

POLITIKA BERLIN



FAIRNESS TRANSPARENZ QUALITÄT

Abgeordnete im Dialog

Sind die Berliner Parteien fit für die
digitale Zukunft?

Inhalt

I.	Überblick	03
II.	Berlin: Digitale Chancen	04
III.	Berliner Abgeordnete im Dialog	06
	<i>.I SPD Berlin</i>	10
	<i>.II CDU Berlin</i>	12
	<i>.III PDS Berlin</i>	14
	<i>.IV Bündnis90/Die Grünen Berlin</i>	16
	<i>.V FDP Berlin</i>	18
IV.	Rückschlüsse und Vorschläge	20
V.	Ein Blick nach Vorne	

Politika Berlin ist eine unabhängige und politische Projektplattform und wurde 2006 ins Leben gerufen. Wir verstehen uns als ein Forum und DenkNetz engagierter und kreativer Menschen, die mit ihren Ideen etwas bewegen, sich aktueller politischer Herausforderungen annehmen und dabei neue Perspektiven aufzeigen wollen.

Website: www.politika-berlin.de info@politika-berlin.de

Projektleitung: Malte Mau

Mitarbeit: Tony Peters, Vanessa Buth

I. Überblick

Die Idee zum Projekt „Abgeordnete im Dialog“ entstand während unseres Engagements zur Berliner Wahl 2006. Damals wie heute fragen wir, ob die Parteien fit für die digitale Gesellschaft sind. Werden die entstehenden Kommunikationspotentiale im Internet von den Parteien intelligent nutzbar gemacht, um Bürger reichhaltig zu informieren, zu involvieren und zur Partizipation zu ermutigen?

Die Analyse zur Wahl zeigte auf, dass „die Ansätze, Politik in ein interaktives und zukunftsfähiges Kommunikationskonzept zu bringen, eher noch provisorischer Natur sind.“ Die Möglichkeiten, die Neue Medien für einen nachhaltigen gesellschaftspolitischen Dialog und für den Austausch zwischen den Bürgern und der Politik bereithalten, wurden von den Parteien zwar erkannt, doch fehlte noch der Wille, diese Möglichkeiten effektiv nutzbar zu machen. Vorrangig wurde das Internet als ein Massenmedium genutzt, welches nicht den Dialog sucht, sondern primär zur einseitigen Vermittlung von parteispezifischen Inhalten Verwendung gefunden hat. Eine zukunftsfähige Strategie zur Vermittlung politischer Inhalte ebenso wie ein auf Partizipation und Interaktivität abzielendes Angebot, auch wenn teils vorhanden, war während der Wahl seitens der Parteien noch stark ausbaufähig.

Abgeordnete im Dialog ...

Mit „Abgeordnete im Dialog“ wird knapp ein halbes Jahr nach der Regierungsbildung eine weiterführende Bestandsaufnahme vorgenommen. Wir richten unser Augenmerk auf die Dialogfähigkeit und das Dialogangebot der Berliner Parteien durch ihre Abgeordneten nach dem Wahlkampf. Besteht die Bereitschaft, ein sowohl interaktives als auch integratives Dialogangebot an die Gesellschaft heranzutragen oder wird Bürgernähe und Dialogbereitschaft maßgeblich als ein politisches Ansinnen nach außen kommuniziert? In anderen Worten: Werden die Chancen und Möglichkeiten, die die Neuen Medien bieten, von der Politik erkannt und effektiv eingesetzt, um zukunftsfähige Wege der gesellschaftspolitischen Mobilisation und des interaktiven Austausches für Berlin zu schaffen?

Im März 2007 haben wir die Webpräsenz der Berliner Abgeordneten begutachtet. Im Zentrum unseres Interesse stand, die Bereitschaft der Parteien zu ergründen, ein digitales Dialogangebot zu schaffen. Dabei wurde die Internetpräsenz der Abgeordneten nach Quantität der Nutzung und Qualität des interaktiven Angebots zu bewerten.

Unser Ziel: Brücken bauen, Dialoge führen, Potenziale aktivieren

Die Ergebnisse dieser Studie sollen als ein Weckruf an die Parteien und als ein Impuls für Berlin als digital vernetzte, bürgernahe Stadt gelten, die nicht nur von

Potentialen spricht, sondern diese aktiv in einen Dialog einbindet. Wir vertreten die Auffassung, dass die Politik heutzutage auf neue Partner zugehen, ihnen zuhören und sie in die gesellschaftspolitischen Gestaltungsprozesse integrieren muss. Die Abgeordneten Berlins sind die gewählten Vertreter der Berliner Bürger. Deshalb sollten sie nicht nur ein Ansprechpartner vor Ort sein, sondern auch online aktiv Dialogmöglichkeiten- und Kanäle anbieten.

Das einzigartige Potential des Internets, Netzwerke zu schaffen, Bürgernähe zu ermöglichen und einen interaktiven Dialog zwischen der Politik und Gesellschaft zu fördern, muss verstärkt seitens der Politik nutzbar gemacht werden. Denn hier liegt der Zugang zu einer Quelle der Inspiration, der Ideen und der Initiativen für Berlin.

Herausforderungen und Potentiale ...

Denn Berlin steht nicht erst seit kurzem vor großen Herausforderungen. Die Demographie drückt, Arbeit fehlt und die Abweisung von Berlins Klage vor dem Bundesverfassungsgericht zwingt zum Sparen. Berlin ist also gefordert, aus eigener Kraft neue Impulse zu erzeugen und sich zukunftsfähige Perspektiven zu erarbeiten. Hierfür müssen verstärkt Akteure vor Ort vernetzt und Potentiale gefördert werden.

Einer der Partner und eines der großen Potentiale dieser Stadt sind die Menschen, die hier leben, arbeiten und sich engagieren. Ihr Engagement, ihr Wissen und ihre Kompetenzen vor Ort sind die Stärken, auf die es sich zu besinnen gilt. Aufgabe ist es, sie zu motivieren, damit sie gewillt sind, sich aktiv im großen Politischen und im kleinen Kommunalen einzubringen und mitzuwirken. Gleichzeitig sollten sie das Gefühl haben, dass ihre Stimmen in der politischen Handlungsebene Gehör finden, ihr Engagement willkommen ist und ihre Vorschläge und Anliegen die Chance auf eine Umsetzung haben.

Dialog als Aktivierung ...

Eine Schlüsselfunktion in der Motivation und der gesellschaftspolitischen Teilhabe der Bürger Berlins stellen Förderung und Ausbau des Dialogs und letztendlich der Kooperation zwischen den Akteuren vor Ort auf der politischen Handlungsebene dar. Ideen, Anliegen und Kompetenzen vor Ort können durch eine effektive Nutzbarmachung des digitalen Dialogpotentials gebündelt werden und so in politische Entscheidungen einfließen. Ebenso können aktuelle Themen und Sachverhalte von der Politik in die Gesellschaft getragen werden, um dort auf Expertise und Engagement vor Ort zu treffen. Durch einen gegenseitigen Austausch im Dialog wird das notwendige Wissen um aktuelle Themen und lokale Herausforderungen geschaffen. Es werden der Gesellschaft Wege zur Teilhabe aufgezeigt, Handlungsfähigkeiten geschaffen und letztendlich ein Fundament für eine starke und mitwirkende Gesellschaft in Berlin gelegt.

II. Berlin: Digitale Chancen

Die Entwicklung und Nutzung neuer Technologien verändern ebenso die Form der Kommunikation wie auch längerfristig gesellschaftliche Strukturen und politische Mechanismen. Digitales Kommunizieren und Organisieren wird schneller, präsenter und effektiver – mit ständig steigenden jährlichen Zuwachsraten.

Kommunikation als Interaktion ...

Diese Entwicklungen verändern natürlich auch das Terrain der politischen Kommunikation. Traditionell basierte der Dialog zwischen der Politik und der Gesellschaft auf einem linearen Kommunikationsmodell. Vornehmlich produzierten und vermittelten die Politik und die Medien Informationen und die Gesellschaft trat als Empfänger / Konsument dieser Informationen auf. Das Entstehen neuer, hauptsächlich webbasierter Kommunikationskanäle schafft hingegen neue partizipative Kommunikationsstrukturen und Organisationsnetzwerke. Social Software, partizipative Medien und vernetzte Informationsstrukturen – wie zum Beispiel Blogs, Podcast, Webforen und P2P-Networks – zeichnen sich durch eine verstärkte Nutzerorientierung aus und sind stark netzwerkorientiert.

Unterstützt durch diese neuen Organisations- und Kommunikationskulturen entsteht ein dialogbasiertes Kommunikationsmodell. In diesem sind die ehemaligen Konsumenten ebenfalls in der Rolle des aktiven Teilnehmers. Die Politik wird zunehmend in ein über eine Vielzahl von Kommunikationskanälen verfügendes Dialognetzwerk eingebunden, in dem sie gezielt mit ihren ehemaligen Konsumenten interagieren und so ebenfalls zu einem Informationskonsumenten wird.

Berlin als Digitale City ...

Diese Entwicklung, auch wenn im Alltag nicht immer augenscheinlich, hat Berlin zu *der* digitalen Stadt in Deutschland gemacht. Die aktuellen Ergebnisse des (N)onliner Atlas 2006 von TNS Infratest und D21 untermauern dies eindrucksvoll. So liegt Berlin bei der Internet-Nutzung seiner Bürger bundesweit an erster Stelle. Ebenfalls steht Berlin auf einer Spitzenposition bei der Ausstattung mit Breitbandzugängen. Die Zahlen stehen für sich: 85,7% der 14 – 49jährigen nutzen in Berlin das Internet. Nur 9,5% sind weitestgehend noch „Offliner“, Tendenz sinkend. Nur Hamburg und Hessen haben ähnlich hohe Nutzungsstatistiken. Selbst bei der Altersgruppe 50+ nutzen bereits 37,4% das Internet, Tendenz ebenfalls weiterhin steigend.¹ Das Augenmerk sollte dabei jedoch auf der nachwachsenden Generation liegen. Die Kommunikation, die Vernetzung und die Nutzbarmachung des digitalen Raumes für private, gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Anlässe ist bei dieser Generation eine Selbstverständlichkeit. Schon heute liegen die Nutzungszahlen bei

¹ <http://www.nonliner-atlas.de/>

der jüngeren Generation bei über 95%.² Diese sich entwickelnde Internetboomgeneration wird durch ihre digitale Selbstverständlichkeit in allen Bereichen die Gesellschaft und die Politik der kommenden Jahre herausfordern und letztendlich neu gestalten.

