

Zwischen Stammtisch und WhatsApp: Herausforderungen und Möglichkeiten des kommunalen Dialoges

Expertenforum Bürgerbeteiligung 2017

Tübingen, 3. März 2017



Dr. Hans-Dieter Zimmermann

FHS St. Gallen Hochschule für Angewandte Wissenschaften,
St. Gallen, Schweiz

Agenda

- Zum Kontext: *Staatsmodernisierung 1.0, 2.0, ... 4.0*
- *ePartizipation*
- Medien, Mediennutzung und Öffentlichkeit
- Fazit



Staatsmodernisierung ...

New Public Management (NPM):

- Wirkungsorientierte Verwaltungsführung
- Seit ca. 1991
- Entbürokratisierung des Staates
- Unterschiedliche regionale Ausprägungen

→ *Ein* Ergebnis:

Erhöhung der Transparenz des staatlichen Handelns

Staatsmodernisierung 2.0 ...

Open Government.

Öffnung von Staat und Verwaltung

- Transparenz
- Partizipation
- Kollaboration



Web 2.0 Technologien öffnen Staat und Verwaltung - moderne Werkzeuge der IKT als Basis des Open Governments (vgl. [von Lucke, 2010](#))

<http://dx.doi.org/10.1007/s12599-011-0166-4>

WI - EDITORIAL

Von der Revolution zur Partizipation: Social Media und der demokratische Willensbildungsprozess

DOI 10.1007/s11576-011-0279-x

Der Autor

Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl (✉)
FIM Kernkompetenzentrum Finanz-
& Informationsmanagement
Universität Augsburg
Universitätsstraße 12
86159 Augsburg
Deutschland
<mailto:hans-ulrich.buhl@wiwi.uni-augsburg.de>

Online publiziert: 2011-06-16

This article is also available in English
via <http://www.springerlink.com> and
<http://www.bise-journal.org>; Buhl HU
(2011) From Revolution to Participati-
on: Social Media and the Democratic
Decision-Making Process. *Bus Inf Syst
Eng.* doi: 10.1007/s12599-011-0166-4.

© Gabler Verlag 2011

„Ägypten ist offline“. Als diese Nachricht am 28.01.2011 über die Ticker lief, hatte die sogenannte „Facebook-Revolution“ einen neuen Höhepunkt erreicht. Nach Ansicht des zu diesem Zeitpunkt noch herrschenden Präsidenten Husni Mubarak und seines Regimes war es nicht mehr ausreichend, vereinzelt Mobilfunknetze und Social-Media-Dienste wie Facebook, Twitter und Co. zu blockieren. Vielmehr schien das gesamte Internet zu einer nicht mehr zu kontrollierenden Gefahr für den staatlichen Machtapparat geworden zu sein, die diesen drastischen und bisher einmaligen Schritt notwendig machte (Kremp 2011). Was war geschehen?

Das Phänomen der Verbreitung von Informationen gegen den Willen autoritärer Regime mittels Social-Media-Diensten war nicht neu. Im Anschluss an die Präsidentschaftswahl im Iran gelangten beispielsweise bereits im Jahr 2009 Nachrichten über die Proteste der Opposition fast ausschließlich über die Microblogging-Plattform Twitter und das Videoportal YouTube an die ausländische Öffentlichkeit (Meller 2011). Während in Tunesien schon seit Ende des Jahres 2007 das Videoportal YouTube nicht mehr erreichbar war, begann sich im Jahr 2010 der Unmut der Bevölkerung im sozialen Netzwerk Facebook zu kanalisieren (Lobo 2011). Dabei wurden zu Beginn hauptsächlich Informationen über die Missstände im durch das korrupte Regime von Zine el-Abidine Ben Ali heruntergewirtschafteten Land ausgetauscht (z. B. über das soziale Ungleichgewicht, die immense Zahl an (insbesondere jungen) Arbeitslosen, die weit verbreitete Willkür der Beamten etc.). Im Laufe der Zeit wurden zunehmend auch gezielt Protestveranstaltungen über Social-Media-Dienste organisiert und Nachrichten über den Verlauf der Proteste verbreitet. So wurde Facebook die zentrale Kommunikationsplattform der Proteste, wobei sich innerhalb von zwei Monaten über 300.000 Tunesier neu registrierten (Lobo 2011). Dies stellt bei gerade einmal vier Millionen Menschen mit Internetzugang durchaus eine enorme Zahl dar. Während das Regime durch den Diebstahl von Facebook-Passwörtern und gezielte Desinformation noch versuchte, den Lauf der Dinge zu beeinflussen (Madrigal 2011), sah sich Tunesiens Präsident Zine el-Abidine Ben Ali am 14. Januar 2011 endgültig zur Flucht gezwungen. Obwohl Social-Media-Dienste wie Facebook vor allem die Rolle eines Katalysators für den Wandel über Jahre im

