

# *Masterarbeit*

## **Potenziale von Medienangeboten zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren**

- Eine qualitative Szenarioanalyse -

*vorgelegt von*

***Rainer Ammermann***

Studiengang Master Informationswissenschaft und -management

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg  
Department Information

erster Prüfer: Prof. Dr. Hardy Gundlach  
zweite Prüferin: Prof. Ursula Schulz

Hamburg, Juni 2011

## **Kurzfassung**

Die öffentliche Debatte um die Stärkung demokratischer Prozesse in Deutschland sind der Ausgangspunkt dieser Forschungsarbeit. In der Schnittmenge zwischen angewandter Medienwissenschaft und Demokratieforschung wird der Stand von Forschung und Praxis hinsichtlich der Meinungsbildung in direktdemokratischen Verfahren, der Rolle des Internet in der Demokratie und konkreten Konzepten der E-Partizipation ausgeleuchtet. Daraus abgeleitet wird das engere Forschungsinteresse: Wie können Medienangebote zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren auf kommunaler, Landes- und evtl. in Zukunft einmal auf Bundesebene beitragen? Diese Fragestellung wird unter den Prämissen der Zukunftsforschung in Form einer Szenarioanalyse bearbeitet. Dazu werden Schlüsselfaktoren bei der medialen Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren, der Nutzung von Medienangeboten sowie des soziotechnischen Umfeldes analysiert. Mit Hilfe intuitiv-kreativer Techniken werden Szenarien generiert, die die Mediennutzung in direktdemokratischen Verfahren im Jahr 2030 aus Sicht fiktiver Mediennutzer in anschaulicher Form entwerfen. Aus den Nutzungsszenarien werden Ideen für innovative Medienangebote und grundlegende mediale Erfolgskriterien für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren abgeleitet. Abschließend werden weiterführende Aspekte für die angewandte Medienforschung sowie für Medienanbieter und ihre Rolle in Deutschland diskutiert.

### **Schlagwörter**

Medienangebot, Medienschema, Öffentlichkeit, Öffentliche Meinungsbildung, Direkte Demokratie, deliberative Verfahren, Bürgerbeteiligung, E-Partizipation, Soziotechnik, Zukunftsforschung, Szenarioanalyse, Morphologische Analyse, Personas



# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung.....</b>	<b>i</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>v</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>vi</b>
<b>Vorwort.....</b>	<b>vii</b>
<b>1 Einführung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Forschung und Praxis im Verhältnis von Medien und politischer Partizipation. .5</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Öffentliche Meinungsbildung in der Direkten Demokratie.....</b>	<b>5</b>
2.1.1 Diskursethik: eine umstrittene Basis.....	5
2.1.2 Empirische Befunde zum Diskursaspekt .....	6
2.1.3 Abstimmungskommunikation und Qualifizierung der Demokratie.....	8
<b>2.2 Internet als neues Massenmedium der Demokratie.....</b>	<b>10</b>
2.2.1 Politische Online-Kommunikation im Längsschnitt.....	10
2.2.2 Mehr Meinungsvielfalt durch das Internet ?.....	13
2.2.3 Vorsichtiger Optimismus mit konstruktiven Ansätzen.....	15
<b>2.3 E-Partizipation – Formen und Erfahrungen.....</b>	<b>18</b>
2.3.1 Überblick.....	18
2.3.2 Online-Kommunikation mit Abgeordneten.....	19
2.3.3 Kommunale E-Partizipation.....	20
2.3.4 E-Petitionen.....	21
2.3.5 Online-Dialoge und -Konsultationen.....	23
2.3.6 Anwendungsfeld Stadt- und Regionalplanung.....	25
<b>3 Methodische Diskussion.....</b>	<b>27</b>
3.1 Zukunftsforschung.....	27
3.2 Ausrichtung der Szenarioanalyse.....	30
3.3 Ausgestaltung der Phasen.....	36
<b>4 Bestimmung des Szenariofeldes.....</b>	<b>41</b>
4.1 Direkte Demokratie und Direktdemokratische Verfahren.....	42
4.2 Medien, Medienschemata und Medienangebote.....	45
<b>5 Identifikation der Schlüsselfaktoren.....</b>	<b>53</b>
5.1 Zielfaktoren.....	54
5.2 Gestaltungsfaktoren.....	57
5.3 Wirkungsanalyse zwischen Ziel- und Gestaltungsfaktoren.....	60
5.4 Treibende Faktoren.....	63

<b>6 Analyse der Schlüsselfaktoren.....</b>	<b>65</b>
<b>6.1 Zielfaktoren: Merkmale der medialen Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren.....</b>	<b>65</b>
6.1.1 Offenheit des Zugangs.....	65
6.1.2 Vielfalt der Beteiligung.....	65
6.1.3 Information und Meinungsbildung für Unentschlossene.....	66
6.1.4 Raum für Verständigung.....	66
6.1.5 Effiziente Durchführung.....	66
<b>6.2 Gestaltungsfaktoren: Merkmale der Mediennutzung.....</b>	<b>67</b>
6.2.1 Kommunikations- und Publikumsstruktur.....	68
6.2.2 Nutzer: Rolle und Interaktivität.....	68
6.2.3 Funktionen.....	69
6.2.4 Stil und Wahrnehmung.....	69
6.2.5 Inszenierung.....	70
<b>6.3 Treibende Faktoren: Soziotechnische Paradigmen.....</b>	<b>70</b>
6.3.1 Das Dogma der totalen Transparenz .....	71
6.3.2 Neuer Journalismus in Mediapolis.....	73
6.3.3 Die Automatisierung des Wissens.....	74
6.3.4 Die verspielte Gesellschaft.....	76
<b>7 Szenariogenerierung.....</b>	<b>79</b>
7.1 Perspektive und Vorgehensmuster.....	80
7.2 Szenario I: Thao M. mobilisiert aus dem Wald.....	83
7.3 Szenario II: Robert K. bleibt im eigenen Horizont.....	86
7.4 Szenario III: Hannah P. sucht gewissenhaft eine eigene Haltung.....	89
7.5 Szenario IV: Kevin E. unterhält sich und andere mit Politik.....	92
<b>8 Synthese.....</b>	<b>97</b>
8.1 Mediale Innovationen für die Direkte Demokratie.....	97
8.2 Erfolgskriterien für Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren.....	102
8.3 Die Szenarioanalyse in der Übersicht.....	103
<b>9 Auswertung und Transfer.....</b>	<b>105</b>
<b>9.1 Bewertung der Methodik und Methodologie.....</b>	<b>105</b>
9.1.1 Auswertung nach Gütekriterien.....	105
9.1.2 Bewertung der Szenarioanalyse als Methode.....	108
<b>9.2 Weiterführung in Forschung und Praxis.....</b>	<b>109</b>
9.2.1 Ansätze für die angewandte Medienforschung.....	109
9.2.2 Technisierte Demokratie ?.....	110
9.2.3 Herausforderungen für Medienanbieter und ihre Rolle.....	111
9.2.4 Fazit.....	113
<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>115</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>A1</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der fachliche Kontext des Forschungsinteresses.....	3
Abbildung 2: IK-Technologien und ihr Beitrag zu demokratischer Anbindung .....	16
Abbildung 3: Phasenmodell für Online-Konsultationen von DEMOS.....	23
Abbildung 4: Formale (A) und informelle (B) Formen elektronischer Beteiligung und Berührungspunkte (C) .....	25
Abbildung 5: Szenario-Trichtermodell .....	31
Abbildung 6: Trichter möglicher Entwicklungen separat betrachteter Schlüsselfaktoren .....	32
Abbildung 7: Generierung von Zukunftsbildern durch Bündelung der Schlüsselfaktoren mit jeweils einem möglichen Ausprägungsverlauf .....	32
Abbildung 8: Übersicht der idealtypischen Szenariotechniken.....	34
Abbildung 9: Der generelle Szenarioprozess in fünf Phasen .....	35
Abbildung 10: Morphologische Analyse für den Entwurf eines Kriminalromans.....	38
Abbildung 11: Stufen der Volksgesetzgebung in den Deutschen Bundesländern.....	43
Abbildung 12: Stufen direktdemokratischer Verfahren in Deutschen Städten und Kreisen.....	43
Abbildung 13: Modell der Massenkommunikation nach Maletzke .....	45
Abbildung 14: Modell der Gemeinschaftskommunikation nach Burkart und Hömberg .....	47
Abbildung 15: Ausdifferenzierungsraaster der Internet-Kommunikation von Schrape, modifiziert mit zusätzlichen Elemente.....	48
Abbildung 16: Modell der medialen Kommunikationsstruktur im Szenariofeld.....	51
Abbildung 17: Zusammenhang der Einflussfaktoren im Szenariofeld.....	53
Abbildung 18: Gewichtetes Portfolio der Zielfaktoren .....	62
Abbildung 19: Einordnung der Szenarien in den Kontext der soziotechnischen Paradigmen.....	82
Abbildung 20: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario I.....	84
Abbildung 21: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario I .....	85
Abbildung 22: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario II.....	87
Abbildung 23: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario II .....	88
Abbildung 24: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario III .....	90
Abbildung 25: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario III .....	91
Abbildung 26: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario IV.....	93
Abbildung 27: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario IV .....	94
Abbildung 28: Synthese der Schwerpunkte und des Vorgehens der Szenarioanalyse im Trichtermodell.....	104

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kommunikations- und Medienformen zur Partizipation.....	18
Tabelle 2: Merkmale der Szenarioanalyse im Forschungsvorhaben.....	35
Tabelle 3: Prinzipieller Aufbau eines morphologischen Feldes.....	37
Tabelle 4: Übersicht der Merkmalssysteme zur Kategorisierung von Medienschemata .....	58
Tabelle 5: Aggregierte Merkmalsdimensionen der Gestaltungsfaktoren.....	59
Tabelle 6: Wirkungsnetz der Zielfaktoren.....	61
Tabelle 7: Wirkungsnetz zwischen Gestaltungs- und Zielfaktoren.....	63
Tabelle 8: Morphologisches Feld der Zielfaktoren.....	67
Tabelle 9: Morphologisches Feld der Gestaltungsfaktoren.....	70
Tabelle 10: Medienschemata, Phasen direktdemokratischer Verfahren und Ansätze in der Gegenwart.....	101
Tabelle 11: Erfüllung der Gütekriterien in der Forschungsarbeit.....	108

## Vorwort

Der gewählte Forschungskontext dieser Arbeit, das Geflecht zwischen Medienwirklichkeit und demokratischer Praxis, entsprang meinem eigenen Interesse. Es ist der Versuch, zwei Fachgebiete, die angewandte Medienwissenschaft einerseits und die Demokratieforschung andererseits, durch eine gemeinsame Methodik, die Szenarioanalyse, für einen normativen Zweck miteinander zu verbinden: Direktdemokratische Verfahren sollen durch Medienangebote qualifiziert werden.

Diese Arbeit kann dazu keine ausgereiften Rezepte liefern. Der Schwerpunkt liegt stattdessen auf der Systematisierung des Forschungsfeldes und auf der Generierung von Ideen-Keimen für entsprechende mediale Innovationen. Der bewusste und systematische Blick in die Zukunft wäre für die Erarbeitung des Forschungsinteresses nicht zwingend gewesen. Das Instrumentarium der Zukunftsforschung und insbesondere der Szenarioanalyse hat sich bei der Wahl der Methodik jedoch als überaus hilfreich erwiesen. Vor allem die Erschließung des Szenariofeldes mit Hilfe von Schlüsselfaktoren war prägend für den Aufbau des Bezugsrahmens für das gewählte Forschungsinteresse.

Fachlich sozialisiert in den Informationswissenschaften, habe ich mit dieser Arbeit eine Brücke zu den Medienwissenschaften geschlagen. Die Frage nach der Abgrenzung zwischen Informationswissenschaften und Medienwissenschaften hat sich mir dabei mehrfach gestellt. Gegen Ende der Arbeit sind mir dazu die Zusammenhänge deutlicher geworden. So sehe ich keinen Grund mehr, weiter zwischen Medien einerseits und Informationssystemen andererseits scharf zu unterscheiden. In der digitalen Vernetzung sind beide Formen ohnehin in vielen Varianten miteinander kombiniert oder verschmolzen. Aber welchen Sinn könnte dann noch eine Unterscheidung zwischen Medienwissenschaften und Informationswissenschaften haben? Es sind die unterschiedlichen Perspektiven auf die gleichen Gegenstände: Systeme und Angebote zur Vermittlung von Inhalten, die Inhalte und ihre Strukturierung sowie die Menschen als Beteiligte einer Sinn- und Wirklichkeitskonstruktion. Die Informationswissenschaften lenken den Blick eher auf die Beziehung zwischen Inhalten, ihrer Strukturierung und den Systemen der Vermittlung, unter Berücksichtigung der Menschen in der Nutzerrolle als Rahmenbedingung. Die Medienwissenschaften betrachten eher das Gefüge zwischen den medialen Angeboten und den Menschen als Beteiligte, unter Berücksichtigung der Inhalte und ihrer Strukturierung als Rahmenbedingung.

Die vorliegende Arbeit hat klar eine Ausrichtung auf die zweite dieser Perspektiven. Daher wünsche ich mir, dass künftig weitere Arbeiten, die stärker die informationswissenschaftliche Perspektive einnehmen, ebenfalls einen Beitrag zur Qualifizierung direktdemokratischer

Verfahren formulieren, und damit die Perspektiven auf das Forschungsfeld allmählich vervollständigen. Mit den vielfältigen Initiativen im Bereich der E-Partizipation ist dazu eine gute Basis vorhanden, an der auch mit informationswissenschaftlichen Fragestellungen angeknüpft werden kann.

Ich danke Prof. Dr. Hardy Gundlach und Prof. Ursula Schulz für die Übernahme der Betreuung und Prüfung der Arbeit. Ebenso danke ich Michael Scheuch für seine wertvollen inhaltlichen Anregungen, die im Anhang abgedruckt sind. Schließlich gilt der Dank allen Menschen in meinem persönlichen Umfeld, insbesondere meiner Partnerin Cornelia, die durch meine Einbindung in die Forschungsarbeit zusätzliche Geduld mit mir aufbringen mussten.

Hamburg im Juni 2011

Rainer Ammermann

Kontakt:

[rainer.ammermann@web.de](mailto:rainer.ammermann@web.de)

# 1 Einführung

Das hier skizzierte Forschungsvorhaben bewegt sich in einer Schnittmenge der Demokratieforschung mit dem Schwerpunkt Direkte Demokratie einerseits und den angewandten Medien- und Informationswissenschaften andererseits.

Die Möglichkeiten für Direkte Demokratie in Deutschland sind in den letzten 20 Jahren schrittweise größer geworden, obwohl bis heute kein Gesetz die Durchführung von Volksbegehren oder -entscheiden auf Bundesebene vorsieht. Die Ausweitung direktdemokratischer Verfahren hat ausschließlich auf Landes- und Kommunalebene stattgefunden. Die Anbahnung und Durchführung direktdemokratischer Entscheidungen ist jedoch nur eine Form der Bürgerbeteiligung. Zahlreiche andere Formen im Spektrum von Information, Konsultation und (Mit-)entscheidung haben sich seit den 1970er Jahren ausdifferenziert (vgl. Kersting 2008a, S. 28 f.) und werden in regional sehr verschiedenem Maße praktiziert. Zu den praktizierten Beteiligungsverfahren in Deutschland gehören neben den im Planungsrecht vorgeschriebenen Schritten z.B. auch öffentliche Bürgerdialoge, Planungszellen und Online-Bürgerhaushalte. Die innovativen Potenziale der Bürgerbeteiligung und insbesondere ihrer digitalen Formen, die unter dem Begriff E-Partizipation zusammengefasst werden, sind jedoch bisher kaum im direkten Zusammenhang zu Bürger- bzw. Volksbegehren und -entscheiden betrachtet worden.

Die öffentliche Information und Meinungsbildung ist ein wesentlicher Schlüssel deliberativer Demokratie und damit auch direktdemokratischer Verfahren (vgl. Schiller 1999, S. 11; Kampwirth 1999 ; Schiller 2002, S. 145 ff.). Daher bieten die Kanäle der Information und Meinungsbildung, hier die Medienangebote in der Direkten Demokratie, einen Rahmen, der eher hinderlich oder eher förderlich wirken kann. In dieser Forschungsarbeit wird das Potenzial von Medienangeboten in direktdemokratischen Verfahren näher analysiert, insbesondere im Hinblick auf ihre Qualifizierung. Wie müssen Medienangebote gestaltet sein, damit sie die Qualität direktdemokratischer Verfahren und Entscheidungen befördern ? Dahinter steht auch die Fragestellung, ob das Potenzial „klassischer“ und neuer Medien für die öffentliche Meinungsbildung im Rahmen direktdemokratischer Verfahren überhaupt ausgeschöpft wird.

Die traditionellen Massenmedien TV, Radio, Zeitungen und Zeitschriften greifen Verfahren der Direkten Demokratie in verschiedenen Angeboten und Formaten auf. Zunächst fließen sie in die allgemeine Nachrichten-Berichterstattung und in Reportagen ein. Darüber hinaus werden die jeweiligen Fragestellungen in Pro- und Contra-Beiträge durch Journalisten oder Fachleute kommentiert. Bei sehr populären und umstrittenen Themen, wie z.B. der Hamburger Schulreform oder dem Rauchverbot in Bayern, reagieren TV und Radioanbieter mit

Gesprächsrunden sowie mit Hörsendungen, die die begrenzte Teilnahme von Bürgern durch kurze telefonische Beiträge ermöglichen. Durch die interaktiven Möglichkeiten des Internet integrieren auch Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen Beiträge der Leser\_innen in ihre Online-Angebote, meist in Form anonymer Kommentare und einfacher Umfragen per Mausklick.

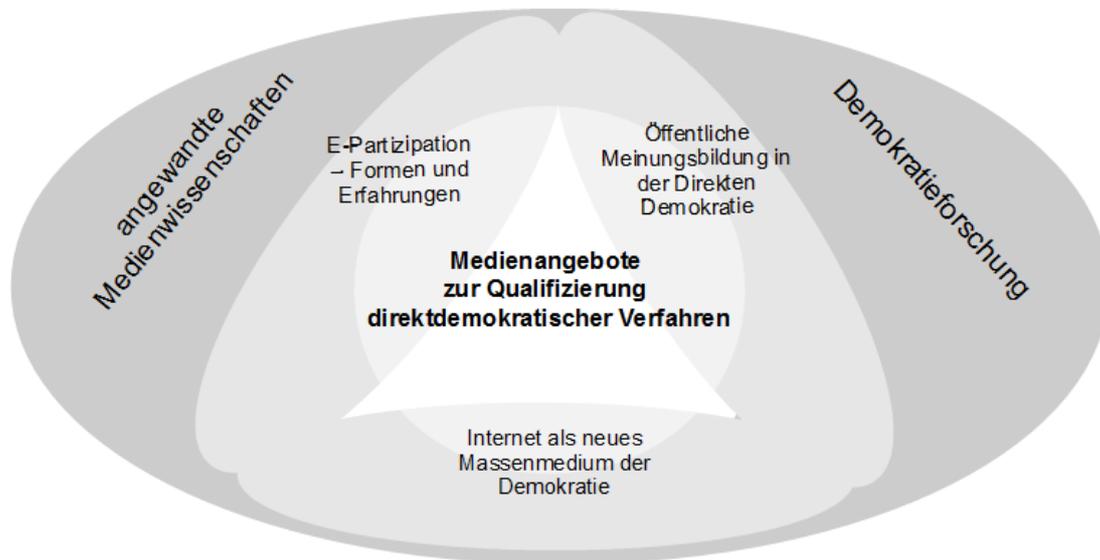
Auch darüber hinaus werden die Beteiligungsmöglichkeiten des Mediums Internet hinsichtlich ihres Nutzen für die Bürgerbeteiligung zunehmend erkannt, praktiziert und weiter entwickelt. Unter dem Stichwort E-Partizipation sind bereits mehrere Systeme entwickelt und vielfältige praktische Erfahrungen mit elektronischen Beteiligungsverfahren gesammelt worden. Dazu gehören insbesondere die Organisation von Bürgerdialogen mit webbasierten Diskurssystemen zu kommunalpolitischen Fragen (vgl. Klima 2006), die Erarbeitung von Bürgerhaushalten online und die Ausweitung von digitalen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten für die Bürger\_innen gegenüber ihrer jeweiligen kommunalen Verwaltung (vgl. Stiftung Mitarbeit 2007). Auf Bundesebene können Bürger mit Hilfe von öffentlichen E-Petitionen beim Deutschen Bundestag ihre Anliegen direkt beim Parlament vorbringen, wenn auch ohne jegliches Entscheidungsrecht (vgl. Riehm et al. 2009 ; Jungherr et al. 2011).

Ausgereifte Online-Medienangebote, die direktdemokratische Verfahren unmittelbar unterstützen, sind schwer zu finden. Meist handelt es sich um Informationsangebote zuständiger Verwaltungsstellen oder um Berichterstattung und Kommentare auf Portalen traditioneller Medienanbieter. Es drängt sich der Eindruck auf, dass die Potenziale der Medien für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren nicht ausgeschöpft werden.

Diese Arbeit wagt daher einen Ausblick auf das Jahr 2030. Die Mittel der Zukunftsforschung sollen helfen, Scheuklappen der Gegenwart zu überwinden, die der unbefangenen Entwicklung von Innovationen im Wege stehen. Mit Hilfe einer Szenarioanalyse sollen anschauliche Zukunftsbilder entwickelt werden, die konkrete Ideen für Medienangebote sowie Erfolgskriterien hervorbringen, die zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren beitragen. Zum Aufbau der Arbeit im Einzelnen:

In Kapitel 2 wird der Kontext des Forschungsinteresses in drei wesentlichen Dimensionen aufgespannt. Es werden (1) theoretische und empirische Erkenntnisse über die Rolle und Funktionsweise der öffentlichen Meinungsbildung in der Direkten Demokratie beschrieben, (2) bedeutende Aspekte des Phänomens Internet als neues Massenmedium der Demokratie aufgezeigt und (3) Formen und Erfahrung in verschiedenen Anwendungsfeldern von E-Partizipation zusammengetragen. Dies geschieht durch eine pointierte Zusammenfassung einschlägiger Fachliteratur, die im Rahmen einer umfassenden Recherche mit den Begriffen Direkte Demokratie, E-Partizipation, Demokratieforschung, Bürgerbeteiligung, Deliberative

Demokratie u.ä. durchgeführt wurde. Abbildung 1 verdeutlicht diese Einordnung des Forschungsinteresses in seinen fachlichen Kontext.



*Abbildung 1: Der fachliche Kontext des Forschungsinteresses (eigene Darstellung)*

In Kapitel 3 wird die methodische Herangehensweise aus dem Kontext der Zukunftsforschung herausgearbeitet. Die Merkmale und ein idealtypisches Vorgehen bei Szenarioanalysen werden vorgestellt und beschrieben. Die Ausgestaltung der einzelnen Phasen der anschließenden Szenarioanalyse wird mit dem konkreten Forschungsinteresse verknüpft und die Eckpunkte des Vorgehens werden skizziert.

Die Kapitel 4 bis 7 umfassen die eigentliche Umsetzung der Szenarioanalyse von der Bestimmung des Szenariofeldes bis zur Generierung von Szenarien. Das dabei gewählte Vorgehen wird in Abschnitt 3.3 erläutert (s.o.).

Mit der inhaltlichen Synthese in Kapitel 8 werden die verwendeten medialen Ideen aus den Szenarien extrahiert und in Form allgemeiner Medienschemata anschaulich definiert. Diese werden in den gemeinsamen Zusammenhang eines Phasenmodells direktdemokratischer Verfahren gestellt und gegenwärtigen Medienangeboten als mögliche Ausgangspunkte der Weiterentwicklung zugeordnet. Die Merkmale der so bestimmten Ideen von Medienschemata werden in vier Erfolgskriterien für Medienangebote zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren zusammengeführt.

Kapitel 9 umfasst eine ausführliche Bewertung des methodischen Vorgehens anhand von

wissenschaftlichen Gütekriterien, die in der Fachliteratur speziell für Szenarien genannt werden. Die inhaltlichen Ergebnisse der Szenarien und ihrer Synthese werden mit kritischen Fragestellungen erweitert, insbesondere der Herausforderung für die verschiedenen Medienanbieter, ihre Rolle und ihre Zusammenarbeit in einer allumfassend medial dominierten Demokratie mit gleichzeitig zunehmenden deliberativen Anteilen neu zu bestimmen.

## 2 Forschung und Praxis im Verhältnis von Medien und politischer Partizipation

### 2.1 Öffentliche Meinungsbildung in der Direkten Demokratie

#### 2.1.1 Diskursethik: eine umstrittene Basis

Diskurse im Zuge direktdemokratischer Verfahren sind nach empirischen Beobachtungen von Kirchgässner und Frey durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Der Informationsprozess und die öffentliche Meinungsbildung mit entsprechender Medienpräsenz beginnen bereits während des Begehrens. Der Diskurs wird meist von unten angestoßen.
- Im Abstimmungskampf erreicht die öffentliche Auseinandersetzung über den Abstimmungsgegenstand eine hohe Intensität, so dass Stimmbürger sich zu geringen Kosten informieren können. Die Intensität der Diskussion ist höher, je stärker die Bürger die Bedeutung des Themas empfinden.
- Die Diskussions- und Informationsbereitschaft der Aktivbürger ist höher als bei rein parlamentarischen Entscheidungen.
- Die Diskussion orientiert sich an der Sachfrage und den Alternativen zwischen dem Vorschlag der Vorlage und dem Status quo.
- Der Diskurs wird von Organisationen und Einzelpersonen auf unterschiedlichen Niveaus der Gesprächskultur geführt.

(vgl. Kirchgässner und Frey 1994, S. 62 f. , nach Kampwirth 1999, S. 36 ; Frey und Kirchgässner 1993, S. 139 f.)

Frey und Kirchgässner (1993) liefern zudem eine theoretische Basis über die öffentliche Meinungsbildung in der Direkten Demokratie . Sie sehen in der Diskursethik einerseits und der politischen Ökonomie andererseits zwei sich ergänzende theoretische Konzepte, die beide in direktdemokratischen Verfahren zur Geltung kämen. Während die Diskursethik die Basis für den Diskussionsprozess vor einer Entscheidung lege, beschäftige sich die politische Ökonomie mit den Regeln und Mechanismen, mit denen die Entscheidung selbst getroffen wird (ebd. S. 135 f. ). Da die politische Ökonomie von festgelegten Präferenzen der Stimmbürger ausgehe, sei eine Ergänzung durch die Diskursethik sinnvoll um einen Rahmen für Präferenzänderungen zu

bieten. Die durch den Diskurs hervorgebrachten Präferenzänderungen führten letztendlich zu Entscheidungen, die weniger von Eigeninteresse und stärker von verallgemeinerbaren Interessen geleitet würden (ebd. S. 141 f.). Frey und Kirchgässner bemängeln die fehlende Bodenhaftung der Diskursethik, die allein von einer idealisierten Situation eines herrschaftsfreien Diskurses und einer idealen Sprechsituation ausgehe, aber keine Vorschläge zu ihrer Anwendung in der realen Welt bereithalte (ebd. S. 132 f.). Direktdemokratische Verfahren böten eine institutionalisierte Form für gesamtgesellschaftliche Diskurse, die zwar weit von der Idealvorstellung der Diskursethik entfernt seien, dieser aber näher kämen als rein repräsentative Verfahren. In diesem Diskurs sehen Frey und Kirchgässner einen eigenständigen Sinn direktdemokratischer Verfahren, und nicht allein in der Entscheidung selbst (ebd. S. 139 f.). Als eine Schwäche für Diskurse in demokratischen Systemen sehen sie u.a. die geringen Anreize für die Stimmberechtigten, sich über die Alternativen zu informieren, da die eigene einzelne Stimme für den Ausgang der Entscheidung als unbedeutend wahrgenommen wird (ebd. S. 143).

Die Analysen von Frey und Kirchgässner werden von Baurmann und Kliemt (1993) hinterfragt. Sie argumentieren, dass die Diskursethik zwar eine Präferenzänderung als Anforderung einschließe, dafür jedoch keine Theorie bereitstelle, sondern Interessenkonflikte lediglich theoretisch wegdefiniere (ebd. S. 155). Vielmehr sei es gerade die Politische Ökonomie, die mit der Verhandlungstheorie eine der Diskursethik überlegenes Modell liefern, welches sowohl unterschiedliche Interessen anerkenne als auch Wege der faktischen Präferenzänderung aufzeige, z.B. durch Stimmentausch (ebd. S. 156 ff.). Zudem zeige sich mit der Verhandlungstheorie, dass repräsentative Systemen gegenüber direktdemokratischen Verfahren Vorteile durch geringere Verhandlungskosten besäßen (ebd. S. 161). Sie widersprechen desweiteren der Annahme von Frey und Kirchgässner, dass in direktdemokratischen Verfahren eher altruistische Motive zur Geltung kämen. Der öffentliche Diskurs und die dadurch geringeren Informationskosten ließen den Stimmbürgern eher die eigenen Interessenlagen bewusst werden und ermögliche es ihnen, die Abstimmungsalternativen damit abzugleichen. Andererseits könne ein manipulierter Diskurs in einem direktdemokratischen Verfahren dazu führen, dass legitime Interessenlagen durch Sanktionsdrohungen nicht artikuliert würden und so die wahren Präferenzen sich nicht in der Entscheidung niederschlugen (ebd. S. 165 f.).

### **2.1.2 Empirische Befunde zum Diskursaspekt**

Bürger qualifizieren ihre Präferenzen in der Direkten Demokratie über den Entscheidungsaspekt und den Diskursaspekt direktdemokratischer Verfahren. Den Diskursaspekt direktdemokratischer Verfahren hat Kampwirth (1999) untersucht und damit "Anstöße zu einer kommunikativen Theorie der direkten Demokratie" gegeben.

Der Ort des Verständigungsprozesses der Bürger ist die politische Öffentlichkeit, der daher in direktdemokratischen Verfahren eine vorrangige Rolle zukommt. Kampwirth hat die Wirkungen direktdemokratischer Verfahren auf die politische Öffentlichkeit mit Hilfe einer empirisch orientierten Analyse untersucht und sich dabei des Diskursmodells politischer Öffentlichkeit nach Habermas und Peters bedient (ebd. S. 18). Ausgangspunkt ist die Annahme, dass direkte Demokratie die Diskursivität der öffentlichen Kommunikation steigert. Seine Analyse anhand von Forschungsergebnissen bezüglich direktdemokratischer Praxis in den USA, der Schweiz und in deutschen Bundesländern bezieht sich auf die Frage der kommunikativen Effekte der direkten Demokratie auf

- die Kommunikationsstrukturen ;
- die Repräsentationsoptimierung hinsichtlich relevanter gesellschaftlicher Gruppen, Themen und Interessen ;
- die Qualität öffentlicher Diskussions- und Meinungsbildungsprozesse in direktdemokratischen Verfahren ;
- die Öffnung des politischen System für öffentliche Kommunikationsprozesse ;
- die Stärkung von Kritik und Kontrollfunktion der Öffentlichkeit gegenüber Regierung und Parlament .

(ebd. S. 19)

Das Untersuchungsschema orientiert an drei Funktionsstufen der Öffentlichkeit: Die Transparenzfunktion mit den Postulaten der Gleichheit und Offenheit (Input), die Verarbeitungsfunktion, bedingt durch Informationsqualität, Kompetenz und Diskursivität (Throughput) sowie die Orientierungsfunktion auf individueller und kollektiver Ebene (Output) (ebd. S. 19f.).

Von den vielfältigen Beobachtungen und Erkenntnissen werden hier einige für das Forschungsvorhaben besonders relevante Punkte der Transparenz- und der Verarbeitungsfunktion hervorgehoben:

Transparenzfunktion: Auffällig sei die deutliche Unterrepräsentation der Unterschichten, die bei Abstimmungen noch deutlicher sei als bei wahlen, da Abstimmungen im Vergleich höhere Informationskosten beinhalte (ebd. S. 31). Die in öffentlichen Diskursen enthaltenen Asymmetrien und Verzerrungen würden durch direktdemokratische Verfahren zwar reproduziert, können aber teilweise auch durch diese abgemildert werden. Die Öffentlichkeit komme in direktdemokratischen Verfahren dem diskurstheoretischen Ideal näher als in einem rein repräsentativen System (ebd.). Bedeutsam seien auch die Agenda-Setting-Effekte

direktdemokratischer Verfahren, die auch ohne Erfolgsaussichten einer Vorlage gegeben seien. So sei das Fragepotential der politischen Kommunikations- und Entscheidungsprozesse in der direkten Demokratie größer. Auch sei der Nachrichtenwert aus Sicht der Medien erhöht (ebd. S. 32 f.).

Verarbeitungsfunktion: Die hohe Komplexität der Öffentlichkeit erfordere Filterangebote zu niedrigen Kosten, damit das Publikum seine Präferenzen klären könne. Die öffentliche Problemverarbeitung werde dabei durch Verzerrungen und Manipulationversuche seitens der Akteure sowie begrenzte kognitive und motivationale Ressourcen seitens der Bürger behindert (ebd. S. 35 f.). Für den Informationsbedarf der Stimmbürger seien kostenreduzierende Orientierungs- und Entscheidungshilfen bedeutsam. Für Wähler mit niedrigem Kenntnisstand dienten Akteure mit ähnlichen Präferenzen als sog. "information cues", um sachliche Defizite auszugleichen (ebd. S. 36 f.). Nur ein Teil der Stimmbürger sei von vornherein über die Präferenz zu einer Abstimmungsvorlage festgelegt (ebd. S. 38). Hinsichtlich der Qualität und Nutzung von Medien sei in direktdemokratischen Verfahren festzustellen, dass die Intensität der Berichterstattung zunimmt und das Medienangebot sich erweitert. Dabei komme Zeitungen und Zeitschriften eine größere Bedeutung zu als dem Fernsehen, insbesondere die Resonanz durch Leserbriefe sei beachtlich. Medienkampagnen böten nach Zisk (1987) nur ein niedriges Informationsniveau, das eher zur Verwirrung beitrage. Kampagnen auf grassroot-Ebene hätten dagegen ein durchaus ansprechendes Niveau (ebd. S. 38 f.). Die Medienberichterstattung ist für Kampwirth ohnehin nur ein Einfluss- und Orientierungsfaktor der öffentlichen Meinungsbildung unter mehreren. Weitere Faktoren seien die Netzwerke interpersonaler Kommunikation mit ihrer Ausrichtung an Meinungsführern, die Parteiidentifikation, staatliche Stimmempfehlungen, das Engagement gesellschaftlicher Akteure und ideologische Eindeutigkeit (ebd. S. 42 ff.). Direktdemokratische Verfahren seien darüberhinaus anfällig für Propaganda und Manipulation der Öffentlichkeit, da eine hohe Siegorientierung bestehe. Wirkung zeigten Appelle an Affekte der Bevölkerung, einseitige Nein-Propaganda zur Status-quo-Sicherung und Werbekampagnen (ebd. S. 45 ff.).

Kampwirth fasst seine Erkenntnisse zusammen, indem er fünf Merkmale nennt, die diskursorientierte direktdemokratische Verfahren auszeichnen würden: Ermöglichung einer direktdemokratischen Diskurskultur ; differenzierte Stufenfolge von Artikulations- und Durchsetzungschancen; Optimierung des Deliberations- und Kompromisspotenzial, adäquate Information und Transparenz, Fairness und Chancengleichheit.

### **2.1.3 Abstimmungskommunikation und Qualifizierung der Demokratie**

Auswirkungen direktdemokratischer Verfahren auf die öffentliche Kommunikation im Hinblick

auf eine mögliche Qualifizierung der Demokratie untersucht auch Mittendorf (2009). Dazu gehören die indirekten Wirkungen auf das Verhalten der Bürger, Akteure und Institutionen einerseits und die Rationalität oder Transparenz des Entscheidungshintergrundes und der Entscheidung selbst (ebd. S. 17 f.). Mit Hilfe eines Kriterienkataloges auf der Grundlage des Qualifizierungsansatzes von Schiller untersucht Mittendorf folgende Fragestellungen im Einzelnen :

- Welche Auswirkungen haben direktdemokratische Verfahren auf die Berücksichtigung von Grund- und Menschenrechten in der politischen Handlungspraxis ?
- Welche Auswirkungen haben Abstimmungen auf Ansprüche von Bürgern, an den Entscheidungen beteiligt zu sein ?
- Welche Auswirkungen haben die Verfahren auf die Wahrung der Gleichheit der Beteiligten in der Praxis ?
- Welche Entscheidungsgründe sind die Basis für Argumentationen in der öffentlichen Kommunikation ? Welche Strukturen bilden sich dabei heraus ? Wie sind die Unterschiede zu Wahlen ? Wie werden Entscheidungsgründe und Entscheidungen zueinander in Beziehung gesetzt ?
- Wie werden die Auswirkungen der direktdemokratischen Entscheidungen im Vergleich zu Wahlen wahrgenommen ?

(ebd. S. 20 ff. ; vgl. auch Schiller 2002, S. 44 ff.)

Die Wirkungen direktdemokratischer Verfahren auf die Abstimmungskommunikation werden durch eine vergleichende empirische Darstellung der öffentlichen Kommunikation bei Abstimmungen (direktdemokratische Verfahren) einerseits und bei Wahlen (repräsentative Verfahren) andererseits herausgearbeitet. Das Untersuchungsdesign von Mittendorf steht dabei Wahl- und Abstimmungsverfahren als unabhängige Variablen und verwendet daher drei Mittelstädte mit ähnlichem politischen und direktdemokratischen Kontext, um die Wahl- und Abstimmungskommunikation in der Zeitungsöffentlichkeit exemplarisch zu untersuchen.

Mittendorfs Hauptthese ist dabei, dass direktdemokratische Verfahren die Demokratie dadurch qualifizieren, dass ein besser strukturierter Diskussionprozess mit einem rationaleren Argumentationskontext eröffnet wird (Mittendorf 2009, S. 22). Damit unterstützt er eine arena-zentrierte Perspektive auf das Informationsniveau in der Demokratie, die davon ausgeht, dass die Informationsnachfrage in der Öffentlichkeit durch direktdemokratische Praxis steigt und zu einer langfristigen Qualifizierung des Publikums, aber auch des Parlaments wesentlich beiträgt (ebd. S. 18).

Zur Bestätigung dieser These und Perspektive hat Mittendorf mit seiner Untersuchung Indizien

ermittelt. So konnte er zeigen, dass andere, insbesondere zivilgesellschaftliche Akteure als bei Wahlen in die öffentliche Kommunikation eintreten (ebd. S. 246 und 249). Zudem zeigten sich verstärkt Kooperationen zwischen Akteuren, die im Kontext von Wahlen eher auf Distanz bleiben. Seine Auswertungen weisen auch darauf hin, dass die öffentliche Kommunikation über Sachfragen bei Abstimmungen bedeutsamer ist als bei Wahlen. So spielten die Formulierung von Zielen sowie dabei bestehende Gemeinsamkeiten und Differenzen bei Abstimmungen eine deutliche größere Rolle. Differenzen, deren Betonung bei Wahlen entscheidend zur Profilierung der Kandidaten sind, beziehen sich bei Abstimmungen auf Entscheidungsgründe, die von mehreren Akteuren geteilt werden können (ebd. S. 248). Mittendorf sieht daher in der Kommunikation über die Effekte direktdemokratischer Abstimmungen eine Versorgung der Öffentlichkeit mit "Informationen über die generellen normativen Präferenzen und mögliche weitere Handlungen" (ebd. S. 247). In geeigneten Kontexten könne Demokratie durch die geeignete Anwendung direktdemokratischer Verfahren qualifiziert werden. Die Regeln zur Herstellung dieser geeigneten Kontexte blieben eine Aufgabe nicht nur von Politik und Gesellschaft, sondern auch von einer transparenten und rationalen öffentlichen Kommunikation (ebd. S. 248).

Seine Kernhypothese sieht Mittendorf mit seiner Untersuchung bestätigt: Die indirekten Effekte direkter Demokratie auf die öffentliche Kommunikation gehen auch auf die Kommunikationsmuster zurück, die durch die Praxis direktdemokratischer Verfahren in der Öffentlichkeit hervorgerufen werden (ebd.).

## **2.2 Internet als neues Massenmedium der Demokratie**

Das Potenzial des Internets für die Demokratie ist in der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur seit Ende der 90er Jahre in vielfältiger Hinsicht beleuchtet worden. Unterhalb der Extremposition, dass die unbegrenzte und leicht zugängliche Vernetzung der Informationen eine breite Demokratisierung unausweichlich nach sich ziehe, sind zahlreiche Aspekte des Verhältnisses zwischen Demokratie und Internet theoretisch und empirisch untersucht worden. Die Vielzahl der Veröffentlichungen kann hier nicht adäquat zusammengefasst werden, vielmehr soll auf einige jüngere Ergebnisse exemplarisch eingegangen werden.

### **2.2.1 Politische Online-Kommunikation im Längsschnitt**

Die Fragestellung, wie sich die politische Nutzung des Internet durch die Deutschen seit dem Jahr 2000 verändert hat, wurde in dem Ilmenauer Projekt "Politische Online-Kommunikation

2002-2009" untersucht (vgl. Emmer et al. 2010). Ein Motiv für diese Längsschnittstudie war zum einen der unbefriedigende empirische Forschungsstand zu Wirkungen des Internets und der Online-Kommunikation, da bislang nur Querschnitts- oder Fallstudien vorliegen. Zum anderen sollte das einmalige Zeitfenster genutzt werden, in dem sich die Diffusion des neuen Mediums Internet vollzieht, um deren Wirkung zu untersuchen. In diesem Zeitfenster konnten für repräsentative Aussagen ausreichend große Gruppen sowohl von Nutzern als auch von Nicht-Nutzern über mehrere Jahre befragt werden, während immer mehr Befragte in diesem Zeitraum von Nicht-Nutzern zu Nutzern wurden (ebd. S. 91). Die unabhängige Variable der Untersuchung war nicht das bloße Vorhandensein eines Online-Zugangs, sondern die subjektiv wahrgenommene Erweiterung der individuellen Kommunikationsmöglichkeiten durch das Internet. So wurde der Einfluss des Internet auf drei Formen politischer Kommunikation geprüft: (a) Die Rezeption politischer Informationsangebote, (b) die interpersonale Kommunikation und (c) die partizipative Kommunikation in mehr oder minder großen Öffentlichkeiten. Im Ergebnis konnte eine begrenzte Mobilisierungswirkung des Internet festgestellt werden. Es gebe keine Abwendung von der Politik und politischer Kommunikation sondern eine leichte Zunahme der politischen Informationsnutzung (ebd. S. 92). Im direkten Vergleich der politischen Einstellungen von Onlinern und Offlinern im Panel 2008 zeigte sich, dass ein generelles Vertrauen in die Mitmenschen bei Onlinern mit einem Anteil von 56 % deutlich verbreiteter ist als bei den Offlinern mit nur 26 %. Auch der Anteil derjenigen mit starkem politischen Interesse ist bei den Onlinern mit 51,5 % größer als bei den Offlinern mit 40,4 %. Auffällig ist auch, dass die Anhängerschaft der großen Volksparteien SPD und CDU/CSU bei den Onlinern mit lediglich ca. 51 % Anteil deutlich geringer ist als unter den Offlinern mit ca. 64 % (ebd. S. 95).

In einem weiteren Schritt wurden in dem Ilmenauer Projekt die langfristigen Veränderungen individueller politischer Kommunikation der Online-Nutzer zwischen 2004 und 2008 im Detail beleuchtet. Drei Forschungsfragen standen bei der Analyse im Vordergrund (ebd. S. 93):

1. Wie werden Online-Kommunikationsmöglichkeiten in die alltägliche politische Kommunikation integriert (Adaption) ?

Es zeigte sich, dass mit Ausnahme von Wochenzeitungen und -magazinen, herkömmliche Medien von immer weniger Onlinern genutzt werden. Die Suche und Rezeption von Informationen online in dieser Gruppe ist stabil bzw. nimmt leicht zu. Der Besuch von Webseiten von Politikern hat bei den Onlinern hingegen stark zugenommen. Die interpersonale politische Kommunikation zeigt nur geringe Tendenzen, sowohl offline als auch online. Dabei wurden soziale Online-Netzwerke allerdings noch nicht berücksichtigt. Die meisten Arten der politischen offline-Partizipationskommunikation verlieren bei den Onlinern sichtbar an Anteilen. Online-Partizipationsformen wie Online-

Mitarbeit in einer Organisation, Online-Petitionen und eigene Website nehmen unter den Onlinern zu (ebd. S. 95 ff.). Bei der Häufigkeit der Kommunikationsformen zeigt sich, dass insbesondere die Nutzung der Tageszeitung und die Offline-Kontaktaufnahme zu Politikern abnimmt. Die Online-Informationssuche nimmt hingegen auch in der Häufigkeit zu (ebd. S.99).

2. Wie entwickelt sich bei den Onlinern das Verhältnis von herkömmlichen gegenüber Online-Kommunikationsformen (Substitution) ?

Hierzu zeigte sich, dass zwar im Aggregat des Panels die Onliner sich allmählich von den herkömmlichen Medien abwenden und sich zunehmend Online-Informationsaktivitäten zuwenden. Eine Substitution ist jedoch eher die Ausnahme. Die Offline-Kommunikation nimmt nicht in gleichem Maße ab wie die Online-Kommunikation zunimmt. Die Analyse auf Individualebene konnte zudem nicht bestätigen, dass die Online-Informationssuche die Tageszeitungsnutzung verdrängt. Vielmehr ist die Substitution vor allem auf den Generationswechsel zurückzuführen. (ebd. S. 100 f.).

3. In wie weit zeigt sich eine soziale Selektivität politischer Online-Kommunikationsformen bei der Nutzung des Internet, und nicht nur im Zugang (Digitale Spaltung) ?

Eine mögliche digitale Spaltung innerhalb der Onliner wurde hinsichtlich des Alters untersucht. Im Falle der Informationsrezeption ist hinsichtlich der Anteile nur ein geringer Unterschied zwischen den drei untersuchten Altersgruppen festzustellen. Signifikant ist jedoch der Unterschied bei den Anteilen der Personen, die interpersonale politische Kommunikation betrieben. Die jüngste Gruppe (18-38) zeigt dabei einen wesentlich höheren Anteil, jedoch mit abnehmender Tendenz. Beim Angebot eigener Inhalte im Internet ist eine stetige Zunahme zu verzeichnen, bei der der Anteil in der jüngsten Gruppe stärker wächst als in den anderen Gruppen, eine Spaltung sich dadurch also verstärkt (ebd. S. 101 ff.).

Die Daten der Panelstudie haben Emmer et al. (2006) und Fütting (2010) verwendet, um eine Typologie individueller politische Kommunikation zu erstellen. Fütting (2010) hat auf der Basis von 1187 Fällen 32 Variablen als Indikatoren ausgewertet, sowohl für Online- als auch Offline-Kommunikation (vgl. Fütting 2010, S. 115 f.). Eine Clusterbildung mittels einer Faktorenanalyse der Dimensionen *rezeptive politische Kommunikation*, *interpersonale politische Kommunikation* und *partizipative politische Kommunikation* (ebd. S. 116 f.) ergab fünf Typen politisch kommunizierender Bürger:

- Passiver Mainstreamer
- Eigennütziger Interessenvertreter
- Traditionell Engagierter
- Organisierter Extrovertierter
- Bequemer Moderner

(ebd. S. 117 ff.).

Damit wurde die von Emmer et al. (2006) beobachtete Typologie bestätigt, die auf den Daten des Jahres 2003 der gleichen Panelstudie beruht (vgl. Fütting 2010, S. 116 f.). Verschiebungen in der Zusammensetzung und dem Verhalten der Typen über einen Zeitraum von fünf Jahren konnten so analysiert werden (ebd. S. 122 ff.).