Strukturen schaffen, Potentiale ausbauen ...

Allerdings belegt Berlin nicht nur in den Nutzungsstatistiken eine Spitzenposition. Die Stadt verfügt als Hauptstadt über ein ausgezeichnetes politisches Netzwerk mit mannigfaltigen Schnittstellen zwischen der Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und Politik. Ebenso bezeichnet das Angebot unter www.berlin.de, das zusammen mit Partnern aus der Wirtschaft und Wissenschaft aufgebaut wurde, den richtigen Weg bei der digitalen Nutzbarmachung, der konsequent weiter verfolgt werden muss.

So wurde Berlin schon ab 2002 mehrmals zum Knotenpunkt für e-Government und e-Partizipation auf den e-City Kongressen. Das in der gleichen Zeit entstandene Bürgerportal „bürgeraktiv Berlin“ bündelt das zivilgesellschaftliche und bürgernahe Informations- und Service-Angebot für Berliner Bürgerinnen und Bürger, Vereine, Organisationen und Gruppen. Ein weiteres Portal, das Berlin zur Verfügung steht, ist Gewusst Wo. Der „kommentierte Webkatalog für politische Bildungsarbeit in Berlin“ enthält Informationen über Träger und deren Engagement in der bildungspolitischen Arbeit ist exemplarisch für die digitalen Strukturen und Potentiale dieser Stadt. Hier wird umgesetzt, was sich allenthalben in der Gesellschaft abzeichnet. „Der Staat ist nicht mehr der alleinige Akteur, der Entscheidungen für das Gemeinwesens trifft [noch alleine treffen kann], sondern alle engagierten Bürgerinnen und Bürger“ sollten in die gesellschaftspolitischen Gestaltungsprozesse eingebunden werden.³ Eine weitere Übersicht über die E-Government Strategie Berlins und interessante Projekte befinden sich auf der E-Government Site von Berlin.⁴

Zusätzlich zu dem oftmals sehr gelungenen digitalen Angebot Berlins entstehen mitten in der Gesellschaft fortwährend innovative Ansätze und neue Projekte. Organisationen wie Pro Dialog, Politik Digital und Digitale Chancen sind nur einige der vielen herausragenden Akteure, die die Stadt fortwährend vernetzen, Dialoge initiieren und digitale Potentiale in dieser Stadt schaffen. Im Zentrum des Interesses steht dabei vielerorts der Ansatz, nicht nur die Interaktion zu vereinfachen, sondern die gezielte Förderung neuer Kommunikationswege und digitaler Strukturen. Es werden Brücken geschlagen, um gesellschaftliche Teilhabe zu fördern sowie die Dialog- und Vernetzungsfähigkeit der Politik und der Bürger zu aktivieren.

² <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/onlinenutzung/pdf/datenblatt-onlinestudie-2007-vorab.pdf>

³ <http://www.berlin.de/buergeraktiv/be/index.html>

⁴ <http://www.berlin.de/sen/inneres/itk/egovernment/index.html>

Dialogpotential und Interaktivität ...

Die Vergegenwärtigung der Schnelligkeit der digitalen Wandlungsprozesse in der Wirtschaft und in den Medien verdeutlichen, dass die Politik ihr Kommunikations- und Interaktionsverhältnis aus der digitalen Bürger/Konsumentenperspektive heraus erneuern muss. Auch wenn vereinzelt Pod-Casts mit der Bundeskanzlerin zu sehen sind, auch wenn Abgeordnete auf Websites Dritter (wie z.B. www.Abgeordnetenwatch.de) Dialogbereitschaft erkennen lassen; die Politik läuft den Entwicklungen hinterher und setzt im Dialog noch maßgeblich auf eine einseitige Vermittlung politischer Informationen. Im interaktiven Dialog und bei der digitalen Partizipation zwischen der Politik und der Gesellschaft gibt es viele Vorteile, die es nutzbar zu machen gilt. Dazu gehören:

Kontinuierliche Dialoge unabhängig von Zeit und Ort: Die Teilnehmer des Dialogs, in diesem Falle der Bürger und der Politiker, sind weder an einen Ort noch an eine bestimmte Zeit für ihre Interaktion gebunden. Auch wenn z.B. Sprechstunden vor Ort ein sinnvolles Angebot bleiben werden, bedeutet dies, dass mit einem geringen zeitlichen und personellen Aufwand des Abgeordneten Konsultationen und Informationen eingeholt, Dialoge zeitnah fortgeführt und sowohl die Bürger kontinuierlich für politischen Themen und Entwicklungen sensibilisiert als auch der Abgeordnete zeitnah über Anliegen und Probleme in seiner Wählerschaft informiert werden können.

Kostengünstiges und umfassendes Dialogangebot: Auch wenn bisher die Erstellung einer Website mit mehr oder weniger hohen Kosten verbunden ist, bieten Open-Source Software und die meisten Websitehosts übersichtliche und benutzerfreundliche Baukästen zum Erstellen von eigenen Websites oder Blogs. Für die Parteien kommt fördernd hinzu, dass zwar die Erstellung eines Metadesigns mit einem Content-Management-System ein beachtlicher Kostenfaktor sein kann, dieser sich aber durch die Verfügbarmachung und der unkomplizierten Nutzung durch die Abgeordneten mehr als ausgleicht. Ebenfalls kann solch ein parteieigener Websitebaukasten für Abgeordnete dazu beitragen, dass eine 100%ige Verfügbarkeit von Abgeordnetenwebsites gegeben ist. Ein einheitlicher Online-Auftritt und mit einer einheitlichen Navigation sorgt für Benutzerfreundlichkeit, spiegelt Parteiidentität wider und ermöglicht einen hohen Wiedererkennungswert.

Breite gesellschaftliche Teilhabe: Das Internet als Medium bietet der Gesellschaft einen hervorragenden Zugang zum Dialog. Barrierefreie Websites und die Möglichkeit, vom eigenen PC auf das Dialogangebot zuzugreifen, ermöglicht sowohl Menschen, die durch Alter und Krankheit oder durch ihre Lebenssituation bisher nicht am Austausch teilhaben konnten, ihre Anliegen einzubringen und sich mit politischen Themen auseinander zu setzen. Besonders die Spitzenposition Berlins als digitale City zeigt, dass nicht nur dies Potential vorhanden ist sondern es auch verstärkt in

Form eines umfassenden Dialogangebotes nutzbar gemacht werden sollte. Allerdings muss hierbei berücksichtigt werden, dass die digitalen Nutzungsfähigkeiten bildungsferner Gesellschaftsschichten und von Menschen in prekären Lebenslagen gefördert werden müssen, damit keine digitale Spaltung der Gesellschaft entsteht.

Flexibilität, Kontinuität und Beständigkeit: Die Flexibilität des webbasierten Dialogs ermöglicht es, zeitnah auf aktuelle Entwicklungen und auf die politische Anliegen der Bürger eingehen zu können. Das Dialog- und Informationsangebot kann kurzfristig auf aktuelle Notwendigkeiten zugeschnitten werden. Ebenfalls, im Gegensatz zu den schnell wechselnden Nachrichtenzyklen, kann die Politik unabhängig von kommerziellen Faktoren zielgenau informieren und einen kontinuierlichen Austausch zu aktuellen aber auch fortlaufenden Themen und Entwicklungen anbieten.

Transparenz und Übersicht: Durch die statistischen Tools, die auf Webservern und im Internet zur Verfügung stehen, können unkompliziert Daten über die Nutzung und den Nutzen des Online-Angebots gesammelt werden. So kann genau erfasst werden, welche Informationen oder Services von den Nutzern bevorzugt werden und wie diese Informationen aufgenommen werden. Funktionen wie Trackbacks auf Blogs lassen auch über die Relevanz und die Nutzung des Angebots auf der Website und von Dritten Auskunft geben und tragen zu einer weiteren Vernetzung des Abgeordneten bei - und bedeuten nicht zuletzt auch einen Informationsgewinn. Durch diese Transparenz und Übersichtlichkeit können Angebote und Services verbessert werden und auf die Bedürfnisse der Nutzer schnell reagiert werden.

Interaktion, Austausch, Engagement: Nicht zuletzt durch die hier schon aufgeführten Aspekte bietet das Internet ein umfassendes Dialog- und Informationspotential. Außerdem können Abgeordnete auf ihren Sites auf aktuelle Initiativen hinweisen, Unterstützerfunktionen einbauen oder direkt über die Website den Kontakt zwischen Bürgern und der Partei herstellen – was bis zu einem Parteieintritt reichen kann. Auf diese Weise können traditionelle Kampagnen an den Bürger herangetragen, für Engagement geworben und Unterstützer mobilisiert werden.⁵ Die Parteilarbeit wird transparenter, interaktiver und attraktiver und kann durch den Austausch mit der Gesellschaft das Wissen und die Anliegen der Bürger besser und schneller aufnehmen und in ihre Arbeit integrieren. Der Austausch funktioniert dabei als zentrales Bindeglied zwischen der politischen Handlungsebene und der Gesellschaft. Bereits interessierte Bürger können so schnell erreicht und mobilisiert werden. Neue Partizipationsanreize für bisher nicht engagierte aber auch besonders für die nachwachsende Generation können auf diese Weise geschaffen werden.

⁵ Wie zum Beispiel die Kampagne von Howard Dean oder die Grassroots Organisation Move-On.Org in den USA oder die aktuelle Wahlkampfkampagne von Segolene Royal mit den Bürgerforen.

