

Medienmix in der Bürgerbeteiligung – Welche Kommunikationswege braucht die politische Partizipation?

Herbert Kubicek

Elektronische Kommunikationswege werden überschätzt

Immer wenn neue Medien eingeführt wurden, gab es nicht nur überhöhte Erwartungen an ihr wirtschaftliches Potenzial, sondern auch in Bezug auf ihre Demokratie fördernden Wirkungen oder zumindest Möglichkeiten. Erinnerung sei an Berthold Brechts Radio-Theorie, an die ersten Pilotprojekte mit Zwei-Weg-Kabelfernsehen in den 70er Jahren in den USA, aber auch in Berlin Gropiusstadt, und an die Erwartungen im Zusammenhang mit den ersten PCs in den 80er Jahren. Nicht anders war es, als in den 90er Jahren das Internet aus dem Rüstungs- und Wissenschaftsbereich langsam in die übrige Gesellschaft diffundierte (vgl. Kubicek, Schmid, Wagner 1997, S. 21 ff.).

Jeweils gab es auch entgegengesetzte Szenarien gesellschaftlicher Gefahren, insbesondere der Meinungsmanipulation, der Überwachung oder der Verarmung sozialer Beziehungen. Wissenschaftlich überprüft wurden solche Vorhersagen nicht. Dies ist auch methodisch gar nicht möglich, weil die genannten gesellschaftlichen Tendenzen nicht exakt messbar und vor allem deren Veränderungen nicht einzelnen Kommunikationsprozessen über bestimmte Medien eindeutig zurechenbar sind. Die politische und auch die wissenschaftliche Diskussion der Chancen und Risiken digitaler politischer Partizipation, auch E-Participation genannt, operiert daher mit Verallgemeinerungen von Einzelbeispielen, die sich ohne Schwierigkeiten für jede beliebige These finden lassen. Eine britische Forschergruppe, die den ersten umfassenden Versuch einer systematischen Evaluation von über 100 Beteiligungsprojekten vorgenommen hat, charakterisiert die Diskussion über digitale politische Partizipation als überwiegend ideologisch, affirmativ und undifferenziert (Pratchett et al. 2009).

Die Gefahr unzulässiger Verallgemeinerungen resultiert u. a. aus einer fehlenden Differenzierung verschiedener Formen der politischen Partizipation bzw. Beteiligung. Im engeren wörtlichen Sinne bedeutet "Beteiligung", dass man sich selbst an etwas beteiligt oder von anderen an etwas beteiligt wird, das diese veranstalten oder besitzen. Politische Beteiligung bedeutet dementsprechend, dass sich Bürgerinnen und Bürger an Prozessen der politischen Willensbildung oder Entscheidung beteiligen, oder noch genauer: Beteiligungsangebote von politischen Institutionen oder der staatlichen Verwaltung annehmen.

Solche Beteiligungsprozesse von Gebietskörperschaften wurden in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts aufgrund von Protesten von Umweltgruppen im Planungsrecht gesetzlich eingeführt und geregelt, in Agenda-Prozessen vertraglich vereinbart und in Form von Anhörungen und später auch in Form Runder Tische angebo-

ten und werden inzwischen von Institutionen wie der OECD oder dem Council of Europe für alle Themenbereiche und Politikfelder empfohlen. Nach einer Analyse britischer Wissenschaftler erwarten die Initiatoren von Beteiligungsprojekten, dass dadurch

- Entscheider die Präferenzen der Öffentlichkeit herausfinden und in ihren Entscheidungen berücksichtigen können,
- Entscheidungen qualitativ besser werden, weil sie das lokale Wissen der Bürgerinnen und Bürger miteinbeziehen,
- Fairness und Gerechtigkeit von Entscheidungen verbessert werden können,
- die Legitimität von Entscheidungen erhöht wird (Innes/Boher 2004, S. 422 ff.).

Online-Beteiligungsverfahren – ein politischer Heils Glaube

Nicht erst seit Stuttgart 21 weiß man, dass diese angestrebten Wirkungen durch die förmlichen Beteiligungsverfahren nicht garantiert werden. Ein Grund für die geringe Akzeptanz wird in dem hohen Aufwand für Verwaltung und für Bürgerinnen und Bürger gesehen, der mit diesen Formen der Beteiligung verbunden ist und der sich, gemessen an den erzielbaren Effekten, für viele nicht zu rechnen scheint.

