in der Wahrnehmungsdimension alle Verbandstypen einen Bedeutungszuwachs sozialer Medien – auch Industrieverbände sehen folglich, dass soziale Medien u.a. einen steigenden Einfluss darauf haben, welche Interessen sich durch eine (halb-)öffentliche Thematisierung am Ende durchsetzen. Deutliche Unterschiede sind hingegen bei den eigenen Aktivitäten in den sozialen Medien zu beobachten. Hier sind Industrieverbände mit ihren Unternehmensmitgliedern deutlich weniger aktiv. Überraschender ist die Zurückhaltung der Berufsverbände, die wie Gewerkschaften und Public Interest Groups im Durchschnitt deut-

lich mehr Mitglieder haben und damit über ein größeres Potenzial verfügen.

### 3 | Der Partizipationsmythos

Viele Probleme von Verbänden scheinen zumindest in Teilen Partizipationsdefizite zu sein. Wenn Mitglieder angesichts von Mitgliederbonusprogrammen à la *ADAC* mitunter über eine „affektive Verarmung“ (Streeck 1987: 475) ihrer Mitgliedschaft klagen, dürfte dies auch ein Indiz für zu geringe Partizipationsmöglichkeiten sein. Die naheliegende Lösung: In einem sozialen Netzwerk wie *Facebook* können Verbände potenziell mit rund jedem dritten Deutschen – darunter vor allem jüngeren – nahezu in Echtzeit gesellschaftliche Themen diskutieren, damit die breite Diskussionskultur wiederbeleben und nebenbei aus Interessenten sowie passiven Mitgliedern aktive Mitstreiter machen. Einen Gewinn versprechen Soziale Medien auch an anderer Front: der Artikulation bzw. Legitimation von Interessen. Denn mit der Pluralisierung organisierter Interessen und den wachsenden Investitionen in die Verbandskommunikation (vgl. Bentele/Seidenglanz 2010: 183) wird es immer schwieriger und kostspieliger, Öffentlichkeit und damit öffentliche Unterstützung für die eigenen Interessen herzustellen. Zudem verlieren die Klassiker unter den journalistischen Massenmedien wie Tageszeitung und TV an Reichweite, so dass sie immer weniger dazu taugen, die gewünschten Publika zu erreichen. Soziale Medien mit ihren stetig wachsenden Reichweiten scheinen die Reichweitenverluste von Print und TV auszugleichen. Beispiele wie *Gutten-Plag* zeigen, wie viele Unterstützer in kurzer Zeit „eingesammelt“ werden können und wie damit eine breite Legitimation eines Interesses kommuniziert werden kann. Wäre eine solche Legitimation nicht sogar vertrauenswürdiger als die immer aufwändiger inszenierten Medienevents, die sich in vielen Nachrichtensendungen finden? Auf den ersten Blick scheinen Soziale Medien einen Beitrag zur Lösung wichtiger Probleme leisten zu können.

Wenn man in die Literatur schaut, ergibt sich ein zumindest ambivalentes Bild. Den Euphorikern, die eingangs genannt wurden, stehen seit einigen Jahren kritische Einschätzungen gegenüber. So wird aus einer normativen Perspektive eine Fortsetzung des „Digital divide“ befürchtet. Tatsächlich würde niemand behaupten, dass die in den Sozialen Medien Aktiven repräsentativ seien für die Bevölkerung. Zudem wird die Frage nach der Qualität der Partizipation gestellt (vgl. Wagner/Brüggen 2012: 21): Ist das Klicken eines ‚Like-Buttons‘ ein gleichwertiger Ersatz für die Teilnahme an einer Demonstration oder einer Diskussionsveranstaltung?

Daher wollen wir grundsätzlicher beginnen: Wozu können das Internet allgemein und die Sozialen Medien im Besonderen im politischen Kontext genutzt werden? In der Regel unterscheidet man aus der Nutzerperspektive zwischen politischer Information, politischer Interaktion bzw. Kommunikation und politischer Partizipation (vgl. Hoecker 2002): Bürgerinnen und Bürger informieren sich über Politik, kommunizieren über Politik und wollen sich an politischen Entscheidungen beteiligen. Es wird schnell deutlich, dass Soziale Medien und hier insbesondere ein soziales Netzwerk wie *Facebook* in hohem Maße geeignet zu sein scheinen, alle drei Nutzungsformen zu ermöglichen.

In der Literatur werden die drei Nutzungsformen sehr unterschiedlich konkretisiert. Während die Information noch relativ eindeutig ist, verlaufen insbesondere die Grenzen zwischen Interaktion, die häufig auch als Kommunikation bezeichnet wird, und Partizipation oft nicht trennscharf. So ordnen Ritzi et al. in ihrem breiten Beteiligungsverständnis das Posten von politischen Beiträgen z.B. der Partizipation zu (vgl. 2012: 22), während Hoecker (2002) die Beteiligung in politischen Foren – *Facebook* existierte zum Zeitpunkt ihres Beitrags noch nicht – primär als Kommunikation bzw. Interaktion interpretiert. Da in der Untersuchung mit den Verbänden fast ausschließlich die Kommunikatorseite untersucht

wird, soll hier pragmatisch wie folgt unterschieden werden.

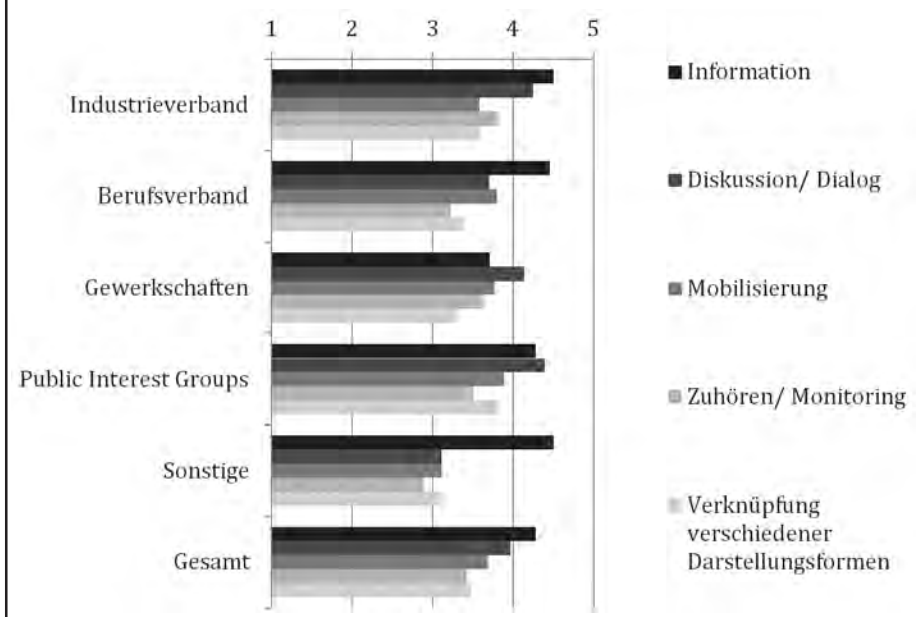
- *Information*: Damit werden alle Aktivitäten bezeichnet, mit denen Verbände die Nutzer über politische Themen informieren wollen. Dies reicht vom Posten von Pressemitteilungen und dem Verlinken auf Blogs bis hin zum Verlinken auf Medienberichte zu verbandsrelevanten Themen. Kommunikationstheoretisch plausibler wäre hier der Begriff des Mitteilungshandelns, da Verbände in diesem Kontext nur mitteilen, nicht aber zuhören wollen.<sup>3</sup> Dies ist zu berücksichtigen, wenn im Folgenden der etwas unscharfe Begriff Information verwendet wird, um die Anschlussfähigkeit an den Diskurs politischer Online-Kommunikation zu erleichtern.
- *Interaktion bzw. Kommunikation*: Dies beinhaltet alle Aktivitäten, in denen eine Interaktion mit den Nutzern bzw. zwischen den Nutzern ermöglicht wird. Dazu zählen u.a. Diskussionen. Im Unterschied zur Nutzungsform Information sind Verbände hier auch zum Rollenwechsel, mithin auch zum Zuhören bereit.
- *Partizipation*: Dies umfasst alle Formen, die auf eine Mobilisierung von Mitgliedern bzw. Unterstützern zielen. Dazu zählen z.B. der Aufruf zur Teilnahme an Demonstrationen, Online-Abstimmungen und in einem weiten Verständnis auch der Aufruf zum ‚Liken‘ eines Postings. Kommunikationstheoretisch kann Partizipation als Kommunikation im Kontext von Entscheidungen verstanden werden. Der Aufruf zum ‚Liken‘ eines Postings ist mithin kommunikationstheoretisch ohne Zweifel Partizipation – ob er jedoch ein vergleichbares ‚Partizipationsniveau‘ wie die Teilnahme an einer Demonstration oder einer Diskussionsveranstaltung hat, ist eine ganz andere Frage.

Soweit zur theoretischen Einordnung. Wie wichtig ist Partizipation für die befragten Verbandsvertreter? Sowohl in den Leitfadenterviews als auch in der Online-Befragung spielten interakti-

ve und partizipative Elemente eine zentrale Rolle. Besonders eindrucksvoll zeigt sich dieses Leitbild in der Online-Befragung. Als (sehr) wichtige Ziele bei *Facebook* nannten knapp 70 Pro-

zent der Befragten das Ermöglichen von Diskussionen sowie rund 65 Prozent die Mobilisierung (s. Abb. 1). Bei *Twitter* lagen diese Werte jeweils bei etwas unter 50 Prozent.

Abb. 1: Ziele beim Einsatz von Facebook  
(Mittelwerte; 1= sehr unwichtig bis 5 = sehr wichtig; N=99)



#### 4 | Der Partizipationsalltag

Nur wer Soziale Medien überhaupt nutzt, kann die „Heilsversprechen“ erfüllen. Von einer Nutzung durch alle Verbände kann zwar keine Rede sein, aber Soziale Medien haben sich in der deutlichen Mehrzahl der Verbandstypen in unterschiedlichem Ausmaß etabliert. In diesem Kapitel kann daher direkt mit den Ergebnissen der Inhaltsanalyse von *Facebook*-Profilen von 35 Verbänden gezeigt werden, inwiefern Informations-, Kommunikations- und Partizipationsangebote an die Nutzer gemacht werden.

Informations-, Kommunikations- und Partizipationsangebote führen nicht deterministisch zur entsprechenden Informations-, Kom-

munikations- und Partizipationsnutzung. Nicht jedes Partizipationsangebot führt auch zu Partizipation – es kann auch als Information zur Relevanz eines Themas wahrgenommen werden. Umgekehrt können Informationsangebote eines Verbandes auch Interaktion oder gar Partizipation auslösen – wenn z.B. einzelne Mitglieder mit der Verbandspolitik ganz und gar nicht einverstanden sind. Zudem kann die Einladung zur Partizipation auch in empirisch nur schwer erfassbaren Dimensionen erfolgen. Beispiele wären das Zulassen von Kommentaren Externer als Standardeinstellung, der Moderationsstil und die Reputation des Social Media-Managers, Offenheit von Social Media-Guidelines oder die Exklusivität der Neuigkeiten eines Social Media-Accounts.

Mit dem Untersuchungsdesign kann also nicht umfassend erhoben werden, welche Nutzungsformen auf Nutzerseite im Mittelpunkt stehen. Es können aber die folgenden zentralen Fragen beantwortet werden:

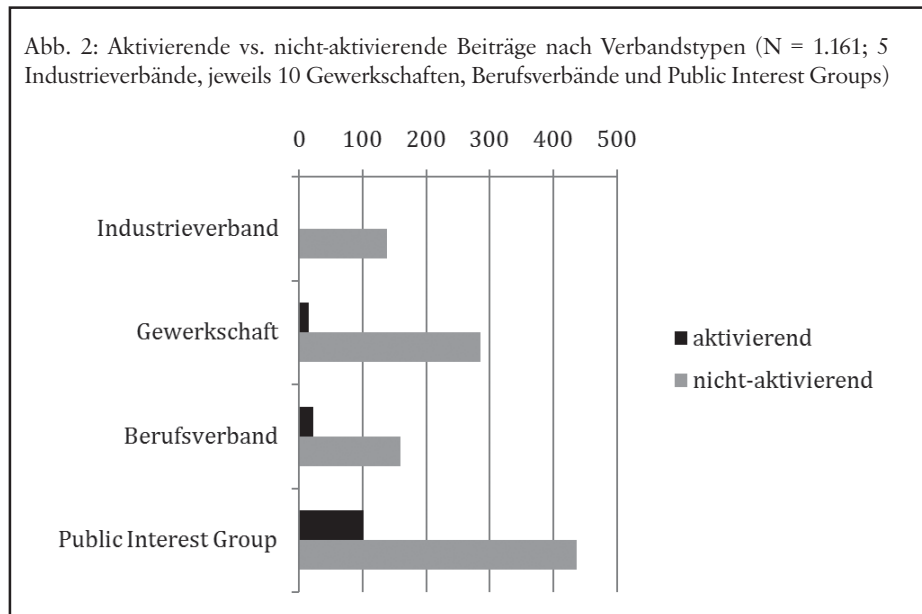
- In welchem Umfang finden sich empirisch erfassbare Informations-, Kommunikations- und Partizipationsangebote in den *Facebook*-Profilen wieder? Lösen die in der Inhaltsanalyse untersuchten Verbände die in den Befragungen gesteckten Ziele ein?
- Eine Beteiligungsanalyse zeigt Umfang und Form verschiedener Nutzungen auf.

Wer Diskussion anstoßen und Partizipation ermöglichen will, wird die Nutzer hierzu aufrufen. Daher wurde untersucht, wie Verbände auf ihren *Facebook*-Profilen die Nutzer z.B. zu *Facebook*-spezifischen Beteiligungen wie Kommentieren, ‚Gefällt-mir‘-klicken oder Teilen aufrufen. Wenn selbst solche Hinweise fehlen, kann davon ausgegangen werden, dass Diskussion und Partizipation gar nicht beabsichtigt sind. Es zeigt sich, dass gerade mal jeder siebte Beitrag mit einem solchen Aufruf

verbunden war (s. Abb. 2). Information ist mithin das dominierende Nutzungsangebot der *Facebook*-Profile. Damit spiegeln diese Zahlen einerseits die Relevanz des Informationszieles aus der Online-Befragung wider. Andererseits deutet dieses Ergebnis bereits an, dass die hochgesteckten Diskussions- und Mobilisierungsziele kaum erreicht werden können. Die Kommunikations-, Interaktions- bzw. Diskussionsnutzung setzt voraus, dass diese von den Verbänden überhaupt ermöglicht wird. Neun der 35 untersuchten Verbandsprofile erlauben Beiträge von Externen nicht. Es handelt sich hierbei um eine aktive Entscheidung der Seitenbetreiber, da die *Facebook*-Standardeinstellung eine neuangelegte Fanpage für alle öffnet. Bei weiteren vier Fällen gab es keine Beiträge, obwohl sie erlaubt waren. Nur bei 22 Verbänden fanden sich somit überhaupt Beiträge von Externen.

Die angebotenen aktivierenden Beiträge, bei denen Nutzer zum Liken, Teilen und Kommentieren aufgerufen sind, sind eine Mischform zwischen Interaktion und Partizipation. Einerseits ist dies eine Kommunikation bzw.

Abb. 2: Aktivierende vs. nicht-aktivierende Beiträge nach Verbandstypen (N = 1.161; 5 Industrieverbände, jeweils 10 Gewerkschaften, Berufsverbände und Public Interest Groups)



Diskussion über Politik; im konkreten Kontext eines Verbandes ist dies in der Regel aber zugleich auch Partizipation. Daher weisen Ritzi et al. (2012: 23) dies auch der Partizipation zu. Wie die Abbildung 2 zeigt, sind Partizipationsangebote sehr unterschiedlich ausgeprägt: Während sich in den *Facebook*-Profilen der Industrieverbände kein einziger aktivierender Beitrag fand, waren es bei Gewerkschaften gerade mal rund 5 Prozent, rund 12 Prozent bei den Berufsverbänden und bei Public Interest Groups knapp 20 Prozent. Die teils hohen Standardabweichungen zeigen jedoch auch innerhalb der Verbandstypen gravierende Unterschiede. Am häufigsten riefen die Verbände dabei zum Liken eines Beitrags auf. Mindestens ebenso so sehr wie die Anteile der aktivierenden Beiträge müssen vor dem Hintergrund der ehrgeizig formulierten Ziele die absoluten Zahlen enttäuschen: Jede der zehn untersuchten Gewerkschaften hatte im untersuchten Monat durchschnittlich weniger als zwei aktivierende Beiträge gepostet, die Berufsverbände im Durchschnitt gerade mal etwas mehr als zwei – und die Industrieverbände gar keinen. Viel deutlicher kann die ausgefallene Partizipationsrevolution nicht dokumentiert werden.

Es zeigt sich, dass nur wenige Verbände die formulierten Ziele Diskussion und Mobilisierung erreichen. Interaktions- und Partizipationsangebote halten sich stark in Grenzen, im Mittelpunkt der untersuchten *Facebook*-Profile stehen eindeutig Informationsangebote. Die wenigen Partizipationsangebote haben zumeist allenfalls symbolischen Charakter. Sie zielen weniger darauf, Diskussionen innerhalb des Verbandes bzw. Unterstützung für den Verband anzuregen, sondern eher auf vordergründige Diskussionen, die nicht an programmatische Aushandlungen innerhalb des Verbandes gebunden sind.

Die Ergebnisse verstärken den Eindruck, dass Verbände an Diskussion und Partizipation wenig Interesse haben. Es ist zwar schick, dies zu „behaupten“, aber am Ende ist es doch unbequem und bereitet viel Arbeit. So hat sich in den Zeiten des Web 2.0 wenig geän-

dert im Vergleich zum Web 1.0: Insgesamt besteht nur eine „geringe Bereitschaft der politischen Akteure zu einer zweiseitigen und weniger asymmetrischen Kommunikation; ihr Umgang mit der Online-Kommunikation dient vielmehr in erster Linie der eigenen Öffentlichkeitsdarstellung. Das interaktive Potenzial zur Intensivierung der Repräsentationsbeziehung zwischen Wählern und Gewählten bleibt somit (noch) weitgehend ungenutzt“ (Hoecker 2002: 40).

## 5 | Fazit: Fehlende Partizipationskultur?

Noch als die Sozialen Medien in ihren Kinderschuhen steckten, ist der unbequeme Verdacht geäußert worden, dass die Kultur vieler Organisationen nicht zur Kultur der Sozialen Medien passe (vgl. Tapscott/Williams 2006). Während Soziale Medien u.a. eine beschleunigte Kommunikation, eine erhöhte Transparenz und eine hierarchiefreie Partizipation und Meinungsäußerung auf Augenhöhe prägt (vgl. Einwiler/Landmeier 2012: 202f), scheinen viele Organisationen noch immer mit der Beschleunigung des Web 1.0 zu kämpfen. Da Fragen nach Organisationskultur, -struktur und -prozessen nicht im Mittelpunkt der Studie standen, können zum Abschluss nur Vermutungen zum Status quo der Verbände formuliert werden.

Dass die Bundeswehr die Nutzung Sozialer Medien ihrer Soldatinnen und Soldaten besonders misstrauisch verfolgen wird, erscheint wahrscheinlich. Das Militär ist ein Paradebeispiel für ein instrumentelles Organisationsverständnis (vgl. Arlt 2010: 98ff), in dem eine Organisation als ein Mittel verstanden wird, auf möglichst effektive Weise einen bestimmten Zweck zu erreichen. Daraus folgt u.a., dass die Unsicherheit und Ungewissheit von Entscheidungen als Bedrohung angesehen und damit gerne die – in den Entscheidungsgremien wohl durchaus diskutierten Alternativen – verschwiegen werden. Stattdessen werden am Ende Sachzwänge und damit die Alternativlosigkeit betont. Instrumentelle Organisationen sind von klaren Zuständigkeiten und Abgren-

zungen geprägt. Was hat all dies mit Verbänden zu tun?

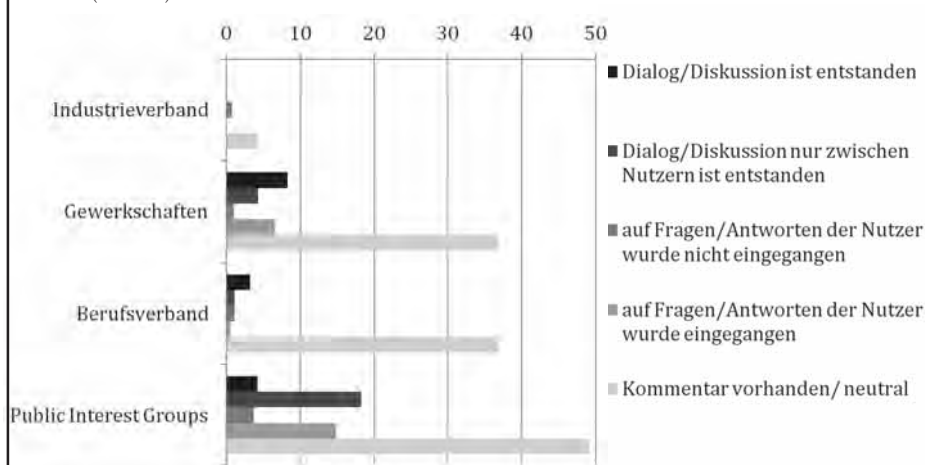
„[Name des Verbandes] zeichnet sich ja sehr durch eine sehr gute Organisation, durch eine sehr strikte Organisation und auch eine starke Hierarchie aus. Und das sind alles Prinzipien, die werden damit durchbrochen. Was stellt man da überhaupt rein? Wie offen teilt man da Informationen überhaupt mit? Und das kollidiert dann einfach mit dem Anspruch der Leute. Die wollen sehr exklusive Sachen und wenn wir sie ihnen nicht geben, dann wollen sie auch den Rest nicht wissen. Gleichzeitig ist die Organisation aber noch nicht in der Lage, offen zu kommunizieren. Da sind wir einfach noch nicht so weit. Deswegen ist es im Moment so ein bisschen eine Gratwanderung. Weil einfach die Kommunikationskultur innerhalb des [Name des Verbandes] noch nicht so weit ist.“ (V13)

Das Zitat illustriert ein Kernproblem instrumenteller Organisationen, auf welches sie in den Sozialen Medien treffen. Hierarchische Kommunikationswege mit eingebauten Sicherheitsschleusen und ein Übermaß an Bürokratie erschweren idealtypische Social Media-Kommunikation. Die Mutter aller Ängste in instrumentellen Organisationen ist der Kontrollver-

lust. Dies scheinen die zahlreichen Medienberichte zu „Shitstorms“ zu belegen. Wie unbegründet diese Angst ist, zeigt der geringe Anteil an negativen Facebook-Kommentaren in der vorliegenden Analyse – nur etwa jeder 20. Kommentar war negativ.

Erfolgersprechender scheint das Gegenmodell zur instrumentellen Organisation zu sein, das Arlt als systemische Organisation bezeichnet (vgl. 2010: 104ff). In systemischen Organisationen werden Alternativen nicht nur offen diskutiert, es werden sogar Außenseiter und Kritiker eingeladen, um weitere Alternativen zu finden und damit die Komplexität weiter zu steigern. So sehr ein solches Organisationsverständnis die Anhänger instrumenteller Organisationen schrecken mögen, so sehr scheinen sie zu den Sozialen Medien zu passen. In einem solchen Verständnis nutzen Verbände soziale Netzwerke, z.B. um programmatische Diskussionen anzustoßen. Somit würde der Input aus diesen Diskussionen mindestens in die Organisation „eingespeist“, also zur weiteren Diskussion an die Geschäftsführung, das Präsidium etc. weitergeleitet. Den Ausführungen von Arlt folgend braucht es neben den weitgehend fehlenden Partizipationsangeboten auch personelle Ressourcen, um die zusätzli-

Abb. 3: Anteil der Facebook-Beiträge in Prozent, bei denen auf Kommentare eingegangen wurde (N=748)





che Komplexität zu bearbeiten. Wer mit Partizipationsangeboten zum Widerspruch und zur Diskussion einlädt, muss auch die Zeit haben, Fragen zu beantworten und Diskussionen zu moderieren.

In den Leitfadeninterviews sind diese Aspekte mehrmals thematisiert worden. Einige wenige Befragte haben damit ihre Zurückhaltung in den Sozialen Medien begründet – und damit ihr instrumentelles Organisationsverständnis offenbart: „Ich werde in keinem Fall einen Auftritt bei Facebook machen, der intensiv moderiert werden muss. Aus dem ganz einfachen Grunde, weil wir natürlich auch sehr schnell okkupiert werden von Interessengruppen.“ (V14) Hingegen betonten die Verbandsvertreter sehr viel häufiger, wie wichtig ihnen eine offene Diskussionskultur sowie eine rasche Verarbeitung von Fragen und Kritik seien. Allein: Dies hat kein Verband so realisiert. Kann der symbolische Charakter von Diskussions- und Partizipationsangeboten deutlicher sein?

Angesichts dessen überrascht es dann nicht mehr, dass auf den *Facebook*-Profilen nur we-

nige Diskussionen mit bzw. zwischen Nutzern stattfanden (s. Abb. 3). Wenn man hier etwas Positives erkennen möchte, dann findet sich dies allenfalls bei den Gewerkschaften, bei denen in einem nennenswerten Umfang Diskussionen entstanden sind, während Industrieverbände und Berufsverbände einmal mehr eindrucksvoll belegen, wie sehr sie *Facebook* als Einwegmedium verstehen.

Daraus folgt die Frage, ob die klassische Verbandskommunikation für die Beantwortung der Fragen von (potenziellen) Unterstützern, Mitgliedern, Kritikern sowie für die Moderation von Diskussionen die richtige Ansprechpartnerin ist. Ebenso wie in größeren Unternehmen die Personalabteilung in der Regel für die Mitarbeiterkommunikation zuständig ist, stellt sich bei Verbänden die Frage, ob hier nicht andere bzw. neue Bereiche besser geeignet wären – immer unter der Maßgabe, dass diese Partizipationsangebote auch ernst genommen und ernsthaft verfolgt werden sollen. Kommunikationsabteilungen haben dann für solche externen Plattformen eher die Rolle eines Enablers (vgl. Pleil 2010b).

Eine „Enabler“-Rolle wird den Kommunikationsabteilungen auch in der Frage zugewiesen, den Mitarbeitern durch Social Media Guidelines einen Rahmen für ihre eigenen persönlichen, halbpersönlichen oder beruflichen Aktivitäten in den Sozialen Medien zu geben. Die Existenz solcher Richtlinien wird gerne im Zusammenhang mit einer förderlichen Organisationskultur genannt (vgl. z.B. Fink et al. 2012: 103). Letztlich ergeben solche Regelwerke sowohl in einer instrumentellen als auch in einer systemischen Organisation Sinn, da sie jeweils unterschiedliche Zwecke erfüllen können. In instrumentellen Organisationen zielen sie darauf, die bewährte One-Voice-Policy beizubehalten. Mitarbeitern werden dazu klare Vorgaben gemacht, wer sich in welcher Form wozu in Sozialen Medien äußern darf. In systemischen Organisationen hingegen zielen solche Richtlinien eher darauf, Mitarbeitern notwendige Kompetenzen zu vermitteln und ihnen damit Sicherheit zu geben, um sie anzustoßen und zu ermutigen, sich in Sozialen Medien zu beteiligen. Daher sagt die überraschend hohe Zahl vorhandener Social Media-Guidelines zunächst noch wenig darüber aus, in welchem Ausmaß Verbände zu einer Partizipationskultur bereit sind.

Die Frage, ob Verbände eher dem instrumentellen oder dem systemischen Organisationsverständnis folgen und damit bereit für Soziale Medien sind, kann hier nicht abschließend beantwortet werden. Allerdings stützen die vorliegenden Ergebnisse gemeinsam mit anderen Studien zu ausgewählten Verbänden wie Gewerkschaften (vgl. Arlt 1998) die Vermutung, dass Soziale Medien mit der bisherigen Verbandskultur vielfach unvereinbar sind.

*Prof. Dr. Olaf Hoffjann* arbeitet an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften im Studiengang Medienmanagement in Salzgitter. Kontakt: o.hoffjann@ostfalia.de

*Jeannette Gusko* arbeitet als Senior Campaigner bei Change.org Deutschland. Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften. Kontakt: jgusko@change.org.

*Ariana Sliwa* arbeitet in der PR-Beratung bei fischerAppelt, relations in Hamburg. Kontakt: arsl@fischerappelt.de

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Die vorgestellten Ergebnisse sind im Rahmen eines von der Otto Brenner Stiftung geförderten Forschungsprojektes entstanden.
- <sup>2</sup> Als Soziale Medien sollen hier soziale Netzwerke und Netzgemeinden zur Ermöglichung von sozialer Interaktion verstanden werden. Sie dienen als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von zum Beispiel Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen (vgl. Pleil 2010a: 93).
- <sup>3</sup> Die kommunikationstheoretische Problematik und Einordnung der drei Nutzungsformen gehen zurück auf Hinweise von Hans-Jürgen Arlt

## Literatur

*Arlt, Hans-Jürgen* 1998: Kommunikation, Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit. PR von gestern, PR für morgen – Das Beispiel Gewerkschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

*Arlt, Hans-Jürgen* 2010: Verbandsführung und Öffentlichkeitsarbeit. In: Hoffjann, Olaf/Stahl, Roland (Hg.): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden: VS-Verlag, 95-110.

*Bentele, Günter/Seidenglanz, René* 2010: Verbandskommunikatoren in Deutschland: empirische Befunde. In: Hoffjann, Olaf/Stahl, Roland (Hg.): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden: VS-Verlag, 177-192.

*Brecht, Bertolt* 1967: Gesammelte Werke. Frankfurt am Main.

*Donges, Patrick* 2008: Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS-Verlag.

*Einwiller, Sabine/Landmeier, Christine* 2012: Interne Kommunikation: Digitale Strategien für Mitarbeiter und Führungskräfte. In: Zerfaß,

Ansgar/Pleil, Thomas (Hg.): Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. Konstanz: UVK, 201-216.

Emmer, Martin/Bräuer, Marco 2010: Online-Kommunikation politischer Akteure. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hg.): Handbuch Online-Kommunikation. Wiesbaden: VS-Verlag, 311-337.

Fink, Stephan/Zerfaß, Ansgar/Linke, Anne 2012: Social Media Governance. In: Zerfaß, Ansgar/Pleil, Thomas (Hg.): Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web. Konstanz: UVK, 99-110.

Habermas, Jürgen 1962: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main: Luchterhand.

Hoecker, Beate 2002: Mehr Demokratie via Internet? Die Potenziale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 52, Heft 39-40, 37-45.

Pleil, Thomas 2010a: Mehr Wert schaffen. Social Media in der B2B-Kommunikation. Darmstadt.

Pleil, Thomas 2010b: Social Media und ihre Bedeutung für die Öffentlichkeitsarbeit. In: Kayer, Maik/Böhm, Justus/Spiller, Achim (Hg.): Die Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit. Social Media als neue Herausforderung der PR. Göttingen: Cuvillier Verlag, 3-26.

Ritzi, Claudia/Schaal, Gary S./Kaufmann, Vanessa 2012: Zwischen Ernst und Un-

terhaltung. Eine empirische Analyse der Motive politischer Aktivität junger Erwachsener im Internet. Hamburg.

Streeck, Wolfgang 1987: Vielfalt und Interdependenz. Überlegungen zur Rolle von intermediären Organisationen in sich ändernden Umwelten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 39, 471-495.

Tapscott, Don/Williams Anthony D. 2006: Wikinomics. How mass collaboration changes everything. New York: Portfolio.

Thimm, Caja/Einspänner, Jessica/Dang-Anh, Mark 2012: Twitter als Wahlkampfmedium. Modellierung und Analyse politischer Social-Media-Nutzung. In: Publizistik, Jg. 57, Heft 3, 293-313.

Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels 2012: Von Alibi-Veranstaltungen und „Everyday Makers“. Ansätze von Partizipation im Netz. In: Lurz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel (Hg.): Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München: kopaed, 21-42.

Witte, Barbara/Rautenberg, Kirsten/Auer, Claudia 2010: Marketing statt Mitmach-Netz? Web 2.0 Nutzung von Bremer Parteien und Medien. In: Wolling, Jens/Seifert, Markus/Emmer, Martin (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden-Baden: Nomos, 241-260.

## Der Dritte Sektor und Soziale Medien – Chancen für Beteiligung und Demokratisierung

Brigitte Reiser

### 1 | Nonprofits und Soziale Medien

Soziale Medien zielen auf Beteiligung. Sie bieten gemeinnützigen Organisationen die Möglichkeit, Bürgerinnen und Bürger in die Pla-

nung, Ausgestaltung und Umsetzung von Programmen und Dienstleistungen einzubeziehen.

Gemeinnützige Organisationen nutzen Soziale Medien aber primär zu Kommunikations- und Marketing-Zwecken (Fink/Zerfaß/Linke

2011: 46). Wo man Beteiligung über das Internet dennoch versucht, wird Partizipation als *Event* gehandhabt, das in einem speziell abgesteckten Rahmen stattfindet, Thema, Beteiligungsformen, Organisation und Dauer des Partizipationsprozesses sind von der gemeinnützigen Organisation vorgegeben.<sup>1</sup> Diese top-down organisierten und eher deliberativ ausgerichteten Beteiligungsprozesse erlauben es gemeinnützigen Organisationen einerseits, Erfahrungen mit Online-Beteiligung zu sammeln und sind deshalb sinnvoll. Andererseits deutet dieser Umgang mit Partizipation als *Event* auf folgendes hin:

- a. Bürgerbeteiligung wird als „add-on“ begriffen (Hernandez/Robson/Sampson 2010: 717), das nur unzureichend oder gar nicht mit der Struktur, Praxis und Kultur einer Organisation im Alltag verknüpft ist.
- b. Eine Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Formen und Verbindlichkeitsgraden von Teilhabe findet in der Organisation nicht statt. Ebenso bleibt der Stellenwert von Beteiligung für die eigene Institution ungeklärt. Es wird nicht hinterfragt, ob es in jedem Fall sinnvoll und möglich ist, Beteiligungsprozesse top-down zu planen und zu kontrollieren.
- c. Unter Beteiligung wird die Meinungsabfrage von Bürgern verstanden, seltener ihre Einbeziehung in gemeinsame Beratungsprozesse und fast nie ihre Teilhabe an der Entscheidungsmacht, die bei der Organisation verbleibt. Es fehlen in Nonprofits gemeinsame Konzepte für das Co-Design von Leistungen.

Soziale Medien ermöglichen es gemeinnützigen Institutionen, das Internet zur Vernetzung und Beteiligung zu nutzen und dadurch ihr Profil als bürgerschaftliche Organisationen zu stärken. Noch wissen aber nicht alle im Dritten Sektor um dieses Potential. Für viele, insbesondere kleine Vereine und solche mit älteren Mitgliedern, ist der digitale Raum immer noch ein unbekanntes Territorium. Auf der Plattform Pluragraph.de sind fast 3000 gemeinnüt-

zige Organisationen eingetragen, die in den sozialen Medien präsent sind. Andererseits gibt es über eine halbe Million Vereine in Deutschland (Röbke 2011). Welche Haltung nehmen sie gegenüber sozialen Medien ein? Wie viele Vereine sind überhaupt schon im Internet und in den Sozialen Medien angekommen?<sup>2</sup>

Die digitale Inklusion des Dritten Sektors wird in Deutschland dem Zufall überlassen. Programme zur Förderung der Internetnutzung gibt es im Hinblick auf einzelne Individuen und Bevölkerungsgruppen wie Senioren.<sup>3</sup> Aber nicht bezogen auf den Dritten Sektor. Es fehlen lokale Fördertöpfe, die sich um die digitale Einbindung gemeinnütziger Organisationen bemühen. Auch in Leistungsverträgen zwischen der öffentlichen Hand und Nonprofit-Organisationen spielen Soziale Medien keine Rolle. Weder wird die Weiterbildung gemeinnütziger Träger noch die Erweiterung ihrer Arbeit um eine digitale Dimension und um partizipativere Strukturen finanziell gefördert. Es gibt keine lokalen *Circuit Riders* wie in Großbritannien, die als Springer die örtliche Nonprofit-Community mit ICT-Wissen und -Hilfe ausstatten.<sup>4</sup> Es fehlen Plattformen und Wettbewerbe für die Vermittlung und Auszeichnung von IT-Freiwilligen in Nonprofits.<sup>5</sup> Immerhin gibt es Versuche, gemeinnützige Organisationen mit kostenloser Hard- und Software auszustatten<sup>6</sup>, allerdings wären hier noch viel mehr bürgerschaftliche Aktivitäten auf lokaler Ebene erforderlich in Form von Sachspenden oder Wissenstransfers.

Ob eine gemeinnützige Organisation den Schritt in das Mitmach-Web schafft, hängt von vielen Faktoren ab. Nah und Saxton (2013) zeigen, dass einkommensorientierte, spendenabhängige und effizient gesteuerte Nonprofits eher in den Sozialen Medien aktiv sind. Positiv wirkt sich auch eine bestehende Organisations-Webseite mit hoher Reichweite aus. In diesem Fall verfügt eine Einrichtung über Kompetenzen und Ressourcen, die ihr den Einstieg in die Sozialen Medien vereinfachen (ebd.).

Viele Vereine aus dem Sozialbereich und viele mit älteren Mitgliedern fühlen sich von

den technologischen Aspekten sozialer Medien verunsichert oder sogar abgestoßen. Je größer der öffentliche Hype ist, der um die einzelnen Tools gemacht wird, desto mehr wächst das Unverständnis bei diesen Akteuren, die sich doch, so ihre Begründung, „mit Menschen und nicht mit Computern“ beschäftigen wollen. Die Vorurteile dieser Gruppe gegenüber dem Netz verstärken sich dann noch, wenn Social Media-Wissen zu techniklastig vermittelt wird. Speziell bei solchen Akteuren kommt es darauf an, die Vernetzungs- und Beteiligungspotentiale sozialer Medien zu verdeutlichen, den Mehrwert für das zivilgesellschaftliche Profil von Nonprofits herauszuarbeiten und technische Aspekte in den Hintergrund zu rücken. Diese Strategie kann im Dritten Sektor insgesamt die psychologischen Hürden gegenüber dem Social Web abbauen, – ohne dass die Grenzen der Technologien und die Ambivalenz vieler Web-Angebote verschwiegen wird.

Eine öffentliche Politik zur Inklusion des Dritten Sektors in den digitalen Raum fehlt. Da überdies viele Akteure im zivilgesellschaftlichen Bereich durch die Techniklastigkeit der Social Media-Diskurse den Sinn und Nutzen des Mitmach-Webs für ihre Organisation noch nicht entdecken konnten, sind Teile des Dritten Sektors immer noch durch einen digitalen Analphabetismus geprägt. Gemeinnützige Organisationen sind in vielen Segmenten gegenüber Markt und Staat ins Hintertreffen geraten, wenn es darum geht, sich die Potentiale des Internets zu erschließen.

## 2 | Profil des Dritten Sektors

Die Vernachlässigung des Dritten Sektors in digitaler Hinsicht hängt auch damit zusammen, dass dessen zivilgesellschaftliche und demokratische Funktionen sowohl in der Bürgerschaft als auch auf staatlicher Seite, ja nicht einmal im Dritten Sektor selbst, ausreichend erkannt, honoriert und gefördert werden. Im Gegenteil: Sowohl der Staat als auch ein Großteil des Dritten Sektors – hier insbesondere professionelle Dienstleister wie die Wohlfahrtsverbän-

de – haben sich hervorragend mit dem herrschenden System eingerichtet, bei dem der Staat die freien Träger für den Vollzug von Dienstleistungen finanziert. Dieses System beschied speziell den Wohlfahrtsverbänden ein massives Wachstum<sup>7</sup> und verschaffte ihnen einen engen Kontakt mit staatlichen Akteuren im Rahmen geschlossener Experten- und Entscheidungsnetzwerke.

Die Konzentration auf die eigenen Dienstleistungen rückte die anderen Funktionen von Dritt-Sektor-Organisationen in den Hintergrund: die Interessenvertretung, die Gemeinschaftsbildung und – vor allem – die Schaffung von Beteiligungsmöglichkeiten für Bürger (Reiser 2011). Das demokratische und gemeinwesenbezogene Potential gemeinnütziger Organisationen wird unterbewertet. Sie gelten als Orte des *Helpens* – erst jüngst wieder bestätigt durch den Ersten Engagementbericht 2012 – nicht aber als Orte des *Mitgestaltens*. Sie sind Dienstleistungseinrichtungen, aber keine *laboratories for citizenship* (Suárez 2009: 270).

## 3 | Social-Media-Strategien

Das Dienstleistungs-Paradigma, das den Dritten Sektor regiert, wird nun mit dialogorientierten sozialen Medien konfrontiert, die auf Partizipation zielen und mit digitalen Aktionsnetzwerken, bei denen Bürger ganz unkompliziert mitmachen können, ohne dass eine Hierarchie oder Experten ihren Beitrag schmälern würden.

### Wie gehen gemeinnützige Organisationen mit diesen Herausforderungen um?

Nonprofits haben erkannt, dass Soziale Medien eine Öffnung nach außen hin erfordern. Auch deshalb nimmt die Entscheidung, ob eine Präsenz im Social Web angestrebt werden soll oder nicht, in den Organisationen sehr viel Zeit in Anspruch. Ihr gehen Diskussionen voraus, die eng mit dem Selbstverständnis der Organisationen verknüpft sind: Inwieweit brauchen wir den Kontakt mit unseren Mitgliedern und mit Bürgern über die Mitgliederversammlung-

en hinaus? Wie offen sind wir für neue Milieus, Fragestellungen und Beteiligung?

Ist dann der Schritt ins Social Web vollzogen, konzentrieren sich gemeinnützige Organisationen auf Kommunikation und Marketing und richten ihre Social Media-Strategien entsprechend aus (Fink/Zerfaß/Linke 2011: 46). Mehrheitlich trägt die Kommunikationsabteilung die Social Media-Verantwortung und keine abteilungsübergreifende Stelle (ebd.: 52). Die Social Media-Strategien selbst sind häufig nicht funktions-, sondern plattformorientiert (ebd.: 50). Man setzt nicht an den unterschiedlichen Aufgaben einer Organisation an (Problemdefinition / Programmformulierung / Programmumsetzung / Evaluation), sondern an der Frage: „Welche Plattform eignet sich am besten für uns?“. Der Umgang mit sozialen Medien ist nicht in den Alltag der Mitarbeiter integriert, sondern verbleibt in der Enklave der PR- und Kommunikationsabteilung. Dies hat zur Folge, dass der ‚frontlineworker‘ sehr häufig weder weiß, was seine Organisation in den Sozialen Medien macht, noch berechtigt ist, im Rahmen seiner eigenen Tätigkeit Blogs, Wikis oder Communities zur Kommunikation und Abstimmung mit Stakeholdern zu nutzen.

Im Sozialsektor geht die Zentralisierung so weit, dass selbst Einrichtungen eines Trägers im Stadtteil, wie Sozialstationen oder Pflegeheime, häufig keinen autonomen Handlungsspielraum besitzen, wenn es um die Präsenz im Web geht. Die Verantwortung für den Internetauftritt liegt ganz beim lokalen Träger selbst. Mit der Folge, dass Einrichtungen im Stadtteil oft nur äußerst rudimentär im Netz auftauchen – lediglich als Adresse, ohne eigene Webseite und wenig Transparenz, was Ansprechpartner usw. angeht.<sup>8</sup> Dadurch fehlt den Bürgern die Möglichkeit, ganz informell über Online-Tools mit einer Stadteinrichtung Kontakt aufzunehmen und den Einrichtungen im Stadtteil entgegen die Chance, über die Pflege einer eigenen Webseite Netzkompetenzen aufzubauen, die einen Social Media-Einstieg erleichtern (vgl. Nah/Saxton 2013). Ihnen fehlen damit die Voraussetzungen, um über das

Internet stadtteilbezogenes soziales Kapital aufzubauen.

#### 4 | Beteiligung über Soziale Medien

Bürgern mehr Mitbestimmungsmöglichkeiten zu verschaffen hat häufig keine Priorität in der Social Media-Praxis gemeinnütziger Organisationen, die auf Kommunikation setzen. Wenn Freiwillige online gesucht werden, dann zum Mithelfen, nicht zum Mitgestalten. Darin liegt eine der größten Hoffnungen gemeinnütziger Organisationen, dass sich das Social Web zur Rekrutierung Ehrenamtlicher nutzen lässt. Konzepte, wie der rekrutierte Pool an Freiwilligen *gepflegt* werden kann, um diese für die Organisation und das Gemeinwesen zu erhalten, existieren in den meisten Nonprofits aber nicht (Brudney/Meijs 2009).

Wo Beteiligung dennoch in den Fokus rückt, zum Beispiel bei Jugendverbänden, die versuchen ihre Klientel zur Partizipation zu bewegen, beschränken sich Beteiligungsangebote im Netz zumeist auf deliberative Methoden („Gib Deinen Senf dazu“, „sei laut“)<sup>9</sup> und zielen auf die kommunale Ebene, nicht auf den Verband selbst. Beteiligung wird im Rahmen spezieller Online-Plattformen und -Kampagnen als *Event* zelebriert. Beteiligung wird organisiert *für* Bürger, nicht gemeinsam *mit* Bürgern. Beteiligung ist nicht in den Alltag der Organisationen integriert, nicht in deren Kultur, Struktur, Praxis und Evaluation verankert (vgl. Wright/Turner/Clay/Mills 2006: 12). Online-Plattformen mit einer beschränkten Anzahl an Mitmach-Möglichkeiten bzw. „Teilhabe als Auswahl unter vorgegebenen Möglichkeiten“ ist aber „nichts weiter als die letzte Zuckung eines Konzepts aus dem Stadtmarketing: der Bürger als Verbraucher“ (van Heeswijk 2012: 204), der aus unterschiedlichen Produkten auswählt.

Beteiligung, die Bürger in ihrem bürgerschaftlichen Status ernst nimmt, reduziert die hierarchische Steuerung von Beteiligungsprozessen und nimmt die Diskussion in den digitalen und nicht-digitalen Communities auf, um

daraus gemeinsam mit den Nutzern Vorschläge und Mitmachmöglichkeiten zu generieren. Bei dieser *bottom-up*-Beteiligung geht es weniger um die Partizipation der Bürger an den vorgegebenen Projekten gemeinnütziger Einrichtungen, als um eine Beteiligung der Gemeinnützigen an gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen (vgl. Kurath 2012: 288). Auch in einzelnen Verbänden wird dies schon so gesehen. Man registriert hier kritisch die eigene Bürgerferne und fordert eine stärkere zivilgesellschaftliche Haltung in den eigenen Reihen und eine engere Kooperation mit Bürgerplattformen und -bewegungen, indem der Verband selbst zur „sozialen Bewegung“ wird (Junglas 2012). Bürger wünschen sich Beteiligung im Alltag (Pestoff 2009: 285), dementsprechend müssen gemeinnützige Organisationen ihre Strukturen und Entscheidungsprozesse dezentralisieren und Partizipation zum integralen Bestandteil ihrer Arbeit machen (Wright/Turner/Clay/Mills: 2006; Hernandez/Robson/Sampson: 2010).

## 5 | Koproduktion und Co-Design

Bürger wirken längst schon als Koproduzenten an der Erstellung gemeinnütziger und staatlicher Leistungen mit (Bovaird 2007; Bovaird/Löffler 2012). Aber sie können in der Regel weder Einfluss nehmen auf die Ausgestaltung der Dienste selbst noch auf die Gestaltung der sozialen Infrastruktur in ihrem Stadtteil oder auf der Ebene der Gesamtstadt (Pestoff 2009: 279). Koproduktion, als normatives Konzept verstanden, muss deshalb Bürgern die Möglichkeit eröffnen, am ganzen Policy-Zyklus, also auch an der Programmformulierung und -ausgestaltung, beteiligt zu sein. Da Bürger essentielle Ressourcen zum Produktionsprozess beisteuern – Zeit, Wissen, Kompetenzen, Geld, Netzwerkkontakte, politische Unterstützung usw. – muss die Entscheidungsmacht zwischen der Profession und den Bürgern geteilt werden.

Co-Design bedeutet, dass Bürger und Dienste gemeinsam Leistungen kreieren. Nicht nur Individuen, sondern auch Gruppen werden in

den Gestaltungsprozess eingebunden (Lenihan/Briggs 2011). Gerade dieser kollektive Aspekt, die Einbeziehung von örtlichen Gemeinschaften in das Co-Design, birgt wichtige Potentiale, kann doch ein erfolgreicher Co-Design-Prozess eine transformative Wirkung in andere gesellschaftliche Bereiche hinein entfalten und hier weitere Beteiligungsprozesse anstoßen (Sangiorgi 2010: 30). Gemeinnützige Organisationen (und staatliche Akteure) sind auf Co-Design-Prozesse nicht vorbereitet. Es fehlt an Konzepten und an einer flächendeckenden guten Praxis, die man als Grundlage für eine Reform interner Strukturen und Abläufe nehmen könnte.

Viele gemeinnützige Organisationen sind schon damit überfordert, Mitmachmöglichkeiten in der eigenen Organisation genau zu benennen und diese so anzubieten, dass Bürger mit unterschiedlichem Zeitbudget und Partizipationswünschen sich einklinken können. Die Ausarbeitung eines breiten Beteiligungs-Angebots, das auch Online-Volunteering umfasst (Jähnert 2010), wird zumeist nicht angegangen, obwohl immer mehr Bürger sich einbringen wollen, gerade auch über das Internet, aber eher selbstbestimmt, kreativ und nicht langfristig (Seppälä 2012: 73).

Für gemeinnützige Organisationen wird es zur Überlebensfrage, inwieweit sie in der Lage sind, an die digitalen Aktionsnetzwerke anzudocken. Immer mehr Bürgerinnen und Bürger nutzen das Internet, um sich zu engagieren (vgl. im folgenden Reiser 2012a). Über das Web werden Projekte und Aktionen geplant, finanziert, vorbereitet und beworben. Es werden online Mitstreiter gesucht und Abläufe koordiniert. Auch die Umsetzung von Aktionen wird via Twitter und Facebook begleitet oder ganz über das Netz abgewickelt. Bewegungen und Netzwerke wie WikiWoods.org („Freiwillig weltweit Bäume pflanzen“), carrotmob.org („Vote with your money“) und die Socialbar.de („online vernetzen, offline bewegen“) funktionieren, ohne dass sie von einer Organisation zentral gesteuert werden. Vielmehr übernehmen digita-

le Medien die Rolle der „organizing agents“ (Bennett/Segerberg 2012: 752) und die jeweiligen Online-Plattformen bilden die Drehscheiben der Bewegung.

Nicht immer existieren bei diesen neuen Aktivismusformen Berührungspunkte zu den etablierten Organisationen. Zum Teil halten sich die Bewegungen bewusst fern von den klassischen Einrichtungen. Es kommt für gemeinnützige Organisationen darauf an, den Kontakt zu den digitalen Aktionsnetzwerken zu suchen, um Mitstreiter für eigene Projekte zu finden, neue Aktionen gemeinsam zu entwickeln und Synergien zu schaffen.

## 6 | Lokale Vernetzung

Wer Bürgerinnen und Bürgern mehr Mitgestaltung ermöglichen möchte, kann dies auch über lokale Vernetzungsprojekte erreichen. Je größer das örtliche soziale Kapital einer gemeinnützigen Organisation ist, umso mehr Handlungsmöglichkeiten und Ressourcen kann sie ihren Stakeholdern vermitteln und weitergeben. In der Praxis sind aber viele Nonprofits nur innerhalb ihrer eigenen Jugend-, Alten-, Umwelt- oder Bildungscommunity gut vernetzt und weniger mit Akteuren außerhalb des eigenen Fachbereiches. Entsprechend schlecht positioniert sind gemeinnützige Organisationen, wenn es darum geht, ihren Nutzern, Mitgliedern und Freunden den Weg in andere lokale Felder und Erfahrungsräume zu ebnet. Dieser Mangel an Netzwerken über Fach- und Milieugrenzen hinweg schwächt auch die politische Position von Nonprofit-Organisationen auf lokaler Ebene.

Die mangelnde Vernetzung ist auf die Dominanz des Einzelfallbezugs in der sozialen Arbeit zurückzuführen (Hinte 2011) und auf den häufig fehlenden gemeinwesenorientierten Blick. Die Arbeitsüberlastung im Alltag, die Fixierung auf das eigene Dienstleistungsangebot und die Angst vor der Konkurrenz verstärken die Tendenz in Nonprofits, lokale Vernetzungsaufgaben ganz unten auf ihrer Agenda zu platzieren. Dabei liegen – neben der Bür-

gerbeteiligung – in der stärkeren Vernetzung des Dritten Sektors dessen größte Zukunftschancen. Gemeinnützige Organisationen können sich zu Knotenpunkten lokaler Wissens- und Kommunikationsnetzwerke entwickeln, die Bürgerwissen bündeln, abbilden, in den politischen Prozess einspeisen und hierfür das Internet nutzen (Sadoway 2012).

Gemeinnützige Organisationen können sich auch im Rahmen von Partizipations- und Ko-produktionsnetzwerken profilieren, die die Themen Bürgerbeteiligung, Koproduktion und Co-Design auf lokaler Ebene vorantreiben und in der Praxis verankern (vgl. Reiser 2013). Das dafür notwendige Wissen und die erforderlichen Kompetenzen können sich Nonprofits in Selbstlern-Netzwerken aneignen, in denen sich gemeinnützige Organisationen über Fachbereiche hinweg untereinander austauschen und unterstützen. Dass dies auch bezüglich sozialer Medien funktioniert, zeigen die britischen *Social Media Surgeries*, die sich lokal als Selbstlerngruppen engagierter Bürger und Einrichtungen etablieren konnten.<sup>10</sup>

Große Potentiale bieten auch lokale Ressourcennetzwerke, bei denen gemeinnützige Organisationen nicht nur untereinander Leistungen und Güter teilen, tauschen und verleihen, sondern Bürger und andere Einrichtungen in den Tauschring eingebunden sind (NCVO 2012). Tauschringe mit Schnittstellen hin zur Bürgerschaft können dem freiwilligen Engagement neue Impulse geben. Durch Gutschriften, die man sich als Freiwilliger in einer Einrichtung verdient, erhält man die Möglichkeit, andere Einrichtungen des Gemeinwesens kennenzulernen und sich als Bürger vor Ort breiter zu vernetzen. Wer Bürger stärker beteiligen möchte, braucht selbst genügend Netzwerke in das Gemeinwesen hinein. Partizipation als Event ist – wie oben formuliert – unzureichend. Partizipation mit Impact setzt dichte lokale Netzwerkstrukturen und eine gute Netzwerkpraxis voraus. Durch Netzwerke ermächtigt eine gemeinnützige Organisation nicht nur ihre Bürger-Stakeholder, sondern auch sich selbst.

## 7 | Demokratisierung des Dritten Sektors

Die Zukunft des Dritten Sektors liegt in seiner Demokratisierung. Die Krise unseres politischen Systems besteht darin, dass es zu wenige Beteiligungsmöglichkeiten für Bürger gibt. Insbesondere auf der Output-Seite, d.h. bei der Versorgung von Bürgern mit sozialen Diensten, fehlen Mitgestaltungs- und Entscheidungsmöglichkeiten (Pestoff 2009: 279). Die Forderung nach mehr Bürgerbeteiligung in den sozialen Diensten ist gleichbedeutend mit dem Ruf nach einer Demokratisierung unseres Wohlfahrtsstaates (ebd.: 290f), denn mehr Partizipation in den Einrichtungen muss durch entsprechende Gesetze und Leistungsverträge unterstützt werden.