### **2.2.2 Mehr Meinungsvielfalt durch das Internet ?**

Eine ernüchternde Analyse hat Hindman (2009) vorgelegt. Er untersuchte, ob das Internet zu einer breiteren politischen Partizipation führt. Einerseits habe die digitale Vernetzung deutliche Stärken bei der Mobilisierung in Wahlkämpfen gezeigt, die in den USA bei der Präsidentschafts-Kampagne von Howard Dean erstmals in großem Stil sichtbar geworden seien (ebd. S. 28 ff.). Auf der anderen Seite scheinen seine empirischen Befunde in drei Bereichen die These von der digitalen Demokratie zu widerlegen:

- Die Link-Strukturen politischer Webseiten verstärkten durch den Google-Algorithmus die bereits vorhandene Dominanz weniger prominenter Akteure auch im Internet (ebd. S. 39 ff.).
- Der im Vergleich zu anderen Themen sehr geringe Webverkehr auf politischen Webseiten und der kleine Anteil von Suchanfragen nach politischen Themen zeigten die geringe Bedeutung von Politik im Internet. Zudem konzentrierte sich diese Nachfrage dabei auf die Angebote weniger dominanter Akteure (ebd. S. 59 ff.).
- Die Szene der politischen Blogs, die häufig als Speerspitze der öffentlichen Meinungsbildung im Internet gälten, sei von einem großen Ungleichgewicht geprägt. Die große Mehrzahl der Blogs erreiche nur eine sehr kleine Leserschaft. Die öffentliche Aufmerksamkeit (in den USA) im Internet konzentrierte sich auf sehr wenige Blogs einer sozialen Elite (ebd. S. 118 ff.).

Hindman konstatiert, dass das Internet die öffentliche Meinungsbildung eben nicht auf eine breitere Basis stelle, sondern dass sich vielmehr eine neue Internet-Elite gebildet habe, die

genauso wenig repräsentativ für die Bevölkerung sei, wie die alten Eliten (ebd. S. 139 ff.).

Aus mediensoziologischer Sicht hat Schrape (2010) die Vision einer durch Medienkonvergenz und neue Kommunikationsmöglichkeiten demokratischeren Öffentlichkeit und Meinungsbildung einer kritischen Prüfung unterzogen. Der Vorstellung, das Internet biete ein Rezept gegen massenmediale Standardisierung, stellt er zunächst die Frage gegenüber, warum Massenmedien überhaupt eine dominante Rolle für die soziale Realitätskonstruktion einnehmen (ebd. S.15). Seine Hypothesen: Massenmediale Programmbereiche werden (1) weiterhin eine zentrale Rolle in der gesellschaftsübergreifenden Wirklichkeitsbeschreibung einnehmen, aber (2) führen die neuen Kommunikationsmöglichkeiten zu einer erhöhten Integration innovativer Inhalte in die massenmediale Berichterstattung. Die fortbestehende Dominanz der Massenmedien sei absehbar, da sie Inhalte mit hohem Anschlusspotenzial verstärkten und eine wesentliche Selektionsfunktion für das Publikum wahrnahmen, das aufgrund begrenzter kognitiver und zeitlicher Ressourcen nicht alle Angebote individuell beobachten könne. Gleichzeitig steige das Sichtbarkeitspotenzial für alternative Inhalte im Internet an, die von Journalisten deutlich einfacher beobachtet werden könnten (ebd. S.19 f.). Auf der Basis einer Sekundäranalyse empirischer Daten aus der ARD/ZDF-online-Studie, ACTA und Eurostat über Nutzungspräferenzen im Web in Deutschland sowie punktueller Inhalts- und Nutzungsanalysen hat Schrape seine Hypothesen geprüft. (ebd. S. 21 f.) Seine Auswertung bestätigt aus seiner Sicht die Hypothese (1). Die netzwerkkommunikativen Möglichkeiten würden im Netz bislang kaum bevölkerungsweit institutionalisiert und Podcasts, Blogs u.ä. könnten nur selten Themen in der übergreifenden Öffentlichkeit setzen. Die übergreifend bekannte Gegenwartsbeschreibung werden weiterhin durch die Massenmedien geprägt. Die Hypothese (2) hingegen sieht er weitgehend widerlegt. So hätten Blogs und Podcasts als Recherchemittel kaum Eingang in Redaktionsbüros gefunden und dienten allenfalls der Themenfindung. Eine Ausnahme sei Wikipedia, das zu den Top 3 der journalistischen Quellen im Web gehöre. Auch eine Beeinflussung der Inhalte durch medienkritische Watchblogs sei nur in Ausnahmefällen beobachtbar (ebd. S. 196 f.). Stattdessen könne das Internet lediglich als ein weiterer Kanal zur Integration innovativer Sinnangebote betrachtet werden, welche aber immer noch klassischen journalistischen Kriterien genügen müssten, d.h. sie müssten Aufmerksamkeit erregen, übergreifend relevant erscheinen, überraschende Informationen bereit halten und an die Realitätssichten vieler Rezipienten anschlussfähig sein. Immerhin biete das Internet den kollektiven und korporativen Akteuren effektivere Kommunikationsmöglichkeiten (ebd. S. 197). Schrape resümiert, dass im Gegensatz zu der bisherigen Annahme, Nutzer würden passiven multimedialen Konsum nach und nach durch aktive Selektion ersetzen, auf Massenmedien nicht verzichtet werden könne, da die Bewusstseins- und Kommunikationssysteme auf wirksame Komplexitätsreduktion angewiesen seien (ebd. S. 206).

Daher plädiert er für die Ablösung des Begriffs der 'Informationsgesellschaft' durch den der 'Selektionsgesellschaft', in der nicht die bloße Verfügbarkeit von Informationen entscheidend sei, sondern die wirksamen Selektionsmechanismen. Auch alternative Inhalte suchten letztendlich Anschluss an etablierte Inhalte, um verstanden zu werden.

### **2.2.3 Vorsichtiger Optimismus mit konstruktiven Ansätzen**

Coleman und Blumler (2009) wagen hingegen eine vorsichtig optimistische Position und plädieren dafür, die demokratischen Potenziale des Internet konstruktiv zu gestalten. Sie sehen das Internet als Machtvakuum, in dem die Strategien staatlicher und wirtschaftlicher Akteure mit dem möglicherweise erstarkenden Einfluss der Bürger konkurrieren, der in den alten Medien nur begrenzt Raum finde (ebd. S. 9 f.). Das Internet habe demnach durchaus das Potenzial für eine verbesserte öffentliche Kommunikation und eine bereicherte Demokratie, aber dieses Potenzial sei verwundbar, da geeignete Anwendungen bisher fehlten und Wirtschaftsakteure die Entwicklung dominierten. Für begrenzte Bereiche würden entsprechende Anwendungen zwar getestet, aber diese seien nicht wirklich in die verfassungsgemäßen Strukturen und Prozesse der Demokratie integriert (ebd. S. 10 f.). Zu den potenziell demokratiefördernden Merkmalen des Internet zählten

- eine aktivere Position der Nutzerschaft, die auch die Wahrnehmung von Nachrichten, öffentlichen Angelegenheiten und Politik veränderten ;
- eine diskursive Rolle des Internet, die prinzipiell für eine breite Beteiligung des Publikums offen sei ;
- niedrige Informationskosten, die die Bedeutung des sozialen Status als wesentlichen Faktor bei politischem Engagement verringere ;
- flachere Kommunikationsbeziehungen, die die Macht in der Kommunikation stärker verteilten und sich zudem Zeit- und ortsunabhängig entwickeln könnten, sich alltagsgerechterer Sprache bedienen und eine größere Perspektivenvielfalt eröffne.

(ebd. S. 12 f.)

Demgegenüber beobachten Coleman und Blumler zwei wesentliche Schwächen der gegenwärtigen Demokratie. Es fehle zum Einen eine politische Kultur, in der die Bürger effektiv Entscheidungen treffen könnten (ebd. S. 14 ff.). Zum Anderen untergrabe die allgegenwärtige Präsenz der Massenmedien das öffentliche Vertrauen in die Politik als solche (S. 42 ff.). Beides trage zu einem Gefühl der Distanz und fehlenden Anbindung zwischen den meisten gewählten Repräsentanten und den meisten Bürgern bei.

Als Antwort schlagen Coleman und Blumler eine konzeptionelle Weiterentwicklung der demokratischen Kommunikationsstrukturen von einer indirekten zu einer direkten Repräsentation vor. Repräsentanten hätten mit den neuen Medien die Chance, mehr Nähe, Gemeinsamkeit, Stimmigkeit und Empathie herzustellen (ebd. S. 78 f.).

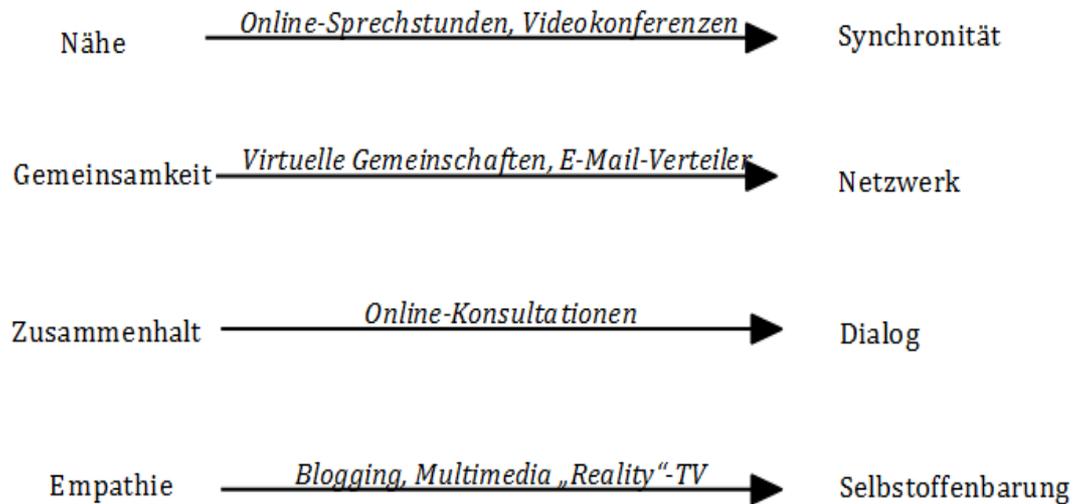


Abbildung 2: IK-Technologien und ihr Beitrag zu demokratischer Anbindung  
(Coleman und Blumler 2009, S. 81)

Abbildung 2 nennt zu diesen Ebenen die zugehörigen Ziele und Mittel, die Coleman und Blumler als Elemente einer wünschenswerten Entwicklung skizzieren. Sie untersuchen Beispiele von E-Demokratie-Projekten von oben und von unten auf ihre Relevanz für diese Entwicklung.

Mit der weitergehenden Idee eines neuen Kommunikationsraumes in Form einer "online civic commons" (ebd. S. 169 f.; eigene Übers.: "bürgerliche Online-Allmende") vor Augen schlagen sie vor, eine neue Agentur aufzubauen, die die öffentliche Meinungsbildung zwischen Regierungsstellen und der vielfältigen Kommunikationslandschaft erleichtern soll. Diese Agentur solle zwar öffentlich finanziert sein, aber unabhängig von der Regierung agieren. Sie hätte die Aufgabe, die Meinungsbildung durch diverse Plattformen der neuen Medien zu fördern, zusammenzufassen und auszuwerten (ebd. S. 172 ff., 183 ff.). Die Agentur wäre vor allem ein Mittel, um den öffentlichen Raum von miteinander verwobenen Netzwerken zusammenzuhalten und öffentlichen Diskussionen zu konkreten Fragestellungen einen Raum zu bieten und sie bei Bedarf zu koordinieren. Die bisherigen Misserfolge und geringe Beteiligung von Online-Konsultationen hätten keine primär technischen Ursachen, sondern seien vor allem der geringen Fähigkeit der anbietenden Akteure geschuldet, aus den Erfahrungen der

Konsultationen zu lernen. Weitere Versuche, die Meinungsbildung online weiterzuentwickeln, erforderten daher vor allem eine ernsthafte Selbstverpflichtung der verschiedenen Regierungsakteure, den politischen Einfluss der Bürger zu stärken (ebd. S. 191 ff.).

Den Einfluss des Internet in direktdemokratischen Verfahren in den USA und Europa beschreiben Reedy und Wells (2009) anhand von drei Fallstudien. Sie gehen davon aus, dass der Informationsfluss in direktdemokratischen Verfahren sich wesentlich von dem in Personenwahlen unterscheidet, da keine klare Parteienzuordnung vorgegeben sei, komplexe Sachfragen statt Kandidaten zur Wahl stünden und die Aufmerksamkeit der Medien und Bürger sehr variere (ebd. S. 158 f.). Das Internet habe das Potenzial für Bürger, die vor direktdemokratischen Abstimmungen stehen, weitere Informationen und Quellen bereitzustellen, die über die klassischen Massenmedien nicht zugänglich seien. Mit einer Analyse repräsentativer Umfragen im Kontext von drei Abstimmungen im Bundesstaat Washington 2006, der Präsidentschaftswahlen 2004 und der Europäischen Verfassungsreferenden in 2004 legen Reedy und Wells Hinweise für die Bedeutung des Internets bei Abstimmungen offen. Eines der Ergebnisse sei, dass Bürger aufgrund ihrer Internetnutzung besser über direktdemokratische Verfahren informiert seien. Zudem lasse sich durch eine breitere Internetnutzung die Fähigkeit der Wähler verbessern, ihre Abstimmungstendenz mit denen der bevorzugten Parteien oder Akteure zu verknüpfen. Es zeige sich auch, dass bei Personen, die Internetangebote mit sachspezifischen Nachrichten nutzten, diese Nutzung positiv mit der Suche nach spezifischen Informationen über die Vorschläge direktdemokratischer Initiativen korreliere (ebd. S. 169). Ein ähnlicher Zusammenhang sei zwischen der Nutzung des Internets zur Organisation sozialer und politischer Aktivitäten und der Nutzung zur Information über direktdemokratische Verfahren erkennbar (ebd. S. 171). Diese empirischen Hinweise ergänzen sie mit einer Literaturanalyse über den Einfluss des Internets auf den öffentlichen Diskurs. Die Befunde dazu seien nicht eindeutig, es gebe sowohl Belege für eine verbesserte öffentliche Meinungsbildung im Internet als auch Beispiele, die keine Vorteile von Online-Diskussionen erkennen ließen. Dennoch sehen sie im Internet Potenzial für Meinungsbildung im Kontext direkter Demokratie, das weiter beleuchtet werden sollte. Dabei müsse auch die Frage gestellt werden, ob das bestehende Konzept der demokratischen Meinungsbildung überhaupt geeignet sei, die Dynamik der Öffentlichkeit im Internet zu beschreiben, da diese durch eine Destabilisierung und Streuung von Macht gekennzeichnet sei (ebd. S. 170).

## 2.3 E-Partizipation – Formen und Erfahrungen

### 2.3.1 Überblick

Die heutigen Formen von Bürgerbeteiligung sind ohne einen elektronischen Anteil, meist in Form eines Internetangebotes, kaum mehr vorstellbar. Daher findet die anwendungsorientierte Partizipationsforschung heute häufig unter der Überschrift E-Partizipation statt. Eine Schiene der Diskussion läuft entlang der Entwicklungen im Bereich E-Government, die von den Akteuren in den Regierungs- und Verwaltungsinstitutionen und privaten Systemanbietern geprägt ist, und die Verfahren der politischen Partizipation eher als Dienstleistung für den Bürger betrachten. Der Bereich E-Democracy hingegen betrachtet eher die demokratiebezogenen Aspekte, aus denen sich Partizipationskonzepte und konkrete Umsetzungsverfahren zunehmend auch in elektronischer Form ableiten lassen (vgl. Holtkamp 2002).

Die folgende Übersicht führt die Informations- und Kommunikationsmittel auf, die offline und online im Zusammenhang mit politischer Partizipation eingesetzt werden können. Sie illustriert dabei die größere Bandbreite von Kommunikationsformen der E-Partizipation gegenüber der Beteiligung mit herkömmlichen Medien.

	Face-to-face	Herkömmliche Medien	Online
Individual-kommunikation	Gespräch, Interview	Brief, Fax, Telefon	E-Mail, Chat, V-Chat, SMS, Feedback-Tools auf Info-Websites (Haushaltsrechner, Online-Formulare)
Gruppen-kommunikation	Bürgerversammlung, Workshop, Wahlkampf-Veranstaltung, Fokusgruppen, Hearing, Begehung vor Ort	Telefonkonferenz, Videokonferenz, Fragebogen an bestimmte Gruppe per Post	Forum, Chat, V-Chat, Mailing-Liste, Newsgroup, Newsletter, Online-Spiele, E-Mail, CSCW, ePanels (fest-stehende Benutzergruppe), Weblog, Wiki
Massen-kommunikation		Flugblatt, Plakat, Presse, Buch, Hörfunk, CD-Rom, Film, Fernsehen	Info-Website, Quick Polls, Online Survey, Podcasts, Newsletter

*Tabelle 1: Kommunikations- und Medienformen zur Partizipation*

*(Kubicek et al. 2009, S. 61)*

Die Erarbeitung und Erprobung praxistauglicher Strategien für den elektronischen Medieneinsatz in Beteiligungsverfahren ist auch für die empirische Forschung relevant geworden. So untersuchte Wesselmann die Kommunikationsbedingungen in Beteiligungsverfahren und zeigte anhand der Partizipation in der Bauleitplanung in Osnabrück die Möglichkeiten und Grenzen der Internetkommunikation in der Partizipation auf (Wesselmann 2002). Er plädiert dabei für einen realistischen Umgang mit

Internetkommunikation, deren Potenziale sich vor allem in einer sinnvollen Verknüpfung mit herkömmlichen Kommunikationsmitteln ausschöpfen ließen (ebd. S. 236 ff.). Breiter angelegt ist die empirische Untersuchung von Kubicek et al., die den Medienmix in mehreren lokalen Beteiligungsprojekten in Form von explorativer Aktionsforschung mitgestaltet und ausgewertet haben (Kubicek et al. 2009). Darin kommen sie zu dem Ergebnis, dass Online-Instrumente bisher eine deutlich geringere Rolle für den Erfolg der Beteiligung spielen als erwartet, u.a. auch durch die zusätzlichen Barrieren der Mediennutzung (ebd. S. 225 f.). Durch die gewachsene Vielfalt der Kommunikations- und Medienformen, die das Internet hervorgebracht hat, entsteht auch eine neue Vielfalt von Nutzungsgewohnheiten. Herkömmliche und neue Medien existieren parallel, aber einzelne Formen erreichen nur einen Teil der Bevölkerung. Dieses Phänomen kann teilweise mit der digitalen Spaltung (vgl. Marr 2005 ; Zillien 2006 ; ARD/ZDF 2009) erklärt werden, geht aber darüber hinaus, wenn man die Barrierefreiheit und die Reichweite von Instrumenten der Bürgerbeteiligung generell, online wie offline, betrachtet. So konstatieren Klages et al. (2008), "dass der Bevölkerung die Chance einer fortwährenden, für 'nomale' Menschen erreichbaren und barrierefrei zugänglichen Bürgerbeteiligung bisher nicht wirklich angeboten wird" (ebd. S. 33).

### **2.3.2 Online-Kommunikation mit Abgeordneten**

Als eine Form der politischen Partizipation gilt die Kontaktaufnahme mit Abgeordneten und anderen Politikern für Fragen oder Bitten. In Deutschland hat sich mit *abgeordnetenwatch.de* in den letzten Jahren ein entsprechendes Angebot im Internet etabliert. Dieses aus privater Initiative entstandene Internetportal ermöglicht die öffentliche Fragestellung an einzelne Abgeordnete und vor Wahlen auch an die Kandidaten. Die Antworten und die Frage- und Antwortstatistik der einzelnen Abgeordneten sind ebenfalls öffentlich (vgl. Gardiner 2007) . In Großbritannien bietet die Organisation mySociety mit der Plattform WriteToThem.com ein ähnliches Angebot. Anders als bei *abgeordnetenwatch.de* wird die Kommunikation über die britische Plattform nicht öffentlich geführt. Das Entscheidende des Angebotes ist das erleichterte Auffinden der Abgeordneten eines Wahlkreises und die Bereitstellung eines Kontaktformulars. Die Partizipationswirkung von WriteToThem.com ist von Escher (2010) untersucht worden. Motiv ist die vielfach beobachtete Partizipationskluft, nach der Menschen mit höherer Bildung und höherem Einkommen sich deutlich häufiger politisch beteiligten. In die Informations- und Kommunikationstechnologien seien Hoffnungen gelegt worden, dass sie zu mehr partizipativer Gleichberechtigung führen könnten. Da die Vielfalt der Partizipationsformen und der Messansätze keine generellen Aussagen in der Partizipationsforschung zulasse, setzt Escher den Fokus auf die Mikroebene der Partizipation, d.h. auf eine individuelle

Beteiligungsaktion von Bürgern. Am Beispiel von WriteToThem.com geht er der Frage nach, ob mit diesem Angebot die Partizipationskluft verkleinert wird und somit ein entsprechendes Potenzial des Internets aufgezeigt werden kann (ebd. S. 131 f.). Mit Hilfe eines Online-Fragebogens während eines definierten Zeitraumes wurden Nutzer von WriteToThem.com nach ihren sozioökonomischen Merkmalen gefragt. Die dabei ermittelte Zusammensetzung der Nutzerschaft vergleicht Escher mit den Daten über die britische Gesamtbevölkerung sowie des Oxford Internet Survey über die britischen Onliner und diejenigen Befragten, die im vergangenen Jahr einen Politiker kontaktiert hatten (ebd. S. 137). Die Analyse habe ergeben, dass das Profil der Nutzer von WriteToThem.com sich nicht nur deutlich von der Gesamtbevölkerung unterscheidet, sondern auch vom Profil desjenigen Bevölkerungsteils, das sich politisch beteiligt. So seien 60 % der Nutzer männlich gewesen. Ein Universitätsabschluss sei unter ihnen drei mal so häufig vertreten gewesen als im Bevölkerungsdurchschnitt und immer noch 50 % häufiger als bei Bürgern, die Politiker auf konventionellem Weg kontaktiert haben. Auch die Hochverdiener seien drei mal so häufig und Geringverdiener deutlich geringer vertreten als in der Gesamtbevölkerung. Dennoch seien Einkommensschwache verglichen mit der Gruppe der Internetnutzer gut bei WriteToThem.com repräsentiert. Menschen mit Behinderung sind zwar entsprechend ihres Bevölkerungsanteils vertreten, aber gegenüber ihrem Anteil in der Gruppe, die auf konventionellem Weg zu Politikern Kontakt aufgenommen hatten, unterrepräsentiert. Dies sei mit der geringeren Verbreitung von Internetzugängen unter behinderten Menschen zu erklären. Auffällig sei zudem die geringe Zahl junger Menschen bei WriteToThem.com obwohl diese Nutzergruppe überdurchschnittlich mit Internetzugängen ausgestattet sei. Damit sieht Escher die zunächst traditionellen Klüfte hinsichtlich sozioökonomischer Merkmale bei WriteToThem.com eher verstärkt als verringert. Genauere Analysen zeigten jedoch auch andere Wirkungen. So seien die Nutzer von WriteToThem.com nicht ausschließlich in den Reihen der ohnehin politisch Aktiven zu finden. 40% der Nutzer habe niemals zuvor einen Politiker angeschrieben und die Hälfte war im zurückliegenden Jahr überhaupt nicht politisch aktiv. Damit gebe es Anzeichen für eine Mobilisierung bisher politisch Inaktiver, dies jedoch nur in der Bevölkerungsgruppe, die unter den politisch Aktiven bereits überdurchschnittlich vertreten sei. Die Analyse zeige jedoch auch, dass die Mobilisierung stärker auf lokaler Ebene bei der Kontaktierung lokaler Politiker stattfinden und dabei Bildung eine geringere Rolle spiele als in der gesamten Nutzerschaft (ebd. S. 142 ff.).

### **2.3.3 Kommunale E-Partizipation**

Die Potenziale von Anwendungen der E-Partizipation für die Demokratie auf lokaler Ebene wurden in Schottland erprobt (vgl. Whyte et al. 2006). In den Jahren 2004 und 2005 wurden in

sechs schottischen Gemeinden die Gemeinderäte mit einer eigens entwickelten Pilotsoftware für ein Web-Angebot ausgestattet, mit dem die Gemeinderäte untereinander und mit den Bürgern kommunizieren konnten. Zu den Funktionen für die Gemeinderäte gehörten die Veröffentlichung von Neuigkeiten und Ankündigungen, die Bereitstellung von Dokumenten (Protokollen, Vorlagen) zur Information und Kommentierung sowie die Durchführung von Konsultationen und Befragungen. Bürger der Gemeinden erhielten neben der Information über anstehende Ereignisse und Themen die Möglichkeit, alle Einträge zu kommentieren, Konsultationen und Fragebögen zu beantworten und eigene Artikel einzureichen (ebd. S. 8). Eine erste Version der Software wurde in sechs Gemeinden über mehrere Monate eingesetzt. Bei öffentlichen Vorführungen und Feldversuchen mit Beteiligung der Gemeinderäte und von Bürgern wurde Feedback über den Bedarf und die Funktionalität des Angebots eingeholt. Diese Erfahrungen führten zu einer wesentlichen Überarbeitung des Webangebotes, das dann weitere 3 Monate in der Praxis erprobt wurde. Die Akzeptanz und die Nutzung des Angebotes wurden anhand der eingestellten Beiträge, des registrierten Datenverkehrs und einer Befragung eines repräsentativen Bürgerpanels in einer der beteiligten Gemeinden, Stirling, ausgewertet (ebd. S. 9). Die Nutzung des Angebotes ist während der Pilotphase substantiell gestiegen, die Gemeinderäte registrierten mehr Anfragen online als über traditionelle Wege. Bezogen auf die Bevölkerungszahl wurde die Pilotsoftware sogar stärker genutzt als bereits bestehende Angebote auf ähnlichem Entwicklungsstand in anderen Kommunen. 69 % im Bürgerpanel Stirling waren interessiert daran, über kommunale Online-Angebote ihre Ansichten weiterzugeben, wobei unter den 35-44-Jährigen und Frauen das Interesse am größten war. Mehr als 90 % des Panels erwarten, dass gegenüber dem Gemeinderat geäußerte Ansichten durch geeignete Entscheidungsträger berücksichtigt werden. 70 % erwarten bei Online-Kommentierungen eine Antwort seitens des Gemeinderats innerhalb von einer Woche. Antwortverhalten, inhaltliche Relevanz, Gebrauchsfreundlichkeit und Barrierefreiheit gelten seitens der Befragten als die Hauptfaktoren, die die öffentliche Akzeptanz von E-Partizipationsangeboten fördern (ebd. S. 10 f.). Die Gemeinderäte registrierten positive Wirkungen auch für ihre Arbeit, z.B. die Rekrutierung aktiver Mitglieder, die effizientere Bereitstellung von Dokumenten und eine bessere Vorbereitung von Sitzungen und Entscheidungen in Planungsverfahren. Zu den geäußerten Barrieren zählten der erforderliche Mehraufwand bei der Änderung der Arbeitspraxis und bei der Pflege des Angebotes (ebd. S. 11).

#### **2.3.4 E-Petitionen**

Eine traditionelle Möglichkeit der Bürgerbeteiligung ist die Einreichung einer Petition. Diese stellt eine Bitte oder Beschwerde gegenüber der jeweiligen Volksvertretung dar, z.B. wenn

Bürger sich von Behörden ungerecht behandelt fühlen. Das Petitionsrecht in Deutschland ist ein Grundrecht (Art. 17 GG), das die jeweilige Volksvertretung und Behörden verpflichtet, die Eingabe zu bearbeiten und zu beantworten. Der Deutsche Bundestag hat im Jahr 2005 die Möglichkeit von Online-Petitionen und zusätzlich von öffentlichen Petitionen geschaffen, zunächst als Modellversuch, dann ab Oktober 2008 als ständige Einrichtung im Regelbetrieb. Petitionen können nicht nur beim Petitionsausschuss des Bundestages online eingereicht werden, sondern sie können im Falle der Zulassung als öffentliche Petition durch jeden registrierten Nutzer mitgezeichnet werden. Ein angeschlossenes Web-Forum für jede öffentliche Petition bietet darüber hinaus die Möglichkeit für jeden auf der Plattform registrierten Nutzer, das Anliegen zu diskutieren (Riehm et al. 2009, S. 26). Die Möglichkeit der Online-Petition wird gut angenommen, 2009 wurden über ein Drittel der über 18.000 neuen Petitionen an den Bundestag über das Internet eingereicht (Deutscher Bundestag 2010, S. 16 f.). Einige Petitionen erreichen mehrere Tausend Mitunterzeichner und Hunderte von Kommentaren in den Webforen (ebd. S. 124 ff.). Die Evaluation der Versuchsphase für Öffentliche Petitionen ergab, dass jüngere Menschen, abhängig Beschäftigte und Selbständige damit besser erreicht werden, aber die Sozialstruktur der Petenten noch deutlich von der Gesamtbevölkerung abweicht. Die Diskussion in den Webforen war intensiv und überwiegend relevant, wurde jedoch nicht systematisch ausgewertet, um in der Bearbeitung der Petition durch Bundestag und Ministerien berücksichtigt werden zu können. Die Petenten öffentlicher Petitionen erwarten eine gegenüber traditionellen Petitionen bessere Berücksichtigung Ihres Anliegens und wünschen über das Webforum einen direkten Dialog mit der Politik. Beides wird seitens der Politik überwiegend nicht geteilt (Riehm et al. 2009, S. 237). Den größten Effekt haben Online-Petitionen beim Bundestag auf die Stärkung des Instruments, insbesondere durch die damit neu geschaffene Möglichkeit der öffentlichen Diskussion im Internet sowie in ausgewählten Fällen der öffentlichen Beratung eines Anliegens in öffentlichen Ausschusssitzungen (ebd. S. 240). Ursprünglich nur als Mittel für individuelle Anliegen konzipiert, entwickelt sich das Petitionsverfahren somit zu einem Instrument der öffentlichen Meinungsbildung. Jungherr und Jürgens (2010) haben die Inhalte und Mitzeichnungsdaten der öffentlichen Online-Petitionen beim Deutschen Bundestag statistisch ausgewertet, um spezifische Partizipationseffekte offenzulegen. Sie können zeigen, dass die weitaus größte Masse der Mitzeichnungen sich auf wenige populäre Petitionen konzentrieren. Der Anstieg der Mitzeichnungen einer populären Petition zieht jedoch die Zunahme von Mitzeichnungen bei weniger erfolgreichen Petitionen nur wenige Tage später nach sich (ebd. S. 140 ff.). Das Verhalten der Nutzern zwischen Oktober 2008 und Januar 2010 wurde zudem hinsichtlich der Anzahl, des zeitlichen Abstands und der thematischen Streuung ihrer Mitzeichnungen untersucht. Die Auswertung führte zur Charakterisierung von vier Nutzertypen: Neue

Lobbyisten, Hit-and-Run-Aktivisten, Aktivismus-Konsumenten und Einthemen-Akteure. Über 80 % der ca. 480.000 Nutzer sind Einthemen-Akteure, die durch die Zeichnung von nur ein oder zwei Petitionen aus einem Themengebiet gekennzeichnet sind. Der Rest wird dominiert durch Aktivismus-Konsumenten, die mehrere Petitionen aus verschiedenen Themengebieten mitzeichnen. Die anderen beiden Typen sind deutlich unter einem Prozent vertreten (ebd. S. 152 ff.).

### 2.3.5 Online-Dialoge und -Konsultationen

Eine bedeutender werdende Variante der E-Partizipation und besonders der informellen Beteiligung im Rahmen der Stadt- und Regionalplanung und von Bürgerhaushalten sind moderierte Online-Dialoge. Bei einem Online-Dialog wird ein Diskussionsraum im Internet zu vorgegebenen Fragestellungen befristet eingerichtet und ergebnisorientiert moderiert. Die Zahl der Teilnehmer und Beiträge wird nicht begrenzt. Ein System, das derartige Dialoge ermöglicht, ist DEMOS, das Delphi Mediation Online System der TuTech Innovation GmbH. Ein Online-Dialog bei DEMOS läuft in 3 Phasen ab. In Phase 1 werden die wichtigsten thematischen Aspekte erschlossen, in Phase 2 wird die Diskussion vertieft und Lösungsstrategien werden entwickelt und Phase 3 dient der Konsolidierung und Zusammenfassung der Diskussion. In einem Abschlussdokumenten werden die Ergebnisse zusammengefasst.

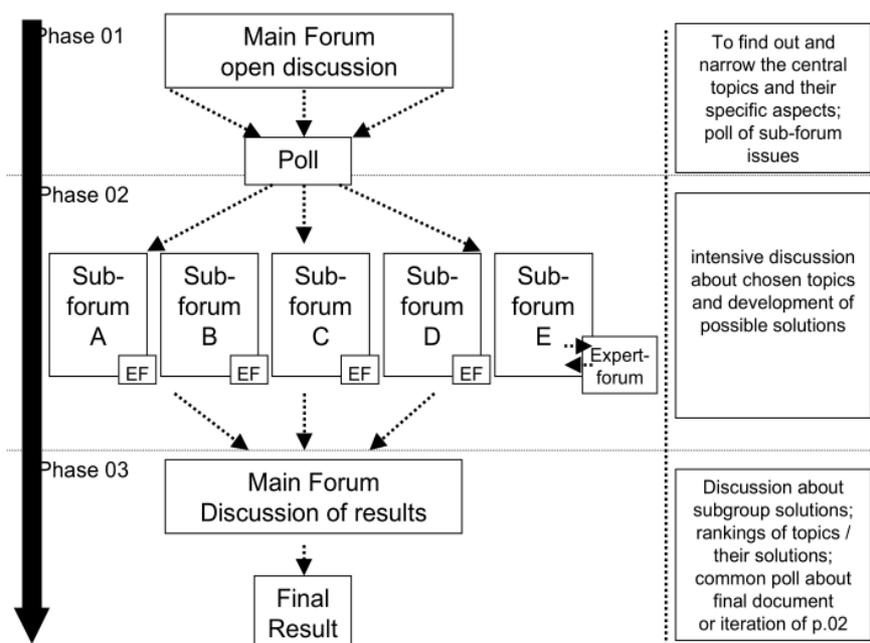


Abbildung 3: Phasenmodell für Online-Konsultationen von DEMOS (DEMOS 2010)

Eine Schlüsselstellung kommt der Moderation zu. Sie unterbindet beleidigende und diskriminierende Beiträge, schreibt Zusammenfassungen, filtert die zentralen Themenfelder und stellt die Auswertungen zusammen. Dadurch erhält der Dialog klare Rahmenbedingungen, die eine ergebnisorientierte Arbeitsweise ermöglichen.

Inhaltlich eignen sich moderierte Online-Dialoge besonders für die Ideenaggregation und zur Strategie- und Leitbildentwicklung. So wurde DEMOS in Hamburg und München für Internetdiskussionen über die Familienfreundlichkeit der beiden Städte eingesetzt (vgl. Lührs/Hohberg 2007). In Hamburg sollten die Wünsche von Familien an ihr örtliches Umfeld ermittelt werden. In München wurde eine neue Leitlinie zur Kinder- und Familienpolitik zur Diskussion gestellt. Die Beteiligung in beiden Städten überstieg die üblichen Größenordnungen konventioneller Veranstaltungen. In Hamburg gab es über 2000 Beiträge von 479, in München über 1500 Beiträge von 321 registrierten Nutzern (ebd. S. 50). Neben Äußerungen zum Status quo der Familienfreundlichkeit konnten zahlreiche Zukunftsbilder, realistische Ideen und Verbesserungsvorschläge gesammelt und erarbeitet werden (ebd. S. 52 f.).

Ein wachsendes Anwendungsfeld für Online-Konsultationen sind Bürgerhaushalte. Sie stellen informelle Verfahren der Bürgerbeteiligung an der Haushaltsplanung einer Kommune dar. Sie sind seit Ende der 90er Jahre in mehr und mehr Kommunen praktiziert worden. Während zu Beginn noch die Information der Bürger im Vordergrund stand, ist die Einbeziehung der Expertise der Bürger durch eine Konsultation inzwischen ein vorrangiges Ziel der Bürgerhaushalte geworden. Hier bieten die medialen Möglichkeiten des Web 2.0 einen wesentlichen Schlüssel (Märker/Wehner 2008, S. 63 ff.). Der Kölner Bürgerhaushalt 2008 beispielsweise beinhaltete eine Plattform, über die Bürger Spar- oder Ausgabevorschläge zu drei Themenbereichen einreichen konnten, die dann durch andere registrierte Nutzer kommentiert und bewertet werden konnten. Die Verwaltung hatte sich zuvor verpflichtet, die je Thema 100 populärsten Vorschläge zu prüfen und über ihre Berücksichtigung zu berichten. Von über 10.000 registrierten Bürgern waren 4.700 Vorschläge, 9.000 Kommentare und 52.000 Bewertungen abgegeben worden. Damit war es eines der erfolgreichsten Verfahren hinsichtlich des Ausmaßes der Beteiligung. Der Erfolg wird u.a. auf die starke Begleitung durch lokale Medien zurückgeführt (ebd. S. 67 f.). Andere Varianten von Bürgerhaushalten verfolgten Hamburg und Freiburg mit Online-Haushaltsrechnern sowie Berlin-Lichtenberg mit einer deutlich medienübergreifenden Strategie (Reiter 2010). Mit Stand Frühjahr 2010 haben 45 Kommunen einen Bürgerhaushalt mit Konsultation praktiziert (Märker/Rieck 2010).

### 2.3.6 Anwendungsfeld Stadt- und Regionalplanung

Auch Raumplanungsverfahren beinhalten umfangreiche Beteiligungen, die einerseits relevante Behörden betreffen, andererseits zunehmend auf die allgemeine Öffentlichkeit und betroffene Bürger zielen. So ist seit 2001 eine Strategische Umweltprüfung (SUP) im Rahmen von Raumordnungsplänen verbindlich vorgesehen (Schulze-Wolf/Menzel 2007, S. 123), die auch die Beteiligung der allgemeinen Öffentlichkeit vorsieht. Auch das Umweltinformationsgesetz (UIG) sieht eine Öffentlichkeitsbeteiligung in Entscheidungsverfahren und ein Zugangsrecht zu Informationen über Vorhaben vor (Köhler/Schulze-Wolf 2007, S. 102 ff.). Neben diesen formal vorgesehenen Beteiligungen spielt auch die informelle Beteiligung, z.B. bei der Entwicklung von Leitbildern und Strategien oder für die Haushaltsplanung, eine immer größere Rolle, um die Akzeptanz von Entscheidungen zu erhöhen und Wissenspotenziale außerhalb der Verwaltung zu nutzen.

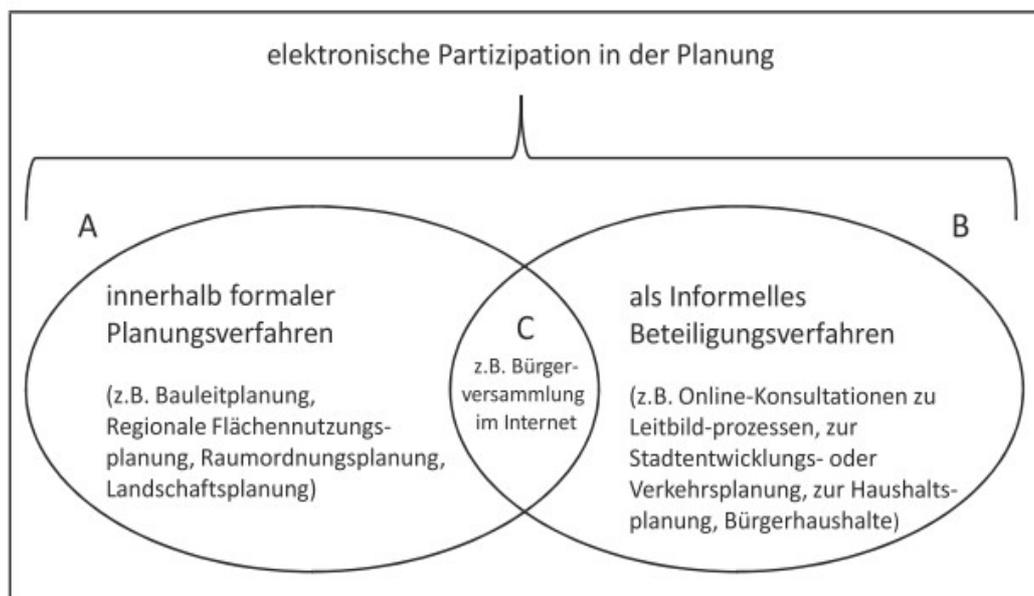


Abbildung 4: Formale (A) und informelle (B) Formen elektronischer Beteiligung und Berührungspunkte (C)

(Märker/ Wehner 2008, S. 86)

Dieser Trend zu breiterer Beteiligung ging einher mit der Etablierung des Internet als Massenmedium und seiner Weiterentwicklung zu einem interaktivem Medium (Web 2.0). So profitieren die besonderen Anforderungen der Planungsverfahren von den inzwischen technisch weit fortgeschrittenen Möglichkeiten des Internet. Kartenmaterial mit Planungsentwürfen, das früher nur als Ausdruck in Ämtern mit begrenzten Öffnungszeiten auslag, kann nun dank hoher Übertragungsbreite zeit- und ortsungebunden online angeboten werden. Interaktive Funktionen ermöglichen die Kommentierung von Textstellen und von Kartenauszügen. Durch personalisierte Zugänge und ausgereifte Abläufe der Software können Nutzer gerichts-feste

Eingaben ausdrucken, die zudem in der Software änderungssicher gespeichert und entsprechenden Text- und Kartenstellen zugeordnet sind (Schulze-Wolf/Menzel 2007, S. 128 ff.). Die während der Beteiligung gesammelten Stellungnahmen können gezielt durchsucht und ausgewertet werden, z.B. durch den Ausdruck einer Synopse (ebd. S. 132 f.).

Märker und Wehner (2008) weisen darauf hin, dass die formalen Beteiligungsgebote nicht automatisch eine breite und effektive Beteiligung nach sich ziehen, da sie relativ spät in den Verfahren vorgesehen sind, wenn viele Weichenstellungen schon getroffen wurden. Vielmehr komme es darauf an, die Beteiligung im Vorfeld bzw. unabhängig von formalen Planungsverfahren gezielt zu organisieren, auch wenn sie gesetzlich nicht vorgeschrieben sei (ebd. S. 3 f.). Entscheidend sei eine gesamtstädtische Strategie, bei der die Politik Beteiligung glaubwürdig vertrete und sich selbst zur Berücksichtigung der Beiträge verpflichte. Letztendlich werde durch die Digitalisierung von Planungsverfahren nicht nur die Online-Beteiligung ermöglicht, sondern auch eine durchgehende und transparente Information und Dokumentation des gesamten Verfahrens. Dies diene auch der Durchlässigkeit des Verfahrens zwischen Online-Angeboten einerseits und Vor-Ort-Veranstaltungen andererseits (ebd. S. 5) .

## 3 Methodische Diskussion

### 3.1 Zukunftsforschung

Das Forschungsinteresse gilt der Erkundung ungenutzter Potenziale von Medien bei der Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren. Die Forschungsfragen lenken damit den Blick auf die Möglichkeiten und Grenzen in der Gegenwart. Dadurch bleiben Hypothesen und Empirie leicht darin gefangen, was jetzt möglich erscheint und was daran gemessen als Defizit erkennbar ist. Visionen über neue Entwicklungen werden so ausgeblendet. Erst ein bewusster Blick in die Zukunft lässt Annahmen und Entwicklungen zu, die für die Gegenwart als technisch oder gesellschaftlich noch als ausgeschlossen gelten.

Daher soll das hier skizzierte Forschungsfeld mit Mitteln der Zukunftsforschung erarbeitet werden. Nach Grunwald (2009, S. 26) ist Zukunftsforschung „keine Gegenwart einer zukünftigen Zeit, sondern Teil der je heutigen Gegenwart [...] Zukunftsforschung ist daher keine Wissenschaft von „der“ Zukunft, sondern von ihren je gegenwärtigen Konstruktionen. Zusammengefasst: Zukunftsforschung erforscht nicht zukünftige Gegenwarten, sondern die Bilder, die wir uns heute von ihnen machen. Zukunftsforschung erforscht bestimmte Aspekte der Gegenwart.“

Eine pessimistische Perspektive auf die Defizite der Gegenwart kann so in eine optimistische Perspektive auf das Denkbare der Zukunft gewendet werden.

Die Zukunftsforschung kann auf zwei Ebenen Beiträge zu einer Problemstellung liefern: Sie kann zum einen Vorhersagen über einen wahrscheinlichen Zustand in der Zukunft zum Zeitpunkt x treffen. Zum anderen kann sie Hinweise zur Gestaltung der Zukunft geben, um einen wünschbaren Zustand zum Zeitpunkt X zu erreichen oder ein denkbares Risiko zu vermeiden. Schüll (2009, S. 224 ff.) unterscheidet zwischen zwei sich ergänzenden Ebenen der Zukunftsforschung. Sie bildet einerseits die Grundlage für die Weiterentwicklung der Gegenwart, indem sie die Ziele liefert, an denen sich Maßnahmen in der Gegenwart orientieren können (normative Zukunftsforschung). Andererseits werden Erkenntnisse über bisher wenig bekannte Phänomene und Zusammenhänge angestrebt, die sich in der Zukunft abzeichnen könnten (explorative Zukunftsforschung).

Bezogen auf das hier betrachtete Forschungsinteresse bedeutet dies:

Wie werden Medienangebote der Zukunft die direktdemokratischen Verfahren der Zukunft erfolgreich qualifizieren? Was sind daraus abgeleitet die Erfolgskriterien für die Weiterentwicklung gegenwärtiger Medienangebote in gegenwärtigen direktdemokratischen

Verfahren ?

Die Zukunftsforschung bietet wenige etablierte Methoden, die jedoch eine beträchtliche Variantenvielfalt umfassen. Zu ihnen zählen die Szenariomethode, die Delphi-Befragung, die Zukunftswerkstatt sowie die partizipative Fallstudie.

Die Szenariomethode dient dazu, Optionen und Alternativen einer zukünftigen Entwicklung zu beschreiben. Damit geht sie über die reine Prognose hinaus, die eine bestimmte Entwicklung in den Vordergrund stellt. Anhand von Szenarien können Entscheidungspunkte identifiziert und Handlungsmöglichkeiten erarbeitet werden. Kennzeichnend in typischer Weise für Szenarien sind eine qualitative, umfassende Darstellung einer Situation in der Zukunft einerseits und die Beschreibung der Entwicklungswege hin zu dieser Situation andererseits. In der Theorie werden zahlreiche Typen von Szenarien beschrieben, die verschiedenen Zielen dienen ( vgl. Steinmüller 1997, S. 50 ff.). Ein häufiges Anwendungsfeld von Szenarien ist die strategische Entscheidungsvorbereitung in Unternehmen und anderen Organisationen (vgl. Mietzner 2009 ; Lünemann 2010). Andere Anwendungen sind die Technikvorausschau und die Politikberatung (vgl. Steinmüller 1997 ; Leney et al. 2004 ; Reindl 2010). Einen generellen, idealtypischen Szenarioprozess mit 5 Phasen haben Kosow und Gaßner (2008) aufgestellt: Szenariofeld-Bestimmung, Schlüsselfaktor-Identifikation, Schlüsselfaktor-Analyse, Szenario-Generierung und Szenario-Transfer.

Die Zukunftswerkstatt ist eine partizipative Methode für Gruppen von bis zu 25 Teilnehmenden. Sie geht auf eine Idee von Robert Jungk zurück, der damit eine Methode der Erwachsenenbildung schuf, die Bürgerbeteiligung herstellen und zur Demokratisierung beitragen soll. Bedeutsam im Rahmen der Zukunftsforschung ist die Zukunftswerkstatt als experimentelle Methode zur „Entwicklung alternativer Zukünfte“ (Koch 2005) und als „Partizipationsmethode zur Problem- und Entscheidungsfindung sowie bei der Umsetzung von Vorhaben“ (ebd.). Drei Phasen sind kennzeichnend für Zukunftswerkstätten unabhängig von Thema und spezifischer Zielsetzung :

1. Kritik und Katharsis
2. Utopie und Phantasie
3. Strategie und Umsetzung

Die Teilnehmenden werden mit Hilfe eines Moderators darin unterstützt, Ideen, Probleme und Vorstellungen zu formulieren. Die Methode dient letztendlich dazu, neue kreative Lösungen für gemeinsam erkannte Probleme zu finden.