... als Basis für

- Transparenz
- Partizipation
- Kollaboration



WIRTSCHAFTS
INFORMATIK

Blogs – Weblog, Mikroblog, Fotoblog, Podcast und Webcast

Einsatzfelder

- Blog von Mandatsträgern und Politikern:
Oberbürgermeisterblog, Politikerblog
Mikroblog von Politikern (Twitter)
- Blog und Mikroblog von Behörden
- Fotoblog zu Veranstaltungen
- Audio-Podcast (Audio on Demand)
- Video-Podcast (Video on Demand)

Nutzen

- Direkte, authentische Information über und durch die hinter dem Blog stehende Person
- Erweiterung des Informationsportfolios um Textbeiträge, Bilder, Ton- und Videobeiträge
- Newsfeed informiert über Aktualisierungen
- Leichte Bedienbarkeit selbst für IT-Laien
- Geringe Zugangsbarrieren für Öffentlichkeit

(vgl. [von Lucke, 2010](#))



Wikipedia

Einsatzfelder

- Außendarstellung über Lexikabeiträge
 - Beiträge aus der Wikipedia abrufen
 - Beiträge für die Wikipedia schreiben
 - Beiträge in der Wikipedia korrigieren

Nutzen

- Interaktives Beteiligungsformat
- Hochwertige Form der Aufbereitung von Beiträgen, Datensätzen, Bildern und Karten
- Aktive Gestaltung durch die Bevölkerung

Stadtwikis und Regiowikis

Einsatzfelder

- Interaktives Beteiligungsformat durch ein frei zugängliches Stadt- oder Regiowiki:
 - Freie Stadt- und Regiowikis (CC: by-sa)
 - Kommerzfreie Stadt- und Regiowikis (CC: by-nc-sa)

Nutzen

- Hochwertige Form der Aufbereitung von Beiträgen, Datensätzen, Bildern und Karten
- Aktive Gestaltung durch die Bevölkerung
- Angebot von Bürgern oder Vereinen für die Bürger einer Stadt oder einer Region

(vgl. [von Lucke, 2010](#))

Beschwerde und Ideenmanagement

Einsatzfelder

- Geobasiertes Beschwerdemanagement
- Vorschlagswesen
- Ideenmanagement
- Auftragsentgegennahme und -erledigung
- Berichtssystem zu Ideen & Beschwerden

Nutzen

- Erfassung von Schäden und Beschwerden
- Erfassung von Ideen und Vorschlägen
- Zügige Beschwerdebearbeitung
- Zügige Beseitigung vorhandener Schäden
- Auswertung von Ideen und Beschwerden

(vgl. [von Lucke, 2010](#))

Bürgerhaushalt

Einsatzfelder

- Information und Kommunikation
„Wohin gehen unsere Steuergelder?“
- Offene Einreichung von Vorschlägen
- Offene Bewertung von Vorschlägen
- Gemeinsame Haushaltsdiskussion

Nutzen

- Beitrag zur Verwaltungsmodernisierung
- Neues Verständnis der Partnerschaft von Bürgern, Politikern und Verwaltung zur Entwicklung von Problemlösungen
- Höhere Akzeptanz der Budgetentscheidung

Offene Datenportale von Verwaltungen

Einsatzfelder

- Datenportale zu freien Verwaltungsdaten
- Apps for Democracy-Wettbewerbe
- Government AppStore
- City Cloud Computing
- City Government Cloud Computing

Nutzen

- Vereinfachter Zugang zu Rohdatenbeständen in offenen und zugänglichen Formaten
- Freier Zugang zu Informationen und Daten
- Daten als Basis für qualifizierte Entscheidungen und demokratische Prozesse



Veranstaltungen: BarCamps, CityCamps, PolitCamps und HackDays

Einsatzfelder

- BarCamps für Web 2.0-Interessenten
- CityCamps für die Stadtentwicklung
- PolitCamps für politisch Interessierte
- EduCamps zu Bildung und IT
- HackDays für Programmierer

Nutzen

- Vernetzung der teilnehmenden Akteure
- Gegenseitiger Austausch der Teilnehmer von Ideen, Visionen und Werkzeugen
- Ergebnisse und neuartige Anwendungen
- Event mit einem nachhaltigen Eindruck

(vgl. [von Lucke, 2010](#))

Kompaktanalyse zu Open Government

Einsatzfelder

- Informationsangebote
- Bürgerbeteiligung
- Organisationsübergreifende Prozess- und Wertschöpfungsketten
- Ideen- und Beschwerdemanagement
- Offene Innovation

Stärken

- Erhöhte Transparenz
- Intensivere Teilhabe
- Engere Zusammenarbeit
- Überschaubare Umsetzungskosten
- Verbesserung der Datenqualität