Auf dieser unbewiesenen Diagnose bauen die Hoffnungen auf das Internet auf: Als in den 90er Jahren Computer auch in Privathaushalten eingesetzt wurden und das World Wide Web als neues Medium eine elektronische Kommunikation der Verwaltung mit den Bürgerinnen und Bürgern in beide Richtungen ermöglichte, hofften viele Befürworter der Bürgerbeteiligung, damit die fehlende Akzeptanz der bisherigen Beteiligungsangebote in Form des Auslegens von Unterlagen, der Bürgerversammlung oder schriftlicher Fragebögen überwinden zu können. Mit dem neuen elektronischen Kommunikationsmedium sollte der Aufwand für den Einzelnen, aber auch für die Organisatoren verringert und die Reichweite der Beteiligung vergrößert werden. Eine Experten-Gruppe der OECD nennt folgende Vorteile von Online-Beteiligung (E-Partizipation):

- Aus Sicht der Verwaltung erfordern Online-Angebote wie elektronische Foren weniger Aufwand als Versammlungen, erlauben eine größere Flexibilität hinsichtlich der Nutzung und erreichen daher eine größere Anzahl von Personen.
- Viele Menschen haben Hemmungen, vor einem größeren Publikum zu sprechen und schreiben lieber einen Kommentar in einem elektronischen Forum.
- Informationen können besser visualisiert werden.
- Online-Angebote erlauben mehr Interaktion, strukturierte Debatten und machen Dialoge transparenter (OECD 2003, S. 33).

Angesichts eines Rückgangs der Wahlbeteiligung und des sinkenden Vertrauens in die Repräsentanten der repräsentativen Demokratie glauben viele Politiker auch, durch Online-Beteiligung wieder Vertrauen zurückgewinnen zu können. Die Erfahrung der vergangenen zehn Jahre zeigt: Mal gelingt dies, oft aber auch nicht.

Politische Partizipation kennt viele Wege

In Bezug auf demokratische Prozesse ist diese Art der angebotenen konsultativen Beteiligung nur ein Teilbereich politischer Partizipation. Gerade in jüngster Zeit erleben wir eine Vielzahl von Initiativen, in denen Bürgerinnen und Bürger ihre Meinung unaufgefordert kundtun und Druck auf Politiker ausüben, der diese oft unerwartet trifft. Die Bedeutung des Internets etwa in den Protesten in Ägypten und Tunesien oder auch im Fall zu Guttenberg ist offenkundig – bei Stuttgart 21 allerdings in viel geringerem Maße!

Die nachfolgende Abbildung versucht das Gesamtspektrum verschiedener Formen politischer Partizipation in einem weiteren Sinn nach den Initiatoren und Adressaten einerseits und dem Grad der Verbindlichkeit andererseits zu strukturieren (Abb.1).

Auf der linken Seite sind die von Verwaltung und Politik initiierten Partizipationsprozesse angesiedelt, auf der rechten Seite die von Bürgerinnen und Bürgern, Nicht-Regierungs-Organisationen (NROs) oder auch der Wirtschaft initiierten Prozesse. Von unten nach oben sind auf beiden Seiten diese Prozesse danach gestuft, ob es lediglich um die Bereitstellung von Informationen, um Konsultationen oder geregelte Zusammenarbeit geht.