Ohne eine Demokratisierung gemeinnütziger Einrichtungen wird der Dritte Sektor nicht in der Lage sein, die Potentiale, die Soziale Medien bieten, auszuschöpfen, denn Teilhabe bildet den Kern des Mitmach-Webs. Die Institutionen im Dritten Sektor müssen sich überlegen, inwieweit sie ihren Bürger-Stakeholdern Teilhabemöglichkeiten bieten wollen und in welcher Programmphase Bürger in welcher Form eingebunden werden können. Eine Schlüsselrolle spielen dabei die hauptberuflichen Mitarbeiter. Die soziale Profession muss sich verändern: Statt *Macher*, die Dinge *für* Bürger erledigen, sind Partner notwendig, die Aufgaben gemeinsam *mit* Bürgern umsetzen (vgl. Reiser 2012b). Die Kontrolle über Beteiligungsprozesse kann dabei nur bis zu einem gewissen Grad in der Hand der Einrichtungen liegen. Wer Menschen Mitmach-Chancen bieten möchte, muss Beteiligung aus der Bürgerperspektive heraus organisieren, d.h. eher bottom-up als top-down.

Nonprofits steht es frei, sich auch weiterhin hauptsächlich auf die Kommunikation, das Marketing und das Fundraising im Netz zu konzentrieren. Allerdings würde dem Dritten Sektor dadurch die Chance entgehen, sich - unterstützt durch die Möglichkeiten des Internets - als zivilgesellschaftlicher Akteur und nicht nur als Dienstleister neu zu positionie-

ren. Das Bewusstsein darüber, eine Organisation zu sein, deren Funktionen über Dienstleistungen hinausgehen, ist auf lokaler Ebene bei vielen Vereinen und Einrichtungen verloren gegangen, die mit Verwunderung reagieren, wenn man sie auf den bürgerschaftlichen Charakter gemeinnütziger Organisationen, auf deren ‚civicness‘ (Evers 2009), anspricht. Die Verbetriebswirtschaftlichung des Dritten Sektors in den vergangenen Jahrzehnten hat in den Köpfen der Beteiligten ganze Arbeit geleistet.

Dennoch kann eine Renaissance des gemeinnützigen Sektors auf lokaler Ebene nur durch mehr Beteiligung erreicht werden und über Netzwerke, die der Dritte Sektor in die Zivilgesellschaft hinein knüpfen muss. Werden diese Entwicklungschancen nicht ergriffen, dann wird die Bedeutung der traditionellen Dritt-Sektor-Organisationen weiter schwinden, weil Bürger von ihrer exit-Option Gebrauch machen und neue Initiativen ohne Beteiligung der traditionellen intermediären Organisationen gründen, häufig vermittelt über digitale Aktionsnetzwerke. Siehe als Beispiele die Plattform *Nabuur.com.*, die Online-Volunteers direkt mit Dorfgemeinschaften in Entwicklungsländern vernetzt; *Ushahidi.com* mit ihrer Open Source Software zur selbstständigen Kartierung von Krisensituationen durch Bürger; *Avaaz.org*, die Kampagnen-Plattform, die Bürger weltweit mobilisiert; das *GrassrootsWiki.org*, bürgerschaftlich initiiert, das Wissen über effektive Techniken und Prozesse in der Entwicklungshilfe sammelt; *Betterplace.org*, die (laut Webseite) „wahrscheinlich transparenteste Spendenplattform der Welt“, von Bürgern abseits der großen Hilfsorganisationen gegründet.

Kommunen sollten ein großes Interesse daran haben, die gemeinschaftsbildende und partizipative Kraft von Nonprofits zu stärken. Die Praxis zeigt, dass Kommunen eine wichtige Rolle zukommt, wenn es um die Förderung lokaler Bürgerbeteiligung geht - allerdings häufig „on state terms“ (Quinn 2012: 117). Dennoch können öffentliche Budgets für partizipative Projekte und Weiterbildungsangebo-

te zur digitalen Inklusion das zivilgesellschaftliche Profil gemeinnütziger Organisationen schärfen.

Pestoff hegt die Hoffnung, dass der Dritte Sektor auf lokaler Ebene zum Vorreiter einer Demokratisierung werden könnte (Pestoff 2009: 288). Aber diese Erwartung wird der gemeinnützige Bereich nicht erfüllen können, wenn ihn nicht Bürger darin unterstützen und gleichzeitig Druck auf ihn ausüben, – durch *voice* oder *exit*. Die Rolle der Kommunen gegenüber dem Sektor ist zumeist höchst ambivalent. In der Regel existiert kein Interesse an einem selbstbewussten, besser vernetzten und politischeren Dritten Sektor, sondern an Dienstleistungsorganisationen, die reibungslos und möglichst kostengünstig funktionieren.

Eine wichtige Bedeutung wird demnach Bürgern selbst zukommen, die mit dem Non-profit-Sektor in einen Diskurs über dessen Situation, über die Erwartungen der Bürger und über mögliche Zukunftsszenarien eintreten sollten. Solche Austausch-Prozesse zwischen Bürgern und Drittem Sektor wären dringend notwendig, finden aber – zumindest auf breiter Ebene – nicht statt. Wenn sich gemeinnützige Organisationen über ihre Schwächen und über mögliche Entwicklungspfade Gedanken machen, dann zumeist unter sich oder in nach außen geschlossenen Expertenzirkeln.

Vielleicht könnten die lokalen Socialbars, die es mittlerweile mit unterschiedlichen Schwerpunkten und unterschiedlich aktiv in rund 20 deutschen Städten gibt, sich zu solchen Foren entwickeln, in denen Bürger und gemeinnützige Organisationen untereinander ins Gespräch kommen. Immerhin sind der Vernetzungsanspruch der Socialbar und ihr Profil als lokale Initiative, bei der ganz heterogene Gruppen aufeinanderstoßen, ein guter Ausgangspunkt für ebenso vielfältige Diskurse.

## 8 | Strategische Entscheidungen

Soziale Medien fordern gemeinnützige Organisationen heraus, mehr Bürgerbeteiligung in den Einrichtungen und bei der Planung und

Ausgestaltung von Diensten zuzulassen. Gleichzeitig bieten sie das Instrumentarium zu einem Self-Empowerment des Sektors, dem durch das Internet Vernetzung, Transparenz, Interessenvertretung und die Einbindung von Bürgern einfacher und mit einem größeren Wirkungsgrad möglich ist als in der Vergangenheit, wo sich diese Aktivitäten zumeist auf den lokalen Raum, auf bedrucktes Papier und Veranstaltungen beschränken mussten.

Die Chancen sozialer Medien realisieren sich aber nicht von selbst, sondern sie setzen strategische Entscheidungen auf Verbands- und Organisationsseite voraus. Diese zielen auf die Frage, welche Rolle Dritte Sektor-Organisationen gegenüber dem zivilgesellschaftlichen Bereich einnehmen möchten, – die eines sozialen Dienstleisters, der Konsumenten bedient, oder die einer bürgerschaftlichen Organisation, welche aus der Gesellschaft kommt und mit ihr auf Augenhöhe verbunden ist?

Der Hype um die Internet-Tools, deren Zahl täglich wächst, die Hysterie um die Anzahl von Followern und Freunden, der Buzz, der um das Monitoring gemacht wird, – sie verstellen den Blick auf die politische Dimension der Entwicklung, auf die Chancen, die Soziale Medien für die Weiterentwicklung unseres Dritten Sektors bieten. Sie verstellen auch den Blick auf die Netzstrukturen und verdrängen eine kritische Auseinandersetzung mit den bestehenden Netz-Angeboten und die Entwicklung von Alternativen. Gerade der Dritte Sektor sollte sich hier herausgefordert fühlen und als „institutionelles Rückgrat der Zivilgesellschaft“ (Zimmer) seine netzpolitischen Aktivitäten verstärken. Derzeit begreifen sich die meisten Verbände lediglich als Konsumenten sozialer Medien. Sie sollten sich zunehmend auch als aktive Gestalter des digitalen Raumes begreifen zugunsten gemeinnütziger Angebote, bürgerschaftlicher Handlungschancen und eines Schutzes persönlicher Daten, der diesen Namen verdient.

*Dr. Brigitte Reiser*, Diplom-Verwaltungswissenschaftlerin mit Sitz in Stuttgart, ist als Be-

raterin für Nonprofit-Organisationen tätig. Sie ist spezialisiert auf die Themen Soziale Medien, Dritter Sektor und Bürgerbeteiligung, über die sie seit 2007 in ihrem Fach-Weblog Nonprofits-vernetzt.de (<http://blog.nonprofits-vernetzt.de>) und in Vorträgen und Publikationen informiert. Webseite: [www.stakeholder-management.de](http://www.stakeholder-management.de)  
Kontakt: [brigitte.reiser@stakeholder-management.de](mailto:brigitte.reiser@stakeholder-management.de)

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Siehe den Entstehungsprozess der Social Media Policy des ÖRK <http://blog.rotekreuz.at/sociologist/2011/05/29/social-media-policy/#.UUwNfleXSE5> [22.03.2013] oder die Diskussion der Social Media Guidelines der Caritas <http://blog.caritas-webfamilie.de/2011/08/26/kommentare-verandern-guidelines/> [22.03.2013].
- <sup>2</sup> Die Datenlage hierzu ist – wie immer wenn es um den Dritten Sektor in Deutschland geht (siehe Spengler/Priemer 2011) – ungenügend. Empirische Studien mit kleinen Stichproben liegen von Fink/Zerfaß/Linke (2011) und Katrin Kiefer (2010) vor.
- <sup>3</sup> Siehe die Stiftung Digitale Chancen <http://www.digitale-chancen.de>.
- <sup>4</sup> <http://www.lasa.org.uk/ict/lasa-circuit-riders/> [22.03.2013].
- <sup>5</sup> iT4Communities <http://www.it4communities.org.uk/it4c/home/> [22.03.2013] und IT Volunteer Award <http://www.it4communities.org.uk/it4c/home/Awards2007/awards.html> [22.03.2013].
- <sup>6</sup> [www.stifter-helfen.de](http://www.stifter-helfen.de).
- <sup>7</sup> Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege 2009: Gesamtstatistik 2008, S. 16 unter [http://www.bagfw.de/uploads/media/GS\\_BAGFW\\_091221\\_web\\_01.pdf](http://www.bagfw.de/uploads/media/GS_BAGFW_091221_web_01.pdf) [22.03.2013].
- <sup>8</sup> Beispiele aus meinem lokalen Umfeld: ein Verband und seine Hilfsangebote in den Stadtteilen <http://www.caritas-stuttgart.de/69664.html> [22.03.2013], die städtischen Pflegeheime [\[wohnen.de/senioren-angehoerige/einen-pflegeheimplatz-finden.html\]\(http://www.wohnen.de/senioren-angehoerige/einen-pflegeheimplatz-finden.html\) \[22.03.2013\], die Generationenhäuser einer Stiftung \[schmidstiftung.de\]\(http://www.schmidstiftung.de\) \[22.03.2013\].](http://www.leben-und-</a></li>
</ol>
</div>
<div data-bbox=)

<sup>9</sup> <http://deinen-senf.de/>; <http://www.lautnuernberg.de/> [26.03.2013].

<sup>10</sup> <http://socialmediasurgery.com> [26.03.2013].

## Literatur

Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra 2012: The Logic of Connective Action. In: Information, Communication & Society, Jg. 15, Heft 5, 739-768.

Bovaird, Tony 2007: Beyond Engagement and Participation: User and Community Co-production of Public Services. In: Public Administration Review, Jg. 67, Heft 5, 846-860.

Bovaird, Tony/Löffler, Elke 2012: From Engagement to Co-Production. In: Pestoff, Victor/Branden, Taco/Verschuere, Bram (Hg.): New Public Governance, the Third Sector and Co-Production, New York: Routledge, 35-60.

Brudney, Jeffrey/Meijs, Lucas C.P.M. 2009: It Ain't Natural: Toward a New (Natural) Resource Conceptualization for Volunteer Management. In: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Jg. 38, 564-581.

Evers, Adalbert 2009: Gefährdungen von Zivilität. Zum Verhältnis von Zivilgesellschaft und Drittem Sektor. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Jg. 22, Heft 1, 79-84. [http://www.fjnsb.org/sites/default/files/downloads/fjnsb\\_2009-1\\_evers.pdf](http://www.fjnsb.org/sites/default/files/downloads/fjnsb_2009-1_evers.pdf) [22.03.2013].

Erster Engagementbericht – Für eine Kultur der Mitverantwortung 2012: Bundestagsdrucksache 17/10580, Deutscher Bundestag. <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Engagement/Pdf-Anlagen/engagementbericht-langfassung,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> [22.03.2013].

Fink, Stephan/Zerfaß, Ansgar/Linke, Anne 2011: Social Media Governance 2011. Leipzig, Wiesbaden: Universität Leipzig/Fink & Fuchs PR AG. [FORSCHUNGSJOURNAL SOZIALE BEWEGUNGEN 26. Jg. 2 | 2013](http://www.ffpr.de/news-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

room/wp-content/uploads/2012/05/Social-Media-Governance-2011-Ergebnisbericht.pdf [22.03.2013].

*Heeswijk, Jeanne van* 2012: Wohnraum ist kein Produkt, sondern ein Prozess. Individuum und Gemeinschaft als Co-Produzenten der Stadt. In: *Metropole: Zivilgesellschaft, Internationale Bauausstellung IBA Hamburg*. Hamburg: jovis, 204-206.

*Hernandez, Louisa/Robson, Paul/Sampson, Alice* 2010: Towards Integrated Participation: Involving Seldom Heard Users of Social Care Services. In: *British Journal of Social Work*, Jg. 40, 714-736.

*Hinte, Wolfgang* 2011: Sozialräume gestalten statt Sondersysteme befördern. In: *Teilhaber*, Heft 3, 100-106.

*Jähnert, Hannes* 2010: Freiwilligenarbeit über das Internet. In: *Soziale Arbeit*, Jg. 59, Heft 10, 392-399.

*Junglas, Mario* 2012: Die Caritas muss mehr Zivilgesellschaft wagen. <http://www.caritas.de/fuerprofis/fachthemen/caritas/diecaritasmussmehrzivilgesellschaftwagen> [22.03.2013].

*Kiefer, Katrin* 2010: NGOs im Social Web. [http://netzwerkpr.de/wp-content/uploads/2010/04/Kiefer\\_NGOs-im-Social-Web.pdf](http://netzwerkpr.de/wp-content/uploads/2010/04/Kiefer_NGOs-im-Social-Web.pdf) [22.03.2013].

*Kurath, Stefan* 2012: Planung und Wirklichkeit. In: *Metropole: Zivilgesellschaft, Internationale Bauausstellung IBA Hamburg*, Hamburg: jovis, 286-288.

*Lenihan, Don/Briggs, Lynelle* 2011: Co-Design: Toward a New Service Vision for Australia? In: *Public Administration Today*, Heft 25, 35-47. <http://www.humanservices.gov.au/spw/corporate/publications-and-resources/resources/co-design-toward-a-new-service-vision-for-australia.pdf> [22.03.2013].

*Nah, Seungahn/Saxton, Gregory D.* 2013: Modeling the adoption and use of social media by nonprofit organizations. In: *New Media & Society*, Heft 2, 294-313.

NCVO (*National Council for Voluntary Organisations*) 2012 (Hg): Timebanking across Organisations, <http://www.ncvo-vol.org.uk/>

[sites/default/files/abundant\\_economy\\_by\\_camden\\_shares.pdf](sites/default/files/abundant_economy_by_camden_shares.pdf) [22.03.2013].

*Pestoff, Victor A.* 2009: *A Democratic Architecture for the Welfare State*, London/New York: Routledge.

*Quinn, Brid* 2012: A New Position for Civil Society and Citizens? In: *Schaap, Linze/Daemen, Harry* (Hg): *Renewal in European Local Democracies*. Wiesbaden: Springer VS, 99-117.

*Reiser, Brigitte* 2011: Welche Funktionen erfüllen gemeinnützige Organisationen für unsere Gesellschaft und wie können Social Media sie darin unterstützen? <http://blog.nonprofits-ernetzt.de/index.php/welche-funktionen-erfulden-gemeinnutzige-organisationen-fur-unsere-gesellschaft-und-wie-konnen-social-media-sie-darin-unterstutzen/> [22.03.2013].

*Reiser, Brigitte* 2012a: Bürgerschaftliches Engagement als Bürgerbeteiligung: Welche Möglichkeiten bietet das Internet? In: *eNewsletter Netzwerk Bürgerbeteiligung* 02/2012. [http://www.netzwerk-buergerbeteiligung.de/fileadmin/Inhalte/PDF-Dokumente/newsletter\\_beitraege/beitrag\\_reiser\\_120710.pdf](http://www.netzwerk-buergerbeteiligung.de/fileadmin/Inhalte/PDF-Dokumente/newsletter_beitraege/beitrag_reiser_120710.pdf) [22.03.2013].

*Reiser, Brigitte* 2012b: Für eine Kultur der Mitgestaltung. Freiwilligendienste und bürgerschaftliches Engagement fordern gemeinnützige Organisationen heraus. In: *Blätter der Wohlfahrtspflege*, Jg. 159, Heft 6, 206-208.

*Reiser, Brigitte* 2013: Soziale Dienste brauchen sechs Netzwerke. In: *SOZIALwirtschaft*, Heft 2.

*Röbke, Thomas* 2011: Der Verein als Form zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation – Historische Betrachtungen und aktuelle Schlussfolgerungen. [http://www.bosch-stiftung.de/content/language2/downloads/Thomas\\_Roebke\\_Der\\_Verein\\_als\\_Form\\_zivilgesellschaftlicher\\_Selbstorganisation.pdf](http://www.bosch-stiftung.de/content/language2/downloads/Thomas_Roebke_Der_Verein_als_Form_zivilgesellschaftlicher_Selbstorganisation.pdf) [22.03.2013].

*Sadoway, David* 2012: From associations to info-sociations: The co-evolution of civic associations & ICTs in two Asian cities. In: *The Journal of Community Informatics*, Jg. 8, Heft 3. <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/807/948> [22.03.2013].

## Zivilgesellschaft in Bewegung. Kultur- und Medienwandel machen es möglich

Sophie Scholz

Fünf Jahre, nachdem die Socialbar in Berlin mit der Frage gestartet ist „Wie können die sozialen Medien dazu beitragen Zivilgesellschaft zu stärken?“, haben wir heute Antworten, die praxiserprobt sind. Die Antworten haben einerseits die Vortragenden auf den über 200 Socialbar-Veranstaltungen geliefert, die seit 2008 in 20 verschiedenen Städten stattgefunden haben.<sup>1</sup> Gleichzeitig hat die Arbeitserfahrung mit der Koordination des deutschlandweiten Socialbar-Netzwerkes Einblick gegeben in die Chancen und Herausforderungen, welche die sozialen Medien für eine zivilgesellschaftliche Initiative mit sich bringen. Einige dieser gewonnenen Antworten sollen im Praxisteil des Forschungsjournals exemplarisch an Hand von acht Initiativen beleuchtet werden. Verschiedene Facetten zivilgesellschaftlicher Selbstorganisationsprozesse werden dargestellt und die rund um das Thema „Zivilgesellschaft im Medienwandel“ entstandene Community vorgestellt. Ziel ist es, die hinter den Praxiserfahrungen aufscheinenden, inneren Organisationsstrukturen und -logiken sichtbar zu machen und damit für die interessierten Lesenden übertragbar und nutzbar zu machen.

### 1 | Der rote Faden durch den Praxisteil

Die ersten drei Beiträge des Praxisteils zeigen „Lessons Learned“ von drei Initiativen, deren Mitglieder dezentral in ganz Deutschland verteilt sind und die erst in Kombination mit der online geschaffenen Gemeinschaft eine kraftvolle Dynamik entwickeln. Am Beispiel der Socialbar werden, auf Basis der Erfahrungen eines fast fünfjährigen Lernprozesses, Antwor-

ten auf die Frage geliefert, wie die sozialen Medien dazu beitragen können, Bürgergesellschaft zu stärken, und was Verwaltung, Politik und zivilgesellschaftliche Organisationen davon lernen können. Das Beispiel der Baumpflanzinitiative „Wikiwoods“ zeigt, wie eine Aktivist\*innencommunity on- und offline Selbstorganisationsprozesse optimal für die eigenen Anliegen einsetzt. Im Artikel der Fundraisinginitiative „2aid.org“ werden die aus Erfahrung entwickelten praktischen Strategien dargelegt, wie ein nachhaltiges Management von Online-Volunteers aussehen kann.

Im zweiten Abschnitt des Praxisteils kommen PraktikerInnen aus drei Online-Kampagnenprojekten zu Wort. Die OrganisatorInnen der „re:campaign“, der Fachkonferenz des digital-sozialen Sektors zum Thema Online-Campaigning, thematisieren typische Fallstricke von Online-Kampagnen. Sie zeigen auf, wie hier in gemeinsamen Lernprozessen die Schlagkraft von sozialen Bewegungen erhöht werden kann. Den Blick zurück und auch in die Zukunft des internationalen Online-Campaignings werfen die OrganisatorInnen von „change.org“, einer Petitions- und Kampagnenplattform. Mit der „partizipativen Kampagnenführung“ erzählen sie die Geschichte von „David gegen Goliath“ neu. Der dritte Beitrag widmet sich der Plattform „GreenAction“, deren Anliegen es ist, Engagierte dabei zu unterstützen, sich über Organisationsgrenzen hinweg zu vernetzen und umweltaktive Menschen für die eigenen Kampagnen zu mobilisieren.

In den letzten drei Artikeln des Praxisteils zeigt sich, welcher wertvollen Beitrag offene Wissensdatenbanken für Zivilgesellschaft leis-

ten können. Das selbstorganisierte, partizipative und diskursive Austauschformat „NPO-Blogparade“ macht zivilgesellschaftliche Lernprozesse im Themenfeld „Zivilgesellschaft im Medienwandel“ nach außen transparent und anschlussfähig. Der Praxisbericht über die kollaborative Bearbeitung von Onlinekarten in der Entwicklungszusammenarbeit und von Katastrophenhilfe mit dem Tool „OpenStreetMap“ zeigt anschaulich, wie bottom-up-Initiativen im wahren Sinne des Wortes für eine Neugestaltung „politischer Landkarten“ sorgen können. Diese Erfahrungen sind besonders spannend auch hinsichtlich der Aktualität des Themas durch das Hochwasser in Mitteleuropa.<sup>2</sup> Hier ist noch viel zu lernen von den im Süden gesammelten Erfahrungen mit humanitären Katastrophen und dem hilfreichen Einsatz der sozialen Medien. Der letzte Beitrag des Praxisteils „Patienten und Versicherten eine Stimme geben“ widmet sich der Frage, wie nach dem Wiki-Prinzip im Gesundheitsbereich, mit Hilfe von Partizipation via Kommunikationsplattformen, Qualitätssicherung betrieben werden kann.

## 2 | Socialbar, Social Media und sechs kulturelle Werte für eine lebendige Bürgergesellschaft

Die Geschichte der Socialbar ist durch ein schnelles Wachstum gekennzeichnet. Rund um das inhaltliche Anliegen der Socialbar hat sich innerhalb kurzer Zeit ein großes, dezentrales Netzwerk mit lokalen Aktivitäten entwickelt. Diese typischen Charakteristiken finden sich z.B. auch in der Occupy-Bewegung, in den vielfältigen Netzwerken der Couchsurfing-Szene<sup>3</sup> oder auch bei Wikiwoods und 2aid.org (vgl. Beiträge im Praxisteil). Die alltäglichen Handlungen, die gemeinsamen Regeln und die Kommunikationsroutinen – kurz: die Organisationskultur – dieser Initiativen verbindet sich produktiv mit den Werkzeugen, die uns die sozialen Medien anbieten. Clay Shirky (2008) kommentiert das Verhältnis von Werkzeug zu Kultur folgendermaßen: „A revolution doesn't happen when society adopts new tools, it happens when society adopts new behaviours.“ Also alles nur Kultur – nicht die Technik?



Ganz so ist es auch nicht. Die Technikpsychologie zeigt, dass Technik allein durch die ihr eigene Struktur gewisse Handlungsweisen nahelegen kann. So ist es auch mit den sozialen Medien, sie laden dazu ein:

- Gemeinschaften partizipativ zu denken,
- soziale Begegnungsräume (online und offline) zu schaffen,
- Informationen (Daten) offen zu teilen und wiederverwertbar zu machen,
- Prozesse transparent zu machen und dadurch z.B. Vertrauen zu schaffen,
- Inhalte so zu gestalten, dass sie einen Mehrwert für die Zielgruppe enthalten und so teilbar werden,
- sich einem Anliegen anzuschließen und selber aktiv zu werden.

Man kann also sagen, dass diese sechs „kulturellen Werte“ den sozialen Medien immanent sind, und dass sie zu Handlungen einladen, die diesen Werten entsprechen. Die Handwerkszeuge sind aber durchaus auch zweckentfremdet einsetzbar – so kann ein Blog selbstverständlich auch eingesetzt werden, um aktuelle Pressemeldungen einer Organisation zu dokumentieren und zu verteilen, ohne das Anliegen, in einen Dialog treten zu wollen.

### 3 | „Partizipativ, sozial und teilbar“ – Lessons Learned aus der Socialbar-Praxis

Im Weiteren werden drei der oben genannten Werte (partizipativ, sozial, teilbar) an Hand der Erfahrungen der Socialbar konkretisiert und aufgeschlüsselt. An jedem Punkt wird gezeigt, wie zivilgesellschaftliche Organisationen, Politik und Verwaltung von diesen Lessons Learned profitieren können, wenn sie sich vor Ort eine lebendige Bürgergesellschaft wünschen.

#### **Partizipativ: Wir brauchen Beteiligungsexperimente!**

„Das Konzept der Socialbar darf weiterverwendet werden. Die Organisation einer Socialbar-Veranstaltung in anderen Städten ist ausdrück-

lich erlaubt.“ Dieses Zitat von der Startseite des Socialbar-Wikis spricht für sich selbst. Diese „Do-It-Yourself“-Einladung hat dazu geführt, dass innerhalb von knapp viereinhalb Jahren in zwanzig verschiedenen Städten über zweihundert Socialbars stattgefunden haben. Dieses Experiment und das daraus resultierende Wachstum stellte das Organisationsteam in Berlin vor eine Menge Herausforderungen. Denn neben der lokalen Socialbar in Berlin entstand eine übergeordnete Koordinationsebene der Socialbars. Fragen von Qualitätssicherung, Wissensaustausch, Weiterentwicklung, Infrastruktur, Integration, Standardisierung tauchten auf. All diese Themen bewegen die KoordinatorInnen der Socialbars seitdem. Trotz dieser Herausforderungen lässt sich im Fazit festhalten – die Socialbar stellt einen Riesenerfolg dar!

Was lässt sich daraus für eine lebendige Bürgergesellschaft lernen? Eine lebendige Bürgergesellschaft braucht derartige Experimente. Zivilgesellschaftliche Institutionen, Politik und Verwaltung können hieraus für ihre Beteiligungsprozesse lernen, wie Ressourcen zu mobilisieren sind, die ihnen sonst entgehen und die Bürgergesellschaft um ein Vielfaches lebendiger machen können. Der Ruf nach Beteiligung ist laut, aber in der Beteiligungspraxis aller drei Akteursgruppen zeigt sich immer wieder, wie schwierig es Institutionen fällt, tatsächlich offene Prozesse zu gestalten, nicht nur zur Mitsprache, sondern auch zur Mitbestimmung einzuladen, oder tatsächlich auf das Empowerment und die Selbstorganisation der Bürgerinnen und Bürger zu zielen.

Dabei wird die Wertigkeit und Durchschlagskraft dieser Form von Beteiligung deutlich, wenn man sich vorstellt, was ein fast fünfjähriger Beteiligungsprozess mit zweihundert Veranstaltungen für Politik und Verwaltung kosten würde, wenn keine Selbstorganisationsprozesse einbezogen werden. Umgekehrt können auch Initiativen wie z.B. Occupy den Anschluss verpassen, wenn sie keinen Versuch unternehmen, Schnittstellen zu den etablierten Akteuren aufzubauen. Im Zusammenspiel mit den bestehenden Institutionen können beide

Seiten voneinander profitieren. Damit der frische Wind, den die Bewegung mit sich bringt, nicht als laues Lüftchen abflaut, braucht es die Zusammenarbeit mit bestehenden Strukturen und deren Ressourcen.

### Sozial: Online und offline Communities bauen

In dem deutschlandweiten, dezentralen Netzwerk der Socialbar wird es mit Hilfe der sozialen Medien möglich, dass sich diese Gemeinschaft täglich selbst erfährt. In den Netzwerkaktivitäten werden nicht nur die anderen lokal Engagierten sichtbar – ihre Aktivität ist zudem tägliche Bestätigung und Motivation, selber (weiter) aktiv zu sein. Die jeweiligen lokalen Erfolge werden zu gemeinsamen Erfolgen des Netzwerkes. Die Nähe wird ermöglicht durch Bilder, Texte, Mails, Tweets und den täglichen Strom an Netzwerkaktivitäten (X kommentiert bei Y, A liked die Aktivität von C), die online nachvollziehbar werden.

Um die enger vernetzte Community von OrganisatorInnen, regelmäßig Teilnehmenden oder auch Beitragenden herum hat sich ein „großes Netzwerk schwacher Beziehungen“ etabliert. Es ist dieses Netzwerk, das die Schlagkraft der Socialbar bestimmt, es ist das soziale Kapital der Socialbar. Diese Community fühlt sich den inhaltlichen Anliegen der Socialbar verbunden und die OrganisatorInnen der Socialbars pflegen dieses Netzwerk u.a. dadurch, dass sie on- und offline hochwertige Informationen zur Verfügung stellen (Präsentationen, Videomitschnitte, Hinweise auf Stellenausschreibungen oder Veranstaltungen etc.).

Je größer das gepflegte Netzwerk, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass die Mitglieder des Netzwerkes in einer der folgenden Weisen für die Socialbars aktiv werden und damit ggfs. bis in den engeren Kreis der Community vordringen. Die Aktivitäten sind modellhaft angeordnet nach steigendem Engagement und steigender Verbindlichkeit:

Eine der Online-Präsenzen der Socialbar wird „geliked“ (Facebook), ihr wird gefolgt (Twi-

ter, Slideshare, Vimeo) oder sie wird abonniert (Blog).

Die Einladung zu einer Socialbar wird zufällig in den eigenen Social-Media-Kanälen gesehen und weitergeleitet (z.B. per Tweet).

Eine hochwertige Information im Themenfeld der Socialbar (z.B. Stellenausschreibung) wird aktiv an die Socialbar-OrganisatorInnen weitergegeben, sodass diese sie wiederum in das Netzwerk weiterleiten können.

- Die Person besucht zum ersten Mal eine Socialbar und trägt zu dem Abend durch eigene Wortmeldungen bei.
- Ein eigenes Vortragsthema wird bei einer Socialbar vorgeschlagen und als Präsentation umgesetzt.
- Ein Freiwilliger organisiert selber eine Socialbar oder wird als weiteres Mitglied in ein bestehendes Team aufgenommen.

Was lässt sich daraus für eine lebendige Bürgergesellschaft lernen? Dieses Modell lässt sich je nach Ansprüchen und notwendigen Tätigkeiten innerhalb einer Organisation anpassen. Es zeigt, dass zivilgesellschaftliche Akteure, Verwaltung und Politik es sich eigentlich nicht leisten können, auf die Schaffung dieses sozialen Kapitals zu verzichten. Die Praxis zeigt aber, dass sich in (Online-) Bürgerbeteiligungsprozessen oftmals nicht die Zeit genommen wird, eine starke Community aufzubauen. Dialogräume brauchen jedoch Zeit, um zu entstehen, um eine Qualität des Austausches zu entwickeln und um Vertrauen entstehen zu lassen. Das gilt für offline- als auch online-Dialogprozesse. Wenn keine Zeit für Vertrauensaufbau ist, dann ist es nicht verwunderlich, wenn die Institutionen Angst davor haben, dass aufgeregter Ärger sich einen Weg bahnt und sich ein „Shitstorm“<sup>4</sup> entwickelt, der sich einer moderierenden Regulierung entzieht.

Eine starke Community kann im Ernstfall für Selbstregulation sorgen, d.h. die Mitglieder selber werden moderierend aktiv, um die über längere Zeit etablierten Regeln des Dialogs zu verteidigen. Parteien, die glauben, sie könnten die sozialen Medien nur in der Vorbe-

reitung des Wahlkampfes für die eigenen Anliegen instrumentalisieren,<sup>5</sup> dürfen nicht verwundert sein, wenn ihnen schnell mehr Ärger als Unterstützungsbereitschaft entgegenschlägt. Für eine lebendige und produktive Bürgergesellschaft vor Ort bedeutet dies alles, dass es zwischen den verschiedenen Akteuren etablierte Dialogroutinen und über lange Zeiträume entstehendes Vertrauen braucht. Der Einsatz sozialer Medien in diesem Dialog sorgt dafür, dass, wie am Beispiel der Socialbar beschrieben, sich die Community selbst erfährt, der horizontale Austausch ihre Identität stärkt und eine Vielfalt an Ressourcen für das gemeinsame Anliegen transparent wird.

### **Teilbar: Begeisterung durch subjektiven Mehrwert schaffen**

Ziel der Socialbar ist es, durch die Vorträge zu einem kollektiven Denkprozess zu kommen und so Zivilgesellschaft innovativ weiterzuentwickeln. Damit dies möglich wird, hat sich die Socialbar zehn Regeln<sup>6</sup> gegeben, die dafür sorgen sollen, dass alle Beteiligten eine Veranstaltung mit „Mehrwert“ erleben. Der Mehrwert für die Zielgruppe ist nicht nur online Grundvoraussetzung dafür, dass die hier vermittelten Inhalte geteilt werden, d.h. an die eigenen Netzwerke weitergereicht werden. Die zehn Regeln werden primär an die Vortragenden herangetragen, gelten jedoch ebenso für alle Teilnehmenden. Hier sollen drei Regeln exemplarisch aufgegriffen werden.

„Du sollst nichts verkaufen: Weder Deine Organisation, Deine Waren, Deine Schriften noch Dein Bedürfnis nach Funding. Tust Du es doch, wirst Du den Unmut des Publikums auf Dich ziehen.“ Wir bitten die Vortragenden, nicht ihre Projekte vorzustellen (zu „verkaufen“), sondern ihre Lessons Learned aus den Projekten. Die Erfahrungen werden auf andere Projekte transferierbar und sorgen für Lernfortschritte. Die Vortragenden, die sich an diese Regel halten, sind die im Anschluss meist gesuchten Gesprächspartner.

„Du sollst authentisch sein. Sprich genauso von Deinen Fehlern wie von Deinem Erfolg.“

Diese Regel ist vielleicht eine der herausforderndsten Regeln, denn welche Organisation erzählt schon gerne von eigenen Fehlern? Sie ist aber auch mit die wichtigste Regel, denn für das Plaudern aus dem Nähkästchen bedanken sich die Teilnehmenden ebenfalls mit Offenheit und tragen so zum Mehrwert des Abends bei.

„Du sollst Fragen stellen. Denke in Kooperation mit dem Publikum, nicht in Konkurrenz.“ Mit dieser Regel ist das Versprechen verbunden, dass die Vortragenden von der Veranstaltung Ideen und Anregungen für die eigenen Projekte mitnehmen. Online gilt, dass Plattformen auch im „Beta-Stadium“ gelauncht werden, d.h. auch wenn sie noch nicht zu 100 Prozent fertig sind. Die Nutzer geben Feedback zu Problemen, die während der Nutzung auftauchen. Gleiches gilt für Thesen und Ideen in den Vorträgen bei Socialbars – es geht darum, sie gemeinsam weiterzuentwickeln.

Was lässt sich daraus für eine lebendige Bürgergesellschaft lernen? Neben vielfältigen weiteren Anforderungen an Politik, Verwaltung und zivilgesellschaftliche Akteure werden diese mit dem Anspruch konfrontiert, dass sie hochkomplexe gesellschaftliche Herausforderungen kreativ, innovativ und effektiv lösen sollen. Im Abschnitt zu on- und offline-Communities wurde bereits deutlich, welchen Gewinn es bringen kann, für derartige Herausforderungen auf ein großes bürgerschaftliches Netzwerk zurückgreifen zu können. Die Ausführungen zu Partizipation und Selbstorganisation haben gezeigt, dass offene und langfristige Dialogprozesse gebraucht werden, um die in der Bürgergesellschaft vorhandenen Ressourcen zu mobilisieren. Der obenstehende Abschnitt zum Thema Mehrwert zeigt: Wenn Menschen zusammenkommen, um zu lernen und innovativ weiterzudenken, muss on- und offline ein Rahmen geschaffen werden, der einen Austausch auf Augenhöhe ermöglicht. Ein Raum, in dem sich Kooperationen entwickeln können, in dem die einbezogenen Partner für einander Mehrwerte schaffen und in dem Vertrauen dazu führt, dass wertvolles

Wissen geteilt wird, mit dem die großen Herausforderungen unserer Zeit gemeinsam angegangen werden können.

*Sophie Scholz* (e-fect eG) gestaltet Dialog- und Partizipationsprozesse im Bereich Nachhaltigkeit. Sie ist Gründerin der Initiative „Socialbar“, welche sie 2008 in Berlin initiiert hat. Kontakt: scholz@e-fect.de.

### Das ist die Socialbar

Die Socialbar ist ein Veranstaltungsformat, das Web-Aktivist\*innen und Social Entrepreneurs, NGOs und ehrenamtliche Helfer, Politiker und Unternehmen mit sozialer Verantwortung zusammenbringt. Unter dem Motto „online vernetzen – offline bewegen“ kommen sie regelmäßig zusammen, um die Potenziale des Internets für zivilgesellschaftliches Engagement auszuloten. Hier werden Innovationen diskutiert, Kontakte geknüpft, Erfahrungen ausgetauscht und Kooperationen eingegangen. Mit kurzen Fachvorträgen und im persönlichen Erfahrungsaustausch, werden die Chancen und Herausforderungen der neuen Medien anhand konkreter Beispiele dargestellt und diskutiert.

Als lokaler Lernort stellt die Socialbar die Bedürfnisse der Teilnehmenden in den Mittelpunkt. Die Abendveranstaltungen sind kostenlos, die eingeladenen Referenten sollen einen Mehrwert bieten anstatt zu verkaufen und die Atmosphäre lädt zum lockeren Feierabendnetzwerken ein. Die Vorträge zeigen auf, wie Organisationen mit den kulturellen Werten des Web 2.0, wie z.B. Partizipation, Offenheit, Selbstorganisation und Transparenz, umgehen können. Weitere Themenschwerpunkte der Socialbars sind Communitybuilding, Online-Marketing, Kampagnensteuerung, Online-Fundraising und Plattformstrategien.

Jede Socialbar wird mit hohem persönlichem Engagement durch Freiwillige organisiert. Sie richten sich nach den vorhandenen Qualitätskriterien, Leitlinien und Werten der Socialbar. Ob sich Menschen in Zukunft noch besser einbringen können, wird sich vor allem durch die Angebote der Institutionen entscheiden, welche für die Gestaltung unserer Kultur und Gesellschaft mitverantwortlich sind. Die Socialbar hat sich auf den Weg gemacht, diesen Prozess aktiv zu gestalten und voranzutreiben, indem sie in vielen Städten gesellschaftliche Lernorte geschaffen hat.

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> <http://bit.ly/117oKo2> [11.06.2013].
- <sup>2</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Hochwasser\\_in\\_Mitteleuropa\\_2013](http://de.wikipedia.org/wiki/Hochwasser_in_Mitteleuropa_2013) [11.06.2013].
- <sup>3</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Couchsurfing> [09.06.2013].
- <sup>4</sup> Shitstorm bezeichnet eine „Massenhafte öffentliche Entrüstung“ (Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Shitstorm>) [11.06.2013].
- <sup>5</sup> Vgl. Elter (2013).
- <sup>6</sup> Die zehn Regeln für Vortragende auf den Socialbars bei Slideshare unter <http://bit.ly/11QyLVM> [10.06.2013].

### Literatur

- Elter, Andreas* 2013: Interaktion und Dialog? Eine quantitative Inhaltsanalyse der Aktivitäten deutscher Parteien bei Twitter und Facebook während der Landtagswahlkämpfe 2011. In: Publizistik, Jg. 2013 (58), Heft 2, S. 201-220.
- Shirky, Clay* 2008: Here comes everybody. The Power of Organizing without Organizations. London: Penguin.

## Mittels Webplattform vor Ort aktiv werden.

### Baumpflanzaktionen mit WikiWoods

Ingo Frost/Peter Breaux

#### 1 | Einleitung

Angesichts der Probleme der modernen Gesellschaft, wie z.B. des Klimawandels, nimmt die stetig wachsende Bedeutung des Internets und von Computer-vermittelter Kommunikation als Werkzeuge zur Förderung von Gemeinschaftssinn und gemeinsamen Handelns zu (Bennett 2003, Pickerell 2003, Bennett 2004, Nip 2004, Rosenkrands 2004, Van Aelst/Walgrave 2004, Wright 2004, Bimber et al 2005). Moderne Webtechnologien und neue Selbstorganisationsmöglichkeiten, die durch das Internet erschaffen wurden, bilden den Nährboden, aus dem heraus Plattformen wie WikiWoods oder Green Action – eine offene Kampagnenplattform betrieben von Greenpeace – erwachsen. Hier vernetzen sich engagierte und motivierte Personen, sie gründen Online-Communities und werden offline gemeinsam aktiv.

#### 2 | Hintergrund

WikiWoods ist eine Wikiplattform, die zum einen ins Leben gerufen wurde, um die Folgen des Klimawandels zu reduzieren; zum anderen, um auf Basis des erfolgreichen Wikikonzepts Gleichgesinnten die Möglichkeit zu bieten, sich zu organisieren und sich an kollektivem Handeln zu beteiligen. Das sicherlich bekannteste Beispiel einer Wiki-Plattform ist die Wikipedia. Die Besonderheit besteht darin, dass die Schwelle zum Mitmachen durch die Software besonders niedrig ist. Bei Wikipedia können ohne Anmeldung Artikel von beliebigen Personen verbessert werden. Dadurch entsteht z.B. eine kollaborativ entwickelte Wissensdatenbank wie Wikipedia.

Die Online-Plattform WikiWoods wird konkret dazu genutzt, auf möglichst einfache Weise unterschiedliche Akteure für den Umweltschutz

online miteinander zu vernetzen, die voneinander lernen und auch lokale und überregionale Selbstorganisationsprozesse über die Plattform ermöglichen.

Mit dem Ziel des Umweltschutzes wurden ursprünglich in erster Linie Waldbäume gepflanzt. Später kamen Obstbaum- und Heckpflanzungen sowie Ernte-, Pflege- und Verwertungsaktionen hinzu. Neben dem Organisationsteam bzw. den Plattformbetreibern können die Akteure, die Aktionen realisieren, in vier Gruppen eingeteilt werden: Mitpflanzler, Organisatoren, regionale Partner und finanzielle Unterstützer.

Das Berliner Organisationsteam ist der Kern von WikiWoods. Es besteht aus einer kleinen ehrenamtlichen Gruppe, die für das Webseiten- und Finanzmanagement sowie die Koordination der Aktionen verantwortlich ist. Neben diesem Team gibt es noch Einzelpersonen in anderen Bundesländern, die die Aktionen betreuen. Das Berliner Team steht in engem Kontakt mit den regionalen Organisationsteams, um die Pflanzaktionen zu initiieren, vorzubereiten und zu koordinieren. Die regionalen Partner sind dafür verantwortlich, alle notwendigen Vorbereitungen für die Aktionen vor Ort zu treffen. Sie stellen die Landfläche sowie die zu pflanzenden Bäume zur Verfügung und bei mehrtägigen Aktionen auch die Unterkunft. Zudem haben die regionalen Partner, wie z.B. Förster, häufig besonderes Fachwissen über Habitate und die lokale Vegetation, das sie an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer weitergeben.

Da WikiWoods grundsätzlich von ehrenamtlicher Arbeit lebt, wird die Durchführung von Projekten erst durch externe finanzielle Unterstützung ermöglicht. Spenden werden u.a. durch Crowdfunding (über [betterplace.org](http://betterplace.org)) erworben. Sie werden für die Pflanzaktionen und die Verbesserungen der Plattform verwendet.

WikiWoods hat keine spezifische Zielgruppe und betont, dass jedermann willkommen ist, an den Pflanzaktionen teilzunehmen. Pressemitteilungen mit allen Informationen zu den jeweiligen Pflanzaktionen werden auch an lokale Zeitungen geschickt. Dies hat eine positive Wirkung auf die Teilnahme von lokal Ansässigen bzw. auf Bürger ohne Internetzugang.

### 3 | Ziele

Das ursprüngliche Ziel von WikiWoods war es, über die Wikiplattform Freiwillige zu Baumpflanzaktionen zu gewinnen. Mit mittlerweile mehr als 2.000 Freiwilligen, die seit 2007 über 81.000 Bäume in 93 Einsätzen pflanzten, wurde dieses Ziel erreicht. Mittlerweile legt WikiWoods großen Wert darauf, im Rahmen der Baumpflanzaktionen Umweltschutzwissen zu vermitteln. Darüber hinaus bemüht sich WikiWoods, ein Gemeinschaftsgefühl unter den Freiwilligen zu schaffen, indem sie gemeinsam die Nähe zur Natur erfahren. Die Tatsache, dass sich viele der an den Pflanzaktionen Beteiligten immer wieder für Wikiwoods-Projekte engagieren, ist eine Bestätigung für das Anliegen der Plattform und deren Konzept (Breaux 2011: 57, 154, 175).

### 4 | Technische Evolution von WikiWoods.Org

WikiWoods.Org ging mittels sehr einfacher Software 2007 online. Dazu wurde auf die Open-Source-Software DokuWiki (vgl. [dokuwiki.org](http://dokuwiki.org)) zurückgegriffen. Die Werkzeuge zu der Zeit waren simpel: An zentraler Stelle stand die Mitpflanzer-Liste, in die sich Interessenten für Pflanzaktionen unter Angabe ihrer Email und Postleitzahl eintragen konnten. Auch wurde ein Anmeldeformular für Pflanzaktionen entwickelt, sodass Interessierte eine eigene Aktion anmelden und publik machen konnten. Die Aktion wurde per Email an die Mitpflanzerliste beworben und per Projektseite im Wiki öffentlich angekündigt. Hier konnten nach dem Projekt auch Fotos und ein Be-

richt zur Dokumentation eingestellt werden (siehe Offline-Version der alten Plattform: <http://archive.wikiwoods.org/>).

Nach und nach wurden in der Organisation von Pflanzprojekten bestimmte Abläufe erkennbar. Aus den vielfältigen Praxiserfahrungen heraus entstand der Wunsch, selber eine Plattform zu entwickeln, die den tatsächlichen Organisationsprozessen noch besser entspricht. Auch sollte es einfacher werden, eigene Pflanzaktionen einzutragen und Mitpflanzern und Mitpflanzer in der eigenen Region zu finden. Dazu wurde mit Hilfe eines Programmierers 2011 eine neue Plattform auf Basis von Drupal (vgl. [drupal.org](http://drupal.org)) entwickelt und auf vorhandene Community-Features – wie Organisation der Community in kleineren Gruppen, Kommunikationsmöglichkeiten unter den Nutzern – zurückgegriffen. Auch wurde ein Onlinekartendienst integriert, durch den der genaue Ort von Einsätzen anschaulich dokumentiert werden kann.

Von den Beteiligten wurde jedoch unterschätzt, mit welchen neuen Herausforderungen und (finanziellem) Aufwand die Professionalisierung des Internetauftritts einherging. Jenseits der technischen Erleichterungen (Automatisierung von zuvor händisch durchgeführten Aktionen) sind relativ viele Ressourcen notwendig, um überhaupt die Seite zu betreiben und sich um Dinge wie Fehlerbehebung, Umgang mit Spam oder Weiterentwicklungen zu befassen.

Im gleichen Zeitraum sorgten Veränderungen bei den Nutzern dafür, dass die Mitpflanzerliste weniger relevant wurde: Heute besteht eine enge Verbindung der Plattform zu Facebook, womit die Chance besteht, über Aktionen informiert zu werden, ohne sich auf der WikiWoods-Seite als potenzieller Mitpflanzer zu registrieren. Das Nutzerverhalten überholte also die technische Weiterentwicklung der Plattform.

### 5 | WikiWoods SWOT-Analyse<sup>1</sup>

Die Ergebnisse der SWOT-Analyse zeigen, dass die vornehmliche Stärke von WikiWoods im

Engagement ihrer Mitglieder und freiwilligen Helfer liegt (Breux 2011: 57, 167, 184). Wegen des stark empfundenen Gemeinschaftsgefühls unter den WikiWoods-Mitgliedern wird die Umsetzung von Projekten weniger zu einer freiwilligen Arbeit, als zu einem aktiven Beitrag für ein Kollektiv, zu dem man sich hingezogen fühlt und mit dem man online auch deutschlandweit verbunden ist.

Vor allem die hohe Einsatzbereitschaft der User der Plattform und deren Teamgeist erlauben es, dass WikiWoods als Plattform und als Gemeinschaft fungiert. Das gemeinsame „praktische“ Engagement und das starke Zusammengehörigkeitsgefühl zur Internetplattform werden dafür verantwortlich gemacht, dass WikiWoods ein starkes Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Usergemeinde geschaffen hat (Breux 2011: 57, 166, 184). Dieses Gemeinschaftsgefühl zeichnet eine weitere Stärke WikiWoods aus: WikiWoods schafft eine Atmosphäre, die das Knüpfen von Kontakten vereinfacht und ebenso fördert, dass Interessierte die Plattform wieder besuchen (Breux 2011: 58, 168, 186). Sowohl die Organisatoren als auch die Mitpflanzler nehmen normalerweise an mehreren Aktionen teil (Breux 2011: 57, 154, 175). Auf der sozialen Ebene erfüllt die Internetplattform also die Bedürfnisse der User. Zudem unterstützt die Plattform nach Meinung der User das Organisieren von Aktionen und trägt entscheidend zu deren Erfolg bei (Breux 2011: 58, 157, 178). Zusätzlich beabsichtigt die überwältigende Mehrheit der Befragten, WikiWoods weiterhin zu nutzen, um an Aktionen teilzunehmen und zudem auch bei der Planung und Durchführung von Projekten verwenden zu wollen (Breux 2011: 57, 167, 184). Dies ist nicht nur als loses Bekenntnis der User zur Plattform zu sehen, sondern spiegelt vielmehr den Glauben der WikiWoods-Gemeinde wider, der in der individuellen Wirkungskraft und in der Idee, dass Aktionen in einem Kollektiv ein lohnenswertes Unterfangen sind, verankert ist (Breux 2011: 58, 150, 171).

Die neue Wiki-Benutzeroberfläche wurde von vielen Usern als wenig bedienerfreundlich

bewertet (Breux 2011: 57, 58, 165, 183). Dies ist dafür verantwortlich, dass die aktiven User mit der Bedienbarkeit der Plattform unzufrieden sind und eventuell sogar neue User davon abgehalten werden, sich auf der Plattform an Projekten von WikiWoods zu beteiligen. Da die Programmieraufgaben nicht mehr ehrenamtlich abgedeckt werden konnten, beeinflusst die limitierte Bereitstellung an Geldmitteln (Spenden), inwieweit WikiWoods auf die Beschwerden seiner Nutzer eingehen kann.

Obwohl die User Unzufriedenheit über die Plattform äußern, zeigt die Befragung, dass der Zufriedenheitsgrad der User mit der Plattform das über die Plattform vermittelte Zusammengehörigkeitsgefühl nicht relevant beeinträchtigt (Breux 2011: 49, 51) und diese weiter die Absicht haben, mit der Plattform zu arbeiten. Offensichtlich wiegt das mögliche Netzwerken und die Kommunikation über die Plattform die Unzufriedenheit auf (Breux 2011: 48, 51). Diese Ergebnisse legen den Eindruck nahe, dass die Nutzer eine enge Bindung mit der Plattform eingehen, und dass WikiWoods in der Lage gewesen ist, einen Online-Raum zu schaffen, in dem neue Kontakte geknüpft und intensiviert werden können.

## 6 | On- und Offline-Verzahnung

Durch ein Angebot wie WikiWoods wird die Einstiegshürde für freiwilliges Engagement und die Teilnahme an Aktionen deutlich verringert: Es reicht eine Anmeldung auf WikiWoods.org oder die Mitgliedschaft bei der Facebook-Gruppe, um über Aktionen zu erfahren. Die Daten zeigen, dass in erster Linie Städter diese Möglichkeit nutzen, um an Aktionen in ländlichen Regionen teilzunehmen. Die Menschen aus der Region selbst können nur sehr schwer mittels Onlinemedien erreicht werden. Um diese zu mobilisieren, wird regelmäßig erfolgreich auf die regionale Presse sowie gut vernetzte Einzelpersonen vor Ort zurückgegriffen. Auf diese Weise organisierte Aktionen sind häufig Begegnungsorte unterschiedlichster Menschen.

Auch die online angemeldeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen sich meist nicht und kommen durch die gemeinsame Arbeit ins Gespräch. Ansässige aus der Region und Städter lernen sich kennen und verbinden sich durch gemeinsames sinnhaftes Tun. Im Gegensatz zu dem vor allem in den frühen Jahren des Internets verbreiteten Vorurteils, dass die Nutzer vor ihren Rechnern sozial vereinsamen, sorgen an dieser Stelle die sozialen Medien dafür, dass über das online gemeinsam formulierte Interesse vielfältige Begegnungen entstehen. Die Sozialen Netzwerke ermöglichen, dass auf einfache Weise thematische Netzwerke entstehen, die ohne die Sozialen Medien nicht sichtbar und nutzbar geworden wären.

Die Erfahrung zeigt aber auch, dass eine Onlineplattform zusammen mit einer kritischen Anzahl an potenziellen lokalen Freiwilligen in einer Mitpflanzlerliste noch nicht automatisch dazu führt, dass jemand vor Ort die Initiative ergreift und eine Pflanzaktion durchführt. Offenbar ist es nötig, vor Ort mittels eines Organisationsteams die Offline-Netzwerke aufzubauen und zu pflegen. Ein typisches WikiWoods-Netzwerk besteht aus regionalen Partnern wie Naturschutzorganisationen, die über Land verfügen, einzelnen Förstern, Ökobetrieben und Naturschutzakteuren. Aus dem Zusammenspiel der Netzwerkpartner kommen Anstöße für Aktionen, die dann erst durch das lokale Organisationsteam so vorbereitet und in Form gebracht werden, dass sie auf der entsprechenden Onlineplattform eingetragen werden und in die Umsetzung gehen können.

Für die Netzwerke vor Ort ist es stärkend, wenn die Freiwilligen einmal im Jahr mit einer gemeinsamen Feier außerhalb von Arbeitseinsätzen zusammenkommen und die Erfolge feiern. An dieser Stelle zeigt sich, dass die online entstandenen und organisierten Netzwerke ihre Stärke nur in Kombination mit tatsächlichen Treffen und persönlichen Kontakten entfalten können. Es wäre eine Illusion zu glauben, dass allein das Angebot von Online-Vernetzung dazu führt, dass Menschen aktiv werden. Dazu gehören aktive Ansprache, aktive Netzwerkpfle-

ge, Anerkennung für die Aktiven und viele weitere Aktivitäten, die durch ein Kernteam (wie in Berlin) und genauso vor Ort geleistet werden müssen. Als zwei Seiten einer Medaille trägt erst die Kombination von on- und offline-Vernetzungsmöglichkeiten zu einer lebendigen und vielfältigen Organisation bei.

*Ingo Frost*, (B.Sc.) Cognitive Science, Diplom Systemwissenschaftler (Universität Osnabrück, Neue bulgarische Universität, Sofia), arbeitet als Organisationsberater mit dem Schwerpunkt Wissensmanagement, Webmedien und Moderation und ist Dozent an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH). Er ist Mitbegründer von WikiWoods. Kontakt: ifrost@uos.de.