III. Berliner Abgeordnete im Dialog

Für die Untersuchung wurden Ende März 2007 alle Websites von den in der Wahl 2006 gewählten Berliner Abgeordneten erfasst. Dabei wurden über die Landesverbandssites die Abgeordnetensites ermittelt. Für Abgeordnete, die nicht mit einer Website auf den Landesverbandssites verlinkt waren, wurden namentlich nach einer persönlichen Website recherchiert.

Alle Abgeordneten wurden mit oder ohne entsprechender Website in eine Matrix eingetragen. Diese umfasste Kategorien mit Basisinformationen über die Abgeordneten (Name, Alter, Geschlecht, Parteizugehörigkeit), Informationen über die Websites der Abgeordneten (Verlinkung über die Fraktionssite, Nutzung / Aktualität des Inhalts) sowie zu deren interaktiven Angebot (Newsletter, Terminplaner, Blogs, Foren, Downloadangebote, Pod- und Vodcasts, Links, Engagementangebot).

Die so gewonnenen Daten bilden die Grundlage für die Bewertung der Nutzbarmachung des digitalen Potentials Berlins durch die Abgeordnete. Diese orientiert sich an drei Schwerpunkten:

- **Kommunikationsstellenwert des Internets im Parteienvergleich:** Welchen Stellenwert messen die Berliner Parteien einem ansprechenden und umfassenden Online-Dialogangebot bei? Hierbei ist von Relevanz, wie viele Abgeordnete einer jeweiligen Partei Onliner sind und ob parteispezifische Trends zu beobachten sind.
- **Informationen über online/offline Abgeordnete:** Wer besitzt und nutzt eine Website bzw. besitzt keine Website? Bestehen geschlechts- und altersspezifische Unterschiede hinsichtlich der Internetaffinität der Abgeordneten? Dieser Teil der Datenerhebung beschäftigt sich auch mit Annahmen/Vorurteilen hinsichtlich der Online-Nutzung, besonders unter Gesichtspunkten des Alters und des Geschlechts.
- **Bewertung der Nutzbarmachung des Internets durch die Abgeordneten Berlins:** In welchem Umfang nutzen Berliner Abgeordnete das Internet? Bieten sie ein attraktives, zukunftsfähiges und interaktives Dialogangebot an? Denn wer in der kommunikativen Netzwerkgesellschaft bestehen will, wer junge Menschen erreichen will, wer nicht dem Trend hinterherlaufen sondern aktiv Zeichen setzen möchte, der muss fit für die digitale Gegenwart und Zukunft sein.

Erste Schritte Richtung Dialogbereitschaft ...

Die Politik wie auch die Stadt haben die digitalen Potentiale und die daraus resultierenden Möglichkeiten zum Dialog teilweise schon erkannt und haben, wie zuvor hervorgehoben, schon Schritte in die richtige Richtung unternommen. So verfügen alle Parteien über umfangreiche eigene Landesverbandsseiten. Diese bieten von der Fraktionsebene bis hinunter zu den Stadtbezirken vielseitige Informationen über die jeweiligen Funktionäre und Strukturen sowie über Standpunkte, Geschichte und politisches Wirken der Parteien.

Dennoch orientiert sich das Online-Kommunikationskonzept der Parteien noch maßgeblich an dem linearen Modell der einseitigen und allgemeinen Vermittlung politischer Inhalte an den Bürger. Es sind zwar auf den Landesverbandssites vereinzelte interaktive Elemente vorhanden, doch der direkte Kontakt der Bürger zu ihren Abgeordneten ist online meist, wenn vorhanden, nur über eine Onlinemaske oder Email möglich. Die Nutzung neuer Medien zum Ausbau des Informationsangebotes, wie z.B. Streams, Pod- oder Vodcast oder die Integration interaktiver Komponenten wie z.B. Blogs, Umfragen und offenen Diskussionsforen sind auf den Landesverbandssites noch stark ausbaufähig. Ebenso ist, die Ergebnisse vorwegnehmend, auf den Abgeordnetensites ein auf Interaktivität, Dialog und umfassende Informationsvermittlung setzendes Angebot, das dem politischen Desinteresse durch ein auf „Dialogkommunikation“ basierendes Konzept entgegenwirken könnte, kaum vorhanden.⁶

Zudem muss den Landesverbandssites zum Zeitpunkt der Untersuchung, eine mangelnde Gründlichkeit bei der Auflistung der jeweiligen Abgeordnetensites (SPD, CDU, Linkspartei, Grüne, FDP) und/oder eine nicht ausreichende Linkpflege (CDU, Grüne) attestiert werden. Auf Seiten der Vollständigkeit bzgl. der Auflistung der Abgeordnetensites offenbarte die FDP (7 nicht gelistete Sites, davon 3 mit aktuellem Inhalt) die größten Mängel. Bei der Linkpflege hingegen zeigte die CDU mit 6 falsch verlinkten Links zu den jeweiligen Abgeordnetensites Handlungsbedarf. Für einen professionellen Auftritt im Internet sind eine gründliche Linkpflege und ein vollständiges Informationsangebot allerdings Grundvoraussetzung. Ist dieses nicht gewährleistet, leidet darunter nicht nur die Benutzerfreundlichkeit. Man könnte auch auf ein mangelndes Interesse hinsichtlich Dialogbereitschaft und Dialogpflege seitens der Parteien schließen.

⁶ Meier, Dominik. „Politik in der Beziehungskrise?“ Endstation Misstrauen? Einsichten und Aussichten für Politik und Gesellschaft. Kerstin Plewe (Hsrg). Helios Media GmbH. Berlin, 2006

Die Websites der Berliner Abgeordneten ...

Die Grundvoraussetzung für eine gut informierte Öffentlichkeit und einen nachhaltigen Austausch zwischen der Politik und der Gesellschaft basiert auf zwei Faktoren: auf der Quantität sowie der Qualität des Informationsangebotes, dessen sich die Öffentlichkeit bedienen kann.

Auch wenn das Online-Angebot immer noch im Verbund mit dem Offline-Angebot, wie z.B. Sprechstunden mit den Abgeordneten im Bezirk, politische Veranstaltungen und den traditionellen Informationsquellen via Radio, Print und Fernsehen, gesehen werden muss, nimmt die Bedeutung eines zeitgemäßen politischen Online-Kommunikationskonzepts beständig zu. Ein qualitativ und quantitativ hochwertiges, an den Bedürfnissen der Bürger/Konsumenten/Produzenten orientiertes Online-Informations- und Dialogangebot wird somit für die Zukunftsfähigkeit der Politik eine Notwendigkeit. Dies bedeutet aber auch, dass eine 100%ige Verfügbarkeit von Abgeordnetenwebsites gegeben sein sollte und umfassende aktuelle Informationen sowie ein interaktives Dialogangebot verfügbar gemacht werden sollten.

Auch hier ist zu erkennen, auch wenn nur 58% der Abgeordneten eine eigene Website besitzen, dass die Parteien und Politiker Berlins mittlerweile bemüht sind, ein entsprechendes Informationsangebot aufzubauen. Die Online-Angebote und somit auch die Dialogbereitschaft der Abgeordneten unterscheiden sich jedoch stark von Partei zu Partei. Wie aus Abb.1 zu entnehmen ist, haben 81% der SPD-Abgeordneten eine eigene Website, gefolgt von den Grünen mit 61%, der FDP mit 54%, der CDU mit 43% und abschließend mit der Linkspartei mit 26% ihrer Abgeordneten.

	SPD	Linkspartei	CDU	Grüne	FDP	Gesamt
Online	81 %	26 %	43 %	61 %	54 %	58 %
Aktuelle Site	42 %	17 %	22 %	26 %	23 %	28 %

Abb.1 Abgeordnete Online und Abgeordnete mit einer regelmäßig benutzten Website (aktuelle Site)

Um die Dialogbereitschaft der Abgeordneten bewerten zu können, muss allerdings die tatsächliche Nutzung der Websites herangezogen werden. In diesem Sinne sollte eine Website dazu genutzt werden, fortlaufend über aktuelle Themen und Sachverhalte zu informieren sowie auf Veranstaltungen und Termine des Abgeordneten hinzuweisen. Natürlich sollte auch über verschiedene Informations- und Dialogangebote ein interaktiver Austausch zwischen dem Politiker und dem Bürger angeboten und gepflegt werden.

Wie aus Abb.1 zu entnehmen ist, enthalten nur knapp die Hälfte der Abgeordnetenwebsites aktuelle Inhalte. Insgesamt betreiben somit nur 28% der Berliner Abgeordneten eine eigene Website und informieren über diese in mehr oder

weniger regelmäßigen Abständen.⁷ Die übrigen Websites setzen sich wie folgt zusammen:

- **Wahlsites:** Websites, die vornehmlich noch Inhalte für die Wahl im September 2006 enthalten bzw. noch eindeutige Wahlsites sind.
- **Websites als statische Post-Wahlseite:** Diese Sites sind oftmals mit einem Dankeschön an die Wähler versehen und beinhalten Basisinformationen über die Abgeordneten. Oftmals stellen noch wahlspezifische Informationen die Kerninhalte dieser Websites
- **Websites als statische Informationsplattform:** Auf diesen Sites wird keine Aktualisierung der Inhalte entsprechend gesellschaftspolitischer Entwicklungen vorgenommen, ein interaktives Dialogangebot seitens der Abgeordneten ist nicht vorhanden und eine aktive Nutzung der Websites durch die Abgeordneten ist nicht zu erkennen

Somit sind gut die Hälfte aller Abgeordnetenwebsites statische und nicht regelmäßig genutzte Portale, die weiterhin nur auf eine einseitige Vermittlung von parteispezifischen Informationen anstelle von Interaktion, Zukunftsfähigkeit und einem modernen Verständnis von Bürgernähe setzen.

Mit Vorurteilen aufräumen ...

