

Welche Chancen bietet Web 2.0 dem bürgerschaftlichen Engagement?

Brigitte Reiser

Was versteht man unter Web 2.0 und welche Möglichkeiten bietet es Bürgerinitiativen und Selbsthilfegruppen?

Bürgerinitiativen und Selbsthilfegruppen haben in der Regel nur wenig finanzielle und personelle Ressourcen, um sich um ihre Organisation, ihre Öffentlichkeitsarbeit und ihre Suche nach Mitgliedern und Unterstützer/innen zu kümmern. Speziell für dieses Spektrum der Zivilgesellschaft, das – anders als große Verbände – überwiegend auf freiwilliger Mitarbeit beruht, bietet das so genannte ‚Web 2.0‘ eine Fülle ungeahnter Möglichkeiten.

Was versteht man unter ‚Web 2.0‘? Der Begriff will deutlich machen, dass sich das Internet verändert hat. Im Vergleich zu früher, als nur EDV-Kundige und Akteure mit dem Budget für Webdesigner im Internet präsent waren, schafft das neue Mitmach-Internet Publikationsmöglichkeiten für Jedermann. Neue Technologien und Dienste machen es Nutzer/innen sehr einfach, selbst Inhalte online zu stellen und sich mit anderen Nutzer/innen zu vernetzen. Speziell diese Vernetzungskompetenz der neuen Internet-Tools ist eine Errungenschaft mit großem Potential für die Bürgergesellschaft. Aufgrund dieses Vernetzungspotentials werden die Instrumente des Web 2.0 auch zutreffender als ‚Social Media‘ bezeichnet.

Durch Web 2.0 kann sich die Position von bürgerschaftlich Engagierten verändern: die einfachen Publikationsmöglichkeiten schaffen die Voraussetzung, dass sich Macht von traditionellen Institutionen weg und hin zur Zivilgesellschaft verschiebt. Niemand ist mehr vom Wohlwollen der örtlichen Presse oder von Verbänden abhängig, jeder kann nun im Internet seine Botschaft selbst verbreiten, Kampagnen starten und sich um Unterstützer bemühen.

Wie können Bürgerinitiativen und Selbsthilfegruppen vom Mitmach-Internet profitieren? Hier zunächst ein paar Beispiele, die sich auf die Gruppen selbst beziehen:

Sie können sich leicht eine eigene Webseite erstellen, indem sie Blogsoftware nutzen – auf eigenem Webspaces oder gehostet auf der Plattform eines Anbieters wie Blogger.com. Ein Blog ermöglicht es, das eigene Projekt, die Sprecher/innen, Mitglieder und Unterstützer/innen vorzustellen, Photos und Videos hoch zu laden und regelmäßig Neuigkeiten zu veröffentlichen und – sofern man möchte – auch Kommentare der Leser/innen entgegenzunehmen. Und dies alles so benutzerfreundlich, dass auch diejenigen, die gegenüber PC und Internet Be-

rührungssängste haben einen Erfolg erzielen können. Falls man doch nicht zurecht kommt: Freiwillige mit Web 2.0-Kenntnissen dürften sich finden.

Eine sehr wichtige Rolle für gering institutionalisierte bürgerschaftliche Gruppen können auch [Wikis](#) spielen, mit deren Hilfe das vorhandene Wissen kollaborativ gesammelt und gespeichert werden kann. Weil die in Initiativen Engagierten oft nur kurze Zeit mitmachen bzw. die Beteiligten über einen Zeitraum hinweg häufig wechseln, kann ein Wiki vorhandene Informationen über die Aktivitäten und die Geschichte der Initiative bewahren. Dies erleichtert die Arbeit all derjenigen, die neu hinzukommen und mitmachen wollen. Sie müssen sich das vorhandene Wissen nicht erst mühselig aus unterschiedlichen Quellen zusammensuchen, auf die Gefahr hin, wichtige Informationen zu übersehen.