*Peter Breaux* studierte Biologie (B.Sc.) an der Louisiana State University und *Global Change Management* (M.Sc.) an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH). Kontakt: peterbreaux@gmail.com.

## Anmerkung

<sup>1</sup> Die SWOT-Analyse wurde für die WikiWoods-Plattform durchgeführt, um die Stärken und Chancen dieser Internetplattform zu ermitteln und gegebenenfalls Verbesserung vorzunehmen (Breux 2011). Es wurden Interviews, Online-Umfragen und eine lineare Regressionsanalyse vorgenommen, um diverse Schwerpunkte des User-Verhaltens zu bestimmen und den Umgang mit der Internetplattform zu dokumentieren. Die Regressionsanalyse wurde anhand einer angepassten Version des Technology Acceptance Model durchgeführt, dass sich besonders gut eignet, die Nutzung von Online-Communities sowie die Verhaltensweisen der Nutzer zu untersuchen (Lin 2007).

## Literatur

*Bennett, W.L.* 2003: New Media Power: The Internet and Global Activism. In: Could-

ry, N./Curan, J. (Hg.): *Contesting Media Power*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, 17- 37.

*Bennett, W.L.* 2004: *Communicating Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics*. In: van de Donk, W. et. al. 2004, 123-146.

*Bimber, B./Flanagin, A.J./Stohl, C.* 2005: *Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment*. In: *Communication Theory*, Jg. 15, Heft 4, 365-388.

*Breaux, Peter* 2011: *Online Communities and Environmental Action. A SWOT Analysis of Two Online Platforms*. Eberswalde.

*Lin, H.F.* 2007: *The role of online and offline features in sustaining virtual communities: an empirical study*. In: *Internet Research*, Jg. 17, Heft 2, 119-138.

*Nip, J.Y.M.* 2004: *The Queer Sisters and its electronic bulletin board: A study of the*

*internet for social movement mobilization*. In: van de Donk, W. et. al. 2004, 233-258.

*Pickerell, J.* 2003: *Cyberprotest. Environmental Activism Online*. Manchester: Manchester University Press.

*Rosenkrands, J.* 2004: *Politicizing Homo economicus: Analysis of anti-corporate websites*. In: van de Donk, W. et. al. 2004, 57-76.

*Van Aelst, P./Walgrave, S.* 2004: *New media, new movements? The role of the internet in shaping the ‚anti-globalization‘ movement*. In: van de Donk, W. et.al. 2004, 97-122.

*Van de Donk, W./Loader, B.D./Nixon, P.G./Rucht, D.* (Hg.) 2004: *Cyberprotest*. London: Routledge.

*Wright, S.* 2004: *Informing, communicating and ICTs in contemporary anti-capitalist movements*. In: van de Donk, W. et. al. 2004, 77-93.

## Nachhaltiges Online-Freiwilligenmanagement am Beispiel von zaid.org

Anna Vikky

### 1 | Wie alles begann

Zaid.org engagiert sich seit knapp vier Jahren im Kampf gegen extreme Armut. Der Fokus bei der Projektarbeit liegt dabei auf der nachhaltigen Bekämpfung der Wasserarmut und der Schaffung von Zugang zu sauberem Wasser in Uganda.

Das Besondere an Zaid.org ist, dass das Team aus Ehrenamtlichen besteht, die über das Internet, insbesondere über soziale Medien, zusammengefunden haben. Das enorme Potential der sozialen Medien Gleichgesinnte zusammenzubringen, die sich im „normalen Leben“ wahrscheinlich nicht getroffen hätten, macht es – richtig genutzt – möglich, effizient und

transparent zu helfen. So effizient, dass 100 Prozent der Projektspenden tatsächlich für Wasserprojekte genutzt werden. Und so transparent, dass jeder Unterstützer über unsere Kanäle in den sozialen Medien mitverfolgen kann, wie die Wasserprojekte realisiert werden. So weit so gut.

### 2 | Schneller Erfolg – eine Herausforderung

Als ich im Juli 2009 begann nach Freiwilligen zu suchen, die sich mit mir bei Zaid.org engagieren wollten, hatte niemand damit gerechnet, dass wir ein halbes Jahr später schon das Geld für den ersten Brunnen zusammen haben

würden. Der schnelle Erfolg, der mit der Realisierung des ersten Brunnens im Februar 2010 und zahlreichen Auszeichnungen kam, brachte 2aid.org innerhalb kurzer Zeit eine weitreichende Bekanntheit in den Sozialen Netzwerken und auch klassische Medien berichteten regelmässig über unsere innovative Arbeit. Mindestens genauso regelmässig erhielten wir auch Anfragen von interessierten Menschen, die sich bei uns im Team engagieren wollten. Genau das ist auch heute noch einer unserer Grundsätze - jeder soll sich mit seinen individuellen Fähigkeiten bei 2aid.org einbringen können.

Zur damaligen Zeit handhabten wir es mit Anfragen so, dass wir uns mit dem Interessenten in Verbindung setzten, die Arbeitsweise des Teams erklärten und die zeitlichen Möglichkeiten sowie die Aufgaben besprachen. Die Freiwilligen wurden gleich als vollwertige Teammitglieder aufgenommen: mit Namen und Foto auf unserer Webseite, eigener 2aid.org-Email-Adresse und Zugängen zu allen Online-Tools. Häufiger kam es dann jedoch dazu, dass sich die Interessenten in der von ihnen angegebenen Zeit, die sie für 2aid.org aufbringen könnten, verschätzten. Nach einigen Wochen wurden dann die Konsequenzen gezogen: Nach weiteren Telefonaten und Emails mussten Accounts und Zugänge wieder gelöscht und liegende gebliebene Aufgaben umverteilt werden. Für alle Beteiligten eine eher unangenehme Situation. Deshalb entwickelten wir ein anderes Konzept: Heute werden Interessenten nach Kontaktaufnahme zunächst als sogenannte „helping hand“ aufgenommen - quasi eine Mitgliedschaft auf Probe. Sie lernen „auf Probe“ unsere Arbeit kennen und können in der Praxis besser abschätzen, wieviel Zeit sie tatsächlich für ihr Ehrenamt aufbringen können.

Natürlich gab es auch Freiwillige, mit denen alles gut funktioniert hat und die lange Zeit für 2aid.org aktiv waren oder es heute immer noch sind. Wie schon erwähnt, ist die lockere Struktur bei 2aid.org gewollt - jeder soll möglichst unkompliziert seine Fähigkeiten einsetzen und damit Gutes tun können. Des-

halb gibt es nur wenige Anweisungen „von oben“ und Eigeninitiative ist ausdrücklich erwünscht. Dabei geht es nicht nur um kleinere Projekte wie das Veranstalten eines Trödelmarktes zu Fundraisingzwecken oder das Verfassen einer Pressemeldung: Jeder kann 2aid.org selbst mitgestalten und Impulse geben - „sein eigenes Ding machen“ eben.

### 3 | Micro-Volunteering

Sein eigenes Ding machen - das fällt nicht jedem leicht. Oft wird dann eben doch auf Anweisungen gewartet. In diesem Fall bietet sich das micro-volunteering an. Der Unterstützer wird auch hier als helping hand aufgenommen und bei kurzfristigen, einzelnen Aufgaben, die genau abgegrenzt sind - beispielsweise der Übersetzung einer Projektbeschreibung aus dem Englischen - eingesetzt. Doch auch projektfremde Mitglieder unseres aufgebauten großen Online-Netzwerkes (Community) werden dann und wann für 2aid.org als micro-volunteers aktiv. Wenn Notstand herrscht und etwas dringend erledigt werden muss, suchen wir schon einmal per Facebook und Twitter jemanden, der eine sogenannte micro-task übernehmen kann. Für diesen Fall gilt: Je größer das aufgebaute Netzwerk schwacher Beziehungen und je besser die dialogische Beziehung zur Community, desto wahrscheinlicher ist es, dass kleine Recherchen oder Übersetzungen unter Einbeziehung der Community zeitnah erledigt werden können. An diesem Punkt zeigt sich die Stärke einer Organisation, die sich wie 2aid.org die Kultur des Social Web zu eigen gemacht hat. Durch die horizontalen, real-time Kommunikationsstrukturen mit den Mitgliedern und zwischen den Mitglieder der Community, können Herausforderungen transparent gemacht werden und Ressourcen (Zeit, Geld, Kompetenz) kurzfristig mobilisiert werden. Was früher vielleicht für Frust und Überforderung bei Engagierten in intransparenten Vereins- und Engagementstrukturen gesorgt hätte, wird so überwunden.

#### 4 | Wandel in der Akquise

Gesucht: Experte, Gehalt: gutes Gefühl – so in etwa kann man unsere Stellenausschreibungen zusammenfassen. In Fällen, in denen wir jemanden mit einer besonderen Expertise brauchen, erstellen wir eine Stellenausschreibung – quasi wie es für ein Unternehmen üblich ist. Diese verbreiten wir natürlich über unsere Kanäle, aber auch Freiwilligenagenturen haben wir dazu schon genutzt. Dort tauchten dann allerdings einige Probleme auf, die mit unserer Arbeitsweise zu tun haben. Die meisten Freiwilligenagenturen sind regional organisiert und von ihren Services her auf „klassische“ Hilfsorganisationen ausgerichtet. Um auf der Webseite eine Stellenausschreibung einstellen zu können, muss man beispielsweise eine Stadt oder Gemeinde angeben, in der der Freiwillige gesucht wird. Die Möglichkeit des Online-Volunteerings oder einer bundesweiten Suche ist nicht gegeben. So war unsere Ausschreibung dann nur für einen kleinen Teil der Nutzer des Freiwilligenportals sichtbar und wir mussten die Ausschreibung mehrmals bei verschiedenen Agenturen einstellen und im Text darauf hinweisen, dass es sich um Online-Volunteering handelt.

Mittlerweile geht der Trend bei den Freiwilligenagenturen auch mehr und mehr dahin, nicht mehr den passenden Freiwilligen für ein Engagement zu suchen, sondern genau umgekehrt. So gibt der Freiwillige gleich an, wieviel Zeit er erübrigen kann, welche Expertisen er mitbringt und in welchem Bereich er sich einbringen möchte. Dies macht es für uns viel einfacher und weniger zeitintensiv, passende Freiwillige für das entsprechende Ehrenamt ausfindig zu machen.

#### 5 | „Ach, Du bist es!“

Der übliche Weg des Kennenlernens der Teammitglieder läuft bei uns meistens folgendermaßen:

- Der Unterstützer meldet sich bei uns.
- Unsere Freiwilligenmanagerin (bei einer Stellenausschreibung der betreffende Ver-

antwortliche des Arbeitsbereiches) meldet sich beim Interessenten.

- Bei erfolgreicher Aufnahme als helping hand schreibt die Freiwilligenmanagerin eine Mail, in der der „Neue“ der Community vorgestellt wird.
- Daraufhin melden sich die Teammitglieder mit einer Willkommensmail.

Im weiteren Verlauf haben dann diejenigen, die an Aufgaben gemeinsam arbeiten, engeren Kontakt per Mail, Telefon oder Skype. Die Zusammenarbeit wird auch über Tools wie Doodle (Terminfindung), Dropbox (Filesharing) oder Google Drive (gemeinsame Texterstellung) organisiert. Obwohl man das Gesicht des anderen von einem Foto kennt, arbeiten da natürlich trotzdem zwei Fremde zusammen, die größtenteils in verschiedenen Teilen Deutschlands leben. Dies kann dazu führen, dass Verbindlichkeiten auch mal nicht eingehalten werden. Hinzu kommt das Problem, dass oft nicht alle wissen, was denn die anderen gerade für Projekte machen. Um dem Abhilfe zu schaffen, haben wir ein zweiwöchentlich stattfindendes Skype-Meeting eingeführt. Jeder kann im Vorfeld Themen vorschlagen, die ihm auf der Seele brennen, der monatliche Finanzreport wird abgelegt oder kommende Projekte besprochen.

Zudem treffen sich einmal im Jahr alle Freiwilligen von zaid.org zu einem Team-Meeting. An einem oder zwei Tagen wird das kommende Jahr geplant. Man trifft die Person hinter der Stimme am Telefon, lernt sich kennen und nicht selten entstehen Freundschaften, die über die Arbeit bei zaid.org hinausgehen. Freiwilligenmanagement, insbesondere nachhaltiges Freiwilligenmanagement, ist eine der wichtigsten Aufgaben in einer Organisation wie zaid.org – denn mit der Arbeit der Freiwilligen steht und fällt das gesamte Projekt.

*Anna Vikky* hat zaid.org im Jahr 2009 gegründet. Sie lebt und studiert in Heidelberg. Kontakt: [anna.vikky@zaid.org](mailto:anna.vikky@zaid.org).

## Typische Fallstricke von Online-Kampagnen

Judith Orland/Robert Dürhager

Die re:campaign ist eine Fachkonferenz des digital-sozialen Sektors, die das Thema Online-Campaigning in Deutschland professionalisieren und den offenen Dialog darüber beleben will. Seit 2010 findet die re:campaign in Berlin statt und hat jährlich etwa 300 Expertinnen und Experten aus Deutschland und dem Ausland zu Gast. Diskutiert wird über politische Mobilisierung, Partizipation, Strategien der Öffentlichkeitsarbeit und die Herausforderungen des digitalen Wandels.

Anhand von aktuellen Beispielen erfolgreicher Kampagnen diskutieren die Teilnehmer/innen über die typischen Fallstricke in der Online-Kampagnenarbeit, und wie Organisationen und soziale Bewegungen diese Stolperfallen vermeiden können. Der folgende Beitrag zieht ein Fazit aus diesen Diskussionen und skizziert fünf Beobachtungen, die häufig für den eingeschränkten Erfolg von Kampagnen und die generelle Kampagnenfähigkeit verantwortlich sind.

### 1 | Timing

Den optimalen Zeitpunkt für den Start einer Kampagne zu finden, wurde in den Diskussionen auf der re:campaign als ein kritischer Faktor für deren Erfolg benannt. Die Herausforderung liegt darin, den richtigen Moment zu erwischen, in dem die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für das Thema bereits groß genug ist, um dann das eigene Anliegen breitenwirksam zu platzieren. In der politischen Kampagnenarbeit hat sich der Begriff ‚Crisitunity‘<sup>1</sup> etabliert, um damit die Chance für eine erfolgreiche Mobilisierung in der Situation einer öffentlichen Krise zu beschreiben. Organisationen und Bewegungen, die es schaffen, innerhalb kürzester Zeit zum Zeitpunkt einer Crisitunity eine Kampagne aufzustellen und umzusetzen, sind im digitalen Zeitalter klar im Vorteil.

Leider ist das leichter gesagt als getan. Organisationen und Bewegungen kann es durchaus schwerfallen, auf aktuelle Ereignisse effektiv und schnell zu reagieren. Das mag unterschiedliche Ursachen haben: Personelle sowie finanzielle Ressourcen sind anderweitig verplant und stehen kurzfristig nicht zur Verfügung; Abstimmungsprozesse sind langwierig oder es fehlt schlicht die Erfahrung im Umgang mit den neuen digitalen Werkzeugen wie Facebook, Twitter oder Constituent Relationship Management (CRM) Systemen<sup>2</sup>.

Auf Online-Kampagnen spezialisierte Organisationen wie avaaaz, campact und change.org<sup>3</sup> haben ihre Arbeit dahingehend optimiert, den Zeitfaktor für sich und ihre Anliegen zu nutzen. Das ist Teil ihres derzeitigen Erfolgs. Was die agilen Online-Kampagnen-Organisationen an Schnelligkeit voraushaben, fehlt ihnen bisher jedoch oft auf der inhaltlichen Seite an Expertise. Nicht selten sind sie also auf das Wissen und die langjährige Erfahrung von alteingesessenen oder auf bestimmte Themen spezialisierten Organisationen angewiesen. Im Idealfall kooperieren beide Organisationstypen und können so gemeinsam die Wirkung der Kampagne erhöhen.

Timing spielt aber auch in einem anderen Zusammenhang eine wichtige Rolle: Kampagnen-Organisatoren müssen im Zeitalter der immer schneller werdenden News-Cycle der Medien eine Antwort auf das ‚Verfallsdatum‘ von Nachrichten finden. Ist die Kampagne mit einer zeitlichen Dramaturgie und einem inhaltlichen ‚Storytelling‘ geplant, können immer wieder neue Impulse und Nachrichten gesetzt werden. Das erhöht nicht nur die Chance, dass die Kampagnenziele längerfristig in der Öffentlichkeit präsent sind, sondern ermöglicht es auch, Unterstützer/innen mehrere Möglichkeiten des Engagements anzubieten.

## 2 | Bindung und Engagement

Ehrenamtliches Engagement verändert sich (vgl. BMFSFJ) und die klassische lebenslange Mitgliedschaft bei einer zivilgesellschaftlichen Organisation erscheint vielen engagierten Menschen heute nicht mehr attraktiv. Der Trend geht zu themenorientiertem Engagement im Gegensatz zu organisationsbasiertem Ehrenamt. Organisationen und Bewegungen müssen sich also die Frage stellen, wie sie auch in Zukunft Unterstützer/innen langfristig an sich binden können.

Gerade bei der Bindung von Unterstützer/innen laufen Organisationen und Bewegungen aber Gefahr, online die meisten Fehler zu machen. Wenn die Präsenz in sozialen Netzwerken nur zum Senden von Informationen dient, dann wird das Potential der sozialen Netzwerke für die Begegnung und Vernetzung von Menschen rund um ein gemeinsames Thema oder Anliegen in der sogenannten horizontalen Vernetzung nicht genutzt. In Anbetracht der Veränderung von ehrenamtlichem Engagement ist es für Organisationen und Bewegungen ratsam, sich nicht nur im SocialWeb zu präsentieren, sondern auch mit Social-Media-Instrumenten Angebote aufzubauen, die den Unterstützer/innen einen subjektiven Mehrwert bieten.

Mit Blick auf erfolgreiche Online-Kampagnen zeigen die Diskussionen auf der re:campaign, welche Stärken Social-Media-Instrumente für Diskussionen, Partizipation, Kollaboration, Organisation und Selbstwirksamkeitserfahrung besitzen. Die Herausforderung im SocialWeb besteht also nicht nur darin, den Kontakt mit Unterstützer/innen aufzunehmen und deren Antworten zu managen. Die eigentliche Herausforderung liegt darin, sich auf die Kultur des SocialWeb einzulassen und mit Hilfe von Social-Media-Instrumenten Angebote zu entwickeln, die in ihrem Kern die Werte von Offenheit, Begegnung, Transparenz und Empowerment versammeln. Für die Konzeption, den Aufbau und den Betrieb solcher Angebote wird ein ‚Community Management‘<sup>4</sup> benö-

tigt, das bisher nur selten in zivilgesellschaftlichen Organisationen vorhanden ist.

Auf Online-Kampagnen spezialisierte Organisationen sind auch hier oft einen Schritt voraus und bieten ihren Unterstützer/innen mehr Mitbestimmungsmöglichkeiten an. So greifen sie ganz bewusst Themen von Unterstützer/innen auf und testen die Akzeptanz und die Attraktivität von Themen in ihrem Netzwerk, bevor sie eine Kampagne starten. Wenn nicht ein gewisser Prozentsatz der Unterstützer/innen Interesse signalisiert, wird die Kampagne in der Form nicht umgesetzt. Diese Art der Einbindung schafft Identifikation und kann das Gefühl vermitteln, Teil einer sozialen Bewegung zu sein.

Community Management kann aber nicht nur helfen mit Konzepten wie der ‚Ladder of Engagement‘<sup>5</sup> eine messbare Unterstützer/innen-Bindung durch personalisierte Engagement-Angebote aufzubauen, sondern kann auch helfen die Übergänge zwischen Online- und Offline-Engagement zu vereinfachen.

## 3 | Zivilgesellschaftliche Organisationen als Inhaltsproduzenten

Eine Erkenntnis, die den Teilnehmer/innen der re:campaign jedes Jahr bewusster wird, ist, dass mit der Nutzung von Internet und Social Media zivilgesellschaftliche Organisationen zu Inhaltsproduzenten werden. Während es früher ausschließlich die Medieninstitutionen waren, deren Kerngeschäft die Aufbereitung und die Distribution von Informationen war, so kann heute jede Organisation mit Hilfe der neuen Medien eigene Kommunikationskanäle aufbauen und direkt mit den Bürger/innen in Kontakt treten. Der Aufbau von entsprechenden Redaktionen und Kommunikationskanälen gestaltet sich bei zivilgesellschaftlichen Organisationen jedoch oft schwierig, weil es an Know-How und Ressourcen fehlt. Wie komplex eine effektive Inhaltsproduktion und innovative Distributionsmethoden sind, zeigt die Disziplin, die sich mittlerweile unter dem Stichpunkt ‚Content Strategy‘<sup>6</sup> entwickelt hat.

Eine Content Strategy bietet ein Set von Instrumenten, Methoden und Prinzipien für Redaktionen. Ihr Ziel ist es, dafür zu sorgen, dass zur optimalen Zeit nützliche Inhalte für die entsprechende Zielgruppe am richtigen Ort im passenden Format zu finden sind. Von der Strategie zur Planung, über die Produktion, Distribution, Verwaltung und Löschung, bis zur Messung, Evaluierung und Weiterentwicklung von Inhalten gibt es viele Gelegenheiten, Fehler zu machen. Auf der re:campaign berichten erfolgreiche Kampagnen-Organisationen davon, dass die Investition in den Aufbau einer schlagkräftigen (Online-)Redaktion die wichtigste Stellschraube für die eigene Kampagnenfähigkeit darstellt.

#### 4 | Neue Wege gehen – wie geht das?

In den Workshops bei der re:campaign werden vor allem die Chancen und Herausforderungen von neuen Kampagnen-Methoden diskutiert. Dabei stellt sich in den Einzelgesprächen oft die Frage, wie die neuen Kampagnen-Methoden und Ideen in die eigene Organisation übernommen werden können. Denn in vielen Organisationen ist es tatsächlich schwierig, innovativ zu sein. Der Schlüssel zur Innovation liegt in der Innovationskultur der Organisation. Innovation muss in der Organisation als Querschnittsthema einen hohen Stellenwert haben und von der Geschäftsführung gefördert werden. Dies äußert sich zum Beispiel darin, dass Freiräume für Kreativität angeboten werden, Austausch über Ideen ermöglicht wird und Mitarbeiter/innen vertraut wird, eigene Projekte umzusetzen.

Zur Innovationskultur gehört auch der richtige Umgang mit Fehlern. Es liegt in der Natur der Sache, dass Innovation das Risiko birgt, zur Fehlinvestition zu werden. Umso wichtiger ist ein gut aufgestelltes Risikomanagement, das Ängste überprüfen und fundierte Informationen für eine Entscheidung liefern kann. In persönlichen Gesprächen auf der re:campaign hört man immer wieder Berichte darüber, dass neue Kampagnen-Methoden nicht eingeführt

wurden. Meist liegt es daran, dass in den Organisationen die Chancen und Risiken nicht eingeschätzt werden konnten. Genauso hört man von vielen Kampagnen-Ideen, die als Druckkampagne oder Mobilisierungskampagne mit hoher Chance für Veränderung angedacht wurden, später aber als weniger mutige und risikofreudige Aufklärungs- oder Imagekampagne umgesetzt wurden. Organisationen mit einem strukturierten Risikomanagement können mutiger sein und nach mehr Veränderung streben.

#### 5 | Methoden des Lernens

Auf der re:campaign werden zwei Wege zum Lernen angeboten. Einerseits werden good-practice Beispiele diskutiert, um von erfolgreichen Kampagnen zu lernen. Andererseits werden die Teilnehmer/innen dazu ermutigt, sich auch über Kampagnen-Elemente auszutauschen, die keine Wirkung gezeigt haben. Schwierig ist, dass es bislang noch keine einheitlichen Standards oder systematischen Ansätze im Bereich der Kampagnenarbeit gibt, um mit Fehlern und der Frage nach der Wirkung umzugehen.

Eine Möglichkeit, Fehler frühzeitig zu erkennen und gegebenenfalls gegenzusteuern, besteht darin, Rückmeldeschleifen im Umsetzungsprozess fest zu verankern und Monitoring und Evaluationen begleitend zur Umsetzung einzuführen. Erste vielversprechende Ansätze zu einem systematischen Erfahrungsaustausch darüber, welche Instrumente und Methoden sich insbesondere zum Monitoring eignen und wie Organisationen die Daten am sinnvollsten auswerten können, finden sich im Bereich der Werbeforschung und Usability-Tests. Fehlt ein systematisches Testen, Monitoring, Evaluation und das Lernen aus den Erfahrungen, dann ist es schwierig, Fehler überhaupt zu erkennen, geschweige denn daraus zu lernen.

Die Wirkungsdebatte im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit hat viele sinnvolle Debatten in den Organisationen angestoßen.

Zusammen mit dem steigenden Anspruch an NGOs, möglichst transparent zu sein, werden in vielen Organisationen zunehmend entsprechende Ressourcen und Strukturen für das Lernen aufgebaut. Es bleibt abzuwarten, ob diese Wirkungsdebatte sich auch auf die Kampagnenarbeit ausweiten wird.

## 6 | Fazit

Jedes Jahr zeigt die re:campaign innovative Online-Kampagnen und welche Chancen das Internet für Mobilisierung, Partizipation und politische Mitbestimmung bietet. Ebenso intensiv werden aber auch die typischen Fallstricke von Online-Kampagnen diskutiert. Im Zusammenhang mit Mobilisierungskampagnen ist Timing der kritische Faktor, um die größte Aufmerksamkeit zu garantieren. Am erfolgversprechendsten ist es, wenn Organisationen neben einem guten Storytelling für ihre Kampagne auch einen Blick für das Umfeld und die Zusammenhänge haben und flexibel auf externe Veränderungen reagieren können.

Unterstützer/innen erwarten eine individuelle Betreuung und die Möglichkeit, sich selbst zu verwirklichen. Organisationen müssen sich darüber klar werden, welche Rolle Unterstützer/innen bei der Erreichung der Ziele der Organisation spielen. Deshalb sollten dialog- und diskussionsorientiertes Community Management und Mitbestimmung Bausteine einer entsprechenden Unterstützer/innen-Strategie sein.

Organisationen haben durch das Internet die Chance, selber Inhalte zu produzieren und zu verteilen. Die Herausforderung besteht darin, die Inhaltsproduktion in der Organisation auf professionelle Füße zu stellen. Der Aufbau einer Redaktion und die Erarbeitung einer Content-Strategy können Organisationen dabei helfen.

Organisationen müssen nicht jeden digitalen Trend mitmachen, dennoch können sie es sich nicht leisten, auf Innovation zu verzichten. Eine positive Innovationskultur kann Mitarbeiter/innen helfen, angstfrei ihre Ideen ein-

zubringen. Ein Risikomanagement kann Veränderungen richtig einschätzen und der Organisation helfen, mutiger an neue Ideen heranzugehen.

In der Kampagnenarbeit gibt es bisher noch keine einheitlichen Standards zum Umgang mit Fehlern. Der Aufbau eines systematischen Ansatzes für Testing, Monitoring und Evaluation der eigenen Aktion hilft den Organisationen, aus ihren Fehlern zu lernen und nachhaltig die Wirkung ihrer Kampagnen zu erhöhen.

Letztendlich brauchen soziale Bewegungen und zivilgesellschaftliche Organisationen Orte des Austausches und der Reflexion über ihre Erfahrungen bei der Kampagnenarbeit. Die re:campaign bietet einen solchen Raum, um im Bereich der Online-Kampagnenarbeit voneinander zu lernen. Als Mit-Organisatoren der re:campaign hoffen wir, damit langfristig die Schlagkraft von sozialen Bewegungen erhöhen zu können.

*Judith Orland* ist verantwortlich für den Social-Media-Auftritt und die Koordination der Freiwilligen bei Oxfam Deutschland e.V. sowie Mitgründerin der re:campaign. Kontakt: jorland@oxfam.de.

*Robert Dürhager* ist Online Communications Manager bei Oxfam Deutschland e.V. und Mitgründer der re:campaign. Kontakt: rduerhager@oxfam.de.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Das Kunstwort ‚Crisitunity‘ stammt aus der TV-Serie ‚The Simpsons‘. Der Serien-Charakter Homer Simpson erklärt mit dem Ausdruck seiner Tochter Lisa, dass in der chinesischen Sprache das Wort für ‚crisis‘ auch ‚opportunity‘ bedeutet. Tatsächlich besteht das chinesische Wort ‚weiji‘ aus zwei Schriftzeichen, welche mit ‚Gefahr‘ und ‚kritischer Punkt‘ übersetzt werden können.

<sup>2</sup> Der Begriff ‚Constituent Relationship Management‘ wird im dritten Sektor als Abwandlung für den aus der Privatwirtschaft bekannten

Begriff ‚Customer Relationship Management‘ genutzt. CRM-Systeme bieten meist eine Kontaktverwaltung inklusive Aktionshistorie und die Funktion, an Gruppen von Kontakten (Massen-)E-Mails zu verschicken.

<sup>3</sup> Die genannten Organisationen unterscheiden sich stark in der Machart und im Business Modell. Sie sind exemplarisch gemeint. Es gibt auch noch andere, wie move.on, 38degrees, care2 etc.

<sup>4</sup> „Community Management ist die Bezeichnung für alle Methoden und Tätigkeiten rund um Konzeption, Aufbau, Leitung, Betrieb, Betreuung und Optimierung von virtuellen Gemeinschaften sowie deren Entsprechung außerhalb des virtuellen Raumes.“ (Vgl. Offizielle Definition Community Management 2010: Bundesverband Community Management e.V. (BVCM), abgerufen am 21. Mai 2013 <http://www.bvcm.org/2010/05/veroeffentlichung-der-offiziellen-definition-community-management/>).

<sup>5</sup> Eine ‚Ladder of Engagement‘ beschreibt Engagement-Schritte für Unterstützer/innen vom sehr einfachen, kurzen Engagement bis zum höchst möglichen Engagement inner-

halb einer Organisation, eines Angebots oder einer Kampagne. Eine typische ‚Ladder of Engagement‘ besteht z.B. aus folgenden Schritten: eNewsletter bestellen, Inhalte an Freunde empfehlen, Petition unterzeichnen, Spenden, die Organisation empfehlen, an einem Event teilnehmen, andere Unterstützer anleiten. (Vgl. Kanter/Fine 2010: 68).

<sup>6</sup> „Content strategy plans for the creation, publication, and governance of useful, usable content.“ (Vgl. Halvorson 2008: The Discipline of Content Strategy, abgerufen am 31. Mai 2013 <http://alistapart.com/article/thedisciplineofcontentstrategy/>).

## Literatur

*Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend* 2012: Erster Engagementbericht 2012 – Für eine Kultur der Mitverantwortung. Deutscher Bundestag, Drucksache 17/10580.

*Kanter, Beth/Fine, Alison* 2010: The Networked Nonprofit: Connecting with Social Media to Drive Change. San Francisco: Jossey-Bass.

## New ‚New Social Movements‘ – Eine internationale Perspektive auf partizipative Kampagnenführung

Sergius Seeböhm/Paula Hannemann

*„Wenn ich nicht provinziell empfinden kann, kommt Politik als Beruf für mich nicht in Frage. Die res publica funktioniert nur als Parlament der Ortsgeister.“*  
Peter Sloterdijk

### 1 | Eine Geschichte geht um die Welt

Ryan Andresen war 18 Jahre alt, als die Pfadfinderorganisation der USA ihm mitteilte, dass

er kein Eagle Scout werden kann. Der „Eagle“ ist der höchste Pfadfinder-Rang. Es war Ryans Traum gewesen, ein „Eagle“ zu werden. Er hatte fast 12 Jahre seines Lebens darauf hingearbeitet und alle erforderlichen Aufgaben erfolgreich absolviert. Er hatte aber auch zwei Monate zuvor sein Coming Out gehabt. Ryan Andresen ist homosexuell und das ist gegen die Statuten der Boy Scouts of America.

Die Boy Scouts of America (BSA) sind mit annähernd drei Millionen Mitgliedern und über einer Million freiwilligen Helfern die größte Jugendorganisation der Vereinigten Staaten. Sie sind in über 122.000 Ortsgruppen organisiert. Zu ihren Förderern gehören Unternehmen wie UPS und American Express, außerdem Gewerkschaften und Kirchen. Gegen das homophobe Statut der BSA wurde sogar schon vor dem Obersten Gerichtshof des Landes geklagt – erfolglos. Ryan und seine Mutter Karen Andresen sind normale Amerikaner ohne besondere Beziehungen oder sonstigen Einfluss. Welche Chance sollten sie haben, eine solch gewaltige Organisation umzustimmen? Vor nur 15 Jahren hätte die Antwort wahrscheinlich gelaute: „keine“.

Um es kurz zu machen: Ryan Andresen ist mittlerweile ein Eagle Scout. Seine Mutter Karen wollte nicht hinnehmen, dass die aufrichtige, jahrelange Zielstrebigkeit ihres Sohnes mit der Erfahrung bitterer Ungerechtigkeit endet. Sie startete eine Online-Petition, der sich über 470.000 Menschen anschlossen. Eigentlich keine Petition mehr – schon fast eine Bewegung. Dies zog Presseberichterstattung und schließlich sogar die Aufmerksamkeit einflussreicher Politiker nach sich. Im Januar 2013, zwei Monate später, gab die BSA nach: Ryan Andresen wurde Eagle Scout. An dem grundsätzlichen Konflikt änderte das noch nichts; die Statuten der BSA blieben unverändert. Aber die Geschichte ist ja auch noch nicht zu Ende.

### Viele Davids gegen Goliath

Was ist das Besondere an dieser Geschichte? Zunächst einmal lieben fast alle Menschen Geschichten; besonders solche vom Kampf gegen offensichtliche Ungerechtigkeit. Geschichten ermöglichen es, ein abstraktes gesellschaftliches Problem wie Diskriminierung plastisch zu erläutern. Die Geschichte berichtet zudem von einem unerhörten Erfolg bürgerschaftlichen Engagements: Ryans Beförderung zum „Eagle Scout“ war nicht vor Gerichten oder Parlamenten erwirkt. Sie war auch

nicht das Werk von Greenpeace, Amnesty International oder einer anderen institutionalisierten Form der Zivilgesellschaft, denn für den Fall der Andresens gab es keine NGO. Karen und Ryan Andresen haben ihr Anliegen in die eigenen Hände genommen und einen großen Teil der Öffentlichkeit davon überzeugt, bis die BSA dazu veranlasst wurde, ihren Kurs zu ändern.

Geschichten wie die von Ryan und Karen Andresen gab es auch schon vor der Erfindung des Internets. Aber die *erste These* dieses Beitrags ist es, dass Menschen wie sie durch das Internet heute eher in der Lage sind, gesellschaftliche Debatten anzustoßen, als dies früher der Fall war. Die *zweite These* dieses Beitrags ist, dass die Vielzahl derartig individueller, oftmals auch lokaler oder regionaler Vorstöße in ihrer Summe die Antwort auf komplexe gesellschaftliche Fragen oder Veränderungsbedürfnisse sein kann. Weil diese Vorstöße, Debatten und Anliegen von Individuen auf der Mikroebene angestoßen, dann aber oft spontan und situativ von Individuen und Gruppen unterstützt, verstärkt und weiterentwickelt werden, kann man von *partizipativer Kampagnenführung* sprechen. Viele Davids gegen Goliath.

Im Weiteren betrachten wir, in welchem gesellschaftspolitischen Kontext diese partizipative Kampagnenführung zu verorten ist und welchen *Entstehungsprozess* sie durchlaufen hat (2). Dabei nehmen wir die international entstandene Szene von Kampagnenorganisationen in den Blick und geben Einblick in *Trends, Herausforderungen und Chancen* für die Zukunft (3). In einem letzten Abschnitt bemühen wir uns um einen *Ausblick* (4).

## 2 | Welt im Wandel – Was sind die Treiber der neuen Partizipation?

Unsere Mediendemokratie (Alemann/Marschall 2002) sieht sich in ihrer jetzigen Verfassung mehreren Herausforderungen ausgesetzt: Nicht nur die zu regulierenden Sachlagen sind hochkomplex. Bereits die Entscheidungswege des

demokratischen Mehrebenensystems werden von den wenigsten Bürgerinnen und Bürgern in Gänze durchdrungen. Oder könnten Sie auf Anhieb sagen, ob die Neuregelung erlaubter Inhaltsstoffe von Zahnpasta einer Befassung des Bundesrates bedarf oder nicht, oder ob das auf Europäischer Ebene geklärt werden müsste? Mit oder ohne Befassung des Europäischen Parlaments?

Die klassische Antwort auf diese Problematik war der Verweis auf Glaubwürdigkeit als harte Währung der politischen Kommunikation, Glaubwürdigkeit als Strategie der Komplexitätsreduktion (Luhmann 1989: 20 ff). Denn wenn wir uns schon die fachliche Beurteilung von Subprime-Krise, iranischen Nuklearbestrebungen und der Effizienz des CO<sub>2</sub>-Zertifikat-Handels nicht zutrauen, so trauen wir uns doch zu, über die Eignung der handelnden Personen zu urteilen. Ein Mindestmaß an Kontrolle der politischen Repräsentation.

Die *Glaubwürdigkeit* der handelnden politischen Klasse ist aber in der Krise (Plehwe 2006). Das hat eine Reihe von Gründen, die an anderer Stelle thematisiert werden muss. Sicher ist aber: Weil den handelnden Personen nicht mehr getraut wird, weil vielleicht auch das Selbstbewusstsein hinsichtlich der eigenen Informiertheit gewachsen ist, wollen viele Bürgerinnen und Bürger die Entscheidungen nicht mehr alleine dem politischen Betrieb überlassen. Der Demos in der modernen, internetgestützten Mediendemokratie hat ein deutlich gesteigertes *Partizipationsbedürfnis*. Eine kürzlich durchgeführte Studie, die Forsa im Auftrag von Microsoft erstellt hat zeigt z.B., dass 58% der Befragten das Internet nutzen, um an Diskussionen und Abstimmungen zu Planungen in der Gemeinde teilzunehmen, bei überregionalen Themen sind es 45% (Forsa/Microsoft 2013). Es herrscht aber von Seiten des etablierten Politikbetriebs noch weitgehende Ratlosigkeit, wie dieses Partizipationsbedürfnis organisiert werden kann, welchen Raum es im bestehenden Institutionengefüge erhalten kann.

Eine *internetgestützte, neue Partizipation* drängt aber zu den unterschiedlichsten Fragen in die unterschiedlichsten Teilöffentlichkeiten und auch in den politischen Entscheidungsprozess. Der Grund dafür sind günstige Umfeldbedingungen für diese Form der Partizipation, die sich etwa seit der Jahrtausendwende herausgebildet haben.

Man sollte immer misstrauisch sein, wenn jemand glaubt, nur wenige Faktoren als Ursache für eine komplexe Situation identifiziert zu haben. Aber wenn wir unseren Blick auf das Internet als Motor des Wandels verengen, dann fallen vier Entwicklungen ins Auge, die Tabscott (Tabscott/Williams 2007) zu Recht herausgestellt hat. Alle *vier folgenden Punkte* haben Konsequenzen darauf, wie Menschen sich für ihre eigenen Belange einbringen wollen und können. In diesem Kontext werden Geschichten wie die der Andresens möglich.

### Netztechnologie, Demografie, Wissensökonomie, Openness

Als *erste Entwicklung* benennen Tabscott und Williams die neuen *Technologien des Internets*, die Menschen vernetzt und damit nicht nur die Kosten für Kommunikation und Informationsbeschaffung drastisch reduziert, sondern Kommunikation und Informationsbeschaffung auch immens beschleunigt haben. Diese Technologie trifft *zweitens* auf eine *globale Demografie*, die eine neue Generation veränderungswilliger, gut ausgebildeter Menschen mit sich bringt. Das Neue ist, dass immer mehr dieser jungen, gut ausgebildeten Menschen aus Ländern des Südens und aus so genannten Schwellenländern in den Diskurs eintreten. Die tiefgreifenden Veränderungen, die sich aus dieser Konstellation ergeben, sind also im Wortsinne viel globaler als man dies z.B. in den 1990er Jahren noch konstatiert hätte. *Drittens* verändert sich das dominierende ökonomische Modell laut Tabscott zunehmend weg von einer Wertschöpfung, die auf physischen und monetären Ressourcen und hierarchisch gegliederten Organisationsformen beruht, wie sie in von einem Industrieunternehmen typischerweise

verkörpert werden. Daneben treten zunehmend kollaborativ organisierte Unternehmen, deren größte Ressource vornehmlich das hier versammelte *Wissen* ist. Getragen werden diese Prozesse *viertens* von einer Reihe sozialer Umdeutungen und *neuen kulturellen Selbstverständnissen*: die Open Source Bewegung (Raymond 2001), das Bemühen um eine weitgehende Kostenlos-Kultur (Anderson 2009) und ein radikales Verständnis von Transparenz (Domscheit-Berg 2011) sind die Merkmale dieser Entwicklungen.

Karen und Ryan Andresen starteten ihren Widerspruch gegenüber einer ungleich einflussreicheren und ressourcenstärkeren Organisation also unter besonderen Vorzeichen: Die öffentlichen Erwartungen an das Verhalten wichtiger gesellschaftlicher Kräfte, wie z.B. der BSA, ist gestiegen. Ihre Statuten werden nicht als „innere Angelegenheit“ einer Institution verstanden, die keine Einmischung erlaubt. Zugleich konnten sie sich bei der Organisation ihres Protestes auf technische Werkzeuge und auf Know-How stützen, das im Internet kostenlos verfügbar war. Das Internet vernetzte sie in kürzester Zeit mit anderen Menschen, die bereit waren, sie zu unterstützen und ihren Protest kreativ weiterzuentwickeln. Diese neuen Möglichkeiten partizipativer Kampagnenführung entstanden nicht über Nacht, sondern haben sich parallel zu der Ausdifferenzierung der technischen Möglichkeiten und des Gebrauchs des Internets herausgebildet. Im folgenden Abschnitt beschreiben wir diese Veränderung der politischen Kommunikation als Entwicklung in drei Wellen.

### 3 | Drei Wellen digitaler und partizipativer Kampagnenführung

Auch die politische Kommunikation hat sich grundlegend verändert. Dabei sind die ursprünglichen, teils höchst optimistischen Erwartungen an das Transformationspotenzial des Internets in Teilen revidiert worden. Die Hoffnung, das Internet könne eine Massengesellschaft des 21. Jahrhunderts zu einer *giganti-*

*schen Basisdemokratie* attischen Zuschnitts verwandeln, musste bisher enttäuscht werden. Die Transaktionskosten für politisches Engagement werden zwar niedriger, aber: Auch kollaborative Prozesse von Wikipedia bis hin zum Crowdfunding benötigen Organisation und Hierarchie. Blogs und Tweets revolutionieren nur bedingt die bestehenden Mechanismen etablierter Medien. *Jeder kann sprechen aber nur Wenige werden gehört* (Karpf 2012: 7 ff). Hinzu kommt: das Internet macht Informationen leichter verfügbar, aber das führt nicht automatisch dazu, dass Menschen sich vielfältiger informieren, wenn mit der gedruckten Tageszeitung auch ein Themenangebot mit immer neuen Anregungen wegfällt. Denn teils verstärken die Logarithmen unserer digitalen Leseplattformen sogar noch die kognitiven Dissonanzvermeidungen und Verzerrungen, denen der Mensch ohnehin unterliegt – einfach gesagt: Wir lesen nur mehr das, was uns gefällt. Die Maschinen lernen und verstärken das.

Mit Blick auf politische Einflussmöglichkeiten haben manche Kritiker die neuen digitalen Beteiligungs- und Kommunikationsformen sogar komplett in Frage gestellt: Der Einfluss von Diskussionen im Internet auf die etablierten politischen Institutionen oder auf gesellschaftliche Veränderungsprozesse sei minimal (Gladwell 2010). Für die teils beachtlichen Erfolgsgeschichten partizipativer Kampagnen, wie die von der Familie Andresen, bieten diese Kritiker allerdings keine Alternativerklärungen an.

Karpf hat in diesem Zusammenhang die überzeugende These formuliert, dass das Internet die politische Bildung und Engagementbereitschaft einer Gesellschaft zwar nicht von Grund auf verändert, wohl aber *neue Intermediäre* der politischen Meinungsbildung und -vermittlung entstehen lässt (Karpf 2012: 8). Als politische Kampagnenorganisationen setzen sie Themen und bemühen sich mit Hilfe ihrer Unterstützerinnen und Unterstützer um Einfluss auf das tagespolitische Geschehen. Man kann seine Differenzierung aber auch auf neueste Phänomene partizipativer Kampagnen-

führung anwenden. Im Rückblick lassen sich chronologisch *drei Wellen partizipativer Kampagnenführung* identifizieren, die hier stark verkürzt skizziert werden sollen.

### 3.1 | Konsumpartizipation

Mit der Gründung von MoveOn.org<sup>1</sup> im Jahr 1998 flammte zum ersten Mal eine in der Breite wahrgenommene Idee des „Organizing“ mithilfe digitaler Mittel auf. Aber in einer *ersten Welle* gehörten die eindrucksvollen, digitalen Wellen fast eher den Marketingauftritten großer Unternehmen, die gezielt Partizipations- und Mobilisierungsangebote innerhalb ihres werblichen Auftritts organisierten, indem sie z.B. Kunden die Gestaltung eines Konsumartikels anboten (z.B. Start von NikeID 1999) und auf sogenannte „Virals“ setzten. Man könnte behaupten, dass es die Werbewelt war, die in bedeutendem Maße unseren „Vorstellungsraum“ aufatet, dass sich mit dem Internet schnell und vergleichsweise günstig die Vielen erreichen ließen. Bereits in dieser ersten Welle wurden soziale Medien von den Unternehmen umfassend als Kommunikationskanäle integriert. Damit öffneten sich die jeweiligen Akteure auch stärker für einen Dialog. Die Orchestrierung der Kommunikation und ihrer Kernbotschaften verblieb aber klar bei den Absendern der jeweiligen Kampagnen (Florian/Roggenkamp 2010).

### 3.2 | O(rganizing)bama

Eine zeitlich *zweite Welle* öffnete sich noch stärker für Partizipation, gab noch mehr Kontrolle ab und ermöglichte eigenständige Impulse eines Schwarms von Aktivisten, muster­gültig demonstriert im Rahmen des Obama-Wahlkampfes von 2008 (Gensemer 2010), durch die Greenpeace-Kampagne „KitKat“<sup>2</sup> und der vermehrten Bildung einer neuen Organisationsform, der „internet mediated issue generalists“ (Karpf). Auf globaler Ebene (Avaaz.org), in Großbritannien (38Degrees), Australien (GetUp!), Deutschland (Campact) und na-

türlich den USA (MoveOn, 350.org). Diese professionell geführten Kampagnen-Organisationen spezialisieren sich darauf, dieses Verständnis für die Meinungsbildung und -vermittlung bestimmter gesellschaftlicher Themen einzusetzen, die aus ihrer Sicht besondere Beachtung verdienen.

### 3.3 | One million leaders

Die *dritte Welle* digitaler Partizipation stützt sich voll auf die im zweiten Abschnitt beschriebenen Trends, indem Akteure wie Greenaction<sup>3</sup>, Change.org und Andere<sup>4</sup>, Know-How und technische Mittel zu digitaler Kampagnenführung kostenlos und als offene Plattform zur Verfügung stellen. Damit ermöglichen sie individuelle, oftmals auch rein lokale oder regionale Vorstöße zu Themen, die die Nutzerinnen und Nutzer selbst bestimmen und kollaborativ verbreiten. Und zuletzt bedeutet der Anstoß eines Anliegens durch eine Privatperson, dass der Protest eine individuelle Geschichte und ein individuelles Gesicht erhält – wie das der Andresens. In dieser Form erreicht *das Konzept partizipativer Kampagnenführung eine maximale Ausprägung*, indem Hierarchie durch Zusammenwirken, Zentralität durch Dezentralität und Ressourceneinsatz durch kostenlose Verfügbarkeit von Wissen und Infrastruktur ersetzt wird. Diesen Trend vollzog jüngst auch die Pionierorganisation des Online-Organizing: MoveOn.org gab 2012 bekannt, die eigene Strategie „radikal zu verändern“ und rief das „One Million Leaders Programme“ aus<sup>5</sup>: die Befähigung aller sieben Millionen Unterstützer eigenständig Kampagnen durchzuführen (Terkel/Grimm 2012).

## 4 | Organisieren ohne Organisationen?

Was ist die Perspektive dieser Entwicklung? Ihre Kraft liegt erst in zweiter Linie in der jeweiligen, inkrementellen Veränderung. Sie liegt vielmehr in der Chance für Jeden und Jede, Veränderung auf lokaler, regionaler oder

internationaler Ebene anzustoßen. Theoretisch eröffnet sich die Chance auf eine Welt, in der jeder Mensch Zugang zur Mobilisierung anderer erhält und die Ohnmacht jedes und jeder Einzelnen ein Stück weit zurückgehen kann. Partizipative Kampagnen neuesten Zuschnitts werden nicht durch einen großen Akteur gestartet und gesteuert. Vielmehr gibt es zahllose hyperlokale Mikro-Kampagnen von Bürgerinnen und Bürgern zu all den Themen, die von diesen Bürgerinnen und Bürgern für relevant gehalten werden und mit denen sich dann die jeweiligen spezialisierten Teilöffentlichkeiten befassen. Sicher ist aber auch, dass diese Form der Organisation nicht an Stelle etablierter politischer Institutionen und nicht an die Stelle etablierter Nichtregierungsorganisationen treten wird. Das politische Gemeinwesen braucht berechenbare und nachhaltige Strukturen mit fachlicher und prozessualer Problemlösungskompetenz. Die bereits bestehenden, erfolgreichen Formen politischer Kommunikation und Kampagne sind also dringend benötigt und werden keinesfalls ersetzt. Wenn

diese Strukturen aber um situative, spontane Momente partizipativer Meinungsbildung ergänzt werden, ist das eine große Chance für viele, die in diesen Strukturen bislang keine Stimme hatten. *Das gilt natürlich umso mehr für politische Systeme, die weniger durchlässig sind, als die der Europäischen Union.* Aber, wie im zweiten Abschnitt geschildert, stoßen wir auch in unseren Breiten an Grenzen der politischen Meinungsbildung und -vermittlung. Nochmal: Es ist hier nicht die Rede von einem entweder oder, sondern einem sowohl als auch. Zumal nicht jeder Mensch Vollzeitaktivist sein kann. Für viele stehen Familie, Beruf, Kinder und vieles mehr ebenso im Mittelpunkt. Ein situatives Engagement zu einzelnen Fragen sollte vor allem deswegen nicht diskreditiert werden. Vielmehr sollte man sich über ein Mehr an Partizipation freuen und neue, flexible Mitmach-Strukturen begrüßen. Florian Kessler kommentierte dies mit dem pointierten Satz: „Wutbürger? Von wegen! Unser Land braucht nicht weniger Proteste, es braucht



mehr davon. Nur durch permanente Kritik bleibt die Demokratie lebendig. Undemokratisch ist die Kritik an der Kritik!“ (Kessler 2013).

## 7 Milliarden Lösungen

Wo der Vorwurf der fehlenden Langfristigkeit die dritte Welle der Partizipation hart treffen könnte, scheint sich auch hierfür zumindest teilweise eine Lösung abzubilden: Karen und Ryan Andresen sind nicht die einzigen, die sich in einer privat gestarteten Kampagne mit den Boy Scouts of America auseinandersetzen – sie inspirierten andere mit ihrer Geschichte aktiv zu werden. So erregte beispielsweise Jennifer Tyrrell mit ihrer Kampagne US-weite Aufmerksamkeit, nachdem sie keine Betreuerin der Pfadfindergruppe ihres Sohnes mehr sein durfte, weil sie lesbisch ist. Mit der Unterstützung von über 330.000 digitalen Unterschriften wandte sie sich an die Vorstandschefs von Ernst&Young und AT&T, die im Beirat der BSA sitzen – und erwirkte, dass sie wieder als Betreuerin arbeiten darf. Mit einer weiteren Petition wurde die Sängerin Carly Rae Jepsen („Call Me Maybe“) überzeugt, nicht auf der Jahrestagung der BSA aufzutreten, solange es die homophoben Statuten der Organisation gibt. *Insgesamt sah sich die BSA innerhalb von 18 Monaten mehr als 50 Online-Petitionen von Einzelpersonen und zivilgesellschaftlichen Organisationen ausgesetzt, die sich zu über 1,4 Millionen Unterschriften und zahllosen Medienbeiträgen aufsummierten.* Im März 2013 ließ die Organisation vermelden, die homophoben Statuten würden überprüft. Das ist noch kein vollendeter Wandel. Aber damit wurde in 18 Monaten mehr erreicht als in Jahrzehnten zuvor.

Unsere vernetzten Gesellschaften eröffnen Individuen mehr und mehr Wege, sich miteinander zu verbinden und die Welt um sie herum zu gestalten; angefangen bei ihrer direkten Umwelt bis hin zum „großen Ganzen“. Der Schwarm (Lobo 2013) von Millionen kleiner Handlungen kann sich zu großen Lösungen aufaddieren. Mit der kostenlosen Verfüg-

barkeit von Know-How und Infrastruktur im Internet können wir wiederentdecken, was „sozial“ und „Gesellschaft“ tatsächlich bedeutet. Wir beobachten damit eine wachsende Welle demokratischer Innovation und Partizipation mit tausenden großartigen Beispielen des täglichen Lebens. Es war nie einfacher, gemeinsam Wandel anzustoßen. *Sieben Milliarden Menschen bedeuten sieben Milliarden Lösungen.* Und wenn der Funke einer Kampagne, einer Innovation oder einer Idee, deren Zeit gekommen ist, überspringt, kann er sich wie ein Lauffeuer verbreiten, viral, in Sekundenschnelle. Das wird nicht nur Leben verändern. Vielleicht kann es sogar Komplexitäten auflösen, die unlösbar erscheinen. Oder Institutionen verändern, die unangreifbar scheinen.

*Sergius Seeböhm* ist Communications Director Germany für die Kampagnenorganisation [change.org](http://change.org). Kontakt: [sergius@change.org](mailto:sergius@change.org).

*Paula Hannemann* ist Campaigns Director Germany für die Kampagnenorganisation [change.org](http://change.org). Kontakt: [paula@change.org](mailto:paula@change.org).

## Anmerkungen

<sup>1</sup> MoveOn ist eine US-amerikanische Non-Profit Organisation, die sich mit Online-Kampagnen und gezielter Interessenvertretung für ausgewählte politische Themen einsetzt. Zudem organisiert MoveOn Spendenaufrufe für ausgewählte politische Kandidaten. Auswahlkriterium sind Themen oder Personen, die von der Organisation als „progressiv“ eingestuft werden. Diese stehen meist den Demokraten nahe. MoveOn wurde 1998 in Reaktion auf die Lewinsky-Affäre gegründet und hat nach eigenen Angaben eine Mitgliedschaft von sieben Millionen.

<sup>2</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=qg1ckCkm8YI>

<sup>3</sup> Greenaction.de ist eine Kampagnen-Community für Menschen, „die aktiven Umweltschutz leisten wollen.“ Die Plattform hat über 13.000 registrierte Nutzer.