Die partizipative Fallstudie nach Popp (2009) legt den Schwerpunkt auf die wissenschaftliche Begleitung von zukunftsbezogenen Diskursen, die Planungen und Innovationen in einem

sozialen Feld gestalten. Sie ist eine Methode für die Analyse „komplexer, multifaktorieller und dynamisch-flexibler sich verändernder sozialer Handlungs- und Praxiszusammenhänge“ (Popp 2009, S. 132). Im Gegensatz zu Forschungsdesigns, die verallgemeinerbare Aussage durch die Kontrolle der Variablen (Variablenmanipulation) erreichen möchten, geht die partizipative Fallstudie variablenkonfigurativ vor. Der Prozess ist in dem Sinne partizipativ, dass die Forschenden eine teilnehmend-verändernde Rolle einnehmen. Sie sind Teil eines Dialogs zwischen den zukunftsfor schenden der Wissenschaft und den Akteuren eines Praxissystems, für das Zukunft erforscht bzw. gestaltet werden soll. Popp beschreibt für den Ablauf der partizipativen, zukunftsorientierten Fallstudie einen iterativen Prozess, bestehend aus folgenden Phasen:

1. Erhebung, kritisch-reflexive Analyse und Definition des IST-Standes
2. Kritisch-reflexive Analyse und Definition des SOLL-Standes
3. Realisierungsplanung
4. Prozess- und Produktevaluation

(ebd., S. 138 ff.)

Die Delphi-Befragung ist eine subjektiv-intuitive Methode der Vorausschau. Sie wird für Sachverhalte eingesetzt, über die nur unsicheres oder unvollständiges Wissen existiert. Dies ist bei zukunftsbezogenen Forschungsprozessen in der Regel der Fall. Für die Einschätzungen über die Sachverhalte werden Experten nach wissenschaftlichen Kriterien ausgewählt und in mehreren Runden befragt. Nach der ersten Runde werden die Antworten allen Teilnehmenden anonymisiert gespiegelt. Sie ist damit eine strukturierte Gruppenbefragung mit anonymen Feedback und verhindert so störende Einflüsse, die z.B. in Gruppendiskussionen auftauchen. Klassischerweise werden Delphi-Befragungen als eine Methode zur Untersuchung großer Samples (vgl. Cuhls 2009, S. 208) angesehen, die quantitativ ausgewertet werden. Darüber hinaus hat sich jedoch eine große methodische Variantenvielfalt herausgebildet. Häder (2009) beschreibt vier Typen von Delphi-Befragungen : zur (1) Ideenaggregation, zur (2) näheren Bestimmung oder möglichst exakten Vorhersage eines unsicheren Sachverhaltes, zur (3) Ermittlung und Qualifikation von Expertenmeinungen über einen diffusen Sachverhalt sowie zur (4) Konsensbildung unter den Teilnehmenden (ebd. S. 36).

Dieses Forschungsvorhaben zielt auf Potenziale von Medienangeboten für die Qualifizierung der Direkten Demokratie in Deutschland. Grundsätzliche Entwicklungslinien und Zukunftsbilder sollen erarbeitet werden. Dies ist maßgeblich für die Wahl der Methode.

Die Zukunftswerkstatt ist deutlich praxisnäher und dient der konkreten Problem- und Entscheidungsfindung. Sie scheidet daher als Methode für die hier betrachteten

Forschungsfragen einer langfristigen Perspektive aus. Die partizipative Fallstudie wird ebenfalls als Methode für die vorliegenden Forschungsaufgaben nicht weiter verfolgt. Sie bezieht sich auf ein eingrenzbare Praxissystem mit einem definierbaren Kreis von Akteuren. Dies ist bei Direkter Demokratie und Medien als grundlegende, gesamtgesellschaftliche Phänome nicht gegeben. Die Delphibefragung ist in der Ausprägung als Ideenaggregation eine prinzipiell geeignete Option, um Zukunftsbilder zu erhalten. Der Versuch ihrer Realisierung im vorliegenden Forschungsvorhaben war für die potenziell Mitwirkenden jedoch mit großen Hürden (zeitlicher und fachlicher Aufwand, fehlende Bekanntheit des Forschenden für das Thema, unklarer Transfer der Ergebnisse) verbunden, so dass keine ausreichenden Daten auf diesem Wege erhoben werden konnten. Lediglich einer der 25 angefragten Fachleute hat eine ausführliche Antwort eingereicht (vgl. Scheuch 2011, s. Anhang). Zudem hätten die vermutlich sehr heterogenen Beiträge der Befragten noch mittels eines noch zu erstellenden Bezugsrahmens ausgewertet und systematisiert werden müssen, um konkrete Erfolgskriterien für die Medienangebote ableiten zu können. Damit wäre die Delphi-Befragung als solche ohnehin nur komplementär zu weiteren methodischen Ansätzen sinnvoll einsetzbar gewesen.

Stattdessen wird nun der Schwerpunkt auf die Entwicklung eines Bezugsrahmens für die Generierung medialer Innovationsideen und für die Herleitung von Erfolgskriterien im Sinne des Forschungsinteresses gelegt. Dieser Ansatz wird im Rahmen einer Szenarioanalyse umgesetzt. Diese ist zudem geeignet, um Zukunftsbilder und mögliche Entwicklungslinien anhand relevanter Schlüsselfaktoren zu beschreiben, die die verschiedenen Perspektiven des Forschungsinteresses beleuchten.

### **3.2 Ausrichtung der Szenarioanalyse**

Die Breite der Anwendungskontexte und methodischen Schwerpunkte der Szenariomethode beinhaltet auch, dass Szenarios je nach Ausrichtung verschiedene Funktionen erfüllen können. Kosow und Gaßner (2008, S. 14 ff.) beschreiben vier Funktionen:

- Eine explorative bzw. Wissensfunktion über heutige und mögliche künftige Entwicklungen, Zustände und Einflüsse sowie über die Grenzen des Wissens darüber ;
- Eine Kommunikationsfunktion, indem während der Erarbeitung der Szenarios ein Gruppendiskurs systematisiert und fokussiert und indem mit den Ergebnissen Themen anschaulich kommuniziert werden können ;
- Eine Zielbildungsfunktion, die Ziele und Wunschbilder entwickeln, konkretisieren und reflektieren hilft ;

- Eine Entscheidungsfindungs- und Strategiebildungsfunktion, mit der für eine Planung Handlungsoptionen und Indikatoren erarbeitet und Bewertungsmaßstäbe für Strategien und Maßnahmen geliefert werden.

Im Rahmen des vorliegenden Forschungsvorhabens dient die Szenarioanalyse zum einen der Systematisierung und Veranschaulichung des Themenfeldes "Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren", um darüber zielgerichteter in Fachgemeinschaften und Medienunternehmen kommunizieren zu können (Kommunikationsfunktion). Zum anderen sollen die Szenarios einen Bezugsrahmen für innovative Entwicklungen von Medienangeboten zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren aufspannen, d.h. sie bereiten Entscheidungen in Innovationsprozessen vor (Entscheidungsfindungsfunktion).

Der prinzipielle konzeptionelle Ansatz einer Szenarioanalyse wird in der Fachliteratur häufig mit Hilfe eines Trichtermodells veranschaulicht, das vermutlich auf v. Reibnitz (1981) zurückgeht (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 13)

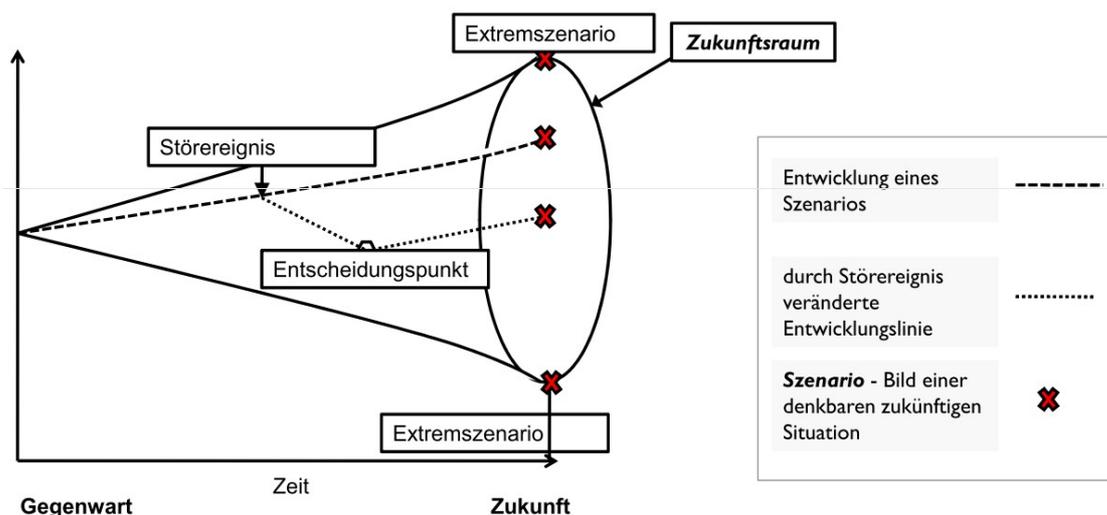


Abbildung 5: Szenario-Trichtermodell  
(Creutz et al. 2009, S. 8)

Die Gegenwart bildet die Wurzel des Trichters, die Schnittfläche steht für einen Raum möglicher Zukünfte zu einem bestimmten Zeitpunkt (Zukunftsraum). Betrachtet man nun ein Szenario, so erhält man zunächst nur eine Linie. Durch abweichende Vorannahmen oder mögliche Störereignisse kann das Szenario aber auch einen anderen, alternativen oder gebrochenen, Verlauf nehmen, der in einem Entscheidungspunkt wieder beeinflusst werden kann. Extremszenarien markieren die Ränder des aufgespannten Zukunftsraumes.

Die Inhalte der Szenarien einer Szenarioanalyse werden durch das Szenariofeld bestimmt. Dieses spiegelt den fachlichen bzw. thematischen Kontext und das Forschungsinteresse wider. Szenarien werden innerhalb des Szenariofeldes über mehrere Schlüsselfaktoren bestimmt und

beschrieben. Jeder dieser Faktoren kann sich in verschiedene Richtungen entwickeln. Über die Zeit betrachtet spannen daher die Ausprägungen der Faktoren mit ihren möglichen Verläufen jeweils eigene Trichter auf.

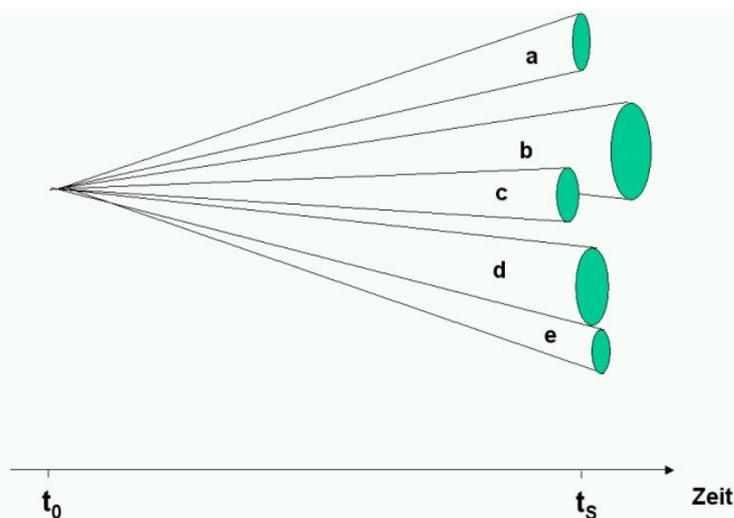


Abbildung 6: Trichter möglicher Entwicklungen separat betrachteter Schlüsselfaktoren

(Kosow/Gaßner 2008, S. 12)

Alle möglichen bzw. betrachteten Verläufe der Ausprägungen aller relevanten Faktoren spannen somit einen Raum möglicher Zukünfte auf. Je weiter der betrachtete Zukunftsraum in der Zukunft liegt, desto größer wird die Bandbreite der möglichen Faktorenausprägungen und somit auch der Möglichkeitsraum des Szenariofeldes. Zur Generierung einzelner Szenarios werden ausgewählte Ausprägungsverläufe der Schlüsselfaktoren gebündelt und zueinander in Beziehung gesetzt. Dies bildet die Basis für ein konsistentes Zukunftsbild, das durch die Ausformulierung der Szenarien veranschaulicht wird (vgl. Kosow/Gaßner, S. 12 f.).

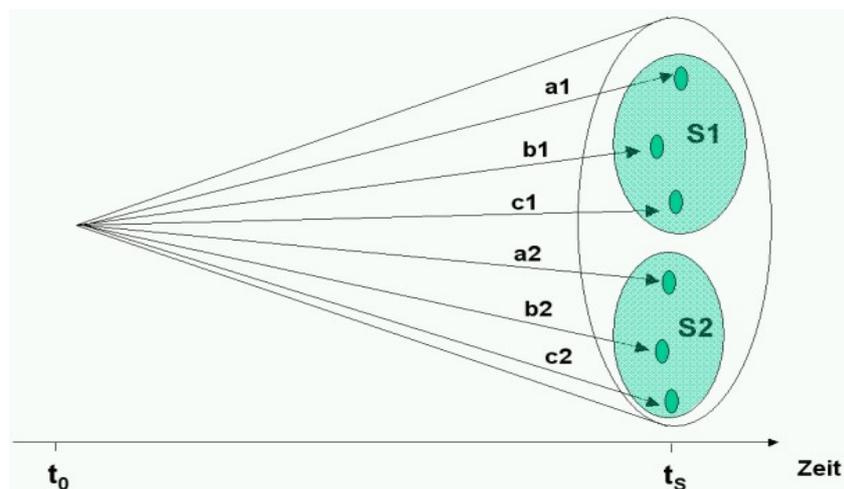


Abbildung 7: Generierung von Zukunftsbildern durch Bündelung der Schlüsselfaktoren mit jeweils einem möglichen Ausprägungsverlauf

(Kosow/Gaßner 2008, S. 13)

Die Bestimmung des Szenariofeldes, die Identifikation und Analyse von Schlüsselfaktoren, die Bündelung von Ausprägungen und die Generierung der Szenarien stellen somit konstituierende Schritte der Szenarioanalyse dar, die im nachfolgenden Abschnitt 3.3 für das vorliegende Forschungsinteresse nachvollzogen werden.

Beim Aufspannen des Zukunftsraumes sind zwei prinzipielle Vorgehensweisen denkbar. Bei einem **explorativen** Ansatz werden zunächst die möglichen bzw. wahrscheinlichen Entwicklungen relevanter Schlüsselfaktoren betrachtet. Aus ihnen werden anschließend alternative Szenarios abgeleitet, die zu verschiedenen Zukunftsbildern unabhängig von ihrer Wünschbarkeit führen. Bei einem **normativen** Ansatz hingegen wird von einem gewünschten oder vorgegebenen Zukunftsbild ausgegangen. Szenarien werden im Hinblick auf die Realisierung dieses Zukunftsbildes entwickelt (ebd. S. 23 f.). Das vorliegende Vorhaben beinhaltet Elemente beider Ansätze. Mit der Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch Medienangebote ist die Zielsetzung vorgegeben und es wird somit ein normatives Vorgehen deutlich. Andererseits soll damit auf der Realisierungsebene der Raum für verschiedene Innovationen geöffnet werden, ohne dass ein bestimmtes Medienangebot vorgegeben wäre. Auf dieser Innovationsebene kann daher ein explorativer Ansatz festgestellt werden.

Eine andere Kategorisierung von Szenarioansätzen bezieht sich primär auf die Art der Informationen mit denen Szenarios generiert bzw. beschrieben werden. Szenarios mit einem **quantitativen** Ansatz verwenden statistische Daten (Demografie, Wirtschaft, Klima etc.), sind eher kurz- bis mittelfristig orientiert und weisen einen eher hohen Formalisierungsgrad auf. Mit einem **qualitativen** Ansatz werden eher weiche Faktoren verwendet, die weniger exakt definiert werden müssen und in der Politik und Kultur oder auch der Organisationsentwicklung relevant sind. Dabei wird ein mittel- bis langfristiger Zeitraum betrachtet und der Formalisierungsgrad ist eher niedrig (ebd. S. 25 f.). Die Herleitung von Erfolgskriterien für Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren ist zunächst vor allem eine qualitative Aufgabe. Daher wird hierfür auch ein dominanter qualitativer Ansatz gewählt. Quantitative Elemente können in Teilbereichen als Ergänzung sinnvoll sein, z.B. bei der Wirkungsanalyse und der Gewichtung von Faktoren.

Die konkrete Entwicklung der Szenarios erfolgt mit Hilfe geeigneter Szenariotechniken. Kosow und Gaßner (2008) unterscheiden drei idealtypische Gruppen von Szenariotechniken: Die trendbasierten, die systematisch-formalisierten und die kreativ-narrativ Szenariotechniken. Diese schematische Differenzierung löse sich in der Praxis jedoch häufig auf und es kämen Techniken in Übergangsbereichen und in hybrider Form zum Einsatz (ebd. S. 32 ff. und S. 56)

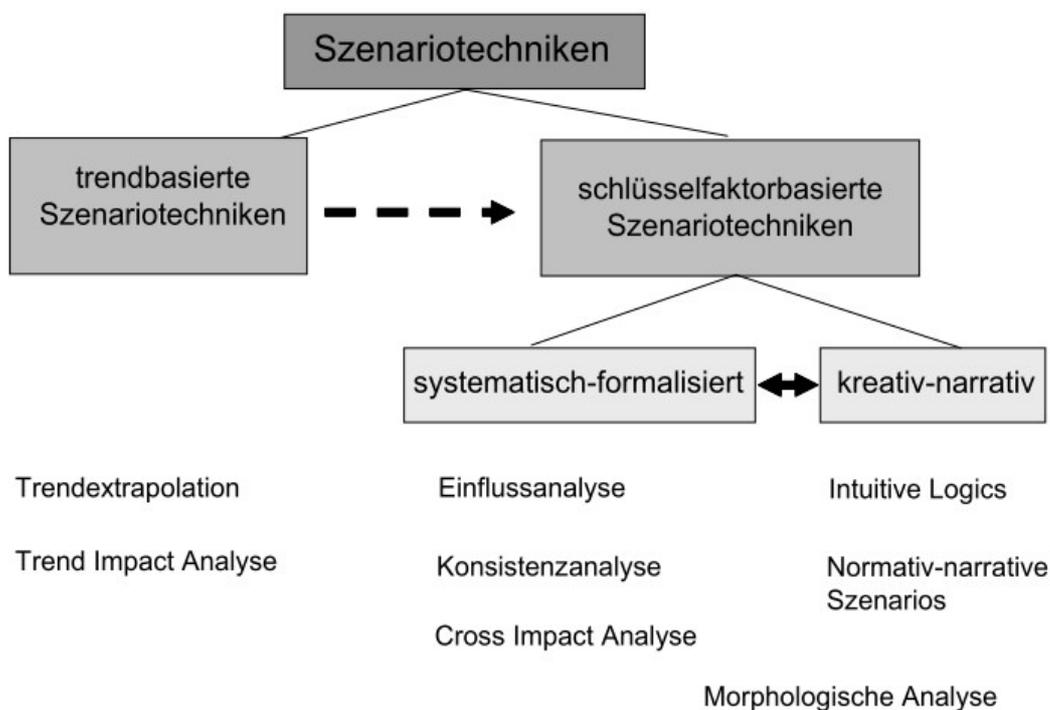


Abbildung 8: Übersicht der idealtypischen Szenariotechniken  
(Kosow/Gaßner 2008, S. 56)

Für das vorliegende Vorhaben wird die morphologische Analyse gewählt (s. Abschnitt 3.3), die im Übergangsbereich zwischen systematisch-formalisierter und kreativ-narrativer Herangehensweise angesiedelt ist. Sie erscheint als Technik am ehesten geeignet, um vorrangig qualitative Schlüsselfaktoren eines bisher weitgehend unbeachteten Forschungsinteresses systematisch auszuwählen und andererseits Ausprägungen in intuitiver Weise so zu verknüpfen, dass daraus kreative Szenarien mit Innovationsansätzen entstehen können.

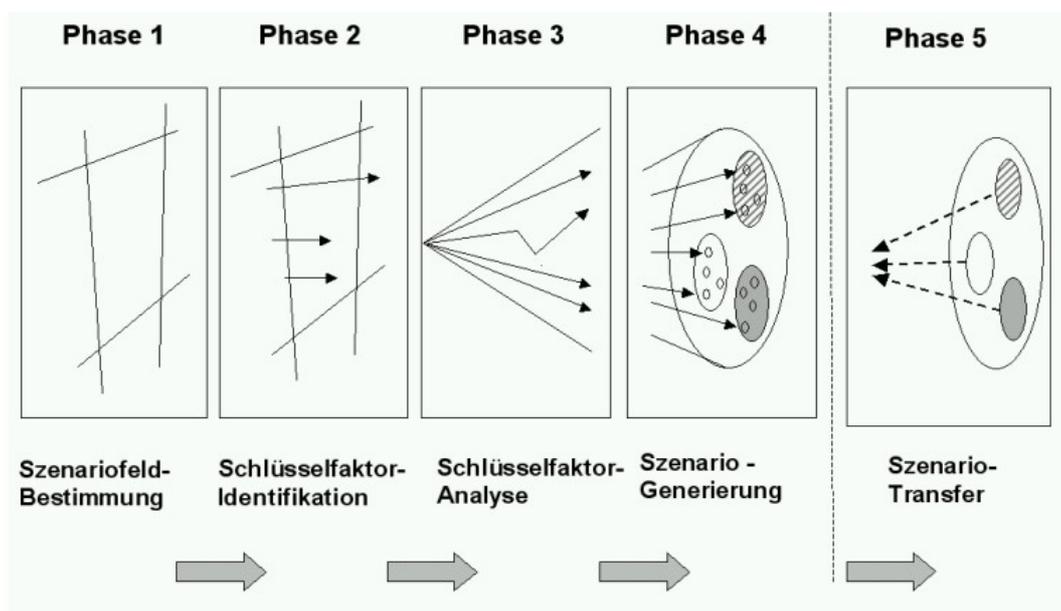
Szenarioanalysen werden zudem durch ihre zeitliche, geographische und thematische Reichweite gekennzeichnet. Für das Vorhaben wird eine zeitliche Reichweite bis zum Jahr 2030 gewählt. Geographisch ist als Kontext die Situation in Deutschland vorgegeben. Die thematische Reichweite wird durch das vorgegebene Forschungsgebiet bestimmt (s. Kapitel 1) und durch konkrete Fragestellungen des Forschungsinteresses näher eingegrenzt.

Im Folgenden werden die spezifischen Merkmale der Szenarioanalyse des vorliegenden Vorhabens im Überblick tabellarisch zusammengefasst.

<b>Kategorie</b>	<b>Ausprägung in der vorliegenden Szenarioanalyse</b>
Thematische Reichweite	Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren
Funktion	Kommunikation und Entscheidungsfindung
Grundhaltung	kombiniert: normativ und explorativ
Art der verarbeiteten Informationen	qualitativ
Verwendete Szenariotechnik	Morphologische Analyse
Geographische Reichweite	Deutschland
Zeitliche Reichweite	2030

*Tabelle 2: Merkmale der Szenarioanalyse im Forschungsvorhaben (eigene Darstellung)*

Das oben skizzierte Vorgehen entspricht dem generellen, von Kosow und Gaßner (2008, S. 19 ff.) beschriebenen Szenarioprozess. Abbildung 9 illustriert Inhalt und Reihenfolge der fünf Phasen.



*Abbildung 9: Der generelle Szenarioprozess in fünf Phasen (Kosow/Gaßner 2008, S. 20)*

Dieses Phasenmodell ist auch das Muster für die im folgenden Abschnitt dargestellte konkrete Ausgestaltung der Szenarioanalyse.

### 3.3 Ausgestaltung der Phasen

In der **Phase eins**, der **Bestimmung des Szenariofeldes**, werden die thematischen Grenzen und Schwerpunkte des Forschungsgegenstandes abgesteckt. Dabei wird auch festgelegt, ob eher interne Faktoren (z.B. einer Organisation), eher Umfeldeinflüsse (z.B. gesellschaftliche Trends) oder eher Wechselbeziehungen zwischen beiden betrachtet werden (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 20 f.). Dafür werden für das vorliegende Forschungsinteresse die Gegenstände *direktdemokratische Verfahren* und *Medienangebote* für den Kontext dieses Forschungsvorhabens näher definiert. Für beide Gegenstände werden zudem jeweils eine Rahmenthese formuliert, die die angenommene prinzipielle Ausgangslage hinsichtlich der Direkten Demokratie und hinsichtlich der medialen Infrastruktur und Kompetenz im Jahr 2030 skizzieren. Die nähere Festlegung und Begründung der räumlichen und zeitlichen Reichweiten der Szenarioanalyse ist ebenfalls Teil der ersten Phase.

Die **Phase zwei** dient der **Identifikation der Schlüsselfaktoren** und führt zu einer detaillierten Analyse des Szenariofeldes. Es werden die relevanten Dimensionen, Parameter und Entwicklungen ausgewählt, die im Szenarioprozess im Einzelnen beleuchtet werden (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 21). Hierzu wird zwischen Zielfaktoren und Gestaltungsfaktoren differenziert. Die Zielfaktoren kennzeichnen die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch ein Medienangebot, also den normativen Anspruch der Szenarioanalyse. Die Zielfaktoren werden dazu aus den Qualifizierungsmerkmalen für Direkte Demokratie bzw. Bürgerbeteiligungsverfahren abgeleitet. Die Gestaltungsfaktoren dienen der Aufspreizung des Gegenstands *Medienangebote* in seine bestimmenden Merkmale, die für eine Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren genutzt werden könnten. Dies geschieht hier mittels einer theoretisch-analytischen Betrachtung des Begriffes sowie einer Synthese verschiedener Kategorisierungen der Merkmale von Medienschemata und ähnlicher Konzepte aus der Fachliteratur. Mittels einer Wirkungsanalyse wird aus den Ziel- und Gestaltungsfaktoren eine Auswahl von Schlüsselfaktoren ausgewählt, die als besonders prägend für die Szenarioentwicklung angesehen werden. Eine dritte Dimension von Schlüsselfaktoren wird in Form soziotechnischer Paradigmen benannt. Diese dienen als sogenannte treibende Faktoren zur Profilierung der Szenarien.

Die anschließende **Phase drei** dient der **Analyse** der zuvor ausgewählten **Schlüsselfaktoren**, die für den Szenarioprozess bestimmend sind. Die Analyse besteht aus der Aufspreizung des Zukunftstrichters durch die Bestimmung der verschiedenen möglichen Ausprägungen der Faktoren (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 21). Für diesen Schritt stehen mehrere Methoden zur Auswahl, die auf verschiedenen Anwendungskontexten ausgerichtet sind. In diesem Fall wird die morphologische Analyse gewählt. Sie ist als weiche Methode für nicht quantifizierbare

Faktoren konzipiert, die insbesondere bei soziotechnischen Fragestellungen relevant sind (ebd. S. 49 ff.). Eine entsprechende Ausgangslage ist bei der Betrachtung von Medienangeboten zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren gegeben. Bei der morphologischen Analyse werden die Schlüsselfaktoren als Komponenten eines morphologischen Feldes betrachtet. Dieses besteht aus einer Matrix, in der auf den Zeilen die Schlüsselfaktoren aufgetragen werden. Mögliche Ausprägungen der Schlüsselfaktoren werden jeweils zeilenweise in die Felder der Matrix eingetragen. Die Schlüsselfaktoren bilden die *Komponenten* des morphologischen Feldes und die Ausprägungen dieser Komponenten gelten als *Hypothesen* oder *Konfigurationen*.

Komponenten	Ausprägungen / Hypothesen / Konfigurationen			
	1	2	3	4
<b>Schlüsselfaktor A</b>	A1	A2	A3	A4
<b>Schlüsselfaktor B</b>	B1	B2	B3	B4
<b>Schlüsselfaktor C</b>	C1	C2	C3	C4
<b>Schlüsselfaktor D</b>	D1	D2	D3	D4

Tabelle 3: Prinzipieller Aufbau eines morphologischen Feldes  
(in Anlehnung an Kosow/Gaßner 2008, S. 50)

Für das vorliegende Vorhaben werden zwei morphologische Felder erstellt, die später in der Szenario-Generierung kombiniert werden. Ein morphologisches Feld analysiert die Zielfaktoren, also die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch ein Medienangebot. Es werden Ausprägungen benannt, die verschiedene Grade von Qualifizierungen direktdemokratischer Verfahren durch ein Medienangebot darstellen. Das zweite morphologische Feld analysiert die Merkmale von Mediennutzungen und ihre möglichen Konfigurationen. Die dritte Dimension, die treibenden Faktoren, wird nicht über ein morphologisches Feld beschrieben. Die soziotechnischen Paradigmen werden anhand populärer Beiträge bekannter Akteure oder Wissenschaftler analysiert. Daraus werden die treibenden Faktoren in Form pointierter Hypothesen über das Paradigma im Jahr 2030 abgeleitet. Zusammen bilden diese drei Analyseschritte eine systematisierte Ausgangsbasis für die Generierung der Szenarios.

In **Phase vier** erfolgt die eigentliche **Szenariogenerierung**. Das konkrete Vorgehen knüpft dabei an die bereits für die Faktorenanalyse gewählte Analysetechnik an. Zu jeder Komponente des morphologischen Feldes wird eine Ausprägung ausgewählt und die Ausprägungen werden miteinander kombiniert. Abbildung 10 zeigt beispielhaft eine morphologische Matrix für den Entwurf eines Kriminalromans. Die gewählten Ausprägungen werden mit einem Linienzug verbunden und so sichtbar gemacht.

Durch Kombination einzelner Ausprägungen der Parameter entstehen neue Lösungen.

Parameter	Ausprägung der Parameter (=Ideen)								
Titelheld	Journalist	Kommissar	reicher Playboy	Sportler	Gangster	Oberst a.D.	Student	Filmstar	Gastarbeiter
Ermörderter	Reiche Wittwe	Showmaster	Stadtrat	Teures Rennpferd	Minister	Penner	Spion	7 Monate altes Baby	Prostituierte
Todesursache	erschrecken	erschließen	erdolchen	nicht feststellbar	Selbstmord (erzwungen)	von Klippe gestürzt	Gift	gespielter Unfall	Erwürgen
Ort der Handlung	London im Nebel	Pariser Nachtclub	Altersheim	Golfplatz	Hawaii	Fußballstadion	Frankfurter Börse	Urwald	kommun. Land
Mörder	Erbe	Gärtner	Kurdirektor	Bezahle Killer	Pfarrer	Panzerknacker AG	Konfirmandin	Mafia-Boss	Bankrotter Fabrikant
Motiv	Geldgier	Ermörderter hatte Pickel	Neugier	Gewohnheit	Erotischer Trieb	aus versehen	Vergeltung	Mitwisser beseitigen	in Trunkenheit
Aufklärungsgrund	Zufall	Kriminalbeamter (Indizien)	glasklare Logik	Selbstanzeige	nie aufgeklärt	Spuren im Schnee	geheimes Schriftstück	CIA	Traumerscheinung
Happy-End	Titelheld heiratet Millionengirl	örtlicher Handballclub wird Meister	feindliche Brüder versöhnen sich	Leiche war nur Scheintot	Großvaters Erfindung gelingt	großes unerwartetes Erbe aus Amerika	alter Schatz entdeckt	gelähmter Held kann wieder gehen	herrenlose Katze bleibt bei Tante Elli

↓

Lösungskonzept

Abbildung 10: Morphologische Analyse für den Entwurf eines Kriminalromans (VOREST 2011)

Entsprechend wird für die Szenarioanalyse für jeden Schlüsselfaktor eine Ausprägung gewählt und mit den gewählten Ausprägungen der anderen Schlüsselfaktoren zu Ausprägungsbündeln verbunden. Aus diesen Ausprägungsbündeln werden Szenarios verdichtet und ausgearbeitet (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 21 f.). Diese Auswahl von Kombinationen kann intuitiv oder systematisch durch Reduktionsverfahren (exclusions und preferences) vorgenommen werden (S. 50). Für komplexe Szenarios können auch mehrere morphologische Felder zu Grunde gelegt werden, die zueinander in Beziehung gesetzt werden (ebd. S. 50 f.). Für den vorliegenden Szenariogegenstand wird diese Variante relevant, indem zwischen Zielfaktoren (Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch ein Medienangebot) und Gestaltungsfaktoren (relevante Merkmale von Mediennutzungen) differenziert wird. Die Auswahl von Konfigurationen für die Zielfaktoren erfolgt im Hinblick auf ein oder zwei ausgewählte soziotechnische Paradigmen für jedes Szenario. Die soziotechnischen Paradigmen verleihen den Szenarien einen jeweils prägenden Impuls, der eine überzeichnete, aber im Kern plausible Zukunftsentwicklung vorzeichnet. Auf dieser Basis wird für jedes Szenario jeweils ein Persona beschrieben, der Hauptakteur des Nutzungsszenarios ist, in dem sich das jeweilige soziotechnische Paradigma widerspiegelt. Intuitiv abgeleitete Konfigurationen von Gestaltungsfaktoren liefern die Nutzungsszenarien mit fiktiven Medienangeboten. Die Nutzungsszenarien bilden die Sicht des

jeweiligen Persona ab und entwickeln in narrativer Form einen lebensnahen und anschaulichen Handlungskontext. Dieser Ansatz dient auch dazu, die Plausibilität einzelner Szenarios unter Praxisgesichtspunkten zu prüfen.

In der **letzten Phase** einer Szenarioanalyse, dem **Szenariotransfer**, werden die Szenarios in einen Anwendungskontext übertragen. Dies können beispielsweise Wirkungs-, Akteurs- oder sektorale Analysen sein oder Kommunikationsmaßnahmen in einer Organisation oder gegenüber der Öffentlichkeit (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 58). In der hier durchgeführten Szenarioanalyse wird statt einer konkreten Anwendung eine inhaltliche Synthese der Szenarien erstellt. Die in den Szenarien entworfenen Ideen für Medienangebote werden extrahiert, als Medienschemata definiert, und in ihrer möglichen Verwendung den verschiedenen Phasen direktdemokratischer Verfahren zugeordnet. In einem weiteren Schritt werden Erfolgskriterien abgeleitet, die förderlich für Medienangebote sind, die direktdemokratische Verfahren qualifizieren. Die weitere Verwendung des mit dem Szenariofeld aufgespannten Bezugsrahmens und der in den Szenarien enthaltenen Ideen wird im Abschlusskapitel zusammen mit weiterführenden Fragen diskutiert. Ein spezifischer Szenariotransfer als solches ist nicht mehr Teil dieser Arbeit. Es werden lediglich die verschiedenen Transferpotenziale im Sinne eines Ausblicks diskutiert.

Weitere methodische Überlegungen zu den einzelnen Phasen der Szenarioanalyse werden ggf. in den jeweiligen nachfolgenden Kapiteln ausgeführt.



## 4 Bestimmung des Szenariofeldes

Die Szenarioanalyse benötigt einen Rahmen, der kennzeichnet, welche Themen und Randbedingungen einbezogen werden und welche außer Acht gelassen werden. Durch entsprechende Definitionen und Festlegungen wird die Fokussierung der Szenarien auf das eigentliche Forschungsinteresse unterstützt. Inhalt und Grenzen des Szenariofeldes legen zudem die Basis für die Auswahl der Schlüsselfaktoren. Aus dem Forschungsinteresse ist ersichtlich, dass zwei Bereiche für das Szenariofeld prägend sind: Direktdemokratische Verfahren und Medienangebote. Beide Komponenten werden in den Abschnitten 4.1 bzw. 4.2 definiert und erörtert. Zuvor sollen jedoch zwei Randbedingungen bestimmt werden: die räumliche und die zeitliche Reichweite der Szenarioanalyse.

In geographischer Hinsicht wird die Szenarioanalyse auf die **Situation in Deutschland** ausgerichtet. Da der Verfasser ausschließlich in Deutschland sozialisiert ist, sieht er sich nicht in der Position, die Bedingungen anderer Staaten zu beurteilen und zur Grundlage für innovative Ideen bei der Szenariogenerierung zu machen. Elemente der Direkten Demokratie haben jeweils eigene Traditionen und Ausprägungen in verschiedenen Staaten entwickelt. Deutschland bietet mit seiner ausgeprägten föderalen Struktur eine besonders vielfältige Landschaft für politische Partizipation und entsprechende Entscheidungsprozesse. Dies soll in den Szenarien zum Ausdruck kommen und nicht durch den Blick auf weitere Staaten verwässert werden.

In zeitlicher Hinsicht werden mit den Szenarien Zukunftsbilder für das **Jahr 2030** entworfen. Das Forschungsinteresse liegt nicht in einer möglichst exakten Vorhersage einer Situation in der Zukunft. Ebenso geht es nicht um unwahrscheinliche oder weit entfernte, utopische Zukunftsbilder als solche. Vielmehr sollten Ideen und Erfolgskriterien gefunden werden, die schon jetzt zumindest in Ansätzen zur Anwendung kommen können. Der Blick auf die Zukunft soll dabei helfen, die Beschränkungen der Gegenwart auszublenden und bereits vorhandene mediale und demokratische Entwicklungen und Ansprüche konsequent weiterzudenken. Der Projektions-Zeitraum von ca. 20 Jahren (2011-2030) wird als geeignetes Maß angesehen. Er entspricht ungefähr der Zeitspanne des Erwachsenwerdens im Leben eines Menschen. In einem wesentlich kürzeren Zeitraum wären Vorstellungen über wesentliche Fortschritte eher zurückhaltend zu beurteilen. In einem wesentlich verlängerten Blick wäre die Versuchung zu groß, Zukunftsbilder zu beschreiben, die kaum noch Anschluss an gegenwärtige Situationen bieten und damit kaum Hinweise für mediale Weichenstellungen in der Gegenwart bieten.

## 4.1 Direkte Demokratie und Direktdemokratische Verfahren

Es ist naheliegend den Begriff Direkte Demokratie zunächst aus seinem Gegensatz zur indirekten, d.h. repräsentativen Demokratie heraus zu beschreiben. In der repräsentativen Demokratie werden Sachentscheidungen vom Volk an gewählte Vertreter\_innen delegiert. Direkte Demokratie beinhaltet, dass Sachentscheidungen unmittelbar durch das Volk getroffen werden. In einer weiter gefassten Perspektive umfasst Direkte Demokratie auch diejenigen demokratischen Mittel und Verfahren, mit denen BürgerInnen und Bürger direkt an der Vorbereitung von Sachentscheidungen beteiligt werden, auch wenn sie die Entscheidung formal selbst nicht einleiten bzw. treffen können (vgl. Kersting 2008a, S. 21). Diese Sichtweise wird jedoch von vielen einschlägigen Autoren nicht vertreten. Vielmehr wird Direkte Demokratie in ihren realen Formen vorrangig mit Bürgerbegehren und -entscheiden auf kommunaler Ebene und Volksbegehren und -entscheiden auf Landesebene in Verbindung gebracht (vgl. Schiller/Mittendorf 2002).

Die Volksgesetzgebung in den deutschen Bundesländern besteht in formaler Hinsicht aus drei Stufen: Die Volksinitiative mit einer Hürde von bis zu 1% Unterschriften von Stimmberechtigten führt zu einer ersten Behandlung im Landtag bzw. gilt als Antrag zum Volksbegehren. Nach Feststellung der Zulässigkeit müssen in der zweiten Stufe, dem Volksbegehren, 4-20% der Stimmberechtigten innerhalb einer offiziellen Eintragsfrist rechtsgültig unterzeichnen, damit sich das Parlament mit der Vorlage befasst. Lehnt das Parlament die Vorlage ab, dann folgt der Volksentscheid, bei dem nicht allein die Mehrheit der Stimmen entscheidet, sondern je nach Bundesland vielfach auch ein Beteiligungs- oder Zustimmungsquorum von bis zu 33% für den Erfolg erreicht werden muss. Diese drei Stufen existieren in allen Bundesländern, jedoch jeweils mit unterschiedlichen Hürden hinsichtlich der Zahl der Unterschriften oder des Quorums beim Entscheid. Für Verfassungsänderungen gelten höhere Hürden (vgl. Häfner 2007, S. 106 f.) (s. Abbildung 11).

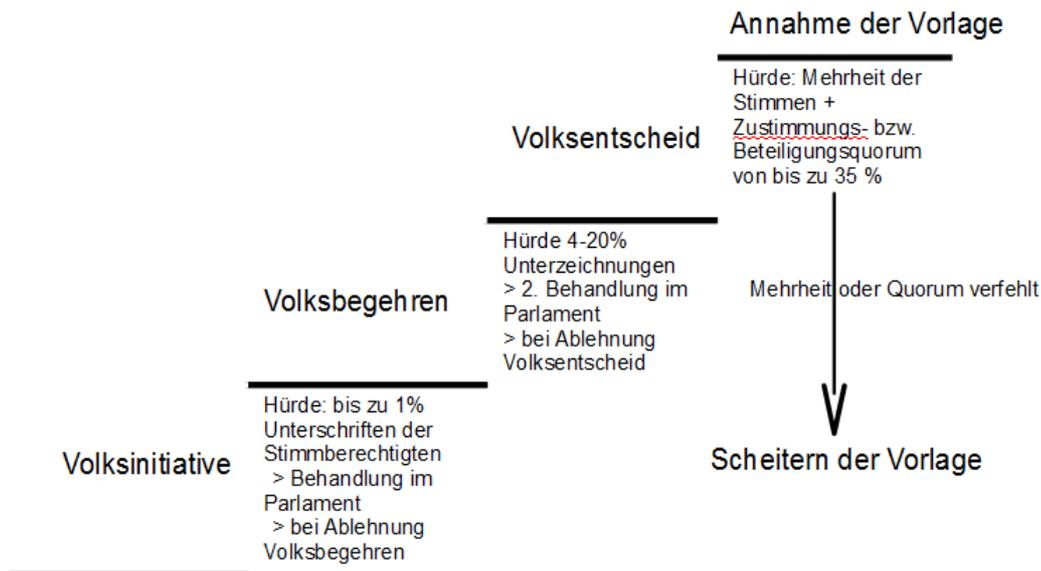


Abbildung 11: Stufen der Volksgesetzgebung in den Deutschen Bundesländern (eigene Darstellung)

Auf kommunaler Ebene in Deutschland gibt es mit den Bürgerbegehren und Bürgerentscheiden in der Regel nur zwei Stufen. Für ein erfolgreiches Bürgerbegehren müssen je nach Bundesland oder Kommune zwischen 2 und 10 % Unterschriften von Stimmberechtigten gesammelt werden. Eine Frist dafür existiert nur für Korrekturbegehren, die einen Beschluss eines Stadt- oder Gemeinderates ändern möchten. Auch beim Bürgerentscheid stellen dann Zustimmungsquoren von bis zu 30% eine Hürde für den Erfolg dar (vgl. Häfner 2007, S. 108 f.) (s. Abbildung 12).

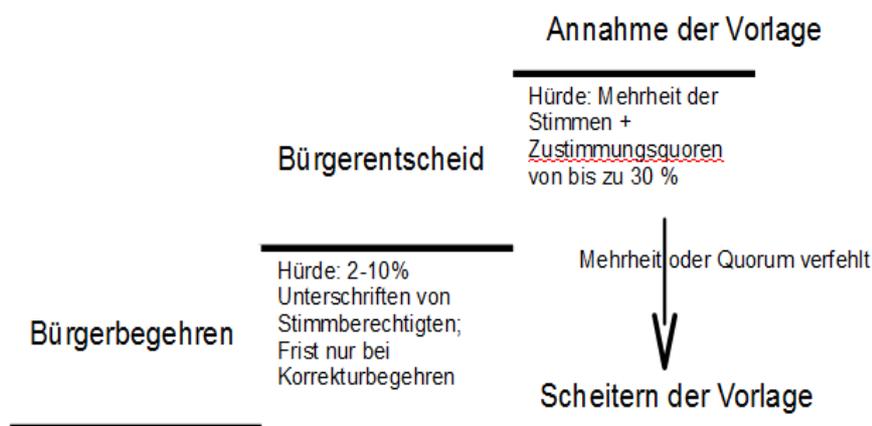


Abbildung 12: Stufen direktdemokratischer Verfahren in Deutschen Städten und Kreisen (eigene Darstellung)

Direkt-demokratische Verfahren unterliegen teilweise thematischen Beschränkungen, wenn beispielsweise Begehren, die den Haushalt ändern oder die Bauleitplanung tangieren, durch die jeweiligen Regelungen nicht zugelassen sind (ebd., S. 107, 109).

Eine andere Charakterisierung direkt-demokratischer Verfahren erlaubt die Phasenheuristik von Möckli (1994, nach Mittendorf 2009, S. 107), die eher den politischen Prozess beleuchtet. Demnach läuft dieser in folgenden zeitlichen Phasen ab :

- Initiierungsphase: Erarbeitung des Vorschlags
- Qualifizierungsphase: Vorbereitung und Einreichung der Abstimmungsinitiative
- Parlamentarische Phase: Behandlung durch Parlament und Exekutive
- Öffentliche Meinungsbildungsphase
- Entscheidungsphase: Mobilisierung der Stimmberechtigten
- Interpretationsphase: Diskussion über Sinn und Auslegung des Ergebnisses

Die Generierung von Zukunftsszenarien für Medienangebote in direkt-demokratische Verfahren setzt voraus, dass die Direkte Demokratie an Relevanz gewinnt. Zugrunde liegt die Annahme, dass mehr Direkte Demokratie gewünscht und auch praktiziert wird. Unabhängig von einer bestimmten Zahl von Verfahren wird daher folgende Rahmenthese formuliert.

#### **Rahmenthese 1 - Recht und Praxis der Direkten Demokratie:**

Im Jahr 2030 sind direkt-demokratische Verfahren in allen Bundesländern auf Länderebene und in den meisten Kommunen weitgehend bürgerfreundlich gestaltet. Ihre Nutzung ist kontinuierlich gestiegen und flächendeckend selbstverständliche politische Praxis geworden. Auch auf Bundesebene sind direkt-demokratische Verfahren seit mehreren Jahren möglich und einige Verfahren laufen gerade oder sind bereits abgeschlossen.

Die gesellschaftlichen, politischen und rechtlichen Voraussetzungen und Implikationen dieser These sind nicht Gegenstand dieser Arbeit. Zur Diskussion dieser Grundsatzfragen sei auf Veröffentlichungen relevanter Fachgebiete (z.B. Schiller 2002 ; Schiller 2002a ; Mittendorf 2009 ; Häfner 2009 ; Mehr Demokratie 2010) und auf Diskussionsbeiträge in den Massenmedien (z.B. v. Weizsäcker 2009 ; Joffe 2010 ; Weibel 2011) verwiesen.

## 4.2 Medien, Medienschemata und Medienangebote

Als eine positive Folge direktdemokratischer Verfahren wird die Anregung öffentlicher Debatten zu Sachfragen jenseits der Parteipolitik genannt (vgl. Mittendorf 2009). Die öffentliche Meinungsbildung ist vor allem Gegenstand der Massenkommunikation und damit der Massenmedien. Ein Schema des Feldes der Massenkommunikation, das über eine rein technische Sicht der Kommunikationsvermittlung hinausgeht, hat Maletzke 1963 entworfen. Er berücksichtigt darin nicht nur den Rückkanal vom Rezipienten zum Kommunikator, sondern auch die jeweiligen Kontextfaktoren beider Partner und die Wirkungen des Mediums selbst auf das Kommunikationsverhalten.