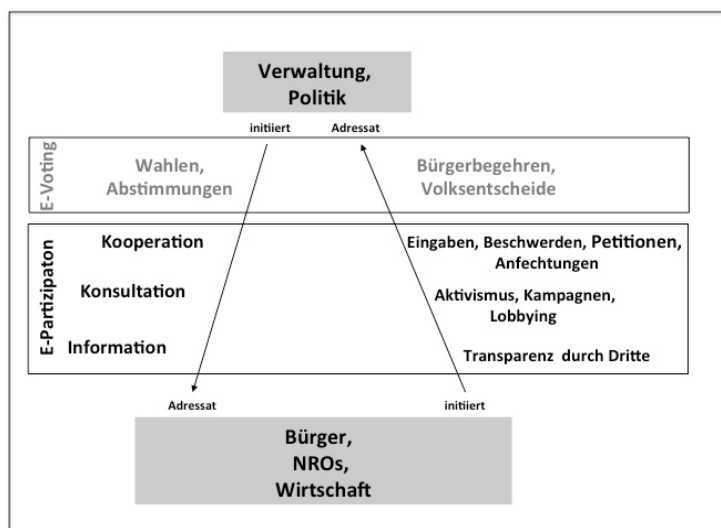


Abb. 1: Formen politischer Partizipation

Verbindliche Abstimmungen mit definierten Konsequenzen, insbesondere Wahlen sowie Bürgerbegehren und Volksentscheide, sollen davon abgegrenzt werden und müssten gesondert betrachtet werden, weil sie andere Anforderungen an die Prozesse stellen – auch wenn sie in der Literatur als politische Partizipation bezeichnet werden und gerade sinkende Wahlbeteiligung als Indiz für Politikverdrossenheit gewertet und Bürgerentscheide als Heilmittel empfohlen werden.

In jeder dieser Gruppen von Partizipationsprozessen werden sehr unterschiedliche Organisationsformen und Medien eingesetzt. Konsultationen etwa finden als öffentliche Anhörung oder Auslegung von Plänen in Räu-

men der Verwaltung oder im Internet statt, aber auch in Form von Online-Umfragen, Online-Foren oder Fokus-Gruppen. Kampagnen werden als Unterschriftensammlungen online und mit Papierlisten, als Schaltung von Anzeigen in Zeitungen oder Banner auf Internetseiten, in Form von Briefen oder E-Mails an Abgeordnete gestartet. Es ist offensichtlich, dass bei dieser kaum übersehbaren Varianz von Beteiligungstypen und -formen kaum generelle Aussagen über die Wirkungen politischer Partizipation im Allgemeinen und über die geeigneten, das heißt, wirkungsvollsten Kommunikationswege getroffen werden können.

Politische Partizipation kann nur im Medienverbund wirksam sein

Eine generelle Aussage ist jedoch im Hinblick auf das gesamte Spektrum vertretbar: Eine ausschließlich digitale Partizipation mit dem Internet als einzigem Medium ist nicht effektiv und politisch nicht vertretbar. Nicht nur, weil immer noch ein Drittel der Bevölkerung über 14 Jahren das Internet nicht nutzt, sondern auch, weil dieser Kommunikationskanal spezifische Stärken, aber auch Schwächen hat. Daher kommt es auf die passende Kombination von traditionellen und neuen Formen der Beteiligung bzw. traditionellen und internetgestützten Kommunikationsformen, kurz auf den richtigen Medienmix an.

Genau betrachtet geht es um einen doppelten Medienmix. Neben der gerade erwähnten Kombination alter und neuer Kommunikationsformen im Beteiligungsprozess kommt es auch auf die richtige Mischung der Kommunikation im Beteiligungsprozess und über den Beteiligungsprozess an, die Beteiligungskommunikation und die Meta-Kommunikation, und hier insbesondere auf die Mischung aus alten und neuen Medien (vgl. ausführlich Kubicek, Lipka, Westholm 2008).