- <sup>4</sup> Change.org ist mit weltweit 30 Millionen Nutzerinnen und Nutzern die größte Petitionsplattform der Welt. Sie existiert seit 2007. Change.org ist eine offene Plattform, die Kampagneninhalte werden vollständig durch die Nutzerinnen und Nutzer definiert. Campact ist eine deutsche Nichtregierungsorganisation, die seit 2004 zu ausgewählten politischen Themen – und häufig in Zusammenarbeit mit anderen NRO – Online-Kampagnen organisiert. Dazu kann Campact bis zu 800.000 Menschen direkt mobilisieren. Avaaz ist eine internationale Nichtregierungsorganisation, die seit 2007 zu ausgewählten politischen Themen Online-Kampagnen organisiert. Dazu kann Avaaz bis zu 20 Millionen Menschen direkt mobilisieren. Avaaz hat seine Plattform mit gewissen Einschränkungen ebenfalls geöffnet, so dass Nutzer selbst Kampagnen starten können.
- <sup>5</sup> <http://front.moveon.org/faq-about-moveon-orgs-million-leaders-strategy/>

## Literatur

- Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan* (Hg.) 2002: Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Anderson, Chris* 2009: Free – Kostenlos. Geschäftsmodelle für die Herausforderungen des Internets. Frankfurt am Main: Campus.
- Domscheit-Berg, Daniel* 2011: Inside WikiLeaks. Meine Zeit bei der gefährlichsten Website der Welt. Berlin: Econ.
- Forsa/Microsoft* 2013: Forsa-Umfrage: Jeder zweite würde online wählen. <http://www.microsoft.com/germany/newsroom/pressemitteilung.aspx?id=533684> [8. April 2013].
- Florian, Daniel/Roggenkamp, Klas* 2010: Noise vs. Influence? Werkzeuge für eine Digital-Public-Affairs-Strategie In: Bender, Gunnar/Werner, Torben (Hg.): Digital Public Affairs. Social Media für Unternehmen, Verbände und Politik. Berlin: Helios Media, 53-78.
- Gensemer, Thomas* 2010: Redefining Communication. Direct Marketing and the Power of Community Activism. In: Plehwe, Kerstin (Hg.): Die Dialog Revolution. Aufbruch in ein neues Zeitalter der Kommunikation. Hamburg: Hanseatic Lighthouse, 25-32.
- Gladwell, Malcolm* 2010: Small Change. Why the revolution will not be tweeted. [http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell#ixzz2NtkdhLle](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell#ixzz2NtkdhLle) [18. März 2012].
- Karpf, David* 2012: The MoveOn Effect. The unexpected transformation of American political advocacy. New York: Oxford University Press.
- Kessler, Florian* 2013: Zweifel sind ein Grundrecht. <http://www.zeit.de/kultur/literatur/2013-02/essay-deutsche-wutbuenger-protest> [9. April 2013].
- Lobo, Sascha* 2013: Den Schwarm interessiert nur das Ergebnis. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/sascha-lobo-misshverstaendnis-schwarmintelligenza-891986.html> [8. April 2013].
- Luhmann, Niklas* 1989: Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: UTB.
- Plehwe, Kerstin* (Hg.) 2006: Endstation Misstrauen? Einsichten und Aussichten für Politik und Gesellschaft. Berlin: Helios Media.
- Raymond, Eric S.* 2001: The Cathedral & the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary. Sebastopol: O'Reilly.
- Sloterdijk, Peter* 2006: Im Weltinnenraum des Kapitals. Für eine philosophische Theorie der Globalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Speth, Rudolf* 2007: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit durch Kampagnen. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, 20, 3, 18-25.
- Tabscott, Don/Williams, Anthony D.* 2007: Wikinomics. Die Revolution im Netz. München: Hanser.
- Terkel, Amanda/Grim, Ryan* 2012: MoveOn Moving On. Progressive Powerhouse Launches Radical Strategic Overhaul. [http://www.huffingtonpost.com/2012/12/04/moveon-changes\\_n\\_2240238.html](http://www.huffingtonpost.com/2012/12/04/moveon-changes_n_2240238.html) [9. April 2013].

## GreenAction: Die Kampagnen-Community für Umweltschutz

Beate Steffens

Als Campaigning-Community für alle, die aktiven Umweltschutz leisten wollen, ging GreenAction am 31. Juli 2009 online. Sie ist als offene Plattform konzipiert und bietet Organisationen, Initiativen und Einzelpersonen die Möglichkeit, für ihre Mitmachaktionen Unterstützerinnen und Unterstützer zu werben.

GreenAction ermöglicht, sich mit Gleichgesinnten on- und offline zu treffen, aktiv zu werden und sich für Umwelt- und Naturschutz zu engagieren. Die Aktivisten diskutieren aktuelle Kampagnen, geben sich Tipps und helfen sich gegenseitig.

Auf GreenAction kann jede/r sein Anliegen einbringen und eigene umweltpolitische Kampagnen starten. Um Kampagnen auf GreenAction zu unterstützen, braucht man sich nicht zu registrieren. An vielen der Online-Aktionen können auch Gäste teilnehmen. Allerdings stehen registrierten Aktivisten weitere Funktionen der Community offen. So können nur registrierte User eigene Kampagnen starten.

### 1 | Ziel und Vision von GreenAction

Das oberste Ziel der Community-Plattform ist es, Umweltschutz zu organisieren. GreenAction will zum Mitmachen animieren. Die Plattform bietet ihren Mitgliedern daher *Inspiring Action* und *Empowerment*. Dabei ist es nicht wichtig, welcher Organisation jemand angehört. Wichtig ist das Ziel, das gemeinsam erreicht werden soll. GreenAction macht es möglich, sich über Organisationsgrenzen hinweg zu engagieren, umweltaktive Menschen für die eigenen Kampagnen zu mobilisieren und sich mit ihnen zu vernetzen.

Die Greenpeace Community GreenAction verfolgt insofern die Vision, alle Menschen sichtbar zu machen, die für den Schutz der Umwelt eintreten. Sie soll ihnen eine digitale

Heimat geben, auf der sie sich artikulieren, informieren, vernetzen und organisieren können und so die Arbeit von Greenpeace substantiell unterstützen. Indem die Menschen in der Community sich unter dem Dach von Greenpeace sammeln, machen sie den Rückhalt und die Verankerung deutlich, die die Organisation in der Bevölkerung hat. Insbesondere ist sie eine Schnittstelle zu jungen Menschen, die wir über die klassischen Medien nicht mehr erreichen. Natürlich wollen wir aber auch der Zielgruppe 30+ eine Plattform bieten, auf der sie sich engagieren können.

Wir wollen, dass mit der daraus resultierenden sichtbaren Unterstützung kein Weg mehr an Greenpeace vorbei führt. Wir wollen wegweisend für die Umweltbewegung sein, größeren Druck aufbauen und gemeinsam mit der Community Kampagnen fahren und gewinnen. So wird das „Wir“-Gefühl gestärkt und die Community begreift sich als Multiplikator von Greenpeace.

### 2 | Der derzeitige Stand von GreenAction

GreenAction hat mittlerweile 13.380 registrierte User (01.04.2013) und monatlich zwischen 30.000 und 40.000 *Unique Visitors*. Die meisten Community-Mitglieder sind jünger als 25 und sehr engagiert. 15 bis 20 Prozent der angemeldeten User starten eigene Kampagnen, Einzelne starten auch mehrere Kampagnen. Im Laufe der Zeit sind rund 3.000 Kampagnen auf GreenAction ins Leben gerufen worden.

Weil so viele Kampagnen die Community unübersichtlich machen, werden regelmäßig abgelaufene oder nicht gepflegte Kampagnen gelöscht. Die neu eingestellten Kampagnen werden täglich geprüft und die Beiträge gelesen, damit sich nicht themenfremde Kampagnen einschleichen. Die eingestellten Kampagnen müssen alle einen Bezug zu Umwelt- und

Naturschutz haben. Ist das nicht der Fall, werden die Initiatoren kontaktiert und gebeten, die entsprechende Kampagne vom Netz zu nehmen.

Bislang konnten wir drei Gruppen von Community-Mitgliedern identifizieren:

1. Passive, die ausprobieren,
2. Mitmacher, die sich an Kampagnen beteiligen und
3. Campaigner mit sehr unterschiedlichem Grad an Professionalität.

Zudem sind auch Mitglieder aus anderen Umweltorganisationen auf GreenAction aktiv, z. B. aus dem BUND oder dem Bund Naturschutz Bayern e. V.

Um GreenAction attraktiver zu machen, können die einzelnen Kampagnen mit Facebook und Twitter verbunden werden. Das wird hauptsächlich von den „Powerusern“ genutzt. Um auch auf diesen Plattformen auf GreenAction aufmerksam zu machen, hat die Community einen eigenen Facebook- und Twitter-Account.

Die Community-Mitglieder, insbesondere die „Poweruser“, vernetzen sich untereinander und das nicht nur auf GreenAction, sondern auch in anderen Communities. Sie starten gemeinsame Kampagnen auf Facebook oder betreuen gemeinsam eigene Webseiten zum Umwelt- und Naturschutz. Zudem haben sie nicht nur online Kontakt. Sie telefonieren, um gemeinsame Dinge zu organisieren und treffen sich gelegentlich auf Demonstrationen.

Es gibt erstaunlich wenige Regelverletzungen und bislang mussten erst drei Nutzer gesperrt werden. Treten dennoch einmal Probleme auf, kümmert sich das Community Management darum und tritt mit den betroffenen Usern in Kontakt. Bisher konnten auftretende Unstimmigkeiten immer im persönlichen Gespräch beigelegt werden.

Das Urheberrecht führt manchmal zu Problemen. Da die meisten User recht jung sind, kennen sich die wenigsten mit dem Thema Urheberrecht aus. Deshalb wird in regelmäßigen Abständen auf das Thema hingewiesen.

Wird ein Verstoß festgestellt, wird der Kontakt mit den Usern gesucht, sie werden auf ihren Verstoß aufmerksam gemacht und das entsprechende Material gelöscht. Seit dem Launch von GreenAction hat es fünf Abmahnungen wegen Urheberrechtsverletzungen gegeben, die aber alle gütlich geregelt werden konnten.

Erfreulich ist, dass sich die Community-Mitglieder aktiv am Verbesserungsprozess von GreenAction beteiligen. Das geht von Kampagnen wie „Wie können wir GreenAction verbessern?“ bis hin zur regen Beteiligung an Umfragen. Einmal im Jahr führen wir unter den Nutzern eine Umfrage durch, in der auch immer Fragen nach Userwünschen und Verbesserungsvorschlägen gestellt werden, von denen einige schon umgesetzt worden sind.

GreenAction macht die Wirkung des Einzelnen sichtbar und bündelt die Kräfte von vielen, da sich die Community-Mitglieder gegenseitig unterstützen und mit Rat und Tat zur Seite stehen. So hat sich kurz nach dem Start einer Kampagne eines Einzelusers innerhalb von einigen wenigen Tagen ein Lebensmittelkonzern bei uns gemeldet. Wir haben darauf hin den User und den Firmenanwalt miteinander in Kontakt gebracht.

### 3 | Die Internetstrategie von Greenpeace

GreenAction ist Teil der Greenpeace Internetstrategie. Sie beruht auf dem Ansatz des partizipierenden Campaignings. Greenpeace hat eine hohe Anzahl von Mitmachern, Interessenten, Bewunderern, Förderern, Greenpeace-Magazin-Lesern und Ehrenamtlichen und kommt im realen Leben dabei messbar auf über 600.000 Menschen. Die zentrale Idee der Internetstrategie ist, allen Greenpeace-Unterstützern eine gemeinsame Plattform anzubieten, auf der sie Greenpeace so erleben und unterstützen können, wie sie es wollen und können. Sämtliche Online-Aktivitäten sollen an einem Ort und auf einer Plattform stattfinden, statt wie bisher an vielen Orten. Greenpeace bildet eine Community mit einem Angebot für mehrere Ziel-

gruppen. Eine Community hat den Vorteil, dass die unterschiedlichen Zielgruppen je nach thematischer Interessenlage unterschiedlich angesprochen und aktiviert werden können. Die Mitglieder der Community sind oder werden aber alle Teil einer starken und durchsetzungsfähigen Gemeinschaft, die sich für gemeinsame Ziele engagiert.

Dass eine Community einen großen Wert darstellt, kann man an den Investitionssummen großer Medienkonzerne ablesen, die sie sich einverleiben. Entscheidend für das Funktionieren und das Zusammenwachsen einer echten Community ist aber die Offenheit der Kommunikation. Greenpeace will mit GreenAction weg vom Monolog und hin zum Dialog. Die Kommunikation im Internet wird dann erfolgreich sein, wenn die Communitymitglieder folgende Aspekte realisieren:

- Erkennen: Es gibt ein Problem und ich verstehe es. Ich weiß aber auch, was ich mit Greenpeace oder auch alleine dagegen unternehmen kann.
- Handeln: Ich setze mich mit Hilfe von Greenpeace gegen eine Ungerechtigkeit ein.
- Gewinnen: Ich lasse die Zielgruppe am Erfolg teilhaben, wir haben gemeinsam gewonnen und z.B. ein Stück Regenwald im Amazonas vor dem Kahlschlag gerettet.

Es muss immer eine Rückkopplung des Erreichten bzw. des Erfolgs an die Unterstützer gemeldet werden. Und das müssen nicht die ganz großen Erfolge sein, sondern durchaus auch kleine Schritte, die wir nicht an die klassischen Medien weitergeben würden.

Die Kommunikation mit der Community und den potentiellen Unterstützern beachtet daher folgende Punkte, die den Rezipienten von der Information zur Handlung führen sollen:

- Relevante Informationen bereitstellen.
- Differenzierte Einstellung anbieten („ich möchte mit informieren“, „ich möchte was tun“).

- Handlungsmöglichkeiten zeigen („das kannst du tun“).
- Handlungsanreize schaffen (Mitmachen! „du bist Teil einer großen, starken Community“, „du hast das mit uns erreicht“, „sich auch als Held fühlen“).
- Verhaltenskonsequenzen generieren (Wenn keine Veränderung eintritt, besteht die Gefahr, dass der Greenpeace-Unterstützer bzw. die Unterstützerin wieder in den Ursprungszustand zurückfällt).

Die größte Bewegung und Handlungswahrscheinlichkeit wird dann erwartet, wenn das Problem einen selbst betrifft. Greenpeace verfügt aus den eigenen Kampagnen (Gentechnikratgeber, Pestizide in Lebensmitteln oder TBT in Babywindeln) über zahlreiche Beispiele, die diese Erfahrung stützen.

Den zweitgrößten Anreiz, etwas zu ändern, schafft die Emotion Ärger. Sie entsteht, wenn Menschen das Gefühl haben, über den Tisch gezogen zu werden und etwas als ungerecht empfinden: Bspw. zu hohe Gas-, Strom- und Benzinpreise zu zahlen, während Konzerne sich ihre Taschen füllen und keiner etwas dagegen unternimmt.

Greenpeace will sich mit GreenAction nicht als unnahbare Organisation präsentieren, sondern die Greenpeace-Experten sollen mit Bild und Profil zu Wort kommen. Wenn Greenpeace bloggen oder ein Podcast produzieren, dann immer mit dem Hintergrund, die Ziele persönlich durch die eigenen Experten zu kommunizieren.

Der vollzogene Paradigmenwechsel im Web gibt uns überdies die große Möglichkeit, unsere Unterstützer kennen zu lernen. Es gibt eine neue Offenheit, sich mit seinem Profil der Öffentlichkeit zu präsentieren. Weil unsere Unterstützer Bilder von sich uploaden und ihre Interessen und Wünsche in ihrem Profil ablegen können, eröffnet sich für uns die Chance, mehr über die Menschen zu erfahren, die sich für die Umwelt engagieren wollen. Und weil die Menschen sich untereinander austauschen können, bleibt das Gefühl lebendig, als Teil

der Community auch selbst etwas erreichen zu können.

Die GreenAction zeigt ihren Nutzern, dass sie nicht alleine stehen und gibt ihnen Kraft durch die Unterstützung der anderen Aktivist:innen. Die Community schafft damit die Verbin-

dung von der Online-Mobilisierung zur Offline-Aktivität und zurück ins Netz.

*Beate Steffens* ist Community-Managerin von GreenAction. Kontakt: Beate.Steffens@greenpeace.de.

## Selbstreferenzielle Systeme?

### Diskussion des Beitrags von Bloggerinnen und Bloggern zur politischen Bildung am Beispiel der NPO-Blogparade

Hannes Jähnert

Je nachdem, welcher Standpunkt zwischen kulturpessimistischer und kulturoptimistischer Sichtweise auf das Netz eingenommen wird, werden autonomen Internetauftritten wie Weblogs viel Potential für eine „participatory culture“ (Jenkins et al. 2009: 5f) oder nicht mehr als eine ergänzende Rolle im institutionellen Gefüge traditioneller Organisiertheit beigemessen. Auf der einen Seite werden Publikationskanäle wie Blogs als *Mittel der Ermächtigung* dargestellt, mithilfe derer sich auch marginalisierte Gruppen über das Netz Gehör verschaffen können (Winter 2012: 45f). Auf der anderen Seite wird argumentiert, dass *Angeboten im Internet* zu überwiegenden Teilen die institutionelle Infrastruktur (z.B. die Redaktion) fehlt, womit sich die Nutzung meistens auf einen kleinen Kreis im Umfeld der Produzierenden beschränkt (Schäfer 2012: 168).

Die hier nur exemplarisch aus einem Band zu „Partizipation und Engagement im Netz“ (Lutz et al. 2012) herausgegriffenen Argumente zeigen eindrücklich, dass mitnichten Einigkeit darüber besteht, welchen Beitrag Bloggerinnen und Blogger zur politischen Bildung leisten können. Es bleibt zu klären, ob Blogs bestehende Angebote überhaupt um einen qualitativen Beitrag bereichern können,

wenn doch im besten Falle nur eine weitere Stimme in öffentlichen Debatten laut wird (Mayer-Schönberger/Zappia 2012: 11). Zweifelsohne werden über das Internet Strukturen (re)produziert, die schon frühere Medienwelten hervorgebracht haben. Insbesondere die Riege der „A-Blogger“ avanciert zu den neuen Gatekeepern im Internet (Ebersbach et al. 2008: 68f.). Doch abseits dieser (neuen) Massenmedien lassen sich Formen gemeinsamen Publizierens beobachten, die ebenso für Orientierung und Information sorgen könnten.

Ob und, wenn ja, wie dies gelingt – welchen Beitrag also auch Netzwerke kleinerer Blogs zur politischen Bildung leisten können – soll im Folgenden am Beispiel der NPO-Blogparade untersucht werden. Dafür wird diese zunächst vorgestellt und ihre einzelnen Runden als *Orte* der Inszenierung einer „post-traditionalen Gemeinschaft“ (Hitzler 1998) im Schnittfeld von sozialen Themen und neuen Medien<sup>1</sup> gehalten. Sie sollen grob den thematischen Fokus der Social Media Szene bestimmen. An die Verortung der NPO-Blogparade als Teil der „*Social Media Szene*“ schließt dann die Antwort auf die Frage an, welchen Beitrag eine solche Gemeinschaft zur politischen Bildung leistet.

## 1 | Verfahrensweise und Themenfokus der NPO-Blogparade

Eine Blogparade – mithin auch „Blogkarneval“ – ist eine beteiligungsoffene Diskussion unter Bloggerinnen und Bloggern. Auf einem *Host-Blog*, manchmal auch mehreren, wird ein bestimmtes Thema oder eine Fragestellung vorgegeben, die Leserschaft aufgefordert, eigene Beiträge dazu zu verfassen und diese mit dem Aufruf zu verlinken (Ebersbach et al. 2008: 68). Während der auf einen vordefinierten Zeitraum eingegrenzten Beteiligungsphase – üblich ist ein Rahmen von wenigen Wochen – befassen sich interessierte Bloggerinnen und Blogger mit dem Thema und diskutieren es gegebenenfalls untereinander. Nach Ablauf der Beteiligungsphase wird auf dem Host-Blog ein zusammenfassender Beitrag publiziert, in dem die eingegangenen Beiträge noch einmal verlinkt werden.

Durch die gegenseitige Verlinkung der einzelnen Beiträge wird das lose Blog-Netzwerk, in dem das jeweilige Thema diskutiert wurde, konserviert. Das ermöglicht einerseits das Nachlesen abgeschlossener Blogparaden und sorgt andererseits für eine bessere Vernetzung der teilnehmenden Bloggerinnen und Blogger, was sich – sozusagen nebenbei – auch auf deren Auffindbarkeit bei Suchmaschinen wie Google auswirken soll.<sup>2</sup> Die zentrale technische Infrastruktur einer Blogparade sind dementsprechend Weblogs und Hyperlinks bzw. die auf Hyperlinks aufbauenden Protokolle für automatische Rückverlinkungen; insbesondere Trackbacks und Pingbacks.

Die NPO-Blogparade ist eine Ende 2008 initiierte Abwandlung dieses prinzipiell themenoffenen Formates. Zu Beginn wurde der Schwerpunkt auf Fragestellungen gelegt, die sich allgemein mit dem Nonprofit-Sektor befassen.<sup>3</sup> Im Laufe der Zeit verengte sich der thematische Fokus allerdings auf Themen und Fragestellungen im Schnittpunkt von neuen Medien und sozialen Themen. Beispielhaft zu nennen sind hier NPO-Blogparaden zu Themen wie „Die Kehrseite des Web 2.0 Hypes

für den Nonprofit-Sektor“ (Seidenberg 2008), den Einsatzszenarien von Online-Konferenz-Systemen (Röthler 2010) oder zu „Social Media Polycys für NPOs und öffentliche Verwaltung“ (Czech/Jähnert 2011). Und auch das Thema „Social Media für die Bürgergesellschaft“ – ein Sujet der politischen Bildung – stand schon zur Diskussion (Härtel 2012), wobei die Auswertung hier nicht als Blogbeitrag sondern als Artikelsammlung in einem eBook vom Centrum für Corporate Citizenship Deutschland veröffentlicht wurde (CCCD 2012).

Solche Modifikationen waren in der Historie der NPO-Blogparade keine Seltenheit. So wurden bspw. auch thematisch passende Beiträge aus Zeitschriften oder Internet-Gruppen aufgenommen (Jähnert 2010; Härtel 2012) und ein einstündiger *Twitchat* eingeführt. Während eines solchen Chats wird das jeweilige Thema über den Micro-Blogging-Dienst Twitter innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens – üblich ist eine Stunde – diskutiert. Als eine Art Erweiterung der periodisch geführten Diskussionen ist die Xing-Gruppe „*Zivilgesellschaft und Internet*“ nennenswert. Angesprochen werden hier Mitarbeitende aus Nonprofit-Organisationen, der Privatwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung, womit der Austausch über die Sektorengrenzen hinweg gefördert werden soll.

Die genannten Modifikationen und Erweiterungen dienen dazu, die Diskussionen, die im Rahmen der NPO-Blogparade geführt werden, für eine breitere Öffentlichkeit als nur interessierte Bloggerinnen und Blogger zu öffnen, um den jeweiligen Themen mehr mediale Aufmerksamkeit zu verschaffen. Den Fokus der NPO-Blogparade also nur auf die in den einzelnen Runden vorgegebenen Fragestellungen und Themen zu beschränken, reicht nicht aus. Das Oberthema dieses losen Blog-Netzwerkes ist der institutionelle Wandel im Nonprofit-Sektor. Das Anliegen der teilnehmenden Bloggerinnen und Blogger ist es, dieses Oberthema möglichst öffentlichkeitswirksam und vor allem unter dem Aspekt des Einflusses digitaler Medientechnologien zu diskutieren. Damit

wird im Rahmen der NPO-Blogparade auch eine Art Agenda-Setting betrieben: Der Bedeutungsgewinn digitaler Medientechnologien wird nicht nur als ein wesentlicher Antrieb des institutionellen Wandels im Nonprofit-Sektor thematisiert, der Verknüpfung von neuen Medien und sozialen Themen wird auch das Po-

tential beigemessen, diesen Transformationsprozessen wirksam zu begegnen. Und eben hiermit befasst sich nicht nur die NPO-Blogparade. Wie im Folgenden gezeigt werden soll, ist dieses lose Netzwerk Teil einer größeren Gemeinschaft, die hier als *Social Media Szene* bezeichnet wird.

### **Weblogs, Hyperlinks und automatische Rückverlinkungen**

Weblogs zeichnen sich durch eine dialogfördernde Infrastruktur aus. Einerseits sind sie i.d.R. mit einer Kommentarfunktion ausgestattet. Andererseits wird in Weblogs häufig über Hyperlinks auf andere Internetseiten verwiesen. Ein Hyperlink ist ein elektronischer (Quer-)Verweis zu einem beliebigen Dokument im Hypertextsystem des World Wide Web (WWW), die über verschiedene Protokolle automatischer Rückverlinkung (ugs. Trackback) nachvollziehbar gemacht werden können.

#### **(1) Refback oder HTTP-Referrer**

Der Refback oder Referrer ist eine Funktion im Hypertext Transfer Protocol (HTTP), die – sofern im Browser der Internetnutzerinnen und -nutzer nicht deaktiviert – Webseite-Betreibenden anzeigt, über welches Dokument mit welcher Internetadresse die Besucherinnen und Besucher auf die eigene Webseite verwiesen wurden. Damit geben sie Aufschluss darüber, in welchen Dokumenten im WWW auf den eigenen Internetauftritt bzw. einzelne Dokumente in diesem verlinkt wird. HTTP-Referrer machen es möglich, mittels entsprechender Analyse-Software (z.B. Google Analytics oder Piwik) den so genannten User-Flow – also die Wege der Nutzenden zu einem bestimmten Dokument auf der eigenen Internetseite – zu untersuchen und so die intuitive Nutzbarkeit des eigenen Webauftrittes zu optimieren.

#### **(2) Trackback**

Der Trackback ist ein speziell für Blogsoftware entwickeltes Protokoll, das eine automatische Rückverlinkung generiert, sobald ein Hyperlink zwischen zwei Blog-Beiträgen eingerichtet wird. In der Regel werden Trackbacks als Hyperlinks, die auf die sendenden Beiträge zurückverweisen, in der Kommentarspalte unter den empfangenden Blogbeiträgen angezeigt. Durch die automatische Rückverlinkung werden Bloggerinnen und Blogger wie auch ihre Leserinnen und Leser auf inhaltliche bzw. thematische Bezugnahmen aufmerksam, womit Diskussionen, die nicht nur auf einem einzigen Blog – bspw. in der Kommentarspalte – geführt werden, leichter nachzuvollziehen sind.

#### **(3) Pingback**

Der Pingback ist ein in Funktion und Nutzen dem Trackback sehr ähnliches Protokoll. Im Gegensatz zum Trackback, wird beim Pingback das verlinkte Dokument allerdings auf Anfrage nach entsprechenden Hyperlinks durchsucht. Wird also in einem Blogbeitrag auf einen anderen Blog oder Blogbeitrag verlinkt, wird über das Pingback-Protokoll eine Anfrage an den verlinkten Blog gesendet. Dieser wird dazu aufgefordert, den Beitrag aus dem der Aufruf gesendet wurde, auf referierende Hyperlinks zu durchsuchen und gegebenenfalls eine Rückverlinkung zu erstellen. Im Gegensatz zum Trackback kann beim Pingback über modifizierbare Parameter automatisiertem Spam vorgebeugt werden.

## 2 | Die NPO-Blogparade als Teil der Social Media Szene

Bei der Social Media Szene handelt es sich um eine Form „posttraditionaler Gemeinschaft“ (Hitzler 1998), die sich für Teilnehmende und Beobachtende allein durch die Inszenierung typischer Interaktionsmuster manifestiert (Hitzler et al. 2005: 22). Der institutionell konnotierte Begriff der Mitgliedschaft führt hier übrigens in die Irre: Man kann nicht *Mitglied* einer Szene werden, man kann sie nur selbst (mit) inszenieren oder das Schauspiel beobachten. Typisch für die Social Media Szene sind unterschiedliche Standardthemen, -formen und -techniken, die bei den *Events* dieser Gemeinschaft – den zentralen Orten ihrer Inszenierung – eine wesentliche Rolle einnehmen. Als übergreifendes Standardthema wurde bereits die Verknüpfung des institutionellen Wandels im Nonprofit-Sektor mit dem Bedeutungsgewinn digitaler Medientechnologien genannt. Als Standardtechniken bilden (Micro-) Blogs, Trackbacks und RSS-Feeds<sup>4</sup> sowie Facebook-Seiten, Wikis und Internet-Gruppen die technischen Rahmenbedingungen für die netzbasierte Interaktion der Gemeinschaft. Standardformen, wie z.B. der Hashtag<sup>5</sup>, bilden schließlich den kommunikativen Kern der Gemeinschaft (Knoblauch 2008: 78ff).

Mit den einzelnen Runden der NPO-Blogparade wurden hier bereits netzbasierte *Events* der Social Media Szene beschrieben. Das heißt aber nicht, dass es sich bei dieser Gemeinschaft um eine rein virtuelle handelt. Die Social Media Szene wird vielerorts inszeniert, so auch auf der Berliner SocialBar (Unger/Jähnert 2011: 49ff)<sup>6</sup>. Wie bei der NPO-Blogparade geht es bei der SocialBar um das übergreifende Standardthema des institutionellen Wandels im Nonprofit-Sektor. Auch hier liegt der Fokus auf dem Potential der Verknüpfung von neuen Medien und sozialen Themen. Im Vordergrund steht auch bei der SocialBar der Austausch unter den Teilnehmenden und das lockere Netzwerken am Feierabend, das z.B. mit einem Wiki unterstützt wird. Und auch

die typischen Standardformen sind in etwas abgewandelter Gestalt auf der SocialBar wiederzufinden: Der Hashtag z.B. taucht hier als eines von drei Schlagworten auf, mit denen alle Teilnehmenden ihre Interessen bei der einleitenden Vorstellungsrunde selbst darstellen dürfen.

Als weitere *Events* der Social Media Szene sind auch unterschiedliche Konferenzen zu Themen wie Fundraising, Open Transfer oder Campaigning zu nennen, die zum überwiegenden Teil als BarCamps<sup>7</sup> organisiert werden. Auch auf diesen Veranstaltungen werden soziale Themen in Verbindung mit neuen Medien über die genannten Standardformen und -techniken behandelt, auch hier ist die Themensetzung ähnlich wie bei der NPO-Blogparade und der SocialBar. Über den thematischen Fokus auf digital-soziale Themen hinaus, ist all diesen Veranstaltungen auch das (mithin finanzielle) Interesse der Organisierenden gemein, den behandelten Themen eine möglichst große Öffentlichkeit zu verschaffen.

Damit lässt sich die Social Media Szene als posttraditionale Gemeinschaft mit typischen Handlungs- und Strukturmustern neuer sozialer Bewegungen in Verbindung bringen und so auch als „*bewegte Szene*“ bezeichnen (Niederbacher o.J.). Einerseits werden relativ einfach zugängliche Räume geschaffen, in denen vorrangig die Potentiale der Verbindung neuer Medien und sozialen Themen besprochen werden. Andererseits bildet die Gemeinschaft Netzwerke aus, die für die Teilnehmenden – wenn sie denn durch ihre Aktivität in der Szene bekannt sind – einen Quell sozialen Kapitals darstellt, das bei Bedarf auch als Ressource für eigene Projekte eingesetzt werden kann. Insbesondere diese aktiv Teilnehmenden – die „Organisationseliten“ und ihre „Friends“ (Hitzler et al. 2005: 27) – setzen sich bei ihren Projekten für mehr Beteiligung und mehr Transparenz im Nonprofit-Sektor ein und thematisieren dies auf den Events der Social Media Szene. Sie initiieren bspw. die Runden der NPO-Blogparade oder gestalten Inputs auf der SocialBar. Mit dem Angebot nützlicher Informa-

tionen zur Frage, wie Transparenz und Beteiligung mit neuen Medientechnologien erreicht werden kann, *verführen* sie hier nicht nur den *harten Kern* der Gemeinschaft, sondern auch sporadisch Teilnehmende „Senegänger“ (zu „Verführung statt Verpflichtung“ siehe Hitzler 1999).

### 3 | Der Beitrag der Social Media Szene zur politischen Bildung

Es ist gezeigt worden, dass die Veranstaltungen der Social Media Szene vielfältig sind. Die einzelnen Runden der NPO-Blogparade als *Orte* ihrer Inszenierung zielen auf eine öffentliche Auseinandersetzung mit dem institutionellen Wandel im Nonprofit-Sektor unter dem Aspekt des Einflusses digitaler Medientechnologien ab. Insofern die *Hosts* der NPO-Blogparade darauf hinwirken, den besprochenen Themen eine möglichst große Öffentlichkeit zu verschaffen und ihnen sogar neue Räume zu eröffnen versuchen, stellt sich dieses lose Blognetzwerk zunächst als nicht ausschließlich selbstbezüglich dar. Und doch beschränkt sich der Beitrag zur politischen Bildung eher auf die aktiv Teilnehmenden – sowohl bei der NPO-Blogparade als auch bei der SocialBar und anderen Veranstaltungen der Social Media Szene.

Politische Bildung, verstanden als Schaffung einer dezentralen Plattform für den gemeinsamen Austausch über anstehende Transformationsprozesse in der Gesellschaft (Muuß-Merholz 2010), ist auf aktive Teilnahme angewiesen. Politische Bildung – ganz besonders die von Erwachsenen – muss dazu *verführen*, sich selbst mit den aktuellen Wandlungsprozessen auseinanderzusetzen, weil es immer noch zig andere Optionen der Freizeitgestaltung gibt.<sup>8</sup>

Die Zeit verpflichtenden Frontalunterrichts ist lange vorbei. Insofern ist der Beitrag der Social Media Szene zur politischen Bildung einerseits in der Schaffung einer solchen dezentralen Plattform für den gemeinsamen Austausch, andererseits in der (mehr oder weniger erfolgreichen) Verführung zur aktiven Teilnahme zu sehen.

Als *bewegte Szene* bieten die Social Media soziale Räume – on- und offline – für die Auseinandersetzung mit anstehenden Transformationsprozessen. Der Fokus liegt hier auf den Wandlungsprozessen im Nonprofit-Sektor, der vor allem mit dem Aufkommen der Sozialen Medien des Web 2.0 in Verbindung gebracht wird. Das ist das Oberthema – das *single issue* – der Gemeinschaft, die über Blogs, Facebook, Twitter & Co. in der Tat eine weitere Stimme in öffentlichen Debatten laut werden lässt, allein auf diese aber nicht zu beschränken ist. Es ist die aktive Teilnahme an Veranstaltungen wie der NPO-Blogparade, die die Teilnehmenden dazu anregt, sich mit dem Für und Wider der Sozialen Medien und ihren Implikationen auf demokratische Spielregeln, Toleranz und Kritikfähigkeit, auf Engagement und politische Beteiligung Gedanken zu machen.

*Hannes Jähmert M.A.* betreibt seit fünf Jahren einen Weblog zu den Schwerpunktthemen freiwilliges Engagement und Internet, Online- und Micro-Volunteering sowie Zivilgesellschaft in Zeiten von Web 2.0 und Social Media. Er war bereits mehrfach *Host* der NPO-Blogparade und gestaltet regelmäßig Inputs und Sessions auf unterschiedlichen BarCamps. Kontakt: [www.hannes-jaehmert.de](http://www.hannes-jaehmert.de)

### Anmerkungen

<sup>1</sup> Die Bezeichnungen „neue Medien“ und „soziale Themen“ sind absichtlich allgemein gehalten. Sie sollen grob den thematischen Fokus der Social Media Szene bestimmen, der sich nicht allein auf die Sozialarbeit mit den Mitteln und Möglichkeiten des sog. Web 2.0 beschränken lässt. Mit sozialen Themen werden hier auch jene Sujets benannt, die sich ganz allgemein auf das Wohl Dritter beziehen und damit als zivilgesellschaftliches Handeln verstanden werden können.

<sup>2</sup> Unter dem Titel „Why Google loves blogs“ wurde lange Zeit behauptet, dass gegenseitige Verlinkungen direkte Auswirkungen auf das Ranking von Internetquellen hat. Der

Page-Rank, mit dem Google die Reihenfolge der Suchergebnisse zu einer bestimmten Suchanfrage errechnet, so die Annahme, bewertet Quellen umso besser/aktueller/relevanter, je mehr die jeweilige Seite nach einem Blog ‚aussieht‘. Für die entsprechende Kategorisierung einer Internetseite werden von Suchmaschinen Variablen wie die Anzahl gegenseitiger und interner Verlinkungen, die HTML-Struktur, wiederkehrende Schlagworte in Überschriften und einiges mehr ausgewertet. Es scheint heute allerdings, als würden Blogs nicht mehr länger so gut gerankt – es scheint als liebt Google nicht länger Blogs, sondern vor allem Googleplus (Kubitz 2013).

<sup>3</sup> Weitere Informationen zu Idee, Nutzen und Umsetzung der NPO-Blogparade werden auf dem Meta-Blog <http://npoblogparade.wordpress.com> dargestellt.

<sup>4</sup> RSS (engl. Really Simple Syndication) bezeichnet ein Protokoll zur automatischen Veröffentlichung von Web-Inhalten. Über einen RSS-Feed können Web-Inhalte ohne die auf der jeweiligen Webseite vorgegebene Formatierung abonniert und über FeedReader-Dienste wie z.B. Netvibes, Fever oder TheOldReader wiedergegeben werden. RSS-Feeds vereinfachen so die Lektüre unterschiedlicher Blogs, weil diese nicht mehr einzeln über den Browser aufgerufen werden müssen, sondern neue Inhalte im personalisierten FeedReader eingesehen werden können. Das RSS-Protokoll bildet außerdem die technische Grundlage für Newsaggregatoren wie z.B. Rivva.de.

<sup>5</sup> Der Hashtag stellt eine der wohl augenfälligsten Objektivationen der Social Media Szene dar. Es handelt sich hierbei um ein Schlagwort (engl. tag), das innerhalb eines Textes mit einem Rautenzeichen (engl. hash) markiert wird, um Metainformationen über den jeweiligen Inhalt bereitzustellen.

<sup>6</sup> Die Berliner SocialBar war 2010 Gegenstand einer qualitativen Studie, die Katrin Unger und ich im Rahmen eines studentischen Forschungsprojektes durchführten. Unter dem

Titel „Wissenstransfer aus der SocialBar“ wurden Nutzungsgewohnheiten regelmäßig Teilnehmender untersucht und angelehnt an die Methodologie der Grounded Theory der Anschluss an die Theorie posttraditionaler Vergemeinschaftung formuliert. Aufbauend auf diesen Ergebnissen befasste ich mich in meiner Masterarbeit mit den Einstiegserfahrungen in die von uns so bezeichnete Social Media Szene. Der Bericht zu dieser Mikro-Studie wurde bislang nicht veröffentlicht.

<sup>7</sup> Als BarCamp wird ein Konferenzformat bezeichnet, bei dem lediglich die Struktur, nicht aber die konkreten Inhalte, für den Austausch zwischen den Teilnehmenden vorgegeben wird. Die Inhalte, die in den einzelnen ‚Sessions‘ vorgetragen, diskutiert oder bearbeitet werden, werden von den Teilnehmenden zu Beginn der Veranstaltung selbst vorgeschlagen. Die SocialBar ist eine Abwandlung dieses Formates (siehe Unger/Jähnert 2011: 4f.).

<sup>8</sup> Der Fokus auf die Gestaltung frei zur Verfügung stehender Zeit ist im Kontext der Social Media Szene ganz wesentlich. Die Veranstaltungen fallen zu großen Teilen nicht in die Arbeitszeit der Teilnehmenden. So zielen Veranstaltungen wie die SocialBar explizit auf das ‚lockere Feierabend-Netzwerken‘ und nicht vordergründig auf die Weiterbildung im Rahmen des Studiums oder einer beruflichen Tätigkeit.

## Literatur

CCCD 2012 (Hrsg.): Beiträge zur NPO-Blogparade. 16.-21. April 2012. Social Media für die Bürgergesellschaft. <http://tinyurl.com/adjn53z> [04.03.13].

*Czech, Gerald/Jähnert, Hannes* 2011: Was, wann, wie, warum: Social Media Policies für NPOs und öffentliche Verwaltung. Die wunderbare Welt. <http://tinyurl.com/bfucul4> [04.03.13].

*Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard* 2008: Social Web. Konstanz.

*Härtel, Alexandra* 2012: Einladung zur Blogparade „Social Media für die Bürgergesellschaft“, 16. bis 21. April 2012. Centrum für Corporate Citizenship Deutschland Blog. <http://tinyurl.com/a6gmt25> [04.03.13].

*Hitzler, Ronald* 1998: Posttraditionale Gemeinschaften. Über neue Formen der Sozialbindung. In: Berliner Debatte INITIAL (9/1998), 81-89.

*Hitzler, Ronald* 1999: Verführung statt Verpflichtung. Die neuen Gemeinschaften der Existenzbastler. In: Honegger, Claudia/Hradil, Stefan/Traxler, Franz (Hrsg.): Grenzenlose Gesellschaft?. Teil 1. Opladen, 223-233.

*Hitzler, Ronald/Bucher, Thomas/Niederbacher, Arne* 2005: Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute. 2. Aufl. Wiesbaden.

*Jähnert, Hannes* 2010: Echte Partizipation fördern – aber wie?! Auswertung der 19. Runde der NPO-Blogparade. Die wunderbare Welt. <http://tinyurl.com/9wmfof6> [04.03.13].

*Jenkins, Henry/Purushotma, Ravi/Weigel, Margaret/Clinton, Kati/Robinson, Alice J.* 2009: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Massachusetts.

*Knoblauch, Hubert* 2008: Kommunikationsgemeinschaften. Überlegungen zur kommunikativen Konstruktion einer Sozialform. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnographische Erkundungen. Wiesbaden, 73-88.

*Kubit, Eric* 2013: Die große Zeit der Blogs ist vorbei – meint jedenfalls Google. Content manufaktur. <http://tinyurl.com/aqr57jt> [04.03.13].

*Lutz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel* (Hrsg.) 2012: Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München.

*Mayer-Schönberger, Viktor/Zappia, Zarrino* 2012: Participation and Power: Intermediaries of Open Data. Conference Draft. Paper prepared for the 1st Berlin Symposium on Internet and Society. Oct. 25-27, 2011. Berlin.

*Muß-Merholz, Jöran* 2010: „Shift Happens“ – Was Web 2.0 für Gesellschaft und Bildung bedeutet. In: Praxis politische Bildung, 2010, Heft 2. Jöran und Konsorten. <http://tinyurl.com/d64xlxr> [04.03.13].

*Niederbacher, Arne*: Globalisierungskritiker: eine bewegte Szene. In: Hitzler-Soziologie. Modernisierung als Handlungsproblem. <http://tinyurl.com/bt8x2f6> [04.03.13].

*Röthler, David* 2010: Live im Internet – sinnvoll für NPOs. David Röthler. <http://tinyurl.com/bce7fze> [04.03.13].

*Schäfer, Erich* 2012: Bürgermedien in der digitalen Welt – partizipative Strategien. Anmerkungen aus Sicht des Changemanagements. In: Lutz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel (Hrsg.) 2012: Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München, 167-175.

*Seidenberg, Ole* 2008: NPO-Blogparade Nr. 3: Kehrseite des Web 2.0 Hypes für den Nonprofit-Sektor. Online in: SocialBlogger. <http://tinyurl.com/badu97b> [04.03.13].

*Unger, Katrin/Jähnert, Hannes* 2011: Wissenstransfer aus der SocialBar. Eine qualitative Studie zu den Nutzungsgewohnheiten von Teilnehmenden. Berlin. <http://tinyurl.com/3kghxuc> [04.03.13].

*Winter, Rainer* 2012: Politischer Aktivismus, digitale Medien und die Konstruktion einer transnationalen Öffentlichkeit. In: Lutz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel (Hrsg.) 2012: Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München, 43-51.

## OpenStreetMap – Kollaborative Bearbeitung von Onlinekarten in der Entwicklungs- und Katastrophenhilfe

Kate Chapman/Katrina Engelsted/Mark Iliffe

Der erste Gedanke gilt nicht unbedingt dem Mapping<sup>1</sup>, wenn man nach Möglichkeiten sucht, um auf humanitäre Krisen oder Naturkatastrophen zu reagieren. Allerdings vermitteln Karten, die von hilfsbedürftigen Gemeinschaften erstellt wurden, ein besseres Verständnis darüber, wo die Probleme liegen und welche Wege es gibt, diese zu lösen. *Crowdsourced<sup>2</sup> Crisis Mapping* hat sich zu einer Methode herauskristallisiert, mit der entscheidende Daten zur Vorsorge und Bewältigung von Katastrophen größeren Ausmaßes gewonnen werden können. Beim *Crisis Mapping* gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Instrumente und Ansätze. So erlauben Berichterstattungs-Tools wie Ushahidi die Sammlung unterschiedlicher Berichtsarten, einsetzbar, abhängig von den Anforderungen der jeweiligen Maßnahmen. Andere Bereiche sind stärker auf die Schaffung von Freiwilligen- oder Fachgemeinschaften ausgerichtet, die mittels *Online Volunteering<sup>3</sup>* bei der Bewältigung von Krisen helfen. Die OpenStreetMap-Gemeinschaft (OSM) war im Gegensatz zu diesen Ansätzen ursprünglich nicht auf Katastrophenhilfe fokussiert. Es zeigte sich erst im Prozess, dass das Angebot, Karten von krisenanfälligen Gebieten zu überarbeiten, auch in der Katastrophenhilfe von großem Nutzen sein kann. OpenStreetMap ist eines der führenden Crowdsourced-Mapping-Projekte, das die Beteiligung von internationalen und lokalen Akteuren fördert. OSM ermöglicht lokalen Gemeinschaften die Kartographie für Katastrophenhilfe (Philippinen), Katastrophenschutz (Indonesien) sowie die Lokalisierung von Wasserversorgung und Sanitäranlagen (Tansania) auf der Landkarte. Auf diese drei Beispiele werden wir weiter unten im Detail eingehen.

OpenStreetMap ist ein kollaboratives Online-Editing-Projekt, mit dem Ziel, eine globale,

offene Karte zu erstellen. Dies bedeutet, dass Karten editierbar und überall für jede und jeden mit einer Internetverbindung zugänglich sind. Die OpenStreetMap entsteht aus den Beiträgen der Nutzer, die diese pflegen, z.B. durch die Vermessung mit GPS-Geräten, dem Digitalisieren von Luftbildern oder mittels Integration von bereits bestehenden öffentlichen Geodaten in die Karte. Im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern, ermöglicht Open StreetMap seinen Benutzer/innen, detaillierte Informationen mit Hilfe von Labels hinzuzufügen und überall auf der Welt auf die Karten zuzugreifen. Die öffentlich zugänglichen Informationen des Projekts können insbesondere im Rahmen der Katastrophenhilfe und Krisenintervention äußerst hilfreich sein. Mittels des Einzeichnens dieser Komponenten in Karten können Regierungen und Organisationen erkennen, wo die Probleme und drängenden Fragen liegen. Das bedeutet zwar nicht unbedingt, dass Regierungen und die Zuständigen darauf immer reagieren, es ist aber ein Schritt in die richtige Richtung.

### 1 | OpenStreetMap: Vorgeschichte und Ziele

Das OpenStreetMap-Projekt wurde im Jahr 2004 von Steve Coast mit dem Ziel gestartet, eine freie Weltkarte zu schaffen.<sup>4</sup> Das Projekt basiert auf einem Wiki-System. Somit kann jede und jeder, die/der einen Account besitzt, zu OpenStreetMap etwas beitragen und fehlende Daten in die Karte einzeichnen, Fehler verbessern oder die Daten um zusätzliche Informationen erweitern. Das OpenStreetMap-Modell funktioniert nach dem Folksonomy-Prinzip<sup>5</sup>. Strukturen – wie z.B. zu erfassende Label und Konventionen der Kartographie – werden von der Gemeinschaft über Diskussionen in

Mailinglisten oder durch das OpenStreetMap-Wiki fortlaufend weiterentwickelt. Diese Flexibilität erlaubt es, dass jederzeit neue Elemente eingetragen oder weitergehende Informationen ergänzt werden können. Das ist insofern von Bedeutung, da sich die Bedürfnisse der Community ständig verändern und wachsen. Durch diese Flexibilität wird OpenStreetMap zu einem nützlichen Werkzeug bei der Katastrophenhilfe.

Die Idee, OpenStreetMap im Entwicklungs- und humanitären Kontext zu verwenden, gibt es fast schon so lange wie das Projekt selbst. Zu einer intensiven Nutzung von OpenStreetMap-Daten kam es jedoch erst infolge des Erdbebens auf Haiti im Januar 2010. Nur wenige Wochen nach dem Erdbeben lieferte OpenStreetMap die genaueste Karte von Haiti. Dies wurde durch den Einsatz von 600 Freiwilligen ermöglicht, die Informationen aus Satellitenbildern einspeisten, lizenzfreie und öffentlich zugängliche Daten von alten Karten nutzten und Ortskenntnis einbezogen. Ab März 2010 reiste das *Humanitarian OpenStreetMap Team* (HOT) nach Haiti, um der Bevölkerung beizubringen, wie sie ihre Landkarte auch während der Veränderungen, die nach dem Erdbeben stattfanden, auf dem aktuellen Stand halten können. Im August 2010 wurde HOT offiziell als Non-Profit Nichtregierungsorganisation in den Vereinigten Staaten gegründet. Heute arbeitet HOT weltweit in sieben Ländern und verfügt über ein Netzwerk von Freiwilligen, das betroffene Länder bei der Bewältigung von Naturkatastrophen und anderen Krisen unterstützt. Darüber hinaus sind weitere Organisationen und Einzelpersonen an der Nutzung von OSM innerhalb der Entwicklungs- und Katastrophenhilfe beteiligt. Dazu gehören regionale Gruppen von OpenStreetMap wie *OpenStreetMap Philippines* oder die HOT-Partnerschaft mit der *Australia-Indonesia Facility for Disaster Reduction*. Ebenso die *Ground Truth Initiative* und die *Weltbank*, die in Gemeinden wie Tandale in Tansania dabei helfen, Wasservorkommen in informellen Gemeinschaften zu kartographieren.

## 2 | Fallstudie aus den Philippinen: Katastrophenhilfe

Die Philippinen, mit einer Bevölkerung von 95 Millionen Menschen, sind eines der am häufigsten von Naturkatastrophen heimgesuchten Länder der Welt (Relief Web, 2013)<sup>6</sup>. Nach Angaben der Asiatischen Entwicklungsbank (2013)<sup>7</sup> sind 85,2 Prozent der philippinischen Wirtschaft potenziell durch Naturkatastrophen gefährdet. Mehr als die Hälfte des Landes ist wirtschaftlich der Gefahr von Überschwemmungen, Taifunen und/oder Erdbeben ausgesetzt. Diese Risiken haben sich in den letzten Jahren immer deutlicher gezeigt, nachdem die Philippinen durch Stürme und Erdbeben stark geschwächt wurden.

Im Jahr 2006 leitete der erste philippinische Eintrag von Daten in die OpenStreetMap das Projekt *OpenStreetMap Philippines* (OSM-PH) ein.<sup>8</sup> OSM-PH verfolgt die gleichen Ziele wie die größere OSM-Community. Der Schwerpunkt beim Mapping richtet sich aber nach den eigenen Bedürfnissen, so in einigen Fällen die Katastrophenvorsorge und -hilfe. Nach der Katastrophe im Jahr 2009<sup>9</sup> hat die Gemeinschaft besonderes Interesse daran, bei der Bereitstellung von Daten zu helfen. Die erzeugten Daten wurden bisher von einer Vielzahl von Hilfeleistenden wie *MapAction* und dem UN-Büro zur Koordinierung der humanitären Hilfe in Anspruch genommen. Heute wird OpenStreetMap Philippines von über 1.300 Mitwirkenden unterstützt. 80 Prozent der Daten werden von den 30 aktivsten Mitgliedern beigesteuert. Zuletzt hat OpenStreetMap Philippines nach dem Taifun Bopha im Jahr 2012 Hilfe geleistet. Durch die Bereitstellung von Daten des Satelliten SPOT Astrium waren die Hilfeleistenden in der Lage, die Angaben auf OpenStreetMap zu aktualisieren und die Situation vor Ort nach der Hochwasser-Katastrophe widerzuspiegeln.

## 3 | Fallstudie aus Indonesien: Katastrophenschutz

Ähnlich wie die Philippinen, ist Indonesien besonders durch Erdbeben, Tsunamis, Wirbel-

stürme, Überschwemmungen und verschiedene andere Natur- und humanitäre Katastrophen gefährdet. Im März 2011 begann das Humanitarian OpenStreetMap Team die Zusammenarbeit mit der *Australia-Indonesia Facility for Disaster Reduction* (AIFDR) - eine Partnerschaft zwischen der Australian Agency for International Development (AusAID) und der indonesischen staatlichen Katastrophenmanagement-Agentur (BNPB). Im Rahmen einer Pilotstudie sollte getestet werden, ob sich eine Open-Source-Plattform wie OpenStreetMap als ein Werkzeug zum Sammeln von Daten eignet. Konkret zielte das Projekt darauf ab, wesentliche Angaben zur Infrastruktur zu erheben, insbesondere die Anzahl der Schüler/innen an einer Schule, die Zahl der Ebenen in Krankenhäusern, die Materialbeschaffenheit von Gebäuden und Dächern etc.

Im September 2012 ging das Projekt in seine zweite Phase: Die Gemeindeverwaltungen in sechs risikoreichen Provinzen (West

Papua, NTT, Süd-Sulawesi, Nord-Sumatra, West- und Ost-Java) wurden darin ausgebildet, wie Daten in OpenStreetMap eingetragen und editiert werden können. Das Projekt ist bisher ein Erfolg: Über 700 Akteure der lokalen Verwaltung haben sich mit OpenStreetMap auseinandergesetzt, um nachzuvollziehen, wo im Fall einer Katastrophe relevante Infrastruktur lokalisiert ist. Dadurch lassen sich bessere Notfallpläne konzipieren, die zum Beispiel darüber Aufschluss geben, zu welchem Krankenhaus Verletzte gebracht werden können und welches Sportstadion durch die Katastrophe vertriebene Familien aufnehmen kann. In der dritten Phase hofft man, das Wissen und die Informationen, die in den letzten Jahren angesammelt wurden, zu konsolidieren und einen staatlich zertifizierten Ausbildungslehrgang für Notfallplanung zu entwickeln. Die OpenStreetMap soll dafür die Datenbasis über die relevante Infrastruktur stellen.



#### 4 | Fallstudie aus Tansania: „Ramani Tandale“ – Community Mapping<sup>10</sup>

Tandale ist eine Gemeinde von 100.000 Menschen, die in informellen Siedlungen mit einer unzureichenden Infrastruktur leben. Der Zugang der Bewohner/innen zu Wasser und zu sanitären Einrichtungen wie Toiletten und Wasserleitungen ist stark eingeschränkt. Die meisten dieser Einrichtungen sind informell und kostenpflichtig, sodass die Gemeindemitglieder ihre Notdurft auf offenem Gelände verrichten und unreines Wasser von Straßenhändlern verwenden. Im August 2011 begann die *Ground Truth Initiative* eine Zusammenarbeit mit mehreren Partnern: Twaweza, Centre For Community Initiatives (CCI), der Dar Es Salaam City Council, Ardhi Universität und dem Stadtentwicklungs- und Bildungssektor der Weltbank Afrika. Das Ramani Tandale-Projekt („Mapping Tandale“, in Swahili) brachte 25 Student/innen der Ardhi Universität für Stadt- und Regionalplanung und 20 Mitglieder der Gemeinde von Tandale zusammen. Die Student/innen absolvierten in diesem Rahmen eine obligatorische Berufsausbildung und erhielten für ihren Aufwand, ebenso wie die Gemeindemitglieder, ein kleines Gehalt.