Für eine Bürgerinitiative und Selbsthilfegruppe ist es ein zentrales Anliegen, die eigene Botschaft zu bewerben und neue Unterstützer/innen hinzu zu gewinnen. Mit Hilfe von Social Media können sich Initiativen mit bestehenden Unterstützer/innen vernetzen und neue Unterstützer/innen erwerben. Der Netzwerkaufbau und die Netzwerkpflge verschaffen Initiativen soziales Kapital, d.h. Ressourcen wie: freiwillige Helfer/innen, Spenden, politische Unterstützung, Multiplikator/innen, neue Ideen, die Vermittlung von wertvollen Kontakten usw.

Hierfür stehen Tools wie Twitter und bestehende Communities wie Facebook zur Verfügung oder Angebote wie Ning, die es einer Initiative erlauben, eine eigene Community aufzubauen. Auf Facebook kann eine Gruppe ein eigenes Profil erstellen, über die eigene Botschaft berichten, Unterstützer/innen sammeln, Aktivitäten ankündigen und um Zeit- und Geldspenden bitten. Twitter ist ein Dienst, bei dem man nur kurze Informationen veröffentlicht (max. 140 Zeichen), die von Interessent/innen abonniert werden können, so wie man selbst auch die Nachrichten anderer abonnieren kann. Über Twitter können kleine Dialoge geführt, Tipps ausgetauscht, Fragen und Botschaften lanciert und der Kontakt mit Unterstützer/innen sehr einfach gepflegt werden. (Beispiele: [Twitter](#), [Facebook](#))

Eine wichtige Kommunikationsregel im Web ist: den Gesprächspartner/innen zuhören und das Gespräch suchen. Einseitige Kommunikation, die darin besteht, andere mit der eigenen Botschaft zu überschwemmen, stößt im Netz nicht auf Gegenliebe. Dem Selbstmarketing sind hier klare Grenzen gesetzt und wer dies nicht berücksichtigt, gilt bald als ‚Spammer‘, der andere belästigt. Die Web 2.0-Philosophie lautet: sich nach außen hin öffnen, Inhalte teilen, den Dialog suchen und sich vernetzen. Wer diese Ziele beherzigt und win-win-Situationen für Anbieter und Nutzer/innen schafft, wird im Internet erfolgreich unterwegs sein können.

Das Fundraising – für Initiativen und Gruppen, die staatlicherseits nicht gefördert werden, ein existentielles Thema – kann auch online erfolgen über Plattformen wie [Helpedia](#) oder [betterplace](#). Speziell bei betterplace muss man nicht verbandlich organisiert sein oder als gemeinnützig anerkannt, um sich hier mit der eigenen Initiative anmelden und um Spenden bitten zu können.

Ein Tool, das Spenden auch für Spendenunwillige attraktiv macht, sind gemeinnützige Einkaufsplattformen wie u.a. der [Bildungsspender](#). Wenn man über eine solche Plattform online einkauft, wird ein Teil des Einkaufswer-

tes an diejenige Einrichtung im Sozial- oder Bildungsbereich weitergereicht, die der/die Einkäufer/in ausgewählt hat.

Erfolgreiches und vor allem nachhaltiges Fundraising setzt voraus, dass man mit potentiellen Unterstützer/innen in einen Dialog tritt und diese als Multiplikator/innen und Fundraiser/innen nutzt. Auch dafür können die oben erwähnten Vernetzungstools sowie Banner, die man Unterstützern zur Verfügung stellt, dienen.

Bürgerinitiativen gründen sich, weil sie etwas verändern und Einfluss auf politische Entscheidungsträger und die öffentliche Diskussion nehmen wollen. Auch Selbsthilfegruppen wollen in der Öffentlichkeit für ihr Anliegen werben. Welche Möglichkeiten bietet Web 2.0 für die Partizipation von Bürger/innen und Initiativen?

Partizipationschancen durch Web 2.0

Bürgerinnen und Bürger können über das Netz verstärkt Einfluss auf die Politikformulierung als eine Form der politischen Partizipation nehmen. Auf Bundesebene gibt es die Möglichkeit, Petitionen an den Bundestag über das [Internet](#) einzureichen; ein Angebot, das von Bürger/innen noch fast nicht genutzt wird. Auf kommunaler Ebene gibt es vereinzelt [Online-Konsultationen](#) und [Bürgerhaushalte](#), bei denen Bürger/innen an der Haushaltsplanung beteiligt werden.