Schema des Feldes der Massenkommunikation

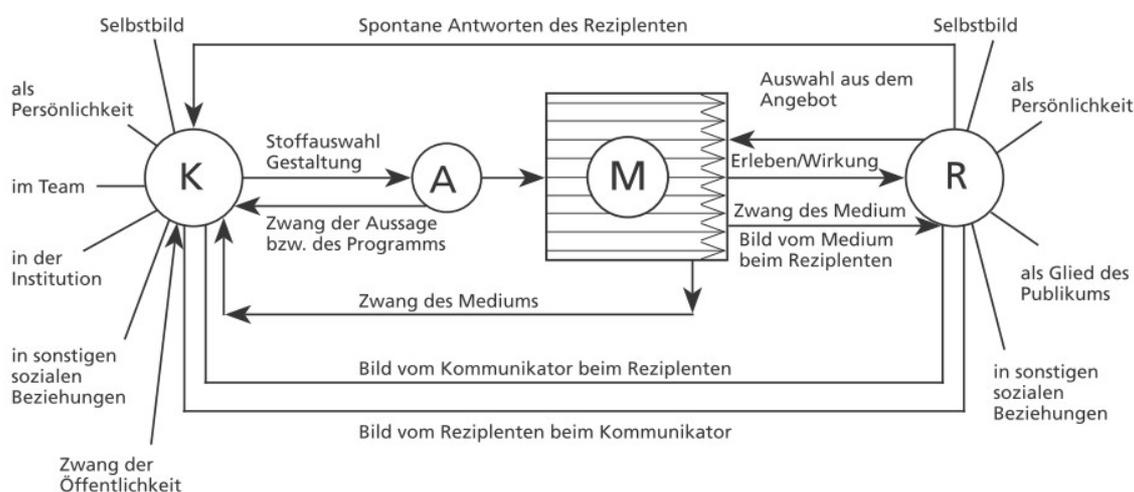


Abbildung 13: Modell der Massenkommunikation nach Maletzke

(aus Winkler 2008, S. 173)

Eine Definition Maletzkes liefert fünf Kriterien, die für Massenkommunikation erfüllt sein müssen:

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zw. Aussagenden und Aufnehmenden) an ein disperses Publikum vermittelt werden.“ (zit. nach Dittmar 2009, S. 50)

Diese Definition erfasst nur unzureichend die Kommunikation in sozialen Netzwerken im Internet, da diese darin auch nicht-öffentlich zwischen begrenzten bzw. spezifischen Nutzergruppen stattfindet und sie den Austausch in wechselseitiger Richtung ermöglichen und

fördern und somit gerade die Einseitigkeit als Merkmal der Massenkommunikation überwindet.

Ähnlich unzureichend vor dem Hintergrund der inzwischen etablierten, umfassenden Vernetzung mit der Möglichkeit interaktiver Kommunikation ist die Definition von Massenmedien nach Luhmann:

"[Massenmedien sind] alle Einrichtungen der Gesellschaft [...], die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vielfältigkeit bedienen [...und dafür] Produkte in grosser Zahl mit noch unbestimmten Adressaten erzeugen. [...] Entscheidend ist auf alle Fälle: dass keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann." (Luhmann 1996, S. 10 f., zit. nach Dittmar 2009, S. 65)

Die Entwicklung der Neuen Medien und ihre Auswirkungen auf die Demokratietheorie hat Scheuch (2003 [1997]) untersucht. Dazu stellt er eine Typologie von Medien nach fünf Kriterien auf: Richtung, Teilnehmer, Reichweite, Anbieterchancen, Flüchtigkeit (ebd. S. 39 f.). Die Auswertung alter und neuer Medien zeigt für ihn, dass die digitale Vernetzung die Anbieterchancen deutlich erhöht, räumliche und zeitliche Beschränkungen minimiert und somit prinzipiell bedeutsam für eine verstärkte Kommunikation der Bürger untereinander ist (ebd. S. 45 f.). Darin erkennt Scheuch einen neuen Typ gesellschaftlicher Kommunikation, die tendenziell direkter und personalisierter ist, die Selektionskontrolle der Empfängerseite erhöht, die Anonymität der Nutzer teilweise aufhebt, diesen eine Kontaktaufnahme untereinander ermöglicht, die Feedbackmöglichkeiten erweitert sowie den finanziellen Aufwand verringert, als Empfänger selbst zum Sender zu werden. Man könne diese Tendenzen entweder lediglich als eine Variante der Massenkommunikation betrachten oder als eine neue Mischform zwischen interpersonaler Kommunikation und Massenkommunikation (ebd. S. 87 f.).

Burkart und Hömberg haben bereits 1997, als Abwandlung des Modells von Maletzke, ein Modell für elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation entworfen (Burkart/Hömberg 1997). Statt Kommunikator und Rezipient werden in ihrem Modell die Rollen "Beteiligte (B)" und "organisierte Beteiligte (OB)" verwendet. Anstelle des Medium bildet die Kommunikationsstruktur den Rahmen für die Aussage und die Interaktion der Beteiligten, die keine vorherrschende Richtung mehr aufweist (s. Abb. 14) (vgl. Kübler 2003, S. 122 f.).

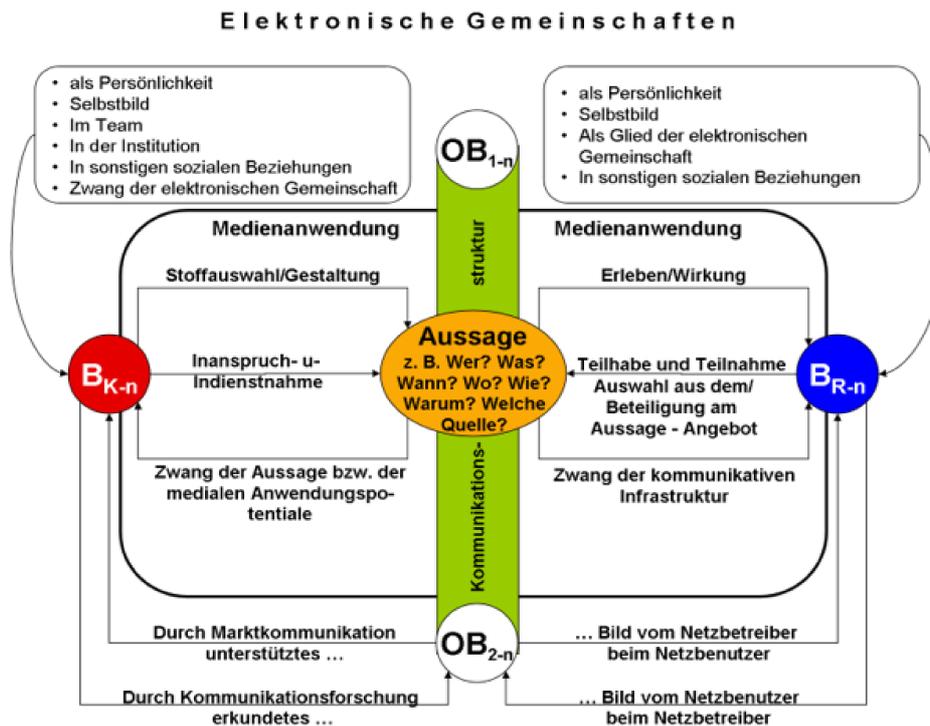


Abbildung 14: Modell der Gemeinschaftskommunikation nach Burkart und Hömberg (Scholz 2008 ; in Anlehnung an Burkart/Hömberg 1997, S. 84)

Um die Begrenztheit der Definition von Massenmedien in der digital vernetzten Mediengesellschaft zu überwinden und alle medialen Formen zu umfassen, hat Kübler (2003) eine Erweiterung der Definition von Maletzke vorgenommen. Statt des Begriffs *Massenkommunikation* spricht er von *medialer Kommunikation*,

" bei der Zeichen ; privat oder öffentlich ; durch technische Verbreitungsmittel ; analog oder digital oder vernetzt ; anonym, verschlüsselt oder explizit simultan oder zeitversetzt bei räumlicher Distanz ein- oder wechselseitig; an einzelne, mehrere oder viele (Adressaten/Zielgruppen) vermittelt werden." (ebd. S. 124).

Damit würde berücksichtigt, dass mehr als nur Aussagen transportiert würden (sondern z.B. auch Werbung und Unterhaltung) und die Trennung zwischen personaler und Massenkommunikation, zwischen Öffentlichkeit und Privatheit zunehmend verwischen (ebd.).

Ein eigenes Ausdifferenzierungsrastrer der Medien liefert Schrape (2010). Dabei betont er die Unterscheidung zwischen technischen Strukturen einerseits und technischen Kommunikationsmitteln andererseits. Diese differenziert er in Medien zur Individualkommunikation, Speichermedien, Massenmedien und Verbreitungsmedien. Neue technische Strukturen böten in Form von Hardware lediglich die Möglichkeit für neue Kommunikationsmittel, die erst durch Software erschlossen würden (ebd. S. 91 f.). Die

Netzwerkcommunication stellt sich für Schrape vor diesem Hintergrund als ein neuer Austauschmodus dar, der die konventionellen Medientypen auf die Online-Welt überträgt. Diese Sicht wird für diese Arbeit prinzipiell übernommen, jedoch durch die Medien der Gruppencommunication (Soziale Netzwerke u.ä.) ergänzt, welche von Schrape nicht als Medientyp berücksichtigt werden. Abb. 15 zeigt das durch den Verfasser erweiterte Modell von Schrape. Mit der Erweiterung wird somit die Entwicklung hin zu einem neuen Raum für Gemeinschaftscommunication, der erst durch das technische Kommunikationsmittel Netzwerk ermöglicht wird, noch deutlicher hervorgehoben.

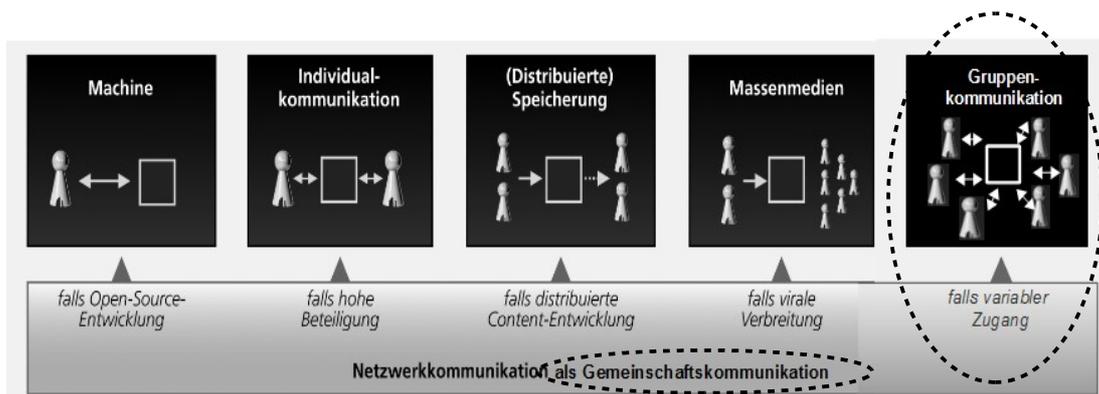


Abbildung 15: Ausdifferenzierungsraiser der Internet-Kommunikation von Schrape, modifiziert mit zusätzlichen Elementen

(Schrape 2008, S 121; mit markierten Ergänzungen)

Das Internet wird somit nicht lediglich als neues Massenmedium betrachtet, sondern als eine Ausweitung der technischen Umwelt, in der sich die Massenmedien wie auch die anderen Medientypen in neuen Formen reproduzieren und in multimedialen Formaten rekombinieren.

Als Kontext der Szenarioanalyse über Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren wird daraus ein (großer) Ausschnitt in den Fokus genommen: Zum einen die klassischen Massenmedien als etablierte Kanäle der öffentlichen Meinungsbildung, zum anderen Online-Medien auch ohne Beschränkung auf massenmediale Formen, da diese zwar theoretisch abgrenzbar, aber real häufig mit anderen Formen kombiniert und verschmolzen sind. Im Wesentlichen unbeachtet bleiben hingegen traditionelle und elektronische Offline-Medien, die keinen massenmedialen Charakter haben (Brief, Festnetz-Telefon etc.).

Der Begriff "Medienangebot" selbst bedarf auf dieser Basis ebenfalls einer genaueren Betrachtung. Von Schmidt (1994) werden Medienangebote als Instrumente der Wirklichkeitskonstruktion beschrieben:

"Medienangebote lassen sich aus vielen Gründen nicht als Abbilder von Wirklichkeit bestimmen, sondern als Angebote an kognitive und kommunikative Systeme, unter ihren jeweiligen Systembedingungen Wirklichkeitskonstruktionen in Gang zu setzen." (ebd. S. 16)

Schmidt und Weischenberg (1994) betonen darüber hinaus die Bedeutung von Medienschemata für die Einordnung von Medienangeboten. Medienschemata beschreiben sie als Variante kognitiver Schemata nach Jean Piaget. Demnach

"organisieren [Schemata] Einzelheiten zu Gesamtheiten, sie ermöglichen es dem Bewußtsein, statt des mühsamen und langwierigen Durchmusterens von Details (Blättern, Zweigen, Ästen, Stamm, Rinde usw.) 'auf einen Schlag' etwas als Baum wahrzunehmen und damit umzugehen. Schemata verringern also Komplexität. Sie verleihen unseren Vorstellungen Festigkeit und Dauer." (ebd. S. 213)

Medienschemata betrachten sie als Schlüssel zu einer Theorie der Mediengattungen. Denn ein bestimmendes Merkmal von Medienschemata seien Gattungsbezeichnungen (z.B. Fernsehspiel, Essay, Reportage), die "die Ausbildung solcher Schemata in gewissem Sinne mitsteuern bzw. als Namen für bereits ausgebildete subjektive Schemata übernommen werden" (ebd. S. 217). In dieser Hinsicht fassen sie unter den Begriff *Medienschemata*

" [...] alle Programme der Invariantenbildung, von denen bei der Produktion, Vermittlung, Rezeption und Verarbeitung von Medienangeboten [...] Gebrauch gemacht wird. [...] Sie sind erforderlich, um den Umgang mit der Überfülle einzelner Medienangebote in einer Gesellschaft intersubjektiv bewältigen zu können ; denn einzelne Medienangebote, die nicht an Gattungen gebunden wären, würden uns als rein zufällige [...] Erscheinungen entgegentreten. " (ebd. S. 216)

" Medienschemata ermöglichen bzw. erleichtern dem Mediennutzer das Erkennen, Einordnen und Bewerten von Medienangeboten. Sie leiten sein Verständnis, indem sie seine Aufmerksamkeit auf typische Merkmale von Medienangeboten lenken.[...] Medienschemata regeln auch die emotionale und normative Bewertung von Medienangeboten, vor allem auch die Einschätzung der Wichtigkeit einer bestimmten Mediennutzung für das persönliche wie das öffentliche Leben." (ebd. S. 219)

Medienschemata werden auch zur Einordnung von relativ neuen Medienphänomenen genutzt bzw. weiterentwickelt, insbesondere aus medienwissenschaftlicher Perspektive. So analysierte Neuberger (2005) die wahrgenommenen Merkmale von Weblogs anhand der Häufigkeiten von Nennungen für bestimmte Ausprägungen im Rahmen einer explorativen Befragung unter Anbietern. Neuberger konnte aufzeigen, wie sich ein neues Medienschema im Zuge der Entwicklung eines neuen Kommunikationsmittels herausbildet, indem allmählich ein medialer Konsens über seine bestimmenden Eigenschaften entsteht. Auch in traditionellen Medien, wie dem Fernsehen, bilden sich durch die Weiterentwicklung von Medienformaten neue Medienschemata heraus. So hat zum Beispiel Lücke (2002) das Format *Real Life Soap* als neues Genre des Reality-TV beschrieben.

Die Notwendigkeit einer Neubestimmung der Begriffe aus Sicht der Rezeptions- und Nutzungsforschung sieht Hasebrink (2004). Er weist auf die medienkonvergenten Entwicklungen hin, die es nicht länger erlaubten, eine bestimmte Nutzungsweise aus der Verwendung eines bestimmten technischen Empfangsgeräts (Radio, Fernsehen, Computer etc.) abzuleiten. Die kommunikativen Anwendungen müssten von den technischen Geräten entkoppelt betrachtet werden. Daher sollten neue Definitionen und Kategorisierungen der kommunikativen Anwendungen gefunden werden, um das kommunikative Handeln aus Nutzersicht zu beschreiben (ebd. S. 68 f.). Hasebrink unterscheidet im Weiteren zwischen Kommunikationsdiensten (als Erweiterung des Begriffs *Medienangebote* um Individual- und Telekommunikation), die durch ein "Ensemble aus technischen, ökonomischen, inhaltlichen, dramaturgischen-ästhetischen Merkmalen" zur Erfüllung kommunikativer Funktionen gekennzeichnet seien, und Kommunikationsmodi, die spezifische Muster von Erwartungen und Handlungsweisen von Nutzern bei der Realisierung kommunikativer Funktionen darstellten (ebd. S. 72 f.).

Dem Begriff *Medienangebot* wird hier auf Grund seiner Anschlussfähigkeit an das Modell der Medienschemata der Vorzug gegeben. Er soll hier aber als Sammelbegriff bzw. Synonym für alle ähnlichen Konzepte, wie Medienprodukt, -anwendung oder Kommunikationsdienst aufgefasst und nicht als Abgrenzung verstanden werden. Für den Kontext dieser Arbeit wird daher Medienangebot definiert als

**eine konkrete Anwendung eines Medienschemas, das durch ein Bündel von Merkmalen unter einer Gattungsbezeichnung zur Erfüllung kommunikativer Funktionen gekennzeichnet ist.**

Abbildung 16 fasst den Zusammenhang zwischen Kommunikationsmittel, Medienschema, Medienangebot und Beteiligten in einem kleinen ontologischen Modell zusammen.

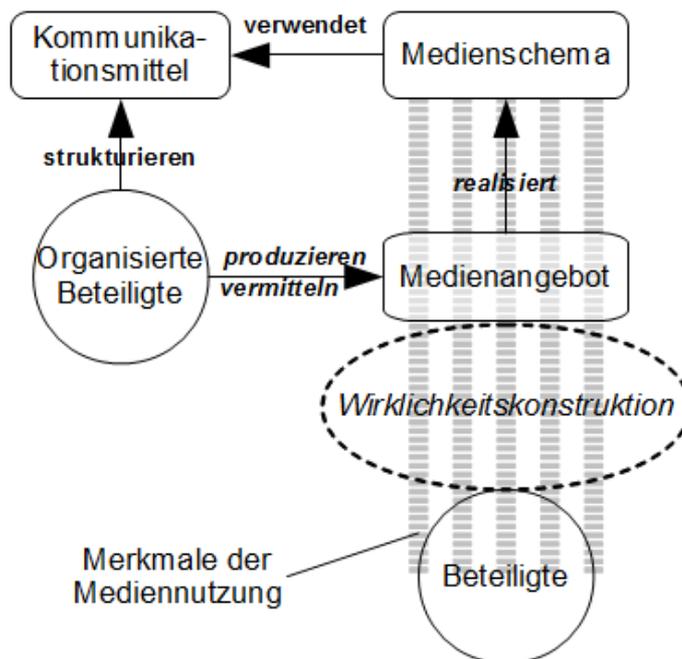


Abbildung 16: Modell der medialen Kommunikationsstruktur im Szenariofeld  
(eigene Darstellung)

Die medientechnischen und medienökonomischen Rahmenbedingungen, in denen Medienangebote eingebettet sind, werden im Rahmen dieser Szenarioanalyse als nicht unmittelbar steuerbar angesehen. Ihr Entwicklungsstand ist jedoch wichtig, um die prinzipiellen Möglichkeiten von Medienangeboten in der Szenariogenerierung einschätzen zu können. Hinsichtlich der medialen Infrastruktur und der Medienkompetenz in Deutschland wird daher eine Rahmenthese formuliert. Die Internationale Delphi-Studie 2030 des Münchener Kreises (vgl. Münchner Kreis 2009b) gibt zahlreiche Hinweise auf die Zukunft der medialen Infrastruktur. Eine Vorhersage besagt, dass spätestens 2024 über 95 % der Erwachsenen in Deutschland das Internet und seine Dienste regelmäßig nutzen würden (ebd. S. 8). Dabei sei auch eine Verschiebung hin zu einer überwiegenden Internetnutzung über mobile Endgeräte wahrscheinlich, die ab 2020 von mehr als drei Viertel der Bevölkerung "als verbindendes Element der klassischen Medien wie Buch, Zeitung und Zeitschrift, Fernsehen und Internet" genutzt werde (ebd. S. 9, vgl. ebd. S. 12). Zudem wird eine nahezu vollständige Verfügbarkeit und Nutzung stationärer und mobiler Breitbandverbindungen ab dem Jahr 2015 vorhergesagt (ebd. S. 10 f.). Die klassischen Printmedien würden nicht verdrängt, sondern im Zusammenspiel mit verwandten digitalen Angeboten weiter einen Platz haben (ebd. S. 12).

Mit diesen Prämissen wird folgende 2. Rahmenthese für die hier vorgesehene Szenarioanalyse formuliert:

**Rahmenthese 2 – Medialität als Infrastruktur und Kompetenz:**

Im Jahr 2030 werden die verschiedenen elektronischen Medien (Fernsehen, Radio, Internet etc.) standardmäßig über gemeinsame Endgeräte genutzt. Gleichzeitig sind die meisten Inhalte ortsunabhängig, mobil und geräteübergreifend sowie in personalisierter Form und höchster Übertragungsqualität zugänglich. Die selbständige Nutzung der Grundfunktionen ist wie die Fähigkeit des Lesens und Schreibens eine weitverbreitete Kulturtechnik. Der Anteil der Printmedien hat abgenommen, kann sich aber auf einem niedrigeren Niveau halten.

## 5 Identifikation der Schlüsselfaktoren

Die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren steht als Anspruch und Ziel über der Motivation dieser Arbeit. Es wurde daher folgerichtig ein normativer Ansatz in der Szenarioanalyse gewählt (s. Abschnitt 3.2). Aus den vielen denkbaren internen und externen Faktoren, die Direkte Demokratie beeinflussen, wird nur ein definierter Ausschnitt in den Blick genommen: Das qualifizierende Potenzial von Medienangeboten, die selbst wiederum durch bestimmte Merkmale gekennzeichnet sind. Es wird also eine Wirkung von Merkmalen von Medienangeboten bzw. ihrer Nutzung auf Merkmale direktdemokratischer Verfahren vorausgesetzt und näher analysiert. Aus Sicht der Methodik der Szenarioanalyse werden also für diese Fragestellung zunächst zwei Gruppen von Faktoren betrachtet, *Zielfaktoren* und *Gestaltungsfaktoren*, zwischen denen eine komplexe Wirkungsbeziehung besteht. Diese Wirkung wird nicht in ihrer Gänze erfasst, sondern soweit reduziert, dass daraus handhabbare Zukunftsbilder für Medienangebote generiert werden können. Die Zukunftsbilder selbst werden durch weitere Faktoren beeinflusst, insbesondere des gesellschaftlichen Umfeldes. In diesem werden ausgewählte soziotechnische Paradigmen betrachtet und als sogenannte *treibende Faktoren* genutzt, um die Medienangebote in den Zukunftsbildern zu profilieren und innovativ auszugestalten. Abbildung 17 visualisiert diesen Zusammenhang.

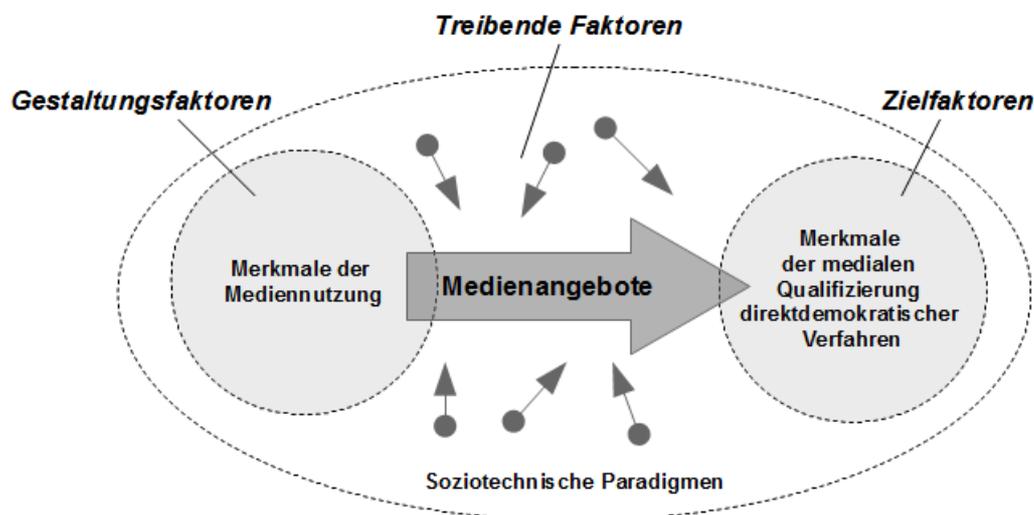


Abbildung 17: Zusammenhang der Einflussfaktoren im Szenariofeld (eigene Darstellung)

## 5.1 Zielfaktoren

Zunächst werden die Schlüsselfaktoren für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch Medienangebote erarbeitet. Verfahren Direkter Demokratie als ein Ausdruck deliberativer Demokratie müssen sich an mehreren grundlegenden Anforderungen zu ihrer Qualifizierung messen lassen. Dazu wird hier auf die Kategorien und Erkenntnisse der Demokratieforschung, und darin insbesondere der Partizipationsforschung zurückgegriffen.

Geißel (2008) analysiert die Kriterien zur Bewertung partizipativer Arrangements. Sie nennt folgende Kategorien für die Erfolgsmessung ihrer demokratisierenden Wirkung:

- Legitimität, Legalität und Legitimitätsüberzeugung
- Effektive Leistungserbringung: systemisch und demokratisch
- Demokratische Qualifizierung der Bürger
- Bildung von Sozialkapital – Stärkung der Zivilgesellschaft

Geißel verneint den Sinn einer Hierarchisierung der Kriterien und plädiert für eine kontextabhängige Anwendung und Bewertung, je nach sozioökonomischen und -kulturellen Bedingungen, Verwaltungssystem und Beteiligungsart. Direktdemokratische Verfahren besäßen aus Sicht der Befürworter partizipativer Verfahren vor allem hinsichtlich Legitimität, Legitimitätsüberzeugung, Effektivität und Qualifizierung (darin: Partizipationsförderung und Informiertheit) ein hohes Erfolgspotenzial (ebd. S. 45).

Für die Evaluation politischer Beteiligungsverfahren hat auch Kersting (2008a, S. 33 ff.) folgende allgemeine Kriterien zusammengefasst:

- Offenheit und politische Gleichheit
- Machtkontrolle und Legitimität
- Rationalität und Transparenz
- Effizienz und Effektivität

Diese Kategorien wurden in ähnlicher Form bereits von Schiller (2002) verwendet um die Qualifizierung der Direkten Demokratie zu beschreiben (ebd. S. 44 ff.). Ausgehend von diesen Kategorien werden im Folgenden die Problembereiche direktdemokratischer Verfahren identifiziert, die im Zentrum des Forschungsinteresses des Verfassers über die Rolle von Medienangeboten bei der Qualifizierung der Direkten Demokratie stehen. Aus den Problembereichen werden jeweils ein oder zwei Einflussfaktoren abgeleitet (kursiv in Klammern).

Aus Sicht von Bürgern oder Organisationen, die ein Bürgerbegehren oder eine Volksinitiative erwägen oder vorbereiten, sind eine Reihe von strategischen und formalen Fragen bedeutend, die Einfluss auf den Erfolg des Vorhabens haben. Die Auseinandersetzung mit den verfahrensrechtlichen Bedingungen einerseits den und politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen andererseits, stellen u.U. große Hürden für potenzielle Initiativen dar. Rechtzeitige Information und Beratung können entscheidend sein. Wie können Medienangebote den Zugang zu direktdemokratischen Verfahren erleichtern und für alle Bürger gleichermaßen offen halten ? (> *Offenheit des Zugangs*)

Die Beteiligung an Abstimmungen zu Bürger- und Volksentscheiden liegt durchschnittlich deutlich unter der Wahlbeteiligung (vgl. Mehr Demokratie 2010). Selbst ausführliche und prominent in den Medien präsente Volksentscheide, wie diejenigen zum Nichtraucherschutz in Bayern und zur Schulreform in Hamburg bleiben unter 40 % Beteiligung. Eine weitere Herausforderung liegt darin, eine repräsentative Beteiligung von Menschen mit niedrigerem sozialen Status zu erreichen. So war bei der Abstimmung zur Schulreform in Hamburg eine deutliche Schieflage in dieser Hinsicht erkennbar (vgl. Statistik Nord 2010 ; Hanisch 2010 ; Rheinischer Merkur 2010) Im Kontext dieses Forschungsvorhabens führt dies zu der Fragestellung, in wie weit Medienangebote das Ausmaß und eine ausgewogene Vielfalt der Beteiligung an direktdemokratischen Verfahren fördern können. (> *Grad und Vielfalt der Beteiligung*)

Viele direktdemokratische Initiativen richten sich gegen Vorhaben der etablierten Politik (Parlamente, Regierungen) bzw. der öffentlichen Verwaltung. Auch bei anderen Initiativen nehmen Politik und Verwaltung unter Umständen im Laufe des Verfahrens eine eigene Position ein. Dadurch kann die Verwaltung leicht als parteiisch gegenüber dem Thema wahrgenommen werden, selbst wenn die Abstimmungsleitung und ihr Büro der Neutralität verpflichtet sind. Ebenso ist die Seite der Initiative schwerlich als unabhängig anzusehen. Für Bürger\_innen, die noch unentschieden sind und sich eine Meinung erst noch bilden möchten, sind daher unabhängige Informationsangebote wichtig. Werden die öffentlichen und privaten Medien diesem Bedarf ausreichend gerecht und erreichen sie mit ihren Angeboten die unentschlossenen Bürger\_innen ? (> *Unabhängige Information und Meinungsbildung ; > Information und Meinungsbildung für Unentschlossene*)

Volks- und Bürgerbegehren und -entscheide formulieren politische Anliegen auf prägnante und zugespitzte Weise. Dennoch ist es in einigen Bundesländern nach einem erfolgreichen Volksbegehren möglich, dass die Initiatoren Kompromisslösungen mit der parlamentarischen Ebene aushandeln und auf die nächste Stufe, den Volksentscheid, zu verzichten. In den Fällen, die zur Durchführung des Volksentscheids gelangen, spiegelt sich die Zuspitzung der Debatte auf eine einzige Alternativ-Entscheidung wieder. Dies führt zu der Frage, wie Medienangebote

neben der Offenlegung klarer Alternativen auch Spielräume für Verständigung und Kompromiss zwischen den Vertreter\_innen der Alternativen schaffen können. (> *Raum für Verständigung*)

Gelangen Volks- oder Bürgerbegehren zu einem Entscheid und damit zu einem Ergebnis ohne Kompromisslösung, dann stellt sich zum einen die Frage, ob das Ergebnis von Seiten der Politik respektiert und umgesetzt wird. Zum anderen ist jedoch auch die Akzeptanz des Ergebnisses durch die Nichtabstimmenden und die unterlegenen Abstimmenden von Bedeutung. Fühlten Sie sich in der öffentlichen Debatte überhaupt angemessen wahrgenommen ? Haben Sie die öffentliche Meinungsbildung als fair empfunden ? Wie können Medienangebote zu einer hohen Akzeptanz der Entscheidungen in allen Bevölkerungsteilen beitragen ? (> *Grad der Akzeptanz ; Ausgewogenheit der Akzeptanz*)

Während in Deutschland elektronische Wahlen bisher kaum eine Bedeutung haben, gehen einzelne andere Staaten wie Estland schon bedeutend weiter (vgl. Madise/Martens 2006). Das bekannteste elektronische Beteiligungsverfahren auf Bundesebene ist das System zur Einreichung, Mitzeichnung und Diskussion von Online-Petitionen beim Deutschen Bundestag (Lit.). Können Verfahren und Systeme des e-Voting auch eine sinnvolle Komponente in direktdemokratischen Verfahren sein ? Können dadurch die Hürden gesenkt und Bürokratie abgebaut werden und so die Effektivität und Effizienz der Verfahren erhöht werden. ? (> *effektive und effiziente Durchführung*)

Zusammengefasst werden somit neun Einflussfaktoren identifiziert, die die Zielvorgabe im Szenariofeld hinsichtlich der Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren charakterisieren:

1. Offenheit des Zugangs
2. Grad der Beteiligung
3. Vielfalt der Beteiligung
4. Unabhängige Information und Meinungsbildung
5. Information und Meinungsbildung für Unentschlossene
6. Raum für Verständigung
7. Grad der Akzeptanz
8. Ausgewogenheit der Akzeptanz
9. Effektive und Effiziente Durchführung

## 5.2 Gestaltungsfaktoren

Der zweite Schritt in dieser Szenariophase widmet sich den Schlüsselfaktoren der Medienangebote selbst. Es soll hierbei der Fokus auf den Faktoren liegen, die einzelne Medienangebote charakterisieren, variabel sind und somit von Medienanbietern und Mediennutzern selbst gestaltet werden.

Welche Merkmale charakterisieren Medienangebote bzw. ihre Nutzung und machen sie unterscheidbar? Welche dieser Merkmale sind relevante Schlüsselfaktoren für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren? Hierzu werden mediale Kategorisierungen aus unterschiedlichen medienwissenschaftlichen Kontexten betrachtet.

- Die mögliche Differenzierung von Kommunikationsmodi (s. Abschnitt 4.2) erörtert Hasebrink (2004) anhand mehrerer Einzelkriterien aus vorhandenen Mediensystematiken (ebd. S. 77 f.).
- In einer kommunikationswissenschaftlichen Analyse der Meinungsbildungsrelevanz des Internets differenzieren Neuberger und Lobigs (2010,) die Angebotstypen nach mehreren Merkmalen (ebd. S. 58 ff.).
- Neuberger (2005) kennzeichnet das technische Potenzial des Internets über seine Multioptionalität. Dazu definiert er zahlreiche Dimensionen von Gebrauchsoptionen (ebd. S. 84).
- Schmidt (2003) deutet die Merkmale von Medienschemata und Gattungsbezeichnungen als Menge von "Aspekten zu Kognitions-, Kommunikations- und Handlungsprogrammen", die sich in eine Makro- und eine Mikroebene unterteilen lassen. Aspekte der Makroebene seien für ein Medienschema konstant, während die Aspekte der Mikroebene variabel innerhalb der Schemata seien (ebd. S. 189 f.).
- Rusch (1987) hat für die Beschreibung von Gattungsschemata ein Modell entworfen, das die Merkmale von Medienangeboten nach Oberflächen-, Inhalts- und Nutzungseigenschaften differenziert. (vgl. Rusch 1987, S. 249, aus Schmidt 2003, S. 199)

Die Merkmale der verschiedenen Autoren, werden in Tabelle 3 im Überblick vorgestellt. Diese Gesamtschau soll eine möglichst breite Vielfalt denkbarer Merkmale sichtbar machen. Um die Komplexität zu reduzieren, werden daraus grobe übergreifende Dimensionen gebildet. Diese fassen als größte gemeinsame Vielfache die miteinander verwandten Merkmale der verschiedenen Autoren unter jeweils einen Dachbegriff.

Tabelle 4: Übersicht der Merkmalsysteme zur Kategorisierung von Medienschemata

Hasebrink (2004)	Neuberger und Lobigs (2010)	Neuberger (2005)	Schmidt (2003)	Rusch (1987, nach Schmidt 2003)
<p><b>Kommunikationsstruktur</b> (one-to-many, many-to-many, peer-to-peer)</p> <p><b>Verfügbarkeit</b> (push services ; pull services)</p> <p><b>Interaktivitätsgrad</b> (Handlungsoptionen der Nutzer)</p> <p><b>Vorstellungen vom Publikum</b> (Massenpublikum, bestimmte Zielgruppe, geschlossene Nutzergruppe)</p> <p><b>Aktualität</b> (Live-Geschehen, Ereignisse, latent aktuell bzw. unbestimmter zeitlicher Bezug)</p> <p><b>Relevanz</b> (gesellschaftlich, kulturell, alltagspraktisch, unterhaltend)</p> <p><b>Intensität der Rezeption</b> ("Suggestivkraft", mentaler Aufwand)</p> <p><b>Gesuchte Gratifikationen</b> (Motive der Nutzer)</p>	<p><b>Publizistisches Genre</b> (Journalismus, Bildung, Unterhaltung etc.)</p> <p><b>publizistische Leistung</b> (Produktion, Navigation, Moderation etc.)</p> <p><b>Anbieterstatus</b> (professionell, partizipativ, technisch etc.)</p> <p><b>Bezug zu traditionellen Massenmedien</b></p> <p><b>Themenbereich</b> (Politik, Wirtschaft, Sport etc.)</p> <p><b>Breitenwirkung</b> (Nutzerreichweite)</p> <p><b>Bewegtbilder</b> (Anteil, lineare/non-lineare Verbreitung)</p>	<p><b>Codale Optionen</b> (Multimedialität, auditive, visuell-statische und -dynamische Zeichen)</p> <p><b>Modale Optionen</b> (privat/öffentlich; Individual-/Gruppen-/Massenkommunikation; personalisiert/ massenhaft)</p> <p><b>Funktionale Optionen</b> (Information, Unterhaltung, Wissen etc.)</p> <p><b>Soziale Optionen</b> (einseitige/interaktive Kommunikation ; Kommunikator- und Rezipientenrolle)</p> <p><b>Ökonomische Optionen</b> (Zugang für Anbieter)</p> <p><b>Räumliche Optionen</b> (lokale bis globale Verbreitung)</p> <p><b>Zeitliche Optionen</b> (synchron/asynchron; Aktualisierbarkeit, Archivierung, Additivität)</p> <p><b>Situative Optionen</b> (flexibler, an Situation angepasster Gebrauch)</p>	<p><b>Medium</b> (Makro-Aspekt) (Printmedien, akustische Medien, audiovisuelle Medien etc.)</p> <p><b>Dominanter Funktionsbezug von Medienangeboten</b> (Makro-Aspekt) (berichten, reflektieren, appellieren, spielen, reproduzieren etc. ; Zweck: Information, Unterhaltung)</p> <p><b>Dominanter Wirklichkeitsbezug (Wahrheit bzw. Authentizität) von Medienangeboten</b> (Makro-Aspekt) (Personen: glaubwürdig/un glaubwürdig ; Aussagen: wahr/falsch, wissenschaftlich/nichtwissenschaftlich, fiktional ; Zeitbezug: live/nicht geschehenspräsent)</p> <p><b>Dominanter Aktantenbezug</b> (Makro-Aspekt) (instrumental, ausdrucksorientiert)</p> <p><b>Stilistische Spezifika</b> (Mikro-Aspekt) (ästhetisch/künstlerisch ; nicht-künstlerisch ; spezifische Rhetoriken)</p> <p><b>Thematische Spezifika</b> (Mikro-Aspekt) (milieuthematisierend ; Thema-/Story-orientiert)</p>	<p><u>Sinnlich-perzeptive Eigenschaften (materialer Aspekt)</u> und deren kommunikative Bewertung <b>visuell, auditiv, taktil</b></p> <p><u>Inhaltlich-kommunikative Eigenschaften (semiotischer Aspekt)</u> <b>Szenerie</b> (Charaktere, Orte, Welt, Zeit)</p> <p><b>Leitmotiv</b> (Bericht, Reflexion, Appell, Spiel, Reproduktion)</p> <p><b>Ereignisstruktur</b></p> <p><u>Nutzungs- und Gratifikations-eigenschaften (funktionaler Aspekt)</u> <b>Haltung</b> (Relevanz, Vorliebe, Geschmack)</p> <p><b>Funktionen</b> (Unterhaltung, Information, Ausbildung)</p> <p><b>Bewertung</b> (Zuverlässigkeit, Authentizität, Glaubwürdigkeit, Referenzierbarkeit, Ästhetisierung etc.)</p> <p><b>mentale Einbindung</b> (vergnügend, konsumierend, spannend, entspannend etc.)</p>

(eigene Darstellung) (Die in Klammern aufgeführten Ausprägungen stammen ebenfalls von den jeweiligen Autoren und dienen hier nur der Verdeutlichung. Für die vorliegende Szenarioanalyse wird im nächsten Schritt eine eigene Auswahl von Ausprägungen getroffen.)

Aus dieser Analyse ergeben sich folgende Dimensionen:

<b>Merkmalsdimension</b>	<b>Eingeordnete Merkmale aus der Übersicht</b>
Medialität	Codale Optionen, Medium, Materialer Aspekt
Kommunikations- und Publikumsstruktur	Kommunikationsstruktur, Verfügbarkeit, Vorstellungen vom Publikum, Modale Optionen, Räumliche Optionen, Breitenwirkung
Nutzer: Rolle und Interaktivität	Interaktivitätsgrad, Soziale Optionen, Situative Optionen
Anbieter: Rolle und Status	Publizistische Leistung, Anbieterstatus, Bezug zu traditionellen Massenmedien, Ökonomische Optionen, Dominanter Aktantenbezug
Funktionen	Relevanz, Gesuchte Gratifikationen, Funktionale Optionen, Dominanter Funktionsbezug, Leitmotiv, Publizistisches Genre
Stil und Wahrnehmung	Intensität der Rezeption, Stilistische Spezifika, mentale Einbindung, Haltung, Bewertung
Inszenierung	Themenbereich, Thematische Spezifika, Aktualität, Zeitliche Optionen, Dominanter Wirklichkeitsbezug, Szenerie, Ereignisstruktur

*Tabelle 5: Aggregierte Merkmalsdimensionen der Gestaltungsfaktoren  
(eigene Darstellung)*

Traditionelle Massenmedien (Zeitung, Zeitschriften, Radio, TV) haben lange Zeit als konstante, relativ voneinander separierte Mediensparten bestanden und bestehen so auch noch neben dem Internet fort. Diese Mediensparten konstituieren sich durch relativ feste Meta-Medienschemata, die in einigen Merkmalsdimensionen klare Grenzen setzen, welche innerhalb einer Sparte nicht überschritten werden können (z.B. Kommunikationsstruktur, Nutzer- und Anbieterrollen), und die andererseits in anderen Merkmalsdimensionen gerade ihre Stärken und Spezifika zeigten (z.B. Inszenierung und Funktionen). In einer mediatisierten Gesellschaft, deren mediales Leitmotiv gerade die Vernetzung und Konvergenz ist (s. Rahmenthese 2), werden diese Grenzen und Spezifika in Form von Sparten nachrangig. Alle Merkmalsdimensionen der Medienangebote stehen potenziell jederzeit für Anpassungen und Entwicklungen offen. Dass sie dennoch real Konstanten aufweisen, geht auf strategische Entscheidungen auf Anbieterseite und Rezeptionsgewohnheiten auf der Nutzerseite zurück. Gerade im Hinblick auf eine offene Zukunftsbetrachtung werden daher alle Merkmalsdimensionen der Medienangebote bzw. der Mediennutzung als prinzipiell relevant für direktdemokratische Verfahren angesehen.

Ungeachtet dessen stellt sich die Frage, ob die Merkmalsdimensionen für die weitere Analyse wieder in Einzelmerkmale zerlegt werden müssen, um daraus ggf. eine Auswahl relevanter Faktoren zu filtern. Auch dieser Schritt wird hier als eher hinderlich angesehen. Die Merkmale der Medienangebote werden gerade als durch die technische Entwicklung sich weiter öffnende Gestaltungsräume betrachtet, die zu neuen Ansätzen einladen. Daher werden die o.g. Merkmalsdimensionen nicht im Vorwege auf ausgewählte Einzelmerkmale reduziert.

### **5.3 Wirkungsanalyse zwischen Ziel- und Gestaltungsfaktoren**

Es ist nicht anzunehmen, dass die verschiedenen Einflussfaktoren gleich stark auf das Szenariofeld wirken. Einige Faktoren prägen ein Szenario unter Umständen sehr stark, während andere nur für Randbereiche eines Szenarios verantwortlich sind. Unterschiedliche Wirkungsstärken sind empirisch schwer festzustellen, sie basieren vielmehr auf einer Einschätzung aufgrund von Erfahrungen. Ein Mittel dazu ist die Wirkungsanalyse anhand einer Matrix. In dieser werden sowohl auf der vertikalen als auch der horizontalen Richtung die Einflussfaktoren in derselben Reihenfolge aufgetragen. Die Wirkungen der direkten Beziehungen zwischen den einzelnen Faktoren werden anhand einer einfachen Skala quantifiziert und im Schnittpunkt der entsprechenden Zeile und Spalte notiert. Anhand der Spalten- und Zeilensummen dieses Wirkungsnetzes kann abgelesen werden, welche Faktoren besonders aktiv sind, d.h. stark wirken, und welche Faktoren eher passiv sind, d.h. stark von anderen Faktoren abhängig sind (vgl. Kosow/Gaßner 2008, S. 38 ff. ; Wilms 2006, S. 51 ff.).

Auf Basis der gewählten Perspektive des Forschungsansatzes und der Unterscheidung zwischen Ziel- und Gestaltungsfaktoren (s.o.) werden hier zwei Wirkungskomplexe betrachtet:

1. Die Wirkung der Zielfaktoren auf andere Zielfaktoren, um mögliche Zielkonflikte oder Synergien bei den Qualifizierungsfaktoren für direktdemokratische Verfahren zu erkennen.
2. Die Wirkung der Gestaltungsfaktoren (Merkmale der Mediennutzung) auf die Zielfaktoren, um daraus die effektivsten Gestaltungsansätze für Medienangebote ableiten zu können.

Rückwirkungen von Zielfaktoren auf Gestaltungsfaktoren und Wechselwirkungen zwischen Gestaltungsfaktoren werden hingegen ausgeklammert. Diese Einschränkung ist naheliegend, da es darum geht, die Gestaltungsfaktoren als strategisches Instrumentarium zu analysieren und nicht darum, ihre wahrscheinliche zukünftige Entwicklung als empirisch belegbare Zusammenhänge aus einer Vogelperspektive zu untersuchen.

Das Wirkungsnetz wird im Folgenden auf intuitiv-analytischem Wege erstellt und basiert allein auf den Einschätzungen des Verfassers. Auch auf die Herleitung und Begründung der einzelnen Wirkungs-Einschätzungen wird hier bewusst verzichtet. Dies bedeutet eine wesentliche Einschränkung der Validität der konkreten Werte im Wirkungsnetz. Für eine belastbare Validität könnten die Werte in einem kommunikativen Prozess (z.B. Workshop) zwischen mehreren Fachleuten ermittelt werden, die sich gegenseitig in ihrer Expertise ergänzen. Auf diesen Schritt wurde hier zugunsten einer subjektiven Sicht verzichtet, die zumindest einen Ausgangspunkt für den weiteren fachlichen Diskurs bietet. Andererseits bilden die vorgeschlagenen Faktoren und ihre Analyse ein Muster für ein ähnliches methodisches Vorgehen auch in fachlichen Gruppenkontexten.

Zunächst wird das Wirkungsnetz der Zielfaktoren untereinander betrachtet.

	Offenheit des Zugangs	Beteiligung: Ausmaß	Beteiligung: Vielfalt	Information und Meinungsbildung: Unentschlossene	Information und Meinungsbildung: Unabhängigkeit	Verständigung	Akzeptanz: Grad	Akzeptanz: Ausgewogenheit	Durchführung	Aktivsumme
Offenheit des Zugangs		2	3	0	0	0	2	2	2	11
Beteiligung: Ausmaß	0		1	2	0	2	2	1	0	8
Beteiligung: Vielfalt	0	1		2	1	3	3	1	0	11
Information und Meinungsbildung: Unentschlossene	0	1	2		1	3	2	1	0	10
Information und Meinungsbildung: Unabhängigkeit	0	0	1	2		3	3	0	0	9
Verständigung	0	2	3	2	0		3	2	1	13
Akzeptanz: Grad	0	3	2	0	0	2		1	0	8
Akzeptanz: Ausgewogenheit	0	1	2	0	1	2	1		0	7
Durchführung	1	2	1	1	0	2	3	1		11
<b>Passivsumme</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	

Tabelle 6: Wirkungsnetz der Zielfaktoren  
(eigene Darstellung)

Die Analyse der Aktivsummen (Zeilen) und Passivsummen (Spalten) legt die unterschiedlichen Bedeutungen der Einflussfaktoren offen. Das Wirkungsgefüge der Zielfaktoren in einem gewichteten Portfolio der Aktiv- und Passivsummen wird in Abbildung 18 gezeigt.