Chancen

- Stärkung des Vertrauens der Bürger in Staat und Verwaltung
- Erhöhte Bürgerbeteiligung
- Stärkung der Bürgergesellschaft
- Neuartige Mehrwertangebote

Nutzen

- Öffnung von Staat und Verwaltung
- Bürgerorientierung der Verwaltung
- Teilhabe und gemeinsame Zusammenarbeit
- Generierung von Innovationen für Behörden
- Neue Verantwortungsteilung zwischen Politik, Staat, Wirtschaft und Bürgergesellschaft

Schwächen

- Vielfältiges Portfolio
- Viele Entwicklungen müssen erst noch getätigt oder abgeschlossen werden
- Umgang mit freien Inhalten und Urheberrechten für Laien teils schwierig

Risiken

- Aggressionen
- Resignation durch eine Nichtbeachtung
- Repräsentationsverlust
- Populismus durch eine Instrumentalisierung
- Privilegierung Einzelner / Digitale Spaltung

ePartizipation - Anwendungen von Web 2.0 Technologien



ePartizipation

(nach [Albrecht et al. 2008 S. 5])

«... die **Teilhabe** von natürlichen und juristischen Personen
... an politisch-administrativen **Prozessen der Entscheidungsfindung**
mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnik (**IKT**).»

Sechs Beteiligungsformen

- (1) Information
- (2) Transparenz durch Dritte
- (3) Konsultation**
- (4) Eingaben/ Beschwerden/ Petitionen
- (5) Kooperation
- (6) Aktivismus/ Kampagnen/ Lobbying



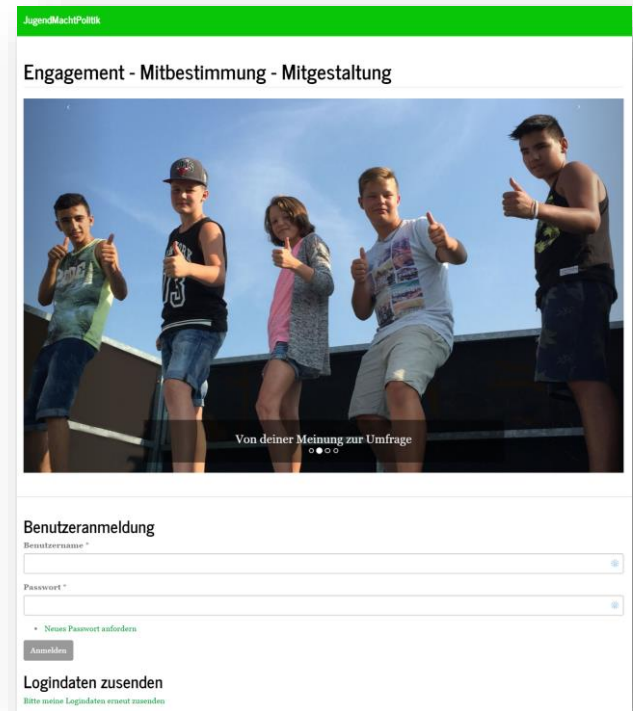
ePartizipation

(nach [Albrecht et al. 2008 S. 5])

«... die **Teilhabe** von natürlichen und juristischen Personen
... an politisch-administrativen **Prozessen der Entscheidungsfindung**
mithilfe von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT).»

Sechs Beteiligungsformen

- (1) Information
- (2) Transparenz durch Dritte
- (3) Konsultation**
- (4) Eingaben/ Beschwerden/ Petitionen
- (5) Kooperation
- (6) Aktivismus/ Kampagnen/ Lobbying



JugendMachtPolitik

Engagement - Mitbestimmung - Mitgestaltung

Von deiner Meinung zur Umfrage

Benutzeranmeldung

Benutzername *

Passwort *

[Neues Passwort anfordern](#)