Noch sind die Möglichkeiten, die staatlicherseits für die Online-Partizipation angeboten werden, rar. Wie die Zukunft der Partizipation über das Internet auf kommunaler Ebene aussehen könnte, zeigt ein Beispiel aus Großbritannien: auf der Seite [askbristol.com](#) haben die Bürger/innen die Möglichkeit, über das Internet Petitionen an die Gemeinde zu senden, sich bei Befragungen oder Online-Konsultationen einzubringen, die Ratssitzungen auf Video zu verfolgen, ihr Wissen über ihr Quartier in Karten einzutragen und selbst Videos, Photos, Kommentare usw. auf der Seite einzustellen.

Aber Bürger/innen und Initiativen sind von staatlichen Partizipationsangeboten nicht mehr abhängig. Sie können außerhalb des politisch-administrativen Systems um Unterstützung für ihre Botschaft werben, sich mit anderen vernetzen und sich engagieren. Im Internet gibt es unzählige Webseiten, die Stimmen sammeln für ein bestimmtes politisches Ziel, wie bspw. [Campact.de](#) oder [Deine Stimme gegen Armut](#).

Das bürgerschaftliche Engagement muss sich dabei nicht auf eine Unterschriftenabgabe beschränken, sondern kann auch Aktionen umfassen, wie: selbst zum/zur Stimmensammler/in oder zum/zur Fundraiser/in für das angestrebte Ziel zu werden, Wissen beizusteuern und selbst Projekte zu initiieren und umzusetzen. Unzählige Plattformen stehen im Internet hierfür bereit, u.a. [fairdo](#), [Weltretter](#), [Reset](#), [Betterplace](#).

Das Entscheidende an diesen Plattformen ist, dass sich hier engagierte Bürger/innen untereinander vernetzen und soziales Kapital aufbauen können. Durch die Kooperation mit anderen ergeben sich neue Handlungsmöglichkeiten, die einer Initiative allein oder einer einzelnen Person nicht zur Verfügung stünden. Web 2.0 fördert damit die Interaktion zwischen Bürgerinnen und Bürgern und schafft so Voraussetzungen für die soziale Parti-

zipation online und offline (vgl. [Meijer/Burger/Ebbers 2009](#)). Mit dem Ergebnis, dass sich über das Internet neue politische Mehrheiten und Kulturen herausbilden können.

Die Netzwerke sind dabei überörtlich, manchmal sogar global. Sie eröffnen Individuen und Gruppen die Chance, auch über ihr eigenes Milieu hinaus Unterstützer/innen kennen zu lernen. Die Kontaktaufnahme über das Netz ist unkompliziert und niedrighschwellig. Für viele ist sie einfacher, als in der realen Welt auf eine Bürgerinitiative zuzugehen. Internetnutzer/innen können im Netz aus unzähligen Webseiten das Partizipationsangebot heraussuchen, das sie am meisten interessiert. Sie sind nicht auf die örtlichen Initiativen angewiesen. Auch das Engagement selbst kann online erbracht werden, indem man die favorisierte Gruppe finanziell und inhaltlich unterstützt und als Multiplikator/in tätig wird.

Diese Netzwerkbildung über das Internet kann von kommunaler Seite gefördert werden. So bietet bspw. die Stadt Chicago ihren Bürgern und Nonprofit-Organisationen, Behörden und Unternehmen die Möglichkeit, sich kostenlos eine Webseite auf der Plattform [CitizenPowered](#) zu erstellen, um sich mit anderen aus der Gemeinde zu vernetzen. Ziel ist die Bildung von sozialem Kapital innerhalb von Gemeinschaften und zwischen Gemeinschaften. In Deutschland scheint es auf kommunaler Ebene eine solche Vernetzungspolitik, die alle Gruppen, Sektoren und Milieus integriert, noch nicht zu geben ([Hummel 2009, 5](#)).