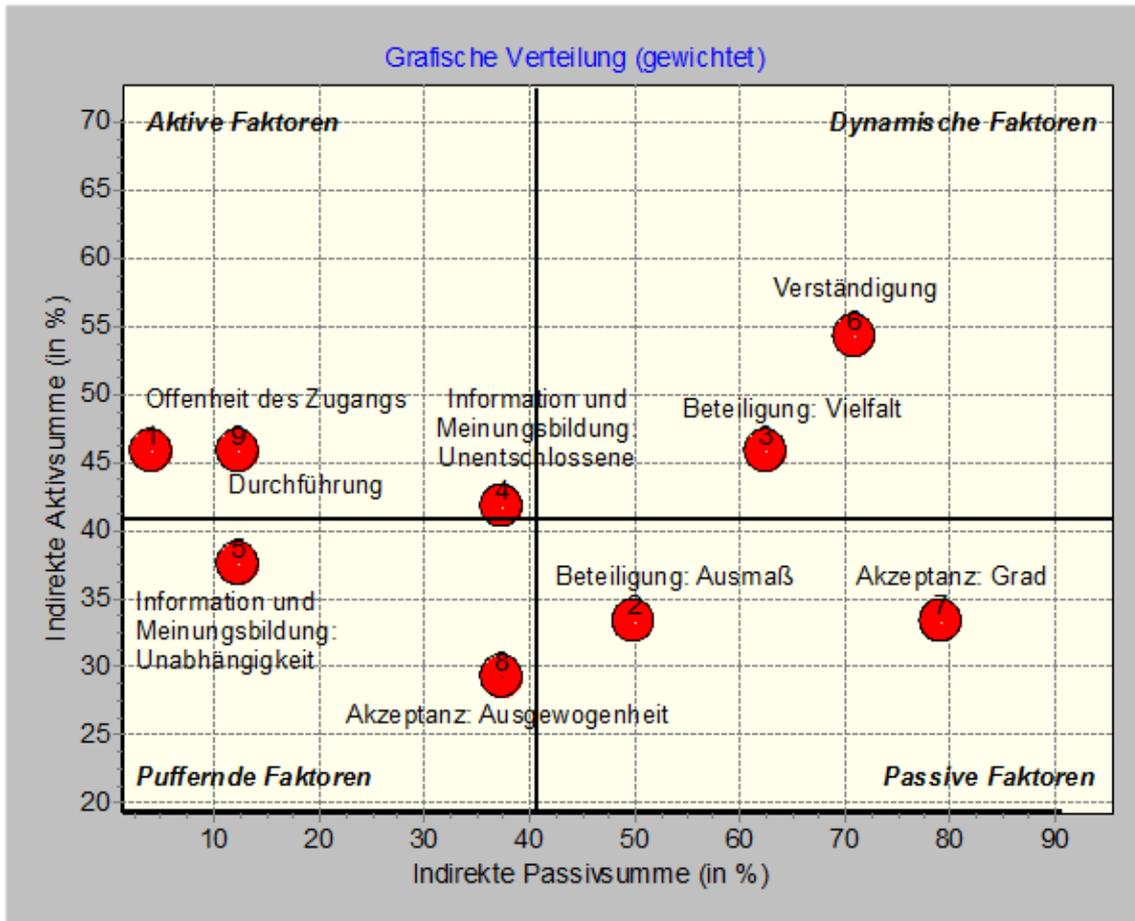


Abbildung 18: Gewichtetes Portfolio der Zielfaktoren  
(eigene Darstellung, erstellt mit der Software 'Szeno-Plan', vgl. Sinus 2010)

Somit sind die Zielfaktoren *Vielfalt der Beteiligung* und *Raum für Verständigung* als dynamische Schlüsselfaktoren identifiziert, da sie sowohl eine große Wirkung auf andere Zielfaktoren haben, als auch selbst stark durch andere Faktoren beeinflussbar sind. Die Zielfaktoren *Offenheit des Zugangs* und *effektive und effiziente Durchführung* sind moderat treibende Faktoren. Der Faktor *Information und Meinungsbildung für Unentschlossene* wird aufgrund seiner ausgewogenen Einflusswerte ebenfalls noch zu den Schlüsselfaktoren hinzugenommen. Die anderen vier Zielfaktoren werden somit für die weitere Analyse ausgeblendet.

Das Wirkungsnetz zwischen Gestaltungsfaktoren und den zuvor ausgewählten Zielfaktoren zeigt folgende Tabelle:

	Offenheit des Zugangs	Beteiligung: Vielfalt	Information und Meinungsbildung: Unentschlossene	Verständigung	Durchführung	Aktivsumme
Medialität	2	2	0	1	1	6
Kommunikations- und Publikumsstruktur	3	3	1	2	2	11
Nutzer: Rolle und Interaktivität	3	2	3	2	3	13
Anbieter: Rolle und Status	1	2	2	1	1	7
Funktionen	2	3	3	3	3	14
Stil und Wahrnehmung	1	3	2	2	2	10
Inszenierung	3	2	3	3	2	13
<b>Passivsumme</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	

Tabelle 7: Wirkungsnetz zwischen Gestaltungs- und Zielfaktoren  
(eigene Darstellung)

Dabei wird anhand der Aktivsummen deutlich, dass den Gestaltungsfaktoren *Medialität* und *Anbieter:Rolle und Status* lediglich ein eher moderater Einfluss auf die ausgewählten Zielfaktoren zugeschrieben wird. Daher werden diese aus der weiteren Analyse herausgenommen, um die Komplexität der Szenarien durch eine Schwerpunktsetzung zu verringern.

## 5.4 Treibende Faktoren

Die Ziel- und Gestaltungsfaktoren skizzieren das engere Wirkungsverhältnis im Szenariofeld. Die Rahmenthesen skizzieren für deren variable Betrachtung eine relativ stabile Basis. Dennoch gilt es zu entscheiden, in welche Richtung und welcher Weise sich Medienangebote im Zusammenhang mit direktdemokratischen Verfahren ausgestalten könnten. Als Orientierung dienen dabei Leitbilder, die aus den generellen Entwicklungen der Medien- und Informationsgesellschaft abgeleitet werden. Wie sich die Mediengesellschaft allgemein zukünftig entwickeln wird, kann in wesentlichen Zügen bereits an sichtbaren Tendenzen der Gegenwart abgelesen werden. Nicht die technischen Möglichkeiten allein bestimmen die

Medienlandschaft, erst gesellschaftliche Ansprüche sowie spezifische Nutzungserwartungen formen konkrete Medienangebote. Die Erscheinungsformen dieses Zusammenspiels von Technik und Gesellschaft werden im Folgenden als soziotechnische Paradigmen betrachtet. Als treibende Faktoren geben sie der Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch Medienangebote einen prägenden Impuls, der sich in der Gestaltung der Medienangebote niederschlägt. Dieser angenommene Zusammenhang wurde bereits in Abbildung 17 (s. weiter oben) verdeutlicht.

Die sozioechnischen Paradigmen nehmen für die vorliegende Szenarioanalyse die Funktion ein, die in Musteranalysen die Extremszenarien darstellen. Sie fokussieren und ggf. übertreiben eine bestimmte Perspektive bzw. Entwicklung, um das Spannungsfeld zwischen verschiedenen Faktoren und ihre Gestaltungsräume deutlich zu machen. Konkrete Realisierungsansätze, hier bei der Gestaltung von Medienangeboten, können die auf diese Weise einseitig aufgespannten Szenarien als Orientierungsmarken verwenden, die den eigenen Kurs kennzeichnen, aber auch abgrenzen können.

Zur Identifizierung plausibler Paradigmen dienten verschiedene Zukunftsvorstellungen, die fachlich relevante Akteure, wie Politiker, Medienwissenschaftler, Journalisten u.ä., in veröffentlichten Interviews und Aufsätzen äußerten, die sich mit der Weiterentwicklung der Demokratie und der Medien der Gegenwart beschäftigen. Folgende vier Paradigmen wurden auf dieser Basis ausgewählt:

- 1) Das Dogma der totalen Transparenz
- 2) Neuer Journalismus in Mediapolis
- 3) Die Automatisierung des Wissens
- 4) Die verspielte Gesellschaft

Die Herleitung erfolgt anhand der Darstellungen einiger weniger Autoren aus den zurückliegenden drei Jahren. Ihre treibenden Merkmale werden so in der nachfolgenden Analyse qualitativ herausgearbeitet und in jeweils einer Hypothese zusammengefasst.

## 6 Analyse der Schlüsselfaktoren

Im Folgenden werden zunächst die möglichen relevanten Ausprägungen der Ziel- und Gestaltungsfaktoren diskutiert und benannt. Die soziotechnischen Paradigmen als treibende Faktoren werden anschließend aus ausgewählten Veröffentlichungen abgeleitet und zugespitzt beschrieben.

### 6.1 Zielfaktoren: Merkmale der medialen Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren

Zur Auswahl der Ausprägungen werden ein oder mehrere Deskriptoren betrachtet, die den jeweiligen Faktor näher charakterisieren können. Zunächst wurde der Ansatz erwogen, dass die Ausprägungen die möglichen Zustände direktdemokratischer Verfahren als solche beschreiben sollen. Dies wurde jedoch verworfen, da diese Zustände von vielen Einflüssen abhängen, nicht allein von den Medienangeboten oder gar von der Gestaltung einzelner Medienangebote. Daher werden nun Ausprägungen formuliert, die die spezifische Ausrichtung der jeweiligen Medienangebote auf die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren beschreiben. Es werden pro Faktor nur Ausprägungen gewählt, die entweder nur eine Dimension des Schlüsselfaktors oder den Faktor übergreifend beschreiben können. Damit kann dann auch die Verknüpfung mit den Gestaltungsfaktoren einfacher verdeutlicht werden.

#### 6.1.1 Offenheit des Zugangs

Dieser Faktor beinhaltet, ob potenzielle Initiativen zu der Anmeldung einer Initiative bzw. eines Begehrens eher ermuntert werden oder eher davon abgehalten werden. Ein Deskriptor, der aus Sicht der Medienangebote besonders relevant ist, ist das Ausmaß von Hürden, die Mediennutzer zu überwinden haben:

- vernachlässigbare Hürden
- erschwerende Hürden
- blockierende Hürden

#### 6.1.2 Vielfalt der Beteiligung

Für die Bestimmung der Vielfalt kommen vor allem demographische Indikatoren in Frage. Defizite in der Vielfalt werden besonders hinsichtlich des Bildungsgrades und des Alters gesehen. Als Deskriptoren können die Abweichungen der Beteiligungsstruktur von der

demographischen Struktur aller Wahlberechtigten herangezogen werden. Als Ausprägungen für die Ausrichtung der Medienangebote werden daher definiert:

- vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen
- vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen
- nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache.

### **6.1.3 Information und Meinungsbildung für Unentschlossene**

Bürger stehen bei direktdemokratischen Verfahren zunächst vor der Frage, ob das jeweilige Anliegen überhaupt relevant für sie ist und sie sich beteiligen möchten. Erst wenn sie dies – meist unbewußt - positiv beantworten, stehen sie vor der Entscheidung, wie sie abstimmen. Unentschlossenheit kann also einerseits die Relevanzentscheidung oder andererseits die Stimmentscheidung oder beides betreffen. Zur Überwindung von Unentschlossenheit spielen daher die Entscheidungshilfen von Medienangeboten eine Rolle. Folgende drei Ausprägungen kennzeichnen daher, welche Art von Entscheidungshilfe ein Medienangebot beinhaltet.

- explizite Entscheidungshilfe
- implizite Entscheidungshilfe
- schwache Entscheidungshilfe

### **6.1.4 Raum für Verständigung**

Dieser Faktor ist eher weicher Natur und daher schwer zu messen. Mögliche Deskriptoren wären die öffentliche Präsenz von Alternativvorschlägen, die Zahl direkter Gespräche zwischen Pro- und Contra-Vertretern und das Ausmaß persönlicher Angriffe zwischen diesen. Hier werden eher abstrakte Ausprägungen anhand der Polarisierung vorgeschlagen, die ein Medienangebot in einem politischen Konflikt transportiert.

- Totale Polarisierung
- Polarisierung mit später Annäherung
- frühe Annäherung an Kompromisse

### **6.1.5 Effiziente Durchführung**

Effiziente Durchführung wird hier im Sinne einer ökonomischen Rationalisierung des Verfahrens verstanden. Ein wesentlicher Deskriptor ist daher der Grad der Automatisierung, die

ein Medienangebot im Kontext oder als Teil eines direktdemokratischen Verfahrens bereitstellt.

- weitgehend automatisiert
- teilweise automatisiert
- konventionell

Der morphologische Kasten für die Zielfaktoren stellt alle gewählten Ausprägungen (Konfigurationen) im Überblick dar.

<i>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Offenheit des Zugangs</b>	vernachlässigbare Hürden	erschwerende Hürden	blockierende Hürden
<b>Vielfalt der Beteiligung</b>	vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen	vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen	nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache
<b>Raum für Verständigung</b>	Totale Polarisierung	Polarisierung mit später Annäherung	frühe Annäherung an Kompromisse
<b>Information und Meinungsbildung für Unentschlossene</b>	explizite Entscheidungshilfe	implizite Entscheidungshilfe	schwache Entscheidungshilfe
<b>Effiziente Durchführung</b>	weitgehend automatisiert	teilweise automatisiert	konventionell

*Tabelle 8: Morphologisches Feld der Zielfaktoren  
(eigene Darstellung)*

## 6.2 Gestaltungsfaktoren: Merkmale der Mediennutzung

Entsprechend der in Abschnitt 4.2 vorgenommenen Bestimmung des Szenariofeldes werden Medienschemata und damit auch einzelne Medienangebote durch die Merkmale ihrer Nutzung charakterisiert. Die Ausprägungen der Gestaltungsfaktoren sind aus dieser Sicht nicht allein Merkmale, die den Medienangeboten als solche anhaften. Sie sind vor allem Merkmale der Mediennutzung von Bürgern, die deren Wirklichkeitssicht und Verhalten bei der Verwendung der Medienangebote kennzeichnen.

Wie in Abschnitt 5.2 beschrieben, sind die ausgewählten Gestaltungsfaktoren grobe Dimensionen, für die viele Einzelmerkmale bzw. Deskriptoren benannt werden können. Für den hier verfolgten Ansatz wäre eine Betrachtung aller dieser Deskriptoren jedoch zu komplex und zu genau. Die Gestaltung von Medienangeboten soll hier zwar einerseits systematisch unterfüttert werden, konkrete Ideen benötigen jedoch auch kreativen Raum, der nicht durch zu

enge Definitionen und Kategorien beschränkt wird. Ohnehin sind klare Abgrenzungen zwischen den Ausprägungen problematisch, weil Medienangebote als kreative Produkte vielfach Feinabstufungen und Mischungen von Ausprägungen integrieren. Mit den vorgegebenen Ausprägungen der einzelnen Faktoren werden daher Gestaltungsmöglichkeiten gegeben, die sich nicht von vornherein gegenseitig ausschließen, sondern eher eine Schwerpunktsetzung darstellen und einander ergänzen können. Um dafür einen breiten Gestaltungsspielraum zu eröffnen, werden im Folgenden bis zu fünf Ausprägungen pro Gestaltungsfaktor benannt und definiert.

### **6.2.1 Kommunikations- und Publikumsstruktur**

Massenkommunikation – Ein Sender kommuniziert einseitig hin zu einer großen Zahl von Nutzern, die hauptsächlich als passive Rezipienten auftreten. Die Nutzer sind Teil einer großen, anonymen und unbestimmten Masse. Eigene Beiträge können Nutzer nur in eingeschränktem Maße einbringen.

Zielgruppenkommunikation – Dies ist ebenfalls eine Form von Kommunikation von einem Sender an viele Nutzer als Rezipienten. Die Nutzer sind jedoch keine unbestimmte Masse, sondern sie bilden eine durch gemeinsame Eigenschaften konstruierte Gruppe, die als besonders relevant für Inhalte und Formen der Kommunikation angesehen wird.

Offenes Netzwerk – In einem Netzwerk können die Nutzer sowohl als auch Sender und Rezipienten sein. Filter- und Steuerungsfunktionen werden ggf. durch Administratoren oder Moderatoren wahrgenommen. Ansonsten ist der Status der Nutzer prinzipiell gleichwertig. In einem offenen Netzwerk sind die Zugangshürden gering und es steht prinzipiell allen offen.

Geschlossene Gruppe – Nutzer einer geschlossenen Gruppe müssen bestimmte Voraussetzungen zur Teilnahme an der Kommunikation erfüllen. Die Neuaufnahme von Nutzern kann stark beschränkt sein. Die Struktur kann sowohl hierarchisch organisiert sein, oder eher nach Art eines Netzwerkes funktionieren.

Personalisierte Kommunikation – Nutzer dieser Kommunikationsform geben sich ein individuelles Profil, das u.a. der Filterung von Inhalten oder der Identifikation dienen kann. Die Nutzer haben die letzte Kontrolle über ihr jeweils eigenes Profil.

### **6.2.2 Nutzer: Rolle und Interaktivität**

Nur-Rezipient – Die Nutzer nehmen ausschließlich eine passive Rolle als Empfänger von Kommunikation ein. Außer einer Filterung für die eigene Aufmerksamkeit nehmen sie keinen eigenen aktiven Einfluss auf die Kommunikation.

Kommentatorenrolle – Die Nutzer sind nicht allein Rezipienten, sondern können zusätzlich Inhalte kommentieren.

Bewertungsrolle – Die Nutzer können Kommunikations-Inhalte auch ohne Kommentar für andere einsehbar bewerten oder empfehlen.

Produzentenrolle – Die Nutzer können eigene Inhalte erstellen bzw. veröffentlichen und damit als Produzenten des Medienangebotes auftreten.

Probandenrolle – Die Nutzer sind Teilnehmer von Spielen, Tests, Befragungen und ähnlichen interaktiven Angeboten, die einem Regelwerk oder Algorithmus folgen.

### **6.2.3 Funktionen**

Orientierung – Die Nutzer verschaffen sich mit Hilfe des Angebots einen Überblick über einen Sachverhalt. Grundsätzliche, auch alternative Perspektiven werden aufgezeigt, jedoch nicht im Detail betrachtet.

Analyse – Die Nutzer können sich verschiedene Perspektiven im Detail erschließen. Auch Hintergründe können sie ausführlich kennenlernen.

Entscheidungshilfe – Die Nutzer können aus dem Angebot Hinweise erhalten, welche Positionen und Argumente welchen Optionen zuzuordnen sind. Sie können dadurch eine eigene klare Position entwickeln.

Unterhaltung – Die Nutzer können das Angebot zur Unterhaltung nutzen.

Einflussnahme – Die Nutzer können das Angebot dazu nutzen, selbst auf einen Vorgang oder Sachverhalt Einfluss zu nehmen.

### **6.2.4 Stil und Wahrnehmung**

Sachlich – Die Nutzer werden durch eine nüchterne und distanzierte Darstellung angesprochen.

Spannend – Die Nutzer erfahren Erzählungen mit einem Spannungsbogen und mit überraschenden Wendungen.

Emotional – Die Nutzer werden mit persönlichen Zugängen konfrontiert. Spontane Reaktionen und individuelle Betroffenheit spielen eine bedeutende Rolle.

Provozierend – Die Nutzer werden mit fordernden oder unkonventionellen Fragestellungen und Aussagen herausgefordert.

Ironisch – Die Nutzer können sich auf eine satirische oder komödiantische Kommunikation einstellen.

### 6.2.5 Inszenierung

Echtzeit-Kommunikation – Nutzer nehmen an einem Kommunikationsereignis ohne zeitliche Verzögerung teil.

Asynchrone Kommunikation – Die Nutzer nehmen an einer Kommunikation teil, bei der die Nachrichten zeitlich versetzt gesendet werden und sich nicht gegenseitig technisch blockieren.

Studiosetting – Die Nutzer erleben eine Kommunikation, in der künstliche Studiowelten inszeniert werden.

Außensetting – Die Nutzer erleben eine Kommunikation, mit der reale Orte außerhalb von Studios inszeniert werden.

Virtuelles Setting – Die Nutzer erleben eine Kommunikation, die inszeniert wird, ohne dass ein physischer Ort im Zentrum steht.

Auch für die Gestaltungsfaktoren gibt ein morphologischer Kasten die gewählten Ausprägungen bzw. Konfigurationen im Überblick wieder.

<i>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Kommunikations- und Publikums- struktur</b>	Massen- kommuni- kation	Zielgruppen- kommunikation	Offenes Netzwerk	Geschlossene Gruppe	Personalisierte Kommuni- kation
<b>Nutzer: Rolle und Interaktivität</b>	Nur-Rezipient	Kommenta- torenrolle	Bewertungs- rolle	Produzenten- rolle	Probandenrolle
<b>Funktionen</b>	Orientierung	Analyse	Entschei- dungshilfe	Unterhaltung	Einflussnahme
<b>Stil und Wahrnehmung</b>	sachlich	spannend	emotional	provokierend	ironisch
<b>Inszenierung</b>	Echtzeit- Kommuni- kation	Asynchrone Kommuni- kation	Studiosetting	Außensetting	Virtuelles Setting

*Tabelle 9: Morphologisches Feld der Gestaltungsfaktoren  
(eigene Darstellung)*

## 6.3 Treibende Faktoren: Soziotechnische Paradigmen

Die vier soziotechnischen Paradigmen, die als treibende Faktoren der Szenarioanalyse eingesetzt werden, entspringen der Beobachtung von überwiegend im populären bzw. journalistischen Stil verfassten Veröffentlichungen, die mediale, informationelle und gesellschaftspolitische Entwicklungen aus der Perspektive technisch hochentwickelter und

weitgehend demokratisch organisierter Gesellschaften mit hohem Wohlstand (Nordamerika, EU, Deutschland) in den Blick nehmen. Im Gegensatz zu rein wissenschaftlichen Veröffentlichungen enthalten diese Publikationsformen bereits Pointierungen über gegenwärtige Trends sowie Annahmen über bzw. Anforderungen an die (nahe) Zukunft, die damit eine geeignete Basis für die gewünschte Pointierung der anvisierten Szenarien bieten. Zu jedem Paradigma wurden einige wenige Veröffentlichungen bzw. Medienereignisse ausgewählt, deren relevante Kernaussagen im Folgenden überblicksartig skizziert werden. Aus der Essenz der so beschriebenen Paradigmen wird jeweils eine Hypothese formuliert, die einerseits das Paradigma treffend zusammenfasst, andererseits zuspitzende Annahmen über die Ausprägung des Paradigmas im Jahr 2030 formuliert. Diese Hypothesen stellen damit die eigentlichen treibenden Faktoren der Szenarioanalyse dar.

### **6.3.1 Das Dogma der totalen Transparenz**

#### **Das Paradigma**

Die Forderung nach Transparenz in der Politik hat im Zuge der allgegenwärtigen Vernetzung von Inhalten im Internet und der erweiterten Rolle von Mediennutzern als potenzielle Anbieter von Inhalten eine neue Relevanz erhalten. Die Informationsfreiheitsgesetze verschaffen den Bürgern neue Transparenzrechte gegenüber der Verwaltung in Bund und Ländern (vgl. WIKIPEDIA 2011). Die Piratenpartei mit ihrer Forderung nach einem transparenten Staatswesen und mehr demokratischer Teilhabe in einem digitalen Umfeld hat sich als Größte der "anderen" Parteien etabliert und ist zu einem stabilen Faktor geworden (vgl. PIRATEN 2010). Auch die Debatte um die Enthüllungsplattform WikiLeaks und die mit ihrer Hilfe aufgedeckten skandalträchtigen Ereignisse und Zusammenhänge hat die die Bedeutung von Transparenz verstärkt sichtbar gemacht (vgl. Lovink und Riemens 2010).

Umstrittene Großprojekte, die wesentlich von den jeweiligen Regierungen befördert werden, bieten Anlass für Zweifel an den rechtlichen, ökonomischen und ökologischen Beurteilungen, die zu ihrer Begründung herangezogen werden. In einem Interview mit ZEIT-Online (Geißler et al. 2011) äußerte sich Heiner Geißler, Schlichter beim stark umstrittenen Bahnhofprojekt "Stuttgart 21". Er fordert für politische Entscheidungen einen "Faktencheck [...] vor einer totalen Öffentlichkeit". Argumente und Berechnungen sollten offen gegenübergestellt und über TV verbreitet werden. Dadurch würden die Bürger in die Lage versetzt, sich selbst ein Urteil zu bilden. In der Schlichtung zu "Stuttgart 21" sieht er dazu ein mustergültiges Beispiel, das zur Versachlichung der Diskussion beigetragen habe (ebd.).

Eine systematische Methode zur medialen Aufbereitung von Argumenten zu einem öffentlich präsentierten bzw. diskutierten Thema bieten David Price und Peter Baldwin an. Ihr Werkzeug

*debategraph* ermöglicht es, angelehnt an die Mindmap-Methode, Argumente und Positionen grafisch vernetzt darzustellen (vgl. Grötter 2009). Die Inhalte werden durch eine offene Nutzergemeinschaft auf der Online-Plattform erstellt und weiter entwickelt. Ein Teil der Themen bezieht sich auf die jeweiligen Schwerpunkte einer US-Talkshow (vgl. Price/Baldwin 2010), die den *debategraph* regelmäßig in die Sendungen integrierte. Ziel dieses und ähnlicher Projekte (vgl. KMI 2011 ; Price 2011) ist eine Rationalisierung der Argumentation. Damit bieten sie Alternativen zu typischen Diskussionen in Webforen und auf Kommentarseiten, die eher zu einer stärkeren Polarisierung beitragen (vgl. Grötter 2009, S. 114 f.). Einen verwandten, stärker kreativen Ansatz verfolgt das Angebot *RSA Animate* der Londoner *Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce (RSA)* (vgl. RSA 2011). Darin werden kurze Fachvorträge von einem Zeichner durch eine lebendige und humorvolle Zeichnung im Cartoon-Stil veranschaulicht. Die Zeichnung entsteht vor den Augen der Rezipienten parallel im Zeitraffer sowie inhaltlich synchronisiert zur Audiospur. Abstrakte und komplexe Argumentationen werden so zu einem überschaubaren visuellen Ereignis verdichtet (ebd.).

Für das folgende Szenario wird die Praxis und der Anspruch der Transparenz in das Jahr 2030 projiziert und in diese Hypothesen gegossen:

#### **Hypothese Ia:**

Im Jahr 2030 ist die lückenlose Transparenz von Verwaltung und politischen Prozessen zu einem obersten Gebot der öffentlichen Meinungsbildung und Entscheidungsfindung geworden. Das Zurückhalten von nicht-personenbezogenen Informationen und Lücken in den Transparenzverfahren gelten als moralisch und politisch ebenso verwerflich wie heute die Anfälligkeit für Korruption. Im Rahmen formalisierter Bürgerbeteiligungen und direktdemokratischer Verfahren können bestimmte Tatbestände von "Transparenzverhinderung" strafrechtlich geahndet werden.

#### **Hypothese Ib:**

Im Jahr 2030 erhalten rationale und abwägende Argumentationen in der öffentlichen Meinungsbildung ein deutlich stärkeres Gewicht als noch 20 Jahre zuvor. Polarisierende und emotionalisierende Zuspitzungen sind weiterhin stark präsent. Ihre Akteure jedoch werden durch Medienangebote ausgebremst, die ein Thema sachlich, systematisch, neutral und gleichzeitig laiengerecht aufbereiten. Derartige Angebote sind bei breiten Bevölkerungsschichten populär, so dass politische Akteure sie nicht vernachlässigen können, wenn sie Erfolg haben möchten.

### 6.3.2 Neuer Journalismus in Mediapolis

#### Das Paradigma

Der klassische Journalismus als Katalysator einer massenmedial geprägten Öffentlichkeit ist unter Druck geraten. Die Netzmedien erweitern die Rolle der Nutzer von bloßen Rezipienten zu potenziellen Multiplikatoren und Produzenten von Inhalten. Die Nutzungsgewohnheiten im Internet unterlaufen die Verlässlichkeit stabiler Publika und lassen traditionelle Geschäftsmodelle und die damit verbundenen Umsätze erodieren. Medienkonvergenz und neue multimediale Formate stellen neue Herausforderungen für Journalisten dar, die dadurch das bisherige Sparten-Denken überwinden müssen. Vor diesem Hintergrund haben die Journalisten und Medienwissenschaftler Stephan Weichert, Leif Kramp und Alexander von Streit das Zukunftspotenzial des Journalismus untersucht (vgl. Weichert et al. 2010). Sie haben 14 Medienprotagonisten in Nordamerika zu ihrer Einschätzung über die künftige Rolle und Geschäftsmodelle des Journalismus befragt und unter dem Schlagwort *Digitale Mediapolis* eine ausführliche qualitative Analyse vorgelegt. Zu ihren daraus abgeleiteten Thesen, die für die Gestaltung von Medienangeboten relevant sein könnten, gehören folgende Aspekte:

- Die Wissensgenerierung erfolgt im Internet kollaborativ und zu einem Großteil durch einen Schwarm von Nutzern außerhalb klassischer journalistischer Zusammenhänge. Journalisten müssen dieses Wissen in ihre Arbeit integrieren.
- Nutzer suchen Nachrichten nicht mehr allein direkt in journalistischen Angeboten, sondern sie nutzen Soziale Netzwerke, um durch Empfehlungen und Präferenzen einen vorgefilterten, individuellen Nachrichtenmix zu konsumieren .
- Das Blogging-Prinzip könnte sich zu einem dominierenden Meinungsformat entwickeln, das die Grenzen zwischen professionellen Journalisten und meinungsfreudigen Nutzern verschwimmen lässt. Einzelne Blogs bzw. Blogger können sich zu führenden Medienmarken ("Alpha-Blogger") entwickeln.
- Kleinere Journalismus-Initiativen gewinnen an Bedeutung gegenüber traditionellen Medienunternehmen, weil sie flexibler und offener auf neue mediale Entwicklungen und Nutzergewohnheiten reagieren können. Journalisten werden sich dabei stärker unternehmerisch ausrichten müssen.
- Journalistische Inhalte werden gemeinsam von Nutzern und Journalisten in Kooperations- und Kollaborationsmodellen auf entsprechenden Plattformen im Internet erarbeitet. Nutzer ergänzen die Journalisten als Augenzeugen, Informanten und Netzwerker. Journalisten erweitern ihre Beiträge durch Hintergründe und Nutzer-Reaktionen und schaffen so mehr Transparenz.

- Die klassischen Funktionen eines professionellen Journalismus bleiben für die Demokratie weiter wichtig. Dennoch werden Journalisten sich zunehmend als Moderatoren und Mediatoren verstehen und die Beiträge und Präferenzen der Nutzer berücksichtigen müssen.

(vgl. Weichert et al. 2010, S. 71 ff.)

Dieser Ausblick fließt in folgende Hypothese ein:

### **Hypothese II:**

Im Jahr 2030 sind politische und Lokal-Journalisten zu einem Großteil als freiberufliche Teilhaber in kollektiv organisierten Medienunternehmen und -netzwerken tätig. Sie fühlen sich vor allem einer persönlichen Anhängerschar verpflichtet, die sie kontinuierlich und bedarfsgerecht mit Nachrichten und Hintergründen versorgen. Mit Hilfe sozialer Netzwerke im Internet und gelungenen Offline-Veranstaltungen bauen sie eine personalisierte Bindung zu vielen Nutzern auf, die Anregungen und Inhalte liefern und sich auch vielfach untereinander austauschen. Vor allem auf lokaler Ebene bieten sich entsprechende Anknüpfungspunkte. Journalisten werden so leichter zu einem einseitigen Sprachrohr spezifischer Ziel- bzw. Interessengruppen und ihre Arbeit nimmt in Teilen Merkmale von verdecktem Public Relation an.

### **6.3.3 Die Automatisierung des Wissens**

#### **Das Paradigma**

Die Medienwissenschaftlerin und Autorin Mercedes Bunz skizziert in einem Beitrag für FAZ.NET eine konsequente Weiterentwicklung der Digitalisierung (vgl. Bunz 2011). Sie zieht eine Analogie zwischen der Industrialisierung als Prozess der maschinellen Automatisierung von Arbeitskraft mit der Digitalisierung, die eine Entwicklung der Automatisierung von Wissen in Gang gesetzt habe. Google habe sich von einer Suchmaschine für digitale Inhalte zu einem echten Index der Wirklichkeit entwickelt, der nahezu jeden Lebensbereich abbilde (ebd.). Auch die weiteren Schritte der Digitalisierung seien schon erkennbar, wenn auch größtenteils noch unausgereift: Die Technik der Spracherkennung erlaube es, Gespräche mit thematisch relevanten Links und entsprechenden Einblendungen anzureichern. Wissen werde in einer weiteren Stufe nicht nur digital auffindbar, sondern auch automatisiert produziert, indem Beziehungen zwischen voneinander unabhängigen Wissensmomenten errechnet würden. In der nächsten Stufe würde auch das Schreiben von Algorithmen übernommen, z.B. durch die Wiederverwendung von bereits verfügbaren Fakten und Zitaten aus standardisierbaren Zusammenhängen wie Nachrichten und Rezensionen (ebd.). Durch die Kategorisierung von

Begriffen und Häufigkeitsberechnungen könnten auch abwägende Urteile formuliert werden. Das menschliche Gehirn würde durch dieses automatisierte Schreiben entlastet, so wie es früher durch den zunehmenden Einsatz von Hilfsmitteln vom mathematischen Rechnen entlastet wurde. Schließlich weist sie darauf hin, dass Computer bereits die kommunikative Intelligenz von Menschen simulieren könnten (ebd.).

Angesichts dieser Entwicklungen verlören die Experten ihr Monopol auf die Verfügbarkeit des Wissen. Sie seien nun eher gefordert, den strukturellen Überblick zu behalten und eine strukturelle Einordnung vorzunehmen. Bunz sieht die Digitalisierung als eine evolutionäre Entwicklung, die zwar vom Menschen gemacht, aber nicht von ihm beherrscht wird, im Gegensatz zur Natur. Sie weist auf das gesellschaftliche Potenzial dieser neuen Technologie hin, das als Chance betrachtet und genutzt werden solle (ebd.).

Diese Entwicklungsrichtung der Digitalisierung ist in der Gegenwart unter dem Schlagwort "Semantic Web" bereits teilweise verankert (vgl. Pellegrini/Blumauer 2006). Das Semantische Web ist eine Erweiterung des World Wide Web um Funktionen, die separate Inhalte anhand verwandter Bedeutungen verknüpfen können, um einen Anwendungsnutzen zu generieren. Die Bedeutungen werden aus den dezentral editierten Metadaten der Inhalte ausgelesen und zueinander in Beziehung gesetzt (vgl. Blumauer/Pellegrini 2006 ; Buzinkay 2006 ). Vielfältige Anwendungsgebiete in der Medizin (z.B. für die Therapieauswahl) oder der Wirtschaft (z.B. für Kundentransaktionen) sind bereits erkannt worden, konkrete Anwendungen sind entweder auf den Weg gebracht oder bereits in begrenztem Umfang verfügbar (vgl. Feigenbaum 2007).

Diese Entwicklung führt im Kontext der vorliegenden Szenarioanalyse zu folgender Hypothese:

### **Hypothese III:**

Im Jahr 2030 besteht ein Großteil der textlichen politischen und lokalen Berichterstattung aus maschinell erstellten Texten. Journalisten konzentrieren sich auf die Aufnahme und das Sammeln von audiovisuellen Originalbeiträgen und auf eine grobe inhaltliche Selektion nach den Kriterien des von ihnen belieferten Medienangebotes. Die Originalbeiträge werden über automatische Verfahren transkribiert, zusammengefasst und inhaltlich referenziert. Die meisten Nutzer können ohne redaktionellen Hinweis nicht mehr erkennen, ob ein Text maschinell oder intellektuell erstellt wurde, bzw. wie groß der jeweilige Anteil ist.

### 6.3.4 Die verspielte Gesellschaft

#### Das Paradigma

Die dauerhafte und intensive Beschäftigung mit Computerspielen gilt für viele seit Langem als Zeichen für Individualisierung und Vereinsamung in einer Gesellschaft, in der die traditionellen Institutionen wie die Familie und Vereine und der damit verbundene Gemeinschaftssinn an Wert verlieren. Andere sehen eher in der mangelnden körperlichen Bewegung den Risikofaktor des übermäßigen Medienkonsums. Einen ganz anderen Ansatz verfolgt die Gamedesignerin Jane McGonigal. Sie untersuchte in ihrer Doktorarbeit, wie man die Fähigkeiten, die für den Erfolg in Online-Games wesentlich sind, dazu nutzen kann, Probleme in der realen Welt zu lösen (McGonigal 2010 [Vodcast]). Jede Woche würden weltweit geschätzte 3 Milliarden Stunden Online-Spiele gespielt (ebd. Min. 00:42). Obwohl viele Gamer in ihren virtuellen Welten epische Siege erreichten, glaubten sie nicht daran, dies in der realen Welt ebenso zu können (ebd. Min. 02:00 ff.). Am Beispiel von *World of Warcraft* verdeutlicht McGonigal, dass massenhafte Zusammenarbeit durch Spiele einfach zu organisieren sei und so eine Entwicklung hin zu gemeinschaftlich denkenden Menschen gefördert würde (ebd. Min. 04:30 ff.). Bis zum 21. Lebensjahr würden Jugendliche in den USA im Schnitt 10.000 h mit Computerspielen verbringen. Dies entspräche in etwa der Unterrichtszeit von der 5. Klasse bis zum Abschluss der High School oder dem Zeitraum, in dem man in einem Fach oder einer Fähigkeit eine Meisterreife erlangen könne (ebd. Min. 06:55 ff.). McGonigal hat herausgearbeitet, welche Kompetenzen Gamer in diesem Zeitraum für ihren Erfolg nutzen und besonders weiterentwickeln. Sie nennt im Ergebnis vier wesentliche Faktoren:

- Dringlichkeits-Optimismus (Orig.: urgent optimism)
- Aufbau sozialer Netze (Orig.: social fabric)
- Glückselige Produktivität (Orig.: blissful productivity)
- Epische Bedeutung (Orig.: epic meaning)

(ebd. Min. 8:57 ff., eigene Übers.)

Mit diesen Kompetenzen seien Gamer "super-mächtige, hoffnungsvolle Individuen" (ebd. Min. 10:57 f., eigene Übers.). Geeignete Angebote könnten das Potenzial dieser Gamer gezielt nutzen, um Lösungen für Probleme der realen Welt zu finden. So habe sie das Spiel *World Without Oil* entwickelt und betrieben, das eine fiktive Ölknappheit mit realistischen Medienbeiträgen simuliert. Die Gamer mussten in diesem Spiel Lösungen finden, um das Leben in einer Ölknappheit zu ermöglichen. Die meisten Teilnehmer hätten nach dem Spielen ihre dort angeeigneten Gewohnheiten in der Realität beibehalten (ebd. Min. 16:05 ff.). In einem anderen Spiel, *Superstruct*, seien die Spieler vor die Aufgabe gestellt, Ideen für globale Zukunftsfragen

zu entwickeln. Fiktiver Anlass ist das "errechnete" Ende der Menschheit in 23 Jahren. Das Ergebnis von 8 Wochen Spiel von 8.000 Teilnehmern sei eine Sammlung von 500 äußerst kreativen Lösungsideen gewesen (ebd. Min. 17:21 ff.).

Eine differenzierte Sicht, insbesondere aus ökonomischer Perspektive, entwirft Tom Chatfield auf die Entwicklung der Gaming-Branche (2010). Nach seiner Einschätzung werden Computerspiele zu einem Alltagselement von jedermann werden, so wie es jetzt TV, Radio und Kühlschrank seien. Dadurch würde das Publikum von Computerspielen kontinuierlich wachsen und verschiedene Genres für alle Altersstufen und Lebenslagen würden sich herausbilden (ebd. S. 210). Dadurch seien nachhaltige Geschäftsmodelle möglich, um über Computerspiele Umsätze von Nutzern zu generieren, online wie offline (ebd.). Statistiken zeigten, dass bereits jetzt 5-10% der gesamten Zeit, die online allein mit Webbrowsern verbracht wird, dem Gaming gewidmet ist (ebd. S. 217).

Ein großes Potenzial liege u.a. in sogenannten *casual games*, Gelegenheitsspielen für den schnellen Spass zwischendurch. Die bequeme und sofortige Befriedigung habe größeres Wachstumspotenzial als anspruchsvolle und aufwändige Produkte, die durch ihre Komplexität beeindruckten (ebd. S. 211). Bereits im Juli 2009 seien fast 40% der Apps für das iPhones Spiele oder spieleähnliche Angebote gewesen (ebd. S. 213). Eine zunehmende Rolle würden in Zukunft Spiele einnehmen, die neben Bild und Ton weitere Sinne ansprechen sowie die Kontrolle über neurologische Funktionen übernehmen könnten (ebd. S. 211). Chatfield sieht außerdem in der Verschmelzung von Gaming-Anwendungen mit sozialen Netzwerken eine bedeutsame Entwicklung (ebd. S. 212). Auch für not-for-profit-Zwecke sieht Chatfield im Gaming ein großes Potenzial. Gaming sei ein wirksames Mittel, um virtuelle Gemeinschaften zu organisieren. Auch virtuelle Abstimmungssysteme und partizipatorische Informationsangebote in politischen Prozessen sieht er als mögliche Anwendungsfelder im Kontext des Gaming (ebd. S. 225).

#### **Hypothese IV:**

Im Jahr 2030 ist die Gaming-Industrie der mächtigste Zweig innerhalb der kommerziellen Medienlandschaft. Keine Marketing-Strategie von Wirtschaftsunternehmen sowie von gemeinnützigen und öffentlichen Organisationen gleichermaßen kommt mehr ohne eine starke Gaming-Dimension aus. Gaming dient dabei nur noch in Teilen der reinen Unterhaltung. Vielmehr verschmilzt der Unterhaltungszweck zunehmend mit anderen Zielen und Dimensionen der Menschen, wie Gemeinschaftserleben, Geldverdienen und gesellschaftlichem Engagement. Durch seine verschiedenen Erscheinungsformen erreicht das Gaming alle

Bevölkerungsschichten und wird so zu einem Abbild der sozialen Realitäten. Im Gaming zeigen sich gesellschaftliche Krisen ebenso wie die Innovationen zu ihrer Überwindung.

## 7 Szenariogenerierung

Szenarien stellen mögliche Zukünfte dar (s. Abschnitt 3.2). Sie verdichten eine Zukunftsperspektive anhand von ausgewählten Schlüsselfaktoren (s. Kapitel 4) und stellen somit immer eine Reduzierung von tatsächlich unbegrenzter Komplexität auf ein noch überschaubares Maß von Beziehungen und Entwicklungen dar. Dazu werden Bündel von Ausprägungen der Schlüsselfaktoren zusammengestellt, die eine wahrscheinliche, wünschbare oder mögliche Entwicklung repräsentieren (vgl. Kosow/Gaßner, S. 21 f.).

Die vorliegende Szenarioanalyse verfolgt zunächst einen normativen Ansatz, d.h. eine wünschbare Zukunft soll durch Szenarien "erschaffen" werden. Der normative Anspruch ist hier die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren, die durch eine Reihe von Zielfaktoren charakterisiert wird, aus denen fünf als Schlüsselfaktoren ausgewählt wurden. Für diese Schlüsselfaktoren wurden jeweils drei mögliche Ausprägungen benannt. Die Faktoren und Ausprägungen dieser Zielfaktoren sollen den Einfluss einzelner Medienangebote auf die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren kennzeichnen. Die einzelnen Qualifizierungsmerkmale verstärken sich nicht automatisch gegenseitig, sondern sie können sich auch gegenseitig behindern. So ist es beispielsweise denkbar, dass ein großer Spielraum für Verständigung die Meinungsbildung von Unentschlossenen erschwert. Eine große Offenheit des Zugangs könnte eine effiziente Durchführung erschweren. Aus pragmatischer Sicht ist es daher naheliegend, davon auszugehen, dass einzelne Medienangebote bestimmte Schwerpunkte oder Perspektiven bei der Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren bedienen und nicht alle Schlüsselfaktoren gleichermaßen optimal fördern können. Diese Fokussierung wiederum wird maßgeblich durch gesellschaftliche, technische und politische Rahmenbedingungen und Trends mitbestimmt. Dieser allgemeine Kontext wird durch die zuvor benannten soziotechnischen Paradigmen auf als relevant eingestufte Bereiche eingegrenzt und in Form treibender Faktoren (s. Hypothesen I-IV, Abschnitt 6.3) zugespitzt. Um den darauf aufbauenden Szenarien eine prägnante Richtung zu geben, werden jeweils lediglich 1-2 der Paradigmen explizit eingesetzt. Jedes Szenario erhält damit klar ein unterscheidbares Profil, die seiner Funktion als Impulsgeber für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren durch Medienangebote Ausdruck verleihen soll.

## 7.1 Perspektive und Vorgehensmuster

Die eigentliche Szenariogenerierung erfolgt anhand von fiktiven Nutzern, die ein bis zwei der soziotechnischen Paradigmen in ihrem eigenen Bedarf und Nutzungsverhalten widerspiegeln. An dieser Stelle kommen die Gestaltungsfaktoren der Szenarioanalyse ins Spiel. Sie bilden das Gerüst für konkrete Medienangebote, die hier aus Sicht der fiktiven Nutzer überwiegend handlungsorientiert dargestellt werden. Die Gestaltung von Medienangeboten ist kein isolierter Produktionsvorgang von Medienanbietern. Diese versuchen einerseits bei ihrer Gestaltung der Medienangebote, Erwartungen und Gewohnheiten der Nutzer zu erfassen und zu berücksichtigen, gerade auch für innovative Medienangebote. Andererseits findet während der Mediennutzung selbst, meist unbewusst, eine Gestaltung des Angebotes statt, indem Funktionen und Inhalte durch die Nutzer selektiert, interpretiert und neu kombiniert werden. Dementsprechend findet auch die Wirklichkeitskonstruktion erst in der Interaktion der Nutzer mit den Medienangeboten statt, sie wird nicht allein durch das Medienangebot vorgegeben.

Diese konstruktivistische Sichtweise (vgl. Schmidt 1994 ; s. Abschnitt 4.2) fügt sich passend in die Vorstellung von der Rolle des Bürgers in der deliberativen und direkten Demokratie als maßgebliches und gestaltendes Subjekt der politischen Willensbildung. Daher wird auch in den Szenarien eine dominierende Perspektive aus Sicht der Nutzer bzw. der Bürger eingenommen.

Methodisch wird diese Sicht dadurch aufgegriffen, dass die Szenarien mit Hilfe der Persona-Methode aus der Usability-Forschung bzw. dem Interaktionsdesign generiert werden, die von Cooper (1999) erstmals veröffentlicht wurde (vgl. Schweibenz 2004). Personas dienen seitdem als fiktive, aber realtypische Nutzer von Software- und Online-Anwendungen. Sie lenken die Perspektive bei der Gestaltung von Mensch-Maschine-Schnittstellen konsequent auf den Bedarf, den Handlungskontext und die Gewohnheiten der Nutzer und durchbrechen somit eine rein entwicklergesteuerte Gestaltung von Systemen (vgl. Schweibenz 2004, S. 151 f. ; Richter 2008). Ein Persona wird durch einen Steckbrief anschaulich und lebensnah charakterisiert. In narrativ gestalteten Nutzungsszenarien werden angenommene realistische Handlungsweisen an der Mensch-Maschine-Schnittstelle, z.B. Websites, vor Augen geführt. Dadurch wird eine lebensnahe Verständigung zwischen Entwicklern und Auftraggebern über die tatsächlichen Anwendungsfälle von Software und ihre Umsetzung ermöglicht (vgl. Mulder 2007, S. 17 ff. ; Richter 2008, S. 1 ff.) . Durch die Kommerzialisierung des Internet findet die Persona-Methode auch Verwendung bei der Entwicklung von Marketingstrategien (vgl. Mulder 2007, S. 217 ff. ; kritisch hingegen: Portigal 2008). Klassischerweise werden Personas auf der Basis von Eigenschaften der anvisierten Zielgruppen erstellt, die mittels einer quantitativen Analyse über die Milieus der Zielgruppen oder mit Hilfe von qualitativen Erhebungen in Gruppendiskussionen oder Tiefeninterviews ermittelt wurden (vgl. Mulder 2007, S. 35 ff. ;

Schweibenz 2004, S. 153 f.). Eine Quelle für die Ableitung entsprechender Kategorien, aus denen Personas für das vorliegende Forschungsinteresse gebildet werden können, sind die Nutzer-Typologien aus der Kommunikations- und Partizipationsforschung. Besonders die von Emmer et al. (2006) entwickelten und von Fütting (2010) erneut bestätigten fünf Typen politisch kommunizierender Bürger scheinen dafür besonders geeignet. Sie beruhen auf Daten der Panelstudie des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau und berücksichtigen gleichermaßen Online- und Offline-Kommunikationsformen. Somit integriert jene Typologie bewusst die mediale Weiterentwicklung in den Kontext der öffentlichen Meinungsbildung, und böte dadurch eine passende Basis für Zukunftsprojektionen (s.a. Abschnitt 2.2.1).