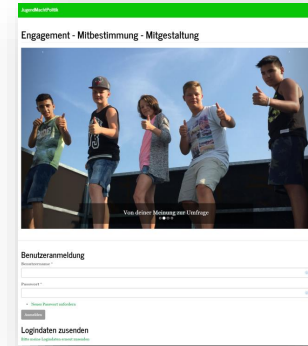
Anmelden

Logindaten zusenden

Bitte meine Logindaten erneut zusenden

***(e)Partizipation* für Kinder und Jugendliche – Erfahrungen aus einer Schweizer Gemeinde**

Elektronische Ideenbörse, optimiert für mobile Nutzung

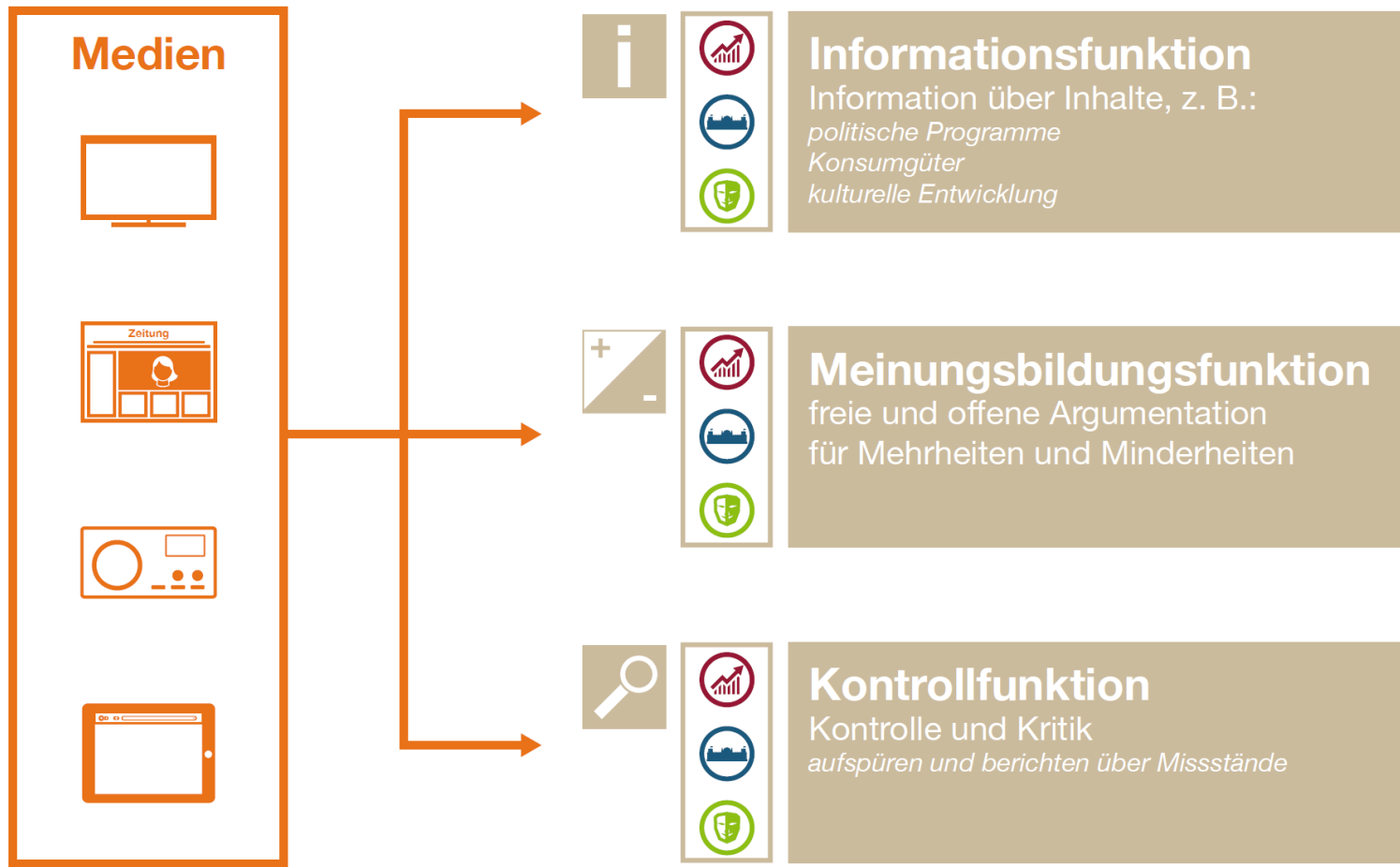


Lessons Learned

- Einbindung in Gesamtstrategie der Gemeinde notwendig
- Einbindung aller Anspruchsgruppen von Beginn an
- *(e)Partizipation* ist kein Selbstläufer: aktive Moderation notwendig
- Partizipation bei unmittelbarer Betroffenheit
- Auch *(e)Partizipation* erfordert Offline Elemente → Mix
- Extrem kurze Aufmerksamkeitsspannen vs. Verwaltungsprozesse
- Unmittelbares Feedback notwendig
- Definition der Prozesse auf Seite der Gemeinde (Exekutive, Verwaltung) notwendig

Medien, Mediennutzung und Öffentlichkeit

Funktionen der Medien für die Gesellschaft



Die Angaben wurden zusammengestellt von Olaf Selg
 Lizenz: Creative Commons by-nc-nd/3.0/de
 Bundeszentrale für politische Bildung, 2014, www.bpb.de



Funktionen für Kernbereiche der Gesellschaft



Quelle: Chill, Hanni / Meyn, Hermann 1996: Funktionen der Massenmedien in der Demokratie. In: Informationen zur politischen Bildung, Heft 260, 3/1996.
 Heinz Bonfadelli: Medien und Gesellschaft im Wandel. Beitrag im Dossier Medienpolitik der bpb, 2013