Die Wahl der Beteiligungsformate ist abhängig von den Konsultationszielen

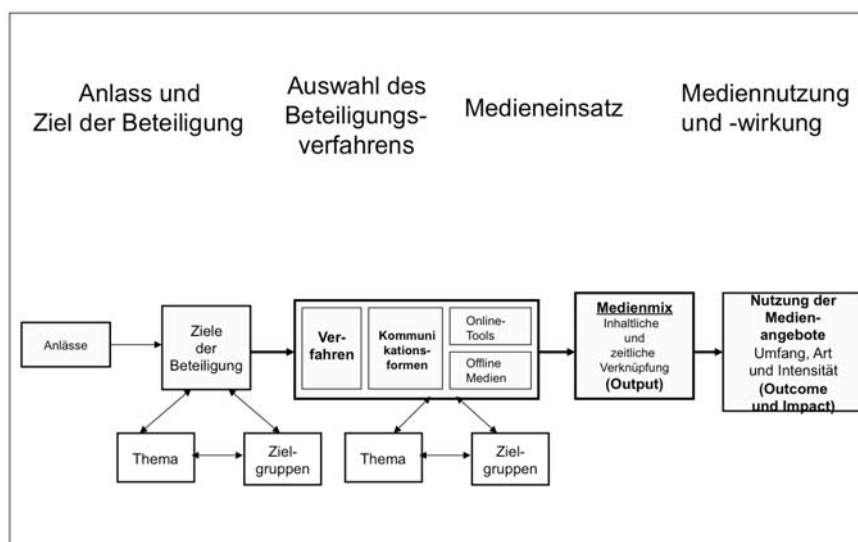


Abb. 2: Phasen eines Beteiligungsprozesses

Fragt man nun konkreter, welche Kommunikationswege die politische Partizipation vom Typ der Konsultation braucht, so lautet die Antwort, dass dies von dem Ziel, dem Thema und der Zielgruppe der jeweils konkret geplanten Konsultation abhängt (Abb. 2). Elektronische Foren, Online-Fragebogen, Chats und Blogs werden häufig als Tools, als Werkzeuge bezeichnet. Dies ist zutreffend und sollte bei der Planung konkreter Angebote bedacht werden. Daher sollte eine solche

Planung mit der Bestimmung der Ziele beginnen: Welches Problem oder welches Informationsbedürfnis der Verwaltung oder des politischen Gremiums soll gelöst bzw. befriedigt werden? Dann muss geklärt werden, wer in diesem Zusammenhang welche Rolle spielt und wer angesprochen werden soll und inwieweit sich das Thema für eine Beteiligung dieser Gruppen eignet. Darauf bezogen sollte das angemessene Beteiligungsverfahren bestimmt werden und erst dann geht es um die Wahl der geeigneten Kommunikationsformen und –medien. Gedanklich sollte dann auch die erwartete Nutzung des geplanten Angebots in verschiedenen Szenarien durchgespielt werden.

In den meisten Konsultationsprozessen werden zwei Ziele mit jeweils unterschiedlichem Gewicht verfolgt. Man kann auch von der Variation der Zielsetzung zwischen zwei Polen sprechen. Zum einen geht es um die Gewinnung eines Meinungsbildes zu bereits definierten Alternativen oder um die Ermittlung der Akzeptanz für einen bereits erstellten Plan, zum anderen um die Gewinnung von neuen Ideen oder Anregungen zur Bewältigung eines Problems im Frühstadium der Planung. Für beide Zielrichtungen können unterschiedliche Beteiligungsformate sinnvoll sein (Abb. 3):

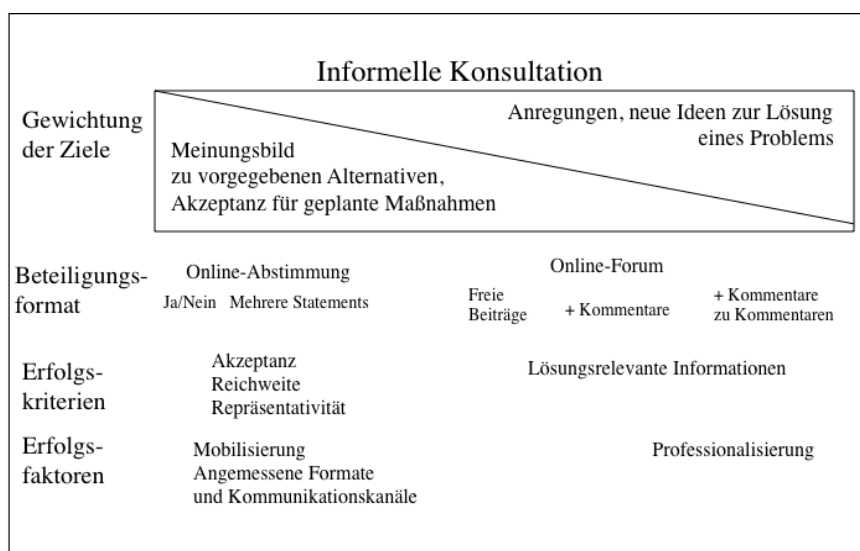


Abb. 3: Ziele und Formate informeller Konsultation

Pro- und Contra-Statements bis hin zur freien Formulierung von solchen Statements mit anschließender Pro- und Contra-Bewertung nach verschiedenen Gesichtspunkten reichen.

- Wenn es hingegen darum geht, neue Ideen zu erfahren oder Anregungen zur Bewältigung eines Problems im frühen Planungsstadium zu bekommen, sind offene Foren gut geeignet. Auch hier gibt es unterschiedliche Abstufungen, vor allem in Bezug auf die sogenannte Reziprozität und Diskursivität, d. h. die Möglichkeit der Kommentierung von Kommentaren und der Rückäußerung.