Tandale ist einer von 23 Stadtbezirken in Dar Es Salaam und setzt sich aus sechs Ortsteilen zusammen. Zu Beginn des Ramani Tandale-Projekts wurden Gemeindevorsitzende, lokale Regierungsvertreter/innen sowie in der Gemeinde ansässige Organisationen und Partner zu einem gemeinsamen Workshop eingeladen. Im Anschluss an das Forum folgte die Eintragung der administrativen Grenzen [in die OpenStreetMap] auf Basis einer Karte vom Stadtrat. Zudem wurden sechs gemischte Arbeitsgruppen mit je 7-8 Teilnehmenden gebildet, mit gleichen Anteilen von Student/innen und Gemeindemitgliedern. In der Absicht, ein naturgetreues Spiegelbild der Realität abzubilden, ordnete sich jede Gruppe dem Ortsteil zu, der ihr am meisten vertraut war. Aufgrund des Detailreichtums der gesammelten Daten – z. B. die einzelnen Toiletten und Wasserhäh-

ne – verbunden mit dem labyrinthischen Charakter von Tandale, war lokales Wissen über das Gebiet von entscheidender Bedeutung. Im Rahmen der methodischen Arbeit von Montag bis Freitag untersuchte jedes Team sein Gebiet und erfasste kartographisch die informellen medizinischen Einrichtungen, Apotheken, Kioske, Schulen, Kultstätten, Gästehäuser, Friedhöfe, Fleischereien, Bars, Restaurants und alle weiteren Einrichtungen in Tandale. Die Landnutzung wurde in einzelne Bereiche abgegrenzt (Wohnen, Gewerbe, offene Defäkation, Industrie usw.). Dieser Schritt war vor allem wichtig, um zu verstehen, wie mit festen Abfallstoffen, Fäkalien wie auch Müll, umzugehen ist.

Nach vier Wochen hatte das Projektteam eine Landkarte von Tandale „fertiggestellt“.<sup>11</sup> Daraufhin wurden die Teilnehmer/innen erneut zu einem Workshop eingeladen und ihnen die fertigen, ausgedruckten Karten ausgehändigt. Den Gemeindemitgliedern wurde zudem technisches Equipment (z.B. Computer, GPS-Geräte) überlassen, damit eine Weiterbearbeitung der Landkarte auch in Zukunft möglich ist. Dies resultierte aus dem Gedanken, dass die Gemeinde selbst am besten dazu geeignet ist, Veränderungen in Tandale zu verfolgen, da sie diese aus erster Hand wahrnimmt und erfährt. Ende Dezember 2011 wurde die technische Ausstattung jedoch nach massiven Überschwemmungen zerstört. Die Schaffung einer Landkarte war nicht das einzige Ergebnis des Ramani Tandale-Projekts. Gleichzeitig wurde neben dem Mapping-Projekt ein gemeinschaftliches Medienprogramm mit Hilfe der Ushahidi-Plattform errichtet, das in Form von der Gemeinde verfasste Blogs, Videos und Fotos über die Gemeinde betreffende Themen berichtet.

#### 5 | Fazit

Wie bei vielen Open-Source-Technologien gibt es ein breites Spektrum an Möglichkeiten, wie diese weitere Anwendungsfelder finden können. Einerseits zielen Tools wie OpenStreet

Map darauf ab, großen Massen an Menschen eine Stimme zu geben, andererseits soll Menschen mit Zeit und Energie ermöglicht werden, denjenigen zu helfen, die keine Stimme haben (die „kartenlos“ sind). Mittels OpenStreetMap, Ushahidi, GoogleMaps und Frontline SMS werden immer mehr Menschen an der Erstellung von Karten beteiligt. Insbesondere erlaubt OpenStreetMap jeder und jedem, wichtige Informationen zu aktualisieren und auf dem neuesten Stand zu halten. Das Erstellen von Karten unter der Beteiligung vieler trägt ein hohes Potenzial in sich. Dennoch ist der Einsatz dieser Tools nicht ohne Herausforderungen, vor allem hinsichtlich ihrer Kohärenz und Vollständigkeit. Wenn viele Menschen aus unterschiedlichen Kulturen und an verschiedenen Orten zusammen Kartendaten sammeln, kommt es oft zum Problem der Kohärenz. Die OpenStreetMap-Gemeinschaft benötigt deshalb bessere Strategien der Standardisierung und Bereinigung von Daten, die, ausgehend von einer Vielzahl von kulturellen Standpunkten und von unterschiedlichen Ausgangssituationen, vor Ort in die Karte eingearbeitet werden. Eine Standardisierung von Daten, die sich über die gesamte Weltkarte erstrecken, ist schwierig. Zum Beispiel ist eine Tankstelle in den Vereinigten Staaten in der Regel eine große Anlage. In einem Land wie Indonesien kann eine Tankstelle hingegen aber ein kleiner Kiosk sein, der Kraftstoff pro Liter für Motorräder verkauft. Nur mittels Standardisierung und der Berücksichtigung unterschiedlicher Situationen vor Ort, können Daten in einer schnellen und effizienten Weise genutzt werden. Es wurden bisher einige Instrumente zur Qualitätskontrolle entwickelt, diese Tools bewältigen bisher jedoch nur einen Teil des Problems.

Indem OpenStreetMap den Wert von Lokalwissen und engagierten Gemeinschaften für die Bedeutung von Mapping-Projekten anerkennt, unterstützt OpenStreetMap eine Kultur der Partizipation. Traditionell werden Karten mit einem top-down-Ansatz geschaffen, oft durch nationale Behörden. Ein Werkzeug wie OpenStreetMap verlagert den Prozess der Kar-

tographierung von der Entscheidungshoheit einiger Weniger in die Hände der Gemeinschaft. Damit bietet dieses Tool die Möglichkeit, auf Staaten und Organisationen Druck aufzubauen und von diesen eine größere Transparenz zu verlangen. Die demokratischen und politischen Auswirkungen von Open-Source-Mapping sind auch über die Katastrophenhilfe hinaus immens. Damit diese Projekte vorankommen, muss verstärkt darauf geachtet werden, dass Ortsanässigen der Zugang zu vorhandenen Ressourcen und Technologien gewährleistet wird. Crowdsourcing-Projekte wie OpenStreetMap und Ushahidi tragen dazu bei, dass Teilhabe an diesem Prozess ermöglicht wird.

*Kate Chapman* ist Gründerin und Direktorin des Humanitarian OpenStreetMap Teams in Arlington, VA, United States. Kontakt: [kate.chapman@hotosm.org](mailto:kate.chapman@hotosm.org).

*Katrina Engelsted*, Humanitarian OpenStreetMap Team (HOT), ist Freiwillige in Jakarta, Indonesien. Kontakt: [katrina.engelsted@hotosm.org](mailto:katrina.engelsted@hotosm.org).

*Mark Iliffe* ist Doktorand am Horizon/Nottingham Geospatial Institut an der Universität Nottingham. Kontakt: [mark@markiliffe.co.uk](mailto:mark@markiliffe.co.uk).

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Als „Mapping“ wird das Eintragen von Kartendaten verstanden, die z.B. über GPS erfasst werden. Zugleich bedeutet „Mapping“ als Synonym für Kartographie auch die Erstellung von Karten.
- <sup>2</sup> Crowdsourcing ist ein Prozess, bei dem dezentralisierte Gruppen von Menschen zusammenarbeiten, um eine Aufgabe zu erfüllen oder ein Problem zu lösen. Es gibt viele vergleichbare Projekte, die sich im Umfang an Teilnehmer/innen, den Mengen an verarbeiteten Informationen sowie in ihren Zielen unterscheiden. Die Verteilung von Aufgaben durch Crowdsourcing kann auch bei der

Katastrophenhilfe und -vorsorge zu einer führenden Methode werden, z.B. durch eine detailliertere Berichterstattung von Entwicklungsprojekten, dem Mapping von gefährdeten Gebieten zur Katastrophenvorsorge sowie zur Unterstützung von humanitärer Hilfe während der Katastrophenbewältigung.

<sup>3</sup> „Online Volunteering“ kann übersetzt werden als das freiwillige Engagement, das mit Hilfe des Internets abgewickelt wird [Anmerkung der Übersetzung].

<sup>4</sup> Siehe <http://wiki.openstreetmap.org/wiki/History>.

<sup>5</sup> [Anmerkung der Herausgeberin] „Social Tagging ist eine Form der freien Verschlagwortung (Indexierung), bei der Nutzer von Inhalten die Deskriptoren (Schlagwörter) mit Hilfe verschiedener Arten von sozialer Software ohne Regeln zuordnen. Die bei diesem Prozess erstellten Sammlungen von Schlagwörtern werden Folksonomien genannt.“ Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Folksonomy> [Entnommen am 08.06.2013].

<sup>6</sup> International Organization for Migration (IOM). „Building resilience to disaster in one of the world's Most Disaster-Prone Count-

ries“. In: Relief Web, January 28, 2013. Unter <http://reliefweb.int/report/philippines/building-resilience-disaster-one-worlds-most-disaster-prone-countries> [24.02.2013].

<sup>7</sup> „Special Evaluation Study on ADB's Response to Natural Disasters and Disaster Risks. Special Evaluation Studies.“ Unter <http://www.adb.org/documents/special-evaluation-study-adbs-response-natural-disasters-and-disaster-risks>.

<sup>8</sup> Siehe <http://wiki.openstreetmap.org/wiki/Philippines/Timeline>.

<sup>9</sup> [Anmerkung der Herausgeberin]. Die Taifun-Saison 2009 wird als eine der zerstörerischsten seit Jahrzehnten gewertet. Quelle: [http://en.wikipedia.org/wiki/Effects\\_of\\_the\\_2009\\_Pacific\\_typhoon\\_season\\_in\\_the\\_Philippines](http://en.wikipedia.org/wiki/Effects_of_the_2009_Pacific_typhoon_season_in_the_Philippines) [Entnommen am 11.06.2013].

<sup>10</sup> Unter Community Mapping versteht man das Kartographieren des gemeinsamen Landbesitzes von Gemeinden [Anmerkung der Übersetzung].

<sup>11</sup> Die Autor/innen gehen davon aus, dass Vollständigkeit bei Karten relativ ist.

## Patienten und Versicherten eine Stimme geben

Christoph J. Rupprecht/Clarissa Schulte

Im Gesundheitswesen sind die Informationsasymmetrien ausgesprochen stark ausgeprägt. Dies gilt insbesondere für das Arzt-Patienten-Verhältnis. Der souveräne Patient ist nur punktuelle Realität. Die Stimme des Versicherten und Patienten findet meist zu wenig Gehör, oft bleiben die persönlichen Erfahrungen mit der Gesundheitsversorgung<sup>1</sup> und damit Chancen für eine Verbesserung ungenutzt. Ziel und kontinuierliches Kennzeichen der Gesundheitsreformpolitik seit 1998 war es, die Rechte und

Rolle der Patienten und ihrer Interessensvertretungen zu stärken. Das beinhaltet unter anderem die Einbeziehung von Patientenvertretern auf der Ebene der gemeinsamen Selbstverwaltung (z. B. Gemeinsamer Bundesausschuss), die Einrichtung des Amtes eines Patientenbeauftragten und zuletzt ein erster Aufschlag zu einem Patientenrechtegesetz.

Parallel haben institutionelle Einrichtungen wie Selbsthilfegruppen, Organisationen wie die Unabhängige Patientenberatung und Verbrau-

cherzentralen an Beratungs- und Informationskompetenz sowie Einflussnahmemöglichkeiten gewonnen. Auch Krankenkassen unternehmen als Vertreter ihrer Versicherten viel, um Versicherte und Patienten durch Information und Beratung auf vielfältige Weise zu unterstützen. Umgekehrt sind auch Tendenzen feststellbar, dass „aufgeschlossene“ Krankenkassen punktuell Betroffenenkompetenz für die Verbesserung der Gesundheitsversorgung nutzen.

Patienten und Versicherte brauchen daher geeignete qualitätsgesicherte Instrumente zur Bewertung, zur Information und zur Beteiligung. Ein bemerkenswertes Beispiel dafür ist die systematische Erfassung der Patientenzufriedenheit mit der Behandlung im Krankenhaus<sup>2</sup> und der Arztbehandlung im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen der Weißen Liste<sup>3</sup> und den Krankenversicherungen. Die schriftliche Befragung nach einem Krankenhausaufenthalt umfasst etwa 16 Fragen<sup>4</sup> und wird von circa 40 Prozent der befragten Patienten beantwortet. Die Ergebnisse werden auf der jeweiligen Homepage der Weißen Liste und der beteiligten Krankenkassen veröffentlicht und sind allgemein einsehbar. Damit geben diese Ergebnisse allen anderen suchenden Patienten eine Orientierungshilfe, indem sie Erfahrungen mitteilen bzw. Empfehlungen aussprechen. Dieser Ansatz folgt dem Prinzip „Versicherte helfen Versicherten“. Das kann als ein klassischer Wiki-Ansatz<sup>5</sup> angesehen werden. Die Weiße Liste und die beteiligten Krankenkassen bieten dafür den geeigneten wissenschaftlichen Rahmen bzw. eine seriöse Plattform.

Die AOK ergänzt diese systematisch aufbereiteten Erfahrungen von Patienten mit Auswertungen aus Routinedaten, die zum Beispiel bei bestimmten Operationen Auskunft geben über die Komplikationsraten des Krankenhauses ein Jahr nach dem Krankenhausaufenthalt. Bei der Nutzung des Internets zur Beschaffung und zum Gebrauch von Gesundheitsinformationen gehören die Deutschen bisher eher zu den „Internetmuffeln“. Während in der Hotelbranche, der Gastronomie und vielen

anderen Bereichen Bewertungen inzwischen üblich (wenn auch nicht immer seriös) und solche Wiki-Ansätze teilweise ausgesprochene „Selbstläufer“ sind, ist das im Gesundheitswesen derzeit noch nicht der Fall.

In den Niederlanden scheint die Entwicklung etwas weiter voran geschritten zu sein. Dort ist etwa 83 Prozent der Bevölkerung online, circa 87 Prozent der Versicherten suchen nach medizinischer Information, 31 Prozent der Patienten befragen Google bevor sie ihren Hausarzt besuchen, 34 Prozent vertrauen auf die Erfahrungen anderer Leute über die Gesundheitsversorgung.<sup>6</sup> Auch gibt es Arztbewertungsportale oder Selbsthilfeportale wie *PatientsLikeMe*. Die „Zorgkaart Nederland“ ist eine Initiative des niederländischen Patienten- und Verbraucherverbands<sup>7</sup> (NPCF), der insofern von den niederländischen Krankenkassen bezahlt wird.

Bei der Etablierung solcher neuen medialen Beteiligungsformen und Instrumente im Gesundheitsbereich wird hierzulande gelegentlich unterschätzt, dass es sich um eine relativ junge Kultur und Praxis der Mediennutzung handelt, die ein dynamisches Lernen aller Beteiligten beinhaltet. Es ist folglich davon auszugehen, dass sich mit wachsenden Erfahrungen der Nutzung die Einstellung und Bewertung der Akteure gegenüber diesen neuen sozialen Kommunikationsformen wie auch ihr konkreter praktischer Umgang mit ihnen ändern werden. Diese Entwicklungen stehen erst am Anfang. Seriöse Kommunikationsplattformen können ein geeignetes Instrument sein, um die Dialogorientierung und eine systematische Rückkoppelung zwischen Krankenkassen, Versicherten und Patienten in einer neuen Qualität<sup>8</sup> zu ermöglichen. Für Krankenkassen als Interessensvertreter der Versicherten und Patienten könnte dies als eine wichtige Aufgabe begriffen werden, deren Bedeutung nicht unterschätzt werden sollte. Für Krankenkassen ist – wie für jedes andere Unternehmen auch – eine solche Rückkoppelung selbst sehr anspruchsvoll und kann die Organisation vor

neuen Anforderungen stellen. Doch diese Anstrengung dürfte sich lohnen: Ziel von Partizipation und Beteiligung ist es, die Eigenkompetenz und Selbstbestimmung von Versicherten und Patienten zu stärken, aber auch den Patienten und Versicherten eine Stimme zu verleihen. Eine Stimme, die dazu beiträgt, die Gesundheitsversorgung patientenzentrierter und besser zu machen.

*Christoph J. Rupprecht* ist Leiter des Stabsbereichs Gesundheitspolitik/ Gesundheitsökonomie der AOK Rheinland/Hamburg. Kontakt: christoph.rupprecht@rh.aok.de.

*Clarissa Schulte* ist Referentin für Gesundheitspolitik/ Gesundheitsökonomie der AOK Rheinland/Hamburg. Kontakt: clarissa.schulte@rh.aok.de.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Das Thema „Gesundheit“ gewinnt in einer alternden Gesellschaft massiv an Bedeutung; Patienten wollen schon heute und in Zukunft noch viel mehr mitreden. Die Internetsuche nach Informationen, auch bei den älteren, sogenannten „silversurfer“, nimmt zu, ebenso wie der Wunsch, sich untereinander auf verschiedenen Plattformen auszutauschen.

<sup>2</sup> Patients' Experience Questionnaire (PEQ). Mit Hilfe dieses Kurzfragebogens können Patientenerfahrungen im Krankenhaus vergleichbar gemacht werden.

<sup>3</sup> Zusammenschluss von BAG Selbsthilfe, der Paritätische, Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen, VdK, Verbraucherzentrale Bundesverband und der Bertelsmann Stiftung.

<sup>4</sup> Er misst die Beziehung zum Arzt/Pflegepersonal, Information durch den Arzt/das Pflegepersonal, Organisation und Management Service, fachliche Expertise von Arzt bzw. Pflegepersonal, Behandlungserfolg und Weiterempfehlungsbereitschaft.

<sup>5</sup> Für die AOK Rheinland/Hamburg, die sich als erste Krankenkasse an der Weißen Liste hinsichtlich der Messung der Patientenzufriedenheit im Krankenhaus beteiligte und damit den Krankenhausnavigator mit auf dem Weg brachte, war es ein grundsätzliches Anliegen, dass ein solcher Patients' Experience Questionnaire sowie das Portal methodisch und wissenschaftlich den besten Standard aufweisen. Das Portal sollte von vornherein auf einen bundesweiten und kassenartenübergreifenden Ausbau angelegt sein. Heute ist neben den AOKs auch die Barmer Ersatzkasse daran beteiligt.

<sup>6</sup> TNS NIPO 2008.

<sup>7</sup> Nederlandse Patienten Consumenten Federatie (NPCF). Das ist die größte Vereinigung von Patienteninteressen in den Niederlanden und ist in etwa in der Machtposition und dem Organisationsgrad vergleichbar mit dem ADAC in Deutschland.

<sup>8</sup> Durch das Angebot einer geeigneten Strukturierung kann die sogenannte „einfache Schwarmintelligenz“ weit übertroffen werden.

## Analyse

### Umarmter Protest. Tafeln zwischen Charityformat und Bewegungsanspruch

#### 20 Jahre Tafeln in Deutschland

1993 wurde die erste Tafel in Berlin gegründet (vgl. Werth 1998). Kaum ein anderes Phänomen rückte in den letzten Jahren stärker ins öffentliche Bewusstsein. Im ‚Jubiläumsjahr‘ 2013 werden die Tafeln meist als Erfolg gefeiert – auch wenn erste Forschungsprojekte zwischenzeitlich Paradoxien und Folgekosten aufdecken konnten.

Die Tafeln beziehen sich in ihrer Selbstbeschreibung häufig auf einen Presseartikel im Stern, in dem sie anlässlich ihres 10jährigen Bestehens als „soziale Bewegung“ bezeichnet werden (o.A. 2003).<sup>1</sup> Diese Etikettierung erzielte deshalb eine erstaunliche Resonanz, weil sie eine hohe Legitimationskapazität beinhaltet. Ziel dieses Beitrags ist es daher, zu hinterfragen, ob Tafeln tatsächlich eine ‚soziale‘ Bewegung sind bzw. sein können. Grundsätzlich wird dies bezweifelt, da das Protestpotenzial der Tafeln gerade durch den hohen affirmativen Charakter ihrer Charityaktivitäten immer wieder neutralisiert wurde.

#### Tafeln zwischen Charity und Bewegung

In der Begleitforschung werden Tafeln meist als ein postdemokratisches Charityformat klassifiziert (Selke 2013).<sup>2</sup> Tafeln widersprechen in einigen Punkten der Idee sozialer Bewegungen (vgl. Rucht/Neidhardt 2003, 2009, Raschke 1987a, b), von denen hier lediglich einige herausgegriffen werden: Protestpotenzial, Veränderungsziel, Legitimationskapazität sowie Organisationsform.

Der Beitrag der Tafeln beschränkt sich in Präsentation und Affirmation bestehender Verhältnisse. Von ihnen geht weder ein weitreichender Veränderungsanspruch noch eine Vision zur Transformation der Gesellschaft aus. Da eine Politisierung der Tafelbewegung

bislang abgelehnt wird,<sup>3</sup> bietet sie kein alternatives soziales Problemlösungspotenzial. Tafeln verfolgen einen *Zweck* (Lebensmittel retten und transportieren) aber kein klar artikulierbares *Ziel*. Allein die Verteilung von Überschüssen ist noch kein Ziel, da es keinen Endzustand gibt, der sich erkennbar von einem Anfangszustand unterscheidet. Ein operationalisierbares Erfolgskriterium kann es innerhalb dieser reinen logistischen Sachlogik daher nicht geben.<sup>4</sup>

In den letzten Jahren fällt die Modifikation der zentralen Legitimationsstrategie der Tafeln innerhalb einer großen Allianz der Lebensmittelretter auf. Von der frühen *sozialen* Strategie (Hilfe für Wohnungslose) haben sie sich verabschiedet und setzen verstärkt auf eine *ökologische* Strategie, innerhalb derer sie sich zunehmend als Umweltbewegung stilisieren (Häuser 2011: 112). Die Paradoxie besteht darin, dass eine Reduzierung der Überflussmenge bei Lebensmitteln dennoch nicht zu einer Senkung der Armutsquote führt (Fischer 2013). Trotzdem bleibt dieser Rationalitätsmythos für die Tafelaktiven handlungsleitend.

Auch wenn sich die Tafeln nach wie vor als „Laienbewegung“ sehen, ist die Organisationsform der Tafeln weder offen noch informell (vgl. Rucht/Neidhardt 2003: 541). Vielmehr beherrscht ein zentralistisch organisierter ‚Bundesverband Deutsche Tafel e.V.‘ als Lobbyverband seit 1995 die Domäne der Lebensmittelausgaben und verbreitet die (vermeintlich eigene) Tafelidee unter vielfältigen Auflagen (rechtlich geschützter Markenname, Exklusivverträge mit bestimmten Supermärkten und Sponsoren, regionaler Gebietsschutz). Nur Initiativen, die Mitglied in diesem Bundesverband sind, profitieren von mit Wirtschaftsunternehmen ausgehandelten Vergünstigungen (Kühlfahrzeuge, Handyverträge etc.). Hilfe im Bereich von Lebensmittelausgaben wird damit innerhalb einer Armutsökonomie marktförmig monopolisiert. Statt Kritik an bürokratischen Organisationsformen zu üben, werden selbst ‚kleine Bürokratien‘ durch Bedürftigkeitsprüfungen, Mengenkontrollen, Abwesenheitsregeln u.v.m. etabliert. Diese Organisationsmodelle entspringen

gen der Eigenlogik der Tafeln und verhalten sich dissonant zu den lebensweltlichen Erwartungen der Tafelnutzer. Deren Emanzipation spielt bei den Tafeln gerade keine tragende Rolle. Vielmehr geraten Tafelnutzer in fremdbestimmte Abhängigkeitsverhältnisse innerhalb eines volatilen Systems, das keine Garantien (bzgl. Qualität/Quantität der Ware) machen kann. Dies wird zunehmend auch unter der Perspektive nicht realisierter Menschenrechte betrachtet. Tafelangebote und die Höhe der Regelsätze – das sind zwei Seiten einer Medaille. Der Weg der Tafelbewegung, voraussehlend Kompensationsleistungen für zu geringe Regelsätze zu bieten, wird in diesem Zusammenhang zunehmend als Holzweg erkannt.

### Umarmung statt Eindämmung

Kennzeichen der Tafeln ist ein besonders harmonisches Verhältnis zu den Funktionssystemen Medien, Wirtschaft und Politik. Widerstände, wie sie echte soziale Bewegungen erdulden müssen (vgl. Raschke 1987b: 120), haben die Tafeln eher nicht zu erwarten. Seit Beginn ihrer Aktivitäten – und besonders seit Gründung des Bundesverbandes (1995/96) – erfahren Tafeln Umarmung statt Eindämmung. Dies begründet ihr unauflösbar ambivalentes Selbstverständnis zwischen dem barmherzigen Almosensystem einerseits und dem Eintreten für soziale Gerechtigkeit andererseits.<sup>5</sup>

Zwar äußern Tafeln rhetorisch Protest. Aber diese regelmäßigen Bekundungen können wenig ernst gemeint sein, wenn in Rechnung gestellt wird, dass sich die Tafelbewegung von lokalen Politikern bis hin zu Ministerien (BMFSFJ) unter Schirmherrschaften stellen und auch ökonomisch unterstützen lässt.<sup>6</sup> Tafeln stehen Tür und Tor weit offen. Da sie grundsätzlich nicht beabsichtigen, die Verhältnisse zu verändern (vgl. Rucht/Neidhardt 2003: 540), müssen sie keine Kontrolle oder Eindämmung befürchten.

Vor diesem Hintergrund ist es spannend, einen klassischen Text neu zu lesen, der zeitgleich mit der Institutionalisierung der Tafeln entstand. Luhmann (1996: 176) spricht in sei-

ner Analyse von Protestbewegungen davon, dass diese ihre Struktur durch Herstellung von Distanz zur Gesellschaft herstellen müssen. Dabei stellt sich jedoch die Frage, inwieweit gerade Tafeln überhaupt ein Protestprogramm verfolgen können, das über „Unzufriedenheitsäußerungen“ und „Situationskommentierungen“ (ebd.: 179) hinausgeht. Können Tafeln den „Finger in die Wunde legen“ wie immer wieder behauptet wird (vgl. Häuser 2011: 116)? Oder sind sie vielmehr selbst Teil des Kontrollsystems geworden? Dies würde bedeuten, dass distanzierter bzw. engagierter Protest von außen gar nicht (mehr) möglich ist. Kritik hätte dann eher die Funktion eines eingespielten Rituals, das der beidseitigen Bestätigung der je eigenen gesellschaftlichen Rollen dient.

Bei Protest muss es sich um „eine sehr moralisch getönte Kommunikation“ (Luhmann 1996: 191) handeln. Indem Moralisierung zu einem neuen kulturellen Referenzrahmen wurde (vgl. Stehr 2007), erweisen sich die Tafeln im höchsten Maße kommunikativ anschlussfähig an die Funktionssysteme Medien, Wirtschaft und Politik. Darin wird es gegenwärtig immer einfacher, öffentliche Sympathie für symbolische Armutslinderungsmaßnahmen zu erzielen, als eine breite Legitimationsbasis für nachhaltige Armutsbekämpfung. Daher drängt sich die Sichtweise auf, dass die Tafeln mittlerweile erfolgreich in alle drei Systeme eingebaut wurden – auch wenn dies der Selbstwahrnehmung der Tafeln widerspricht. Das Protestpotenzial der Tafeln kann daher in Anlehnung an Tuider (2008) als „umarmter Protest“ bezeichnet werden. Es ist vorhanden, aber es nutzt Dritten.

Ein Widerspruch der Tafeln besteht darin, dass sie zwar als Charityformation keinen legitimen Protest äußern können, dies aber aufgrund ihres Selbstbildes als soziale Bewegung gerne tun würden. Diese Paradoxie kann aus systemtheoretischer Perspektive aufgelöst werden, denn für Luhmann (1996: 184f.) liegt die Funktion sozialer Bewegungen darin, dass hierdurch die Gesellschaft ihre eigene Negation in Form einer Selbstbeschreibung mit auf-

nehmen kann. Tafeln zeigen also, was anders sein könnte. Was daraus gerade *nicht* folgt, ist der Wille oder die Fähigkeit, Probleme selbst ursächlich zu bekämpfen. Tafeln liefern lediglich eine (zeremonielle) Form der Selbstbeschreibung als Signatur der Gegenwarts-gesellschaft. Als umarmte Negation in der äußeren Form einer langanhaltenden Charity-veranstaltung sind sie daher beliebt, gerade weil so substantielle Änderungen ausbleiben können.

Ähnlich wie andere Autoren geht Luhmann (ebd.: 188) davon aus, dass der Kristallisationskeim einer Protestbewegung sozial aggregierte Enttäuschungserlebnisse sind. Daher stellt sich die Frage, *wessen* Enttäuschungserlebnisse zur Gründung der Tafeln führten. Die Enttäuschungserlebnisse der Armutsbetroffenen, die (abgesehen von den schnell abgeflauten Hartz-IV-Montagsdemos) keinerlei nachhaltige Form fanden, obwohl sie millionenfach vorhanden sind, können es jedenfalls nicht gewesen sein. Die Tafelbewegung ist also gerade *keine* Bewegung, die sich aus unmittelbarer Betroffenheit heraus gründete. Luhmann (ebd.: 189) macht deutlich, dass dies eher der Normalfall als die Ausnahme ist: „Diejenigen, die durch Ausschluss, durch wirklich harten Ausschluss betroffen sind, sind also nicht die Keimzelle von sozialen Bewegungen, sondern das sind Leute, die davon gehört haben, die nicht selber ausgeschlossen sind, die andere Arten von Lebensproblemen zu bewältigen haben. Also vorrangig geht es um Probleme der eigenen Karriere.“ Somit werden bei Tafeln die Karrieren der (ehrenamtlichen) Helfer und nicht die Teilhabechancen der Armutsbevölkerung verhandelt. Durch die ökologische Legitimationsstrategie wird diese Paradoxie noch verstärkt: Aus der Fokussierung auf Lebensmittelverschwendung als manifeste gesellschaftliche Dysfunktion resultiert ein direkt empfundener Arbeitsauftrag. Aus der nur latenten Dysfunktion Armut leitet sich lediglich *das Feld* für die Umsetzung dieses Auftrags ab. Oder mit Luhmann (ebd.: 207): „Das erlaubt eine gewisse Unschuld des Operierens ‚um der Sache willen‘“.

Im Resonanzraum der Tafeln – den Medien, der Wirtschaft und der Politik – kommt dieses Operieren jedoch gut an (vgl. Witt 2011). Schleichend wurden die Tafeln in diese Funktionssysteme absorbiert: Für die Medien sind sie ein Vorzeigemodell für personalisierbares bürgerschaftliches Engagement. Für die Wirtschaft dienen sie als Dauerbeleg für eigene gesellschaftliche Verantwortung. Und für die Regierenden sind sie eine willkommene Entsprechung der eigenen Prämisse einer innovativen „Engagementpolitik“ (BMFSFJ). Gleich dreimal erfüllen Tafeln somit eine symbolische Repräsentationsfunktion. Die Aufnahme in die Funktionssysteme zeigt sich in den Medien anhand zahlreicher inszenierter „Pseudoereignisse“ (vgl. Luhmann 1996: 212), wie z.B. Lebensmittelwetten durch prominente Politiker. Sie erstellen Wirkungsbilanzen wie gewinnorientierte Unternehmen und operieren dabei nach marktförmigen Expansionslogiken. Und sie setzen wie das politische System Machtansprüche in ihrem Aktivitätsfeld durch. Die Tafelbewegung hat die zentralen Codes bzw. Logiken der Funktionssysteme übernommen, von denen sie umarmt wird: Aufmerksamkeit, Gewinnstreben und Macht.

### Transformation der Tafeln?

Der innerhalb der Tafelbewegung geäußerte Protest ist defensiv (vgl. Rucht/Neidhardt 2003: 540). Grundsätzlich wird hier bezweifelt, dass Tafeln (außer im umgangssprachlichen und euphemistischen Sinn) als ‚soziale‘ Bewegungen bezeichnet werden können. In Anlehnung an die von Raschke (1987a: 26ff.) vorgeschlagene Abgrenzung wird vielmehr vorgeschlagen, von Tafeln als einem „fluiden kulturellen Phänomen“ zu sprechen, das „keine relevanten strukturellen Veränderungen der Gesellschaft“ anstrebt. Die drei zentralen Kennzeichen der Charityformation Tafeln – hohe symbolische Repräsentation, gewinnorientierte Marktlogik und expansive Machtansprüche – zeigen exemplarisch die Interessen der Tafeln innerhalb einer neuen Armutsökonomie.

Gerade deshalb soll abschließend gefragt werden, ob und wie eine Transformation der Tafelbewegung aussehen könnte, die dieser dreifachen Umarmung entkommen kann. Denn die Tafeln sind zwar keine soziale Bewegung, sie haben aber das Potenzial dafür.

Ein Ende der Tafelbewegung durch geplante Selbstauflösung ist nicht in Reichweite. Die immer wieder bemühte Rhetorik von der eigenen „Überflüssigkeit“ erweist sich lediglich als rituelles Format institutioneller Kontingenzbewältigung. Praktisch ist ein hoher Verstetigungs- und Institutionalisierungsgrad ersichtlich – die Tafeln sind zu einem System geworden. Dennoch ist als Alternative zur Fortsetzung des ewig Gleichen die Transformation in eine Nachfolgebewegung denkbar, bei der das tafeltypische Aktivitätspotenzial in eine neue Identität überführt wird (vgl. Raschke 1987b: 123). Zwei Elemente fehlen hierfür indes: Erstens die Integration der Tafelnutzer als gleichberechtigte Akteure innerhalb der Tafelbewegung. Zweitens die von gegenseitigem Respekt getragene Zusammenarbeit mit nicht-affirmativen Gegenpräsentationen bei Betroffenenverbänden, Nichtregierungsorganisationen und kritischen Beobachtern. Als Beispiel kann auf das „Kritische Aktionsbündnis 20 Jahre Tafeln“ ([www.aktionsbuendnis20.de](http://www.aktionsbuendnis20.de)) verwiesen werden. Es verfügt über weitreichende Ziele und einen artikulierten Veränderungswillen, über hohe systemische Integration unter Armutsbetroffenen sowie über eine breite Legitimation entlang einer erkennbar sozialen Frage. Gerd Häuser (2011: 116) nannte die Tafeln immerhin jung und „lernfähig“. Es bleibt abzuwarten, ob und wie aufgeschlossen die Tafeln gegenüber derartigen Ideen und Formationen sind.

*Stefan Selke* ist Soziologe und vertritt das Lehr- und Forschungsgebiet „Gesellschaftlicher Wandel“ an der Hochschule Furtwangen. Er leitet das Forschungsprojekt „Tafel-Monitor“ und ist Mitbegründer des „Kritischen Aktionsbündnisses 20 Jahre Tafeln“

([www.aktionsbuendnis20.de](http://www.aktionsbuendnis20.de)). Kontakt: [www.stefan-selke.de](http://www.stefan-selke.de).

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Wörtlich heißt es dort unter der Überschrift „Tafelfreuden“: „Eine großartige Idee feiert Geburtstag. Vor zehn Jahren wurde die erste ‚Tafel‘ gegründet. Inzwischen engagieren sich Tausende bei einer der größten sozialen Bewegungen Deutschlands“ (o.A. 2003: 97).
- <sup>2</sup> Ich danke an dieser Stelle Luise Molling für ihre Anregungen, die in diesen Artikel eingeflossen sind.
- <sup>3</sup> So weist Gerd Häuser (Bundesvorsitzender der Tafeln) anlässlich seines Vortrags auf dem 1. Interdisziplinären Tafelsymposium 2010 auf seine eigenen Enttäuschungserlebnisse als Gewerkschafter und Politiker hin und macht deutlich, dass er die Aufgabe der Tafeln in der Möglichkeit zu praktischer Hilfe sieht (Häuser 2011: 115).
- <sup>4</sup> Die Paradoxie besteht gerade darin, dass die Tafeln den Zuwachs an „Kunden“ und die Steigerung ihrer „Transportleistungen“ als vermeintlichen Erfolg ausgeben müssen, da ihnen andere Erfolgsparameter fehlen.
- <sup>5</sup> Gleiches gilt auch für die Trägerinstitutionen rund der Hälfte der Tafeln bei AWO, Caritas und Diakonie.
- <sup>6</sup> Zahlreiche Tafeln erhalten inzwischen Mietkostenzuschüsse von den Kommunen bzw. Zuschüsse zu KFZ- oder Müllsteuern sowie Unterstützungen bei der Finanzierung von Mitarbeiter/innen. Von einer Unabhängigkeit von staatlichen Stellen, wie noch von Häuser (2011: 117) bekundet, kann also keine Rede sein.

## Literatur

- Fischer, Ludger* 2013: Von Müllvermeidung wird kein Mensch satt. In: *Journal Culinare*, 3. In Vorbereitung.
- Häuser, Gerd* 2011: Die Wirkung der Tafeln aus der Sicht des Bundesverbandes. In: Selke, Stefan/Maar, Katja (Hg.): *Transforma-*

tion der Tafeln. Aktuelle Diskussionsbeiträge aus Theorie und Praxis der Tafeln. Wiesbaden: VS, 109-120.

*Luhmann, Niklas* 1996: Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

o.A. 2003: „Tafelfreuden“. In: STERN, 50, 97ff.

*Raschke, Joachim* 1987a: Zum Begriff der sozialen Bewegung. In: Roth, Roland/Rucht, Dieter (Hg.): Neue soziale Bewegungen in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt a.M.: Campus, 19-29.

*Raschke, Joachim* 1987b: Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriss. Frankfurt a.M.: Campus.

*Rucht, Dieter/Neidhardt, Friedhelm* 2003: Soziale Bewegungen und Kollektive Aktionen. In: Joas, Hans (Hg.): Lehrbuch der Soziologie. Frankfurt a.M.: Campus, 553-556.

*Rucht, Dieter* 2009: Neue soziale Bewegungen. In: Andersen, Uwe/Woyke, Wichard (Hg.): Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: VS, 464-468.

*Selke, Stefan* 2013: Schamland. Die Armut mitten unter uns. Berlin: ECON.

*Stebr, Nico* 2007: Die Moralisierung der Märkte. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

*Tuider, Elisabeth* 2008: Umarmter Protest. Soziale Bewegungen in Mexiko zwischen diskursiver Vereinnahmung und eigensinniger Widerstandsfähigkeit. In: Eickelpasch, Rolf/Lobato, Philipp Ramos/Rademacher, Claudia (Hg.): Metamorphosen des Kapitalismus - und seiner Kritik. Wiesbaden: VS, 239-252.

*Werth, Sabine* 1998: Die Tafeln in Deutschland. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Heft 2, 68-73.

*Witt, Rainer* 2011: Die Dienstleistung der Tafeln als Premiummarke. In: Selke, Stefan/Maar, Katja (Hg.): Transformation der Tafeln. Wiesbaden: VS, S. 85-102.

## ANALYSE

### Was ist eine resiliente Gesellschaft?

#### Plädoyer für ein neues Konzept sozialer Zukunftssicherung in Krisenzeiten

#### Der Resilienzbegriff im Kontext sozialer Innovations-Bewegungen

Ob Schuldenkrise, Klimawandel, wachsende soziale Ungleichheit, Instabilität der Finanzmärkte oder Energieversorgungssicherheit - im Zeitalter der Globalisierung sehen sich die Gesellschaften von heute vielfältigen Herausforderungen gegenüber. Bislang hielten Forschung und Politikberatung dabei ihren Blick auf „Risikofaktoren“ gerichtet. Demgegenüber bestehen aber noch kaum Erkenntnisse über „Schutzfaktoren“, die eine Gesellschaft befähigen, mit einer komplexen und ungewissen Umwelt umzugehen und flexibel Krisen zu widerstehen. Ein Perspektivenwechsel weg von der Frage „Wie entstehen Krisen und wie reagiere ich auf sie?“ hin zur Frage „Wie entsteht Gesundheit und wie entwickle ich Widerstandsfähigkeit gegenüber Krisen?“ wurde aber bereits in den 1970er Jahren in der Pädagogik angestoßen. Sie wird inzwischen auch auf Unternehmens- und zum Teil auf Stadtkontexte übertragen. Einen wesentlichen Beitrag leistet hierbei der zunehmend im Nachhaltigkeitsdiskurs Fuß fassende Begriff der „Resilienz“ (lat. „resilire“ = abprallen). Oft übersetzt mit „Widerstandsfähigkeit“ oder „Zukunftsfähigkeit“, wird Resilienz zumeist verstanden als die Fähigkeit eines Systems, Krisen durch Rückgriff auf eigene Ressourcen zu meistern und als Anlass für Entwicklungen zu nutzen.

Der Resilienzbegriff wurde in den 1950er Jahren in den Naturwissenschaften eingeführt und danach in der Psychologie und Pädagogik übernommen. Eine der bekanntesten Anwendungen ist die Langzeitstudie der Entwicklungspsychologin Emmy E. Werner, um zu erklären, warum einige Kinder der Hawaii-Insel Kauai, die unter extrem widrigen Umständen

aufwuchsen, dennoch später zu gesunden und selbstbewussten Persönlichkeiten heranreiften. Seither erforschen Psychologen mit dem Resilienz-Konzept, welche Faktoren zusammentreffen müssen, dass Menschen an Krisen- und Traumasituationen nicht zerbrechen.

Seit etwa Ende der 1990er Jahre wird der Resilienz-begriff auch auf Unternehmenskontexte angewandt. Seitdem wird bis heute in den USA und Europa mit wachsendem Interesse der Frage nachgegangen: Welche Kriterien muss eine Organisation erfüllen, um so robust zu sein, unvorhersagbare Krisensituationen (die „Schwarzen Schwäne“) auszuhalten? Zu den bekanntesten Studien gehören die Beiträge von Karl E. Weick & Kathleen M. Sutcliffe (sie gelten als die Pioniere) und von Annette Gebauer & Ursula Kiel-Dixon (sie brachten das Konzept in den 2000er Jahren nach Deutschland). Beide Teams erforschten die Organisationsstrukturen sogenannter „High Reliability Organizations“ (HRO), sprich: von Organisationen, die in einem unklaren und wechselhaften Krisenumfeld operieren (wie z.B. Militär- oder Feuerwehr).

Eines von vielen wichtigen Kriterien von HROs ist eine Fehlerkultur, die sich nicht auf Schuldzuweisungen beschränkt, sondern aktiv nach Fehlerquellen sucht, um aus ihnen für die Zukunft zu lernen. Von anderer Seite interessieren sich Unternehmen von heute immer stärker für die Frage, welche Ressourcen Führungskräfte und Mitarbeiter psychologisch resilienter machen und ihre Gesundheit fördern, um dem zunehmenden Burn-Out-Trend vorzubeugen.

Demgegenüber sind Konzepte zu „resilienten Gesellschaften“ noch vergleichsweise spärlich, wobei zugleich hier das Thema noch komplexer ist. Resilient Cities (quasi als Unterform „resilienter Gesellschaften“) sind allerdings bereits seit einiger Zeit bekannt. Hierbei bereiten sich Kommunen von sich aus durch Gemeinschaftsprojekte auf eine Zukunft knapper werdender Rohstoffe vor. Im Zentrum stehen u. a. Maßnahmen zur Stärkung der Regional- und Lokalwirtschaft und zur Verbrauchs-

reduktion von fossilen Energieträgern. In einem Artikel der Triple Pundit stellt Boyd Cohen eine Top 10 der resilientesten Städte auf. Den ersten Platz belegt Kopenhagen. Hierbei bezieht er zwar Kriterien aus allen drei Diskurssträngen ein, zugleich hat sein Ranking einen Hauptfokus auf das Klimathema (sprich: Anpassung an bzw. Management von Naturkatastrophen). Sozialökonomische Indikatoren etc. kommen – wie auch in der erstlichen Forschung – hier noch tendenziell zu kurz.<sup>1</sup>

### Vier aktuelle Leitkonzepte „resilienter Gesellschaft“

Wie wird im aktuellen Diskurs das Konzept „resiliente Gesellschaft“ aufgefasst, insbesondere im Kontext ökologischer, ökonomischer, sozialer, politischer und technologischer Herausforderungen? Auf den ersten Blick lassen sich mindestens *vier* einander überlappende Denkrichtungen ausmachen, die das Konzept „resilient societies“ unterschiedlich definieren und bewerten.

Eine *erste* dominante Denkrichtung hat ihre Ursprünge im *Sicherheitsdiskurs*. Sie erfasst das Konzept resiliente Gesellschaften im Kontext von Notfallvorsorge, Gefahrenabwehr und Schadensminderung. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Erhöhung der Widerstandsfähigkeit technologiebetriebener Infrastrukturen von Großstädten gegenüber Katastrophen (z.B. als Folge terroristischer Anschläge, insbesondere aber von Naturkatastrophen). Dies beinhaltet beispielsweise erdbebensichere Architekturen, störungsresistente Strom- und Telekommunikationsnetze und Wärmeversorgung. Tonangebend sind in diesem Diskurs vor allem Beiträge aus dem angelsächsischen Raum, wie z.B. der Foundation for resilient societies (USA), der Loughborough Universität (Großbritannien) und aus Asien. Aufgrund seiner Anfälligkeit gegenüber Naturkatastrophen bei gleichzeitig hohem technologischen Know-How erweist sich Japan als besondere Inspirationsquelle. Das Land zeichnet sich einerseits durch Erfahrungswerte in der Entwicklung von Vorbeugeprogrammen, breit angelegten Schulungs-

maßnahmen und Technologien zur Schadensminderung aus; andererseits aber auch durch Kulturtechniken, die einen zivilgesellschaftlichen Resilienz-Geist im Sinne von „Leidensfähigkeit“ und hoher Disziplin fördern. Die Bezeichnung für diese Mentalität lautet „Gambaru“, was so viel bedeutet wie „das Beste geben bis zum Ende“. Eine ähnliche Volksweisheit für das Verhalten in Krisenzeiten besteht bereits seit dem Zweiten Weltkrieg in England: „Bleibe ruhig und mach weiter“ („Stay calm and carry on“).

Eine zweite, eher „*innovationsorientierte*“ Denkrichtung legt ihren Schwerpunkt nicht auf „Risikominimierung“ und „Katastrophenmanagement“, sondern vielmehr auf „Risikop Anpassung“ und „Katastrophentransformation“. Im Vordergrund steht hier die Untersuchung von Faktoren des sozialen und technologischen Wandels, welche die Gesellschaft befähigen, im Einklang mit einem sich schnell wandelnden Umfeld zu ko-existieren. Wesentlich ist dabei ein Denken, das hilft, Komplexität zu erfassen und Innovationen zu begünstigen. Ein Königsweg besteht im breiten Austausch von Experten und Innovatoren aus unterschiedlichen Bereichen und in der gezielten Förderung nachhaltig angelegter Initiativen und Technologien.

Besondere Erwähnung verdienen hierunter eine Vielzahl von Graswurzelinitiativen, die Kulturtechniken des regionalen Wirtschaftens, dezentraler Energiegewinnung und der Selbstversorgung gezielt fördern, um gesellschaftlichen Wandel „von unten“ zu bewirken. Repräsentativ stehen dafür Initiativen wie die aus dem angelsächsischen Raum stammende „Transition Town“-Bewegung oder die österreichische „zämma leaba“, aber auch unser eigener Ansatz der „System-Aktionstheorie“, eine siebendimensionale Methode, die „globale Systemverschiebung“, in der wir uns befinden, zu verstehen, ihre Folgen vorwegzusehen und sich früh vorzubereiten. Ein weiteres Kennzeichen dieser Denkrichtung besteht in ihrer Anregung zu „experimentellem“ Denken. Über Foren wie z.B. „Change Laboratory“ sollen Lernräume

für die Entwicklung nachhaltiger Politiken und neuer Technologien sowie der Innovationsförderung eingerichtet werden. Die Bandbreite repräsentativer Organisationen reicht vom US-amerikanischen Innovatoren-Netzwerk PopTech bis hin zum akademischen Stockholm Resilience Centre und unserem „Zukunftsthemen der Menschheit“-Institut, das sich gerade in der Anlaufphase befindet, und wofür derzeit die Mittelsammlung im Gange ist.

Eine dritte, gerade im Entstehen begriffene und noch kaum erschlossene Denkrichtung ist vom Motiv *analytischer Bestandsaufnahme* geprägt, die es überhaupt erst ermöglicht, Resilienz von Gesellschaften auf handhabbare Kriterien herunterzubrechen und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten. Ein Vorstoß wurde im Jahr 2010 vom deutschen Pestel-Institut unternommen, welches 18 Indikatoren aus den Bereichen „Soziales“, „Wohnen“, „Energie“, „Flächennutzung“, „Verkehr“ und „Wirtschaft“ einbezog, um die Handlungsfähigkeit von Regionen und Städten durch Flexibilität, Ressourcenausstattung und Sozialkapital einzuschätzen.

Über diese Studie hinausgehend ist bislang nur wenig systematisch erforscht worden, welche sozialökonomischen, politischen und ökologischen Mindestkriterien Gesellschaften erfüllen müssen, um sozialen Konflikten bestmöglich vorzubeugen. So zeigen beispielsweise aktuelle Entwicklungen, dass auch die OECD-Welt mit ihren hohen Standards hinsichtlich Rechtsstaatlichkeit, Umweltschutz und Wohlfahrtsstaat nicht vor massiven sozialen Protesten (z.B. Occupy Wall Street und 99% Bewegungen) und sogar Ausschreitungen (z.B. Frankreich 2005, England 2011) gefeit ist. Zugleich kommen Forschungsfelder wie die vergleichende Wohlfahrtsstaaten- und Glücksforschung sowie die Konfliktforschung zu aussagekräftigen Einzelergebnissen, die miteinander verknüpft werden könnten. So belegen Studien, dass z.B. Einkommensgleichheit und eine hohe Beschäftigungsquote (nicht aber z.B. das absolute Einkommen oder das BIP) auch in wohlhabenden Staaten zu den

wichtigsten Faktoren gehören, um sozialen Konflikten vorzubeugen und zu einer glücklichen Gesellschaft zu führen.

Eine *vierte* und letzte Denkrichtung zur „resilienten Gesellschaft“ kommt aus dem Zukunftsdiskurs von Silikon Valley in Kalifornien, also aus dem Vorausdenken der *Beziehung zwischen Wissen, Demokratie und Gesellschaft*. Die zwei wichtigsten Stichworte sind hier „Befreiungstechnologien“ (liberation technology), was bedeutet, dass künftig jeder Mensch bestimmte Instrumente wie Computer, Handy und Internet sowie das Wissen, sie zu benutzen, als Grundrecht erhalten sollte, womit das Netz der Gesellschaft widerstandsfähiger wird, vor allem durch die Fähigkeit des Selbstlernens, und „teilhabende Sozialinnovation“ (participatory social innovation). Damit ist gemeint, dass Wissen nicht mehr von einzelnen privilegierten Akteuren wie der Universität produziert und dann im Sinne einer hierarchischen Beziehung an das Umfeld weitergegeben wird, sondern dass Wissen überall unterschiedlich hergestellt wird, an der Universität eher theoretisch, im Umfeld eher praktisch, und dann kein Gefälle mehr, sondern einen Kreislauf bildet unter Gleichberechtigten im Sinne einer Vernetzung von Wissensseinrichtungen und Umfeld in Wechselseitigkeit. Dieses neue Konzept der Nutzung von Wissen für gesellschaftliche Resilienz als dauernder, unabschließbarer Prozess wird zum Beispiel an der Universität Berkeley „Multiversity“ genannt.

### Schlussfolgerung und Ausblick

Mit diesen vier Perspektiven ist das Konzept resiliente Gesellschaft beileibe noch nicht vollständig erfasst. Im Gegenteil zeigen sie unterschiedliche Möglichkeiten auf, Resilienz zu definieren. Denn bislang musste der Begriff als „Ein-Wort-Antwort“ auf die Häufung von Krisen herhalten. Zugleich verdeutlicht das im Begriff enthaltene Erkenntnispotential, dass die künftige Forschung und Beratung nicht daran vorbeikommen wird, das Konzept resiliente Gesellschaft zu vertiefen, die vier Perspekti-

ven zu verbinden und dabei Glück nicht mehr nur individuell, sondern immer stärker auch gesellschaftlich zu definieren.

*Roland Benedikter* ist u.a. Europäischer Stiftungsprofessor für multidisziplinäre politische Soziologie an der Universität von Kalifornien in Santa Barbara und an der Stanford Universität, USA. Kontakt: rben@stanford.edu.

*Karim P. Fathi* ist in Berlin als Konfliktberater und Dozent an der Akademie für Empathie sowie beratend für die Organisation „Die Denkbank“ tätig. Kontakt: fathi.karim@googlemail.com.

### Anmerkung

<sup>1</sup> Siehe: <http://www.triplepundit.com/2011/06/top-10-globally-resilient-cities/>.

### ANALYSE

## Proteste gegen Rechtsextremismus in Jena: Wie weiter im Jahr zwei nach NSU?

„Sie kamen von hier“ – ein couragierter Titel, den der Runde Tisch für Demokratie der Stadt Jena im Oktober 2012 für eine Tagung zur Vorgeschichte des sogenannten Nationalsozialistischen Untergrund wählte. Vorbei die Zeiten als „extremistische“ Politgruppchen gescholten wurden, den Ruf der Stadt zu gefährden, wenn sie rassistische Übergriffe und neonazistische Organisationsstrukturen skandalisierten.<sup>1</sup> Mehr als 20 Gruppen, Vereine und Institutionen gibt es inzwischen, die sich ernsthaft gegen Rechtsextremismus engagieren. Jena hat beides: eine Geschichte von Neonazis und ihrer Verharmlosung und eine Geschichte engagierter Gegenproteste. Linksalternative „Volxküche“ und rechtsextremes „Braunes Haus“ gehören gleichermaßen zur Stadtgesellschaft, wobei die Neonazis in den letzten Jahren an

Mobilisierungsstärke deutlich verloren, die soziale Basis der Proteste sich hingegen verbreitert und kulturell ausdifferenziert hat. Wer sich hier und heute gegen Rechtsextremismus engagiert, bewegt sich in diesem Kontext von Kontinuität und Transformation. Der NSU-Skandal erinnert daran auf unangenehme Weise: Wie konnte es passieren, dass sich ausgerechnet unterm Dach des wirtschaftlichen, demographischen, bildungsbürgerlichen „Leuchtturms“ Jena in den 1990er Jahren eine rechtsextreme Szene konstituieren und soweit radikalieren konnte, dass daraus ein terroristisches Netzwerk hervorging? Auf der Grundlage eigener empirischer Forschungen<sup>2</sup> soll im Folgenden die Landschaft der Initiativen gegen Rechtsextremismus und der „Stand der Bewegung“ inspiziert werden.

Schon seit den frühen 1990er Jahren gibt es in Jena eine linke Szene, die mit Hausprojekten, Infoladen, Umweltbibliothek, Studentencafés und der offenen Jugendarbeit der Jungen Gemeinde auf eine stabile Infrastruktur zurückgreifen kann. Die Auseinandersetzung mit militanten Rechtsextremen gehört hier seit 20 Jahren mehr oder weniger zur Selbstverständlichkeit. In den Nullerjahren erweiterte sich der Kreis der Engagierten um städtische und zivilgesellschaftliche Initiativen. Es gibt also eine breite Bewegung, die gezeigt hat, dass sie den Neonazis nicht nur symbolisch oder mit Verbotsforderung, sondern durch aktive Selbstorganisation entgegentritt. In ihr lassen sich drei Strömungen ausmachen, die – wenn auch nicht ohne Übergänge, Vermischungen und Rollenkonflikte – verschiedene Entwicklungslinien, Problembeschreibungen, Motive, Strategien und Adressatinnen haben.