Vergleich zwischen *klassischen Medien* und *Social Media*

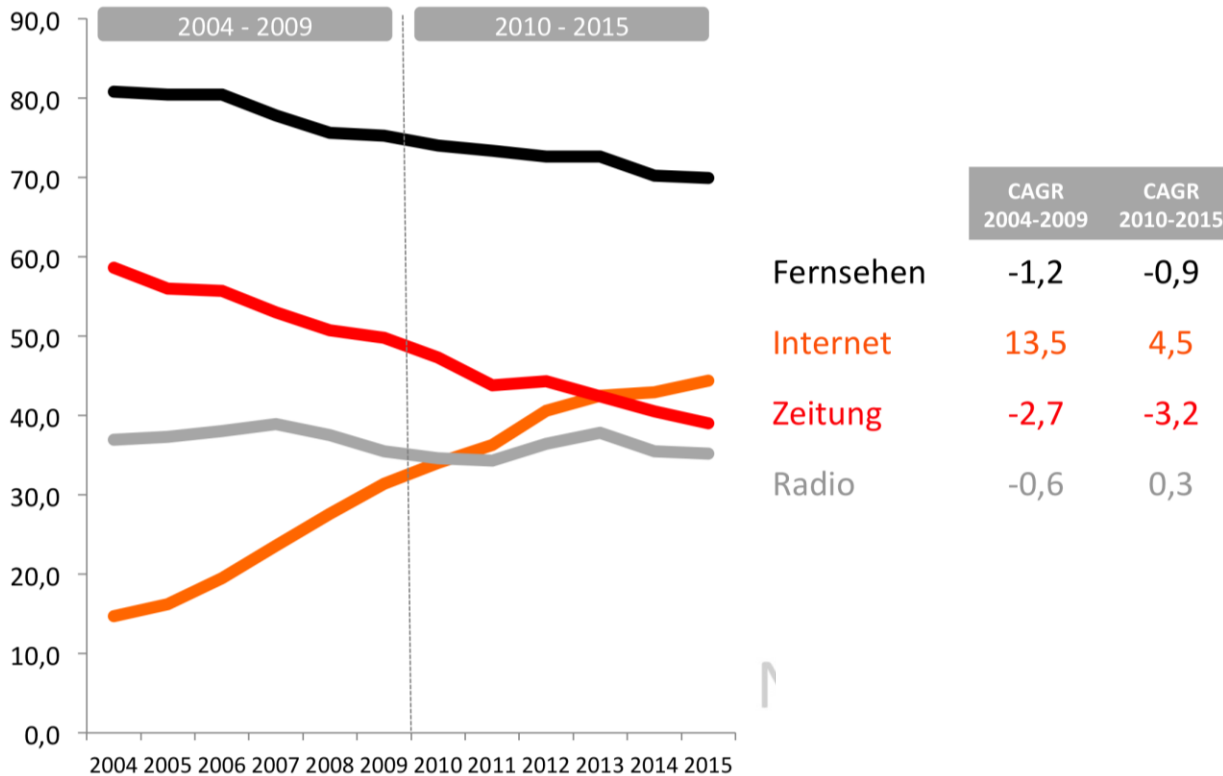
Klassische Medien	Internet und Social Web
Tagesaktualität	kontinuierliches Updating möglich
explizite Qualitätsstandards	Info-Qualität unklar, nicht transparent
auf Dauer gestellte professionelle Leistung	spontan von "unabhängigen Laien" erbracht
strukturiertes Angebot	zugangsoffene egalitäre Vielfalt
Einseitigkeit der Massenkommunikation	zweiseitiger interaktiver Austausch
Rollentrennung: Journalist – Rezipient	Rollenwechsel: Produzent – User als Produser
Push-Situation: Medien bieten Infos an	Pull-Situation: Nutzer müssen aktiv Info suchen
Nutzung tendenziell passiv-rezipierend	Nutzung aktiv → interaktiv → partizipativ
kaum Zugangsbarrieren	digitale Zugangsklüfte und Fragmentierung

[[Bonfadelli: bpb.de](http://Bonfadelli.bpb.de), Dez. 2016]