Für den Anspruch der hier zu erarbeitenden Zukunftsszenarien haben die Personas eine abweichende Basis. Sie stehen darin nicht für eine empirisch belegbare Zielgruppe der Gegenwart oder jüngeren Vergangenheit, sondern für fiktive Nutzergruppen der Zukunft, die in dieser Arbeit nicht weiter systematisch beschrieben werden. Die Personas werden intuitiv erstellt und dienen als Akteure in medialen Nutzungsszenarien, die durch ihr Nutzungsverhalten die medialen Innovationen sichtbar werden lassen. Die Personas repräsentieren die jeweils ausgewählten Paradigmen, während sie in den Szenarien verschiedene Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren nutzen. Ähnlich wie im Falle des Anforderungsmanagements und der Usability-Forschung für Informationssysteme machen die Personas auch die Zukunftsszenarien lebendig und anschaulich und somit plausibel und konkreter diskutierbar.

Im Folgenden werden für jedes der vier Szenarien

- ein bis zwei der soziotechnischen Paradigmen als treibende Faktoren für die nachfolgenden Schritte gesetzt ;
- Merkmale medialer Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren als Konfiguration der Zielfaktoren abgeleitet und begründet ;
- ein Persona und sein relevanter Handlungskontext in einem intuitiv erstellten Steckbrief skizziert ;
- Merkmale einer fiktiven Mediennutzung als Konfiguration der Gestaltungsfaktoren für abgeleitet ;
- ein Nutzungsszenario des Persona auf Basis der Konfiguration der Gestaltungsfaktoren intuitiv entwickelt.

Die Einordnung der Szenarien im Zusammenhang der beobachteten soziotechnischen Paradigmen zeigt die folgende Abbildung.

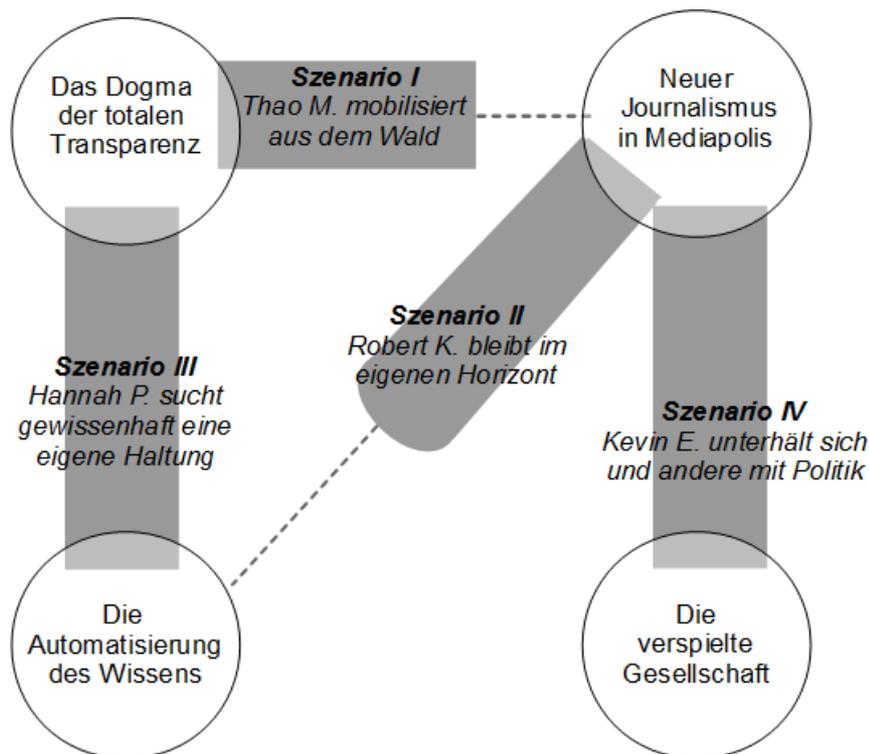


Abbildung 19: Einordnung der Szenarien in den Kontext der soziotechnischen Paradigmen (eigene Darstellung)

Für ein besseres Verständnis der Szenariogenerierung wird an dieser Stelle erneut auf Abbildung 17 (s. S. 53) verwiesen, mit der der Zusammenhang der Schlüsselfaktoren veranschaulicht wird.

In den Szenarien werden erdachte Bezeichnungen für etablierte Mediengeräte bzw. IT-Dienste im Jahr 2030 verwendet. Soweit sie die innovativen Medienangebote selbst benennen, werden sie in Kapitel 8 (Synthese) näher definiert. Die folgenden Bezeichnungen hingegen sind lediglich eine Anreicherung der Szenarien, um die angenommenen künftigen Rahmenbedingungen zu veranschaulichen.

**Multikom** – Kompaktes Universalgerät für Kommunikations- und Alltagsaufgaben (Nachfolger der Smartphones)

**Interboard** – Mobiles Multimediagerät für das Lesen, Präsentieren, Abspielen und Bearbeiten von Netzinhalten, beinhaltet teilweise variable Screen-Lösungen wie Laser-Beamer, und Rollleinwände als Touchscreen (Nachfolger der Tablet-PCs)

**Kameramodul** – standardisierte Ergänzung des Multikom für hochauflösende Videoaufzeichnungen, mit Stativ und Beleuchtung

**Plattform-Liveline** – Ticker, teilweise öffentlich, auf einer Aktions- oder Zusammenarbeitsplattform, der alle oder ausgewählte Plattform-Aktivitäten von Teilnehmern in Kurzform sendet

**PIP-Tunnel** – (PIP = Personal Internet Protocol) Universelle, individualisierte Datenverbindung im Internet, die eine persönliche IP-Adresse verwendet, mit der sich Anwender für die meisten personalisierten Dienste identifizieren können, ohne zusätzliche Kennungen oder Passwörter verwenden zu müssen (Nachfolger des VPN-Tunnels).

## 7.2 Szenario I: Thao M. mobilisiert aus dem Wald

### Treibende Faktoren

Dogma der totalen Transparenz , schwächer: Neuer Journalismus in Mediapolis

### Konfiguration der Zielfaktoren

- Das Medienangebot ermöglicht einen offenen Zugang zum direktdemokratischen Verfahren mit nur vernachlässigbaren Hürden. Der Transparenzanspruch für die relevanten Informationen erfordert auch, dass diese für jede und jeden einfach zugänglich sind.
- Das Medienangebot erreicht hauptsächlich Bevölkerungsgruppen, die ohnehin schon überrepräsentiert sind, da die Transparenz und die damit einhergehende, schwer überschaubare Fülle der Informationen eine hohe Selektionskompetenz erfordert, die i.d.R. Nur Menschen mit hohem Bildungsgrad zugeschrieben wird.
- Das Medienangebot setzt auf eine polarisierende Darstellung von Positionen, um Argumente klar zuzuordnen. Die spätere Annäherung der Positionen wird jedoch ebenso gefördert.
- Das Medienangebot bietet mit dem Zugriff auf alle Fakten und Argumente eine implizite Entscheidungshilfe, vor allem für Menschen mit hohem Bildungsgrad. Die Fülle der Informationen lässt eine explizite Entscheidungshilfe ohne Transparenzverlust nicht zu.
- Das Medienangebot bietet eine teilweise Automatisierung, um die Fülle der Informationen besser handhabbar zu machen. Eine weitgehende Automatisierung würde mit der damit verbundenen Filterung die Transparenz einschränken und unterbleibt daher.

<b>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</b>	1	2	3
Offenheit des Zugangs	vernachlässigbare Hürden	erschwerende Hürden	blockierende Hürden
Vielfalt der Beteiligung	vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen	vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen	nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache
Raum für Verständigung	Totale Polarisierung	Polarisierung mit später Annäherung	frühe Annäherung an Kompromisse
Information und Meinungsbildung für Unentschlossene	explizite Entscheidungshilfe	implizite Entscheidungshilfe	schwache Entscheidungshilfe
Effiziente Durchführung	weitgehend automatisiert	teilweise automatisiert	konventionell

Abbildung 20: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario I  
(eigene Darstellung)

### Steckbrief

Thao M., 58 Jahre, gelernte Fahrradmechanikerin, 1 Sohn, 2 Enkel, ist Aktivistin einer lokalen Umweltinitiative in der Samtgemeinde Genstedt. Zusammen mit ihren Mitstreitern möchte sie mit Hilfe eines Bürgerbegehrens erreichen, dass eine seit langem brachliegende Fläche als Naturschutzgebiet ausgewiesen wird. Ihr persönlicher Ehrgeiz liegt darin, alle Details über alternative Vorhaben für die Fläche zu veröffentlichen und zu kommentieren, um damit öffentlichen Druck aufzubauen. Sie besitzt ein persönliches Multikom, allerdings ein bereits 7 Jahre altes Modell.

### Konfiguration der Gestaltungsfaktoren

- Thao M. nutzt für ihre Beiträge vor allem Medien der Massen- und der Zielgruppenkommunikation.
- Thao M. möchte selbst Transparenz schaffen und eigene Medienbeiträge erstellen. Daher sieht sie sich in einer Produzenten- und Kommentatorenrolle
- Thao. M. möchte mit den eigenen Beiträgen Einfluss nehmen.
- Thao M. möchte aufrütteln und um Unterstützung werben. Sie tut dies in ihren Medien in emotionaler und provozierender Weise.
- Thao M. inszeniert ihre Beiträge an einen markanten Ort in dem Gebiet, das unter Naturschutz gestellt werden soll. Es handelt sich also um ein Außensetting.

<u>Ausprägungen</u> <u>Schlüsselfaktoren</u>	1	2	3	4	5
Kommunikations- und Publikumsstruktur	Massenkommunikation	Zielgruppenkommunikation	Offenes Netzwerk	Geschlossene Gruppe	Personalisierte Kommunikation
Nutzer: Rolle und Interaktivität	Nur-Rezipient	Kommentatorenrolle	Bewertungsrolle	Produzentenrolle	Probandenrolle
Funktionen	Orientierung	Analyse	Entscheidungshilfe	Unterhaltung	Einflussnahme
Stil und Wahrnehmung	sachlich	spannend	emotional	provokierend	ironisch
Inszenierung	Echtzeit-Kommunikation	Asynchrone Kommunikation	Studiosetting	Außensetting	Virtuelles Setting

Abbildung 21: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario I  
(eigene Darstellung)

### Nutzungsszenario

Alle 2 Wochen geht Thao M. mit ihrem Multikom, einem Interboard und einem Kameramodul zu der alten Feldulme im Genstedter Bruch. Im Gepäck hat sie auch dieses mal ihre neueste Entdeckung aus der Korrespondenz der Verwaltung. Vor der grünen Kulisse nimmt sie ihren regelmäßigen Videoblog auf. Nach einigen warmherzigen Begrüßungsworten zeigt sie auf dem Interboard diesmal das Protokoll der letzten Sitzung des Umweltausschusses. Das Protokoll erhielt sie 48 h nach der Sitzung über den Dokufeed direkt aus dem Verwaltungsnetz der Kommune. Darin hat sie eine Fußnote gefunden, wonach geprüft werden soll, teilweise vertrauliche Sitzungen einzuführen. Empört hinterfragt sie die Motive und wirft den Beteiligten Ignoranz des Bürgerwillens vor. Wie immer weist sie am Ende auf das Bürgerbegehren für ein Naturschutzgebiet hin. Dazu zeigt sie direkt auf dem Interboard das Aktionsforum auf dem Kommunalen Demokratieportal der Stiftung Direkte Demokratie. Dieses Portal besteht nun schon seit über 10 Jahren und bietet Initiativen in den teilnehmenden Kommunen die medialen Ressourcen zur Initiierung, Verbreitung und Durchführung von kommunalen Bürgerbegehren. Seit die Samtgemeinde Genstedt sich an dem Portal beteiligt, ist die Zahl der Bürgerbegehren und die Beteiligung daran kontinuierlich gestiegen. Auch der Gemeinderat hat schon mehrere Kommunalreferenden damit durchgeführt. Ihren Videoblog führt sie auf einer eigenen Seite im Inhaltenetz, hat sie aber auch in das Aktionsforum auf der Plattform integriert. Dadurch werden automatisch alle Bürger der Gemeinde erreicht, die schon einmal ein Bürgerbegehren mitgezeichnet oder abgestimmt haben und den Newsletter nicht abbestellt haben. Die Aufnahme ihres Blogs wird direkt aus der Kamera im Aktivistenpool der Plattform gespeichert. Zuhause am heimischen Schreibtisch muss sie nur noch die Schnittbearbeitung durchführen, die

auch direkt auf der Plattform möglich ist, einige schriftliche Beitexte und den Permalink zu dem Sitzungsprotokoll hinzufügen sowie den Beitrag zur Veröffentlichung freigeben. Über ihre Plattform-Liveline kann sie in Echtzeit einsehen, wenn online neue Mitzeichnungen des Begehrens stattfinden, und außerdem auswerten, wie viele Menschen in welchem Zeitraum das Bürgerbegehren über welche Kanäle gezeichnet haben.

### **7.3 Szenario II: Robert K. bleibt im eigenen Horizont**

#### **Treibende Faktoren**

Neuer Journalismus in Mediapolis ; schwächer: Automatisierung des Wissens

#### **Konfiguration der Zielfaktoren**

- Das Medienangebot baut erschwerende Hürden im Zugang zu direktdemokratischen Verfahren auf, da es zielgruppenspezifisch ausgerichtet ist und damit effektiv nur einen Teil der Bürger erreicht.
- Das Medienangebot spricht entweder unter- oder überrepräsentierte Gruppen an, da sie sich auf eine bestimmte Anhängerschaft konzentriert. Eine ausgewogene Ansprache der breiten Bevölkerung findet eher nicht statt.
- Die Einseitigkeit der Interessen in dem Medienangebot fördert eine totale Polarisierung in den direktdemokratischen Verfahren.
- Unentschlossene erhalten mit dem Medienangebot kaum eine Hilfe für ihre Entscheidung, da sie keine ausgewogene und neutrale Darstellung verschiedener Perspektiven erhalten.
- Das Medienangebot wird durch ihre digitalen Verteiler teilweise automatisiert, um die registrierten Nutzer zuverlässig mit neuen Beiträgen zu versorgen.

<b>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</b>	1	2	3
Offenheit des Zugangs	vernachlässigbare Hürden	erschwerende Hürden	blockierende Hürden
Vielfalt der Beteiligung	vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen	vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen	nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache
Raum für Verständigung	Totale Polarisierung	Polarisierung mit später Annäherung	frühe Annäherung an Kompromisse
Information und Meinungsbildung für Unentschlossene	explizite Entscheidungshilfe	implizite Entscheidungshilfe	schwache Entscheidungshilfe
Effiziente Durchführung	weitgehend automatisiert	teilweise automatisiert	konventionell

Abbildung 22: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario II  
(eigene Darstellung)

### Steckbrief

Robert K., 45, verheiratet, 2 Kinder, Beamter in der Landesverwaltung, wohnt in einem großzügigen Reihenhauses in einer ruhigen Siedlung außerhalb der Innenstadt. Er unterstützt ein Bürgerbegehren gegen den Bau einer Metrobahnlinie durch sein Wohngebiet in Hamburg. Normalerweise findet er, dass die Behörden durch die erweiterten Möglichkeiten der Direkten Demokratie zu sehr behindert werden. Jetzt, wo er selbst betroffen ist, möchte er diesen Weg nutzen, um ein Vorhaben zu verhindern. Er selbst fährt gerne mit dem Auto in den Dienst und ist froh über die sechsspurige Straße in die Innenstadt. Mit der Metrobahn würde die Straße auf vier Spuren verkleinert. Er glaubt, dass der Busverkehr ausreichend ist, und auch viele andere Bürger aus dem Ortsteil auf die gute Autoverbindung nicht verzichten möchten. Da alle Autos max. 2 l Benzin verbrauchen oder elektrisch fahren, sieht er auch nicht ein, warum der Autoverkehr noch weiter eingeschränkt werden soll. Robert und seine Familie haben immer noch einen dieser alten Flachbildfernseher in Betrieb, die nicht vernetzt sind und für die bald kein separates Signal mehr gesendet wird. Die neuen Multikoms findet Robert K. überflüssig. Er setzt auf sein gutes altes Smartphone, das er schon seit 15 Jahren benutzt. Außerdem verwendet er zuhause noch den letzten Desktop-Rechner seines Vaters.

### Konfiguration der Gestaltungsfaktoren

- Robert K. nutzt mit seiner Familie gewohnheitsmäßig noch das Fernsehprogramm, um sich über politische Dinge und lokale Angelegenheiten zu informieren. Daneben besucht er in Netz lokale Angebote und solche für Eigenheim-Besitzer und Autofahrer.

- Robert K. ist eher schüchtern und zurückhaltend und beteiligt sich selten an Umfragen oder mit eigenen Beiträgen. Er ist einfach fasziniert, aber teilweise auch überfordert von der Vielfalt der medienvermittelten Welt und konzentriert sich daher auf das Rezipieren.
- Robert K. nutzt Medien zur Orientierung, möchte aber keine langen Erläuterungen lesen oder hören. Bei Wahlen und Abstimmungen sucht er einfache Entscheidungshilfen, die ihn schnell zu einer eigenen Entscheidung führen.
- Robert K. mag es, wenn die wesentlichen Fragen prägnant und ohne Umschweife auf den Punkt gebracht werden. Das soll dann ruhig schon mal weh tun, außer er ist selbst gemeint.
- Robert K. mag keine Streitereien vor der Kamera. Live-Sendungen sind ihm viel zu hektisch. Daher bevorzugt er dokumentarische und erzählerische Formate über interessante Orte und Menschen.

<i>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</i>	1	2	3	4	5
Kommunikations- und Publikumsstruktur	Massenkommunikation	Zielgruppenkommunikation	Offenes Netzwerk	Geschlossene Gruppe	Personalisierte Kommunikation
Nutzer: Rolle und Interaktivität	Nur-Rezipient	Kommentatorenrolle	Bewertungsrolle	Produzentenrolle	Probandenrolle
Funktionen	Orientierung	Analyse	Entscheidungshilfe	Unterhaltung	Einflussnahme
Stil und Wahrnehmung	sachlich	spannend	emotional	provokierend	ironisch
Inszenierung	Echtzeit-Kommunikation	Asynchrone Kommunikation	Studiosetting	Außensetting	Virtuelles Setting

Abbildung 23: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario II  
(eigene Darstellung)

### Nutzungsszenario

Robert K. hat in der lokalen Nachrichtensendung des NDR-Fernsehens zum ersten Mal von dem Metrobahnprojekt durch sein Wohnviertel gehört. Dabei hatte er gleich ein un gutes Gefühl, ihm war aber nicht klar, warum. Später erfuhr er in der gleichen Sendung, dass sich eine Bürgerinitiative gegründet habe, die ein Volksbegehren gegen die Pläne starte. Auf der Straße sieht er Plakate von Rita G., eine der örtlichen Lokaljournalistinnen, mit dem Slogan "Ritas Reizthema: Die neue Metrobahn durch Bramfeld". Ritas Kiosk ist das lokale Nachrichten- und Meinungsangebot von Rita G. im Netz. Robert K. war schon häufiger in ihrem Netzkiosk zum

virtuellen Besuch. Ihm gefällt ihre direkte und erfrischende Art, den Politikern auf die Füße zu treten. Zuhause geht er daher erneut in ihr virtuelles Kiosk, Dort hat sie die Informationen zu der Metrobahn-Planung knapp und übersichtlich dargestellt. Er kann auf einer detaillierten Karte den Verlauf der Bahntrasse sehen. Ihn beunruhigt, dass sie nicht nur die Hauptstraße in die Innenstadt verkleinert, sondern auch noch quer über die Wiese hinter seinem Haus verläuft. Ein Link führt ihn zu einer Raumsimulation, in der er seine Anschrift eingibt und dann den Blick aus seinem Haus auf die Wiese mit der Metrobahn erhält. Unter der Rubrik "Stimmen aus der Nachbarschaft" führt sie kurze Statements für und wider das Projekt von lokalen Persönlichkeiten unter deren Fotos auf. In einer geschlossenen Netzgruppe sammeln sich hauptsächlich die Gegner und tragen Schwachstellen in der Planung und Finanzierung zusammen. Rita G. ist selbst dort aktiv, greift die Schwachstellen auf und geht damit über ihren Blog in die Öffentlichkeit. Sie überrascht Vertreter der Verwaltung, Politik und Planungsgesellschaft mit laufender Kamera und kritischen und provokanten Fragen. Die Clips dieser medialen "Attentate" sind noch am selben Tag im Netz zu finden. Robert K. freut sich über so viel Aktivismus für seine Interessen. Auf Ritas Kiosk sind durchaus auch die Pro-Argumente zu finden und es gibt auch eine Netzgruppe für Befürworter. Diese wird jedoch nur sporadisch besucht und es gibt keine dauerhaften Teilnehmer. Befürworter trifft man eher im lokalen Bürgerforum, einem On-Off-Angebot des Stadtbezirks, in dem regelmäßig lokalpolitische Stammtische stattfinden. Der Saal als physischer Ort ist zugleich ein Webstudio. Online-Besucher können sich und ihr Setting live auf eine Wand des Offline-Saals projizieren und nehmen auf ihrem eigenen Schirm die jeweilige Raumperspektive visuell und akustisch wahr. Ein gern genutztes Angebot für Fortschritts-Freaks. Dort wird auch viel Häme gegenüber den Gegnern des Projektes geäußert. Das ist Robert K. viel zu unübersichtlich und mit den Leuten dort kann er nichts anfangen. Bei Rita G. jedoch hat er seine politische Heimat gefunden.

## **7.4 Szenario III: Hannah P. sucht gewissenhaft eine eigene Haltung**

### **Treibende Faktoren**

Automatisierung des Wissens , Dogma der totalen Transparenz

### **Konfiguration der Zielfaktoren**

- Das Medienangebot erleichtert den Zugang zur Beteiligung an direktdemokratischen Verfahren, indem es den Diskussionsgegenstand transparent macht und automatisch mit verwandten Informationskontexten vernetzt.

- Das Medienangebot bietet eine ausgewogene Ansprache verschiedener Bevölkerungsgruppen, indem es skalierbare Schnittstellen für verschiedene Informationsbedürfnisse bereithält.
- Das Medienangebot zeigt von vornherein mehrere Alternativen auf, indem es bewusst alle Argumente und Beiträge gleichrangig berücksichtigt und nebeneinander stellt.
- Das Medienangebot bietet eine explizite Entscheidungshilfe, indem es die Argumente eindeutig bestimmten Positionen zuordnet und eine systematische Auswertung ermöglicht.
- Das Medienangebot ist weitgehend automatisiert, da die Nutzerinteraktion über vorgegebene Algorithmen und maschinelle Textgenerierung gesteuert wird.

<b>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</b>	1	2	3
Offenheit des Zugangs	vernachlässigbare Hürden	erschwerende Hürden	blockierende Hürden
Vielfalt der Beteiligung	vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen	vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen	nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache
Raum für Verständigung	Totale Polarisierung	Polarisierung mit später Annäherung	frühe Annäherung an Kompromisse
Information und Meinungsbildung für Unentschlossene	explizite Entscheidungshilfe	implizite Entscheidungshilfe	schwache Entscheidungshilfe
Effiziente Durchführung	weitgehend automatisiert	teilweise automatisiert	konventionell

Abbildung 24: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario III (eigene Darstellung)

### Steckbrief

Hannah P., 44, 2 Kinder, Ingenieurin für Energietechnik im Ruhrgebiet, besitzt ein persönliches Multikom und ein Familiengerät. Seit einigen Jahren werden gezielt neue Speichertechniken für regenerative Energien erschlossen, um Produktion und Verbrauch besser aufeinander abstimmen zu können. So ist für das Ruhrgebiet ein Großspeicher-Grid in Form von Pumpspeicherkraftwerken in ehemaligen Bergwerksschächten geplant. Sie findet diese Technik sehr wegweisend und ist an der konkreten Umsetzung sehr interessiert, weil ihr Ingenieurbüro verstärkt verwandte Dienstleistungen anbieten möchte. Es sind aber auch erhebliche Proteste laut geworden und ein Volksbegehren gegen das Projekt war so erfolgreich, dass es demnächst zu einem landesweiten dazu Volksentscheid kommen wird. Hannah P. möchte auch die Gegenargumente verstehen und sich ein objektives Urteil bilden.

### Konfiguration der Gestaltungsfaktoren

Hannah P. sucht Angebote, die ihrem fachlichen Hintergrund und ihrer Neugier nach technischen Details gerecht werden. Dabei möchte sie sich gerne mit anderen Nutzern auf fachlicher Augenhöhe persönlich austauschen. Für ihre Interessen im Detail möchte sie auf persönliche Nutzungsprofile zurückgreifen.

Hannah P. möchte neue Unterlagen des Projektes studieren und kommentieren. Ihre Favoriten möchte sie anderen Nutzern weiterempfehlen.

Hannah P. ist vor allem an technischen Details des Projektes interessiert. Wenn ihre eigenen Fachkenntnisse betroffen sind, möchte sie sich auch einbringen und die Diskussion mitbestimmen.

Hannah P. ist es gewohnt, technische Ausführungen in aller Sachlichkeit und Distanziertheit aufzunehmen. Wenn sie jedoch gravierende Fehler entdeckt, neigt sie dazu, dies in ironisch-humorvoller Art zu kommentieren. Zuweilen wirken ihre Antworten daher arrogant.

Hannah P. mag die direkte Kommunikation mit Gleichgesinnten und nutzt gerne die neuesten Funktionen der Netzangebote, die dies unterstützen.

<i>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</i>	1	2	3	4	5
Kommunikations- und Publikumsstruktur	Massenkommunikation	Zielgruppenkommunikation	Offenes Netzwerk	Geschlossene Gruppe	Personalisierte Kommunikation
Nutzer: Rolle und Interaktivität	Nur-Rezipient	Kommentatorenrolle	Bewertungsrolle	Produzentenrolle	Probandenrolle
Funktionen	Orientierung	Analyse	Entscheidungshilfe	Unterhaltung	Einflussnahme
Stil und Wahrnehmung	sachlich	spannend	emotional	provokierend	ironisch
Inszenierung	Echtzeit-Kommunikation	Asynchrone Kommunikation	Studiosetting	Außensetting	Virtuelles Setting

Abbildung 25: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario III  
(eigene Darstellung)

### Nutzungsszenario

Hannah P. befindet sich gemeinsam mit Kollegen auf einer Busfahrt zu einer Energiemesse im Saarland. Der private Smalltalk mit den Kollegen langweilt sie gerade und sie beschließt daher, die Zeit zu nutzen, um sich über den bevorstehenden Volksentscheid zu informieren. In ihr Multikom spricht sie "Schachtspeicher" in die Suchfunktion und erhält die semantische Spinne

für den Begriff. Über die Facette Politik findet sie gleich den Link zum Themenportal der NRW-Landesagentur für Volksentscheide. Darin kann sie zwischen verschiedenen Basiszugängen wählen - sie wählt das für Techniker, Ingenieure und Naturwissenschaftler. Dann öffnet sie das 15-minütige Video-Feature, das die technischen Einzelheiten und prinzipiellen Risiken darstellt und zudem eine Zusammenfassung der Argumente des Projektes vorstellt. Zu jeder thematischen Sequenz des Films gibt es eine verknüpfte Argumentationsspinne mit dem identischen Sprachgebrauch und einem Online-Treffpunkt. Als sie die Spinne betritt, wird sie gleich durch die PIP-Adresse identifiziert und mit ihrem Echtnamen und Minifoto angezeigt. Dafür hatte sie diese Anwendung schon beim letzten Mal freigeschaltet. Es sind bereits weitere Teilnehmer anwesend, die gerade über die geologische Risikoanalyse diskutieren, darunter zwei Kollegen eines befreundeten Ingenieurbüros. Sie steigt in die Diskussion ein und zitiert aus einem Gutachten, das sie kürzlich gelesen hat. Dabei bemängelt sie die schwach abgesicherte Methodik. Eine versehentliche fachliche Verdrehung durch einen Teilnehmer korrigiert sie prompt mit einer süffisanten Bemerkung.

Zwei Wochen später, der Termin zum Volksentscheid rückt näher, ruft sie das Angebot erneut auf. Sogleich aktiviert sie den Stimmlotsen, den sie noch vom letzten Volksentscheid kennt. Ihr allgemeines Präferenzprofil überfliegt sie noch einmal, behält es jedoch bei. Für das aktuelle Thema muss sie noch die spezifische Gewichtung konfigurieren. Dann durchläuft sie die Orientierungssequenz mit rund einem Duzend Fragen. Bei rund der Hälfte kann sie sich noch nicht entscheiden. Im Ergebniskonto findet sie einige Links zu Überblickstexten zu den jeweiligen Aspekten, die mit dem at-Kürzel für *automatic texting* versehen sind. Insbesondere die Risiken scheinen umstritten zu sein, auch ihr selbst fällt eine Haltung schwer. Ihr Verstand sieht sie als beherrschbar an, ihr Gefühl verlangt nach absoluter Sicherheit. Daher liest sie besonders aufmerksam die Alternativvorschläge zur Vorlage des Volksentscheids durch. Unten am Seitenrand leuchtet schon der PIP-Tunnel zur virtuellen Stimmurne, aber noch ist sie zu diesem Schritt nicht bereit ...

## **7.5 Szenario IV: Kevin E. unterhält sich und andere mit Politik**

### **Treibende Faktoren**

Die verspielte Gesellschaft ; Neuer Journalismus in Mediapolis

### **Konfiguration der Zielfaktoren**

Das Medienangebot verringert die Hürden beim Zugang zu direktdemokratischen Verfahren, da über spielerische Angebote der Einstieg in politische Themen erleichtert wird.

Das Medienangebot richtet sich vor allem an unterrepräsentierte Gruppen, da deren Politikferne durch eingeflochtene Unterhaltungselemente unterlaufen wird.

Das Medienangebot fördert zunächst eine Polarisierung, weil die Spiel-Elemente auf Wettbewerb basieren und Gewinner und Verlierer produzieren. Andererseits werden mehrere Facetten eines Themas beleuchtet, so dass daraus später Alternativen abgeleitet werden können.

Das Medienangebot bietet eine implizite Entscheidungshilfe durch Identifikationsmöglichkeiten und spielerische Anreize, sich mit den Argumenten auseinanderzusetzen.

Das Medienangebot ist teilweise automatisiert, indem es sowohl eine virtuelle Plattform, als auch eine Show-Veranstaltung beinhaltet.

<b>Ausprägungen Schlüsselfaktoren</b>	1	2	3
Offenheit des Zugangs	vernachlässigbare Hürden	erschwerende Hürden	blockierende Hürden
Vielfalt der Beteiligung	vorrangige Ansprache überrepräsentierter Gruppen	vorrangige Ansprache unterrepräsentierter Gruppen	nicht-spezifische oder ausgewogene Ansprache
Raum für Verständigung	Totale Polarisierung	Polarisierung mit später Annäherung	frühe Annäherung an Kompromisse
Information und Meinungsbildung für Unentschlossene	explizite Entscheidungshilfe	implizite Entscheidungshilfe	schwache Entscheidungshilfe
Effiziente Durchführung	weitgehend automatisiert	teilweise automatisiert	konventionell

Abbildung 26: Konfiguration der Zielfaktoren in Szenario IV (eigene Darstellung)

**Steckbrief**

Kevin E. , 33 Jahre, 1 Tochter, Gesundheits- und Seniorenpfleger im Harz. Er begleitet und unterstützt Menschen in ihrem letzten Lebensabschnitt, teilweise ambulant, teilweise in einem Mehrgenerationen-Wohnprojekt. Er findet es Klasse, dass seit einigen Jahren Volksentscheide selbstverständlicher geworden sind. Seit die Volksinitiative zur Abschaffung der Schulpflicht und zur konsequenten Förderung einer selbstbestimmten Bildung hohe Wellen schlägt, diskutiert er häufiger mit seinen Klienten. Viele von ihnen können es nicht verstehen, dass Menschen auch ohne Pflicht etwas Sinnvolles lernen möchten.

**Konfiguration der Gestaltungsfaktoren**

Kevin E. bevorzugt Medienangebote, die einen regionalen Bezug transportieren und die bei ihm ein gewisses Heimatgefühl geben. Daher sieht er sich als Teil der regionalen Zielgruppe für Ziegruppenkommunikation.

Kevin E. zeigt gerne, was er von Beiträgen und Sendungen hält. Er spart nicht mit Lob und Kritik, sobald sie ihm angebracht erscheinen. Gerne nimmt er auch an interaktiven Spielen teil.

Kevin E. ist neugierig auf kontroverse politische Entscheidungen. Nicht immer fällt es ihm leicht, alle Argumente zu verstehen und eine eigene Haltung zu finden. Daher sucht er Medienangebote, die ihm eine grundsätzliche Orientierung bieten. Andererseits hasst er trockene Fakten. Für ihn muss immer auch Unterhaltung dabei sein.

Kevin E. kann sich nur auf ein Medienangebot konzentrieren, wenn es spannend oder unterhaltsam ist.

Kevin E. mag Live-Sendungen wie Talk- und Spielshows und die verbalen Schlagabtausche, die darin stattfinden.

<u>Ausprägungen</u> <u>Schlüsselfaktoren</u>	1	2	3	4	5
Kommunikations- und Publikumsstruktur	Massenkommunikation	Zielgruppenkommunikation	Offenes Netzwerk	Geschlossene Gruppe	Personalisierte Kommunikation
Nutzer: Rolle und Interaktivität	Nur-Rezipient	Kommentatorenrolle	Bewertungsrolle	Produzentenrolle	Probandenrolle
Funktionen	Orientierung	Analyse	Entscheidungshilfe	Unterhaltung	Einflussnahme
Stil und Wahrnehmung	sachlich	spannend	emotional	provokierend	ironisch
Inszenierung	Echtzeit-Kommunikation	Asynchrone Kommunikation	Studiosetting	Außensetting	Virtuelles Setting

Abbildung 27: Konfiguration der Gestaltungsfaktoren in Szenario IV (eigene Darstellung)

### Nutzungsszenario

Nachdem beim Nachmittagskaffee im Wohnprojekt wieder so heftig über die Volksinitiative zur Abschaffung der Schulpflicht diskutiert wurde, möchte er das Interesse für einen unterhaltsamen Themenabend nutzen. Beim Stöbern im Internet findet er den Hinweis auf die Show "Dein Kreuz zählt ! - Die Bürgerarena für Direkte Demokratie". An einem Abend ab 19:30 findet die Live-Show zur aktuellen Volksinitiative auf dem 2. Kanal statt, bei der sich auch Gruppen und einzelne Bürger dazuschalten können. Neugierig öffnet er die angegebene Website, die wie die Show von der Agentur DEMO\_TAKT angeboten wird. Darauf sind regionale Kontaktredakteure genannt, die die Beiträge ihres Einzugsgebiets sammeln und koordinieren. Kevin E. ruft die Kontaktredakteurin für Ost-Niedersachsen, Alicia G. an. Er kennt sie bereits als Verfasserin eines seiner Lieblings-Blogs aus der Region. Als sie von seinem Hintergrund erfährt, bietet sie

ihm gleich an, für ein Meinungscasting im Wohnprojekt vorbeizukommen. Nach Rücksprache mit dem Hausvorstand findet dieses Meinungscasting mit einem halben Dutzend Bewohner\_innen statt. Diese werden einzeln vor dem Logo der Volksinitiative interviewt und gefilmt, wie sie unter der Überschrift *Position oder Frage* in wenigen Sätzen einen Meinungsbeitrag präsentieren. Die Casting-Clips stehen als geschnittener Team-Beitrag des Wohnprojektes am übernächsten Tag auf der Seite der Show, zusammen mit den Beiträgen weiterer Menschen aus anderen sozialen Zusammenhängen. Aus den Beiträgen und unter der Moderation von Alicia G. kristallisiert sich der Schwerpunkt "Bildungsgutscheine für alle" heraus, das für die Gleichbehandlung staatlicher und privater Schulen bei der Finanzierung steht. Vier Wochen vor der Show beginnt ein Online-Spiel für bundesweit alle beteiligten Teams. Ziel des Spiels ist es, ein möglichst großes Bündnis für ein Argument oder einen Schwerpunkt zu schmieden. Dabei wird eine Mischung aus Wissensquiz, Verhandlungsspiel und politischer Börsenspekulation inszeniert. Die so gebildeten Bündnisse stellen die Teams in der Live-Show und erhalten einen Startbonus entsprechend ihrer Stärke am Ende des Online-Spiels. Das Wohnprojekt tritt mit dem gewählten Thema Bildungsgutscheine und mit Kevin E. als Key-Player an. Alicia G. ist für ihn eine Art Trainerin, die ihn während des Spiels berät. Sie gewinnen viel Unterstützung und werden das drittstärkste Bündnis, so dass sie für die Show qualifiziert sind. In der Live-Show selbst werden die Teams jeweils von ihren Key-Playern mit ihren jeweiligen Trainern vertreten, die Mitsteiter der Heimatregion werden über eine 3D-Projektion in eine Mannschaftsloge eingeblendet, die Teil des Studios ist. Für jedes Team findet zunächst ein leichter Einstiegstalk mit dem Showmaster Thomas K. statt, so auch mit Kevin E. und Alicia G.. Dann müssen sich alle Teams in einem "Verhör" genannten Spiel der Publikums-Jury stellen, die aus allen Zuschauern besteht, die sich dafür online angemeldet haben. Für online live eingegebene kritische Fragen und Gegenargumente zu ihrem Thema müssen die Teams innerhalb von 1 Minute eine möglichst überzeugende Antwort geben. Am Ende vergibt die Jury eine Wertung. Kevin E., Alicia G. und ihr Team aus dem Wohnprojekt entpuppen sich als wahres Dream-Team und erlangen den begehrten Sieg-Pokal sowie ein stattliches Preisgeld. Damit ist der Volksentscheid noch nicht entschieden, aber mit ihrem Thema "Bildungsgutscheine für alle" erreichen sie als Sieger des Wettbewerbs große Aufmerksamkeit und die Debatte um die Schulpflicht erhält neue Nahrung.



## 8 Synthese

### 8.1 Mediale Innovationen für die Direkte Demokratie

Mit den Szenarien wurden Zukunftsbilder entworfen, die die Mediennutzung in direktdemokratischen Verfahren exemplarisch beschreiben. Es sind fiktive Beispiele mit einem realitätsnahen Anspruch. Sie bestehen nicht isoliert für sich, sondern stellvertretend für wesentliche allgemeine Nutzungsformen in einer überschaubaren Zukunft. Sie sind daher als nebeneinander stehende bzw. sich ergänzende Zukunftsbilder anzusehen und nicht als sich ausschließende Alternativen. Die beschriebenen Ideen in den Zukunftsbildern sind nicht notwendigerweise neu. Neu sind ihre Einbettung in direktdemokratische Verfahren und die implizite, durch die Szenarien transportierte Annahme, dass sie auch einen selbstverständlichen und wesentlichen Teil der Öffentlichkeit in direktdemokratischen Verfahren ausmachen. Von ihnen wird angenommen, dass sie der Mehrheit der politisch interessierten Bevölkerung im Deutschland des Jahres 2030 bekannt sind und entsprechend breit genutzt werden. Mit dieser Perspektive werden im Folgenden die Ideen aus den Szenarien konsolidiert und in einen gemeinsamen Rahmen eingeordnet.

Jedes der zuvor entwickelten Szenarien beschreibt die Mediennutzung aus Sicht einzelner Nutzer. Dabei wird je Szenario meist mehr als ein Medienangebot konstruiert, das in einem direktdemokratischen Verfahren Verwendung findet. Darin zeigt sich die Annahme, dass für verschiedene Funktionen separate Medienangebote einsetzbar sind, die einander ergänzen. Die in den Szenarien meist nur knapp angedeuteten Medienangebote bilden die potenziellen Ideenkeime für mediale Innovationen. Diese, so die implizite These der Szenarien, können sich als Medienschemata in einem speziellen Kontext neu etablieren. Diese möglichen Medienschemata werden im Folgenden aus den einzelnen Szenarien extrahiert und mit einer zusammenfassenden Definition versehen:

**Verwaltungs-Dokufeed** : Bürger können neue Verwaltungsdokumente, ggf. gefiltert nach Themenfeldern, nahezu lückenlos abonnieren und werden über ein automatisiertes, mit einem Dokumentenmanagementsystem der Verwaltung verknüpftes Verfahren digital versorgt.  
(aus Szenario I)

**Kommunale Demokratie Plattform** : Virtuelles Medienangebot für Bürger zur Initiierung, Verbreitung, Diskussion und Durchführung kommunaler Bürgerbegehren und -entscheide. Bürger können darin personalisierte Bereiche pflegen und veröffentlichen sowie sich für ihre Anliegen untereinander vernetzen. Sie können dort Unterstützung mobilisieren und

rechtsgültige digitale Signaturen für die Begehren sammeln. (aus Szenario I)

**Virtuelles Redaktionskiosk:** Journalistisches, multimediales Angebot, meist mit lokalem oder regionalem Bezug, das durch einen oder wenige Journalisten betrieben wird und durch diese sehr individuell geprägt werden. Die Inhalte stehen häufig eine breite redaktionelle Versorgung für das jeweilige lokale Publikum dar. Sie sind die dominanten Nachfolger der früheren Lokalzeitungen. (aus Szenario II)

**Partizipative Raumsimulation:** Die Pläne für räumliche Entwicklungsprojekte werden standardmäßig als digitale, frei zugängliche 3D-Simulation veröffentlicht, die in Foto- und Filmaufnahmen der realen Orte hinein projiziert sind. Nutzer können in diesen ihren Standpunkt frei wählen und so jede denkbare Perspektive realistisch wahrnehmen sowie sich innerhalb des 3D-Modells in realistischer Geschwindigkeit bewegen. Sie können einzelne Punkte oder Ausschnitte markieren und mit Kommentaren und Verweisen versehen.

(aus Szenario II)

**On-Off- bzw. Off-Off-Bürgerforum:** Die früheren Internet- und Gamingcafés sind durch On-Off-Cafés verdrängt worden. Sie bestehen aus einem virtuellen On-Ort (on für online), in dem man sich mit einem animierten, ggf. realistischen anmutenden 3D-Avatar bewegen kann. Ein oder mehrere On-Orte sind über großflächige Projektionen mit einem oder mehreren realen Off-Orten (off für offline) verknüpft, die meist in Form eines Cafés, Bistros oder einer Disko betrieben werden. In ähnlicher Form werden auch nur zwei oder mehr Off-Orte untereinander verbunden, die räumlich voneinander unabhängig sind (Telepräsenz). Auch nicht-kommerzielle Einrichtungen nutzen diese Verknüpfungstechnik in zunehmendem Maße, so auch Kommunen für ihre Bürgerversammlungen und andere Veranstaltungen. (aus Szenario II)

**Landesportal für Volksentscheide:** Zu den Themen von Volksbegehren und Volksentscheiden werden mit redaktioneller Betreuung ausführliche, und abwechslungsreich aufbereitete Hintergrundinformationen zu den verschiedenen Aspekten angeboten. Die Inhalte werden gezielt für mehrere Zielgruppen unterschiedlich inszeniert bzw. spezifisch miteinander kombiniert. Nutzer können die einzelnen thematischen Aspekte kommentieren und kollaborativ in dafür bereitgestellten Kommunikationsgruppen interaktiv und kollaborativ weiterentwickeln. (aus Szenario III)

**Argumenten-Scanner:** Texte und Tonaufnahmen mit fachlichen Beiträgen werden durch einen semantischen Scanner analysiert, der auf das jeweilige Fachgebiet spezialisiert ist. Aus den Beiträgen werden Argumentationsmuster extrahiert, zueinander in Beziehung gesetzt und in einer Mindmap-ähnlichen Grafik visualisiert. Die einzelnen Elemente der Grafik können durch Nutzer kommentiert und durch neue Elemente weiterentwickelt werden. (aus Szenario III)

**Stimmlotsen:** Interessierte aber noch unentschlossene Bürger können mit dem Stimmlotsen ihre Präferenzen mit der Vorlage des Bürger- oder Volksentscheids abgleichen. Einerseits können Sie einem individuellen Profil Ihre politischen, sozialen und kulturellen Grundpräferenzen hinterlegen, die für alle künftigen Fragestellungen wiederverwendet werden. Für jeden Bürger- und Volksentscheid werden individuelle Gewichtungen und spezifische Aspekte abgefragt. Die Antworten werden mit den öffentlich präsenten Positionen zu der Fragestellung abgeglichen und der Nutzer erhält eine individuelle, in verschiedenen Grafikmodi aufbereitete Präferenzmatrix, die ihn zu einer eigenen Haltung oder Entscheidung verhelfen sollen. (aus Szenario III)

**Virtuelle Stimmurne:** Im Rahmen von Bürger- und Volksentscheiden wird eine digitale Stimmabgabe über ein gesichertes Online-Verfahren ermöglicht. Die rechtssichere E-Mail hat sich zuvor bevölkerungsweit etabliert, Authentifizierungs- und Verschlüsselungstechniken sind weitgehend ausgereift und massentauglich und ein transparentes und fälschungssicheres digitales Zählverfahren ist ebenfalls entwickelt worden. Schließlich sind die rechtlichen Hürden für das E-Voting beseitigt worden. Um eine Identifikation mit dem Akt der Stimmabgabe zu erreichen, sind viele Stimmurnen in spezifische Online-Angebote eingettet, die sich an verschiedene Zielgruppen richten. Zudem kann die Stimmabgabe so mit anderen virtuellen Medienangeboten verknüpft werden. (aus Szenario III)

**Bürgerarena als TV-Show:** Mit direkter Demokratie erhält der unmittelbare öffentliche Diskurs zwischen den Bürgern eine größere Bedeutung. Produktionsunternehmen nutzen dieses Potenzial für die Inszenierung von Bürgerarenen als TV-Shows mit starken Unterhaltungselementen. Dadurch werden auch Bürger angesprochen, die mit rein informativ und sachlich gestalteten Angeboten nicht erreicht werden, die aber doch ein Interesse an den Anliegen von Volksbegehren- und -entscheiden haben könnten. Das jeweilige Thema wird in einer TV-Show pointiert aufbereitet und in ein populäres Unterhaltungsprogramm sowie in ein Online-Angebot eingebettet, das weitergehende Informationen und Partizipationsmöglichkeiten beinhaltet. (aus Szenario IV)

**Demokratie-Gaming:** Volksbegehren und -entscheide werden durch Gaming-Angebote popularisiert. Durch quizartige Spiele wird der Wissenstand über das Thema der jeweiligen Vorlage erhöht. Mit kollaborativen Online-Spielen werden Wettbewerbe um die überzeugendsten Fakten und Argumente inszeniert. Sie ermöglichen damit öffentliche, politische Diskurse, die einen spielerischen Anreiz bieten und somit neue Zielgruppen erschließen können. (aus Szenario IV)

Direktdemokratische Verfahren beschränken sich, wie in Abschnitt 4.1 dargestellt, nicht allein auf den verbindlichen Abstimmungsvorgang der Bürger in einer Sachentscheidung. Auch die gesamte Initiierung und Vorbereitung sowie die Umsetzung direktdemokratischer Entscheidungen sind konstituierende Elemente eines direktdemokratischen Verfahrens. Noch weitgehender argumentiert Scheuch (2011), indem er empfiehlt, dass "Die Möglichkeiten der IT [...] den gesamten Prozess der Entscheidungsfindung in der repräsentativen Demokratie stützen" (ebd. S. A1). Neue Medien könnten, so Scheuch, bereits im Tagesgeschäft der Parlamente genutzt werden, um in einer frühen Phase Beteiligung zu ermöglichen und Themen für direktdemokratische Verfahren zu identifizieren (ebd.). Einzelne Medienangebote werden meist nicht, bzw. nicht von vornherein alle diese Elemente und Phasen gleichzeitig bedienen und integrieren, weder im gesamten politischen System, noch allein bezogen auf direktdemokratische Verfahren. Dennoch wird anhand der dargestellten medialen Funktionen deutlich, dass die Medienschemata nicht nur zur Unterstützung direktdemokratischer Verfahren geeignet sind, sondern auch für andere Formen der E-Partizipation.