- Wenn ein Meinungsbild gewonnen oder die Akzeptanz für eine geplante Maßnahme ermittelt werden soll, sind letztlich Probeabstimmungen am effektivsten. Diese können von zwei simplen Ja-Nein- oder Dafür-Dagegen-Buttons zum Anklicken mit oder ohne Kommentärmöglichkeit über die Zustimmung zu unterschiedlichen

In beiden Fällen kommt es auf treffende Formulierungen an. Statements in Abstimmungen sollten die in der Zielgruppe vermuteten oder bekannten unterschiedlichen Auffassungen klar und verständlich wiedergeben. Hilfreiche Anregungen für Problemlösungen werden umso wahrscheinlicher, je klarer das Problem mit etwaigen Randbedingungen beschrieben wird.

In Abhängigkeit von den Zielen und den Zielgruppen muss dann auch entschieden werden, ob man eine Registrierung verlangt und wie sicher diese sein soll. Das Spektrum reicht von der einfachen Wahl eines Benutzernamens und Passworts über die Angabe eine E-Mail-Adresse, an die ein Passwort oder Aktivierungscode geschickt wird, bis zum Versand an eine Postadresse. Ebenso muss entschieden werden, ob Kommentare sofort veröffentlicht werden und ggfs. nachträglich entfernt werden, wenn sie bestimmten Regeln nicht entsprechen oder ob alle Kommentare erst von einem Moderator/Administrator freigegeben werden sollen. Die Formulierung und Veröffentlichung dieser Regeln ebenso wie eine Datenschutzerklärung sind notwendige Elemente eines erfolgversprechenden Online-Beteiligungsangebots.

Die beiden genannten Zielrichtungen schließen sich nicht aus, sondern können sinnvoll nacheinander verfolgt werden. Dies ist z. B. bei den so genannten Bürgerhaushalten häufiger der Fall, wenn in einer ersten Phase Ideen für Projekte etwa im kulturellen Bereich gesammelt und in einer zweiten Phase dann zur Abstimmung gestellt werden, um Prioritäten zu ermitteln. Dabei sind allerdings auch die Stärken und Schwächen von Online-Kommunikation und physischer, persönlicher Interaktion zu berücksichtigen.

Stärken und Schwächen elektronischer und Face-to-Face-Kommunikation

Leider gibt es keine umfassenden, systematischen und empirisch validierten Gegenüberstellungen der Stärken und Schwächen unterschiedlicher Kommunikationswege im Kontext von politischer Partizipation. Wir können daher nur aus Einzelfällen Schlussfolgerungen ziehen.

Die Stiftung Digitale Chancen hat für das Mobilfunkunternehmen ePlus im Rahmen von dessen Social Responsibility Aktivitäten mehrere Dialoge zur Digitalen Integration, u. a. von Analphabeten, und zum Thema Kinderrechte und Elternpflichten, in einem mehrstufigen Konsultationsprozess organisiert. In einer ersten Phase wurden Statements von Experten in einem Bar-Camp gesammelt, indem in einem Restaurant an Bar-Tischen Rechner aufgestellt waren, in die die anwesenden Expertinnen und Experten Aussagen zur Bedeutung und Art des Problems sowie geeignete Lösungsansätze eintragen konnten. Diese wurden dann von den Stiftungsmitarbeitern geordnet, zu fünf Statements zusammengefasst und online zur Bewertung und Kommentierung bereitgestellt. In einer dritten Phase wurden die Ergebnisse dieser Bewertungen in einem Workshop mit eingeladenen Expertinnen und Experten als Einstieg in eine vertiefende und differenzierende Diskussion verwendet (zur Online-Konsultation <http://www.alle.de/diskussionen/archiv>).

Die Stärken und Schwächen so genannter Online- und Offline-Kommunikation wurden kürzlich in einem Prozess politischer Partizipation konkret deutlich, als die Bremer SPD vor der Bürgerschaftswahl im Mai 2011 ihr Regierungsprogramm nicht nur von den Delegierten eines Landesparteitages beschließen lassen, sondern im

Vorfeld auch mit Nicht-Mitgliedern diskutieren wollte. In acht Arbeitsgruppen haben Parteimitglieder zunächst programmatische Grundsätze und Eckpunkte für das jeweilige Themengebiet formuliert und auf acht lokalen Abendveranstaltungen zur Diskussion gestellt. Zu diesen Veranstaltungen waren Vertreter/innen relevanter Institutionen gezielt eingeladen worden. Die Veranstaltungen waren jedoch auch in der Presse angekündigt und für Jeden und Jede offen. Parallel wurden die Eckpunkte, in einzelne Aussagen untergliedert, auch im Internet zur Diskussion gestellt (<http://programmdialog.spd-lamd-bremen.de>).