Medienwandel

Die wichtigsten Nachrichtenmedien der 14-64-Jährigen

Nennungen in Prozent



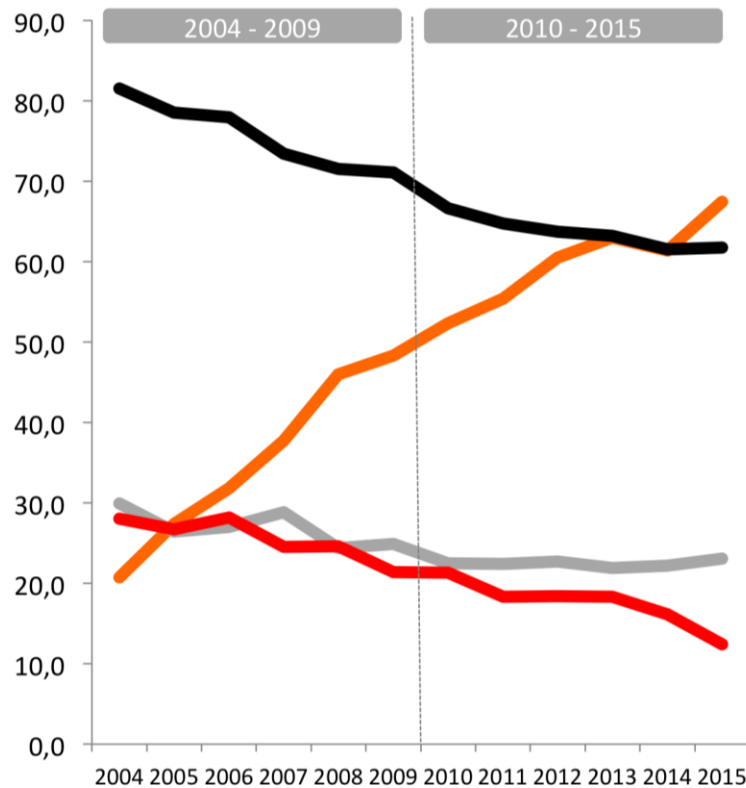
Datenquelle: Institut für Demoskopie Allensbach / ACTA 2015

[Quelle: netzoekonom.de, 6.12.2015]

Medienwandel

Die wichtigsten Nachrichtenmedien der 14-19-Jährigen

Nennungen in Prozent



	CAGR 2004-2009	CAGR 2010-2015
Internet	15,2	4,3
Fernsehen	-2,2	-1,3
Radio	-3,0	0,4
Zeitung	-4,4	-8,6

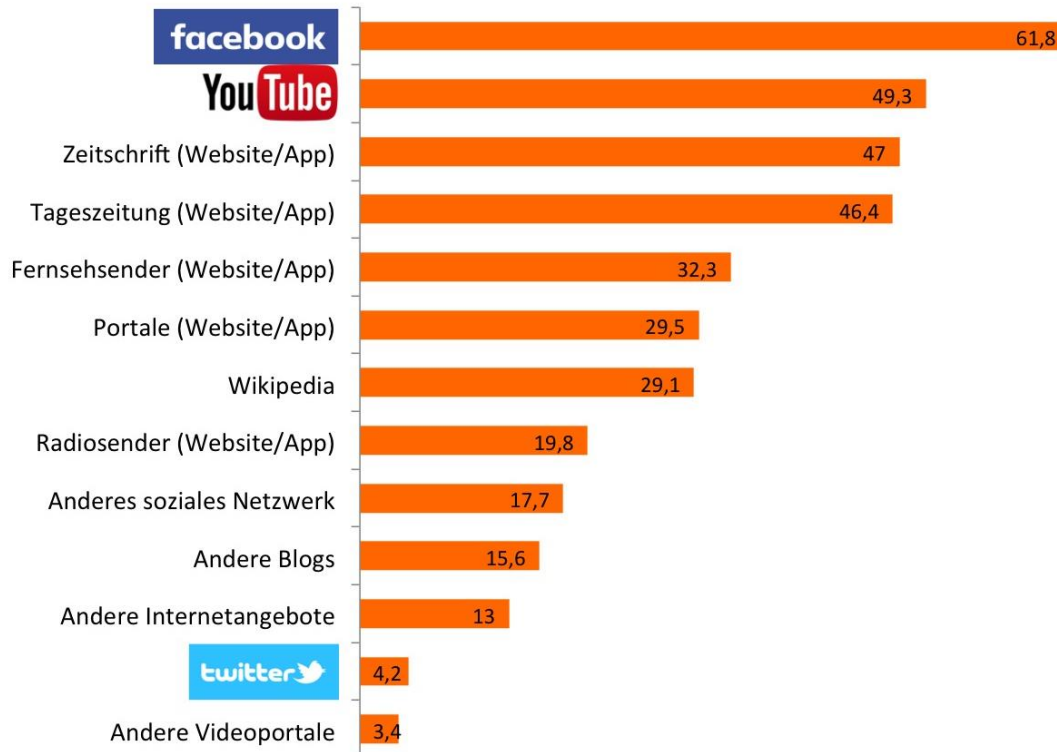
Datenquelle: Institut für Demoskopie Allensbach / ACTA 2015

[Quelle: netzoekonom.de, 6.12.2015]