Im (N)Onliner-Atlas wird noch klar eine Grenze zwischen internetaffinen Gruppen und der 50+ Gruppe gezogen. In anderen Worten: Wer älter ist, hat nur eine geringe Internetaffinität. Dies könnte nahe legen, dass ältere Abgeordnete nicht über eigene Websites verfügen und wären mehr junge Abgeordnete in die Landesparlamente gewählt, würde es auch logischer Weise mehr Abgeordnete geben, die über eine eigene Website mit einem umfassenden Dialogangebot verfügen.

	Alter	Männer	Frauen
Abgeordnete Online	46 ½ Jahre	56 %	62 %
Aktive Nutzer	46 Jahre	60 %	54 %
Abgeordnete Offline	48 ½ Jahre	44 %	38 %

Abb.2. Online. Nutzung Berliner Abgeordneter nach Alter und Geschlecht

Auch wenn alterspezifische Tendenzen hinsichtlich der Online-Nutzung noch wahrzunehmen sind, spricht sich der breite Trend jedoch gegen diese Annahme aus. So ist der Altersunterschied der Offline-Abgeordneten mit 48 ½ Jahren und den Online-Abgeordneten mit 46 ½ Jahren sehr gering. Ebenfalls besitzen 50+

⁷ Bei der Untersuchung zur regelmäßigen Nutzung der Website wurde die regelmäßige Nutzung des Terminkalenders oder einen Eintrag auf der Website innerhalb der letzten 6 Wochen als Website mit aktuellem Inhalt gewertet.

Abgeordnete mit einem Anteil von 55% fast ebenso oft eine Website wie Abgeordnete jüngerer Jahrgänge.

Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Unterschiede existieren wenig augenscheinliche Unterschiede. So nennen 62% der weiblichen Abgeordneten Berlins eine Website ihr Eigen, während nur 56% ihrer männlichen Kollegen eine Online-Präsenz haben. Von den Online-Abgeordneten jedoch weisen Männer mit einer 60%igen Nutzungsrate einen höheren Wert in der Nutzbarmachung der Website im Vergleich zu der 54%igen Nutzungsrate der Frauen. Es gibt also unter den Gesichtspunkten Alter und Geschlechtszugehörigkeit keine augenscheinlichen Faktoren, die sich auf die Dialogbereitschaft und der Nutzung persönlicher Website auswirken.

Dialogtools und Dialogangebot der Abgeordneten ...

Für den zweiten Teil der Bewertung wurde eine Bestandsaufnahme von den Websites der Abgeordneten durchgeführt. Diese soll Aufschluss über den Einsatz von interaktiven und informativen Angeboten geben und somit Rückschlüsse über die Nutzbarmachung des Internets durch die Politik für die Schaffung von mehr Transparenz, Bürgernähe und Dialogangeboten ermöglichen. Nach folgenden Elementen wurde auf den Websites gesucht:

Newsletter: Besteht die Möglichkeit über die Website sich in einen Newsletter einzutragen, der über Termine des Politikers und der Partei informiert. Newsletter stellen zudem eines der übersichtlichsten und einfachsten Tools dar, um mit Besuchern der Website und Interessierten einen Dialog zu pflegen.

Terminkalender: Ist ein Terminkalender vorhanden, über den man über die Aktivitäten und die Veranstaltungen des Abgeordneten informiert wird? Ein Terminkalender ist ein exzellentes Tool, um den Brückenschlag zwischen dem Online-Informationsangebot und Offline-Aktivitäten zu unternehmen.

Blog: Nutzen Abgeordnete einen Blog? Besteht die Möglichkeit einen RSS-Feed zu beziehen? Blogs, auch wenn momentan etwas zu sehr gelobt, bieten ein hervorragendes interaktives Dialogpotential. Die Abgeordneten können ihre Aktivitäten, politische Themen und Sachverhalte oder auch nur ihre Ansichten über den Blog kommunizieren. Bürger können durch die Kommentarfunktion mit den Abgeordneten in den Dialog treten und Feedback bzw. Anregungen geben. Über RSS-Feeds können neue Beiträge der Abgeordneten schnell und unkompliziert den interessierten User erreichen.

Chaträume, Umfragen und Foren: Diese Dialogtools ermöglichen ähnlich wie ein Blog die Möglichkeit, die User zu Wort kommen zu lassen. So wird dem Politiker

ermöglicht, sich auf einfache Weise über die Anliegen der Bürger zu informieren und sich mit ihren Fragen auseinander zu setzen. Sie sind im Vergleich zum Blog etwas statischer und auch aufwendiger zu betreuen. In unserer Begutachtung haben wir Gästebücher, falls diese regelmäßig benutzt wurden, ebenfalls in dieser Kategorie aufgenommen.

Support Us: Um den Austausch und das Engagement sowohl online als auch offline zu fördern, sind Unterstützerfunktionen nützlich. So können über die Site der Abgeordneten z.B. Mitglieder oder Unterstützer zu bestimmten Themen gewonnen werden, die sich dann auch offline politisch engagieren können.

Links: Eine übersichtliche und informative Verlinkung zu themenverwandten oder interessanten Organisationen ist für eine benutzerfreundliche und übersichtliche Website Standard.

Downloads: Bieten die Abgeordneten Downloads ihrer Reden, von Zeitungsartikeln, Informationen über ihre Partei und deren Programme oder aber auch Ergebnisse ihrer Arbeit an? Als Pdfs können diese Dokumente unkompliziert herunter geladen werden und bieten dem interessierten Bürger eine erstklassige Informationsquelle.

Audio/Video Dateien // Pod-/Vodcast: Pod- und Vodcasts wie auch Audio- und Videodateien dürfen in einem zukunftsfähigen Dialogangebot nicht fehlen. Auch sollte nicht nur parteipolitisch geworben, sondern z.B. auch Debatten als Streams angeboten werden. Besonders auch für einen Dialog mit der nachwachsenden Generation sollte auf jugendgerechte Medien und Formate gesetzt werden.

Übersicht des Dialogangebotes ...

Das Dialogangebot aller Berliner Abgeordneten ist in Abb.3 dargestellt. Um ein klareres Bild hinsichtlich der Dialogbereitschaft aufzuzeigen, gingen wir von einer 100%igen Verfügbarkeit eines Angebots aus, wenn alle 151 Berliner Abgeordneten über eine Website verfügen würden und eines der zuvor genannten Dialog- und Informationstools anbieten und nutzen.

Das Gesamtbild der Dialogbereitschaft der Berliner Abgeordneten stellt sich maßgeblich durch eine einseitige Vermittlung von Informationen über die Texte der Websites (wenn diese vorhanden sind) dar. Es existieren Basisinformationsservices in Form von genutzten Terminkalendern (25%) und ausführliche Linksammlungen (44%). Eine Dialogbereitschaft in Form eines interaktiven und umfassenden Informations- und Dialogangebots ist bei dem größten Teil der Abgeordneten leider nicht zu erkennen.

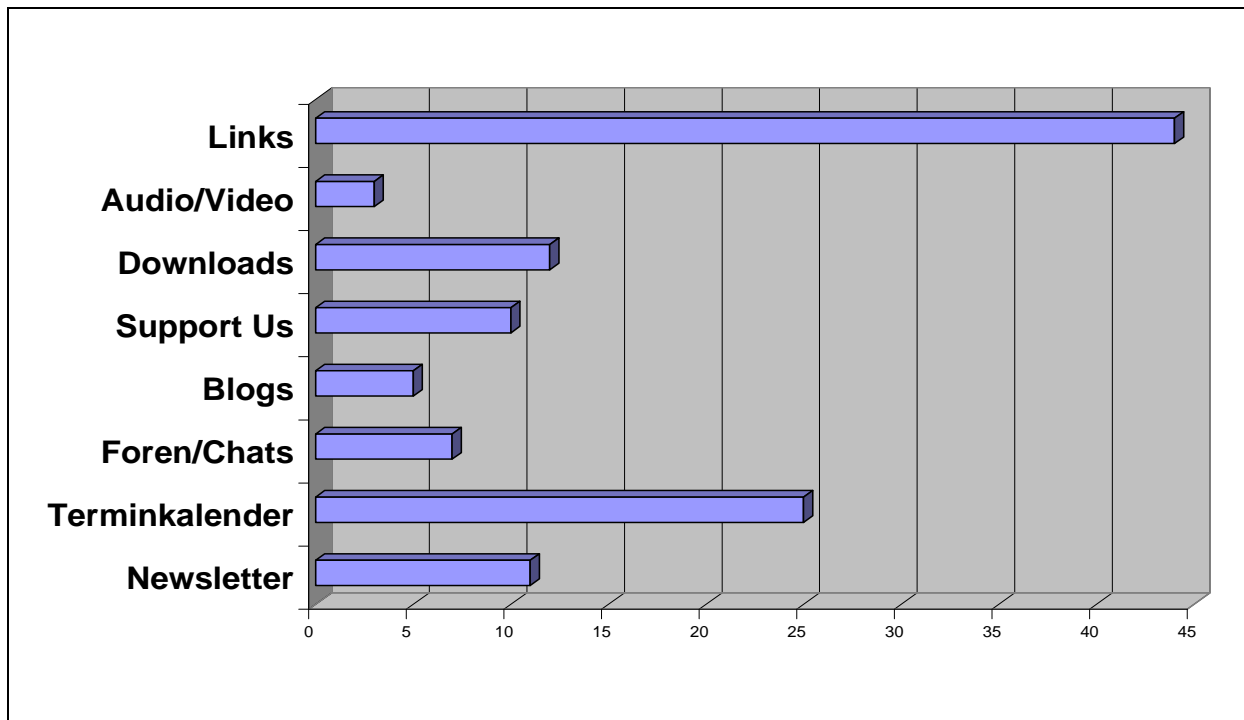


Abb.3 Dialogangebot aller Berliner Abgeordneter

Ein Tool, wie z.B. ein Newsletter, das einen engeren und kontinuierlichen Kontakt zwischen Bürgern und Politikern ermöglicht, wird nur von wenigen Abgeordneten (11%) zur Verfügung gestellt. Eine Verbindung zwischen dem Online-Angebot und dem traditionellen Parteiengagement, wie z.B. einem Formular oder einer Maske, durch die sich eine Parteimitgliedschaft abschließen ließe, wird von nur 10% der Abgeordneten angeboten.