Aus der Vielfalt der skizzierten Medienschemata ist ersichtlich, dass sie jeweils unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Auf der Basis des Phasenmodells nach Möckli (1994, nach Mittendorf 2009, S. 107 ; s.a. Abschnitt 4.1) werden den einzelnen medialen Innovationen in Tabelle 10 die verschiedenen Phasen direktdemokratischer Phasen zugeordnet. Damit wird deutlich, dass sie sich ergänzen und nur in einem gelungenen Zusammenspiel verschiedener Medienangebote ein direktdemokratisches Verfahren umfassend unterstützt wird.

Die beschriebenen Medienschemata sind mediale Innovationen im Zusammenhang mit direktdemokratischen Verfahren. Sie sind nicht als solche utopisch im Sinne völlig neuartiger Entdeckungen oder Entwicklungen, die nur eine geringe Basis in der Gegenwart besitzen. Für die hier skizzierten Medienschemata sind vielmehr Beispiele in der Gegenwart zu finden, die bereits einige der Ansätze in verwandten politischen bzw. gesellschaftlichen Kontexten umsetzen, teilweise auch im direktdemokratischen Prozess. Diese Beispiele können als Prototypen dienen, die sich zur Weiterentwicklung anbieten. Sie sind auch empirische Felder, in denen die Ideen auf ihre Praxistauglichkeit hin geprüft werden können. Welche realen Medienangebote und experimentellen Produkte bereits in diesem Sinne vorhanden sind, ist ebenfalls Tabelle 10 zu entnehmen.

Idee für Medienschema	Phase in direktdemokratischen Verfahren	Angebote und Techniken in der Gegenwart, die verwandte Elemente enthalten (teilweise experimentell)
Verwaltungs-Dokufeed	Qualifizierungsphase Parlamentarische Phase Öffentliche Meinungsbildungsphase	RSS-Feeds
Kommunale Demokratie-Plattform	Alle Phasen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunale Bürgerportale, z.B. Jenapolis <a href="http://www.jenapolis.de">www.jenapolis.de</a></li> <li>- E-Petitionen mit Diskussionsforen: <a href="https://epetitionen.bundestag.de/">https://epetitionen.bundestag.de/</a></li> <li>- Kollaborative Redaktions- und Abstimmungsplattformen, z.B. Adhocracy von Liquid Democracy <a href="http://wiki.liqd.net/Adhocracy">http://wiki.liqd.net/Adhocracy</a></li> </ul>
Virtuelles Redaktionskiosk	Alle Phasen	Journalistische Blogs
Partizipative Raumsimulation	Qualifizierungsphase Parlamentarische Phase Öffentliche Meinungsbildungsphase Interpretationsphase	<ul style="list-style-type: none"> <li>- StreetView-Angebote</li> <li>- Digitale 3D-Modelle der Baubehörden: <a href="http://www.hamburg.de/3d/">http://www.hamburg.de/3d/</a></li> <li>- Partizipationsplattformen für Stadtentwicklung : <a href="http://www.nexthamburg.de">www.nexthamburg.de</a></li> </ul>
On-Off- bzw. Off-Off-Bürgerforum	Qualifizierungsphase Öffentliche Meinungsbildungsphase Interpretationsphase	Alternate Reality Games ; Wii-Konsolen ; Telepräsenzsysteme ; Roomware-Komponenten (vgl. Scheibel 2008, S. 114 ff.)
Landesportal für Volksentscheide	Parlamentarische Phase Öffentliche Meinungsbildungsphase Interpretationsphase	Themenbezogene politische Foren mit redaktioneller Betreuung: <a href="http://www.demokratieonline.de">www.demokratieonline.de</a>
Argumenten-Scanner	Qualifizierungsphase Parlamentarische Phase Öffentliche Meinungsbildungsphase	Online-Mindmapping-Systeme: <a href="http://www.debategraph.org">www.debategraph.org</a>
Stimmlotsen	Öffentliche Meinungsbildungsphase Entscheidungsphase	Interaktive Online-Wahlinformation: <a href="http://www.wahl-o-mat.de">www.wahl-o-mat.de</a>
Virtuelle Stimmurne	Entscheidungsphase	E-Voting-Systeme, z.B. in Estland (vgl. Rutz 2011)
Bürgerarena als TV-Show	Öffentliche Meinungsbildungsphase	Polit-Talk mit Publikumsbeteiligung, auch online, z.B. ZDF log in <a href="http://www.login.zdf.de">www.login.zdf.de</a>
Demokratie-Gaming	Öffentliche Meinungsbildungsphase	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wahlbörsen: <a href="http://www.wahlfiebers.de/">http://www.wahlfiebers.de/</a></li> <li>- Einzelne Veranstaltungen des Projektes Prometheus: <a href="http://www.projekt-prometheus.net">http://www.projekt-prometheus.net</a></li> </ul>

Tabelle 10: Medienschemata, Phasen direktdemokratischer Verfahren und Ansätze in der Gegenwart (eigene Darstellung)

## **8.2 Erfolgskriterien für Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren**

In der Betriebswirtschaftslehre werden die betrieblichen Voraussetzungen für den Erfolg eines Unternehmens in Form von Erfolgsfaktoren beschrieben. Der Erfolg von Medienangeboten in direktdemokratischen Verfahren wird in dieser Arbeit jedoch nicht in erster Linie an ihrem Anteil am unternehmerischen Erfolg des jeweiligen anbietenden Medienunternehmens gemessen, sondern an ihrem Beitrag zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren. Daher wird im Folgenden statt von Erfolgsfaktoren von Erfolgskriterien gesprochen, die diesen Beitrag charakterisieren. Während Erfolgsfaktoren meist eine starke empirische Fundierung haben, die ihren Beitrag zum Erfolg belegen und sichtbar machen, sind die hier formulierten Erfolgskriterien als Hypothesen zu verstehen, deren empirische Relevanz sich erst noch erweisen muss. Die Szenarien zeigen lediglich Zukunftsbilder auf und sind daher nicht als empirischer Beleg für den Erfolg der Medienangebote zu betrachten. Die Erfolgskriterien stellen eine theoretische Konsolidierung der Merkmale dar, die in den Medienangeboten der Szenarien als besonders relevant für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren angesehen werden. Sie werden in den folgenden vier Hypothesen zusammengeführt.

### **1. Die Medienangebote sollten Nutzer als aktive Bürger ansprechen**

Die Nutzer sollten für ihre eigenen Angebote Spielräume und Zugang zu einer breiten Öffentlichkeit im Rahmen direktdemokratischer Verfahren erhalten. Technische Hürden (im Sinne von Barrierefreiheit) und Hürden der medialen Inszenierung der Initiierung direktdemokratischer Verfahren sowie der Mobilisierung, Meinungsbildung und Beteiligung sind so niedrig wie möglich zu halten.

### **2. Die Medienangebote sollten ein übergreifendes Gemeinschaftserleben ermöglichen**

Direktdemokratische Verfahren sollten als ein kollektives Ereignis der Bürger inszeniert werden. Die verschiedenen Medienangeboten, die in den unterschiedlichen Phasen direktdemokratischer Verfahren wirken, sollten mittels durchlässiger Schnittstellen miteinander verbunden werden. Virtuelle Medienangebote sollten zudem enger mit Angeboten an realen physischen Orten verknüpft werden.

### **3. Die Medienangebote sollten eine vermittelnde Rolle umfassen**

Einerseits sollten Journalisten gerade in direktdemokratischen Verfahren den Wandel von der reinen Berichterstattung und Kommentierung hin zu einer vermittelnden Funktion zwischen verschiedenen Positionen aktiv aufnehmen und gestalten. Andererseits sollten die Medienproduzenten für Angebote in direktdemokratischen Verfahren mit Professionellen kooperieren, die Erfahrung mit partizipativen Arrangements haben und nicht originär aus der Medienbranche stammen.

#### 4. **Die Medienangebote sollten direktdemokratische Verfahren popularisieren**

Direktdemokratische Verfahren sollten auf der obersten medialen Schicht der politischen Öffentlichkeit präsent sein, um ein Nischendasein zu vermeiden. Durch politische Unterhaltungsangebote und unterhaltende Politikangebote über die Inhalte und Abläufe direktdemokratischer Verfahren können Zielgruppen angesprochen werden, die bisher in der politischen Beteiligung unterrepräsentiert sind.

Wie oben bereits angedeutet, sind für die Erfüllung dieser Erfolgskriterien völlig neuartige Medienschemata zwar denkbar, aber nicht wirklich erforderlich. Es wird davon ausgegangen, dass die bekannten medialen Techniken und Innovationen nur entlang der absehbaren technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen weitergedacht, in den Kontext direktdemokratischer Verfahren eingeflochten und hinsichtlich ihrer gestalterischen Merkmale (Gestaltungsfaktoren, s. Abschnitte 5.2 und 6.2 ) neu kombiniert werden müssen.

### **8.3 Die Szenarioanalyse in der Übersicht**

Die grafische Darstellung in Abbildung 28 verwendet das Trichtermodell, um die wesentlichen inhaltlichen Schwerpunkte und methodischen Schritte der vorliegenden Szenarioanalyse anschaulich zusammenzufassen.

In Kapitel 9 folgen dann die abschließenden Schritte der Forschungsarbeit: Die methodische Bewertung und eine Diskussion weiterführender Fragen beim Transfer der Szenarioanalyse in Forschung und Praxis.

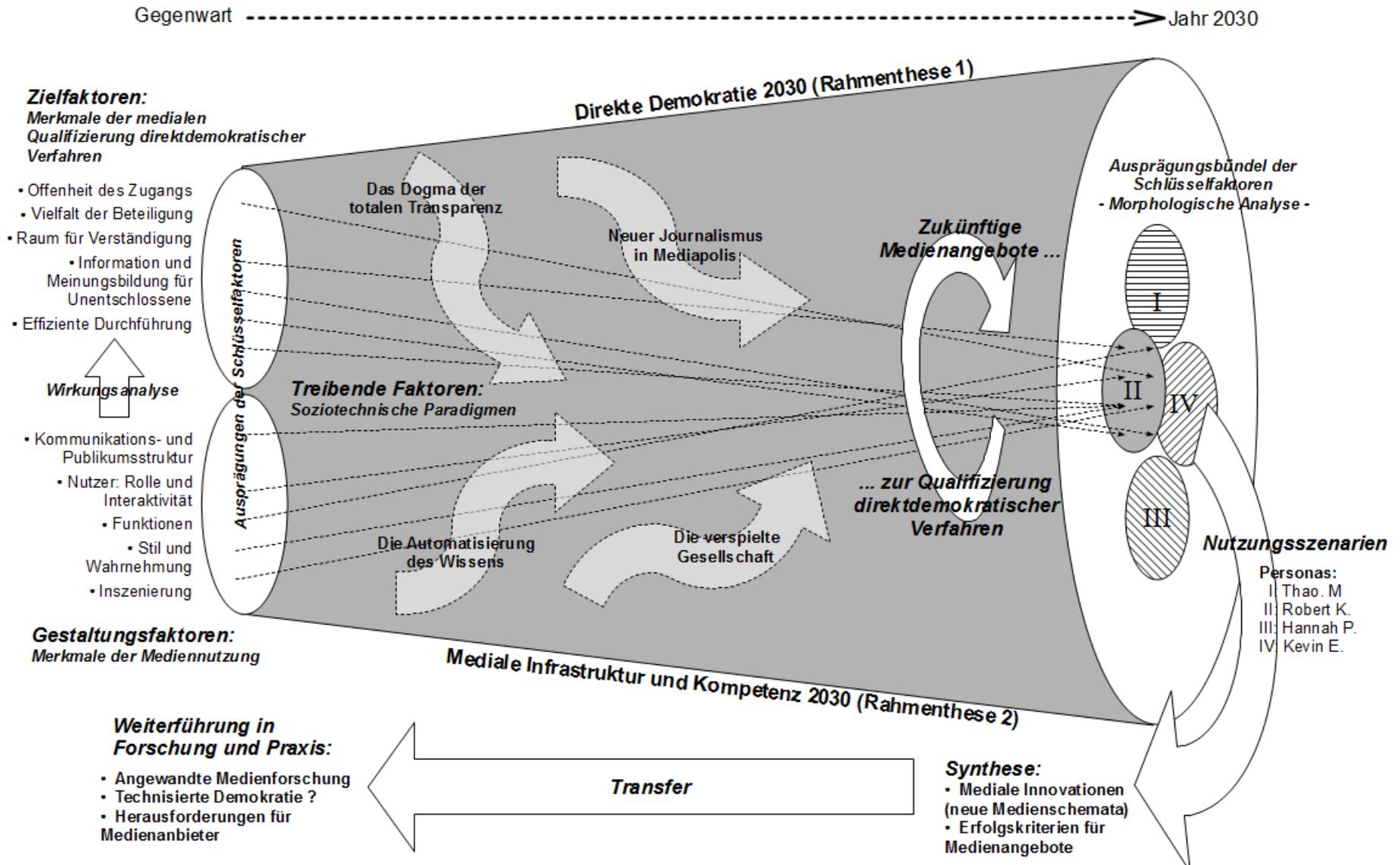


Abbildung 28: Synthese der Schwerpunkte und des Vorgehens der Szenarioanalyse im Trichtermodell (eigene Darstellung)

## 9 Auswertung und Transfer

### 9.1 Bewertung der Methodik und Methodologie

#### 9.1.1 Auswertung nach Gütekriterien

Die Anwendung wissenschaftlicher Gütekriterien wie Objektivität, Reliabilität und Validität auf die Szenario-Methode bedarf einiger Spezifizierungen, die die besondere Perspektive der Zukunftsforschung berücksichtigt. Entsprechende Ausführungen wurden von Steinmüller (1997, S. 62 ff.) und Leney et al. (2004, S. 63 ff.) veröffentlicht. Eine umfangliche Zusammenstellung von Güte- und Prozesskriterien für Szenarien bieten zudem auch hierfür Kosow/Gaßner (2008, S. 28 ff.). Sie wird im Folgenden zur Grundlage genommen, den Forschungsprozess zu rekapitulieren und auszuwerten.

**Plausibilität** – Die entworfenen Szenarien sind möglich und vorstellbar, da sie bestehende technische Möglichkeiten und gesellschaftliche Trends konsequent weiterdenken. Die gewählten fiktiven Beispiele sind realitätsnah gestaltet worden, indem sie bekannte Lebenswelten und Konfliktthemen aufgreifen. Die Szenarien sollen nicht allein jeweils separat als stark dominierenden Zukunftsbilder betrachtet werden. Vielmehr sollen sie in ihrer Gesamtheit ein vielfältiges Spektrum eröffnen. Dies trägt zur Plausibilität bei, da die Angreifbarkeit eines einseitigen Szenarios entfällt.

**Konsistenz** – Die Szenarien beschreiben individuelle Mediennutzungen, die exemplarisch Potenziale aufzeigen sollen. Die Personalisierung beinhaltet immer die Möglichkeit von widersprüchlichen Präferenzen und Verhaltensweisen, da Menschen sich i.d.R. nur teilweise konsistent verhalten (können). Daher ist die Anforderung der Konsistenz in dieser Hinsicht nur sehr eingeschränkt relevant. Die Ableitung der Zukunftsbilder aus den Schlüsselfaktoren kann hingegen auf Konsistenz geprüft werden. Hierzu ist einschränkend zuzugeben, dass die Bestimmung der möglichen Ausprägungen, ihre Auswahl und Kombination für die Szenarien sowie die narrative Ausgestaltung der Ziel- und Gestaltungsfaktoren durch subjektive Einflüsse des Verfassers geprägt sind. Besonders bei den medialen Gestaltungsfaktoren sind viele weitere mögliche Ausprägungen aus forschungsökonomischen Gründen außer Acht gelassen worden. Die Faktorenanalyse eröffnete somit nicht eindeutig logische und konsistente Wege in die Szenarien, sondern bildete lediglich ein Instrumentarium zur kreativen Herausbildung einiger Zukunftsbilder von vielen Möglichen. Die subjektive Herangehensweise mit einem deutlich intuitiv-kreativen Anteil bei der Szenariogenerierung ist jedoch ganz bewusst durch den Einsatz

einer morphologischen Analyse gewählt worden. Somit stehen die Szenarien wissentlich auf "dünnem Eis". Sie geben eine intuitive Zukunftsvorausschau auf der Basis einer systematischen, aber nicht notwendigerweise vollständigen Aufbereitung des Themenfeldes.

**Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit** – Diese Anforderung ist durch die anschauliche Schilderung personalisierter Mediennutzungen weitgehend erfüllt. Dabei erwies sich die Anlehnung der Vorgehensweise an die Persona-Methode als sehr hilfreich. Einzelne Ideen bleiben unter Umständen unklar, da sie nicht im Detail beschrieben wurden. Diese teilweise Oberflächlichkeit der Beschreibungen und die begrenzte Anzahl der Schlüsselfaktoren erleichterte andererseits die Generierung abgerundeter Zukunftsbilder, die in groben Zügen schnell erfasst und damit auch nachvollzogen werden können.

**Trennschärfe** – Der Einsatz soziotechnischer Paradigmen als treibende Faktoren war entscheidend dafür, den Szenarien ein jeweils eigenes Profil geben zu können. Absolute Trennschärfe wurde nicht angestrebt und würde auch dem Anspruch nicht gerecht, dass die Szenarien ohnehin nicht als sich ausschließende Alternativen, sondern als sich ergänzende Entwicklungsrichtungen erarbeitet wurden, die sich auch überschneiden können. Somit ist die Anforderung der Trennschärfe nur teilweise, vor allem aus Sicht der Nachvollziehbarkeit relevant.

**Transparenz** – Die im Vorfeld der Szenariogenerierung getroffenen Annahmen und Entscheidungen sind in ihren wesentlichen Zügen transparent. Insbesondere die umfangreiche und wiederholte Literaturrecherche hat die Basis für geeignete Kategorisierungen und plausible Relevanzannahmen gelegt, die durch entsprechende Verweise offen gelegt sind. Nicht transparent ist die Wirkungsanalyse zur Auswahl der Schlüsselfaktoren. Sie beruht allein auf der subjektiven Einschätzung des Verfassers. Eingeschränkt ist auch die Transparenz der Schritte der Szenariogenerierung, die durch intuitiv-kreative Prozesse des Verfassers geprägt sind. Dies betrifft vor allem die Bestimmung und Kombination der Faktoren-Ausprägungen und die Produktion der narrativen Beschreibungen (s.a. unter *Konsistenz*). Die getroffenen Entscheidungen können zu einem großen Teil nicht auf rationale Gedankengänge zurückgeführt werden, die erläutert werden könnten. Dieses Vorgehen wurde jedoch bewusst gewählt, um innovative Ergebnisse zu erzielen. Somit kann die fehlende Transparenz in den kreativen Schritten nicht als Mangel angesehen werden, da sie dem gewählten Ansatz immanent ist. Die morphologische Analyse war hierbei ein hilfreiches Mittel, wenigsten die Alternativen und Entscheidungsergebnisse bei der Faktorenanalyse anschaulich offen zu legen.

**Grad der Integration** – Das Forschungsanliegen selbst impliziert einen integrativen Ansatz, indem es nach einem Wirkungszusammenhang zwischen Medienangeboten und direktdemokratischen Verfahren fragt und damit Übergänge zwischen einerseits den

Medienwissenschaften und andererseits der Demokratieforschung eröffnet. Die Analyse des Szenariofeldes verfolgte daher von vornherein einen integrativen Ansatz und betrachtete sowohl Zielfaktoren, als auch Gestaltungsfaktoren und ihre Wirkung aufeinander. Die soziotechnischen Paradigmen wiederum lieferten zusätzlichen Kitt für eine integrierte Szenario-Generierung und Darstellung. Die Integration verschiedener Perspektiven ist jedoch gerade bei den soziotechnischen Paradigmen wiederum begrenzt. Zu Gunsten der Nachvollziehbarkeit und Trennschärfe sowie zur Begrenzung des Aufwandes wurde darauf verzichtet, die verschiedenen Paradigmen vollständig miteinander zu kombinieren. Hier hätte ein sehr hoher Integrationsgrad Einbußen bei den anderen Gütekriterien zur Folge gehabt.

**Rezeptionsqualitäten** – Die Auswahl und Beschreibung potenziell provokanter Paradigmen als treibende Faktoren boten die inhaltliche Füllung für eine anschauliche und anregende Darstellung. Die Anwendung der Persona-Methode ermöglichte die narrative Ausformulierung personalisierter Nutzungsszenarien, die die medialen Ideen lebendig werden ließen. Dadurch können die Zukunftsbilder nachhaltig wirksam werden und zur Weiterentwicklung der Gegenwart inspirieren. Die Qualität der tatsächlichen Umsetzung wurde vor Fertigstellung der Arbeit nicht mehr getestet und bleibt somit eine offene Frage an die künftigen Leser.

**Beteiligte** – Bereits im ersten Anlauf der Forschungsarbeit war es nicht gelungen, genügend viele Fachleute für eine qualitative Delphi-Befragung zu gewinnen. Daher wurde auch für die dann gewählte Szenarioanalyse aus forschungsökonomischen Gründen auf die Einbeziehung von weiteren Beteiligten verzichtet. Dies stellt eine bedeutsame Schwäche für die Glaubwürdigkeit der Szenarien dar. Es wurde versucht dies durch die Auswahl und Analyse geeigneter Publikationen und durch kreative Eigenleistungen des Verfassers auszugleichen. Dennoch gibt der Verfasser die Empfehlung, bei ähnlichen Szenarioanalysen von vornherein ein Team von Wissenschaftlern verschiedener relevanter Fachrichtungen zusammenzustellen. Dies war im zeitlichen und organisatorischen Rahmen dieser Arbeit leider nicht zu leisten.

**Aufwand** – Der Verfasser hat sich in die Methodik der Szenarioanalyse und in die relevanten Bereiche der Demokratieforschung neu einarbeiten müssen. Dadurch war bereits vor der Anwendung der Methode eine beträchtliche Vorarbeit zu leisten. Die größten Aufwandsanteile machten dann die Auswahl, Analyse und Aufbereitung der Schlüsselfaktoren sowie die Erstellung der personalisierten Nutzungsszenarien aus. Die Begrenzung der Anzahl der Schlüsselfaktoren und ihrer Ausprägungen sowie die ausschließlich qualitative Ausrichtung – im Gegensatz zu möglichen quantitativen Projektionen in demografischen oder naturwissenschaftlichen Vorhaben - haben es ermöglicht, die Szenarioanalyse in alleiniger Eigenarbeit in überschaubarer Zeit abzuschließen.

### 9.1.2 Bewertung der Szenarioanalyse als Methode

Während die Szenario-Methode für die vorliegende Arbeit ausgewählt, vorbereitet und angewandt wurde, konnte zur Orientierung und Bewertung nicht auf eine vergleichbare Forschungsarbeit der Vergangenheit zurückgegriffen werden. In diesem Forschungsfeld an der Schnittfläche zwischen Medien- und Politikwissenschaft wurde bei der Quellenrecherche keine Arbeit entdeckt, die ihr Forschungsanliegen speziell mit der Hilfe von Szenarien oder anderer Methoden der Zukunftsforschung entwickelt. Zwar ist die Szenariomethode durchaus in sehr heterogenen fachlichen Zusammenhängen eingesetzt worden, medienbezogene Fragestellungen wurden jedoch entweder unter einer technologischen oder einer ökonomischen Perspektive (Nachfrage-trends, Marktanalysen u.ä.) bearbeitet.

Daher ist es von grundsätzlichem Interesse systematisch auszuwerten, ob der Einsatz der Szenario-Methode für das betrachtete Forschungsfeld angemessen war und die Ergebnisse nützlich und belastbar sind.

Tabelle 11 gibt eine Zusammenfassung in Form einer Übersicht über Stärken, Schwächen und ambivalente Erfüllungen der Gütekriterien in der vorliegenden Szenarioanalyse auf Basis der Bewertungen im vorhergehenden Abschnitt.

<b>Stärken</b> (Gütekriterien gut erfüllt)	<b>Ambivalenzen</b> (nur teilweise erfüllt oder nur bedingt relevant)	<b>Schwächen</b> (Gütekriterien schwach erfüllt)
Plausibilität Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit Grad der Integration	Konsistenz Trennschärfe Transparenz Rezeptionsqualitäten Aufwand	Beteiligte

*Tabelle 11: Erfüllung der Gütekriterien in der Forschungsarbeit (eigene Darstellung)*

Diese Auswertung der Gütekriterien für die vorliegende Szenarioanalyse zeigt, dass in der Methode ein nennenswertes Potenzial auch für die Vorausschau im gemeinsamen Kontext medienwissenschaftlicher und politikwissenschaftlicher Fragen steckt. Ein breiter aufgestelltes wissenschaftliches Team und die Beteiligung externer Fachleute kann wesentlich dazu beitragen, die in dieser Szenarioanalyse beobachteten methodischen Defizite zu vermeiden, insbesondere hinsichtlich der Konsistenz und Transparenz.

Damit fällt die Beurteilung der Methodologie grundsätzlich positiv aus. Die Szenarioanalyse kann eine vielversprechende Herangehensweise auch für komplexe gesellschaftliche Zusammenhänge sein, die nicht quantifizierbar oder nicht allein durch Technik bestimmt sind. Ihre methodischen Schritte bieten einen geeigneten Rahmen für eine systematische Erschließung eines Gebietes mit dem Anspruch, es auf einige wesentliche Dimensionen zu

reduzieren und somit anschaulich und handhabbar zu machen. Die durch die Methode Szenarioanalyse verbindlich eröffnete Zukunftsperspektive erzeugt einen Bedarf, zunächst in der Betrachtung der Gegenwart Ordnung zu schaffen. Der Weg durch die Szenarioanalyse führt dann hinaus zu neuen Möglichkeiten, die in den Verstrickungen der Gegenwart häufig gedanklich nicht zugelassen werden. Die narrative Gestaltung der Szenarien bietet dabei Anschluss für interessierte Laien, die einen fachlichen Zusammenhang mit neuen Perspektiven auch ohne wissenschaftlichen Hintergrund erkunden möchten. Für Szenarien, die gesellschaftlich relevante Themen anschnitten und viele interessierte Leser bzw. Zuhörer erreichen, besteht so die Hoffnung, dass sie einen öffentlichen Sog auslösen können, Zukunftsfragen in einem breiten gesellschaftlichen Diskurs anzugehen und innovative Lösungen hervorzubringen.

## **9.2 Weiterführung in Forschung und Praxis**

Die Ergebnisse der vorliegenden Szenariofeld-Analyse kann auf zwei Ebenen wirksam werden. Zum einen wurde mit der Analyse der Einflussfaktoren ein theoretischer Bezugsrahmen aufgestellt, der das Wirkungsfeld von Medienangeboten in der Direkten Demokratie systematisiert. Zum anderen wurden konkrete Ideen für die Entwicklung spezifischer Medienschemata in direktdemokratischen Verfahren entwickelt und skizziert.

### **9.2.1 Ansätze für die angewandte Medienforschung**

Der entwickelte Bezugsrahmen bietet Ansätze für wissenschaftliche Vorhaben im Bereich der Rezeptions und Wirkungsforschung, insbesondere im Hinblick auf die Wirkung verschiedener Medienschemata und einzelner Medienangebote auf die öffentliche Meinungsbildung. Realisierte Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren sind dabei kritisch im Sinne der beschriebenen Zielfaktoren zu hinterfragen:

- Erleichtert das Medienangebot den Zugang zu direktdemokratischen Verfahren ?
- Trägt das Medienangebot zu einer größeren Vielfalt der Beteiligung bei, insbesondere im Hinblick auf unterrepräsentierte Gruppen ?
- Bietet das Medienangebot einen Raum für Verständigung zwischen alternativen bzw. gegensätzlichen Positionen ?
- Fördert das Medienangebot die Information und Meinungsbildung von noch unentschlossenen Bürgern ?

- Trägt das Medienangebot zu einer effizienteren Durchführung direktdemokratischer Verfahren bei ?

Zur Ermittlung und Bewertung dieser möglichen Wirkungen wären empirische Untersuchungen erforderlich, für die diese Forschungsarbeit eine konzeptionelle Basis bietet, nicht nur mit den analysierten Schlüsselfaktoren, sondern auch mit den skizzierten Medienschemata als Kategorien möglicher Untersuchungsobjekte. Dabei sollten empirische Untersuchungen nicht bei den im Rahmen der Ziel- und Gestaltungsfaktoren nur sehr ausschnitthaft betrachteten Ausprägungen zu diesen Fragen stehen bleiben. Diese waren für die Schwerpunktsetzung der Szenariogenerierung hilfreich, wären jedoch insbesondere für qualitative empirische Untersuchungen zu wenig offen.

Eine empirische Untersuchung der qualifizierenden Wirkung der Medienangebote für direktdemokratische Verfahren muss auch die verschiedenen gesellschaftlichen Milieus berücksichtigen. Die vielfältigen Formen der politischen Kommunikation und Partizipation werden mit Hilfe geeigneter Typologien erfasst und aggregiert. So bietet die von Emmer et al. (2006) erarbeitete und von Fütting (2010) erneuerte Typologie von fünf Typen individueller politischer Kommunikation einen vielversprechenden Ansatz. Die Typologie basiert auf Faktoren, die Online- und Offline-Kommunikationsformen gleichermaßen berücksichtigen (vgl. Fütting 2010, S. 118-121 ; s.a. Abschnitt 2.2.1). Entsprechend können diese Faktoren auch im Hinblick auf ihre Bedeutung für die Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren analysiert werden und als Variablen, in ggf. angepasster Form, bei der Untersuchung entsprechender Medienangebote und ihrer qualifizierenden Wirkung herangezogen werden. Die weitere empirische, panelbasierte Untersuchung der Typen individueller politischer Kommunikation, ihrer Größe, Struktur und Ausprägung, kann die Entwicklung weiterer Zukunftsszenarien über politische Kommunikationsformen vorbereiten. Personas könnten dabei, anders als in den hier entwickelten Szenarien, auf der Basis quantitativ belastbarer Zukunftsprojektionen über die Entwicklung der Typen gebildet werden.

### **9.2.2 Technisierte Demokratie ?**

Die gegenwärtige Diskussion über die Weiterentwicklung der Demokratie, so auch diese Arbeit, fokussiert stark auf die technischen Möglichkeiten und die Potenziale des Internet. So betont auch Scheuch (2011), dass Informationstechnologie den gesamten Prozess der Entscheidungsfindung auch in der repräsentativen Demokratie unterstützen solle, um einerseits Beteiligung schon vor direktdemokratischen Verfahren zu ermöglichen und andererseits die Fragestellungen zu identifizieren, die dann tatsächlich direktdemokratisch legitimiert werden sollen (ebd. S. A1). Aber kann Demokratie, ob repräsentativ oder direkt, wirklich sich allein auf

eine technikzentrierte Öffentlichkeit stützen und dadurch die Bürger in den Prozess der politischen Willensbildung integrieren? Scheuch (2011) schlägt hierzu vor, dass z.B. Abstimmungen mehr "gefeiert" werden sollten. Daher sieht er auch Bestrebungen des E-Voting über das Internet kritisch, da dies einer Anonymität Vorschub leiste, durch die die Akzeptanz auch direktdemokratischer Entscheidungen sinken könne. Vielmehr seien "alle Prozesse [...] darauf auszurichten, dass sich die unterschiedlichen Interessengruppen vor und nach der Abstimmung nicht nur in die Augen sehen, sondern auch in die Augen sehen müssen. Eine Kultur des anständigen Verlieren- wie Gewinnen-Könnens ist dringend nötig" (ebd. S. A3).

Das E-Voting ist auch ein Beispiel für das Risiko des Vertrauensverlustes in demokratische Verfahren, falls eine technische Lösung keine ausreichenden Kontrollmechanismen beinhaltet. So wurde in den Niederlanden ein entsprechendes Pilotprojekt aufgrund des nicht ausreichenden Vertrauens in die Auszählung wieder eingestellt (vgl. Oostveen 2010). Andererseits scheint das Beispiel Estland zu zeigen, dass E-Voting durchaus eine hohe Routine und Akzeptanz erreichen kann (vgl. Rutz 2011). Die vorhandene Skepsis gegenüber einer allumfassenden Internet-Demokratie führt daher zu der weiterführenden Fragestellung, wie Medien zu einer sinnvollen Verknüpfung von Online- und Präsenz-Arrangements in demokratischen Verfahren beitragen können.

### **9.2.3 Herausforderungen für Medienanbieter und ihre Rolle**

Der Bezugsrahmen kann auch Medienunternehmen und Medienproduzenten Orientierung bieten, wenn diese Medienangebote produzieren, auswählen oder beauftragen möchten, die zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren beitragen sollen. Auf Basis der theoretischen Vorlage dieser Forschungsarbeit können Innovationsprozesse gestaltet werden. Ein Modell für einen Trend- und Szenariobasierten Innovationsprozess zeigen Schulz-Montag und Müller-Stoffels (2006, S. 390 ff.). Der Innovationsprozess könnte mit Hilfe des Bezugsrahmens verkürzt werden, z.B. indem man bei der Szenario-Generierung einsteigt. Diese könnte dann mit breiterer Beteiligung und mit Hilfe gruppenbezogener Kreativitätstechniken durchgeführt werden. Damit könnten auch die spezifischen internen und externen Rahmenbedingungen des jeweiligen Medienunternehmens einbezogen werden.

Die konkreten, im Rahmen der Szenario-Generierung entworfenen Ideen für Medienschemata können zudem unmittelbar als Anregungen für Medienangebote dienen, die Medienunternehmen produzieren oder anbieten möchten. Dabei werden Medienunternehmen vielfach auch eine ökonomische Interessenlage haben, wenn sie politische Medienangebote anbieten. Nur wenn Medienangebote versprechen, ein großes und breites Publikum anzusprechen oder zumindest eine wesentliche Nische zu besetzen, werden Medienunternehmen

entsprechende Angebote in ihr Programm bzw. ihr Produktportfolio aufnehmen.

Dies wirft die generelle Frage auf, welche Rolle die Trägerschaft bzw. Anbieterstruktur für Medienangebote in direktdemokratischen Verfahren spielt. Hat der institutionelle Rahmen einen Einfluss auf die Qualifizierungswirkung von Medienangeboten im Hinblick auf direktdemokratische Verfahren? Im Rahmen der Wirkungsanalyse in Abschnitt 5.3 wurden Rolle und Status der Medienanbieter als Gestaltungsfaktor zwar als geringer relevant für die Qualifizierung der Verfahren identifiziert und bei der Szenariogenerierung ausgeblendet. Dennoch bleibt es nach Ansicht des Verfassers ein bedeutender Faktor für die Akzeptanz der Direkten Demokratie. Diese wird nach seiner Ansicht durch die Glaubwürdigkeit bzw. Unabhängigkeit der Medienanbieter wesentlich mitbestimmt. Auch Scheuch (2011) argumentiert mit dieser Tendenz. Er unterscheidet zwischen dem objektivem Informationsbedürfnis, für das öffentliche Verwaltungen und parlamentarische Gremien ein passendes Informationsangebot bereitzustellen hätten, und der eigentlichen Bürgerbeteiligung und Einbindung sozialer Netzwerke, die einer unparteiischen Instanz übertragen werden sollte. Dies könne eine öffentlich-rechtliche Institution oder ein allen Bürgern offenstehender Verein sein (ebd. S. A2).

Coleman und Blumler (2009) gehen mit ihrem Vorschlag nach Etablierung einer *Online Commons* noch weiter. Sie sehen einen Bedarf für einen neu zu begründeten digitalen Raum, in dem der öffentliche politische Diskurs stattfinden kann (ebd. S. 169 ; s.a. Abschnitt 2.2). Er solle zwei Funktionen erfüllen: Eine frei zugängliche und vertrauenswürdige gemeinsame Basis sein und einen Zwischenraum darstellen, der weder "staatlich noch privat ist, weder durch bestehende Machkonstellationen vereinnahmt ist, noch von ihnen abgekoppelt ist" (ebd. S. 170 , eigene Übers.). Die *Online Civic Commons* müsse unverwundbar gegenüber Versuchen von Interessengruppen sein, die Stimmen der Öffentlichkeit einseitig zu dominieren oder zu behindern (ebd.) . Institutionell würde diese *Online Civic Commons* durch eine öffentliche Agentur getragen, die zwar öffentlich finanziert, aber politisch unabhängig wäre. Die konkrete Rolle dieser Agentur beschreiben Coleman und Blumler recht anschaulich in drei fiktiven Szenarien (ebd. S. 193 ff.).

Die Agentur könne neu begründet werden oder durch bestehende öffentlich-rechtliche Rundfunksender ausgefüllt werden (ebd. S. 176). Coleman und Blumler argumentieren aus anglo-amerikanischer Sicht und haben daher zunächst die BBC und die Corporation für Public Broadcasting im Blick. Auch im deutschen Kontext liegt es nahe, die Idee der *Online Civic Commons* vor allem als Herausforderung für den hierzulande stark ausgeprägten öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu betrachten. Einzelne, bereits eingeführte Medienangebote, wie Hörerdiskussionen im Radio, Talkshows mit Beteiligung des Publikums und Online-Diskussionen, könnten als vielversprechende Anfänge betrachtet werden, die noch auszubauen

wären.

Auch Mayer-Schönberger (2010) befürwortet eine "Neukonturierung der Kernaufgabe der öffentlich-rechtlichen Medien hin zu einem klarer herausgebildeten Informationsauftrag abseits des Boulevard, allerdings ohne Beschränkung ihrer Tätigkeiten auf oder in einem bestimmten Medium" (ebd. S. 30). Die Herausbildung einer neuen bürgerlichen Öffentlichkeit im Internet betrachtet er als Mythos, dessen Realisierungsversuche gescheitert seien (ebd. S. 23 ff.). Für Mayer-Schönberger wird den Informations-Intermediären auch im Internet eine wesentliche Rolle zukommen, jedoch mit völlig anderen Identitäten und Geschäftsmodellen, die sich an der Aufmerksamkeit als knappem Gut orientieren (ebd. S. 28 ff.). Das Internet erlaube keine wirksame Regulierung kommerzieller bzw. privater Anbieter mehr, da seine Struktur eine leichte Umgehung ermögliche. Daher sieht er in der Neuausrichtung der öffentlich-rechtlichen Medien die einzige Möglichkeit, und nicht lediglich eine Option, für die Erfüllung eines objektiven Informationsauftrags (ebd.).

Mayer-Schönbergers Analyse lässt jedoch unbeantwortet, ob Intermediäre nicht auch einen Auftrag zur wirksamen Gestaltung von Diskussions- und Entscheidungsprozessen sowie zur Popularisierung demokratischer Verfahren erfüllen könnten. Und er lässt außer Acht, welchen Einfluss mediale Innovationen privater und kommerzieller Anbieter auch auf die Weiterentwicklung der öffentlich-rechtlichen Angebote nehmen könnten.

In der Konkurrenz um Aufmerksamkeit, Quote und Verkaufszahlen zwischen verschiedenen Anbietern und Anbieterstrukturen könnte auch eine Chance für die Direkte Demokratie liegen. Wenn Medienanbieter spüren, dass die Themen und Verfahren der Direkten Demokratie eine große Relevanz für das Publikum haben, dann könnte eine populäre Ausrichtung der Medienangebote einen wesentlichen Anteil an der Verankerung der Direkten Demokratie in breiten Bevölkerungsschichten haben.

In diesem Handlungs- und Spannungsfeld zwischen öffentlich-rechtlichem Auftrag und privaten Innovationspotenzialen können die in dieser Arbeit entwickelten Szenarien Anstöße geben, die der Weiterentwicklung der Medienlandschaft im Hinblick auf eine Qualifizierung der Demokratie und öffentlichen Meinungsbildung dienen. Dies kann auch als ein Beitrag zur Debatte um den *Public Value* von Medienanbietern und Medienangeboten genutzt werden.

#### **9.2.4 Fazit**

Die hier angerissenen weiterführenden Aspekte, die sich aus den herausgearbeiteten Qualifizierungspotenzialen von Medienangeboten für die Direkte Demokratie ergeben, werden im Folgenden zusammengefasst.

- Die analysierten Einflussfaktoren im Szenariofeld bieten einen Bezugsrahmen für weitere Forschung über die qualifizierende Wirkung von Medienangeboten in direktdemokratischen Verfahren. Dabei sollten ggf. weitere Einflussfaktoren einbezogen werden. Typologien individueller politischer Kommunikationsformen können helfen, das qualifizierende Potenzial von Medienangeboten für direktdemokratische Verfahren genauer zu beschreiben.
- Technikdominante Lösungen für demokratische Funktionen, z.B. im Bereich des E-Voting, sind im Hinblick auf mögliche Nachteile und Risiken daraufhin zu untersuchen, ob sie der Qualifizierung demokratischer Verfahren zuwiderlaufen. Die Verknüpfung von Online- mit Präsenzangeboten bietet möglicherweise zusätzliches Qualifizierungspotenzial.
- Die Szenarioanalyse bietet für Innovationsprozesse von Medienanbietern einen theoretischen Rahmen und eine methodische Vorlage. Die skizzierten Szenarien und Ideen für Medienschemata sind zudem konkrete Anregungen, entsprechende Angebote selbst zu entwickeln und anzubieten. Voraussetzung ist, dass die jeweiligen Medienanbieter in der Direkten Demokratie ein Potenzial für ihr jeweiliges Geschäftsmodell bzw. ihren öffentlichen Auftrag erkennen.
- Die Potenziale des Internet zeigen gerade im Hinblick auf direktdemokratische Verfahren den Bedarf dafür auf, die Rolle und das Zusammenspiel der verschiedenen Medienanbieter, privat, kommerziell und öffentlich-rechtlich, neu zu bestimmen. Das betrifft sowohl die öffentliche Meinungsbildung im Allgemeinen, als auch die Konzeption und Umsetzung konkreter Medienangebote für demokratiefördernde Zwecke.

Der Wandel der öffentlichen Meinungsbildung im Zuge der Weiterentwicklung des Internet wird anhand von Medienangeboten, die speziell für demokratische Funktionen gestaltet werden, konkret greifbar. Politische Entscheidungen sind nicht mehr ohne eine umfassende mediale bzw. technische Dimension in allen Entscheidungsschritten denkbar. Damit zeigt sich die Demokratie zunehmend als ein allgegenwärtiges soziotechnisches System, in dem die Bürger in der politischen Meinungsbildung selbstverständlich und überwiegend über technische Medien miteinander kommunizieren. Dies wird sich in der Direkten Demokratie, deren wachsende Bedeutung in Deutschland sich abzeichnet, einmal mehr zeigen. Ob die für direktdemokratische Verfahren gestalteten Medienangebote tatsächlich zu ihrer Qualifizierung beitragen, wird sich auch daran entscheiden, ob die Bürger sich lediglich als Objekte einer fremdbestimmten technischen Entwicklung sehen oder als starke und gestaltende Kraft auftreten.

## Quellenverzeichnis

- ALBRECHT, S. et al., 2008. *E-Partizipation - Elektronische Beteiligung von Bevölkerung und Wirtschaft am E-Government: Studie im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, Ref. IT 1*. Bremen: ifib.
- ALFORD, J., 2009. *Engaging public sector clients : from service-delivery to co-production*. Basingstoke [England]; New York: Palgrave Macmillan.
- ARD/ZDF, 2009. *ard-zdf-onlinestudie.de*. [Webseite] URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de> [Abruf:2010-02-07].
- BANSE, G., 2007. *Internet, Kultur, Demokratie*. IN: FLEISSNER,P., ROMANO,V. (Hrsg.) *Digitale Medien - neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation ?* Berlin: trafo, , S. 41-56.
- BAURMANN, M., KLIEMT, H., 1993, *Volksabstimmungen, Verhandlungen und der Schleier der Insignifikanz: Kommentar zu Bruno S. Frey/Gebhard Kirchgässner: 'Diskursethik, Politische Ökonomie und Volksabstimmungen'*. IN: *Analyse & Kritik*, 15, S. 150-167.
- BECKER, E.,BÜNGER, B., 2007. *Die Rolle des Internets in politischen Willensbildungsprozessen - Ergebnisse einer empirischen Analyse des Internets anlässlich der vorgezogenen Bundestagswahl 2005*. Münster: Univ., ERCIS.
- BERNTZEN, L., WINSVOLD, M., 2005, *Web-based tools for policy evaluation*. IN: BÖHLEN,M.E.A. (Hrsg.) *E-Government: towards electronic democracy ; TCGOV 2005*. Berlin: Springer, S. 13-24.
- BITKOM, 2009, *Studie zu E-Democracy - BITKOM Pressekonferenz*. [Präsentation] Bitkom, URL: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Praesentation\\_PK\\_E-Democracy\\_19\\_08\\_2009\\_final.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Praesentation_PK_E-Democracy_19_08_2009_final.pdf) [Abruf:10.12.2010].
- BLASCHE, U.G., 2006, *Die Szenariotechnik als Modell für komplexe Probleme: Mit Unsicherheiten leben lernen*. IN: WILMS,F.E.P. (Hrsg.) *Szenariotechnik*. Bern [u.a.]: Haupt, S. 61-92.
- BLIND, K., ZOCHÉ, P., 1999, *Die zukünftige Bedeutung multimedialer Kommunikationsnetze - Ausgewählte Ergebnisse der Delphi '98-Studie*. IN: NEUENDORFF,H., PETER,G., KLATT,R. et al. (Hrsg.) *Verändern neue Medien die Wirklichkeit?* Münster: LIT, S. 51-69.
- BLUMAUER, A., PELLEGRINI, T., 2006, *Semantic Web und semantische Technilgien: Zentrale Begriffe und Unterscheidungen*. IN: PELLEGRINI,T., BLUMAUER,A. (Hrsg.) *Semantic Web. Wege zur vernetzten Wissensgesellschaft*. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 9-25.
- BÖHME, A., RIEDEL, D., 2008, *Stadtentwicklung 2.0 - Kommunale Entscheidungen durch öffentliche Diskussionen im Internet*. IN: HABEL,F. (Hrsg.) *Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik*. Boizenburg: Hülsbusch, S. 109-115.
- BORGIDA, E., FEDERICO, C.M., SULLIVAN, J.L., 2009, *Introduction: Normative conceptions of democratic citizenship and evolving empirical research*. IN: BORGIDA,E., FEDERICO,C.M.,SULLIVAN,J.L. (Hrsg.) *The political psychology of democratic citizenship*. New York: Oxford Univ., , S. 1-22.
- BOYD, O.P., MAMBREY, P.(Hrsg.) 2008, *Empowerment and e-Participation in Civil Society: Local, National and International Implications Workshop Proceedings*. Bonn: IISI.
- BRUNS, A., 2009, *Vom Gatekeeping zum Gatewatching: Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet*. IN: NEUBERGER,C., NUERNBERGK,C.,RISCHKE,M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 107-128.
- BUNZ, M., 2011, *Das Denken und die Digitalisierung: Logik der Technik*. [Webseite] FAZ.NET. URL: <http://www.faz.net/artikel/C30833/logik-der-technik-das-denken-und-die-digitalisierung-30325357.html> [Abruf:2011-03-22].
- BURKART, R., HÖMBERG, W., 1997, *Massenkommunikation und Publizistik. Eine Herausforderung für die kommunikationswissenschaftliche Modellbildung*. IN: FÜNFELD,H., MAST,C. (Hrsg.) *Massenkommunikation: Ergebnisse und Perspektiven*. Opladen: Westdt. Verl., S. 71-88.
- BURKART, R., 2002. *Kommunikationswissenschaft : Grundlagen und Problemfelder ; Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Wien [u.a.]: Böhlau.
- BUROW, O., 2008, *Zukunftskonferenz. Anspruch, Wirklichkeit und Perspektive*. IN: KERSTING,N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 181-191.
- BUZINKAY, M., 2006, *Finden und gefunden werden - Funneling im Semantic Web*. IN: PELLEGRINI,T., BLUMAUER,A. (Hrsg.) *Semantic Web. Wege zur vernetzten Wissensgesellschaft*. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 177-188.
- CHATFIELD, T., 2010. *Fun Inc. : why games are the twenty-first century's most serious business*. London: Virgin.
- COLEMAN, S.,BLUMLER, J.G., 2009. *The Internet and democratic citizenship : theory, practice and policy*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- COOPER, A., 1999. *The inmates are running the asylum : why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity*. Indianapolis, Ind.: Sams.
- CREUTZ, P.E.A., 2009, *Szenariotechnik*. [Präsentation] Cremer, H. URL: <http://www.sw-cremer.de/downloads/szenariotechnik.pdf> [Abruf:2011-05-17].
- CUHLS, K., KIMPELER, S., 2008. *Delphi-Report: Zukünftige Informations- und Kommunikationstechniken*. 10. Karlsruhe: Fraunhofer ISI.