Medienwandel

Online-Nachrichtenquellen 14 – 29-Jährige

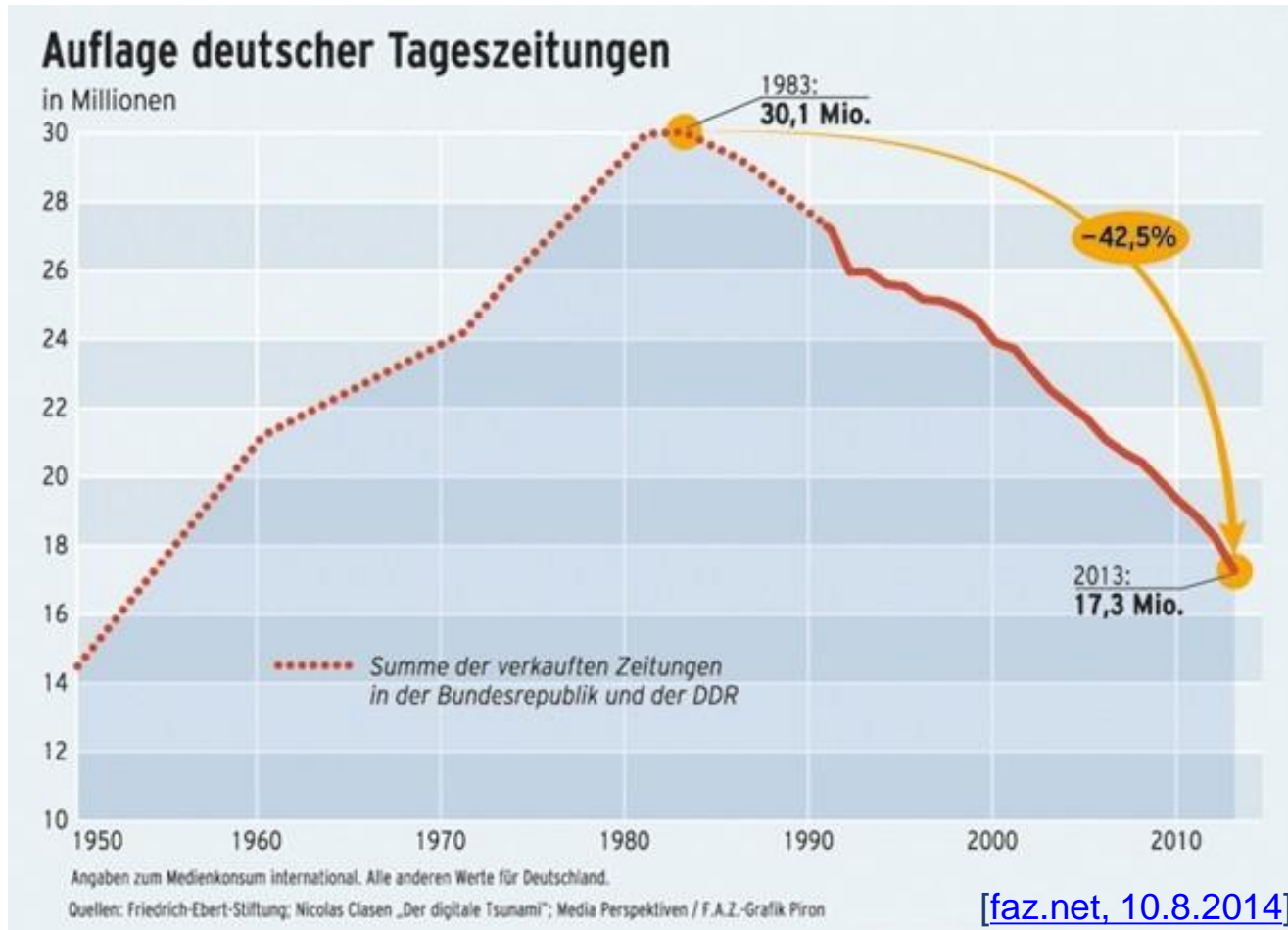
Angaben in Prozent



Quelle: TNS Infratest 2015

[Quelle: netzoekonom.de, 20.11.2015]

Zeitungskrise ...





Zeitungen – Wie aus einer anderen Zeit

- Wer Tageszeitung liest, ist gerade kein Spezialist: Er ist ein Flaneur
- Zeitungen waren schnell, billig und ein Massenmedium
- An der Schwelle vom 19. zum 20. Jhdt.:
„Damals waren Zeitungen einfach cool“
- Zeitungen wurden zum billigen Kommunikationsmittel für jedermann
- Wer sich ein Zeitungsabonnement leisten konnte, der hatte es geschafft
- Zeitunglesen: mehr als nur *Informationsbeschaffung*: Die Zeitung als Lebensform, in der sich die (bürgerliche) Öffentlichkeit herausbilden konnte
- „*All the news that’s fit to print*“,
Wahlspruch der New York Times seit 1851

[faz.net, 10.8.2014]



Sozial Medien – drei wesentliche Elemente

Tabelle 1: Korrespondenz von Social-Web-Praktiken und gesellschaftlichen Anforderungen