Die Nutzbarmachung des interaktiven Potentials neuer Medien ist ebenfalls noch stark ausbaubar. So nutzen zum Zeitpunkt der Umfrage nur 5% der Abgeordneten einen Blog – einige davon datierten noch vom Wahlkampf. Chats, Umfragen und Diskussionsforen wurden kaum angeboten – anstelle deren wurden meistens die etwas veralteten Gästebücher gefunden, wodurch sich der Anteil der Abgeordneten, die auf solche interaktiven Komponenten setzen, auf 7% erhöht.

Ein weiteres Angebotsdefizit besteht in der Verfügbarkeit eines umfassenden Informationsangebots über die Websites. Textdownloads von Parteiprogrammen, Veröffentlichungen der Abgeordneten oder Informationen über die Arbeit bzw. zu den politischen Engagement und Themenschwerpunkten der Abgeordneten werden nur von 12% der Abgeordneten angeboten. Des Weiteren werden neue Trends, wie Pod- und Vodcast (bzw. Audio und Videodateien) oder auch Live-Streams mit einer 3%igen Nutzung durch die Abgeordneten also nur vereinzelt angeboten. Besonders dieser letzte Wert verdeutlicht die Notwendigkeit eines Umdenkens Seitens der Politik. Denn besonders jüngere Menschen bevorzugen mittlerweile Audio und Videodateien, wie die schon zuvor zitierte Studie zur Internetnutzung der ARD/ZDF belegt. Ebenfalls ist ein derartiges Angebot in der gängigen Praxis der Politik, wie

z.B. bei der Bundeskanzlerin oder bei Horst Köhler wie auch in den USA schon seit dem Wahlkampf 2004, mittlerweile eine feste Größe.

In der parteiübergreifenden Bestandsaufnahme wird ersichtlich, dass es zwar parteispezifische Unterschiede in der Gewichtung eines nachhaltigen Online-Kommunikationskonzepts gibt. Allerdings besteht eine parteiübergreifendes Phänomen, dass die Parteien bzw. ihre Abgeordneten noch keinen genügenden Anreiz sehen, über die Wahl hinaus (aus der noch viele der Websites stammen) ein sowohl aktuelles Online-Informationsangebot als auch interaktives Dialogangebot in ihren Kommunikationsansatz aufzunehmen.⁸ Auch wenn schon 58% der Abgeordneten über eine Website verfügen, mangelt es besonders in der Nutzbarmachung des innovativen und interaktiven Potentials seitens der Abgeordneten, um die Gesellschaft für einen nachhaltigen Dialog zu motivieren.

Der direkte Parteienvergleich ...

Die Bemühungen der Parteien unterscheiden sich jedoch beachtlich. Wie aus Abb.4 zu entnehmen ist, belegt die SPD mit einer überdurchschnittlich hohen Onlinepräsenz sowie einer relativ aktiven Nutzung der Websites ihrer Abgeordneten jeweils die Spitzenposition im innerparteilichen Vergleich. Die Grünen auf der anderen Seite zeichnen sich durch die, im Vergleich zu den anderen Parteien, vielen interaktiven Ansätze und das informativste Angebot aus. Die CDU liegt mit ihrem Dialogangebot im Parteienvergleich eher im Mittelfeld und bietet auch ein relativ gutes interaktives Angebot an. Die FDP folgt nach der CDU im hinteren Teil und die Linkspartei belegt den letzten Platz im Parteienvergleich.

	SPD	Linkspartei	CDU	Grüne	FDP
Onliner	☺☺☺☺☺	☺	☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺
Aktive	☺☺☺☺☺	☺	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺
Interaktivität	☺☺☺	☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺☺☺	☺

Abb.4 Platzierung der Parteien im Vergleich bzgl. des Internetnutzungsverhalten ihrer Abgeordneten

Deshalb, auch um das bisher entstandene Bild entsprechend des Dialogangebotes der Parteien auszudifferenzieren, haben wir für jede Partei eine kurze Übersicht zusammengestellt. Bei dieser Übersicht wird die Verfügbarmachung von den Dialog- und Informationskomponenten auf den Websites zu Grunde gelegt. Dadurch ergibt sich eine höhere Verfügbarkeit dieser Komponenten im Vergleich zu der Verfügbarkeit dieser auf alle Abgeordneten hochgerechnet – wie dies in Abb.1 der Fall war.

⁸ http://www.politika-berlin.de/download/doku_wahlumfrage.pdf Diese Gewicht ließ sich auch in der von Politika Berlin durchgeführten Befragung während des Wahlkampfes 2006 ablesen. Auf die Frage nach der Gewichtung verschiedener Medien nach ihrer Wichtigkeit für den Wahlkampf rangierte des Internet auf dem vorletzten Platz.

SPD Berlin ...

Die SPD hat nicht nur die Wahl 2006 gewonnen sondern besticht auch mit einer überdurchschnittlich hohen Online-Präsenz ihrer Abgeordneten. So sind 81% der SPD Abgeordneten mit einer eigenen Website vertreten. Leider, wie auch im generellen Vergleich, werden nur die Hälfte der Abgeordnetensites in einer mehr oder weniger großen Regelmäßigkeit genutzt. Somit verbleiben nur 42% der Abgeordneten der Berliner SPD als aktive Onliner übrig. Dies bedeutet nichts desto trotz im Parteienvergleich ebenfalls die Spitzenposition.

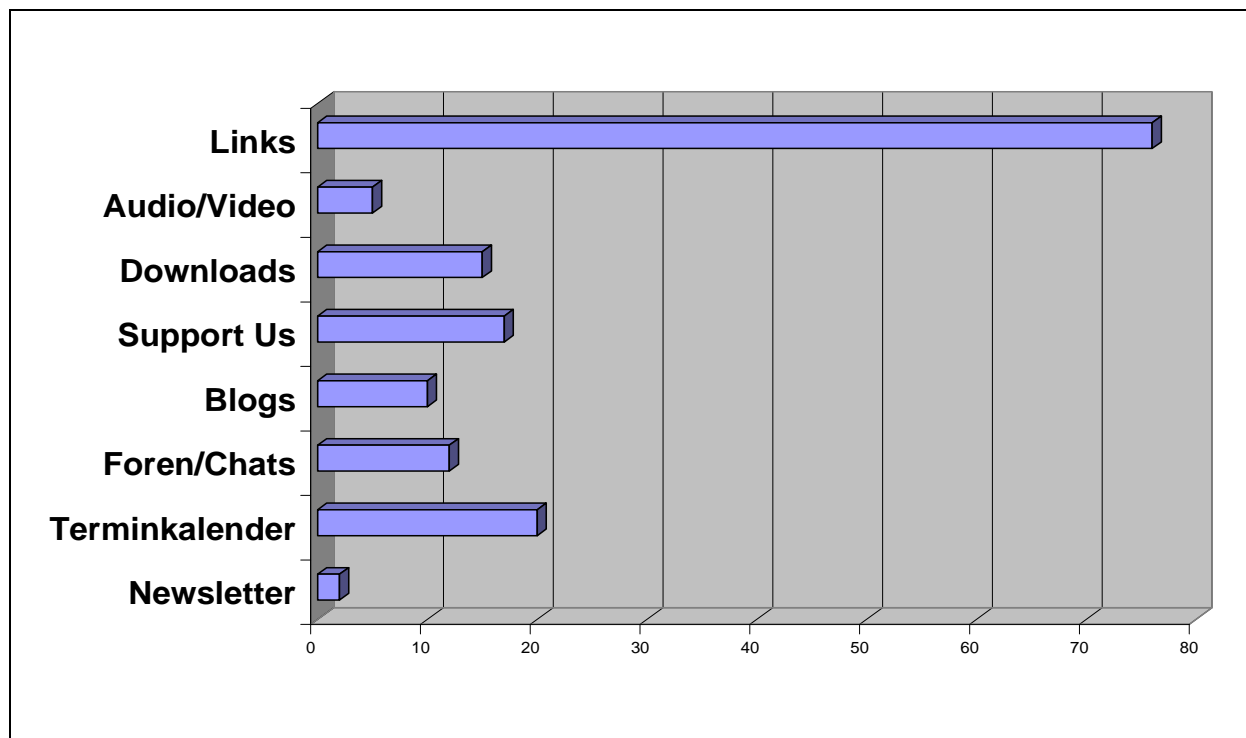


Abb. 5 Dialogangebot auf den Websites SPD-Abgeordneter

Dialogbereitschaft und Informationsangebot der SPD hingegen sind begrenzter, auch wenn es im Parteienvergleich noch immer für den dritten Platz reicht. So werden nur auf 15% der Websites weiterführende Downloads angeboten und auf nur 5% der Websites sind Pod- oder Vodcasts vorhanden. Newsletter sucht man fast vergebens. 16% der Abgeordneten bieten Möglichkeit, sich über ein Engagement bei den Abgeordneten oder bei der Partei zu informieren. Diskussions- und Frageforen, Chatangebote (12%) oder die Nutzung eines Blogs (10%) sind ebenfalls noch stark ausbaubar.

Fazit: Überdurchschnittlich viele Onliner als Abgeordnete, die aktive Dialogbereitschaft wird jedoch kleiner geschrieben.

Gelungene Website: Markus Pauzenberger,*1965 >> www.markus-pauzenberger.de

CDU Berlin ...

Mit nur 43% ihrer Abgeordneten, die eine eigene Website besitzen, belegt die CDU den 4. Platz unter den Parteien. Mit einem Anteil von 22% ihrer Abgeordneten hinsichtlich der Zahl der Abgeordneten, die ihre Website auch aktiv nutzen teilt sie sich knapp den dritten Platz mit der FDP. Bei der Gründlichkeit (7 Fehlermeldungen) der Verlinkung zu den Abgeordnetensites sind Mängel zu attestieren.

