

## Participation reloaded – neuer Schub durch Online-Beteiligung?

1 Die Geschichte der Partizipation in unserem Gemeinwesen ist von einem stetigen Auf und Ab gekennzeichnet. So waren die 70er Jahre und die 90er Jahre solche Zeiten, in denen neues ausprobiert und entwickelt wurde, z. B. verschiedene zeitgemäße Methoden wie die Planungszelle oder das Mediationskonzept. Als neuestes Element wird das Internet auch für die Gestaltung von Beteiligungsprozessen interessant, zumal es nicht mehr nur einer kleinen Bevölkerungsgruppe zur Verfügung steht.

2 Schauen wir uns die Struktur der Nutzer nach der neuesten ARD/ZDF-Online-Studie (2009) an, so stellen wir fest, dass 67,1 % der Menschen gelegentliche Online-Nutzer sind. 64,7% der Erwachsenen in Deutschland gaben an, innerhalb der letzten 4 Wochen auf das Internet zugegriffen zu haben. Immerhin bedeutet dies, dass über 30% der Deutschen nicht über dieses Medium in einer politischen Debatte zu erreichen sind. Die Zuwächse des Mediums sind in den letzten Jahren zurückgegangen, auch weil in bestimmten affinen Gruppen, die Internetrate bereits ausgeschöpft ist. Dachte man bis vor kurzem noch, dass sich das unterschiedliche Verhalten von Frauen und Männern angleichen wird, so hat sich diese These nicht bestätigt. Zwar sind Frauen genauso technikkompetent wie Männer und sie haben heute dieselben Zugangsmöglichkeiten, doch scheinen sie das Netz grundsätzlich anders zu nutzen als Männer. Besonders aktiv sind im Netz junge Männer, die Emails senden und empfangen, Suchmaschinen nutzen, Angebote suchen, surfen und Online-Communities besuchen. Zugenommen hat in den letzten Jahren besonders der Konsum an Audio- und Videoangeboten.

3 eParticipationsprojekte steckten bis vor kurzem noch in der Entwicklungs- und Erprobungsphase. Pilotprojekte wurden über Forschungsmittel abgesichert, Dissertationen zu den Chancen und Risiken der Online-Beteiligung verfasst. Zunächst wurde die Funktion des Forums für den Dialog genutzt und es schälten sich besondere Formen der Online-Moderation heraus. eParticipationsprojekte wurden durch Face-to-face-Elemente konzeptionell ergänzt und umgekehrt kann man feststellen, dass viele Runde Tische mit einer starken flankierung durch die neuen Medien arbeiten. Sei es, dass auf einer Informationsplattform alle Dokumente gesammelt werden und für jeden einsehbar sind, sei es, dass Mails als schnelles Mittel zum Verteilen von Informationen genutzt werden. Auch hier spielen Bilder und Filme heute eine besondere Rolle, um die virtuelle Welt erfahrbar zu machen und abzubilden. Klassische Beteiligungsprojekte und Online-Projekte müssen sich also gar nicht mehr so fundamental voneinander unterscheiden und egal welches Format man bevorzugt, man muss

Prof. Dr.-Ing.  
Bettina Oppermann

Tel. +49 511 762 5529  
Fax +49 511 762 5159  
E-Mail: [bettina.oppermann@freiraum.uni-hannover.de](mailto:bettina.oppermann@freiraum.uni-hannover.de)

Datum: 9.9.2009

Besucheradresse:  
Herrenhäuser Straße 2A  
30419 Hannover  
[www.freiraum.uni-hannover.de](http://www.freiraum.uni-hannover.de)

Zu erreichen mit den  
Stadtbahnlinien 4 u. 5  
Haltestelle Parkhaus

Zentrale:  
Tel. +49 511 762 0  
Fax +49 511 762 3456  
[www.uni-hannover.de](http://www.uni-hannover.de)

sich auf jeden Fall mit den Schwächen und Stärken sowohl der neuen als auch der klassischen Kommunikationstechniken auseinandersetzen.

4 Gleichzeitig ist das Netz nicht nur aus dem täglichen Leben, sondern auch aus der Politik und nicht mehr wegzudenken. Es ist für viele zum wichtigsten Informationsmedium geworden. Politiker zeigen sich präsent im Netz, Wahlkampfthemen werden schnellstmöglich über das Netz verbreitet. Politiker informieren ihre Fangemeinde per Twitter über ihre Gedanken. Aber auch zivilgesellschaftliche Gruppen kommentieren politische Ereignisse, prüfen das Abstimmungsbild von Parlamenten und weisen auf interessante Webinhalte hin. Die Aktivität der Nutzerinnen und Nutzer wird über umfangreiche Möglichkeiten unterstützt, selbst Inhalte und Wertungen im Netz zu veröffentlichen. Neben Tipps und Hinweisen, werden Wanderrouten, Hotelbetten, Bücher, Politiker, Fernsehsendungen und andere Produkte nach unterschiedlichsten nutzwertanalytischen Schemata bewertet. Kauf- und Wahlentscheidungen können davon abhängig gemacht werden. Individualisierte Angebote werden von jungen Menschen besonders wertgeschätzt.

5 Wikipedia hat einen hohen Nutzwert für alle, die diese Informationen richtig einzuschätzen wissen. So wird demnächst das jetzt übersetzte Buch von Cass Sunstein "Infotopia" aus dem Jahr 2006 die Diskussion neu beleben: Er setzt auf die Qualitäten einer aktiven Bürgerschaft im Netz und greift die idealen Diskursvorstellungen der altvorderen Beteiligungsexperten, die sich häufig auf den Soziologen Habermas beziehen, mit altbekannten gruppendynamischen Erkenntnissen an. Einerseits würde Information im netzbasierten Markt des Wissens immer kontrolliert und stetig verbessert, andererseits unterlägen gerade Face-to-Face-Dialoge dem "Groupthink-Phänomen", indem die Qualität der Gruppenleistung aufgrund sozialer Beziehungen reduziert werde, weil sich die beliebten Peers mit ihrer Meinung eher durchsetzen als die ruhigen Wissenden.

6 Nun geht es bei der Bürgerbeteiligung ja nicht ausschließlich um Wissensproduktion, doch ist die Güte der Information und die Fähigkeit diese zu finden und zu bewerten eine der wichtigsten Grundlagen auch politischer Auseinandersetzungen. Dazu kommen Möglichkeiten und Fähigkeiten, aus spontanen, mündlichen Äußerungen Einzelner, abgewogene Urteile alleine und in Gruppen zu bilden und diese in verständlich formulierte Empfehlungen für die Politik zu transformieren. Unbestritten ist, dass die neuen Medien hierbei wertvolle Hilfen bieten, klar ist es aber auch, dass die neuen Maschinen und Märkte nur so intelligent sind, wie die Regeln, die sie programmartig abarbeiten bzw. denen sie unterliegen. Und die sind immer schon von Menschen gemacht.

## Literaturhinweise

Eimeren, Brigitte van; Frees, Beate (2009): Der Internetnutzer 2009 - multimedial und total vernetzt?, in: Media Perspektiven 7, S. 334-348

Sunstein, Cass R. (2009): Infotopia, Wie viele Köpfe Wissen produzieren, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main