Social-Web-Praxis	Beispiel	Gesellschaftliche Anforderung	Kernfrage
Identitätsmanagement	<p>Blögeintrag über eine Anti-AKW-Demonstration</p> <p>Einstellen eines neuen Profilfotos auf Facebook</p>	Selbstauseinandersetzung	Wer bin ich?
Beziehungsmanagement	<p>Bestätigen einer Kontaktanfrage auf Facebook</p> <p>Hinterlassen eines Kommentars in einem Weblog</p>	Sozialauseinandersetzung	Welche Position habe ich in meiner sozialen Umwelt?
Informationsmanagement	<p>Einen Wikipedia-Artikel verbessern oder ergänzen</p> <p>Klicken des «gefällt mir» – Buttons auf bei einem Youtube-Video</p>	Sachauseinandersetzung	Wie orientiere ich mich in der Welt?

Schmidt, J.-H. (2012). Persönliche Öffentlichkeiten und politische Kommunikation im Social Web. In B. Ziegler & N. Wälti (Eds.), *Wahl-Probleme der Demokratie* (pp. 137–147). Retrieved from http://www.schmidtmitdete.de/pdf/Schmidt_Aarau_2011_preprint.pdf

Persönliche Öffentlichkeit – ein neuer Typ von Öffentlichkeit

Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement

+

Social Web / Web 2.0

=

Persönliche Öffentlichkeit

- Themen und Informationen werden aufgrund persönlicher Relevanz ausgewählt und präsentiert, nicht auf der Grundlage journalistischer Nachrichtenfaktoren, denen der Anspruch auf gesellschaftsweite Relevanz zugrunde liegt
- Die Kommunikation an ein (intendiertes) Publikum, das sich aus dem eigenen sozialen Netzwerk zusammensetzt, also aus Personen, zu denen eine (wie auch immer geartete) soziale Beziehung besteht.
- „Konversation“ als der vorherrschende Kommunikationsmodus, nicht das „Publizieren“
- Ausrichtung auf Dialog und Feedback, nicht nur auf das einseitige „Senden“
- Kommunikative Leitbilder wie Authentizität und Subjektivität besitzen stärkeres Gewicht

[\(J.-H. Schmidt 2011, S. 171f., in vhw FWS 2011\)](#)

Persönliche Öffentlichkeit – ein neuer Typ von Öffentlichkeit

Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement

+

Social Web / Web 2.0

=

Persönliche Öffentlichkeit

- Themen und Informationen werden aufgrund persönlicher Relevanz ausgewählt und präsentiert, nicht auf der Grundlage journalistischer Nachrichtenfaktoren, denen der Anspruch auf gesellschaftsweite Relevanz zugrunde liegt
- Die Kommunikation an ein (intendiertes) Publikum, das sich aus dem eigenen sozialen Netzwerk zusammensetzt, also aus Personen zu denen eine (wie auch immer geartete) soziale Beziehung besteht
- „Konversation“ als der vorherrschende Kommunikationsmodus, nicht das „Publizieren“
- Ausrichtung auf Dialog und Feedback, nicht nur auf das einseitige „Senden“
- Kommunikative Leitbilder wie Authentizität und Subjektivität besitzen stärkeres Gewicht

**Implikationen für
die politische
Kommunikation ...?!**

(Schmidt 2011, S. 171f., in vhw FWS 2011;

<http://www.citeulike.org/user/hdz/article/10150301>)

Persönliche Öffentlichkeiten – Gefahr für die Demokratie!?

Personalisierte Politikampagnen

Ich seh etwas, was du nicht siehst

von Adrienne Fichter / 18.2.2017, 05:30 Uhr *Neue Zürcher Zeitung*

Der Wahlkampf hat auch die sozialen Netzwerke erfasst. Mit Mikromarketing will man die einzelnen Wähler zielgenau ansprechen. Im Endeffekt bedeutet dies den Tod der politischen Öffentlichkeit.

[\(Quelle\)](#)

- Mikromarketing
- Unsichtbare Werbekampagnen in der nichtöffentlichen Schattenzone
- Mangelnde Begleitung durch eine kritische mediale Öffentlichkeit
- «*Messengerisierung*»
 - Meinungen zu einem Thema werden unsichtbar
 - Falschmeldungen können sich fast ungehindert ausbreiten

Fazit

Fazit

Moderne Medien sind *Enabler* von Open Government

... sie erlauben Transparenz, Partizipation, Kollaboration

Aber:

Gleichzeitig wandelt sich die Rolle der Medien in der Gesellschaft mit noch nicht absehbaren Auswirkungen auf gesellschaftliche und politische Prozesse



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

hdz.li/TübingenXF17

Kontakt

Dr. Hans-Dieter Zimmermann

St. Gallen, Schweiz

Tel. +41 76 220 1105

hansdieter.zimmermann@fhsg.ch

www.hdzimmermann.net

blog.hdzimmermann.net

[@hdzimmermann](https://www.instagram.com/hdzimmermann)