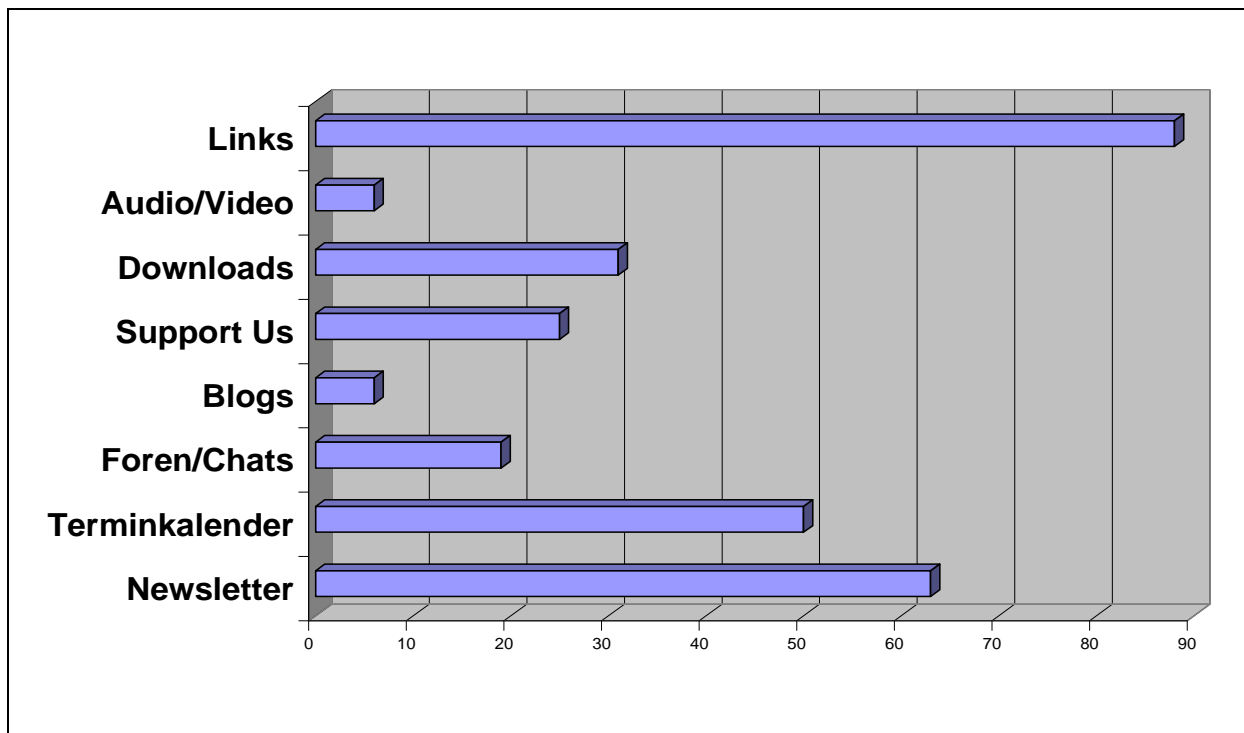


Abb. 6 Dialogangebot auf den Websites CDU-Abgeordneter

Hinsichtlich Dialogbereitschaft sowie Informationsangebot auf ihren Abgeordnetensites belegt die CDU den 2. Platz. Auf den Sites der Abgeordneten ist vielfach ein Newsletter zu finden (63%), Terminkalender werden ebenfalls von 50% der Online-Abgeordneten genutzt. Auch beinhaltet das vorhandene, jedoch nicht immer genutzte, Angebot der standardisierten Abgeordnetensite ein RSS-Feed Angebot. Blogs sind jedoch mit einem Anteil von 6% leider nicht oft zu finden. Chats, Foren und Gästebücher sind ebenfalls auf 19% der Sites vorhanden. Mit einem 19%tigen Anteil besteht die Möglichkeit, sich über einen Parteieintritt zu informieren bzw. über die Site in die Partei einzutreten. 31% der Websites der Abgeordneten bieten zudem Downloads an und verfügen über das ausführlichste Linkangebot (88%). Audio-, Video- oder Streamingangebote sind leider mit einer 6%tigen Verfügbarkeit noch stark ausbaubar.

Fazit: Die CDU sollte mehr Gründlichkeit und Dialogoffenheit durchsetzen, denn die zu findenden Ansätze gehen in die richtige Richtung.

Gelungene Website: Heiko Melzer, *1976 >> <http://www.heiko-melzer.de/>

Linkspartei Berlin...

Die Linkspartei hat mit einem Anteil von 23% die wenigsten Abgeordneten online und belegt somit im Parteienvergleich auch bei den aktiven Onliner-Abgeordneten den letzten Platz. Ein wirkliches Bemühen seitens der Linkspartei, die zur Wahl 2006 den informativsten und interaktivsten Online-Wahlkampfauftritt hatte, über die Wahl hinaus ihre Abgeordneten mit der Gesellschaft in einen Dialog einzubinden, ist somit leider nicht zu erkennen.

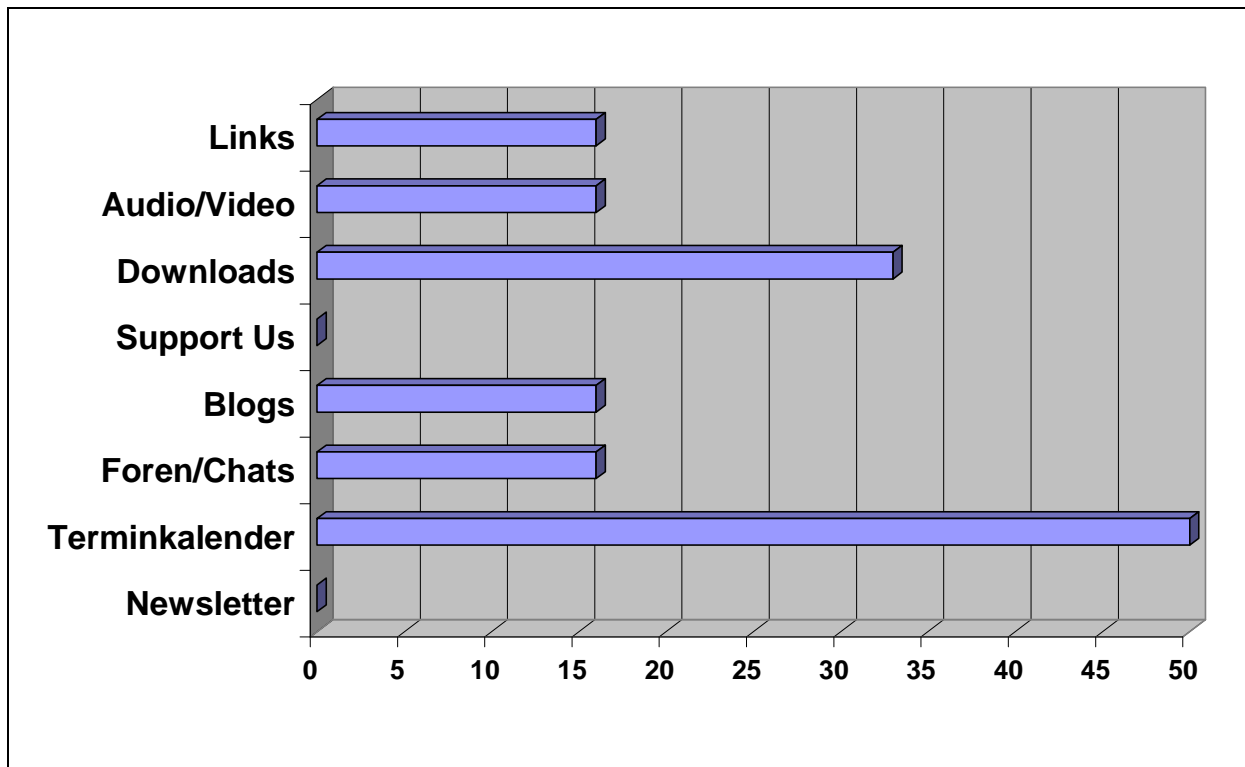


Abb. 7 Dialogangebot auf den Websites Linkspartei-Abgeordneter

Dennoch ist bei den Abgeordneten, die über eine Website verfügen, ein Bestreben erkennbar, das neue Medium zu nutzen. 2 der Websites (33%) bieten Downloads an, eine (16%) verfügt über Audiodateien. Terminplaner werden von 3 Abgeordneten benutzt, eine Website verfügt über ein Forum (16%) und eine über einen ausführlichen Blog. Newsletter und Support-Optionen sind jedoch nicht verfügbar.

Fazit: Dialog wird von der Linkspartei außerhalb des Wahlkampfes klein geschrieben, es sind jedoch Ansätze zur Dialogbereitschaft einzelner Abgeordneter erkennbar

Gelungene Website: Evrim Baba, 1971* <http://www.evrimbaba.de>

Grüne Berlin...

Die Grünen haben sich schon früh mit dem Potential des Internets für politische Belange auseinandergesetzt. Als Folge dieser Prädisposition belegen sie mit 61% ihrer Abgeordneten als Onliner einen sehr guten 2. Platz. Diesen, trotz eines drastischen Abfalls auf nur 26% bei der aktiven Nutzung der Websites durch die Abgeordneten, können sie knapp vor der CDU und FDP halten. Ein kleiner Minuspunkt war, dass die Website von Volker Ratzmann während der Untersuchung nur eine Fehlermeldung aufwies.