### Protestlager

Das politische Engagement gegen Rechtsextremismus speist sich erstens aus einem Selbstverständnis der Beteiligten als aktiver Teil der Zivilgesellschaft. Nach der Jahrtausendwende konstituierte sich zivilgesellschaftlicher Protest zunächst durch Anregung „von oben“, d.h. in Anlehnung an den von Kanzler Schröder aus-

gerufenen „Aufstand der Anständigen“. Der Versuch von NPD und Kameradschaften mit dem sogenannten „Fest der Völker“ ein internationales Neonazi-Musikevent in Jena zu etablieren, brachte eine Protestdynamik in Gang, die als zweite Konstitution der Zivilgesellschaft, jetzt „von unten“, gedeutet werden kann. Neben der Besetzung des Veranstaltungsortes, auf dem das „Fest der Völker“ 2005 erstmalig stattfinden sollte, ging v.a. auch der Rudolf-Hess-Marsch im August 2007 und seine rigorose Durchsetzung seitens der Polizei ins kollektive Gedächtnis der Stadtöffentlichkeit ein. Viele kamen daraufhin zu dem Entschluss, die öffentliche Präsenz des Rechtsextremismus aktiv behindern zu wollen. Das zweite „Fest der Völker“ im September 2007 konnte dann auch nur mit großer Verzögerung stattfinden, weil ca. 3.000 Menschen mehrere Stunden lang die Zufahrtsstraßen blockierten.

Diese Erfahrung von Selbstwirksamkeit stellte das Initialereignis für einen Organisationsprozess dar, dessen Einzugsbereich über das durchschnittliche Protestspektrum deutlich hinausging. Neben älteren oder politisch gänzlich unerfahrenen Menschen, sind darunter solche aus den Kreisen der DDR-Bürgerrechtsbewegung, die sich anhand der Auseinandersetzung quasi re-politisiert haben. Der zivilgesellschaftliche „Aufbruch“ war nicht nur Ergebnis gewandelter Einstellungen oder kluger Mobilisierungsarbeit, sondern traf auf günstige Gelegenheitsstrukturen: v.a. die anhaltende ökonomische und demographische Hochwertlage in der Universitätsstadt Jena forciert bürgerschaftliches Engagement in seinen neuen, aktivistischen und projektorientierten Formen (vgl. Gensicke et al. 2006).

Für den Organisationsprozess wurde die „Ohnmachtserfahrung“, die symbolischen Protest, aber auch linke Gegendemonstrationen hinterlassen, entscheidend. Es ging nicht darum, die vermeintlich Unpolitischen aufzuklären, sondern der wie auch immer motivierten Empörung gegen Neonazis ein Handlungsangebot zu machen. In diesem Sinne präsentierten sich die zivilgesellschaftlichen Akteure of-

fen und ansprechbar. Im Sinne der Gemeinwesenorientierung appellieren sie an die Verantwortung für die Lebensqualität in der Stadt. In einem Aufruf heißt es typischerweise: „Wir selbst sind verantwortlich für die Stadt und die Gesellschaft, in der wir leben.“ Ressourcen des zivilgesellschaftlichen Engagements sind neben Zeit und Geld Netzwerke, die im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit, idealerweise auch als „recruitment networks“ zum Zwecke der Streuung des bürgerschaftlichen Gedankens genutzt werden sollen.

Sowohl in der Selbstbeschreibung als auch in der öffentlichen Ausstrahlung ist der Anti-Rechts-Protest des aktiven Teils der Jenaer Zivilgesellschaft mit der Aktionsform des zivilen Ungehorsams verknüpft. In der Tradition der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung der 1950er Jahre oder auch der deutschen Friedensbewegung der 1980er Jahre wird die mit dieser Aktionsform einhergehende Rechtsverletzung mit dem individuellen Gewissen und dem partiellen Widerspruch von Rechtspraxis und Verfassungsrahmen begründet. Als „nachdrückliche Aufforderung“ an Justiz, Polizei und Politik wurden in einem Konzeptpapier auch die Massenblockaden in Jena bezeichnet. Dort heißt es: „Wenn der Rechtsstaat sich apathisch verhält und gegen die latente Verfassungsfeindlichkeit der Rechtsextremisten keine Kraft aufbringt, dann müssen die Bürger selbst für die Verfassung eintreten.“ Jedoch haben die von uns Befragten einen darüber hinausgehenden Anspruch an den „realen“ zivilen Ungehorsam formuliert (vgl. Celikates 2010 für die theoretische Diskussion). Er bezieht sich auf den Aspekt der Selbstveränderung durch Erfahrungen von Partizipation, Demokratie und Solidarität.

Diese Erwartungen werden von antifaschistischen und linken Gruppen skeptisch beurteilt. Unter ihnen dominiert ein politisches Narrativ, das um den weitgehend tolerierten Neonazismus der 1990er Jahre, eigene Erfahrungen direkter Konfrontation mit Rechtsextremen und die Ausgrenzung von Gegenprotesten seitens der Stadtgesellschaft kreist. Die

soziale Basis dieser Strömung ist jünger und tendenziell homogener als bei den zivilgesellschaftlichen Milieus. Den stabilen Strukturen der linksalternativen Szene steht eine relativ kurze individuelle Verweildauer der Akteure gegenüber. Im Selbstverständnis knüpfen die Beteiligten an die Neuen Sozialen Bewegungen der 1970er, -80er und -90er Jahre an (Linksradikale, Autonome, Alternativbewegung). Es handelt sich jedoch um keine ungebrochene Traditionslinie: insbesondere Antifa-Gruppen sehen sich kaum als Teilbereich eines breiteren Protestlagers, entweder weil es in den neuen Bundesländern nach 1990 keine Bewegungstradition gab, an die sie hätten anknüpfen können, oder weil sie bestimmte Ideologeme (etwa bzgl. des Antiimperialismus) ablehnen. In ihrem öffentlichen Auftreten grenzen sich die Träger des Antifa-Protests von ihrem bürgerlichen Umfeld ab. Die spezifische Demonstrationskultur, mit dem Zugehörigkeit signalisierenden Dresscode und den konfrontativen Formationen und Parolen, wird zum Teil funktional begründet (Repressionsdruck), dient aber v.a. auch der Stilisierung einer widerständigen Identität und Verweigerungshaltung.

Der gegenkulturellen Selbstpräsentation entspricht ein Blick auf die zivilgesellschaftliche Öffentlichkeit, der nicht die Empörung und Handlungsbereitschaft gegen Nazis, sondern den „rassistischen Gesellschaftskonsens“ adressiert. Zivilgesellschaft wird hier tendenziell als Sphäre ohne Eigensinn und Objekt herrschaftlicher Manipulation verstanden, Rassismus als Ideologie im Sinne von Zurichtung und Entfremdung. Der Anspruch kann daher als umfassend systemkritisch bezeichnet werden; in einem Redebeitrag ruft eine Antifa-Gruppe etwa dazu auf, die „Wut über das Verhalten der Gesellschaft an sich“ auf die Straße zu tragen.

Das politische Selbstverständnis der Antifa-Gruppen ist mehr oder weniger avantgardistisch und räumt unter dem Bekenntnis zur „radikalen Kritik“ der theoretischen Debatte hohen Stellenwert ein. Eine Veränderung politischer Einstellungen wird vornehmlich als Fol-

ge von Bewusstwerdungsprozessen und nicht von praktischen Erfahrungen verstanden. Typisch für die Organisationskarriere jugendlicher und jung-erwachsener Antifa-Aktivist/innen ist der informelle Zusammenschluss in „politisierten Peer-Groups“ (Matuschek et al. 2011: 42). Die Vermeidung von gruppeninternen Hierarchien ist den Beteiligten sehr wichtig; Mitgliedschafts- oder Organisationsstrukturen, die personelle Fluktuationen oder Konflikte auffangen könnten, gibt es jedoch kaum. Formen repräsentativer Politik werden bei Bündnispartnern akzeptiert, für die eigene Gruppe jedoch ausgeschlossen. Leitbild ist die „Politik der ersten Person“, die ohne Delegationsprinzipien, Sprecherrollen und Stellvertreterpolitik auszukommen bemüht ist. Gruppenstrukturen wie Plena oder Aktionsvorbereitungen sind in der Regel nicht öffentlich zugänglich, der Weg in die Gruppe verläuft v.a. über persönliche Kontakte. Das Ausmaß an Politisierung der Lebensverhältnisse – in Gestalt politischer Wohngemeinschaften, gemeinsamer Demo- und Partybesuche, geschlechtersensibler Rede- und Umgangsweisen, dem Besuch der VoKü – ist hier größer als unter zivilgesellschaftlichen Akteuren.

Eine dritte Strömung in der Jenaer Bewegung gegen Rechtsextremismus speist sich aus nicht-rechten Jugend- und Subkulturen. Sie adressiert damit Gruppen, die auf anderen Wegen kaum erreicht werden: Jugendliche ohne studentischen Hintergrund und Milieus unterhalb der Mittelschichten. Die politischen Akteure, die auf nicht-rechten Subkulturen „aufsatteln“, dringen in lebensweltliche Erfahrungsbereiche, denen die Aushandlung von Gemeinschaft und Differenz, Zugehörigkeit und Besonderung immanent ist (Freizeitkulturen, Sport, Musik etc.). In der praktischen Arbeit kombinieren sie dabei Elemente der beiden anderen Strömungen.

Ein Teil des „subkulturellen Protestlagers“ stellt den Nonkonformismus auf der symbolischen und expressiven Ebene in den Vordergrund (vgl. dazu Paris 2000). Die Abhängigkeit von Gruppendynamiken und informellen

Entscheidungswegen ist hier entsprechend groß. Zudem lässt sich die Begründung des Protests durch die Inszenierung von Gegenkultur umgehen. Diesen Effekt hat im Übrigen auch die Diskurskultur vieler Antifas. Das prinzipielle Nichteinverständnis kann gestisch und stilistisch (wie bei der Punkerin), aber eben auch durch die Konstruktion von Wissenshierarchien (wie beim radikal-kritischen Antifa) demonstriert werden. In beiden Fällen, also sowohl wenn die Begründung verweigert wird als auch wenn sie übermäßig wortreich ist, kann der Abbruch des Dialogs mit den Adressaten der eigenen Aufklärungsbemühungen oder möglichen Bündnispartnerinnen die Folge sein.

Interessanter im Feld der Subkulturen scheinen jedoch Initiativen, deren Wirkungsanspruch über die eigene „Szene“ deutlich hinausgeht. Fußball etwa hat für antirassistische Fangruppierungen ein großes integratives Potenzial, weil hier Menschen unterschiedlichster kultureller, sozialer und politischer Herkunft zusammenkommen, um mit ihrem Verein zu fiebern. An die widersprüchlichen Erfahrungen – die große Identifikation mit dem Verein und der Stadt einerseits, rassistische Sprüche und Homophobie andererseits –, wollen sie anknüpfen. Der Alltagsverstand enthält demnach neben ausgrenzenden immer auch demokratische Orientierungen; sie auszuarbeiten, und nicht die „Politisierung der Unpolitischen“ ist zentral für das Selbstverständnis entsprechender Gruppierungen. Im Feld der Initiativen gegen Rechtsextremismus nehmen sie damit eine wichtige intermediäre Stellung ein. Mit den Antifas teilen sie den sozialen und kulturellen Hintergrund sowie die unkonventionellen Organisationsprinzipien. Der aus ihrer Sicht übertriebene Wahrheitsanspruch, das verkopfte Politikkonzept und die mangelnde Kompromissbereitschaft der Antifa schreckt sie hingegen ab. Mit den zivilgesellschaftlichen Netzwerken, in denen sich ältere Menschen und solche ohne subkulturellen Hintergrund gegen Rechtsextremismus engagieren, teilen die Fußballgruppen die Offenheit in der Ansprache: es geht darum, an

die demokratischen Elemente im Alltagsverständnis der Menschen anzuknüpfen, nicht nur, ihnen ihren Rassismus vor Augen zu führen. Der Unterschied zur Zivilgesellschaft ist eher habituell denn strategischer Art: sie gilt als Sphäre der „Erwachsenen“ und „Bürger“.

### Generationszusammenhänge

Die von uns befragten Träger des Protests gegen Rechtsextremismus sortieren sich entlang einer Generationenlinie. Die Gruppe der über 35-Jährigen lässt sich mehrheitlich der zivilgesellschaftlichen Protestkultur zuordnen, die Jüngeren organisieren sich mehrheitlich in antifaschistischen Gruppen. Ursachen sind die Einfeldung in die staatsbürgerschaftliche Rolle einerseits, der bei Jüngeren häufiger anzutreffende Rigorismus andererseits. Die verschiedenen Politikverständnisse lassen sich darüber hinaus auf Generationenerfahrungen beziehen. Die Generation der zivilgesellschaftlich Aktiven ist geprägt von der Erfahrung der DDR-Bürgerrechtsbewegung, die in Jena ein wichtiges Zentrum hatte, und dem Scheitern ihrer alternativen gesellschaftspolitischen Vorstellungen im Wiedervereinigungsprozess. Die Bewegung ist nicht an sich selbst, sondern an den Machtverhältnissen zerbrochen. Anders die Erfahrung der Jüngeren. Ihre Tradition der sozialen Bewegungen ist nicht nur im Marsch durch die Institutionen aufgerieben, herrschaftlich transformiert und in ihren Resten marginalisiert worden, sondern konnte auch de facto der rassistischen Straßenmilitanz in den 1990er Jahren nichts entgegenzusetzen und etwa die Abschaffung des Grundrechts auf Asyl nicht verhindern.<sup>3</sup> Aus den Erfahrungen resultiert bei den Älteren eine „Politik des Zutrauens“: die Adressatinnen werden als „gute Bürger“ angesprochen. Die Jüngeren, aufgewachsen in einer Situation nur halbherzig widersprochener Nazigewalt und oftmals akzeptierter Nazi-Ideologie, verfolgen eine „Politik des Misstrauens“. Auch hier nehmen die Projekte gegen Diskriminierung im Fußball im Übrigen eine Ausnahmestellung ein – der Bezug zum DDR-Fußball schneidet die Generationenerfahrung.<sup>4</sup>

### Grenzerfahrungen

Die verschiedenen Strömungen im Feld der Initiativen gegen Rechtsextremismus stehen nicht isoliert nebeneinander. Sie unterhalten Beziehungen untereinander sowie zu ihrer institutionellen Umwelt (Kommunalpolitik, Behörden, Schulen etc.), suchen aber auch immer wieder die Auseinandersetzung um die bessere Strategie. Die Konflikte gehen von den verschiedenen Problembeschreibungen aus, sind aber auch Resultat einer gewissen Ratlosigkeit unter allen Engagierten. Dabei geht es um zwei ungeklärte Fragen. Zum einen das Problem des Alltagsrassismus. Alle gegen Rechtsextremismus Engagierten betonen die Notwendigkeit einer Debatte über Alltagsrassismus, finden aber keinen Weg, sie anzustoßen. Das mag einerseits daran liegen, dass Blockadeaktionen mehr und mehr ritualisiert werden und die erhofften demokratischen Grenzerfahrungen ausbleiben. Der zivile Ungehorsam, so monieren die Kritiker, sei inzwischen soweit normiert, dass er sich bei den Beteiligten als Aneignung politischer Kompetenzen gar nicht mehr erfahren lasse und sich bei der Behinderung von Naziaufmärschen bescheide. Andererseits nimmt jedoch ein totalisierendes Rassismusverständnis, dem es gar nicht um die Anknüpfung an die Widersprüche im Alltagsverständnis geht, die Dynamik aus der Anti-Rechts-Bewegung und schrumpft den Protest zurück in die Zirkel von Politikadern und Szenekundigen.

Zum zweiten macht die steckengebliebene Diskussion um Alltagsrassismus die Grenzen des zivilgesellschaftlichen und bewegungsförmigen Engagements gegen Rassismus und Rechtsextremismus deutlich. Dass ein neuerlicher Bewegungszyklus nach der Selbstenttarnung des NSU ausgeblieben ist, hängt auch mit dem ungeklärten Verhältnis der Akteure zu staatlichen Institutionen und Apparaten zusammen. Diese Auseinandersetzung mit dem und um den Staat steht erst am Anfang. Dabei geht es nicht nur um die Überwindung der nach wie vor einflussreichen Extremismuskonzepte und die Etablierung von Strukturen der Demokratieförderung, die nicht Modell-, son-

dem Querschnittscharakter haben. Darüber hinaus ist die interkulturelle Öffnung von Institutionen und Behörden und die Schaffung einer „Willkommenskultur“ ein wünschenswertes Projekt, für dessen Umsetzung aber die Mittel der Lobby- besser denn jene der Bewegungspolitik geeignet scheinen. Weiterhin muss das zivilgesellschaftliche und bürgerschaftliche Engagement (etwa im Bereich Flucht und Migration) im Auge behalten, dass es unter dem Druck des sozialstaatlichen Wandels nicht umarmt und entschärft wird.

Die von uns Befragten sind sich fast ausnahmslos einig, dass sie mit ihren Mitteln Rechtsterrorismus à la NSU nicht verhindern können. Ebenso häufig räumen sie jedoch ein, dass ein Strategiewandel bisher nicht stattgefunden habe. Im „Jahr zwei nach NSU“ müssen die engagierten Antifaschistinnen und Antirassisten daher nicht nur die Öffentlichkeit, sondern auch sich selbst fragen: „Weiter wie bisher“?

*Dr. Peter Bescherer* ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie der Uni Jena. Kontakt: peter.bescherer@uni-jena.de.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Die erste (Kurzschluss-)Reaktion auf „negative Schlagzeilen über die Stadt“ war jedoch ein großes Rockkonzert, das weder den Opfern noch den politisch Engagierten geholfen haben dürfte.

<sup>2</sup> Es handelt sich um erste Befunde aus dem EU-Forschungsprojekt MYPLACE ([www.fp7-myplace.eu](http://www.fp7-myplace.eu)). Empirische Grundlage der Jenaer Forschungen sind narrative Interviews mit ca. 35 Akteuren aus Bündnissen, Antifa-Gruppen und antirassistischen Initiativen sowie ca. 20 Expertinnen und Experten aus Kommunalpolitik, Behörden, Verwaltung, Sozial- und Jugendarbeit; darüberhinaus beziehen wir uns auf Homepages, Demonstrationsaufrufe, Flugblätter, Redebeiträge, Szene-Medien etc.

<sup>3</sup> Wie wichtig die Auseinandersetzungen der 1990er Jahre für das politische Selbstverständnis der Antifa-Szene sind, zeigten etwa die Kampagnen und Demonstrationen in Erinnerung an das Pogrom in Rostock-Lichtenhagen.

<sup>4</sup> Viele der Befragten gaben an, ihre Fußballbegeisterung von den Vätern „geerbt“ zu haben. Wie die Stadien und Spiele genutzt wurden, um der Enge des Staatssozialismus zu entfliehen, beschreibt etwa Birk Meinhardt in seinem Roman „Brüder und Schwestern“ (München 2013).

## Literatur

*Celikates, Robin* 2010: Ziviler Ungehorsam und radikale Demokratie. Konstitutive vs. konstituierte Macht? In: Bedorf, Thomas/Röttgers, Kurt (Hg.): Das Politische und die Politik. Berlin: Suhrkamp, 274-300.

*Gensicke, Thomas/Picot, Sibylle/Geiss, Sabine* 2006: Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 - 2004. Wiesbaden: VS.

*Matuschek, Ingo/Krähnke, Uwe/Kleemann, Frank/Ernst, Frank* 2011: Links sein. Politische Praxen und Orientierungen in linksaffinen Alltagsmilieus. Wiesbaden: VS.

*Paris, Rainer* 2000: Schwacher Dissens - Kultureller und politischer Protest. In: Roth, Roland/Rucht, Dieter (Hg.): Jugendkulturen, Politik und Protest. Vom Widerstand zum Kommerz. Opladen: Leske + Budrich, 49-62.

## TAGUNGSBERICHT

**Leidenschaft der Kritik.  
Perspektiven Kritischer Theorie**  
Die Tagung fand am 18. und 19. Januar 2013 an der Justus-Liebig-Universität Gießen statt.<sup>1</sup>

Die „Leidenschaft der Kritik“ zeichnet zweifelsohne das Werk von Alex Demirovic aus, der

im vergangenen Jahr seinen 60. Geburtstag feierte und zur Zeit als Gastprofessor in Gießen sein Bemühen um eine zeitgemäße Weiterentwicklung kritischer Gesellschaftstheorie fortsetzt. Daher passte es, dass Demirovics Figur des „nonkonformistischen Intellektuellen“ den zentralen Ankerpunkt der Diskussion darstellte, wie es bereits *Regina Kreide* in ihren Eröffnungsworten gefordert hatte. Denn nicht zuletzt Demirovic selbst könne als zeitgenössische Verkörperung dieses anspruchsvollen und im Wissenschaftsbetrieb allzu selten anzutreffenden Denkertypus angesehen werden. Ganz in diesem Sinne nonkonformistischer Intellektualität zeigte sich die auf der Tagung präsentierte Vielfalt gegenwärtiger Kritischer Theorie als ein wohltuend selbstkritisches Unternehmen der Erfassung komplexer Herrschaftszusammenhänge und möglicher emanzipativer Widerstandsformen.

Doch worin liegt der Mehrwert der \_des kritischen Intellektuellen und worin besteht seine \_ihre emanzipative Funktion jenseits nostalgischer Verklärung oder messianischer Überhöhung? *Alex Demirovic* erklärte hierzu, dass der \_die kritische Intellektuelle zentral für die Reflexion gesellschaftlicher Prozesse sei, um Herrschaftsstrukturen aufzuzeigen und sie zu kritisieren. Auch das eigene Denken und Handeln müsse dahingehend überprüft werden, ob es tatsächlich emanzipatorisch sei oder die bürgerliche Ideologie (verschleiert) reproduziere. Während Lohnarbeiter\_innen in Fabriken oder Großraumbüros ein grundsätzliches Vermögen der Reflexion ebenso zukomme wie Lohnempfänger\_innen im wissenschaftlichen Kontext, seien erstere durch die bestehenden Arbeitsbedingungen in der Ausübung dieser Fähigkeiten erheblich eingeschränkt. Aufgabe kritischer Intellektueller sei es darum, mittels gesellschaftlicher Theoriebildung und Kapitalismusanalyse die gesellschaftlichen Bedingungen mit ihren Ausschlussmechanismen zu benennen und die materiellen Verhältnisse so zu verändern, dass ein „Recht auf Denken als erste Bürgerpflicht“ etabliert werden könne. (siehe auch Demirovic 1999)

Die Diskussion um Figuration und Funktion kritischer Intellektualität nahm auch *Christine Resch* auf. Resch formulierte in ihrem Vortrag die These, dass wir in posthegemonialen Zeiten leben, in denen die Produktion und Repräsentation kritischen Wissens unter Bedingungen eines Autoritarismus erfolgten, der weder Alternativen zuließe, noch Begründungsprobleme aufwerfe. Diesen Zusammenhang skizzierte sie anhand der sich wandelnden Rolle des \_der kritischen Intellektuellen in der Öffentlichkeit: Fanden noch Adorno und Habermas in den Feuilletons der großen Tageszeitungen ihren Niederschlag, seien kritische Intellektuelle in den gegenwärtigen öffentlichen Diskussionen kaum präsent. Vergeblich suchte man Resch zufolge im Zuge der Finanzkrise von 2008 in den Tageszeitungen nach Erklärungen, die einen gesamtgesellschaftlichen Blick auf die Ereignisse werfen. Und wenn doch eine kritische Stimme zu Wort komme, gehe es nicht mehr um den Inhalt des Gesagten, sondern alleine um die Darstellung der Persönlichkeit.

Während in der Nachkriegszeit kritische Intellektuelle noch die Möglichkeit hatten, gegenhegemoniale Positionen zu vertreten gerade weil sie mit der öffentlichen Repräsentation gesellschaftlicher Konfliktlinien auch zur Legitimierung und Stabilisierung des kritisierten Herrschaftssystems beigetragen hätten, bestünde heute gar nicht mehr der Anspruch, alle Gruppierungen einzubeziehen und entsprechend auch dissidente Positionen öffentlich darzustellen. Innerhalb dieses gegenwärtigen „Ausschließungsregimes“, so die Schlussfolgerung Reschs, könne das Ziel linker Politik nicht in der Setzung von Gegenhegemonien liegen, sondern müsse zuallererst in der Wiederherstellung der Möglichkeit hegemonialer Kämpfe bestehen, und damit in der Wiederherstellung der Möglichkeit von Politik an sich. Auch wenn (wie in der anschließenden Diskussion deutlich wurde) die von Resch gewählte Begrifflichkeit des „Autoritarismus“ zur Erfassung der fragmentierten Formen und Techniken gegenwärtiger

Herrschaftszusammenhänge unterkomplex scheint, kann ihre Beschreibung posthegemonialer Gesellschaftlichkeit somit als bedenkenswerte Vergegenwärtigung postpolitischer Momente und deren Folgen für kritische Wissenschaft angesehen werden.

### Das Transformationspotential von Kritik

Wie lässt sich das kritische Potential von Wissenschaft nun fassen? Auf welcher Grundlage und von welchem Standpunkt aus ist Kritik überhaupt denk- und formulierbar? Diesen Fragen widmete sich *Rahel Jaeggi* in ihrem Vortrag und plädierte für ein materialistisches Verständnis von Kritik als notwendigen Teil einer Sozialtheorie, die sich vom vorherrschenden Normativismus abwende und Gesellschaftsanalyse wieder ins Zentrum rücke. Für die Entwicklung eines solchen materialistischen Kritikbegriffs sei es entscheidend, Kritik nicht nur als Ergebnis immanenter Widersprüche aufzufassen, sondern auch das transformatorische Moment von Kritik stark zu machen. Immanente Kritik richtet sich gegen ein Missverhältnis von bestehenden Normen und einer diesen Normen nicht genügenden Realität. Gesellschaftliche Verhältnisse, die außerhalb des Feldes etablierter Normen liegen, können damit nicht in den Blick genommen werden. Desweiteren bleibt das Formulieren von Kritik alleine den Mitgliedern der Gesellschaft vorbehalten, die bereits einen Status der Artikulation innehaben. Grundlegende Veränderungen, eine ganz andere Gesellschaftsform ist innerhalb dieses lokalen Modells von Kritik damit undenkbar.

Wo soll „das Neue“ aber herkommen, auf dessen Grundlage soziale Missstände mit Blick auf eine bessere Gesellschaft zu kritisieren sind? Für Jaeggi (und hier grenzt sie sich von Adorno und Demirovic ab) ist es nicht überzeugend, einen kritischen Maßstab als transzendentes Moment von Außen hinzukommen zu lassen. Kritik müsse vielmehr immer sowohl immanent als auch transformatorisch gedacht werden. Ihr Ansatzpunkt liegt damit weder in

einer reinen Innerlichkeit gesellschaftlicher Normvorstellungen, noch in einem archimedischen Punkt außerhalb bestehender sozialer Realitäten. Das Transformationspotential von Kritik konstituiere sich dabei an den gesellschaftlichen Verhältnissen selbst – dort, wo sie sich in ihrer Widersprüchlichkeit, ihrer Krisenhaftigkeit, in ihrer Dysfunktionalität zeigen. Aus dieser materialistischen Kritik heraus lasse sich dann das Neue aus dem Alten entwickeln, in dem es immer bereits negativistisch angelegt ist. Aufgabe einer engagierten Gesellschaftstheorie sei es dann, das Transformationspotential immanenter Kritik herauszuarbeiten, ohne auf Transzendenzvorstellungen zurückzugreifen und Utopie somit als ein Denken an den Grenzen zu verstehen, um die „neue Welt aus der alten Welt zu schälen“. (siehe auch Jaeggi 2009)

Einen Versuch zur Erfassung der Komplexität gegenwärtiger Herrschaftszusammenhänge unternahm Sonja Buckel mit der Vorstellung ihres Ansatzes der „Intersektionalen Kapitalismusanalyse“. Diese Analyseform präsentierte Buckel als eine multitheoretische Auseinandersetzung zu Fragen von differierenden aber synergetischen Herrschaftsverhältnissen. Dabei versteht sie „Kapitalismus“ nicht alleine als Kapitalverhältnis, sondern vielmehr als die umfassende Vergesellschaftung über Warentausch und Akkumulationsdynamik, welche als immer schon vergeschlechtlicht, rassialisiert und (post)kolonial konzipiert werden müsse. Mit Adorno gesprochen konstituiere sich Gesellschaft im emphatischen Sinne zuallererst im Kontext des kapitalistischen Systems, während der so entstandene gesellschaftliche Zusammenhang mit Laclau/Mouffe als notwendigerweise unvollständige Totalität zu begreifen sei.

Was Buckel in ihrem Vortrag überzeugend darlegte, ist die Erkenntnis, dass es den einen antagonistischen Bruch nicht gibt, sondern der Kapitalismus von vielen differierenden, dabei systematisch miteinander verknüpften Widersprüchen und Herrschaftsverhältnissen durchzogen ist. Dementsprechend plädierte Buckel dafür, Intersektionalitätsforschung und Kapi-

talismusanalyse zu einem gemeinsamen Ansatz zusammenzuführen, der jedoch angesichts der Überkomplexität der zu analysierenden Herrschaftsverhältnisse nur in einem größeren interdisziplinären Forscher\_innenteam bearbeitbar sei. (siehe auch Buckel 2012)

Einen anderen Blick auf die Komplexität zeitgenössischer gesellschaftlicher (Herrschafts-)Verhältnisse warf *Manuela Bojadzjiev* in ihrem Vortrag zur kritischen Rassismustheorie. Jenseits eines integrierenden Intersektionalitätsansatzes möchte Bojadzjiev Rassismus als genuinen gesellschaftlichen Zusammenhang verstanden wissen, der eine Projektionsfläche für diverse kategoriale Unterscheidungen bietet. Die Marginalität, in der sich die kritisch-materialistische Rassismustheorie in der deutschen Debatte dabei nach wie vor befindet, führt sie dabei auch auf bestehende Defizite in der Theoriebildung zurück: Zum einen auf fehlende Analysen zur Bestimmung der aktuellen Konjunktur von Rassismus; zum anderen auf problematische Praxen und Subjektivierungsformen des gegenwärtigen Anti-Rassismus. Zu fragen ist für Bojadzjiev zunächst, ob wir uns noch im Kontext des „kulturellen Rassismus“ befinden, den Frantz Fanon und Étienne Balibar in den 1970er und 1980er Jahren in Abgrenzung zu einem biologistischen Rassismus diagnostizierten, oder bereits in eine andere konjunkturelle Phase des Rassismus eingetreten sind.

So bestehe nämlich das Eigentümliche etwa der Sarrazin-Debatte in einer Kombination von Ökonomismus und Rassismus, in deren Zuge Klassenverhältnisse jenseits einer klaren Trennung „linker“ und „rechter“ Positionen als Rassismus vermittelt werden. Nichtsdestotrotz sei das Abstammungskonzept immer noch entscheidend auf dem umkämpften Feld von „Deutschsein“ und „Nicht-Deutschsein“. Die produzierten Ausschlüsse knüpfen sich nicht unbedingt an Eigentumsverhältnisse, so dass Rassismus als Erklärungsperspektive bestehen bleiben muss und nicht durch eine reine Kapitalismusanalyse zu ersetzen ist. Auf keinen Fall darf nach Bojadzjiev dabei jedoch eine gesellschaftstheoretische Perspektive verloren gehen. Rassismus ist kein

individuelles Problem, das nur „die Migranten“ angeht, genauso wenig wie geschlechtsspezifische Ungleichheiten nur „die Frauen“ betreffen. So geht für Bojadzjiev die anti-rassistische Praxis dort fehl, wo sie sich naiv auf die Stärkung migrantischer Subjekte und ihrer Sprecherpositionen fokussiert. Rassismus konstituiert gesellschaftliche Verhältnisse auch jenseits imaginierter „Rassen“ und individueller Abstammungen, so dass sich ein kritisch-materialistischer Anti-Rassismus nicht auf die Kritik bestehender Subjekt-Hierarchien beschränken, sondern die Überwindung des rassistischen Systems selbst anstreben sollte. (siehe auch Bojadzjiev/Demirowic 2002)

### Emanzipation jenseits des Staates

Einen weiteren Strang gegenwärtiger Herrschaftszusammenhänge - und möglicher emanzipativer Widerstandsformen - führte *Joachim Hirsch* in seinem Vortrag „Zur Staatsleidenchaft der Linken“ aus. Auch wenn es laut Hirsch nicht *die* Linke gibt, sei dennoch eine gewisse gemeinsame Stoßrichtung feststellbar. In vielen linken Bewegungen zeige sich der Glaube an eine Emanzipation mittels des Staates als Verkörperung des gesellschaftlichen Allgemeinen, wie man derzeit an der Regierung Hugo Chávez in Venezuela oder der Programmatik der Partei „Die Linke“ sehen könne. Dabei machte Hirsch jedoch deutlich, dass es in der Historie niemals Emanzipation über den Staat gegeben habe. Staat versteht er dabei nicht alleine als Nationalstaat, sondern als „gesellschaftliches Kräfteverhältnis“, welches sich im Kapitalismus ausdrücke.

Eine emanzipatorische Praxis müsse demnach eine Politik jenseits des Staates sein, welche die gesellschaftlichen Verhältnisse radikal infrage stelle und jene Struktur transzendiere. Dabei seien die erkämpften Rechte oder emanzipatorischen Schritte sozialer Bewegungen wie z.B. die Frauenbewegung oder die der Studentenbewegung 1968 aber keineswegs zurückzuweisen. Entscheidend sei nur, von welchem Punkt aus Politik betrieben werde: im Glau-

ben an einen neutralen, emanzipatorischen Staat oder aber aus einer Sicht auf den Staat als beständig zu kritisierendes gesellschaftliches Kräfteverhältnis. Dementsprechend brach Hirsch eine Lanze für den radikalen Reformismus, der sich in Gegenhegemonien ausdrücke, etwa im Aufbrechen von Eigentumsverhältnissen, Lebens- und Wohnformen. Da man aber als Kritiker\_in nicht jenseits des Staates stehe, müsse eine emanzipatorische Politik im Staat und gegen den Staat geführt werden. (siehe auch Hirsch 2002)

„Perspektiven Kritischer Theorie“ wurden – wie der Untertitel versprach – im Verlauf der Tagung viele aufgezeigt, wobei die präsentierte Vielfalt immer durch das wohltuend selbstkritische Bestreben der Diskutant\_innen begleitet war, den bestehenden Gesellschaftszusammenhang als komplexes Ganzes zu betrachten und die unvermeidlichen Leerstellen des eigenen Ansatzes nicht zu verschleiern, sondern als mögliche Anschlussstellen offen zu legen. „Was können wir also machen mit der Kritik über die Kritik hinaus?“ Diese Frage stellte Alex Demirovic an das Ende der Tagung und gemahnte daran, in der Entwicklung emanzipatorischer Lebensformen nicht den (Alb-) Traum einer konfliktfreien Gesellschaft zu verfolgen, sondern aus einer Haltung des „Sich-Erschüttern-Lassen-Wollens“ ein „neues Denken“ im Sinne Adorno/Horkheimers anzustreben. Kritische Intellektuelle in diesem Sinne mögen im Zeitalter der Neoliberalisierung des Hochschulsystems immer weniger werden, doch am Wochenende in Gießen konnte man sich vergewissern: es gibt sie noch und es gibt eine nicht kleine akademische Öffentlichkeit, die sich für ihr Denken begeistern kann. Wir wünschen uns mehr solcher Veranstaltungen und eine weitere Revitalisierung der Kritischen Theorie.

*Andrea Härtel* ist Doktorandin am International Graduate Centre for the Study of Culture (GCSC) der Justus-Liebig-Universität Gießen und promoviert zur Theorie und Praxis von Anerkennung im politischen Postfundamentalismus, am Beispiel des Diskurses zur Integration von Muslimen in westlichen Migrationsgesellschaften.

*Stefan Wedermann* setzt sich mit Kritischer Theorie, Feministischer Theorie (insbesondere Queer Theory) sowie Poststrukturalismus und postkolonialer Theorie auseinander.

### Anmerkung

<sup>1</sup> Dies ist die erweiterte Version eines Tagungsberichts, der am 28. Januar 2013 auf dem theorieblog erschienen ist <http://www.theorieblog.de/index.php/2013/01/tagungsbericht-leidenschaft-der-kritik-giessen/> [letzter Zugriff am 28.02.13].

### Empfohlene Lektüre

*Bojadzije, Manuela/Demirovic, Alex* (Hg.) 2002: Konjunkturen des Rassismus. Münster: Westfälisches Dampfboot.

*Buckel, Sonja* 2012: „Managing Migration“ – Eine intersektionale Kapitalismusanalyse am Beispiel der Europäischen Migrationspolitik. In: Berliner Journal für Soziologie, 1/2012, 79-100.

*Demirovic, Alex* 1999: Der nonkonformistische Intellektuelle. Die Entwicklung der Kritischen Theorie zur Frankfurter Schule. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

*Hirsch, Joachim* 2002: Herrschaft, Hegemonie und politische Alternativen. Hamburg: VSA.

*Jaeggi, Rahel* 2009: Was ist Ideologiekritik? In: Jaeggi, Rahel/Wesche, Tilo (Hg.): Was ist Kritik? Frankfurt am Main: Suhrkamp, 266-298.

## Digitale Demokratie

In ihrer 200. Ausgabe beschäftigt sich die gesellschaftspolitische Zeitschrift *vorgänge* mit dem Thema digitale Demokratie. In den Beiträgen werden beispielsweise neue Möglichkeiten demokratischer Partizipation betrachtet, die das Internet ermöglicht – so etwa bei den Aufständen in den arabischen Länder – und die digitale Inszenierung von Parteien im Internet ebenso wie die „Piraten“ unter die Lupe genommen. Auch die Gestaltung des Internets selbst, das offene, nicht hierarchische Netzstrukturen propagiert, jedoch immer mehr von neuen Formen der Vermachtung bedroht ist, wird zum Thema gemacht, wodurch auch die rechtlichen Grundlagen des Internets in den Blick geraten. Einen Überblick über den vollständigen Inhalt sowie der (kostenpflichtige) Zugriff auf die Volltexte findet sich unter [www.humanistische-union.de](http://www.humanistische-union.de) > publikationen > vorgänge.

## Arbeit gegen Neonazis

Nur eine verstetigte Förderung und breit angelegte präventive Ansätze vermögen gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit und Rechts extremismus erfolgreich einzudämmen. Zu diesem Schluss kommt das Gutachten der JuristInnen Ulrich Battis, Joachim Grigoleit und Franziska Drohsel zur langfristigen Finanzierung von Arbeit gegen Neonazismus und für Demokratie. Die im Frühjahr 2013 veröffentlichte Studie wurde unter anderem im Auftrag der Amadeu Antonio Stiftung erstellt. „Es wird Zeit, dass diese erfolgreichen Ansätze, Modelle und Strukturen zum Schutz vor Angriffen, rechter Gewalt oder Antisemitismus dauerhaft vor Ort wirken. Diese erfolgreichen Projekte müssen jetzt verstetigt werden. Das Gutachten hat klar beschrieben, dass dies auch eine zentrale Aufgabe des Bundes ist [...]“, urteilt Anetta Kahane, Vorsitzende der Stiftung. Ein zentrales Problem sehen die AutorInnen der Studie in der Kurzfristigkeit der geförderten Projekte. Sie schlagen die Gründung einer Stiftung oder einer Gesellschaft zur Verstetigung der Finanzierung vor, um konjunkturelle

Schwankungen der Arbeit gegen Neonazismus zu unterbinden. Weitere Infos sowie das Gutachten unter [www.amadeu-antonio-stiftung.de/gutachten](http://www.amadeu-antonio-stiftung.de/gutachten).

## Menschenrechte für Frauen

Frauenwahlrecht hat sich, abgesehen von wenigen Ausnahmen, weltweit durchgesetzt. Für viele Frauen und Mädchen ist ein selbstbestimmtes und freies Leben jedoch nach wie vor nicht möglich. Terre des Femmes setzt sich seit 1981 weltweit für die Einhaltung von Menschenrechten für Frauen ein. Der Ende April 2013 veröffentlichte Jahresbericht 2012 gibt Auskunft über die Arbeit des Vereins und Einblick in den aktuellen Stand etwa hinsichtlich Gewaltverbrechen im Namen der Ehre, zum Thema weibliche Genitalverstümmelung, Frauenhandel und anderen frauenrechtlich relevanten Bereichen. Der Jahresbericht ist auf den Seiten von Terre des Femmes unter [frauenrechte.de/online/index.php](http://frauenrechte.de/online/index.php) zugänglich.

## Wien plus 20

Am 15. und 16. April 2013 fand in Berlin die Konferenz zum 20. Jahrestag der Wiener Weltmensenrechtskonferenz 1993 statt. 1993 war in Folge dieser Konferenz das Amt des UN-Menschenrechtskommissars eingerichtet worden. Die diesjährige, durch das Deutsche Institut für Menschenrechte und das Forum Menschenrechte ausgerichtete Veranstaltung geht den Fragen nach, wie weit Deutschland das Wiener Aktionsprogramm bisher umgesetzt hat, welchen Stellenwert Menschenrechte heute einnehmen und welche Menschenrechtsthemen heute national wie international an zentraler Stelle stehen sollten. Auf [www.wienplus20.de](http://www.wienplus20.de) werden die Diskussionen der einzelnen Panels dokumentiert.

## Wem gehört die Stadt?

Bis zum 1. September 2013 ist im Münchner Stadtmuseum die Ausstellung „Wem gehört die Stadt?“ zu besichtigen. Rund 800 Leihgaben aus öffentlichen und privaten Archiven zeichnen ein Bild der sozialen Bewegungen der 1970

Jahre in München und darüber hinaus. Während in Berlin und Frankfurt die Proteste größtenteils studentisch geprägt waren, durchzogen sie in München verschiedenste gesellschaftliche Gruppierungen. Die Frage, wem denn nun die Stadt gehöre, ist hierbei von vitalem Interesse. Dem Aufruf gegen „Hausbesitzerterrorismus“ und „Profitopolis“ begegnete man in München zunächst friedlich mit alternativen WGs und Kommunen, später mit Besetzung. Vielfältige Fotos, Flyer, Plakate und Stadtzeitungen dokumentieren in der Ausstellung den damaligen Häuserkampf. Öffnungszeiten und weitere Infos unter [www.muenchner-stadtmuseum.de](http://www.muenchner-stadtmuseum.de) > Sonderausstellungen.

### Übersichtsaufnahmen von Demos verfassungswidrig

Am 14. März 2013 fand im Innenausschuss des Berliner Abgeordnetenhauses eine Anhörung zum „Gesetz über Übersichtsaufnahmen“ statt. Als Sachverständiger sprach unter anderem Clemens Arzt, Professor für Polizei- und Versammlungsrecht an der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin. Er äußerte erhebliche Zweifel an der Verfassungs- und Zweckmäßigkeit des Gesetzentwurfs, der das Filmen von Versammlungen anlasslos gestattet. Anfang des Jahres hatte sich aus Protest gegen die vom Berliner Senat geplanten Übersichtsaufnahmen von Demonstrationen ein Berliner Bündnis gegründet, inzwischen ein Zusammenschluss von 18 Gewerkschaften, Bürgerrechtsorganisationen und Parteien. Das Bündnis fordert nun, dass der Entwurf zurückgezogen wird. Auf ihren Internetseiten kann die Diskussion über den Entwurf verfolgt werden: [www.berliner-versammlungsfreiheit.de](http://www.berliner-versammlungsfreiheit.de).

### Schneller abschalten

Mit 100.000 Euro unterstützt die Bewegungstiftung die Kampagne „Schneller Abschalten“ der Anti-Atom-Organisation „ausgestrahlt“. Die Kampagne möchte breiten Protest mobilisieren, um die Abschaltung der neun in Deutschland noch laufenden Atomkraftwerke zu beschleunigen. Darüber hinaus möchte „Schnel-

ler Abschalten“ – auch zwei Jahre nach Fukushima – immer wieder auf die Gefahren hinweisen, die mit Atomkraft verbunden sind. Seit 2008 unterstützt „ausgestrahlt“ AtomkraftgegnerInnen in ihrem öffentlichen Protest. Mit dieser bislang größten Einzelfördersumme möchte die Bewegungstiftung einen schnellen und endgültigen Atomausstieg befördern. Die Aktion im Netz: [www.ausgestrahlt.de](http://www.ausgestrahlt.de).

### Kündigung wegen Kirchnaustritt

Die Kündigung eines seit 20 Jahren beim Caritasverband Baden-Württemberg tätigen Sozialarbeiters, der mit Verweis auf die Missbrauchsfälle aus der katholischen Kirche ausgetreten war, ist vom Bundesarbeitsgericht als rechtswirksam bestätigt worden (2 AZR 579/1 vom 25.4.2013). Die Bürgerrechtsorganisation Humanistische Union (HU) bezeichnete diesen Entscheid in einer Pressemitteilung als skandalös – individuelle Freiheitsrechte würden in dieser Rechtsprechung geringer bewertet als das Selbstorganisationsrecht der Kirchen. Die Rechtmäßigkeit der Entscheidung wurde damit begründet, dass der Caritas nicht zugemutet werden könne, einen Mitarbeiter, der seine Loyalitätspflicht gegenüber der Kirche verletzt habe, im „verkündungsnahen Bereich“ weiter zu beschäftigen. Die HU sieht darin eine nicht nachvollziehbare Ausweitung des Bereichs „verkündungsnaher Tätigkeiten“ ([www.humanistische-union.de](http://www.humanistische-union.de) > Aktuelles).

### Weltsozialforum in Tunis

Über 50.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus mehr als 120 Ländern trafen zum elften Weltsozialforum vom 26. bis 30. März 2013 in Tunis in Tunesien zusammen. In rund 1000 Workshops arbeiteten die Teilnehmenden, zu 80 Prozent Einheimische, zu den Themen Arbeitslosigkeit, Frauenrechte, Klimawandel, Gewerkschaftsarbeit, Finanzkrise, Entwicklungspolitik und vielem mehr, während in Tunesien trotz der Erfolge der Revolution nach wie vor Willkür durch Polizei und Justiz vorherrscht. Das online zugängliche Nachrichtenmagazin Kontext TV nahm dieses Event zum Anlass,

um eine neue Sendung zu veröffentlichen: „Der afrikanische Frühling: Stimmen vom Weltsozialforum in Tunis (Teil eins)“. Die Sendung findet sich unter: [www.kontext-tv.de/node/334](http://www.kontext-tv.de/node/334). In dem Bericht kommen unterschiedlichste Menschen zu Wort, so etwa die tunesische Journalistin Lilia Weslaty oder auch Firoze Manj, ehemaliger Direktor von Amnesty International Afrika. Dieser weist insbesondere darauf hin, dass in den letzten zwei Jahren nicht nur in Nordafrika, sondern auch zahlreichen anderen Ländern Afrikas, so etwa im Senegal und in Südafrika, politische Aufstände stattgefunden haben. Der Arabische Frühling sei damit auch immer ein Afrikanischer gewesen. Teil zwei der Sendung wird den Konflikt in Mali und die zunehmende Militarisierung Afrikas thematisieren. Auf den Internetseiten des Weltsozialforums finden sich darüber interessante Einblicke in die unterschiedlichen Diskussionen der Tagung, unter anderem eine Erklärung der Versammlung der sozialen Bewegungen ([weltsozialforum.org/2013/](http://weltsozialforum.org/2013/) > Abschluss).

### Göttinger Friedenspreis 2013

In einer feierlichen Veranstaltung wurde am 9. März 2013 Andreas Buro, Mitbegründer der Ostermarschbewegung, Bürgerrechtler und Politikwissenschaftler, Beiratsmitglied des Forschungsjournals Soziale Bewegungen und heute Sprecher des Komitees für Grundrechte und Demokratie, der Göttinger Friedenspreis verliehen. Mit dem Preis möchte die Stiftung das jahrzehntelange Arbeiten für Frieden und Verwirklichung der Menschenrechte Buros würdigen. Dokumente zur Festveranstaltung, unter anderem die Laudatio von Hanne-Margret Birckenbach, finden sich unter [www.goettingerfriedenspreis.de](http://www.goettingerfriedenspreis.de).

### Demokratie braucht Frauen

Das deutsch-tunesische Projekt „Demokratie braucht Frauen“ möchte die politische Partizipation von Frauen in Tunesien, insbesondere auf der kommunalen Ebene, durch Erfahrungsaustausch und Dialog unterstützen. Bis zum

Ende der Projektlaufzeit im Dezember 2013 sollen vier verschiedene Module etabliert werden, um dieses Ziel zu erreichen. Neben Delegationsreisen von tunesischen Aktivistinnen und Kommunalpolitikerinnen ist ein MultiplikatorInnen-Workshop in vier tunesischen Kommunen geplant. Darüber hinaus soll die parteiübergreifende Kooperation unter Politikerinnen in Tunesien gefördert werden; die teils sehr verhärteten Fronten zwischen den Parteien sollen überwunden und die weiblichen Abgeordneten motiviert werden, gemeinsam frauenrechtlich relevante Themen zu bearbeiten. Das durch das Bundesfamilienministerium und das Auswärtige Amt finanzierte Projekt wird von der Europäischen Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft Berlin (EAF) durchgeführt, die über einen Newsletter regelmäßig über die Aktivitäten des Projekts informiert. Weiteres unter [www.eaf-berlin.de](http://www.eaf-berlin.de) > Politik > Demokratie braucht Frauen.

### Homophobie in Afrika

Diskriminierung aufgrund der sexuellen Orientierung ist in vielen Ländern der Welt an der Tagesordnung. In einigen Ländern des Kontinents werden immer wieder strengere Gesetze bis hin zur Todesstrafe gefordert. Wie mit Homophobie Politik gemacht wird, betrachten Rita Schäfer und Eva Range für verschiedene Länder in Afrika, unter anderem für Kamerun und Uganda. Ihr Text, der in der Reihe der Internationalen Arbeit der Friedrich-Ebert-Stiftung erschienen ist, untersucht darüber hinaus den dortigen Diskurs, der Homosexualität als unafrikanisch darstellt, und gehen außerdem darauf ein, wie AktivistInnen die Menschenrechtslage in den betroffenen Ländern verbessern können. *Schäfer, Rita/Range, Eva* 2013: Wie mit Homophobie Politik gemacht wird. Menschenrechte und Verfolgung von LSBTI-Aktivist\_innen in Afrika. FES Internationale Politikanalyse. Als PDF-Datei abrufbar unter <http://library.fes.de/pdf-files/iez/09598.pdf>.

### Gender Pay Gap in Deutschland

Über 800 Aktionen bundesweit verzeichneten die Initiatorinnen des „Equal Pay Day“ am 21. März 2013. Der „Equal Pay Day“ soll auf die immer noch ungleiche Bezahlung von Frauen und Männern hinweisen – 22 Prozent Lohnunterschied sind für Deutschland immer noch zu verzeichnen. Das Datum der Aktion markiert hierbei den Tag im Jahr, bis zu dem Frauen zusätzlich arbeiten müssen, um das Einkommen der Männer des vorausgegangenen Jahres zu erzielen. [www.equalpayday.de](http://www.equalpayday.de).

### Gender Pay Gap in Lateinamerika

Zwar sind in Lateinamerika immer mehr Frauen berufstätig, in der Politik stärker repräsentiert und auch das Wirtschaftswachstum in den lateinamerikanischen Ländern hält an. Dennoch besteht ein merklicher Gehaltsunterschied zwischen den Geschlechtern. Simone Reperger, Landesvertreterin der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) in Uruguay, analysiert in einer im März 2013 veröffentlichten Neuerscheinung aus der Reihe Internationale Arbeit der FES den lateinamerikanischen Arbeitsmarkt unter Gesichtspunkten der Geschlechtergerechtigkeit und erstellt Handlungsoptionen für Politik und Gewerkschaften zur Verbesserung der Lage. Auch wenn lateinamerikanische Frauen auf dem Arbeitsmarkt mit zahlreichen Benachteiligungen zu kämpfen haben und deutlich häufiger unter prekären Bedingungen arbeiten, ist der dortige Gender Gap von 17 Prozent tatsächlich niedriger als in Deutschland – wenn auch immer noch nicht tolerierbar. *Reperger, Simone 2013: Zwischen Emanzipation und Diskriminierung. Genderungerechtigkeiten in der Arbeitswelt in Lateinamerika. FES Internationale Politikanalyse. Als PDF-Datei abrufbar unter <http://library.fes.de/pdf-files/iez/09798.pdf>.*

### Hochschulwatch.de

Anfang des Jahres wurde mit dem Projekt „Hochschulwatch. MachtWirtschaftUni“ ein neues Internetportalen ins Leben gerufen. Unter [www.hochschulwatch.de](http://www.hochschulwatch.de) sollen fragwür-

dige Verbindungen von Wirtschaft und Wissenschaft dokumentiert werden. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hochschulen wie Studierende werden von den Initiatoren des Projekts, der tageszeitung, Transparency International Deutschland e.V. und der fzs (freier Zusammenschluss von studentInnenschaften) aufgerufen, entsprechende Fälle dem Portal zu melden. Dokumentiert werden soll, wenn private Interessen die Unabhängigkeit der Wissenschaft gefährden. Mithilfe einer Landkarte, dem so genannten Drittmittel-Atlas, sind für alle Hochschulen Deutschlands Drittmittel-Zuwendungen transparent gemacht. Das Projekt ist momentan auf ein Jahr befristet, die Internetseite wird von RedakteurInnen der tageszeitung moderiert.

### Politische Partizipation mal anders

Frisch erschienen im Barbara-Budrich-Verlag ist ein Sammelband, der unterschiedlichste Ausdrucksformen politischer Partizipation beschreibt, die jenseits konventioneller Beteiligungsformen anzusiedeln sind. Untersucht werden Funktionen und Inklusionspotenziale in politische Prozesse der Demokratie, die Protestformen wie Flashmobs, Massenverfassungsbeschwerden, Graffiti oder Straßenpredigten haben können. Betrachtet wird darüber hinaus auch die Kommerzialisierung verschiedener Partizipationsinstrumente. Die Publikation ist für 29,90 Euro über den Buchhandel oder den Verlag beziehbar.

*De Nève, Dorothee/Oltenau, Tina (Hg.) 2012: Politische Partizipation jenseits der Konventionen. Opladen, Berlin & Toronto: Barbara-Budrich.*

### Squatting in Europe

Das Squatting Europe Collective, ein Zusammenschluss von Forscherinnen und Forschern aus der Häuserbesetzerszene, hat im März dieses Jahres einen neuen Sammelband zur Häuserbesetzerszene in Europa herausgebracht. Hausbesetzung, so die Autorinnen und Autoren, hat eine lange und komplexe Geschichte, die sich immer wieder unter dem Eindruck von

Stadtpolitik stark gewandelt hat. Der Sammelband widmet sich den letzten 40 Jahren dieser Geschichte und zeigt dabei Parallelen sowie markante Unterschiede von Hausbesetzung in den Niederlanden, Italien, Spanien, Frankreich, Deutschland und England. Dabei bietet Hausbesetzung, so das Kollektiv, eine radikale, aber einfache Lösung für die Wohnkrise, Obdachlosigkeit und das Fehlen sozialer Räume, das gegenwärtige Gesellschaften kennzeichnet: Mit der Besetzung leerer Gebäude werden gleichzeitig Gemeinschaften wieder aufgebaut und mit Leben gefüllt. Der Sammelband ist online frei zugänglich ([www.minorcompositions.info/?p=504](http://www.minorcompositions.info/?p=504)) und ab Herbst 2013 in gedruckter Form erhältlich.

*Squatting Europe Collective* (Hg.) 2013: *Squatting in Europe: Radical Spaces, Urban Struggles*. Minor Compositions.

### Partizipation (falsch) verstehen?

An der Ludwig-Maximilians-Universität München findet am 11. und 12. Oktober die Konferenz „(Mis)understanding political participation“ statt, ausgerichtet von der „European Communication Research and Education Association“. Weithin akzeptiert ist, dass politische Partizipation und bürgerschaftliches Engagement zu wichtigen Säulen einer lebendigen Demokratie zählen. Zurzeit lässt sich eine sinkende Teilnahme an institutionellen Formen politischer Partizipation wahrnehmen, aber ebenso eine Steigerung der Teilnahme an unkonventionellen Formen von Partizipation. Jenseits dieser unumstrittenen Veränderungen soll auf der Konferenz aktuelle Formen, Aktionen, Orte und Motive der Partizipation politisch aktiver Menschen untersucht werden.