- CUHLS, K., 2009, *Delphi-Befragungen in der Zukunftsforschung*. IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung - Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Berlin: Springer, S. 207-221.
- DEUTSCHER BUNDESTAG 2010, *Der Jahresbericht des Petitionsausschusses, Ausgabe 2010*. Berlin: Dt. Bundestag.
- DIETRICH, D.E.A., 2010. *Offene Staatskunst: bessere Politik durch "Open Government"?* 1. Aufl. Berlin: Internet & Gesellschaft Co:llaboratory.
- DITTMAR, J.F., 2009. *Grundlagen der Medienwissenschaft*. Berlin: Univ.-Verl. der TU.
- EMMER, M., FÜTING, A., VOWE, G., 2006, *Wer kommuniziert wie über politische Themen? Eine empirisch basierte Typologie individueller politischer Kommunikation*. IN: Medien & Kommunikationswissenschaft, 54(2), S. 216-236.
- EMMER, M., WOLLING, J., 2010, *Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. IN: BECK,K., SCHWEIGER,W. (Hrsg.) *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Verl. für Sozialwiss., S. 36-58.
- EMMER, M., VOWE, G., WOLLING, J., 2010, *Ein Medium wird erwachsen: Entwicklung der politischen Online-Nutzung der Deutschen 2002 - 2008*. IN: EMMER,M., SEIFERT,M.,WOLLING,J. (Hrsg.) *Politik 2.0: Politik und Computervermittelte Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos, S. 87-108.
- ENGESSER, S., 2010, *Barrieren medialer Partizipation: Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments*. IN: EMMER,M., SEIFERT,M.,WOLLING,J. (Hrsg.) *Politik 2.0: Politik und Computervermittelte Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos, S. 151-167.
- ESCHER, T., 2010, *Wi(e)der die "üblichen Verdächtigen"? Politische Beteiligung via Internet. Eine empirische Untersuchung von bürgerinitiierten Online-Kontakten zu Abgeordneten über die Website WriteToThem.com in Großbritannien*. IN: EMMER,M., SEIFERT,M.,WOLLING,J. (Hrsg.) *Politik 2.0: Politik und Computervermittelte Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos, S. 131-150.
- FEIGENBAUM, L.E.A., 2007, *The Semantic Web in Action*. IN: Scientific American, (297),S. 90-97.
- FERRO, E., CANTAMESSA, M., PAOLUCCI, E., 2005, *Urban versus regional divide: comparing and classifying digital divide*. IN: BÖHLEN,M.E.A. (Hrsg.) *E-Government: towards electronic democracy ; TCGOV 2005*. Berlin: Springer, S. 81-90.
- FREY, B.S., KIRCHGÄSSNER, B., 1993, *Diskursethik, Politische Ökonomie und Volksabstimmungen*. IN: Analyse & Kritik,15, S. 129-149.
- FREY, B.S.,KIRCHGÄSSNER, G., 2002. *Demokratische Wirtschaftspolitik : Theorie und Anwendung*. München: Vahlen.
- FREYERMUTH, G.S., Interview: KLOOCK, D., 2010, *Games sind die Leitmedien der Zukunft*. [Webseite] Berliner Zeitung. URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2010/1223/film/0011/index.html> [Abruf:2011-03-30].
- FUCHS, G., KASTENHOLZ, H., 2002, *E-Democracy: Erwartungen der Bürger und erste Realisierungen. Ein Werkstattbericht*. IN: Technikfolgenabschätzung - Theorie und Praxis, 11(3/4), S. 84-93.
- FÜTING, A., 2010, *Werden wir alle zu "bequemen Modernen" ? Ein Vergleich der Typen politischer Kommunikation von 2003 und 2008*. IN: EMMER,M., SEIFERT,M.,WOLLING,J. (Hrsg.) *Politik 2.0: Politik und Computervermittelte Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos, S. 109-130.
- GAMSON, W.A., 2009, *Collective identity and the mass media*. IN: BORGIDA,E., FEDERICO,C.M.,SULLIVAN,J.L. (Hrsg.) *The political psychology of democratic citizenship*. New York: Oxford Univ., S. 277-298.
- GARDINER, A., 2007, *Per Mausclick zum Abgeordneten*. IN: STIFTUNG MITARBEIT (Hrsg.) *E-Partizipation - Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Verl. Stiftung Mitarbeit, S. 179-193.
- GEIBEL, B., 2008, *Wozu Demokratisierung der Demokratie ? Kriterien zur Bewertung partizipativer Arrangements*. IN: VETTER,A. (Hrsg.) *Erfolgsbedingungen lokaler Bürgerbeteiligung*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, , S. 30-48.
- GEIBLER, H., Interview: SCHLIEBEN, M., POLKE-MAJEWSKI, K., 2011, *"Wir brauchen totale Transparenz" : Krise der Demokratie* [Webseite], ZEIT ONLINE, URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-02/interview-geissler> [Abruf: 2011-03-30]
- GERHOLD, L., 2009, *Für eine Subjektorientierung in der Zukunftsforschung*. IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 235-244.
- GOHL, C., WÜST, J., 2008, *Beteiligung braucht Wissen - Beteiligung schafft Wissen*. IN: VETTER,A. (Hrsg.) *Erfolgsbedingungen lokaler Bürgerbeteiligung*. Wiesbaden: Verl. für Sozialwiss., S. 259-280.
- GREVEN, M.T., 2008, *Wer kann die Demokratie bewerten? - Reflexionen über das Verhältnis von politischer Wissenschaft und praktizierter Demokratie am Beispiel des Marburger Projekts "Qualifizierung von Demokratie"*. IN: VON WINTER,T., MITTENDORF,V. (Hrsg.) *Perspektiven der politischen Soziologie im Wandel von Gesellschaft und Staatlichkeit: Festschrift für Theo Schiller*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 71-86.
- GRÖTKER, R., 2009, *Wie wär's mit Argumenten*. IN: Brand Eins, (11), S. 112-117.
- GRUNDWALD, A. et al., 2005. *Internet und Demokratie - Endbericht zum TA-Projekt: Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten*. Berlin: Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB).
- GRUNWALD, A., 2009, *Wovon ist die Zukunftsforschung eine Wissenschaft ?* IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 25-35.
- HÄDER, M., 2009. *Delphi-Befragungen: ein Arbeitsbuch*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften.
- HADERLAPP, T., TRATTNIGG, R., 2009, *Zukunftsfähigkeit als partizipative Gestaltungsaufgabe: Zur Rolle von Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft*. IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 419-436.

- HÄFNER, G., 2009 [2007], *Erfahrungen, Stand und Perspektiven der direkten Demokratie in Deutschland und Österreich*. IN: VERHULST, J., NIJEBOER, A. (Hrsg.) *Direkte Demokratie. Fakten, Argumente, Erfahrungen*. Brüssel: Democracy International, S. 94-115.
- HANISCH, D., 2010, *Schulreform: Zielgruppe verfehlt*. [Webseite] Der Tagesspiegel. URL: <http://www.tagesspiegel.de/politik/schulreform-zielgruppe-verfehlt/1887650.html> [Abruf:2011-02-14].
- HASEBRINK, U., 2004, *Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi*. IN: HASEBRINK, U., MIKOS, L., PROMMER, E. (Hrsg.) *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen*. München: Reinhard Fischer, S. 67-85.
- HEINECKE, A., 2006, *Die Anwendung induktiver Verfahren in der Szenariotechnik*. IN: WILMS, F.E.P. (Hrsg.) *Szenariotechnik*. Bern [u.a.]: Haupt, S. 184-213.
- HICKETHIER, K., 2003. *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- HINDMAN, M.S., 2009. *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- HOECKER, B., 2002, *Mehr Demokratie via Internet? - Die Potenziale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand*. IN: Aus Politik und Zeitgeschichte, (39-40), S. 37-45.
- HOFKIRCHNER, W., 2007, *Das Internet - Medium einer bewussten gesellschaftlichen Entwicklung*. IN: FLEISSNER, P., ROMANO, V. (Hrsg.) *Digitale Medien - neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation* ? Berlin: trafo, S. 141-152.
- HOLTkamp, L., 2008, *Bürgerhaushalt*. IN: KERSTING, N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 222-235.
- HOLTkamp, L., 2002, *E-Democracy in deutschen Kommunen: eine kritische Bestandsaufnahme*. IN: Technikfolgenabschätzung - Theorie und Praxis, 11(3/4), 49-58.
- HORX, M., Interview: ORTH, M., 2009, *Medien der Zukunft / Zukunft der Medien*. [Webseite] Deutschland Online, URL: <http://www.magazin-deutschland.de/de/artikel/artikelansicht/article/medien-der-zukunft-zukunft-der-medien.html> [Abruf:2011-03-29].
- IBELINGS, I. (Hrsg.) 2004, *Informatik-Politik: Politische Meinungsbildung und interaktive Organisationsformen in einer elektronischen Demokratie*. Oldenburg: BIS.
- JOFFE, J., 2010, *Wie Schnaps - Volksentscheide sind kein Allheilmittel: Sie zementieren entweder den Status quo oder führen zum Wahnsinn*. [Webseite] ZEIT-ONLINE, URL: <http://www.zeit.de/2010/30/Volksentscheide/seite-1> [Abruf: 2011-05-22]
- JOHNSON, P.E., 2009, *What knowledge is of most worth?* IN: BORGIDA, E., FEDERICO, C.M., SULLIVAN, J.L. (Hrsg.) *The political psychology of democratic citizenship*. New York: Oxford Univ., S. 52-72.
- JUNGHERR, A., Interview: SCHAEFF, A., 2011, *Präsent sein*. IN: Kommune21, (1), S. 20-21.
- JUNGHERR, A., JÜRGENS, P., 2010, *The Political Click: Political Participation through E-Petitions in Germany*. IN: Policy & Internet, 2(4), S. 131-165.
- JUNGHERR, A., JÜRGENS, P., SCHOEN, H., 2011, *Auf der Jagd nach den 50.000 Klicks: E-Petitionen in Deutschland*. [Webseite] ZEIT-ONLINE, URL: <http://blog.zeit.de/zweitstimme/2011/01/28/auf-der-jagd-nach-den-50-000-klicks-e-petitionen-in-deutschland/> [Abruf:2011-02-24]
- KAHLEN, G., Interview: MÄRKER, O., 2008, *E-Partizipation als Gesamtsystem*. IN: Standort - Zeitschrift für Angewandte Geographie, 32(3), S. 80-83.
- KAMPS, K., 1999. *Elektronische Demokratie? : Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen [u.a.]: Westdt. Verl.
- KAMPWIRTH, R., 1999, *Volksentscheid und Öffentlichkeit. Anstöße zu einer kommunikativen Theorie der direkten Demokratie*. IN: SCHILLER, T. (Hrsg.) *Direkte Demokratie in Theorie und kommunaler Praxis*. Frankfurt, Main: Campus, S. 17-68.
- KERSTING, N., 2008, *Evaluation dialogischer Beteiligungsinstrumente*. IN: KERSTING, N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 270-292.
- KERSTING, N., 2008a, *Innovative Partizipation: Legitimation, Machtkontrolle und Transformation. Eine Einführung*. IN: KERSTING, N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 11-39.
- KIRCHGÄSSNER, G., FREY, B.S., 1994, *Volksabstimmung und direkte Demokratie. Ein Beitrag zur Verfassungsdiskussion*. IN: KLINGEMANN, H., KAASE, M. (Hrsg.) *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990*. Opladen: Westdt. Verl., S. 42-69.
- KLAGES, H., DARAMUS, C., MASSER, K., 2008. *Bürgerbeteiligung durch lokale Bürgerpanels Theorie und Praxis eines Instruments breitenwirksamer kommunaler Partizipation*. Berlin: Ed. Sigma.
- KLEINSTEUBER, H.J., 1981, *Massenmedien und die Mitwirkung der Bürger*. IN: LANDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) *Demokratie als Teilhabe : Chancen der Mitwirkung am demokratischen Prozess in Staat und Gesellschaft : XVIII. Hochschulwoche für politische Bildung 16. bis 22. Oktober 1980*. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, S. 73-88.
- KLIMA, M.S., 2006. *Evolution der Diskursmaschinen im Internet : eine technik-genetische Fallstudie zur E-Partizipations-Software discourse-machine*. Münster: Univ., Institut für Soziologie.
- KMI, 2011, *Cohere - make the connection*. [Webseite] The Open University, Knowledge Media Institute, URL: <http://cohere.open.ac.uk/> [Abruf:2011-05-14].

- KÖHLER, S., SCHULZE-WOLF, T., 2007, *Internetgestützte Partizipation in der Verkehrsplanung - Beteiligung und Planungsoptimierung*. IN: STIFTUNG MITARBEIT (Hrsg.) *E-Partizipation - Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Verl. Stiftung Mitarbeit, S. 99-119.
- KOOP, A., 2010. *Leitfaden Online-Konsultation: Praxisempfehlungen für die Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger über das Internet*. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung.
- KOSOW, H., GÄBNER, R., 2008. *Methoden der Zukunfts- und Szenarioanalyse: Überblick, Bewertung und Auswahlkriterien*. Berlin: IZT.
- KRETZSCHMAR, S., 2009, *Flexibilisierung der Raum- und Zeitbezüge durch Internet und Mobilkommunikation*. IN: NEUBERGER, C., NUERNBERG, C., RISCHKE, M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 335-352.
- KRIPP, M., 2011, *Internet voting in Estonia - Internet voting is necessary to maintain the turnout and integrate voters*. [Webseite] E-Voting.CC, Competence Center for Electronic Voting and Participation. URL: <http://www.e-voting.cc/stories/14871513/> [Abruf:2011-05-20].
- KUBICEK, H.E.A., 2008. *Ergebnisse der elektronischen Konsultation zu den Gutachten E-Partizipation und E-Inclusion im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, Ref. IT 1*. Version 1.1. Aufl. Bremen: ifib.
- KUBICEK, H., 2009. *Medienmix in der Bürgerbeteiligung: die Integration von Online-Elementen in Beteiligungsverfahren auf lokaler Ebene*. Berlin: Edition Sigma.
- KÜBLER, H., 2003. *Kommunikation und Medien: eine Einführung*. Münster: Lit.
- KUHN, F., 2006. *Elektronische Partizipation digitale Möglichkeiten - Erklärungsfaktoren - Instrumente*, VS, Verl. für Sozialwiss.
- LACKNER, S., 1999, *Willensbildungsprozesse im Rahmen von Bürgerentscheiden*. IN: SCHILLER, T. (Hrsg.) *Direkte Demokratie in Theorie und kommunaler Praxis*. Frankfurt, Main: Campus, S. 69-113.
- LEGGEWIE, C., BIEBER, C., 2008, *Webforum*. IN: KERSTING, N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 92-103.
- LEGGEWIE, C., 2003, *Von der elektronischen zur interaktiven Demokratie: das Internet für demokratische Eliten*. IN: KLUMPP, D., KUBICEK, H., ROBNAGEL, A. (Hrsg.) *next generation information society? Notwendigkeit einer Neuorientierung*. Mössingen-Talheim: Talheimer Verl., S. 115-128.
- LENEY, T., et al., Hrsg.: CEDEFOP, 2004. *Handreichung zur Szenarioentwicklung*. Luxemburg: Amt für Amtliche Veröff. der Europ. Gemeinschaften.
- STIFTUNG MITARBEIT, 2003. *Praxis Bürgerbeteiligung: ein Methodenhandbuch*. Bonn: Stiftung Mitarb.
- LINCK, J., 2004, *Unmittelbare Bürgerbeteiligung am parlamentarischen Gesetzgebungsprozess*. IN: Zeitschrift für Gesetzgebung, 19(2), S. 137-148.
- LOVINK, G., RIEMENS, P., 2010, *Die Anarchie der Transparenz*. [Webseite] FR Online. URL: <http://www.fr-online.de/kultur/debatte/die-anarchie-der-transparenz/-/1473340/4900902/-/index.html> [Abruf:2011-05-14].
- LOWNDES, V., PRATCHETT, L., STOKER, G., 2001, *Trends in public participation: Part 2 - citizens' perspectives*. IN: Public Management, 79(2), S. 445-455.
- LÜCKE, S., 2002. *Real life soaps: ein neues Genre des Reality TV*. Münster: Lit-Verl.
- LUHMANN, N., 1996. *Die Realität der Massenmedien*. 2. erw. Aufl. Opladen: Westdt. Verl.
- LÜHRS, R., HOHBERG, B., 2007, *familiendiskurse.de*. IN: STIFTUNG MITARBEIT (Hrsg.) *E-Partizipation - Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Verl. Stiftung Mitarbeit, S. 30-53.
- LÜNNEMANN, E., 2010, *Szenariotechnik als Instrument des strategischen Managements in der Kommunalverwaltung*. IN: Verwaltung und Management, 16(5), S. 243-254.
- MACINTOSH, A., MCKAY-HUBBARD, A., SHELL, D., 2005, *Using weblogs to support local democracy*. IN: BÖHLEN, M.E.A. (Hrsg.) *E-Government: towards electronic democracy; TCGOV 2005*. Berlin: Springer, S. 1-12.
- MADISE, Ü., MARTENS, T., 2006, *E-voting in Estonia 2005. The first practice of country-wide binding Internet voting in the world*. IN: KRIMMER, R. (Hrsg.) *Electronic Voting 2006. 2nd International Workshop. Co-organized by Council of Europe, ESF TED, IFIP WG 8.6 and E-Voting.CC. August 2nd - 4th, 2006 in Castle Hofen, Bregenz, Austria*. Bonn: Gesellschaft für Informatik, S. 15-26.
- MALIK, M., SCHOLL, A., 2009, *Eine besondere Spezies: Strukturen und Merkmale des Internetjournalismus*. IN: NEUBERGER, C., NUERNBERG, C., RISCHKE, M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 169-195.
- MAMBREY, P., PIPEK, V., 2003, *eDemocracy - Konzepte, Methoden und Anwendungen zur sozialen und demokratischen Nutzung des Internets*. INFORMATIK 2003 - Innovative Informatikanwendungen, Band 2, Beiträge der 33. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI), 29. September - 2. Oktober 2003 in Frankfurt am Main. Springer, S. 197-200.
- MÄRKER, O., 2007, *Evaluation von E-Partizipation am Beispiel online-moderierter Verfahren*. IN: STIFTUNG MITARBEIT (Hrsg.) *E-Partizipation - Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Verl. Stiftung Mitarbeit, S. 252-281.
- MÄRKER, O., RIECK, S., 2010. *Bürgerhaushalte in Deutschland: Statusbericht - Stand 01.03.2010*. 3. Bonn: Bzpb.
- MÄRKER, O., WEHNER, J., 2008, *E-Partizipation: Bürgerbeteiligung in Stadt- und Regionalplanung*. IN: Standort - Zeitschrift für Angewandte Geographie, 32(3), 84-89.
- MÄRKER, O., WEHNER, J., 2008a, *Haushaltsplanung 2.0 - E-Partizipation über Bürgerhaushalte*. IN: HABEL, F. (Hrsg.) *Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik*. Boizenburg: Hülsbusch, S. 63-70.
- MARR, M., 2005. *Internetzugang und politische Informiertheit: zur digitalen Spaltung der Gesellschaft*, UVK Verl.-Ges.

- MAYER-SCHÖNBERGER, V., 2010, *Habermas 2.0 : Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter*. IN: PITZER,S., SCHEITHAUER,I. (Hrsg.) *www.fernsehen.com : Die Aufgaben des Rundfunks im Wandel der Öffentlichkeit*. Berlin: Vistas, S. 21-34.
- MCGONIGAL, J., 2010, *Gaming can make a better world* . [Vodcast] TED. URL: [http://www.ted.com/talks/jane\\_mcgonigal\\_gaming\\_can\\_make\\_a\\_better\\_world.html](http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world.html) [Abruf:2011-04-21].
- MEDAGLIA, R., 2007, *The challenged idea of a field: The state of the art of eParticipation research*. IN: Information Polity, 12169-181.
- MEHR DEMOKRATIE, 2010, *Übersicht Volksentscheide* . [Webseite] Mehr Demokratie e.V., URL: <http://wissen.mehr-demokratie.de/uebersicht-volksentscheide.html> [Abruf:2010-11-11].
- MEISSELBACH, C., 2009. *Web 2.0, Demokratie 3.0? : demokratische Potentiale des Internets*. Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer.
- MIETZNER, D., 2009. *Strategische Vorausschau und Szenarioanalysen: Methodenevaluation und neue Ansätze*. Wiesbaden: Gabler.
- MITTELSTAEDT, W., 2009, *Evolutionäre Zukunftsforschung - ein Denkanstoß*. IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 117-128.
- MITTENDORF, V., 2002, *Qualitative Unterschiede in der Wahl- und Abstimmungskampfkommunikation*. IN: SCHILLER,T., MITTENDORF,V. (Hrsg.) *Direkte Demokratie - Forschung und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdt. Verl., S. 276-287.
- MITTENDORF, V., 2009. *Die Qualität kollektiver Entscheidungen : Kommunikationsprozesse direkter und repräsentativer Demokratie im Vergleich*, Campus.
- MITTENDORF, V., SCHILLER, T., 2008, *Initiative und Referendum*. IN: KERSTING,N. (Hrsg.) *Politische Beteiligung: Einführung in dialogorientierte Instrumente politischer und gesellschaftlicher Partizipation*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 142-156.
- MITTERHUBER, R., 2009, *E-Partizipation in Hamburg 2002-2009: vom Pilotprojekt zum Standard*. [Präsentation] Hamburg, Finanzbehörde. URL: <http://www.hamburg.de/contentblob/1297540/data/e-demokratie-cebit2009.pdf> [Abruf:2010-12-10].
- MITTERHUBER, R., 2004, *Kultur der Beteiligung*. IN: Kommune21, (12),52-53.
- MÖCKLI, S., 1994. *Direkte Demokratie - Ein Vergleich der Einrichtungen und Verfahren in der Schweiz und Kalifornien, unter besonderer Berücksichtigung von Frankreich, Italien, Dänemark, Irland, Österreich, Liechtenstein und Australien*. Bern u.a.: Haupt.
- MULDER, S., YAAR, Z., 2007. *The user is always right : a practical guide to creating and using personas for the Web*. Berkeley, CA: New Riders.
- MÜNCHNER KREIS (Hrsg.) 2009, *Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien - Internationale Delphi-Studie 2030*. München:.
- MÜNCHNER KREIS (Hrsg.) 2009a, *Offen für die Zukunft - Offen in die Zukunft: Kompetenz, Sicherheit und neue Geschäftsfelder. Ergebnisse der dritten Phase der internationalen Studie "Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien"*. München:.
- MÜNCHNER KREIS (Hrsg.) 2009b, *Zukunft und Zukunftsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnologien und Medien - Internationale Delphi-Studie 2030: Executive Summary und Methodik*. München:.
- NEUBERGER, C., 2005, *Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus - Ergebnisse einer explorativen Anbieterbefragung*. IN: Medien und Kommunikationswissenschaft, 53(1),73-92.
- NEUBERGER, C., 2009, *Internet, Journalismus und Öffentlichkeit: Analyse des Medienumbruchs*. IN: NEUBERGER,C., NUERNBERGK,C.,RISCHKE,M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 19-105.
- NEUBERGER, C.,LOBIGS, F., 2010. *Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltssicherung: Gutachten im Auftrag der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)*. Berlin: Vistas.
- NEUBERGER, C., NUERNBERGK, C., RISCHKE, M., 2009, *Journalismus im Internet: zur Einführung*. IN: NEUBERGER,C., NUERNBERGK,C.,RISCHKE,M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 9-18.
- NEUBERGER, C., NUERNBERGK, C., RISCHKE, M., 2009a, *Profession, Partizipation, Technik - Anbieterbefragung II: Internetjournalismus im Beziehungsgeflecht*. IN: NEUBERGER,C., NUERNBERGK,C.,RISCHKE,M. (Hrsg.) *Journalismus im Internet: Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss., S. 269-293.
- OOSTVEEN, A., 2010, *Outsourcing Democracy: Losing Control of E-Voting in the Netherlands*. IN: Policy & Internet, 2(4), S. 201-220.
- OPASCHOWSKI, H.W., 2009, *Zukunft neu denken*. IN: POPP,R., SCHÜLL,E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 17-24.
- PAUST, A., 1999. *Direkte Demokratie in der Kommune : zur Theorie und Empirie von Bürgerbegehren und Bürgerentscheid*. Bonn: Stiftung Mitarb.
- PELLEGRINI, T.,BLUMAUER, A., 2006. *Semantic Web : Wege zur vernetzten Wissensgesellschaft*. Berlin; Heidelberg [u.a.]: Springer.
- PERLOT, F., 2008. *Deliberative Demokratie und Internetforen--Nur eine virtuelle Diskussion?*, Nomos

- PFENNING, U., BENIGHAUS, C., 2008, *Partizipativer Wandel - methodischer Wandel : neue und klassische Formen der Bürgerbeteiligung im Vergleich*. IN: VETTER, A. (Hrsg.) *Erfolgsbedingungen lokaler Bürgerbeteiligung*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften, S. 196-216.
- PIRATEN, 2010, *Parteiprogramm*. [Webseite] Piratenpartei, URL: <http://wiki.piratenpartei.de/Parteiprogramm> [Abruf:2011-05-14].
- POPP, R., 2009, *Partizipative Zukunftsforschung in der Praxisfalle ?* IN: POPP, R., SCHÜLL, E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 131-143.
- POPP, R., SCHÜLL, E. (Hrsg.) 2009, *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung: Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Berlin [u.a.]: Springer.
- PORTIGAL, S., 2008, *Persona non grata*. IN: *interactions*, (Jan+Feb), 72-73.
- PRICE, D., 2011, *Global Sensemaking - Tools für Dialogue and Deliberation on Wicked Problems*. [Webseite] URL: <http://globalsensemaking.net/> [Abruf:2011-05-14].
- PRICE, D., BALDWIN, P., 2010, *Amanpour CNN*. [Webseite] [debategraph.org](http://debategraph.org), URL: <http://debategraph.org/Stream.aspx?nid=28176&iv=5> [Abruf:2011-05-14].
- QVORTRUP, M., 2007. *The politics of participation : from Athens to e-democracy*. Manchester; New York; New York: Manchester University Press ; Distributed exclusively in the USA by Palgrave.
- REEDY, J., WELLS, C., 2008, *Information, the internet and direct democracy*. IN: CHADWICK, A., HOWARD, P. N. (Hrsg.) *Routledge handbook of internet politics*. London: Routledge, , S. 157-172.
- REINDL, K., 2010. *"Was wäre, wenn..." Sozio-technische Energieszenarien - Eine Analyse sozio-technischer Zukunftsbilder des Energiesektors. Masterarbeit*. Univ. Graz.
- REITER, A., 2010, *Bürger dein Haushalt*. IN: *Kommune21*, (7), 16-18.
- RHEINISCHER MERKUR, 2010, *Sozial Schwache bleiben zu Hause*. [Webseite] De-Kom, URL: [http://www.kommunalinformationen.de/themen/demokratie/artikel\\_01.html](http://www.kommunalinformationen.de/themen/demokratie/artikel_01.html) [Abruf:2011-05-09].
- RICHTER, M., *"100 Seiten Spezifikation - Und was ist die Konsequenz für uns?" - Anforderungen vorstellbar machen*. IN: *OBJEKTSpektrum*, (Online-Ausgabe Juni 2008: *Requirements Engineering*), S. 1-4.
- RIEHM, U. et al., 2009. *Bürgerbeteiligung durch E-Petitionen: Analysen von Kontinuität und Wandel im Petitionswesen*. Berlin: Ed. Sigma.
- RSA, 2011, *RSA Comment - 21st century enlightenment*. [Webseite] Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce, URL: <http://comment.rsablogs.org.uk/videos/> [Abruf:2011-05-11].
- RUSCH, G., 1987, *Kognition, Mediennutzung, Gattungen*. IN: *Spiel*, 6(2), 227-272.
- RUTZ, C., 2011, *Online-Wahlen: Vorbild Estland?*. [Webseite] [pol-di.net](http://politik-digital.net), URL: <http://politik-digital.de/estland-e-Voting-online-wahl-e-partizipation-e-demokratie> [Abruf:2011-05-20].
- SCHEIBEL, M., 2008. *Architektur des Wissens : Bildungsräume im Informationszeitalter*. München: kopaed.
- SCHEUCH, M., 2003. *Demokratie per Mausclick : neue Informationstechnologien und ihre Auswirkungen auf Demokratietheorie*. Stuttgart: Ibidem-Verlag.
- SCHEUCH, M., 2011, *[Antworten auf eine schriftliche Befragung zum Forschungsgegenstand]*. IN: AMMERMANN, R. *Potenziale von Medienangeboten zur Qualifizierung direktdemokratischer Verfahren*. Hamburg: HAW, S. A1-A3., s. Anhang dieser Arbeit
- SCHILLER, T., MITTENDORF, V., 2002, *Neue Entwicklungen der direkten Demokratie*. IN: SCHILLER, T., MITTENDORF, V. (Hrsg.) *Direkte Demokratie - Forschung und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdt. Verl., S. 7-21.
- SCHILLER, T., 1999. *Direkte Demokratie in Theorie und kommunaler Praxis*. Frankfurt; New York: Campus.
- SCHILLER, T., 2002. *Direkte Demokratie : eine Einführung*. Frankfurt [u.a.]: Campus.v
- SCHILLER, T., 2002a. *Direkte Demokratie : Forschung und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdt.-Verl.
- SCHMIDT, S.J., c 2003. *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung: Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. 3. Aufl. Münster: Lit.
- SCHMIDT, S.J., 1994, *Die Wirklichkeit des Beobachters*. IN: MERTEN, K., SCHMIDT, S.J., WEISCHENBERG, S. (Hrsg.) *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdt. Verl., S. 3-19.
- SCHMIDT, S.J., WEISCHENBERG, S., 1994, *Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen*. IN: MERTEN, K., SCHMIDT, S.J., WEISCHENBERG, S. (Hrsg.) *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdt. Verl., S. 212-236.
- SCHOLZ, M., 2008, *Spannungsfeld eines Lernsammelkartenspiels, Teil 3: Lerntheorien*. [Webseite] Scholz, M., URL: <http://www.h-age.net/hinter-den-kulissen/91-spannungsfeld-eines-lernsammelkartenspiels-teil3.html> [Abruf:2011-05-07].
- SCHRAPE, J., 2010. *Neue Demokratie im Netz? : eine Kritik an den Visionen der Informationsgesellschaft*. Bielefeld: Transcript.
- SCHÜLL, E., 2009, *Forschungslogik explorativer und normativer Zukunftsforschung*. IN: POPP, R., SCHÜLL, E. (Hrsg.) *Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung*. Berlin [u.a.]: Springer, S. 223-234.
- SCHULZ, W., 2001, *Politische Mobilisierung durch Mediennutzung? Beziehungen zwischen Kommunikationsverhalten, politischer Kompetenz und Partizipationsbereitschaft*. IN: KOCH, A., WASMER, M., SCHMIDT, P. (Hrsg.) *Politische Partizipation in der Bundesrepublik Deutschland: Empirische Befunde und theoretische Erklärungen*. Opladen: Leske und Budrich, S. 169-194.
- SCHULZ-WOLF, T., MENZEL, A., 2007, *Neue Wege der Öffentlichkeitsbeteiligung in der Raumplanung: Hintergründe, Konzepte und Erfahrungen*. IN: STIFTUNG MITARBEIT (Hrsg.) *E-Partizipation - Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Verl. Stiftung Mitarbeit, , S. 120-143.

- SCHULZKI-HADDOUTI, C., u. Mitwirk. v. LORENZ LORENZ-MEYER, 2008. *Kooperative Technologien in Arbeit, Ausbildung und Zivilgesellschaft: Analyse für die Innovations- und Technikanalyse (ITA) im Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) Rahmen eines Forschungsprojekts am Fachbereich Media der Hochschule Darmstadt*. Darmstadt, Berlin
- SCHULZ-MONTAG, B., MÜLLER-STOFFELS, M., 2006, *Szenarien. Instrumente für Innovations- und Strategieprozesse*. IN: WILMS,F.E.P. (Hrsg.) *Szenariotechnik*. Bern [u.a.]: Haupt, S. 381-397.
- SCHWEIBENZ, W., 2004, *Zielgruppenorientiertes Interaktionsdesign mit Personas*. IN: *Information: Wissenschaft & Praxis*, 55(2), S. 151-156.
- SCHWEIGER, W., WEIHERMÜLLER, M., 2008, *Öffentliche Meinung als Online-Diskurs - ein neuer empirischer Zugang*. IN: *Publizistik*, 53, S. 535-559.
- SINUS, 2010, 'Szeno-Plan', ein Tool für die Szenario-Technik. [Webseite], Braunschweig: Sinus Software und Consulting GmbH, URL: <http://www.sinus-online.com/Szenario-Technik/Szeno-Plan/szeno-plan.html> [Abruf: 2011-03-11]
- SNYDER, M., OMOTO, A.M., SMITH, D.M., 2009, *The role of persuasion strategies in motivating individual and collective action*. IN: BORGIDA,E., FEDERICO,C.M.,SULLIVAN,J.L. (Hrsg.) *The political psychology of democratic citizenship*. New York: Oxford Univ., S. 125-152.
- KOCH, C., 2005, Zukunftswerkstatt. [Webseite] Sowi-online, URL: <http://www.sowi-online.de/methoden/lexikon/zukunftswerkstatt.htm> [Abruf: 2011-03-04]
- STATISTIK NORD, 2010, *Volksentscheid über die Schulreform in Hamburg am 18.07.2010 - Ergebnisse in den Stadtteilen*. [Webseite] Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein. URL: [http://statistik-nord.de/fileadmin/maps/referendum\\_hh\\_2010/atlas.html](http://statistik-nord.de/fileadmin/maps/referendum_hh_2010/atlas.html) [Abruf:2011-05-14].
- STEINBRECHER, M., 2009. *Politische Partizipation in Deutschland*, Nomos.
- STEINMÜLLER, K.(Hrsg.)1997, *Grundlagen und Methoden der Zukunftsforschung: Szenarien, Delphi, Technikvorausschau*. Gelsenkirchen: Sekretariat für Zukunftsforschung.
- STIFTUNG MITARBEIT, 2007. *E-Partizipation: Beteiligungsprojekte im Internet*. Bonn: Stiftung Mitarbeit.
- TRESSELT, A., 1998. *Szenario-Analyse für Entwicklungen am Telekommunikationsmarkt - eine empirische Studie*. Augsburg: Univ.
- V. REIBNITZ, U., 1981, *So können auch Sie die Szenariotechnik nutzen. Für mehr Handlungsspielraum in Ihren Marketingplanungen*. IN: *Marketing-Journal*, (1), S. 37-41.
- V. WEIZSÄCKER, B., Interview: DAS GUPTA, O., 2009, Wir brauchen mehr direkte Demokratie [Webseite] sueddeutsche.de, URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/beatrice-von-weizsaecker-wir-brauchen-mehr-direkte-demokratie-1.173544> [Abruf: 2011-05-11]
- VOREST, 2011, *Qualitätsbeauftragter / QMB - Werkzeuge und Methoden*. [Webseite] VOREST AG. URL: <http://www.qualitaetsmanagement.me/Qualitaetsbeauftragter.htm> [Abruf:2011-05-03].
- VORWERK, V., MÄRKER, O., WEHNER, J., 2008, *Bürgerbeteiligung am Haushalt: Das Beispiel Bürgerhaushalt Köln*. IN: *Standort - Zeitschrift für Angewandte Geographie*, 32(3), S. 114-119.
- WEIBEL, P. and INTERVIEW: UNFRIED, P., 2011, "Das Internet ist performativ": *Medientheoretiker über Bürgerproteste* [Webseite] taz.de. URL: <http://www.taz.de/1/leben/alltag/artikel/1/das-internet-ist-performativ/> [Abruf:2011-04-22].
- WEICHERT, S., KRAMP, L., VON STREIT, A., 2010. *Digitale Mediapolis. Die neue Öffentlichkeit im Internet*. Köln: Halem.
- WEIMER-JEHLE, W., 2008 *Einführung in die qualitative System- und Szenarioanalyse mit der Cross-Impact-Bilanzanalyse*. Stuttgart: ZIRN, Univ. Stuttgart.
- WELZ, H., 2002, *Politische Öffentlichkeit und Kommunikation im Internet*. IN: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (39-40), S. 3-11.
- WESSELMANN, C., 2002. *Internet und Partizipation in Kommunen : Strategien des optimalen Kommunikations-Mix*, Deutscher Universitäts-Verlag.
- WHYTE, A., MACINTOSH, A., SHELL, D., 2006. *An e-Democracy Model for Communities: Final Report of the e-Community Council Project*. Version 3e. Aufl. Napier: Univ., International Teledemocracy Centre.
- WIKIPEDIA, 2011, *Informationsfreiheitsgesetze*. [Webseite] Wikimedia Foundation. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Informationsfreiheitsgesetze> [Abruf:2011-05-11].
- WILMS, F.E.P., 2006, *Szenarien sind Systeme*. IN: DERS. (Hrsg.) *Szenariotechnik*. Bern [u.a.]: Haupt, , S. 39-60.
- WILMS, F.E.P.(Hrsg.), 2006, *Szenariotechnik: vom Umgang mit der Zukunft*. Bern [u.a.]: Haupt.
- WINKLER, H., 2010, *Prozessieren: Die dritte, vernachlässigte Medienfunktion; Vortrag auf der Tagung "Media Theory in North America and German-Speaking Europe 8.-10. April 2010; University of British Columbia, Vancouver*. Paderborn: [Preprint].
- WINKLER, H., 2004, *Mediendefinition*. IN: *Medienwissenschaft - Rezensionen, Reviews*, (1), S. 9-27.
- WINKLER, H., 2008. *Basiswissen Medien*. Frankfurt, M.: Fischer-Taschenbuch-Verl.
- ZILLIEN, N., 2006. *Digitale Ungleichheit : neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- ZISK, B.H., 1987. *Money, media, and the grass roots : state ballot issues and the electoral process*. Newbury Park, Calif.: Sage Publ.



## Anhang

Antworten von Michael Scheuch, Redakteur bei dem ZDF-Wirtschaftsmagazin WISO ,  
auf eine schriftliche Befragung zum Forschungsgegenstand, März 2011

### *Grundthesen über die Ausgangslage im Jahr 2030*

Diese Thesen skizzieren nur eine Basis und beanspruchen keine Vollständigkeit.

**A. Entwicklung der Medien:** Im Jahr 2030 werden die verschiedenen elektronischen Medien (TV, Radio, Internet etc.) in der Regel über gemeinsame Endgeräte genutzt. Im Zuge der Medienkonvergenz haben sich weitere neuartige multimediale Formate etabliert. Elektronische Medienangebote sind durchgängig ortsunabhängig, mobil, geräteübergreifend und personalisiert sowie flächendeckend in einheitlich hoher Übertragungsqualität verfügbar. Ihre flexible Nutzung ist wie die Fähigkeit des Lesens und Schreibens und die Nutzung des Telefons eine weit verbreitete Kulturtechnik. Der Anteil der Printmedien an der Mediennutzung hat abgenommen, kann sich aber auf einem niedrigeren Niveau halten.

**B. Praxis der Direkten Demokratie:** Im Jahr 2030 sind direktdemokratische Verfahren (Bürger- und Volksinitiativen, -begehren und -entscheide) in allen deutschen Bundesländern auf Länderebene und in den meisten Kommunen weitgehend bürgerfreundlich gestaltet. Ihre Nutzung ist kontinuierlich gestiegen und flächendeckend selbstverständliche politische Praxis geworden. Auch auf Bundesebene sind direktdemokratische Verfahren seit mehreren Jahren möglich und einige Verfahren laufen gerade oder sind bereits abgeschlossen.

***Michael Scheuch:*** Direktdemokratische Prozesse sind kein Zweck an sich, sondern sollten in der parlamentarischen Demokratie sinnvollerweise nur bei Grundsatz- und Richtungsentscheidungen bemüht werden, Quoren und Zulassungsvoraussetzungen für diese Verfahren dürfen durchaus anspruchsvoll sein.

Die Möglichkeiten der IT sind nicht nur oder auch erst in zweiter Linie für die Durchführung von Referenden und Abstimmungen einzusetzen, sondern müssen den gesamten Prozess der Entscheidungsfindung in der repräsentativen Demokratie stützen. Eine Ausrichtung der IT-gestützten Demokratie nur an konkreten direktdemokratischen Verfahren würde bedeuten, dass diese nur in einer geringen Zahl von Fällen (im Vergleich zur Masse der Entscheidungen, die lokal, regional, landes- und bundesweit jeden Tag gefällt werden) zum Tragen kommt.

Dabei kann die Nutzung Neuer Medien bereits im Tagesgeschäft der Parlamente (vom Ortsbeirat bis zum Bundestag) dazu führen, dass Beteiligung zu einem sehr frühen Zeitpunkt einsetzt. Das führt dann auch dazu, dass die Entscheidungen, die einer direktdemokratischen Legitimation bedürfen, früher identifiziert werden können. So kann etwa verhindert werden, dass die Auseinandersetzung über einen tiefergelegten Bahnhof erst dann stattfindet, wenn die parlamentarischen Entscheidungen bereits getroffen sind. Die Implementation von Beteiligungsformen am parlamentarischen Prozess hätte möglicherweise schon vor Jahren das Konfliktpotential offenbart. Denn die Frage, welche Entscheidungen in direktdemokratischen Prozessen gefällt werden sollen, lässt sich nur sehr schwer anhand von technokratischen Kriterien wie finanzieller Umfang des Projektes, Anzahl der Betroffenen oder anderer bewerten.

### ***Befragung zum Forschungsgegenstand***

#### **Welche Medienangebote werden in welcher Weise im Jahr 2030 das Ausmaß und die Vielfalt der Beteiligung an direktdemokratischen Verfahren fördern ?**

M.S.: Entscheidend wird sein, dass deliberative Prozesse durch die Bereitstellung von Information, Aggregation und Verlinkung zu nicht-offiziellen Angeboten befördert werden. Das gilt nicht nur für direktdemokratische Verfahren, sondern grundsätzlich.

Soziale Netzwerke, nicht-permanente Interessenorganisation per Netz müssen dabei direkt in die Informationssysteme der Verwaltung und Gremien eingebunden werden. Wahrscheinlich finden kaum 10 Prozent der Angebote eine nennenswerte Zahl von Interessenten, aber je mehr ein Thema von Bürgern nachgefragt wird, desto vielfältiger werden die Informationsangebote.

Denn Lokal- und Regionalzeitungen bilden jetzt schon politische Prozesse, die Bürger direkt betreffen, kaum ab. Diese Aufgabe können Bürgermedien möglicherweise übernehmen, doch im Augenblick hängen derartige Projekte immer vom Engagement einiger weniger ab und sind selten bei deren Ausscheiden zu verstetigen.

Daher muss das Informationsangebot von Behörden, Verwaltungen und parlamentarischen Gremien dem objektiven Informationsbedürfnis Rechnung tragen. Aus ausliegenden Bebauungsplänen werden Webangebote, aus Einladungen zu Sitzungsterminen die Verlinkung mit Beschlussvorlagen und Stellungnahmen der Verwaltung, aus meistens intransparenten Prozessen müssen öffentliche Vorgänge werden.

Diesen Publikationspart können staatliche Institutionen noch übernehmen, bei der Organisation der Bürgerbeteiligung, der Einbindung sozialer Netzwerke oder der Schaffung solcher Gruppen auf nicht-kommerziellen Systemen bedarf es einer unparteiischen Instanz, etwa öffentlich-rechtlicher Institutionen oder allen Bürgern offenstehender Vereine.

Wird ein Thema als "brennend" eingestuft, erreicht das Interesse der Bürger an einem Vorgang also eine kritische Schwelle, dann sollten Verfahren greifen, in denen unabhängige Gutachten eingeholt oder Experten eingeladen werden können. Wie das Organisatorisch zu bewältigen ist, das müsste ausgearbeitet werden.

Brennende Themen können zu direkt-demokratischen Entscheidungsverfahren werden, wenn die Gremien und Parteien es sich nicht mehr zutrauen, repräsentativ zu entscheiden.

Kurz gefasst: Bürgerbeteiligung darf keinesfalls erst dann beginnen, wenn es um Abstimmungen geht.

#### **Welche Medienangebote werden in welcher Weise im Jahr 2030 die öffentliche Information und Meinungsbildung über die Themen direktdemokratischer Verfahren fördern, besonders im Hinblick auf unentschlossene Bürger ?**

M.S.: Bürgermedien, Soziale Netzwerke, Ad-hoc-Gruppen, aber auch Parteien, NGOs, Bürgerinitiativen im klassischen Sinne haben die viel bessere Chance, Engagement zu generieren und zu bündeln. Das Internet verschafft Zeitautonomie, so dass auch Bürger aktiv werden können, die nicht zu typischen "Versammlungszeiten" zu erreichen sind.

Möglicherweise gelingt so das Verlassen der typischen Lehrer-Beamten-Öffentlicher-Dienst-Dominanz bei Aktiven im politischen Prozess.

#### **Welche Medienangebote werden in welcher Weise im Jahr 2030 Spielräume für Dialog, Verständigung und Kompromiss in direktdemokratischen Verfahren schaffen ?**

M.S.: Direktdemokratische Verfahren bedürfen einer klaren (zeitlichen) Gliederung, die im Netzangebot zu diesem Thema ihren Niederschlag findet. Nach der Identifikation des Gegenstands folgt für eine bestimmte Zeit das Zusammentragen von Argumenten und Expertisen, danach Auseinandersetzungen zwischen den Positionen, eventuell unter Moderation eines Mediators.

**Welche Medienangebote werden in welcher Weise im Jahr 2030 die Akzeptanz von Ergebnissen in direktdemokratischen Verfahren fördern ?****Welche Medienangebote werden in welcher Weise im Jahr 2030 die formale und technische Durchführung direktdemokratischer Verfahren unterstützen ?**

M.S.: Wissens- und Informationsplattformen können im Vorfeld von Entscheidungen Argumente und Positionen darstellen, diskriminierungsfrei. Die Gewichtung im Angebot bestimmen allerdings die Nutzer selbst. In manchen Bereichen wird es eine pseudonyme Nutzung der Angebote geben können, in anderen bedarf es der Legitimation durch digitale Signatur.

**Weitere Kommentare**

M.S.: Direktdemokratische Verfahren und Neue Medien führen immer wieder zu einer Frage: Soll über das Netz abgestimmt werden. Meine Antwort wäre: nein. Benjamin Barber beschrieb schon den aktuellen Wahlvorgang als eher zu unspektakulärer Abhaken einer "Pflicht" ohne jeden Charme. Wie beim Toilettengang werden diskrete Plätzchen einzeln aufgesucht, jeder Verrichtet sein Geschäft für sich und alle gehen dann wieder auseinander.

Die Anonymität der heimischen Stimmabgabe sorgt übrigens auch dafür, dass die Akzeptanz direktdemokratischer Entscheidungen noch schlechter ausfallen könnte. Sieht man eine Wahlbeteiligung immerhin noch am Wahltag, so entfällt dieser optische Eindruck bei elektronischer Abstimmung ganz.

Wahlen und vor allem Abstimmungen müssen als zentrale Errungenschaften der Demokratie mehr "gefeiert" werden, würdig, fröhlich, angemessen. Mehr als jede Software könnte ein anderer Umgang mit Wahlen zu mehr "Lust an der Demokratie" beitragen. In Deutschland wird das Wahlgeheimnis (der Staat soll nicht wissen, was ich gewählt habe) mit "Ich darf niemandem erzählen, wen ich gewählt habe" verwechselt. Das muss sich ändern. Alle Prozesse sind darauf auszurichten, dass sich die unterschiedlichen Interessengruppen vor und nach der Abstimmung nicht nur in die Augen sehen sondern auch in die Augen sehen müssen. Eine Kultur des anständigen Verlieren- wie Gewinnen-Könnens ist dringend nötig.

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.

Hamburg, 6. Juni 2011

Rainer Ammermann