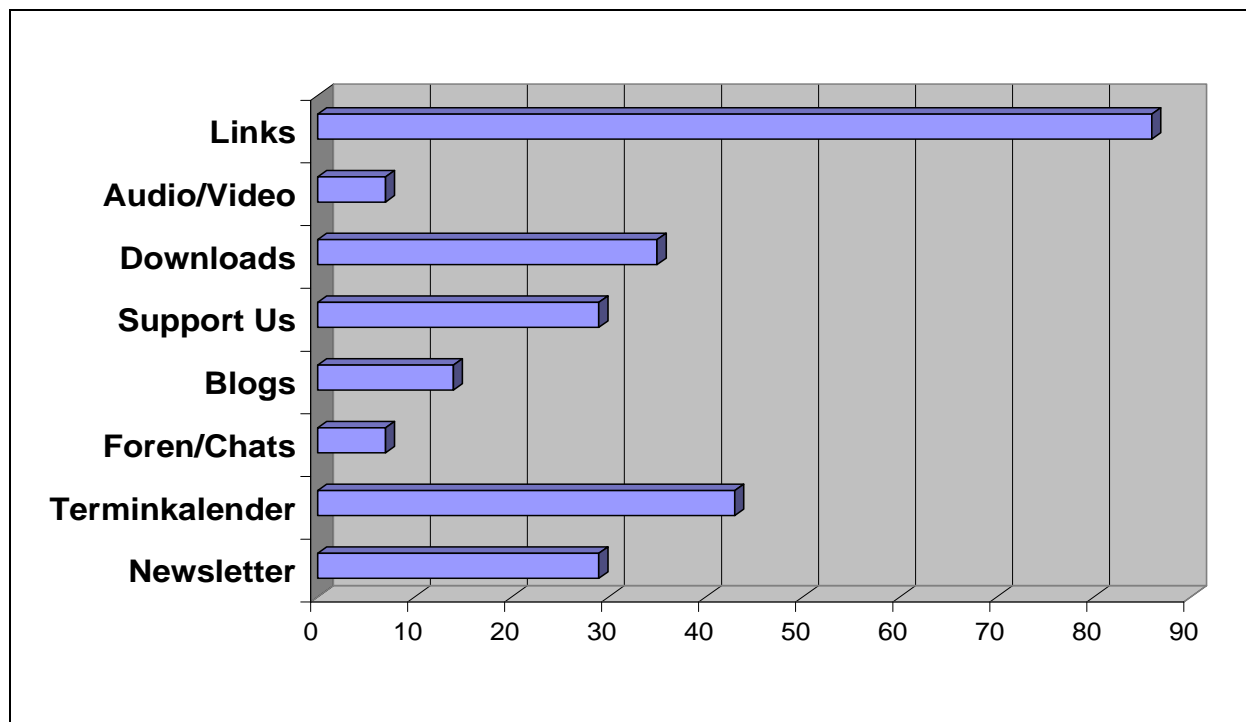


Abb. 8 Dialogangebot auf den Websites Grüne-Abgeordneter

Trotz der niedrigen Quote hinsichtlich der aktiven Nutzung der Websites, bieten die Grünen, knapp vor der CDU liegend, ein gutes Dialog- und Informationsangebot an. Downloads sind bei 36% der Websites verfügbar, 14% der Websites verfügen ebenfalls über Blogfunktionen. Das Angebot an Terminkalendern (43%) aber besonders von der Verfügbarkeit eines Newsletters (29%) lässt sich jedoch noch ausbauen. Es besteht eine gute Verlinkung auf den Websites (85%). Es werden Support-Us Möglichkeiten mit 29% angeboten - die Chat/Forum Angebote mit 7% sind im Vergleich erstaunlich wenig präsent.

Fazit: Ein guter zweiter Platz hinsichtlich des Bestrebens, Abgeordnete online zu bringen und neue Medien einzusetzen. Jedoch erscheinen fast 2/3 der Online-Abgeordneten nicht gewillt, die Dialogpotentiale auszuschöpfen.

Eine gelungene Site: Özcan Mutlu, 1968* <http://www.mutlu.de>

FDP Berlin...

Auch wenn die FDP mit 54% ihrer Abgeordneten als Onliner den dritten Platz belegen und ebenfalls, knapp mit der CDU geteilt, den 3. Platz hinsichtlich einer aktiven Nutzung der Websites belegen, sind bei der FDP viele Defizite aufgetreten. Wäre nur von der Verlinkung der Abgeordnetensites über die Landesverbandssite in der Untersuchung ausgegangen worden, gäbe es nur eine FDP-Abgeordnete mit Website. Nicht einmal der Fraktionsvorsitzende Martin Lindner hat eine aktuelle Website, denn diese, wenn gegoogelt, stammt noch von der Wahl.

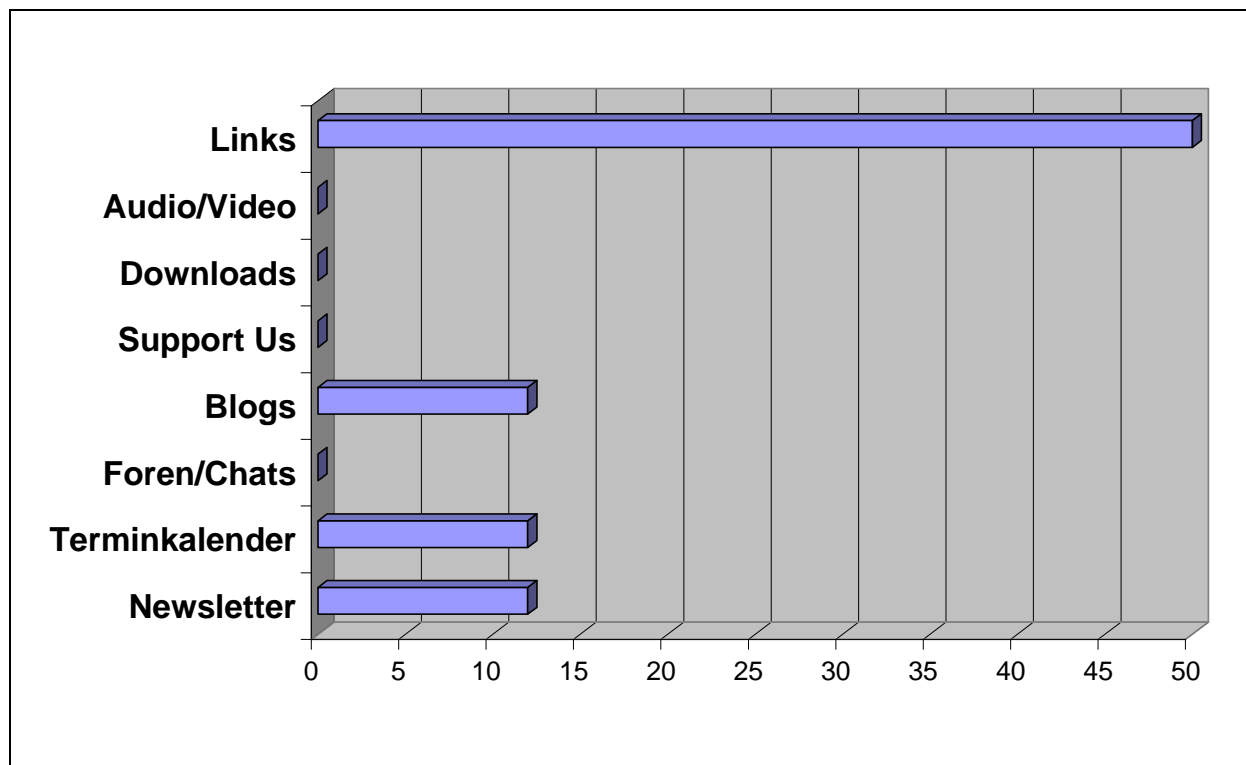


Abb. 9 Dialogangebot auf den Websites FDP-Abgeordneter

Hinsichtlich Dialogoffenheit und Informationsangebot belegt die FDP dann auch einen klaren letzten Platz. Informative Downloads werden nicht angeboten. Die Möglichkeiten, die die Einbindung neuer und jugendgerechter Medien bieten, werden kaum genutzt. Nur ein FDP-Abgeordneter verfügt über eine Website, die aktuelle Inhalte anbietet sowie über interaktive Komponenten (wie z.B. einen integrierten Blogfeed) verfügt. Leider konnte auch diese Site nicht über die Fraktionsseite gefunden werden.

Fazit: Eine wohlwollende Platzierung im Mittelfeld, die auf das Engagement einzelner Abgeordneter zurückzuführen ist. Das Kommunikationskonzept der Partei sollte verstärkt auf Dialog und Onlinepräsenz setzen.

Gelungene Website: Matthias Jotzo, 1975* <http://www.jotzo.org>

IV Rückschlüsse

Berlin ist das politische Nervenzentrum der Republik und belegt als digitale City die Online-Spitzenposition in Deutschland. Es verfügt über einen einzigartigen Multikosmos politischer und gesellschaftlicher Akteure, die Innovationen in die Stadt hineinbringen und sich der lokalen, nationalen und globalen gesellschaftspolitischen Herausforderungen annehmen.

Obwohl dieses Potential vorhanden ist, bleibt Berlin aber ebenso eine Stadt vor großen Herausforderungen – Herausforderungen, die vielfach aus eigener Kraft bewältigt werden müssen. Bei der Bewältigung dieser Herausforderungen und der Nutzbarmachung des digitalen Potentials dieser Stadt sticht ein Faktor jedoch auch mit aller Deutlichkeit heraus: Die Berliner Politik vermag es trotz ihrer ausgezeichneten Ausgangslage nicht, die Bürger für eine nachhaltige Auseinandersetzung mit politischen Themen zu sensibilisieren, sie in politische Prozesse einzubinden und so nachhaltig für ein gesellschaftspolitisches Engagement zu motivieren.

Dies bedeutet jedoch nicht pauschal, dass die Gesellschaft politisch inaktiv ist. Gesellschaftliches und politisches Engagement steigt in Deutschland schon seit Jahren im Kurs. Allerdings geht dieser Trend klar an den Parteien vorbei, die ihre Mitglieder verlieren sowie seit einiger Zeit vermehrt über Programme und Koalitionen streiten. Die neuen Formen der gesellschaftlichen und politischen Beteiligung nehmen in diesem Licht eine immer wichtigere Bedeutung an.⁹ Das Engagement verlagert sich dabei auch in zunehmendem Maße in eine Mischform aus sozialen Netzwerken mit verschiedensten Berührungspunkten, internet- und kommunikationsunterstützten Kampagnen und interaktiven Plattformen, die traditionelle Formen des Engagements und der politischen Mobilisation mit dem Potential der Neuen Medien verknüpfen.