Weitere Informationen unter [www.ecrea-symposium.ifkw.uni-muenchen.de/index.html](http://www.ecrea-symposium.ifkw.uni-muenchen.de/index.html).



## SAMMELREZENSION

## Die Mär der digitalisierten Gesellschaft?

*Beckedahl, Markus/Lüke, Falk* (Hg.) 2012: Die digitale Gesellschaft. Netzpolitik, Bürgerrechte und die Machtfrage. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

*Loader, Brian D./Mercea, Dan* 2012: Social Media and Democracy. Innovations in Participatory Politics. London: Routledge.

*Seifert, Markus* 2012: Mobilisierung für alle? Eine Untersuchung sozial selektiver Wirkungen des Internets auf die politische Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag.

Führen die neuen Kommunikations- und Interaktionskanäle zu einer partizipatorischen Öffnung? In welchem Maße sind dem Internet de facto demokratisch mobilisierende Kräfte inhärent? Leben wir schon in einer digitalisierten Gesellschaft? Die hier vorgestellten Bände, „Die digitale Gesellschaft“ von Markus Beckedahl und Falk Lüke, „Social Media and Democracy“ von Brian D. Loader und Dan Mercea sowie „Mobilisierung für alle?“ von Markus Seifert, diskutieren die skizzierten Fragestellungen auf recht unterschiedliche Weise.

### „Digital ist besser“

Beckedahl und Lüke zielen mit ihrem Buch darauf ab, den Begriff der digitalen Gesellschaft zu erfassen. Ferner geht es in der Perspektive von Bildung, Wirtschaft, Politik, neuen und alten Medien um Netzpolitik sowie um daraus resultierende gesellschaftspolitische Herausforderungen. Anhand inter- und nationaler Fallbeispiele wird eine Fülle von Sachgebieten journalistisch umrissen. Eingangs widmen sich die Autoren dem Themenspektrum Medienkompetenz und -nutzung und erläutern im Zuge dessen u.a. die Begriffe des „digital native“ sowie des „digital immigrant“. In diesem Zusammenhang wird auch die digitale Spaltung angesprochen. Allerdings lassen die Autoren eine dezidierte, wissenschaftlich fundier-

te Auseinandersetzung mit der sozio-ökonomisch bedingten digitalen Spaltung vermissen. So wäre in diesem Zusammenhang etwa auf den derzeitigen Forschungsstand zur digitalen Spaltung in Verbindung mit der Wissensklufthese einzugehen. Ebenso sollten die verschiedenen Befunde der Divide-Forschung in Hinblick auf Zugang, Nutzung und Wirkung des Internets Berücksichtigung finden. Stattdessen postulieren die Autoren zwei recht unspezifische Formen digitaler Spaltung: zum einen die auf dem Zugang zum Internet basierende Spaltung, zum anderen eine Spaltung, die sich gemäß differenter Nutzungstypen ergibt. Letzgenannte fußt auf dem Grad der Internetnutzung; entweder als notwendiges Instrument für gewisse Tätigkeiten, oder aber als ein Werkzeug, das samt seiner Optionen vom Nutzer gänzlich in dessen Alltag integriert ist. Diese Typologie digitaler Divergenzen durchzieht die Argumentationen im weiteren Verlauf. So wird vor diesem Hintergrund etwa der Politik pauschal eine Ferne zum Medium Internet attestiert und netzpolitische Reserviertheit unterstellt (21ff., 63ff.). Entsprechend negativ fallen die Bilanzen der Autoren zu bisherigen politischen Debatten und Interventionen aus. Dafür werden z.B. der Verbraucher- und Datenschutz (u.a. AGBs für transnationalen Konsum, Disput über informationelle Selbstbestimmung), der Jugendmedienschutz (u.a. Internetsperren) oder die Innere Sicherheit (u.a. Vorratsdatenspeicherung) exemplarisch angeführt.

Überdies diskutieren sie die aktuelle Behandlung des geistigen Eigentums und der Urheberrechte im Kontext der politisch-ökonomischen Machtfrage (Open-Data-Postulat). Anschließend wird der vermehrte netzbasierte Einfluss internationaler Unternehmen abgebildet. Daraus hervorgehende kumulierende Effekte seien z.B. die permanente digitale Verfügbarkeit von Arbeitnehmern, die Monopolisierung der Internetdienstanbieter (Telekommunikationsanbieter im Allgemeinen, Apple, Google, eBay etc.) oder die brisante Frage der Kontrolle über die eigenen Daten (bspw. Cloud-

Computing). Alsdann wird das Thema einer neuen Publizität bei zeitgleichen Deutungsmachtverlusten seitens des Journalismus fokussiert. Zum einen bietet diese Gewichtsverlagerung zwischen Sender und Empfänger neue Möglichkeiten der Öffentlichkeitsherstellung für Kampagnen und Nischenthemen. Zum anderen sei die Profession Journalismus dahingehend gefährdet, dass profunde recherchierte und qualitativ hochwertige Artikel der „Aufmerksamkeitsökonomie“ (172) anheimfallen.

Wohin führt uns den Autoren zufolge nun die Digitalisierung und welche netzpolitischen Maßnahmen sind erforderlich? „Online und offline werden nicht mehr sauber voneinander zu trennen sein, sondern sich mehr und ineinander verzahnen.“ (213) Erstrebenswert sei daher in sozialer Dimension das Empowerment zur netzbasierten Loslösung von sozio-ökonomischen Barrieren. In wirtschaftlicher Hinsicht müsse Sinn und Notwendigkeit jedweder menschlicher Arbeit reflektiert werden. In juristischer Perspektive sei die rein nationalstaatlich referenzielle Reglementierung des Internets zu überdenken. Für die politische Dimension bedürfe es der kollaborativen Gestaltung neuer Rahmenbedingungen durch Bürger und Politik, damit die digitale Gesellschaft zu einer freiheitlich-demokratischen, respektierenden und akzeptierenden Gemeinschaft wird.

### **Bürgerschaftliche Aktivierung und Partizipation qua Social Media**

Anlass des im Routledge-Verlag erschienenen Bandes „Social Media and Democracy“ ist eine Fachtagung im Juli 2010, welche das Innovationspotenzial sozialer Medien für demokratische Prozesse thematisierte.

Das Buch vermittelt durch die Zusammenstellung internationaler, mehrheitlich explorativer Fallstudien zwar keinen vollständigen, dennoch einen sehr informativen Einblick in das Forschungsfeld. Einleitend konturieren die Herausgeber Loader und Mercea die normative Ebene und den derzeitigen Forschungsstand. Sie argumentieren, dass die breite und zunehmend alltägliche Nutzung von Social Media

und Internettechnologien künftig die sozialen Machtbeziehungen prägen werden. Gleichwohl verweisen die Herausgeber darauf, dass soziale Medien zwar als eine Option demokratischer Partizipation angesehen werden können, jedoch nicht per se demokratisch sind. Denn die deliberative Mediennutzung werde wesentlich durch einen Komplex sozio-kultureller Faktoren präformiert. Insofern sei gegenüber enthusiastischen Lobreden über die demokratischen Potenziale des Internets und der Sozialen Medien eine gewisse Skepsis geboten.

Das erste Kapitel befasst sich in zwei lehrreichen Beiträgen mit den sozialen Bewegungen und deren Nutzung von Social Media bzw. Online-Partizipationsangeboten. Der erste Aufsatz verdeutlicht, dass sich der Gebrauch interaktiver, sozialer Medien positiv auf die Netzwerkstärke, das Engagement und die Kommunikation von Organisationen auswirken kann. Hingegen verweist der zweite Beitrag auf eine Korrelation zwischen dem demokratischen Selbstverständnis einer Organisation und der Nutzung partizipatorischer Onlineangebote. Damit bietet das Kapitel auch praxisrelevante Aspekte für soziale Bewegungen.

Im zweiten Teil bewerten vier Beiträge die bisherige Relation zwischen traditionellen und sozialen Medien. Hier zeigt sich im internationalen Vergleich eine Divergenz in der Verwendung neuer Medien aufseiten der traditionellen Medien. Das Beispiel italienischer Medienunternehmen zeigt eindrücklich, wie digitale Medien als eine Expansion der eigenen politischen Ressourcen begriffen und als Druckmittel genutzt werden können. Des Weiteren beschreiben die Beiträge die Potenziale neuer Medien. So könne die aktive Nutzung alternativer Medien die kritische Reflexion und Re-Evaluation von (Nachrichten-)Informationen katalysieren; ebenso müsse das Bloggen als ein partizipatorischer Akt wahrgenommen werden. Insofern stellen diese Texte relevante Befunde für die Kommunikations- und Partizipationsforschung bereit.

Im dritten Abschnitt erfolgt eine Auseinandersetzung mit verschiedenen Nutzergruppen

sowie sozialen Netzwerkkommunikationen. Sechs Beiträge veranschaulichen u.a., dass das Internet potenziell marginalisierten Gruppen Partizipationsmöglichkeiten offeriere; aber auch, dass das Onlineengagement von Jugendlichen konsumorientiert sei. Gleichfalls wird konstatiert, dass kollektive Netzwerke nicht völlig ohne „Offline“-Gruppenaktivitäten auskämen und Online-Communities eine Form persönlicher Ermächtigung über geografische Grenzen hinweg seien. Ergo stützen die Beiträge Loaders und Merceas These: „[A]ccess to a social networking site does not in itself determine the engagement of citizens“ (3). In des veranschaulicht der Band die Notwendigkeit, demokratische Potenziale sozialer Medien weiter zu erforschen, damit sie für eine demokratische Öffnung nutzbar gemacht werden können.

### Das Internet als demokratische Initialzündung?

Während der vorhergehende Band eine Bandbreite von Untersuchungen zum Thema Social Media wiedergibt, widmet sich Markus Seifert in seiner Empiriestudie „Mobilisierung für alle?“ der Frage: „Welche individuellen Merkmale beeinflussen die mobilisierende Wirkung des Internets auf die individuelle Kommunikation?“ (19).

Eingangs werden die normative Basis und eine bereichernde Übersicht zum aktuellen Forschungsstand erläutert. Zunächst erarbeitet Seifert in der Perspektive der Partizipationsforschung den Begriff individuelle politische Kommunikation. Dabei rekurriert er auf die Systematik Martin Emmers, wonach die einzelnen Komplexe individueller politischer Kommunikation durch einen differenten Grad an Involvement gekennzeichnet sind. Gleichzeitig stützt sich die Studie auf die Mobilisierungsthese, welche behauptet, dass die politische Kommunikation der Bürger durch das Internet stimuliert und intensiviert wird. Doch bliebe hierbei bislang offen, ob diese Mobilisierungseffekte nur sozial selektiv sind. Zur Beantwortung diese Frage konzipiert Seifert für

die mobilisierende Wirkung des Internets ein hilfreiches Kausalmodell theoretisch identifizierter Moderatorvariablen mittels der Rezeption von Befunden der Sozialstruktur- und Digital-Divide-Forschung sowie der Wissensklufthese. In aller Ausführlichkeit schließt die Beschreibung der Methodik an. Für die Sekundäranalyse nutzt Seifert Daten des Forschungsprojekts „Politische Online-Kommunikation“ der Technischen Universität Ilmenau, die aus vier bundesweiten telefonischen Befragungswellen resultieren. Zunächst erfolgt die Extrahierung der unabhängigen Variable Internetnutzung mittels des Panel-Designs. Hierauf folgt die Systematisierung (nach Martin Emmer) der abhängigen Variable, die individuelle politische Kommunikation, sowie der moderierenden Variable, individuelle Merkmale. Schließlich werden das Kausalmodell anhand der Variablen konkretisiert und die Hypothesen vorgestellt.

Im fünften und sechsten Kapitel werden die Resultate der Studie resümiert. Weniger überraschend für Experten des Forschungsreiches: Die politische Wirkung des Internets auf individueller Ebene wird durch sozio-demographische Faktoren sowie politische Einstellungen determiniert. Weiterhin begünstigen erwartungsgemäß Erwerbstätigkeit, höheres Einkommen und höhere Bildung den Zugang zum Internet. In der Perspektive sozialer Selektivität des Internets sind die Befunde nicht zuletzt für die Partizipationsdiskurse bedeutungsvoll: Das Internet wirkt nicht sozial selektiv im Bereich der Informationskommunikation. Auch wird die „mobilisierende Wirkung des Internets auf politische Gespräche [...] durch ein niedriges Interesse für Politik gefördert“ (202). Noch frappierender im Lichte des demographischen Wandels ist, dass besonders Ältere einen „stärkeren internet-induzierten Mobilisierungseffekt erfahren“ (204). Jedoch sei insgesamt kein demokratie-praktisches Potenzial des Internets für die BRD festzustellen. Trotzdem ist Seifert optimistisch und folgert: „Je nachdem, wer das Internet heute und zukünftig politisch nutzt, könnten wir

vielleicht schon in kurzer Zeit von einer ‚Mobilisierung für alle sprechen‘ (206).

### Digitalisierung – das egalitäre Projekt der Zukunft

„Die digitale Gesellschaft“ von Beckedahl und Lücke richtet sich primär an einen Leserkreis, dessen Kenntnisstand zum Thema Internet im Kontext von (netz-)politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Entwicklungen weniger umfassend ist. Daher empfiehlt sich dieses Buch als thematischer Einstieg, konkrete Lösungsvorschläge bleibt es jedoch schuldig.

Hingegen vermitteln die Wissenschaftsbände „Social Media and Democracy“ und „Mobilisierung für alle?“ einen fundierten Einblick in bisherige Erkenntnisse zur Kommunikations-, Bewegungs- und Partizipationsforschung. Während Loader und Mercea nicht nur dem Fachpublikum einen ausführlichen Überblick über verschiedene Themengebiete liefern, stellt sich Seifert dezidiert der durchaus umstrittenen Frage zur sozialen Ungleichheit und digitalen Spaltung des Internets. Dabei entwickelt er einen wichtigen methodischen Ansatz, der für weitere Studien zu Interneteffekten auf die individuelle politische Kommunikation ausbaufähig ist.

In toto illustrieren die drei Werke, die Digitalisierung durchdringt die Gesellschaft; und partizipatorische Potenziale sind vorhanden, jedoch stark voraussetzungsvoll und bedürfen ihrer Zeit.

*Katrin Winkler, Berlin*



### Lokale Politik auf dem Rückzug?

*Deth, Jan W. van/Tausendpfund, Markus* (Hg.) 2013: Politik im Kontext: Ist alle Politik lokale Politik? Individuelle und kontextuelle Determinanten politischer Orientierungen. Wiesbaden: Springer VS.

Dieses Buch verdient Aufmerksamkeit. Im Frühjahr 2009 wurden rund 12.000 Bürgerinnen und Bürger ab 15 Jahren in 28 hessischen

Gemeinden umfassend zu Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Vereinsleben an ihrem Wohnort telefonisch befragt. Zusätzlich wurden Strukturdaten – von der Vereinsdichte bis zum Steueraufkommen – für die einzelnen Kommunen erhoben. Die lokale Vergleichsstudie ist nach dem „most similar“-Ansatz angelegt. Es geht um Kommunen eines Bundeslandes, die mit Ausnahme der Städte Wiesbaden und Kassel in der Größenklasse zwischen 5.000 und 50.000 Einwohner per Zufallsauswahl ermittelt wurden und sich quer über Hessen verteilen. Landespolitik und Gemeindeordnung sind für alle gleich und die Größeneffekte überschaubar. Die Größenklasse wurde auch gewählt, weil sich hier die positiven Effekte der lokalen Politikebene (Überschaubarkeit, „Schule der Demokratie“, lebendige Zivilgesellschaft etc.), so die Erwartung, noch am deutlichsten zeigen können.

Über diesen Datenberg beugten sich mit unterschiedlichen Perspektiven, aber analytischen Zugängen 17 Sozial- und Politikwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler. Im Zentrum steht die Fragestellung, „welche Bedeutung das lokale Umfeld für politische Orientierungen hat und wie mögliche wechselseitige Abhängigkeiten und Beeinflussungen von individuellen und kontextuellen Merkmalen zustande kommen“ (9). Das Ergebnis ist ein ebenso ungewöhnlicher wie umfangreicher und nicht gerade leicht verdaulicher Sammelband mit teilweise überraschenden Befunden. Einige sollen hervorgehoben werden.

### Überraschende Ergebnisse

Zunächst fällt auf, wie unterschiedlich – trotz des Ähnlichkeitsansatzes – die politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Strukturdaten für die einzelnen Kommunen ausfallen. So reicht der Schuldenstand pro Einwohner von knapp 200 bis zu fast 4000 Euro, das Gewerbesteueraufkommen von unter 50 bis über 500 Euro pro Einwohner. Auch die Spannen bei den Arbeitslosenzahlen und in der Kaufkraft sind erheblich. Selbst die Vereinsdichte reicht von 56 bis 282 Einwohnern pro Verein. Hier

drängt sich bereits das erste Warnzeichen auf. Verallgemeinernde, auf Durchschnittswerte bezogene Aussagen über die Situation der Kommunen (selbst in einem Bundesland) sind mit großer Vorsicht zu betrachten.

Noch größere Unterschiede treten in den Befragungsergebnissen hervor. Die allgemeine Zufriedenheit mit dem Leben in der Gemeinde schwankt zwischen 24 und 71 Prozent der Befragten. Gut informiert sehen sich je nach Kommune zwischen 55 und 94 Prozent, gut beteiligt an kommunalen Planungen zwischen 30 und 74 Prozent der Bürgerinnen und Bürger. Noch größer sind die Abstände bei der Frage nach der Wirtschaftskraft der Kommune (14 bis 96 Prozent), dem verantwortungsvollen Umgang mit öffentlichen Geldern (20 bis 88 Prozent), aber auch zur gelungenen Integration von Ausländern (43 bis 93 Prozent) (Tabelle S. 40). Offensichtlich bestimmen nicht nur wirtschaftliche Bedingungen das lokale Lebensgefühl, sondern auch die örtliche Politik, Kultur und Zivilgesellschaft. Kommunalpolitik kann also einen erheblichen Unterschied machen! Die erhobenen Schwachpunkte z.B. in der Planungsbeteiligung, im Umgang mit öffentlichen Mitteln, aber auch mit Zugewanderten legen für viele Orte eine kommunalpolitische Agenda nahe, die auf verstärkte Bürgerbeteiligung, partizipative Haushalte und eine strategisch ausgerichtete Integrationspolitik setzt.

Bemerkenswert ist, dass entgegen gängiger Annahmen kein positiver Zusammenhang zwischen einer lebendigen Vereinskultur und der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Gemeindeleben gefunden wurde (56). Politisch Aktive sind häufiger in Vereinen, aber Vereinsaktivitäten führen nicht notwendig zu politischem Engagement. Das Vereinswesen schafft zudem stärkere Verbundenheit bei der lokalen Mehrheitsbevölkerung, während Minderheiten nicht integriert werden (354f.). Überhaupt präsentiert der Band provozierende Befunde, die Sonntagsreden von der lokalen Ebene als für alle zugängliche „Schule der Demokratie“ in den Bereich des Mythos verweisen. Weder für all-

gemeine Wertorientierungen, demokratische Bürgertugenden, soziales Vertrauen, soziale Partizipation, die politische Mediennutzung, das politische Interesse oder das politische Vertrauen scheinen lokale Kontexte von besonderer Bedeutung zu sein, vielmehr stechen individuelle Merkmale (Einkommen, Bildung, Arbeitslosigkeit etc.) hervor. Lokale Differenzen ergeben sich lediglich aus der unterschiedlichen Komposition der lokalen Bevölkerung.

Das besondere Gewicht der jeweiligen Lage vor Ort scheint demgegenüber gering: von „überwiegender Bedeutungslosigkeit von Erklärungsfaktoren des lokalen Kontexts“ (319) ist die Rede „Offensichtlich funktionieren Kommunen heutzutage nur noch in geringem Maße als ‚Schulen der Demokratie‘“ (293f.), wenn es um das Niveau des politischen Interesses geht. Die wachsende soziale Ungleichheit übersetzt sich auch lokal in politische Ungleichheit. Es sind „eindeutig die ressourcenstarken Gruppen..., welche sich überdurchschnittlich für Politik interessieren“ (294). Dies gilt auch für konventionelle politische Beteiligung und Protest, die durch die Ungleichheit der sozialen Statusgruppen geprägt werden. Dies wird durch die lokalen Kontexte noch verstärkt. Je schlechter die wirtschaftliche Lage der Kommunen, desto geringer sind die politischen Partizipationsraten (437). Anders sieht es für lokale Themen im engeren Sinne aus. Sowohl für die Zufriedenheit mit der lokalen Demokratie, der Wahlbeteiligung wie auch bei der Verbundenheit mit der Gemeinde kommt lokalen Kontextfaktoren ein höheres Gewicht zu.

Dennoch kommen die Herausgeber zu einer eindeutigen Tendenzangabe. Die Bedeutung der Gemeindepolitik für die Bürgerschaft befindet sich im Sinkflug. Dafür lassen sich als Ursachen die institutionelle Abwertung der Kommunen in der Mehrebenenpolitik ebenso geltend machen wie gesellschaftliche Individualisierungs- und Modernisierungsprozesse, durch die lokale Bindungen an Gewicht verlieren (452f.). Hoffnungen auf eine demokratische Erneuerung der Politik „von unten“ scheinen angesichts dieser Diagnosen pure Illusion.

Dass diese Bewertung der Hessen-Daten nicht zwangsläufig ist, wird in einigen Beiträgen angedeutet, etwa wenn auf die Möglichkeiten lokalpolitischer Bedeutungsgewinne durch verstärkte Beteiligung und Mobilisierung verwiesen wird (408) oder eine erfolgreiche lokale Integrationspolitik auch als Brücke zur Politik der Europäischen Union wirken könne (263).

### Verfrühter Abgesang

Es gehört zu den Stärken des Sammelbandes, dass er reichlich Material für unterschiedliche Deutungsangebote liefert. Der finale Abgesang auf die Lokalpolitik ist auch Ergebnis eines allzu erfolgreichen Kampfes gegen eine Stroh-puppe („Alle Politik ist lokal“), die im Titel des Bandes aufgestellt wird. Viele Daten des Bandes sprechen dafür, dass die lokale Bürgerschaft ein vergleichsweise realistisches Bild von der durchaus relativen Bedeutung der kommunalen Ebene im Staats- und EU-Gefüge hat und gleichwohl die Gelegenheiten nutzt, die sich lokal in unterschiedlicher Weise bieten und durch neue Beteiligungsangebote erweitert werden können. Starke Tendenzaussagen lassen sich nicht auf die auf einen Zeitpunkt konzentrierten Hessen-Daten stützen, etwa die Aussage, die Gemeinde habe „für viele Menschen in den vergangenen Jahrzehnten ihre zentrale Bedeutung verloren“ (453). Dass dies in den 1950er und 1960er Jahren in der Bundesrepublik der Fall gewesen sein soll, verkennt den Umstand, dass es erst in den 1970er Jahren allmählich zu einer Politisierung der kommunalen Ebene gekommen ist. Zuvor dominierte eine „unpolitische“ Verwaltungsperspektive, die seit den 1990er Jahren mit dem „new public management“ in einem modernen Gewand erneut an Boden gewonnen hat.

Der Abgesang auf die schwindende Bedeutung der kommunalen Ebene kommt verfrüht. Unverkennbar gibt es in den letzten Jahren eine stark lokal geprägte Dynamik in Richtung demokratische Innovationen. Kommunen geben sich Satzungen und Qualitätskataloge für Bürgerbeteiligung. Von einem intensiver gewordenen lokalen Protestgeschehen, bei dem

es oft um das „Recht auf die Stadt“ geht, berichten auch die Hessen-Daten. In dieses Bild passt auch ein weiterer Befund. Mit wachsender Bildung und stärkerer Beteiligung an öffentlichen Debatten wächst die Unzufriedenheit der Befragten mit der Situation vor Ort. Diese kritischen Bürgerinnen und Bürger können zur Quelle von politischen und gesellschaftlichen Innovationen werden. Die Zufriedenen sind die eigentlich Bedrohlichen, wenn es um die Zukunftsfähigkeit von Kommunen geht. Die Auseinandersetzung um die politische Bedeutung der lokalen Ebene ist nicht zu Ende, sondern geht in die nächste Runde.

*Roland Roth, Berlin*



### Momentaufnahmen und Impressionen des Protests

*Marg, Stine/Geiges, Lars/Butzlaff, Felix/Walter, Franz (Hg.) 2013: Die neue Macht der Bürger? Was motiviert die Protestbewegungen? BP-Gesellschaftsstudie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.*

Ein Team junger Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler des Göttinger Instituts für Demokratieforschung um seinen Leiter Franz Walter hat mit diesem Band eine Reihe qualitativer Studien zu aktuellen Protestbewegungen in Deutschland vorgelegt. Entstanden sind damit interessante Momentaufnahmen und Impressionen des Protestes auf der Ebene von Einstellungen, Lernerfahrungen, Deutungshorizonten und Motivationen.

### Die Kontroverse über die „BP“-Gesellschaftsstudie

Die besprochene Studie hat direkt nach ihrem Erscheinen für Aufregung deswegen gesorgt, weil die Forschungsmittel von BP zur Verfügung gestellt worden sind. Franz Walter und sein Team haben sich hierzu umfassend geäußert. Eine inhaltliche Einflussnahme des Geld-

gebers hat es nicht gegeben (Institut für Demokratieforschung 2013). Die wachsende Bedeutung der Einwerbung von Forschungsetats aus der Wirtschaft – derzeit liegt der Anteil der Drittmittel an der Gesamtfinanzierung der deutschen Hochschulen bereits bei 26 Prozent – hat mit Recht die Aufmerksamkeit für Formen der Einflussnahme gesteigert, die dann oftmals erfolgt (hochschulwatch.de). So aber tritt die BP-Gesellschaftsstudie schlicht neben die schon lange etablierte Shell-Jugendstudie oder die im vergangenen Jahr erstmals erschienene Generali-Altersstudie, die insgesamt die Debatten bereichern. Als Kern der Kritik bleibt vor allem der wissenschaftspolitisch äußerst missliche Umstand einer in Deutschland insgesamt nur schwach ausgebildeten Bewegungsforschung, die eine wichtige und möglicherweise auch wachsende Funktion im Rahmen einer inter- wie transdisziplinären Zivilgesellschaftsforschung (IpB 2013; Klein/Schwalb 2013; Eder u.a. 2013) zu spielen hat. Der zweifellos bedeutende Beitrag der Zivilgesellschaft, von Protesten, bürgerschaftlichem Engagement und intermediären Organisationen erfordert daher auch neue wissenschaftspolitische Akzentsetzungen.

### Zur Anlage der Studie

*Die Gesprächspartner:* Gefragt wurden Aktivist:innen aus einzelnen Protestzusammenhängen, die im Überblick ein sehr breites und heterogenes Protestspektrum abbilden: Occupy und Anti-Atomkraft-Bewegung im Wendland und der Region Braunschweig, Opponenten gegen Infrastrukturprojekte in der Stadtentwicklung (das Netzwerk „Recht auf Stadt“ aus Hamburg, die Proteste gegen Stuttgart 21 und den Ausbau des Münchener Flughafens), aus dem Protest gegen die Energiewende in kleinen Gemeinden, Kommunen und Dörfern, die pro- und contra-Proteste zur Bildungspolitik in Hamburg 2008-2010 zur geplanten Schulreform (die Kontroverse zwischen dem Bündnis „Wir wollen lernen“ und „Die Schulverbesserer“), von Anti-Euro-Protesten (Bundesvereinigung Freie Wähler, die Strömung „Liberaler

Aufbruch“ in der FDP bis zur August-von-Hayek-Gesellschaft), von Internetprotesten gegen das AntiCounterfeiting Trade Agreement (ACTA) im Februar 2012 und von satirischen Protestgruppen („Die Partei“ und die „Front deutscher Äpfel“).

*Das Forschungsinteresse:* Vor dem Hintergrund eines demografischen Wandels, in dem die protesterfahrenen (westdeutschen) Generationen von „1968“ und deren Nachfolger in den 1970er und frühen 1980er Jahren bei der Nutzung unkonventioneller Formen der Partizipation in den kommenden Jahren als hochmotivierte „aktive Alte“ eine zentrale Rolle spielen dürften, ist eine Analyse von Einstellungen und Motiven des Protestes ebenso von Interesse wie mit Blick auf eine wachsende Verdrossenheit gegenüber den Akteuren der repräsentativen Demokratie und auf die schwindende gesellschaftliche Integrationskraft von Parteien, Verbänden und Kirchen (S. 10). Für die Forschergruppe waren daher zurückliegende Erfahrungen im bürgerschaftlichen Engagement mit gesellschaftlichen Strukturen und politischen Institutionen und die daraus entwickelten aktuellen Einstellungen und darauf bezogene Lernprozesse, aber auch emotionale Dimensionen von Interesse: „Welche Vorstellungen von Demokratie, Parteien, Politik und Gesellschaft leiten die Aktivist:innen? Was verbinden sie mit bestimmten, für unsere Gesellschaft zentralen Werten wie Verantwortung, Gerechtigkeit, Gleichheit oder Freiheit? Und was erwarten sie generell vom Staat und der Politik?“ (S. 11f.) Ein besonderer Akzent der Forschergruppe liegt auf dem Demokratieverständnis der Aktivist:innen.

*Zur Methodik:* Gefragt wurden in ca. 80 Einzelinterviews und in 18 Gruppendiskussionen „Wortführer des Protests“, die auf Veranstaltungsbesuchen identifiziert wurden, und von ihnen empfohlene weitere Gesprächspartner. Die Gespräche wurden im Selbstverständnis „teilnehmender Beobachtung“ geführt und systematisch ausgewertet. In den Einzelinterviews fand die Methodik des „narrativen Interviews“ (Fritz Schütze), des „fokussierten Interviews“

(Robert K. Merton/Patricia Kendall) und des „verstehenden Interviews“ (Jean-Claude Kaufmann) Anwendung. In den Gruppendiskussionen wurden keine existierenden Realgruppen befragt, sondern aus den eingeladenen Teilnehmern sieben Untersuchungsgruppen gebildet, mit denen je Protestfeld ein bis vier Fokusgruppengespräche mit zweieinhalb bis dreistündiger Dauer auf Basis teilstandardisierter Leitfäden, unter Verwendung von assoziationsanregenden Bildern und Fotografien, von Szenarien, Plan- und Kreativspielen geführt wurden. Im letzten Themenblock wurde in einem Gedankenexperiment zudem nach Lösungen und Alternativen sowie nach Visionen und Hoffnungen einer „idealen Gesellschaft“ gefragt. Die mitprotokollierten, aufgezeichneten und transkribierten Gesprächsergebnisse wurden zusammen mit Notizen und Aufzeichnungen der Teilnehmer und Bildmitschnitten der Interviews ausgewertet, begleitet von einem Forschungstagebuch, das mögliche Einflussnahmen auf das Gespräch kontrollieren sollte. Ein standardisierter Fragebogen erfasste zudem sozialstatistische Daten der Studienteilnehmer.

### Ausgewählte Befunde

Um überhaupt den Kontext des Protests der jeweils untersuchten Aktivist:innen darstellen zu können, ist die qualitative Forschung angewiesen auf die vorliegenden Befunde einer auf soziale Bewegungen und deren Netzwerke ausgerichteten Forschung mit ihren historischen Längsschnittanalysen, ihren auf Netzwerkbildung, politische Gelegenheitsstrukturen, Ressourcenmobilisierung oder auch die strategischen Zielsetzungen (framing) oder kollektive Identitätsbildung ausgerichteten politikwissenschaftlichen und soziologischen Analysen unter Einschluss systematisch erhobener quantitativer Befunde. Die Forschergruppe greift zur Einführung in die jeweiligen Protest- und Bewegungsfelder natürlich auch auf derartige Informationen zurück. Die soziostatistischen Angaben der vorliegenden qualitativen Studie können keine repräsentativen Ansprüche erheben. Sie werden im Rahmen der Befunde den

noch aufgegriffen, da sie Auskünfte über die an den Interviews beteiligten Aktivist:innen geben.

Die hier ausgewählten Befunde geben Einblicke in die Vorstellungswelt einzelner Aktivist:innen in einem sehr heterogenen Spektrum von Protesten und Bewegungen. Sie regen jenseits repräsentativer Erkenntnisansprüche vor allem zur Diskussion an, was ja eine qualitative Studie auszeichnet. Inwieweit dabei Deutungen des Forscherteams selber strittig sind, wird weiter unten zu diskutieren sein.

### *Protestakteure im städtischen Raum*

- Sie nutzen, so das Hamburger Beispiel, in starkem Maße die über Jahrzehnte gewachsenen Netzwerke eng verbundener Aktivist:innen und arbeiten „pragmatisch und abgeklärt“ mit den lokalen Institutionen der repräsentativen Demokratie zusammen.
- Gerade die Proteste um Stuttgart 21 machen deutlich: Die befragten Protestakteure verfügen über Bildung (die meisten Interviewten haben einen Universitätsabschluss), eine lange Berufskarriere und verfügen bereits über eigene Protesterfahrungen. Sie sind mit einem breiten Expertenwissen ausgestattet.
- Die Proteste gegen den Münchener Flughafenausbau werden über die Dachorganisation „AufgeMUCKt“, die über 80 Bürgerinitiativen verbindet, koordiniert, in der die Jugendorganisationen des BUND, der Deutschen Katholischen Jugend und der Evangelischen Jugend beteiligt sind und eine zentrale Rolle einnehmen.

### *Proteste gegen die Energiewende*

- Hier sind drei Viertel der Befragten männlich und ein überwiegender Teil hat einen naturwissenschaftlichen oder technischen Hintergrund; über 80 Prozent sind über 45 Jahre alt und zwei Drittel sind berufstätig.
- 15 Prozent der befragten Aktivist:innen kommen aus Umweltverbänden, Umweltbewegung oder Anti-Atom-Bewegung, knapp 10

Prozent haben Erfahrungen als kommunale Mandatsträger oder auch Bürgermeister oder Ortsvorsteher. Insgesamt haben 40 Prozent der Aktivisten Erfahrungen mit bürgerschaftlichem Engagement, wobei das lokale Vereinswesen mit 15 Prozent eine Rolle spielt.

- Im Zentrum protestleitender Orientierungen steht eine „ökologische und notwendige Energieversorgung“ und – anders als der Begriff „Umwelt“ der klassischen Ökologiebewegung – der Schutz der „Heimat“, d.h. ein Begriff, der sich auf die lokale Lebensqualität bezieht. Der politische Gestaltungsanspruch ist klar erkennbar: „Man will politisch mitprägen und, in einem zweiten Schritt, die Demokratie beziehungsweise die Aushandlungsprozesse in der jeweiligen Gemeinde und dem Bundesland mitkonzipieren.“ (S. 110)
- Vor dem Hintergrund einer, so die Autoren, beinahe schon „manichäischen“ Unterscheidung von Wirtschaft und Gesellschaft (S. 118) bei den befragten Naturwissenschaftlern und Ingenieuren soll der Protest Gesellschaft gestalten und ein Gegengewicht zum Einfluss der Wirtschaft darstellen. Demokratie ist für die befragten Aktivisten ein Zentralbegriff, der sich nicht in wiederkehrenden Wahlen erschöpft. Die Aktivisten verstehen sich als „Vertreter des ‚Allgemeinwohls‘“, für die „kein Widerspruch zwischen Demokratie als Entscheidungsprozess durch die Mehrheit und der für sie zwingenden Notwendigkeit (existiert), dass sie sich als faktische Minderheit mit ihrem Anliegen durchsetzen“ (S. 122). Sie adressieren sich an die Politiker, um deren technischen Sachverstand zu verbessern und sind distanziert gegenüber dem dominanten „Parteiengenzänk“ (S. 125). Stattdessen sollen, so die Studie, „Planbarkeit, ... unideologische Sachlichkeit und reine Objektivität“ (S. 128) gestärkt werden. „Eben weil die von uns Befragten im Grunde Technokraten sind, auf eine ‚Herrschaft der Sachgesetz-

lichkeiten und ihre technischen Imperative‘ setzen, spielen Politik und Politiker in ihrer Gedankenwelt eine untergeordnete Rolle.“ (S. 129f.) Auf diese Interpretation werde ich in der Ergebnisdiskussion zurückkommen.

#### *Proteste im Bereich der Bildungspolitik*

- Die Hamburger Kontroverse über die Schulreform wurde „fast ausschließlich im bürgerlichen Lager ausgetragen“ (S. 143) und es waren in beiden Lagern bei den Befragten überdurchschnittlich Frauen engagiert (S. 149).
- Während die Gesamtschulbefürworter eher dem postmateriellen Milieu zuzurechnen sind und zuvor intensive Erfahrungen in sozialen Bewegungen gemacht haben (S. 148), sind die Verteidiger des bestehenden Schulsystems eher an den traditionellen Werten von Besitz und Status orientiert (S. 144).
- Beide Gruppen, also auch die Verlierer der Auseinandersetzung, bewerten die Zeit ihres intensiven Protestengagements im Rückblick positiv.

#### *Anti-Atomkraft-Bewegung*

Bereits seit den 1950er Jahren auf lokaler Ebene entstanden, gehört die Anti-Atomkraft-Bewegung zu den langlebigsten Protestformationen der Bundesrepublik (S. 161). Die befragten Aktivisten sind überwiegend über 45 Jahre alt und vorwiegend männlich. Die Bewegung ist geprägt durch feste Strukturen und beinahe professionelle Bewegungsorganisationen, vielfach erprobte Handlungsabläufe, fachliche Arbeitsteilung und enge Vernetzung.

- Angesichts einer kritisierten starken Verschränkung von Wirtschaft und Politik und einer damit verbundenen Durchsetzung von Wirtschaftsinteressen verstehen sich die Aktivisten „als eine Art bürgerschaftlicher Motor für den organisierten Ausgleich“ (S. 171).
- Dominant ist das „Graswurzelprinzip“, d.h. die Widerständigkeit im Lokalen: „Aus dem

Widerstand hat sich eine kritische wie aktive Zivilgesellschaft gebildet, es haben milieuübergreifende Solidarisierungsprozesse stattgefunden, und es wird immer wieder betont, dass ein regional spezifischer Gemeinschaftsgeist daraus erwachsen sei.“ (S. 173) Für das Forscherteam offenbart sich hier ein starker Kontrast zwischen einerseits dem – gerade bei den Castor-Transporten – zyklisch erneuerten Massenprotest mit Hilfe hochprofessioneller Bewegungsorganisation, Vernetzung und Medienarbeit und andererseits einer Verklärung des „guten Lebens“ im lokalen Mikrokosmos (S. 174).

### *Occupy-Bewegung*

Die im Juli 2011 aus Kanada initiierte Aktion #occupywallstreet und das für 2 Monate bestehende New Yorker Camp hatten nicht nur in den USA, sondern auch in Europa enorme Resonanz, verstärkt durch eine zunächst sehr hohe mediale Aufmerksamkeit in Deutschland. Eine große Zahl „systemkritischer“ Gruppen v.a. des linken Spektrums, darunter auch bundesweite Akteure wie Attac oder Campact, trugen zur Mobilisierung bei. Die Errichtung von Camps, v.a. in Frankfurt, aber auch in Düsseldorf, Kiel oder Berlin war die zentrale Aktionsform. Eine international praktizierte, in Deutschland nur bei öffentlichen Versammlungen zu findende Aktionsform ist das „menschliche Mikrophon“ (Human Mic): Die Gruppe wiederholt passagenweise das vom Redner gesagte im Chor und verstärkt es somit (S. 192). Eine besondere Redekultur bestimmt die Diskussionen (S. 204). Da sich die Camps in den Großstädten auch zu sozialen Brennpunkten entwickelten, wurden sie für wichtige Aktivisten vor Ort zunehmend als Belastung empfunden.

- Die befragten Aktivisten kamen aus drei Gruppen: Jung-Aktivisten unter dreißig Jahre, bewegungserprobte Alt-Aktivisten sowie eine sehr heterogene dritte Gruppe, zu der u.a. „freie Künstler, Weltreisende, Esoteriker, Handwerker auf Durchreise

sowie Obdachlose, Drogenabhängige und andere Heimatlose“ (S. 188f.) zählen.

- Etwa die Hälfte der Teilnehmer an den Fokusgruppen, v.a. die unter 35jährigen, sind mit Occupy erstmals politisch aktiv geworden. „Besonders diejenigen unter fünfundreißig äußerten sich gegenüber euphorisiert, welch hohen Stellenwert die Bewegung in ihrem Leben einnehme ... So fühlt man sich auch mit seinen Freunden als Teil einer globalen Bewegung, in der Bilder vom Tahirplatz und dem Zucotti Park das eigene Engagement zusätzlich bestätigen. Bei manchen entstand so auch ein überhöhtes Selbstbild.“ (S. 214f.)
- Weithin geteilt wird die Kritik an einer vom Rest der Gesellschaft abgekoppelten politischen Klasse und einer zu starken Verschränkung von Staat und Wirtschaft.
- Gefordert werden mehr Mitsprache und Transparenz, direktdemokratische Verfahren und internetgestützte Beteiligungsverfahren (S. 207f.). Gegenüber der Mehrheitsdemokratie erfährt der Begriff „Konsens“ mit seinen Konnotationen „Gemeinschaft, Gleichheit, Achtung und Respekt“ sowie dem Schutz von Minderheiten eine besondere Aufwertung (S. 208).

### *Die Anti-Euro-Proteste*

Die Euro-Krise führt im Jahr 2013 zu hektischen Spekulationen der Meinungsforscher über die Chancen einer europakritischen Partei in der kommenden Bundestagswahl. Bereits im Herbst 2011, so die Forschergruppe, sei deren Potential bei rund 40 Prozent eingeschätzt worden. Die Gefahr einer demagogischen Instrumentalisierung ist gerade bei diesem Thema sehr hoch. Das heterogene Protestspektrum, aus dem die Gesprächspartner gewonnen wurden, reicht von der Bundesvereinigung Freier Wähler über den „Liberalen Aufbruch“ bis zur Hayek-Gesellschaft. Doch im weiteren Umfeld finden sich auch die MontPelerin Society, der Bund der Steuerzahler und Mehr Demokratie (s. 219 ff.):

- Auch in diesen Protesten überschreitet der Frauenanteil der Befragten kaum die 15 Prozent. Es dominieren technische und wirtschaftswissenschaftliche Bildungswege, häufig handelt es sich um mittlere Angestellte aus dem Dienstleistungssektor (S. 226).
- Die „Befragten erdenken ... Lösungsszenarien, die mitunter eine stärkere Regulierung der Finanzmärkte und Banken beinhalten. Jedoch zweifeln sie nicht an der Funktionsweise der Wirtschaft an sich und folgen gewissen Grundannahmen, wie beispielsweise dem von Deutschland verfolgten Diktum fiskalpolitischer Strenge.“ (S. 230)
- Vor allem bei den Freien Wählern, bei denen drohende Statusverluste im untersuchten Protestspektrum von zentraler Bedeutung sind, wird das Problem bei den abgehobenen „Berufspolitikern“ verortet, die in den 17 Euro-Staaten die Problemlösungen unter sich beraten (S. 237).

### *Satirische Protestgruppen*

Die „PARTEI“ unter ihrem Bundesvorsitzenden, dem ehemaligen Titanic-Chefredakteur Martin Sonneborn, ist mit 10.000 Mitgliedern die siebtgrößte Mitgliederpartei der Bundesrepublik. Die „Front Deutscher Äpfel“ ist ein lose organisiertes satirisches Bündnis gegen Rechtsextremismus.

- Die Gesprächspartner sind „fast ausschließlich männlich und besitzen eine überdurchschnittlich gute Ausbildung (Abitur und höher). Sie sind vorwiegend selbständig tätig, arbeiten freiberuflich oder studieren noch“ (S. 255). Bei der Äpfelfront stellen Schüler die Kerngruppe der Organisation, Kommunikation und Mobilisierung, bei der PARTEI dominieren die Dreißig- bis Fünfzigjährigen.
- Während bei der Äpfelfront die Aktivisten in eine Vielzahl von Initiativen und Netzwerken gegen Rechtsextremismus eingebunden sind, sind die Aktivisten der PARTEI abseits der Satire in fast keinem politischen Engagement parallel aktiv (S. 259).
- Die Partei ist insbesondere auch für die Gruppe der Nichtwähler eine Möglichkeit, die Stimme gegen das politische Establishment zu erheben: „Die Ursache für die satirische Inszenierung besteht in einer empfundenen Ohnmacht gegenüber gesellschaftspolitischen Abläufen. Das ist die Kehrseite des subversiven Selbstverständnisses.“ (S. 264)

### *Internetproteste*

Die für Politik und Öffentlichkeit zunächst überraschend hohe Mobilisierung zunächst gegen das sog. „Zugangerschwerungsgesetz“ 2009 und dann im Februar 2012 vor allem gegen das - an den Protesten von über 100.000 Menschen in 55 deutschen Städten gescheiterte - multilaterale Handelsabkommen ACTA mit seinen umfassenden Schutzmaßnahmen des Urheberrechts gegen Produktpiraterie, das als massive Gefährdung bestehender Kommunikationsfreiheiten im Internet kritisiert wurde, sind Gegenstand der abschließenden Bereichsanalyse. Bei Internetprotesten, so die Autorengruppe, sei zu unterscheiden zwischen Protesten, bei denen das Internet als Medium des Protestes dient (Protest „an sich“), und solchen, bei denen originäre „netzpolitische Anliegen wie die Aufrechterhaltung der bestehenden Netzstrukturen und -kulturen“ (S. 270) im Zentrum stehen (Netz „für sich“).

- Die befragten Aktivisten stammen aus bildungsnahen Gruppen, verfügen über Programmier- oder Digitaldesignkenntnisse oder einen sozial- bzw. geisteswissenschaftlichen Hintergrund.
- Die jüngeren Aktivisten sind „Digital Natives“ und möchten ihre eigene Alltagskultur verteidigen, bewegen sich souverän im Internet und übernehmen gleichsam „nebenbei und ohne eigene Konflikterfahrungen mit dem Staat ... einen Teil der typischen bürgerrechtlichen Kritelemente“ (S. 277); für diese Gruppe ist eine tiefe Politikverdrossenheit („Spielball der

Lobbyisten“ in Verbindung mit Forderungen nach Transparenz und Basisdemokratie prägend (S. 285f.).

- Eine ältere Gruppe der Aktivisten in diesem Feld hat sich auf das Internet eher instrumentell bezogen und verfügt über eigene Erfahrungen mit den konventionellen Formen der Protestmobilisierung (S. 278); diese Gruppe hegt erhebliche Zweifel an einer manipulativen und unberechenbaren Basisdemokratie (S. 287).
- Ein „ideologischer Überbau fehlt den Internetaktivisten, zumindest äußern sie ihn nicht explizit. ... In der Folge mangelt es an weitergehenden Ansätzen, an gesamtgesellschaftlichen Visionen oder Perspektiven. Der Protest ist situativ, kurzzeitig und wenig nachhaltig. Nur eine kleine Gruppe von Aktivisten ist an langfristigem Engagement interessiert“ (S. 296).

In der Trägergruppe des Protest, so Franz Walter in seiner abschließenden Bilanz, finden sich „auffällig viele Hausmänner, Teilzeitangestellte, Freiberufler, Schüler, Pastoren, Lehrer und - ganz besonders Vorruehständler, Rentner und Pensionäre. ... Zugespitzt formuliert: Der Protest in Deutschland findet im Milieu der Kinderlosen statt, genauer: bei denen, in deren Haushalt ein unter achtzehn Jahre alter Nachwuchs nicht (mehr) lebt“ (S. 302f.). Geprägt von eigenen Erfahrungen mit unkonventionellen Protestformen, protestieren heute vornehmlich „Bürger mit hoher Bildung, ordentlichem Einkommen, vielseitigen sozialen Kontakten (und) anspruchsvollen Berufstätigkeiten“ (S. 307). Es fehlen, so Walter, weitgehend die „ehrbaren kleinen Leute“: „Die neue Partizipationsdemokratie fördert keineswegs die zivilgesellschaftliche Integration, sie öffnet vielmehr die Schere zwischen ‚unten‘ und ‚oben‘ noch mehr, vertieft also die soziale Ungleichheit, statt sie einzudämmen.“ (S. 309) Sichtbar werde ein von Männern dominierter „Partizipationslobbyismus“ (Ausnahme: der Bereich Bildung und Schule), um „jenseits von allgemeinen und

gleichen Wahlen und den daraus resultierenden parlamentarischen Repräsentationsmechanismen die exklusiven Interessen der sie tragenden, zuwendungsfähigen Bürgertum-Milieu durchzusetzen“ (S. 311).

Protest, so Walter, fördere zwar im Falle des Erfolgs die Systemzufriedenheit in der Demokratie. Auffällig sei jedoch eine wachsende Distanz gegenüber den intermediären Strukturen der Demokratie. In der „plebisziären Grundsympathie“ laedere nicht bei wenigen die „autoritäre Versuchung“ (S. 323). Proteste seien durchaus ein wichtiges Frühwarnsystem der Demokratie, doch sei eine Steigerung von Bürgerbeteiligung mitverantwortlich für eine zunehmende Komplizierung und Langwierigkeit von Entscheidungsprozessen und einem wachsenden Unmut zivilgesellschaftlicher Subsysteme über Langsamkeit, Unschärfe und Kompromisshandwerk der Politik (S. 332). Auf dem Vormarsch sieht Walter mit Blick auf die in einigen Bereichen stark vertretenen Ingenieure einen „Kult des Experten“ und ein neues Zensussystem, in dem „kleine oligarchische Zirkel von Honoratioren des Sachverständigen und Führungskader hochspezialisierter Fachkenntnisse die Dinge regeln“ (S. 333). Zudem seien die „dunklen Seiten“ der Zivilgesellschaft („Dünger für jakobinischen Rigorismus von links und faschistische Raserei von rechts“) im historischen Rückblick nicht zu übersehen (S. 334). Proteste könnten die Gruppe der „Verdrossenen“ und die der „Empörten“ zu neuen, für die Demokratie auch gefährlichen Allianzen treiben (S. 335).

Die Perspektive der „Demokratisierung repräsentativer Demokratien“, so Walter, unterschätze daher die Anforderungen, eine neue Balance zwischen Wahlen und direktdemokratischen Teilnehmungsformen zu finden, die durch Proteste eingefordert werden. Aber das sich in den Protesten ausdrückende Misstrauen könne auch „Ausgangspunkt für Gegenbewegungen (sein), welche Unzufriedenheit in neue Ideen und Entwürfe transferieren. Wir werden sehen“ (S. 337).

### Einige irritierende Schlussfolgerungen

Auch wenn Walter am Ende eine ergebnisoffene Entwicklung konzediert, ist seine Bewertung der Analysen doch teilweise irritierend. Trotz einer nur sehr relativen sozialstatistischen Aussagekraft der angewendeten qualitativen Methodik behandelt er die nur für die ausgewählten Gesprächspartner der Studie geltenden Daten so, als seien sie repräsentativ. Dies ist freilich eine empirische Frage und die in den vorgelegten qualitativen Studien gegebenen Verteilungen lassen sich durch quantitative Studien ja gut überprüfen. Die untersuchten Protestfelder sind darüber hinaus zu heterogen, um derart allgemeine Schlüsse ziehen zu können, wie Walter das tut.

Der von Walter artikulierte Alarmismus gegenüber einer sich bei den Bewegungsaktivisten abzeichnenden neuen Expertokratie ist insofern überraschend, als wir derzeit in Folge der europäischen Finanzkrise in der repräsentativen Demokratie ja gerade eine in ihren Konsequenzen bedrückende Herrschaft technokratischer Experten wie auch neue Dimensionen exekutiven Durchregierens und entsprechender Krisenlösungsstrategien erfahren (Wöhl 2013: 45 und 48). Hier ist mit guten Gründen von einer bereits bestehenden Krise der repräsentativen Demokratie in Europa zu sprechen.

Die Skepsis gegenüber dem von Walter und seinem Team angetroffenen wachsenden Zahlen von Ingenieuren im Protest als Hinweis für neue Expertokratien ist zudem, so Claus Leggewie (2013), eine „überzogene Stilisierung“: „Wichtiger ist dagegen etwas anderes, nämlich dass interdisziplinäre Netzwerke von Bürgern, Wissenschaftlern und zivilgesellschaftlichen Pionieren transdisziplinäre Probleme als gemeinsame Aufgabe erkennen und annehmen, insbesondere den energetischen Umbau der Industriegesellschaft. Darin liegt eine echte Chance, den alten Dualismus der zwei Wissenskulturen – Geistes- vs. Naturwissenschaft – mit ihren angeblich inkompatiblen Methodologien, Weltbildern und Politikbegriffen endlich zu überwinden.“ (Leggewie 2013: 95)

Die Kritik an den bürgerlichen Trägergruppen des Protests kann – dies gilt analog auch für die empirischen Befunde zum bürgerschaftlichen Engagement, das hinsichtlich der dominanten Trägergruppen ebenfalls ein überwiegend bürgerliches Engagement der Mittelschichten ist – keineswegs deren Beitrag für eine demokratische Entwicklung desavouieren. Vielmehr verweist sie auf die Frage der möglichen Einbindung anderer sozialer Gruppen in die Praxis von Protest wie Engagement. Der Wahlakt in der repräsentativen Demokratie ist zwar inklusiver als Protest und Engagement, doch wird er durch zunehmende Nicht- oder Protestwahl zunehmend belastet – hier setzt die Debatte um die Demokratisierung der repräsentativen Demokratie daher mit guten Gründen an.

Die hierzulande zu konstatierende deutliche Steigerung sozialer Ungleichheit hat längst ernste Folgen in einer zunehmenden Demokratieverdrossenheit (Embacher 2009), die keineswegs das Vertrauen in die altbekannten Routinen parlamentarischer Demokratie bestärken kann und auf Entwicklungsbedarfe hinweist. Insgesamt ist längst nicht nur in Deutschland ein dramatischer Rückgang der Mitgliederzahlen der Parteien zu verzeichnen. Vor diesem Hintergrund ist der in der Studie beobachtete Ausbau der Partizipationswege eher als Chance denn als Risiko für die repräsentative Demokratie zu interpretieren: „An die Stelle der Organisationsmitgliedschaft sind oft situativ bestimmte Formen der politischen Teilnahme getreten. Da auch parteipolitisch und verbandlich nicht gebundener Protest zu einer normalen Form politischer Beteiligung geworden ist, steht ein neuer Vermittlungskanal zwischen Eliten und Bürgern zur Verfügung, wobei Konflikt hier durchaus politisch integrierend wirken kann. Zudem haben sich auch institutionell neue Formen der Partizipation entwickelt.“ (Nullmeier 2013: 38)

Walter unterschätzt die auf diese Probleme antwortenden Möglichkeiten und Ansatzpunkte der Demokratiepoltik, die sich nicht auf direktdemokratische Anbauten beschränkt,

sondern auch deliberative und assoziative Dimensionen aufweist (Roth 2011). Zudem finden sich innerhalb der repräsentativen Demokratie selber zahlreiche Ansätze einer demokratiepolitischen Reform – von Demokratisierungsprozessen in den Parteien über internetbasierte Begleitungen parlamentarischer Willensbildung bis hin zur Entwicklung des Petitionswesens.