Die Arbeitsgruppenleiter haben die Online- und Vor-Ort-Kommentare gesichtet und aus den Eckpunkten konkrete Formulierungen für das Regierungsprogramm erarbeitet und beides dem Landesvorstand zugeleitet, der daraus einen möglichst stimmigen Programmentwurf erstellt hat. Dieser wurde einige Wochen vor dem Landesparteitag online zur Diskussion gestellt. Die dort abgegebenen Kommentare wurden dann auf dem Landesparteitag im Rahmen der Beratungen des Programmentwurfs wie die schriftlich eingereichten Änderungsanträge behandelt und zur Abstimmung gestellt. In einer anschließenden Bewertung dieses Prozesses berichteten die AG-Leiter/innen, dass ihnen die Diskussion der Eckpunkte auf den Veranstaltungen eine bessere Einschätzung der Relevanz und Akzeptanz von Änderungsvorschlägen erlaubt hat als die Online-Kommentare, schon alleine durch einen Blick in die Runde und die nonverbale Kommunikation der Anwesenden, wenn Redner/innen Kritik äußerten oder Änderungsvorschläge machten. Andererseits sind bei der Online-Präsentation des Programmentwurfs einige Unklarheiten und Unstimmigkeiten in konkreten Formulierungen bemerkt und aufgezeigt worden, die sonst vielleicht unentdeckt geblieben wären.

Ein solches mehrstufiges und zweigleisiges Verfahren ist selbstverständlich mit größerem Aufwand verbunden als die traditionelle Programmerstellung. Nach Ansicht des Landesvorsitzenden hat sich dieser Aufwand jedoch gelohnt, weil dieser Entwurf einstimmig angenommen wurde, was seiner Erfahrung nach, zumindest in Bremen vorher, noch nie vorgekommen ist. Das für diesen Programmdialog eingesetzte Online-Tool wird aktuell in einer Konsultation zu einem Kooperationsabkommen zwischen den Schulträgern und Bibliotheken in Bremen eingesetzt (<http://www.stateboard.de/bbr>). Etwas allgemeiner kann man die Stärken und Schwächen von Online-Kommunikation und physischer unmittelbarer Interaktion wie folgt kennzeichnen:

- Wenn es darum geht, Präferenzen abzufragen, sind Online-Verfahren oft vorteilhafter, weil man mit wesentlich geringerem Aufwand mehr Menschen erreichen kann - sofern es um Zielgruppen mit einer überdurchschnittlichen Online-Präsenz geht.
- Schon wenn es um die Ermittlung differenzierterer Zustimmungen oder Kritik geht, sind Präsenzveranstaltungen aufschlussreicher.
- Wenn Präferenzen geändert werden sollen, wenn wechselseitiges Verständnis für unterschiedliche Interessen geweckt und Kompromisse gefunden werden sollen, wenn die Konsultation auch eine Mediation sein soll, dann sind Veranstaltungen mit unmittelbarer Interaktion der verschiedenen Interessengruppen und einem Moderator sehr viel wirkungsvoller.

Darüber hinaus sind etwaige rechtliche Formvorschriften zu beachten. Wenn es nicht nur um Meinungen und Stellungnahmen geht, sondern in einem förmlichen Beteiligungsverfahren auch um ergänzende Einsprüche, können Unterschriften erforderlich werden, die online nach dem Verwaltungsverfahrenrecht nur durch digitale Signaturen geleistet werden können, wenn Schriftform gefordert wird. Weil diese mit hohem Aufwand verbunden und kaum verbreitet sind, werden entsprechende Verfahren kaum online angeboten. Knapp zusammen gefasst kann man sagen, Online-Kommunikation ist für die inhaltlich einfachen und weniger verbindlichen Phasen eines Beteiligungsprozesses geeignet. Sobald es inhaltlich komplizierter oder kontroverser wird, sind mündliche Verfahren effektiver, und wenn es rechtsverbindlich sein soll, sind schriftliche Verfahren geeignet.