Im gleichen Zuge ist die Wahlbeteiligung auf ein historisches Tief gesunken. Wie schon in vielen Umfragen herausgestellt, verlieren die Bürger ihr Vertrauen in die Gestaltungsfähigkeit der Politik und in die von ihnen gewählten Abgeordneten. So fiel im Vergleich zur letzten Wahl die Wahlbeteiligung in Berlin um ganze 10% (fast 240.000 Stimmen weniger). Gerade mal 58% der Bürger unternahmen bei den Wahlen im September 2006 den Gang an die Wahlurne. In den Bezirken Marzahn-Hellersdorf und Lichtenrade lag die Wahlbeteiligung sogar unter 50%. Die 16-17-jährigen nahmen mit nur 45,6% teil, die 18- bis unter 25-jährigen mit nur 49,5%. Auf diese Trends muss die Politik mit mehr Dialogbereitschaft antworten.

⁹ http://www.destatis.de/datenreport/d_datend.htm. So haben die Parteien seit der Wiedervereinigung über 1.000.000 Mitglieder verloren. Entgegen diesem Trend engagieren sich immer mehr Bürger außerhalb der traditionellen politischen Strukturen

Bürgerbeteiligung durch Bürgernähe durch gegenseitige Dialoge

Es stellt sich dadurch die Frage, wie die politische Sensibilisierung und die zivilgesellschaftliche Aktivierung der Bürger gefördert werden können? Im zentralen Fokus steht bei dieser Studie hierbei die Nutzbarmachung neuer Medien und Kommunikationsformen für einen nachhaltigen und letztendlich aktivierenden Dialog zwischen der Gesellschaft und der Politik. Denn mehr und mehr Bürger nutzen die neuen interaktiven Kommunikationsmedien, um sich an Entscheidungen zu beteiligen, sich in Netzwerken zu organisieren und ihre Individualität auszuleben.

Doch wie die Begutachtung der Online-Dialogbereitschaft und des Online-Dialogangebotes der Berliner Abgeordneten aufzeigt, werden die Potentiale von Berlin als digitale Stadt von den Parteien nicht hinreichend nutzbar gemacht. Wenn ein Online-Angebot seitens der Abgeordneten vorhanden ist, so liegt das Hauptaugenmerk auf der einseitigen Kommunikation von Basisinformationen. Selbst auf den Websites der Abgeordneten, die zu den aktiven Onlinern gezählt wurden, wird nur rudimentär ein auf Interaktivität und beidseitige Kommunikation angelegtes Dialogangebot zur Verfügung gestellt.

Diese Ergebnisse spiegeln sich u.a. auch in der vergleichend angelegten e-participation Studie des British Councils und von Politik Digital wider. So bewertet Christoph Dowe die Einstellung der Politik zum Potential Neuer Medien mit Skeptizismus. So gäbe es

„eine deutsche Angst vor der Beta-Version: Politische oder politiknahe Institutionen haben offenbar den Eindruck, keinen Spielraum für Experimente zu haben, da diese auch scheitern könnten. Aktuelle Trends für neue Formen der politischen Beteiligung werden so nur mit großer zeitlicher Verzögerung und eher von Nichtregierungsinstitutionen als von den politisch verantwortlichen Stellen selbst aufgegriffen.“¹⁰

Federführend in der Schaffung von „aktuellen Trends für neue Formen der politischen Beteiligung“ ist die Gesellschaft im Ganzen. Es verbirgt sich hinter diesem Trend kein kurzfristiger New Media Hype, sondern ein wirklicher gesellschaftlicher und kommunikativer Strukturwandel hin zu einer interaktiven und beteiligenden Netzwerkgesellschaft. Besonders die nachwachsende Generation lebt nicht nur diesen Wandel, sondern wird ihn (wo sie es noch nicht tut) auch verstärkt einfordern.

Eine zukunftsfähige Politik muss diese neuen Dialogangebote und Organisationsformen erkennen, nutzen und in die traditionelle Parteiarbeit integrieren. Nur so wird sich der Bürger heute und in naher Zukunft wieder für eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit politischen Themen interessiert und für ein stärkeres politisches Engagement gewonnen werden können.

¹⁰ http://www.politik-digital.de/studie/eparticipation_060628.shtml

V. Ein Blick nach Vorne

Die Politik muss lernen, ihre Strukturen und ihr politisches Kommunikationskonzept aus der digitalen Perspektive heraus zu optimieren. Sie muss fit für die digitale Zukunft gemacht werden. Sie muss offener für die Potentiale der Neuen Medien werden. Politiker müssen sich nicht mehr vornehmlich als Volksvertreter sehen sondern vielmehr auch als Vermittler und Knotenpunkte in einem dialogunterstützten Netzwerk.

Berlin bietet schon heute die digitalen Strukturen und Potentiale, um den Dialog und das Zusammenwirken zwischen der Öffentlichkeit mit der Politik effektiv auszubauen. Auch wenn Online-Dialoge und digitale Informations- und Organisationsnetzwerke nicht die traditionellen politischen Aktivitäten ersetzen werden, sollten sie als eine der effektivsten Ressourcen für den Ausbau des Verhältnisses zwischen der Politik und der Gesellschaft erkannt werden. Vier zentrale Anliegen für die kommenden Jahre sollten daher wie folgt lauten:

Ein umfassendes Dialogangebot der Berliner Parteien aufbauen: Hierunter fällt eine 100%ige Online-Präsenz der Berliner Abgeordneten. Jeder Abgeordnete sollte über eine eigene Website verfügen, die ein zeitgemäßes interaktives Dialogangebot und eine verbesserte Vernetzung mit kommunalen Akteuren anbietet. Wie schon bei SPD, CDU und Grünen ansatzweise von einzelnen Abgeordneten genutzt, sind parteieigene Websitebaukästen eine der eingängigsten Online-Dialogressourcen, die von Abgeordneten genutzt werden kann, um eigene Inhalte und Angebote anzubieten. Die Berliner Politiker müssen mit einer größeren Offenheit gegenüber Erneuerungen, aber auch mit einem klaren Bekenntnis zu mehr Bürgernähe und dem digitalen Potential Berlins, sich der digitalen Zukunft stellen.

Neue Medienformate effektiv nutzen: Besonders die Defizite in der Nutzbarmachung neuer Dialogmedien und jugendgerechter Informationsformate müssen von der Politik angegangen werden. Besonders im Hinblick auf das Verhältnis zwischen der Politik und der Gesellschaft würde durch ein weiteres Zögern eine wichtige Möglichkeit verspielt, die jüngere Generation zu erreichen und zur politischen Teilhabe zu motivieren.

Bündelung und Vernetzung des digitalen Angebotes: Um der Öffentlichkeit einen benutzerfreundlichen, übersichtlichen und vor allem effizienten Zugang zum Dialog- und Engagementpotential Berlins zu ermöglichen, muss dieses verstärkt gebündelt und vernetzt werden. Angebote der Stadt Berlin wie z.B. die Bürgeraktiv Plattform oder Gewusst Wo sowie die verschiedenen Initiativen, die digitalen Interaktionsangebote und die kommunalen Netzwerke in Berlin sollten über ein zentrales Gateway organisiert sein. Ebenfalls sollte eine stärkere

Einbindung dieses digitalen Angebotes und der folgenden Vernetzung mit der parteipolitischen Arbeit in Berlin verbunden werden. Die Abgeordneten können nur durch ein verstärkt netzwerk- und dialogbasiertes Verständnis ihrer Rolle und Bedeutung den kommenden Herausforderungen gerecht werden.

Koordinierte Dialogkampagne: Um die Öffentlichkeit an eine verstärkt dialogbasierte gesellschaftspolitische Teilhabe heranzuführen, genügt eine einfache Bereitstellung eines solchen Angebots nicht. Um eine breite und effektive Nutzung des Dialogangebotes seitens der Bürger sicher zu stellen, muss eine koordinierte Kampagne der Öffentlichkeit die Chancen und Möglichkeiten vermitteln. Ebenfalls muss ein umfassendes Informationsangebot geschaffen werden, dass diejenigen, die noch unsicher in der Nutzung der neuen Ressourcen sind, in die Anwendungen einzuführen vermag. Einer der zentralen Erfolgsfaktoren besteht jedoch in der Ernsthaftigkeit, mit der die Politik sich der Potentiale annimmt und diese anbietet. Die Fortschritte und Ergebnisse müssen fortlaufend ausgewertet, dokumentiert und publiziert werden und die Gesellschaft in die Optimierung eingebunden werden.

Denn Politik und gesellschaftspolitische Dialoge bewegen sich nicht mehr in einem durch Zeit und Raum begrenzten Rahmen. Vielmehr befinden sie sich in zunehmendem Maße in einen interaktiven Prozess. In den diesem Prozess innewohnenden Strukturen werden die Impulse aus der gesellschaftspolitischen Handlungsebene in die Gesellschaft hinein vermittelt. Aus der Gesellschaft heraus werden im Gegenzug selbst Anliegen in die politische Entscheidungsebene hineingetragen. Im Austausch werden gemeinsame Lösungsstrategien erarbeitet, in Projekten umgesetzt und Wissen geteilt. In der politischen Praxis und bei der Implementierung von politischen Vorhaben werden die Bürger und kommunale Netzwerke immer bedeutsamer als die ersten lokalen Feedbackvermittler in allen Bereichen des politischen Engagements des Staates. Sie können und werden dazu beitragen, staatliches und gesellschaftliches Engagement zu optimieren. Die Bürger Berlins sind ein starker Partner für diese Stadt, auf den die Politik nun verstärkt zugehen muss und den es auch mit Hilfe zeitgemäßer Kommunikationsmittel einzubinden gilt.