Wie die Befunde der Studie zeigen, ist die Kritik an einer selbstbezüglichen politischen Klasse in zahlreichen Protestfeldern vorzufinden, doch belegen die Ergebnisse in den meisten Protestfeldern eben auch einen erstaunlichen Pragmatismus im Umgang mit Akteuren und Institutionen der repräsentativen Demokratie. Insofern sind Hinweise auf die – durchaus gegebenen! – dunklen Seiten der Zivilgesellschaft mit Bezug auf die meisten der hier untersuchten Bewegungsspektren nicht angebracht, bietet dieser Pragmatismus doch im konstruktiven Sinne Ansatzpunkte einer innovativen Demokratiepoltik in Verbindung mit Engagementpolitik (Olk/Klein/Hartnuß 2010). Zudem sind – gerade im städtischen und lokalen Raum – die Zusammenhänge von Protest und bürgerschaftlichem Engagement in der Studie nur angedeutet: Hier gilt es in der Tat relevante mikropolitische Motivlagen (BMFSFJ 2010) mit demokratiepolitischen Mitteln zu bergen. Vor diesem Hintergrund fordern das Netzwerk Bürgerbeteiligung und das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement für die kommende Legislaturperiode die Einrichtung einer Demokratie-Enquete im Deutschen Bundestag (BBE 2013; Netzwerk Bürgerbeteiligung 2013).

Die „Doppeldiagnose eines Rückzugs aus dem politischen Engagement auf den traditionellen Wegen bei ausgebauten Partizipationsofferten ... und erhöhtem Protestengagement scheint die aktuelle Lage besser zu kennzeichnen als Thesen eines Rückzugs der Bevölkerung aus den demokratischen Prozessen.“ (Nullmeier 2013: 38) In der Tat befindet sich die repräsentative Demokratie in einer ersten Belastungsprobe, die insbesondere durch die

Entwicklung der Proteste gegen das Euro-Krisenmanagement dramatisch gesteigert werden könnten. Dort entsteht, so Frank Nullmeier, eine „Demokratie ohne Wahlmöglichkeiten, weil die ökonomisch relevanten Entscheidungen in internationalen Aushandlungsprozessen zwischen den Regierungen, den Zentralbanken und dem globalen wie nationalen Finanzsektor getroffen werden.“ (ebenda: 39) Die Grenzen nationaler Demokratiekonzepte angesichts transnationaler und globaler Herausforderungen erfordern eine eigene, tiefer gehende Untersuchung, die durch das kurze Kapitel zu den Anti-Euro-Protesten in der besprochenen Studie keineswegs ersetzt werden kann. Dies gilt auch für die Occupy-Bewegung und insgesamt für globalisierungskritische Bewegungen.

### **Mehr Bewegungsforschung!**

Soziale Bewegungen als Kollektivakteure und deren Protestnetzwerke sind nicht Gegenstand dieser Studie. Quantitative Methoden (von repräsentativen Befragungen bis zur Protestereignisanalyse über die Auswertung von Zeitungsberichten) kamen nicht zur Anwendung (S. 16/17). Im Fokus der rezensierten Untersuchung steht die individuelle Ebene des Protestes, die biographische Prägung der einzelnen Akteure und ihre Motivationen. Damit leistet der gewählte Forschungsansatz einen ergänzenden Beitrag zu einer hierzulande insgesamt nur schwach etablierten sozialen Bewegungsforschung, die mit Hilfe komplexer Methodologien und auf Grundlage quantitativer Ansätze wie historischer Kontextualisierung die politischen Gelegenheitsstrukturen des Protestes, seine Organisationsformen und Mobilisierungspotentiale, die zugrunde liegenden Deutungsstrategien („Framing“) oder auch die für soziale Bewegungen konstitutiven Prozesse der Ausbildung kollektiver Identitäten untersuchen (zum Forschungsverständnis siehe Walk 2013 sowie die Homepage des derzeit in Gründung befindlichen Instituts für Protest- und Bewegungsforschung in Berlin unter [www.protestinstitut.eu](http://www.protestinstitut.eu)). Die Studie des Göttinger

Teams hat in jedem Fall die Notwendigkeit einer vertieften Diskussion über Proteste und Bewegungen auch in Zukunft deutlich gemacht.

*Ansgar Klein*, Berlin

#### Zitierte Literatur:

*Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)* 2010: Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009 – Zivilgesellschaft, soziales Kapital und freiwilliges Engagement in Deutschland 1999-2004-2009. <http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationen,did=165004.html>

*Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement* 2013: Engagementpolitische Impulse des BBE. <http://www.b-b-e.de/index.php?id=14380>

*Eder, Klaus/Braun, Sebastian/Klein, Ansgar/Strachwitz, Rupert Graf* 2013: Arbeitspapier zur Vorbereitung eines Antrags zur Einrichtung eines Interdisziplinären Zentrums an der Humboldt-Universität zu Berlin mit dem Titel Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung (ZfZ), Berlin, Februar 2013.

*Embacher, Serge* 2009: Demokratie! Nein danke? Demokratieverdross in Deutschland, Bonn: Verlag J.H.W. Dietz Nachf.

*Institut für Demokratieforschung* 2013: <http://www.demokratie-goettingen.de/aktuelles/studie-burgerproteste-in-deutschland>

*Institut für Protest- und Bewegungsforschung (IPB)* 2013: Verein und Institut für Protest- und Bewegungsforschung in Gründung.

In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, Jg. 26. Heft 1, S. 86-90 und <http://protestinstitut.eu/>

*Klein, Ansgar/Schwalb, Lilian* 2013: Engagementforschung als Teil der Zivilgesellschaftsforschung. Eine Forschungsagenda im Ausgang vom Engagementbericht der Bundesregierung, Gutachten des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin.

*Leggewie, Claus* 2013: Die Stunde der grünen Ingenieure. In: *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Heft 4/13, S. 91-95.

*Netzwerk Bürgerbeteiligung* 2013: <http://www.netzwerk-buergerbeteiligung.de/ueber-das-netzwerk/leitidee/>.

*Nullmeier, Frank* 2013: Transformationen demokratischer Staatlichkeit. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, Jg. 26. Heft 1, S. 32-41.

*Olk, Thomas/Klein, Ansgar/Hartnuß, Birger* (Hg.) 2010: Engagementpolitik. Die Entwicklung der Zivilgesellschaft als politische Aufgabe. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

*Roth, Roland* 2011: Bürgermacht. Eine Streitschrift für mehr Partizipation. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

*Wöhl, Stefanie* 2013: Die „Krise“ der repräsentativen Demokratie in Europa. Demokratietheoretische und politikfeldbezogene Reflexionen. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, Jg. 26. Heft 1, S. 42-50.

**Leo Jansen/Christina Herrmann:** *Kirche – Quo vadis? Politische Entwicklungen in der katholischen Kirche und ihre gesellschaftliche Relevanz: 10 Thesen* (FJ SB 2/2013, S. 12-19). Vor dem Hintergrund der Wahl des argentinischen Kardinals Jorge Mario Bergoglio zum Papst Franziskus I. und der damit verbundenen Hoffnung auf Reformen in der katholischen Kirche stellen Leo Jansen und Christina Herrmann 10 Thesen zu innerkirchlichen „Baustellen“ zur Diskussion. Im Spannungsfeld zwischen Marktorientierung und Verstaatlichung der sozialen Dienste der Kirche droht das eigene katholische Profil unterzugehen. Statt jedoch auf die Anforderungen einer modernen Zivilgesellschaft zu reagieren, werden kritische Stimmen im sozialen Feld innerkirchlich zumeist marginalisiert. In der Folge zeichnet sich eine Spaltung zwischen Kirchenführung und Praxis, zwischen Verteidigung und Abgrenzung gegenüber Ökumene und Dialog ab. Der Ruf nach Orientierung sei nach wie vor groß, so die Autoren, doch wie anschlussfähig ist die katholische Kirche?

**Leo Jansen/Christina Herrmann:** *Church – Quo vadis? Political developments within the Catholic church and their societal relevance: 10 theses* (FJ SB 2/2013, pp. 12-19). Against the background of the election of the Argentine cardinal Jorge Mario Bergoglio to Pope Francis I and the ensuing hopes for reforms in the Catholic church, Leo Jansen and Christina Herrmann lay down 10 theses on inter-church „building sites“. The Catholic profile is in danger of disappearing due to tensions between market-orientation and nationalisation of social services. Instead of reacting to the demands of modern civil society, critical voices in the social area are mostly marginalised within the church. As a result, a rift may emerge between church leadership and practice, between defence and differentiation vis-à-vis ecumenical Christianity and dialogue. The authors posit that the call for orientation continues to be loud – but how adaptable is the Catholic church?

**Volker Lilienthal:** *Social Media – eine Substitution von Qualitätsjournalismus?* (FJ SB 2/2013, S. 20-31). Das Verhältnis von professionellen Medien zu Social Media ist von vielen Beziehungen und komplementären Entwicklungen geprägt. So dienen Social Media beispielsweise Journalisten als Recherchequellen und können die klassischen Medien unter bestimmten Umständen einem Twitter-Ereignis zu ungeahntem Ausmaß und Reichweite verhelfen. Diskurse in den Social Media zeichnen sich durch eine neue Art der Meinungsäußerung und demokratischen Meinungsbildung aus. Der Inhalt wird von „sich kommentierend einmischenden Bürgern“ erstellt, wichtige Charakteristika von Diskurs und Inhalten sind die Unmittelbarkeit der Kommunikation (sowohl zeitlich als auch bzgl. zwischengeschalteter Kontrollinstanzen), die Vernetzung bzw. Wiederverwendbarkeit von Beiträgen sowie eine sinkende Schwelle für Publikationen (Verlagswesen vs. Blogger). Volker Lilienthal geht in seinem Beitrag der Frage nach, ob diese Entwicklungen zu einer Substitution des professionellen Journalismus durch Social Media beitragen. Aufgrund des beschränkten Willens zur Beteiligung (seitens der Bürger) und der thematischen Begrenztheit von Social-Media-Diskursen („Liebhaberei“), sei dies nicht der Fall, so der Autor, jedoch wurde und werde der Berufsjournalismus durch (möglichen) Druck seitens des Publikums stark verändert.

**Volker Lilienthal:** *Social Media – a substitution of quality journalism?* (FJ SB 2/2013, pp. 20-31). The relationship between professional and social media is multi-dimensional and characterised by complementary developments. Journalists use social media as research sources, and social media can sometimes generate Twitter events of unprecedented scale and scope for

classical media. Social media discourses are marked by a new form of expression of opinion and democratic formation of opinion. Content is generated by „citizens who engage through commenting“, important characteristics of discourse and content are the immediacy of communication (concerning time as well as intermediary control entities), interconnectedness and re-usability of contributions and a sinking threshold for publication (publishing sector vs. Bloggers). In his article, Volker Lilienthal addresses the question of whether these developments contribute to the gradual substitution of professional journalism through social media. Due to the limited will to get involved (on part of the citizens) and the thematic narrowness of social media discourses („hobby activity“), the authors argues that such substitution is not currently in train. However, (possible) pressure from the audience has already led, and will continue to lead, to significant changes in the practice of professional journalism.

**Konstantin von Notz:** *Wissen als Allgemeingut – Das Internet als Inkubator neuer Allmenden* (FJ SB 2/2013, S. 31-38). Allgemeingüter – auch Commons oder Allmende genannt – sind natürliche oder von Menschen geschaffene Ressourcen, die nach Regeln genutzt werden, die allen Beteiligten einen fairen Zugang gewähren und zugleich den Erhalt der Ressource sichern. Wissen und Information als immaterielle Allgemeingüter rücken aufgrund der rasanten Entwicklung des Internets und der Digitalisierung zunehmend ins Zentrum der Diskussion, besonders im Zusammenhang mit dem Urheberrecht. Konstantin von Notz beschäftigt sich mit den Vorzügen des Internets als Raum für die Schaffung und Mehrung von Gemeingütern und kritisiert die ausbleibende Reform des Urheberrechts. Ihm zu Folge wäre gerade im Bereich der immateriellen Güter ein konsequentes Verfolgen einer auf die Mehrung von Allmenden ausgerichtete Politik äußerst erfolgversprechend und würde zu einem hohen gesellschaftlichen Nutzen führen. Denn während andere Allmenden durch eine zunehmende Nutzung immer der Gefahr einer Minderung ihres Werts oder gar deren Verlust ausgesetzt sind, ist dies bei immateriellen Gütern eben nicht der Fall.

**Konstantin von Notz:** *Knowledge as common property – The internet as incubator of new commons* (FJ SB 2/2013, pp. 31-38). Commons – also referred to as allmende – are either natural resources or created artefacts that are used according to rules that enable both equal access for all stake-holders and safeguard their preservation. Due to the rapid development of the internet and digitalization, the debate increasingly focuses on knowledge and information as immaterial commons, particularly with regards to questions of copyright. Konstantin von Notz scrutinizes the advantages of the internet as a place for the creation and growth of commons and calls for an overdue reform of copyright legislation. He emphasizes how consistent policies aimed at supporting commons would be particularly promising in the realm of immaterial goods and lead to real societal profit. In particular, because material commons run the risk of losing their value or becoming exhausted, whereas the opposite is the case for immaterial commons.

**Oliver Leistert:** *Der Beitrag der Social Media zur Partizipation* (FJ SB 2/2013, S. 39-48). Groß sind die Hoffnungen, die in Social Media gesetzt werden: scheint doch nun endlich das lang ersehnte partizipative Medium massentauglich zu sein. Nie war posten so niedrigschwellig. Gleichzeitig ist diese niedrigschwellige Partizipation in einem vollständig kommerziellen Regime eingebettet. Die Frage „Was denkst du gerade?“ kann von einem börsennotierten Unternehmen nicht selbstlos gemeint sein. Im Text werden die ökonomischen Verhältnisse heutiger Social

Media-Regime in den Blick genommen. Kernpunkte sind die Verdattung und Verrechnung im Backend, die die User in Echtzeit an Dritte verkaufen und die Dynamik auf dem Bildschirm mitlenken. Es partizipieren in Social Media mächtige Akteure, die abgeschieden von den Usern algorithmisch mitreden. Gleichzeitig sind die Rechte der User durch Terms of Services diktiert, die mit dem Gesetzgebungsprozess in repräsentativen Demokratien genealogisch nicht verwandt sind. Im Ausblick geht es um den Eintritt des Mobiltelefons in die Welt der Social Media, der derzeit besonders in armen Ländern in unwahrscheinlicher Geschwindigkeit stattfindet.

**Oliver Leistert:** *The contribution of social media to participation* (FJ SB 2/2013, pp. 39-48). High hopes are being placed on social media: the long desired participatory medium finally seems mass market ready. Posting has never been this easy. At the same time, this low-threshold participation is embedded in a fully commercial regime. A stock exchange listed company is not likely to ask the question: „What are you thinking about“ without its own agenda. The article elucidates the economic conditions of today’s social media regime. Key components are the datafication and quantification in the back end, which users sell to third parties in real time, contributing to on-screen dynamics. Powerful actors, wielding their influence in algorithms secluded from the users, are present in social media. At the same time, users’ rights are dictated by the terms of services, which bear no genealogical resemblance to the legislative process in representative democracies. Lastly, the author elaborates on the entry of the mobile telephone into the world of social media, a process that currently occurs in poor countries with incredible speed.

**Thilo Weichert:** *Datenschutz, Bürgerrechte und Social Media* (FJ SB 2/2013, S. 48-55). Trotz der Kritik am mangelnden Datenschutz erfreuen sich soziale Netzwerke à la Facebook immer noch großer Beliebtheit. In seinem Beitrag weist Thilo Weichert auf der einen Seite darauf hin, dass das Internet neue Freiheiten, unabhängig von Zeit und Raum, geschaffen hat. Auf der anderen Seite mangelt es immer noch an Gesetzen, die effektiven Datenschutz ermöglichen. Erste Versuche, rechtliche Sicherheit zu schaffen, wurden zwar unternommen, aber nicht in letzter Konsequenz durchgesetzt. In einem ersten Schritt beleuchtet Weichert die speziellen Eigenschaften sowie normative Grundlagen des Netzes, die den Datenschutz nötig machen. Im zweiten Schritt erläutert er, warum es sich schwierig gestaltet, rechtliche Schranken zu schaffen. Dazu gehört, dass das Internet mit seiner weltumspannenden Struktur nicht durch nationalstaatliche Regelungen zu regulieren ist, und dass strenge Datenschutzaufgaben wiederum die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Akteure in einem globalen Wettbewerb beschränken würden. Am Schluss zeigt der Autor Perspektiven auf und fordert digitale Grundrechte ein, die informationelle Selbstbestimmung garantieren.

**Thilo Weichert:** *Data protection, civil rights and social media* (FJ SB 2/2013, pp. 48-55). Despite criticism of their lack of data protection, social networks like Facebook continue to enjoy high popularity. In his contribution, Thilo Weichert points out that the internet has created new freedoms independent of time and space. At the same time, laws for effective data protection are still few and far between. First steps towards creating legal security have been attempted, but not carried through to consequence. Weichert first looks at the internet’s specific characteristics and normative foundations which make data protection a necessity. He then elaborates why it is difficult to create legal barriers. Among the reasons is the fact that the internet, with its global structure, cannot be regulated by national legislation. On the other

hand, overly strict data protection requirements would impede individual actors' competitiveness in the global market place. Lastly, the author outlines perspectives and calls for basic digital rights to guarantee informational self-determination.

**Jeff Jarvis:** *Magna Charta des Netzes* (FJ SB 2/2013, S. 55-59). Ebenso, wie sich die endgültige Erscheinungsform des Buchs erst 50 Jahre nach der Erfindung der Druckerpresse herauskristallisierte und es ein Jahrhundert dauerte, bis seine Bedeutsamkeit offenbar wurde, so befindet sich auch das Internet noch in seiner Herausbildungsphase. Es ist noch zu früh, das Internet zu definieren, aber es ist nicht zu früh, es vor denen zu schützen, die Definitionsversuche unternehmen und dabei die Freiheiten begrenzen, die das Netz zu bieten hat. Dieser Auszug aus dem Buch „Mehr Transparenz wagen! Wie Facebook, Twitter & Co die Welt erneuern“ stellt zehn Prinzipien für eine offene Gesellschaft und das Internet als Werkzeug ihrer Öffentlichkeit vor.

**Jeff Jarvis:** *Magna Carta for the internet* (FJ SB 2/2013, pp. 55-59). Just as it took 50 years for the book to find its form after the invention of the printing press and a century for its full impact to be realized, so is the internet still restating. It is too soon to define the internet but not too soon to protect it from those who would define it and thus limit the freedoms it enables. This excerpt adapted from the book „Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way we Work and Live“ presents for discussion ten principles of an open society and of the net as a tool of publicness.

**Falk Steiner:** *Was heißt hier schon „Sozial“?* (FJ SB 2/2013, S. 59-62). Falk Steiner konstatiert, dass mittlerweile ein relevanter Teil der Öffentlichkeit nicht mehr im gemeineigentümlichen öffentlichen Raum, sondern in technisch abgeschlossenen, zentral regulierten, privaten Räumlichkeiten stattfindet. Denn das Internet, so der Autor, ist kein unabhängiger, poststaatlicher Raum, sondern strukturell profitorientiert und privatwirtschaftlich reguliert. Was ist also „sozial“ an sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Co., wenn die Akteure sowohl die technischen Regeln als auch die Interaktionsmöglichkeiten eigenmächtig und zu ihrem Nutzen bestimmen können? Ausgehend von der Idee der Dezentralisierung und Föderalisierung des Internets stellt Steiner ad-hoc-Netzwerke als Alternative zur derzeitigen Praxis vor. Er tritt dafür ein, diese als bürgeröffentliche Räume weiterzuentwickeln und so eine demokratische Ausgestaltung und Nutzbarkeit der Sozialen Medien voranzutreiben.

**Falk Steiner:** *What does „social“ even mean?* (FJ SB 2/2013, pp. 59-62). Falk Steiner reflects on how a great part of public life no longer takes place in the public space, but in technically closed, centrally regulated and private spaces. The internet, so he claims, is not an independent post-national space, but intrinsically profit-oriented and commercially regulated. So then what is „social“ about social networks like Facebook, Twitter etc., when share-holders can define the terms of use and interaction arbitrarily and in their own interest? Taking the idea of decentralization and federalization as starting point, Steiner suggests ad-hoc networks as an alternative to current practice. He suggests that they could be advanced as public virtual spaces and foster a democratic organization and usability of social media.

**Alexander Hensel/Stephan Klecha:** *Zwischen Stammtisch und Etherpad. Beteiligung und Mitwirkung in der Piratenpartei* (FJ SB 2/2013, S. 62-71). Die Piratenpartei ist gekennzeichnet von typischen Schwächen einer nicht-etablierten Kleinpartei: fehlende Strukturen, prekäre Finanzen und eine schwankende Mitglieder motivation. Mit den Wahlerfolgen 2009 und 2011 sind die Piraten jedoch, wollen sie sich langfristig etablieren, zu Professionalisierungsprozessen gezwungen, wobei ihnen ihre radikale Partizipationsorientierung im Wege steht. Alexander Hensel und Stephan Klecha gehen in ihrem Beitrag auf die chaotische Verschränkung von Online- und Offlinestrukturen der Piratenpartei ein und analysieren deren Teilnahmesoftware Liquid Feedback. Dabei treten grundsätzliche demokratietheoretische Defizite der Software u.a. bei der Delegation der Stimmen oder dem Gegensatz zwischen Manipulationsfreiheit und Datenschutz zutage. Als große Hemmnisse für eine Professionalisierung machen die Autoren das Fehlen einer kontinuierlich arbeitenden Parteistruktur, die Kakophonie der zahllosen parallel laufenden Kommunikationskanäle und die an Verbindlichkeit und Legitimation mangelnden Entscheidungsverfahren aus.

**Alexander Hensel/Stephan Klecha:** *Between pub talk and etherpad. Participation and involvement in the Pirate Party* (FJ SB 2/2013, pp. 62-71). The Pirate Party is characterised by the typical weaknesses of a small non-established party: lack of structures, precarious finances and erratic participants' motivation. However, its 2009 and 2011 electoral successes force the party to professionalise if they want to establish themselves in the long run. Its strong participation focus is an impediment in this regard. In their article, Alexander Hensel and Stephan Klecha illuminate the chaotic interlinkages between the Pirate Party's online and offline structures and analyse their participation software Liquid Feedback. It becomes clear that the software itself has fundamental democracy theory deficits, including in the delegation of votes or the contrast between freedom from manipulation and data protection. The authors point to the lack of a continuously working party structure, the cacophony of innumerable parallel communication channels and decision procedures lacking in bindingness and legitimacy as greatest obstacles to further professionalization.

**Anja Adler:** *Liquid Democracy als Social Software für Parteien* (FJ SB 2/2013, S. 71-83). Spätestens mit dem Wahlerfolg der Piratenpartei im Jahr 2009 hat das Internet als Kommunikationsraum und als Ort für Partizipation und Kollaboration an Bedeutung gewonnen. Allen voran mit dem Schlagwort Liquid Democracy ist die Hoffnung auf mehr politische Beteiligung verknüpft. In ihrem Beitrag löst sich Anja Adler vom Fokus auf die Piratenpartei und blickt auf Liquid Democracy als demokratietheoretisches Konzept, als (politische) Teilnahmesoftware sowie als konkreten Anwendungsfall. Dafür stellt sie die beiden Software-Lösungen Adhocracy und Liquid Feedback gegenüber und untersucht Anknüpfungspunkte zwischen Liquid Democracy und Social Media. Aus der Perspektive der Parteien- und Partizipationsforschung analysiert Adler schließlich die Möglichkeiten und Grenzen technologiebasierter Teilnahmesformen. Liquid Democracy – verstanden als Social Software – so ihr Plädoyer, kann, trotz aller Herausforderungen, die Politikvermittlung von Parteien nach innen und nach außen bereichern.

**Anja Adler:** *Liquid Democracy as Social Software for parties* (FJ SB 2/2013, pp. 71-83). The Pirate Party's 2009 election success has clearly demonstrated the increased importance of the internet as a communication space and forum for participation and collaboration. The buzzword Liquid Democracy connotes hopes for more political participation. In her contribution, Anja

Adler moves away from the focus on the Pirate Party and looks at Liquid Democracy as a concept of democracy theory, as (political) participation software and as concrete application. In this, she compares the two software solutions Adhocracy and Liquid Feedback and examines possible links between Liquid Democracy and social media. From the perspective of party and participation research, she then analyses possibilities and limits of technology-based participation forms and concludes that despite all challenges, Liquid Democracy, understood as social software, has the potential of enhancing parties' political communication internally as well as externally.

**Falk Steiner:** *Die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: Zivilgesellschaftlich ein Erfolg – oder ein Ausfall?* (FJ SB 2/2013, S. 83-88). Kann ein Fazit aus der EIDG gezogen werden und wenn ja, fällt es positiv oder negativ aus? Falk Steiner zeichnet in seinem Beitrag die Rahmenbedingungen der Enquete-Kommission nach, angefangen bei der „Zensursula-Debatte“ 2009 als einen Auslöser, über die Zusammensetzung der Kommission und ihre Arbeitsweise, bzw. die daraus erwachsenen Probleme, bis zu einem groben Resümee der Arbeit in der EIDG. Die Arbeit in der Kommission – ursprünglich als eine Möglichkeit für Ideen und Experimente zur besseren digitalen Beteiligung der Bürger in die parlamentarischen Abläufe geplant – brachte verschiedene – positive wie negative – Ergebnisse. Zwar wurden die Themen rund um Internet und digitale Zivilgesellschaft im Bundestag gestärkt und diverse Leitfäden bzw. Mindeststandards für die parlamentarische Arbeit entwickelt, die Umsetzung und Anwendung hängt allerdings stark von zukünftigen Konfigurationen des Parlaments ab.

**Falk Steiner:** *The commission of inquiry „Internet and digital society“: success or failure from the point of view of civil society?* (FJ SB 2/2013, pp. 83-88). Is it possible to offer a summary of the EIDG's work and if so is it positive or negative? Falk Steiner analyses the framework conditions for the commission, starting from the „Zensursula debate“ in 2009 that started it, via its composition, modes of practice and related challenges, towards a preliminary evaluation of its work. Originally initiated to generate ideas and experiments for the improvement of citizens' digital participation in parliamentary processes, it produced ambiguous results. On the one hand, the commission strengthened issues around internet and digital civil society in the German parliament and developed guidelines and minimum standards for parliamentary work. On the other hand, the author predicts, their implementation and application still highly depend on the future composition of the parliament.

**Olaf Hoffjann/Jeannette Gusko/Ariana Sliwa:** *Der Partizipationsmythos. Deutschlands Verbände wollen viel Beteiligung ermöglichen, bieten aber nur wenig an* (FJ SB 2/2013, S. 88-99). Die Verbreitung von Internet und Sozialen Medien wird von hohen Erwartungen einer fortschreitenden Demokratisierung und erhöhten Partizipation begleitet. Der Beitrag dokumentiert Schlüsselergebnisse einer Studie, die am Beispiel der Nutzung von Social Media durch deutsche Verbände solche Erwartungen empirisch überprüft und die Reichweite Sozialer Medialisierungsprozesse untersucht hat. Es zeigt sich, dass die Verbände durchgehend einen Bedeutungszuwachs Sozialer Medien wahrnehmen und sich durch entsprechende Angebote auf diese Entwicklung einzustellen versuchen – und hierbei auch dialogisch-partizipatorische Ziele formulieren. Weder die umgesetzten Angebote – etwa verbandliche Facebook-Auftritte – noch die tatsächliche Nutzungspraxis können allerdings diese beteiligungsorientierten Zielstellungen ein-

lösen. Diese massive Diskrepanz verweist auf ein ungelöstes Spannungsverhältnis zwischen der Beteiligungskultur Sozialer Medien und den weitgehend instrumentell geprägten Organisationskulturen der Verbände, die sich durch die Offenheit der Online-Kommunikation bedroht sehen.

**Olaf Hoffjann/Jeannette Gusko/Ariana Sliwa:** *The Myth of Participation. Germany's civil society associations seek to facilitate greater participation, but offer only little in their own organisational structures* (FJ SB 2/2013, pp. 88-99). The growing prominence of the internet and social media is accompanied by high expectations of progressing democratisation and growing participation rates. This contribution presents key findings from research which looked into German associations' use of social media to investigate these expectations and the extent of their social mediatisation. The study indicates that civil society associations have noted the increase in social media use and made attempts to develop responses to this trend, which also involve the formulation of dialogic-participative objectives. Neither the forums they currently offer – such as various facebook pages – nor the actual practice of their usage at this stage appropriately realise these participatory objectives. The massive discrepancy points to an unresolved tension between the participation culture within social media and the instrumental rationale that underpins the organisational culture of these associations, which feel threatened by the openness of online communication.

**Brigitte Reiser:** *Der Dritte Sektor und Soziale Medien: Chancen für Beteiligung und Demokratisierung* (FJ SB 2/2013, S. 99-108). Brigitte Reiser diskutiert die Partizipationsmöglichkeiten, die sich durch soziale Medien dem Dritten Sektor eröffnen, der diese bottom-up Funktionen bisher nur selten nutzt. Gemeinnützige Institutionen können das Internet zur Vernetzung und Beteiligung einsetzen und dadurch ihr Profil als bürgerschaftliche Organisationen stärken. Bürger wünschen sich Beteiligung im Alltag und können Nonprofits mit ihrer Expertise einen großen Mehrwert bieten. Dementsprechend müssen gemeinnützige Organisationen ihre Strukturen und Entscheidungsprozesse dezentralisieren und Partizipation zum integralen Bestandteil ihrer Arbeit machen. Dabei können soziale Medien eine wichtige Rolle spielen. Noch wissen aber nicht alle im Dritten Sektor um dieses Potential. Für viele, insbesondere kleine Vereine und solche mit älteren Mitgliedern, ist der digitale Raum immer noch ein unbekanntes Territorium. Insofern wären Strategien zur digitalen Inklusion des Dritten Sektors von größter Bedeutung.

**Brigitte Reiser:** *The Third Sector and Social Media: Opportunities for participation and democratisation* (FJ SB 2/2013, pp. 99-108). Brigitte Reiser discusses the participatory possibilities offered by social media to the Third Sector, who seldom uses these bottom up functions. Nonprofit organisations could use the internet for networking and participatory purposes, hence strengthening their profile as civic organisation. Citizens want to see day-to-day participation possibilities and their expertise can offer great added value to non-profit organisations. Hence, nonprofit organisations need to decentralise their structures and decision-making processes and make participation a central element of their work. Social media can play an important role in this. But as yet, not everyone involved in the Third Sector is aware of this potential. The digital space continues to be uncharted territory for many, especially smaller associations and those with older members. In that regard, strategies to foster the digital inclusion of the Third Sector are of critical importance.

**Sophie Scholz:** *Zivilgesellschaft in Bewegung. Kultur- und Medienwandel machen es möglich* (FJ SB 2/2013, S. 109-114). In ihrem Beitrag leitet Gastherausgeberin Sophie Scholz zunächst den umfangreichen Praxisteil des Heftes ein. In diesem wird aus der Perspektive von Praktikerinnen und Praktikern die Fragestellung beantwortet, wie soziale Medien dazu beitragen können, Zivilgesellschaft zu stärken. Verschiedene Facetten zivilgesellschaftlicher Selbstorganisationsprozesse via Social Media werden beleuchtet und die rund um das Thema „Zivilgesellschaft im Medienwandel“ entstandenen Communities kommen zu Wort. Im zweiten Teil des Beitrags stellt Scholz mit der Socialbar eine solche Community vor und präsentiert „Lessons Learned“ aus über fünfjähriger Erfahrung dieses erfolgreichen deutschlandweiten, dezentralen Netzwerks. Ausgehend von der These, dass sozialen Medien kulturelle Werte immanent sind – wie partizipativ, sozial, teilbar – werden diese Werte am Beispiel der Socialbar veranschaulicht. Scholz zeigt auf, was sich aus diesen Prinzipien für eine lebendige Bürgergesellschaft lernen lässt und wie Verwaltung, Politik und zivilgesellschaftliche Organisationen daran anknüpfen können.

**Sophie Scholz:** *Civil society in motion – powered by changes in culture and media* (FJ SB 2/2013, pp. 109-114). Our guest editor, Sophie Scholz, introduces this journal's comprehensive practice section. From the practitioner's point of view she tackles the question how social media can empower civil society. Her contribution looks at the promotion of self-organization by means of social media from the point of view of communities that have been founded around the nexus of civil society and media change. In the second part of her article, Sophie Scholz portrays the Socialbar as an example for one of those communities, presenting the lessons learned since the establishment of this successful, Germany-wide and decentralized network five years ago. Based on the hypothesis that cultural values such as participation, social and divisible are immanent to social media she illustrates these values with the example of the Socialbar. Scholz calls attention to the conclusions for a vibrant civil society that can be drawn from these principles for public administration, policy-makers and non-governmental actors.

**Ingo Frost/Peter Breaux:** *Mittels Webplattform vor Ort aktiv werden. Baumpflanzaktionen mit WikiWoods* (FJ SB 2/2013, S. 115-119). Bei WikiWoods handelt es sich um eine Online-Plattform, deren ehrenamtliche Organisationsteams sich dem Umweltschutz verschrieben haben. Ziel ist es, gemeinsam mit Freiwilligen, deutschlandweit Bäume zu pflanzen und Umweltschutzwissen zu vermitteln. Mittels Wikiplattform und dem Einsatz von Social Media besteht für Gleichgesinnte die Möglichkeit, sich online zu vernetzen und zu organisieren und offline gemeinsam aktiv zu werden. Ingo Frost, Mitbegründer von WikiWoods, und Peter Breaux, Biologe, gehen in ihrem Beitrag sowohl auf die technischen Aspekte und Herausforderungen von WikiWoods ein als auch auf das entstandene Gemeinschaftsgefühl während und nach den Baumpflanzaktionen. Während sich für Freiwillige online eine geringe Einstiegshürde bietet, vernetzen sie sich offline, werden vor Ort aktiv und tragen so zu einer lebendigen und vielfältigen Organisation bei. Wichtig sei, so die Autoren, die enge Verzahnung beider Sphären.

**Ingo Frost/Peter Breaux:** *Local engagement through web platforms. Tree planting with WikiWoods* (FJ SB 2/2013, pp. 115-119). WikiWoods is an online platform whose volunteer organization teams have dedicated themselves to environmental protection. The goal is, in cooperation with volunteers, to plant trees all across and to impart with environmental knowledge. Through wiki platform and the employment of social media, like minded individuals can link up and

organise themselves online and get active together offline. In this contribution, Ingo Frost, co-founder of WikiWoods, and biologist Peter Breaux highlight technical aspects and challenges of WikiWoods as well as the growing sense of community during and after the wood planting activities. As the entry threshold is low for volunteer online, they link up offline, get active locally and thereby contribute to a living and diverse organisation. The authors underline the importance of closely connecting the two spheres.

**Anna Vikky:** *Nachhaltiges Online-Freiwilligenmanagement am Beispiel von 2aid.org* (FJ SB 2/2013, S. 119-121). Wie sich die Organisation 2aid.org die Kultur des Social Web beim nachhaltigen Management von Freiwilligen zu eigen gemacht hat, beschreibt Anna Vikky in ihrem Beitrag. 2aid.org setzt sich für die Bekämpfung von Wasserarmut und für Zugänge zu sauberem Trinkwasser ein. Die ehrenamtlichen Unterstützer für die Projekte wirbt die Organisation über Social-Media-Kanäle wie Twitter und Facebook an. In den sozialen Medien, so die Autorin, stecke ein enormes Potential, bundesweit Gleichgesinnte zu finden und innerhalb kürzester Zeit einen großen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Darüber hinaus lassen sich Projekte für die Community effizient und transparent gestalten. Freiwillige treffen bei 2aid.org auf geringe Einstiegschürden. Sie werden als „helping hands“ in die Organisation aufgenommen und können sich bei klar abgegrenzten Micro-Volunteering-Aufgaben engagieren. Das deutschlandweit verteilte Team organisiert sich in regelmäßigen Telefonkonferenzen, kommuniziert und mobilisiert online über das Social Web und trifft sich einmal jährlich zu einem Meeting vor Ort.

**Anna Vikky:** *Sustainable volunteer management online: The example of 2aid.org* (FJ SB 2/2013, pp. 119-121). In her contribution, Anna Vikky describes how the organisation 2aid.org has utilised the culture of the social web towards the sustainable management of volunteers. 2aid.org lobbies for fighting water scarcity and access to clean freshwater; the organisation utilises social media channels like Twitter and Facebook to win volunteer supporters for its projects. According to the author, social media offers great possibilities to reach like-minded individuals nationwide and to raise one's profile within a short span of time. Furthermore, community projects can be managed efficiently and transparently. At 2aid, potential volunteers meet low entry thresholds they are welcomed into the organisation as „helping hands“ and can engage for clearly defined micro volunteer tasks. The community meets and mobilises chiefly online via the social web, but meets once a year for an on-site meeting.

**Judith Orland/Robert Dürhager:** *Typische Fallstricke von Online-Kampagnen* (FJ SB 2/2013, S. 122-126). Im digitalen Zeitalter ist die Online-Kampagnenarbeit für zivilgesellschaftliche Organisationen zu einem wichtigen Instrument der Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederengewinnung geworden. Der Trend im Ehrenamt geht hin zum themenorientierten Engagement. Welche Rolle das Internet und Social Web dabei spielt, welche Chancen es für Mobilisierung und Partizipation bietet und welche Fehlerquellen lauern, erläutern Judith Orland und Robert Dürhager, Mit-Organisatoren der re:campaign. Richtiges Timing und gutes Storytelling sind entscheidend für erfolgreiche Online-Kampagnen. Voraussetzung dafür ist ein professionelles Community Management, die Erarbeitung einer Content-Strategy und eine positive Innovationskultur. Die re:campaign unterstützt Organisationen bei der Herausforderung, neue Kampagnen-Methoden zu implementieren und bietet einen Raum für den Austausch von Know-How und das Lernen aus Fehlern.

**Judith Orland/Robert Dürhager:** *Common pitfalls for online campaigns* (FJ SB 2/2013, pp. 122-126). In our digital era, online campaigns have turned into an important instrument for public relations and the acquisition of new members. At the same time, there is a trend in voluntary work towards on-topic involvement. Against this backdrop, Judith Orland and Robert Dürhager, co-organizers of re:campaign, elaborate on the role of the web and social media and tackle both the advantages and pitfalls for mobilization and participation. According to the authors, good timing and convincing story-telling are decisive for the success of online campaigns. This requires a professional community management, the development of a content strategy and a positive culture of innovation. Re:campaign supports organizations to open up to new methods and provides an arena for the exchange of knowledge as well as good and bad practice.

**Sergius Seebohm/Paula Hannemann:** *New 'New Social Movements' – Eine internationale Perspektive auf partizipative Kampagnenführung* (FJ SB 2/2013, S. 126-133). Unsere vernetzten Gesellschaften eröffnen Individuen mehr und mehr Wege, sich miteinander zu verbinden und die Welt um sie herum zu gestalten; angefangen bei ihrer direkten Umwelt bis hin zum „großen Ganzen“. Durch das Internet ist es heute vielen Menschen leichter möglich, gesellschaftliche Debatten anzustoßen. Voraussetzungen für partizipative Kampagnenführung sind u. a. ein gesteigertes Partizipationsbedürfnis der Bürgerinnen und Bürger, hervorgerufen von einem Glaubwürdigkeitsrückgang in der Politik; und neue Technologien, die gut ausgebildeten, veränderungswilligen Menschen mit neuen kulturellen Selbstverständnissen zur Verfügung stehen. Sergius Seebohm und Paula Hannemann beleuchten in ihrem Beitrag einerseits die Voraussetzungen für „New 'New Social Movements'“, andererseits auch deren Geschichte, die sich in drei Schritten vollzogen hat: nach einer ökonomischen Nutzung der Partizipation von Kunden steht die Herausbildung von verschiedenen nationalen und internationalen Netzwerken zur Kampagnenführung. In einem dritten Schritt wird es jedem Einzelnen möglich, die Strukturen und das Know-How dieser Netzwerke für seine Kampagnen zu nutzen. So hat jeder die Chance, Veränderungen anzustoßen. Als Beispiele dienen mehrere Kampagnen gegen homophobe Statuten in der Satzung der BSA (Boy Scouts of America).

**Sergius Seebohm/Paula Hannemann:** *New, new social movements' – participatory campaigning from an international perspective* (FJ SB 2/2013, pp. 126-133). Contemporary network society offers ever widening opportunities to individuals to connect with each other and to shape the world around them, which includes the immediate environment as well as the „big picture“. The internet makes it easier for many people to initiate social debates. The key conditions for the emergence of participatory campaigns are, among other things, citizen's higher preparedness to get involved, which is also related to the shrinking credibility of „official“ politics; furthermore, new technologies are available to highly educated people who combine a novel cultural self-understanding with aspirations to change the world. Sergius Seebohm and Paula Hannemann offer insights into the preconditions of these new social movements and shed light on their history, which they see unfolding in three steps; after an initial economic focus on customer participation, we witnessed the emergence of national and international networks which were appropriated for purposes of campaigning. Finally, it has now become increasingly possible for individuals to make use of these structures and their know-how for their own campaigns. Today, everybody can initiate change. The authors draw on the example of several campaigns against homophobic passages in the statutes of the BSA (Boy Scouts of America).

**Beate Steffens:** *GreenAction: Die Kampagnen-Community für Umweltschutz* (FJ SB 2/2013, S. 134-137). GreenAction ist eine zentrale Kampagnen-Community von Greenpeace Deutschland. Der Beitrag von Beate Steffens, der Community-Managerin der Plattform, stellt Anspruch, Stand und Erfolgsfaktoren des Projektes vor und erläutert seinen Stellenwert im Rahmen der Internet-Strategie von Greenpeace. Greenpeace möchte mit dem auch für Nichtmitglieder offenen Angebot nicht nur zum Handeln motivieren und das umweltpolitische Engagement von insbesondere jüngeren Zielgruppen unterstützen, sondern auch die Sichtbarkeit bestehenden Engagements erhöhen und als Organisation seine Dialogkultur weiterentwickeln. Die Community soll mit dem Ansatz des partizipierenden Campaignings daher Raum für kreative Ideen bieten, aber den Aktiven auch Solidaritätserfahrungen und Rückhalt vermitteln. Der Beitrag resümiert elementare Anforderungen an das aktivierende Portal und formuliert eine positive Zwischenbilanz des Community-Ansatzes.

**Beate Steffens:** *GreenAction: A Campaigning-Community for Environmental Protection* (FJ SB 2/2013, pp. 134-137). GreenAction is a central campaigning-community which is part of Greenpeace Germany. In this contribution, Beate Steffens, the platform's community manager, introduces the project's aims, its current status quo and the reasons for the success the forum has had so far; she also locates the initiative within Greenpeace's wider internet strategy. Opening this forum for non-members, Greenpeace seeks to promote new initiatives and support environmental engagement among younger people, but also intends to enhance the visibility of existing engagement and develop the organisation's dialogical practices. The community's participative campaigning aims to provide space for creative ideas, but also to generate solidarity experiences and support for activists. This article summarizes the basic expectations towards the activating platform and offers a positive preliminary assessment of the „community“ approach.

**Hannes Jähnert:** *Selbstreferenzielle Systeme? Diskussion des Beitrags von Bloggerinnen und Bloggern zur politischen Bildung am Beispiel der NPO-Blogparade* (FJ SB 2/2013, S. 137-143). Politische Bildung ist auf aktive Teilnahme angewiesen. Besonders dann, wenn sie als Schaffung einer dezentralen Plattform für den gemeinsamen Austausch über anstehende Transformationsprozesse in der Gesellschaft verstanden wird. Politische Bildung – ganz besonders die von Erwachsenen – muss dazu verführen, sich selbst mit den aktuellen Wandlungsprozessen auseinanderzusetzen. Bei der NPO-Blogparade handelt es sich um eine beteiligungsoffene Diskussion unter Bloggerinnen und Bloggern zu medialen Wandlungs- und institutionellen Transformationsprozessen im Nonprofit-Sektor. Anhand der NPO-Blogparade untersucht Hannes Jähnert die Fragestellung, welchen Beitrag solche Inszenierungen der *Social Media Szene* zur politischen Bildung leisten können. Der Autor zeigt, dass der Beitrag einerseits in der Erschaffung einer dezentralen Plattform für den gemeinsamen Austausch, andererseits in der Verführung zur aktiven Teilnahme mit den Mitteln der Sozialen Medien liegt.

**Hannes Jähnert:** *Self-referential systems? A discussion of the contributions of bloggers to political education: The example of the NPO blog parade* (FJ SB 2/2013, pp. 137-143). Political education relies on active participation, especially if it is conceived as the establishment of a decentralised platform for political dialogue concerning imminent transformation processes within society. Political education – especially of adults – needs to entice participants to themselves engage further with the processes of change. The NPO blog parade is an open discussion among bloggers on processes of media change and institutional transformation in the non profit sector. Hannes Jähnert takes the NPO media parade as an example to discuss what contributions these events can make towards political education. He outlines that the contribution consists in the establishment of a decentralised platform for joint exchange, but also in enticement towards active engagement through the means of social media.

**Kate Chapman/Katrina Engelsted/Mark Iliffe:** *OpenStreetMap – Kollaborative Bearbeitung von Onlinekarten in der Entwicklungs- und Katastrophenhilfe* (FJ SB 2/2013, S. 144-149). Der Beitrag von Chapman, Engelsted und Iliffe widmet sich dem Mapping. Das Mapping funktioniert ähnlich wie Wikipedia – Kartenmaterial kann von jedem/r und von überall bearbeitet und ergänzt werden. Seit 2004 wächst die Community stetig und die Einsatzmöglichkeiten werden zahlreicher. In Naturkatastrophen- oder Krisengebieten kann das offene Gestalten der Karten helfen, schneller zu reagieren und wird damit auch nützlich für Regierungen und Helfer/innen. Als bisherige Einsatzgebiete beschreiben die Autor/innen die Philippinen und Indonesien. In Ramani Tandale hilft das Projekt bspw. Lieferant/innen, sauberes Wasser zu finden und hygienische Bedingungen zu verbessern. Die größte Herausforderung sehen die Autor/innen darin, mit den unterschiedlichen Voraussetzungen der Mitwirkenden umzugehen, denn unterschiedliche kulturelle Hintergründe können zu verschiedenen Interpretationen führen. Das OpenStreetMap-Konzept, welches vorher von Regierungen ausgeführt wurde und deren Deutungslosigkeit unterlag, wird damit zu einem Ansatz, der von unten agieren will.

**Kate Chapman/Katrina Engelsted/Mark Iliffe:** *OpenStreetMap, Collaborative Map Editing for Development and Disaster Response* (FJ SB 2/2013, pp. 144-149). Chapman, Engelsted and Iliffe's contribution looks at Mapping. Mapping works similar to Wikipedia; everyone anywhere can edit and expand on mapping material. The community has been growing steadily since and potential uses also increase. In natural disaster or crisis areas, open editing of maps can assist in more rapid reaction capabilities, thus becoming useful for governments and assistance organisations. The authors look at the Philippines and Indonesia as past application areas. In Ramani Tandali, the project's uses include assisting providers in finding clean water and improving sanitary conditions. According to the authors, the greatest challenge lies in handling participants' diverse experiences, as different cultural backgrounds can lead to differing interpretations. The OpenStreetMap concept, having previously been applied by governments in their sovereign interpretation, thus becomes an approach that wants to act from below.

**Christoph J. Rupprecht/Clarissa Schulte:** *Patienten und Versicherten eine Stimme geben* (FJ SB 2/2013, S. 149-151). Die persönlichen Erfahrungen von Patienten und Versicherten mit der Gesundheitsversorgung und damit Chancen für eine Verbesserung bleiben oft ungenutzt. Gastherausgeber Christoph J. Rupprecht zusammen mit Clarissa Schulte plädieren dafür, der Stimme der Patienten und Versicherten mehr Geltung zu verschaffen. Sie gehen der Frage nach, ob soziale Medien dazu einen Beitrag leisten können und verweisen dabei auf erste interessante Ansätze. Um aber tatsächlich Patienten und Versicherte erfolgreich einzubeziehen, bedarf es nach ihrer Auffassung seriöser Kommunikationsplattformen bzw. geeigneter qualitätsgesicherter Instrumente zur Bewertung, Information und zur Beteiligung.

**Christoph J. Rupprecht/Clarissa Schulte:** *A voice for patients and medically insured* (FJ SB 2/2013, pp. 149-151). In the field of health care, personal experiences of patients and the medically insured often remain untapped, thereby neglecting the chance of improving services. Our guest editor, Christoph J. Ruppert, together with Clarissa Schulte, make a case for enforcing the patients' and insured's voice. They examine whether social media can contribute to this attempt and point to first interesting approaches. To effectively include patients and people with a health insurance plan, the authors argue, there is a need for quality assurance as well as reliable instruments and communication platforms.

## Forschungsjournal Soziale Bewegungen

bis 2010: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen

Gegründet 1988, Jg. 26, Heft 2, August 2013

Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft m.b.H. • Gerokstraße 51 • 70184 Stuttgart

Fax 0711/242088 • e-mail: lucius@luciusverlag.com • www.luciusverlag.com

Für die Forschungsgruppe Soziale Bewegungen herausgegeben von PD Dr. Ansgar Klein; Jupp Legrand; Prof. Dr. Thomas Leif; Jan Rohwerder

**Redaktion:** Vera Faust, Aachen; Alexander Flohé, Düsseldorf; PD Dr. Ansgar Klein, Berlin; Dr. Ludger Klein, Frankfurt M.; Peter Kuleba, Berlin; Jupp Legrand, Wiesbaden; Prof. Dr. Thomas Leif, Wiesbaden; Dr. Albrecht Lüter, Berlin; Tobias Quednau, Berlin; Dr. Markus Rohde, Bonn; Jan Rohwerder, Aachen; Prof. Dr. Jochen Roose, Berlin; Gabriele Schmidt, Berlin; Stephanie Schmoliner, Hamburg; PD Dr. Rudolf Speth, Berlin; Dr. Karin Urich, Mannheim

**Redaktionelle Mitarbeit:** Hans-Georg Feldbauer, Berlin; Nadine Kreitmeyer, Tübingen; Katrin Kwiatkowski, Berlin; Miriam Küller, Berlin; Maria Langethal, Berlin; Alexander Leistner, Leipzig; Aleksandra Lewicki, Bristol; Markus Mertens, Mannheim; Melanie Müller, Berlin; Laura Sasse, Berlin; Franziska Scholl, Berlin; Regina Vierkant, Berlin

**Gastherausgeber für den Themenschwerpunkt:** Christoph J. Rupprecht, Düsseldorf; Sophie Scholz, Berlin

**Verantwortlich für den Themenschwerpunkt:** Albrecht Lüter, Berlin (V.i.S.d.P.); Ansgar Klein, Berlin; Katrin Kwiatkowski, Berlin; verantwortlich für *Pulsschlag*: Alexander Flohé, Bagelstr. 129, 40479 Düsseldorf, e-mail: alex.flohe@web.de; für *Aktuelle Analyse und FJSB Plus*: Ansgar Klein, Morusstraße 16, 12053 Berlin, e-mail: ansgar.klein@snaflu.de; für *Treibgut*: Vera Faust, Hubertusplatz 8, 52064 Aachen, e-mail: vera.faust@gmx.de; für *Literatur*: Tobias Quednau, Katzbachstraße 26, 10965 Berlin, e-mail: t.quednau@gmx.de

**Beratung und wissenschaftlicher Beirat:** Prof. Dr. Andreas Buro, Grävenwiesbach; Volkmar Deile, Berlin; Dr. Warnfried Dettling, Berlin; Prof. Dr. Ute Gerhard-Teuscher, Frankfurt/M.; Prof. Dr. Friedhelm Hengsbach SJ, Frankfurt/M.; Prof. Dr. Robert Jungk (†); Ulrike Poppe, Berlin; Prof. Dr. Joachim Raschke, Hamburg; Prof. Dr. Roland Roth, Berlin; Prof. Dr. Dieter Rucht, Berlin; Dr. h. c. Wolfgang Thierse, Berlin; Dr. Antje Vollmer, Berlin; Detlef Wetzel, Kreuztal/Düsseldorf; Heidemarie Wiczorek-Zeul, Berlin

**Redaktionsanschrift:** Forschungsgruppe Soziale Bewegungen, c/o Jan Rohwerder, Hubertusplatz 8, 52064 Aachen, e-mail: jan.rohwerder@gmx.de

**Homepage:** www.forschungsjournal.de

**Förderverein:** *Soziale Bewegungen e.V.*, c/o PD Dr. Ansgar Klein, Morusstraße 16, 12053 Berlin, e-mail: ansgar.klein@snaflu.de; *Spendenkonto:* Sparkasse KölnBonn, BLZ: 370 501 98, Konto-Nr: 751 460 7

**Bezugsbedingungen:** Jährlich erscheinen 4 Hefte.

Jahresabonnement 2013: Bibliotheken € 66,-, persönliches Abonnement € 42,-, Studierende (gegen Studienbescheinigung) € 30,-, jeweils zuzügl. Versandkosten (Inland € 4,-/Ausland € 8,-). Der Bezugspreis schließt den Zugang zum digitalen Volltext der Zeitschrift ein. Persönliche und Studentenabonnements zum reduzierten Preis erhalten den Zugang zur Datenbank gegen einen Zuschlag von € 12,-/Jahr. Mit dem Ende des Abonnements endet auch das Zugriffsrecht auf die Digitalversion. Einzelheft € 19,- (zzgl. Versandkosten). Alle Bezugspreise verstehen sich inkl. MwSt. und sind unverbindliche Preisempfehlungen.

Abbestellungen müssen spätestens 3 Monate vor Ende des Kalenderjahres schriftlich beim Verlag erfolgen.

**Abonnentenverwaltung** (zuständig für Neubestellungen, Adressänderungen und Reklamationen) bitte direkt an die Verlagsauslieferung:

Brockhaus/Commission • Postfach • 70803 Kornwestheim  
Tel. 07154/1327-37 • Fax 07154/1327-13

**Anzeigenverwaltung** beim Verlag (Anschrift wie oben)

Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2012.

© 2013 Lucius & Lucius Verlagsges. mbH, Stuttgart

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter diesen Vorbehalt fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronischen Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM und allen anderen elektronischen Datenträgern.

Das Forschungsjournal wird durch SOLIS, IPSA (International Political Science Abstracts), IBSS (International Bibliography of the Social Sciences), sociological abstracts und BLPES (International Bibliography of Sociology) bibliographisch ausgewertet.

**Homepage:** Regina Vierkant sevenminds, Berlin; **Karikaturen:** Gerhard Mester, Wiesbaden; **Umschlag:** Nina Faber de.sign, Wiesbaden; **Satz:** com.plot Klemm & Leiby, Mainz; **Druck und buchbinderische Verarbeitung:** Rosch-Buch, Scheßlitz

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Printed in Germany  
ISSN 2192-4848

 <p><b>Forschungsjournal</b> ANALYSEN ZU DEMOKRATIE UND ZWISCHENGESELLSCHAFT <b>Soziale Bewegungen</b></p> <p><b>Praxisanalysen mit Tiefgang</b></p>	<p><b>Forschungsjournal Soziale Bewegungen</b></p> <p><b>Im nächsten Heft:</b> <b>Erfolgreich scheitern</b> 25 Jahre Forschungsjournal (Neue) Soziale Bewegungen</p> <p><b>Mit Beiträgen von</b> Ute Gerhard Albrecht von Lucke Ulrich K. Preuß Joachim Raschke Dieter Rucht u.a.</p> <p><b>September 2013</b></p>
---	--

## Die Themenhefte 2013 im Überblick:

- 1/13 **Demokratie**  
Zwischen Krise und Erneuerung
- 2/13 **Social Media**  
Motor einer neuen Bewegungs- und Partizipationskultur?
- 3/13 **Erfolgreich scheitern**  
25 Jahre Forschungsjournal (Neue) Soziale Bewegungen
- 4/13 **Anstifter, Strippenzieher, Urgesteine**  
Schlüsselfiguren in sozialen Bewegungen

Einzelheft € 19 • Jahresabonnement € 42 – für Studierende € 30

**Bestellungen über Ihre Buchhandlung, direkt beim Verlag oder im Internet!**  
www.luciusverlag.com • www.forschungsjournal.de

LUCIUS  
LUCIUS



Stuttgart