Beteiligungskommunikation und Meta-Kommunikation: alte und neue Medien

Das Internet hat im Verhältnis zu Radio und Fernsehen einen großen Nachteil: es ist kein Push-, sondern ein Pull-Medium. Wenn man es einschaltet, tut sich gar nichts. Man muss sich holen, was man will oder drauf los klicken, sich treiben lassen, „surfen“. Für Bürgerbeteiligung bedeutet dies, dass es nicht reicht, auf der Webseite einer Verwaltung ein Forum anzukündigen und darauf zu warten, dass jemand diesen Link findet und sich beteiligt. Vielmehr müssen die Zielgruppen auf angemessenen Wegen auf diese Beteiligungsmöglichkeit hin-

gewiesen werden. Geeignete Wege in diesem Zusammenhang sind für die nicht mehr ganz jungen in erster Linie Tageszeitung und Fernsehen. Für die Jüngeren könnten soziale Netzwerke infrage kommen. Eigene Erfahrungen mit konkreten Beteiligungsprojekten in Bremen zeigen, dass Online-Foren stärker genutzt werden, wenn in der Tageszeitung auf diese Beteiligungsmöglichkeit hingewiesen wird (vgl. Abb. 4, Kubicek, Lipa, Westholm 2008).

Besuche auf der Konsultationsseite zum Bremer Stadionbad

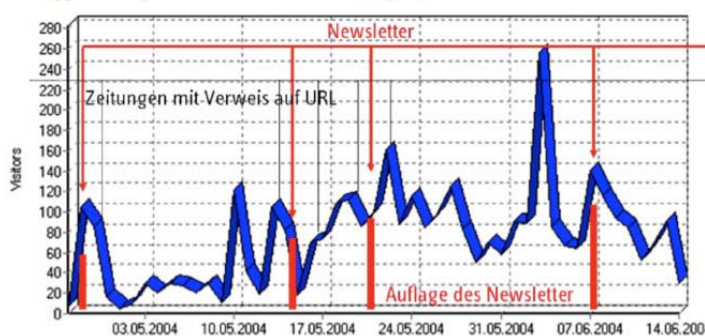


Abb. 4: Entwicklung der Besuche einer Konsultationsseite in Abhängigkeit von Hinweisen in anderen Medien

Die Rolle des Internet wird auch in Bezug auf die von den Bürgerinnen und Bürgern ausgehenden Prozesse stark überschätzt:

- In Ägypten und Tunesien hat sich die Protestbewegung zwar über das Internet organisiert. Der letztlich entscheidende politische Druck ist jedoch erst über die Fernsehbilder von den so organisierten Protesten entstanden.
- Nur im Internet konnten die Plagiate des Herrn zu Guttenberg nachgewiesen werden. Ohne entsprechende Presse- und Fernsehberichte hätten sie jedoch nicht die Wirkung erzielen können, die letztlich zu seinem Rücktritt geführt haben.

Daher kommt es für den Erfolg eines Beteiligungsprozesses auch darauf an, den angemessenen Mix aus Massenmedien und anderen Formen der Öffentlichkeitsarbeit zu finden, um auf die Angebote hinzuweisen und über Zwischenschritte und Ergebnisse zu berichten.

Unterschiedliche Erfolgskriterien - unterschiedliche Erfolgsfaktoren

Ob ein Beteiligungsverfahren erfolgreich ist, muss nach den jeweiligen Zielsetzungen beurteilt werden. Dabei ist nicht immer die Anzahl der sich Beteiligenden das wichtigste Ziel und Erfolgskriterium. Wo es um die Akzeptanz geht, ist die Repräsentativität wichtiger als die Anzahl der Teilnehmenden. Wenn wichtige Gruppen von Betroffenen nicht erreicht werden, ergibt sich ein falsches Bild. Wo es hingegen um Ideen zur Lösung eines Problems geht, spielt die Auswahl der Teilnehmenden keine Rolle, sondern deren Kreativität. Hier kommt es darauf an, möglichst alle relevanten Fachgebiete einzubeziehen. Bei einer vergleichenden Analyse der Erfolgsfaktoren von Konsultationsprojekten hat sich gezeigt, dass bei den als erfolgreich bewerteten Projekten bei allen unterschiedlichen Zielsetzungen stets drei Faktoren zu finden sind (vgl. Kubicek, Lipka, Koop 2010):

- eine klare Zielsetzung für die Konsultation
- ein Thema von hoher Dringlichkeit
- die Bereitstellung ausreichender Ressourcen

Für die in der Literatur genannten Faktoren Transparenz, Anschlussfähigkeit und Verbindlichkeit des Konsultationsverfahrens konnte kein durchgehend starker Zusammenhang mit allen betrachteten Erfolgskriterien nachgewiesen werden. Vielmehr sind für die einzelnen Erfolgskriterien jeweils einzelne Faktoren als besonders relevant identifiziert worden. Als zielspezifische Faktoren haben sich z. B. ergeben:

- für die Inklusivität des Beteiligungsverfahrens,
 - intensive Maßnahmen zur Mobilisierung von Teilnehmern
- für die Akzeptanz von Entscheidungen,

- ein hoher Grad an Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Verfahrens

In Abbildung 2 wird dementsprechend hervorgehoben, dass es bei Konsultationen mit dem Ziel der Gewinnung eines Meinungsbildes vor allem darauf ankommt, dass dieses möglichst repräsentativ für den Kreis der Betroffenen ist und daher entsprechende Mobilisierungsmaßnahmen ergriffen und zielgruppengerechte Formate und Kommunikationswege geschaffen werden müssen. Während es bei der Gewinnung von Anregungen und Ideen weniger auf die Menge der Teilnehmenden, sondern auf deren Kreativität ankommt, die aller Erfahrung nach durch professionelle Moderation zielführend aktiviert werden kann.

Die Effekte politischer Partizipation sind nur bedingt voraussehbar

Auf die Frage, welche Kommunikationswege politische Partizipation braucht, gibt es bisher aus Sicht der Wissenschaft eine zwar klare, aber für die Praxis nicht befriedigende Antwort: Diese Frage lässt sich angesichts der Vielfalt der Formen der politischen Partizipation und ihrer starken Abhängigkeiten von noch vielfältigeren Randbedingungen nicht eindeutig beantworten. Und zwar nicht nur heute, sondern auch in Zukunft nicht. Politische Partizipation ist und bleibt eine immer wieder neu zu planende Expedition in nur teilweise bekanntes und vorhersehbares Terrain. Das mag auf den ersten Blick unbefriedigend sein. Bei gründlicherem Nachdenken werden jedoch die Vorteile dieser Ungewissheit deutlich. Denn wenn die angestrebten Effekte mit großer Wahrscheinlichkeit zielgerichtet herbeigeführt werden könnten, wäre das Manipulation und damit genau das Gegenteil von politischer Partizipation.

Literatur

Innes, J., Booher, D. (2004): *Reframing Public Participation: Strategies for the 21st Century*. Planning Theory & Practice, 5(4), 419 - 436.

Kubicek, H., Schmid, U., Wagner, H. (1997): *Bürgerinformation durch "Neue Medien"? Analysen und Fallstudien zur Etablierung elektronischer Informationssysteme im Alltag*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Kubicek, H., Lippa, B., Westholm, H. (2009): *Medienmix in der Bürgerbeteiligung Die Integration von Online-Elementen in Beteiligungsverfahren auf lokaler Ebene*. Berlin: Edition Sigma.

Kubicek, H., Lippa, B., Koop, A. (2011): *Erfolgreich beteiligt? Nutzen und Erfolgsfaktoren internetgestützter Bürgerbeteiligung - Eine empirische Analyse von zwölf Fallbeispielen*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

OECD (Hrsg.). (2003): *Promise and Problems of E-Democracy: Challenges of Online Citizen Engagement*. Paris: OECD.

Pratchett, L., Durose, C., Lowndes, V., Smith, G., Stoker, G. & Wales, C. (2009): *Empowering Communities to Influence Local Decision Making. A Systematic Review of the Evidence*. London: Communities and Local Government.

Autor

Prof. Dr. Herbert Kubicek ist Professor für Angewandte Informatik an der Universität Bremen und Leiter des Instituts für Informationsmanagement (ifib), einem Forschungs- und Beratungsinstitut der Universität Bremen.

Kontakt:

Prof. Dr. Herbert Kubicek

Institut für Informationsmanagement Bremen GmbH

Am Fallturm 1

28359 Bremen

Telefon: 49 (0)421 218-56575

Fax: 49 (0)421 218-56599

E-Mail: kubicek@ifib.de

<http://www.ifib.de>

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT

Wegweiser Bürgergesellschaft

Redaktion Newsletter

Bornheimer Str. 37

53111 Bonn

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de