Auch an der Politikumsetzung können Bürger/innen partizipieren. Erwähnt werden kann die britische Seite [FixMyStreet](#), die von Kommunalverwaltungen ins Leben gerufen wurde und es den Bürgern ermöglicht, Mängel im öffentlichen Raum wie Müllablagerungen, Graffiti, defekte Straßenlaternen usw. zu melden. Die Seite der britischen Regierung [Show Us a Better Way](#) lädt Bürger/innen ein, Vorschläge für die Verwendung und Präsentation öffentlicher Daten zu machen, um bürgerorientiertere Informationsangebote erstellen zu können

Grenzen

Web 2.0 führt nicht automatisch zu einem Mehrwert für die Bürgergesellschaft. Web 2.0 stellt lediglich ein Instrumentarium zur Verfügung, das man für bürgerschaftliche Zwecke nutzen kann – oder auch nicht. Mit Hilfe von Web 2.0-Tools können Menschen zusammengeführt werden, die sich für das Gemeinwesen engagieren wollen. Mit Hilfe von Web 2.0 können aber auch Fronten verhärtet und gesellschaftliche Spaltungen vorangetrieben werden. Es kommt darauf an, wie man die Instrumente nutzt.

Wir alle sollten uns dafür einsetzen, dass die konstruktiven Potentiale des Netzes gestärkt werden. Dies bedeutet, dass die bürgerschaftlich Engagierten und ihre Organisationen endlich den Schritt ins Internet machen sollten. Noch sind die traditionellen Milieus und die etablierten Träger gegenüber dem Netz sehr zögerlich. Die digitale Welt verschwindet aber nicht einfach, wenn man vor ihr die Augen verschließt. Sondern sie existiert, breitet und differenziert sich aus. Und die Protagonisten der Bürgergesellschaft sollten ihren Platz darin einnehmen, so lange die kreative und soziale Aufbruchstimmung im Internet noch existiert und nicht andere Paradigmen die Oberhand gewinnen.

Ein großes Problem ist nach wie vor, dass aufgrund des [digitalen Grabens](#), der zwischen den Bevölkerungsgruppen und Landstrichen verläuft, nur ein Teil der Bürgerschaft im Internet präsent ist oder von vielen das Internet zur Unterhaltung, aber nicht zur Vernetzung oder Partizipation genutzt wird. Hier müssen auch seitens der bürgerschaftlichen Akteure noch mehr Anstrengungen unternommen werden, um die digitale Spaltung abzubauen und die Kompetenzen der Internetnutzer zu stärken.

Fazit

Bürgerinitiativen, Selbsthilfegruppen und bürgerschaftlich engagierte Einzelpersonen sollten den Schritt ins Internet wagen, das viele neue Chancen und Perspektiven erschließt, wie hier dargelegt wurde. Den Kern von Web 2.0 bzw. Social Media bilden der Dialog und die Vernetzung, nicht die technischen Aspekte.

Das Internet ermöglicht das Kennenlernen neuer Unterstützer/innen und den Aufbau sowie die Pflege von Netzwerken. Es ermöglicht die Grenzüberschreitung hin zu anderen Gruppen, Akteuren, Milieus. Es ist wichtig, dieses grenzüberschreitende Potential des Internets zu nutzen und sich nicht innerhalb seiner eigenen Community zu verschanzen, auch dies erlaubt das Internet. Eine Bürgergesellschaft lebt jedoch vom gemeinsamen Diskurs, auch über die Grenzen von Sektoren hinweg. Das heißt: die politischen, administrativen und wirtschaftlichen Akteure sollten in den gemeinsamen Dialog eingebunden bleiben.

Gemeinsam muss nach Wegen gesucht werden, wie die verstärkte Partizipation von Bürger/innen für alle gewinnbringend ausgeübt werden kann. Und wie die Konflikte gelöst werden können, die entstehen, wenn Hierarchie auf Mitsprachewünsche und repräsentative Systeme auf direkte Demokratie stoßen.

Autorin

Dr. Brigitte Reiser ist Beraterin für Nonprofit-Organisationen mit den Schwerpunkten [Stakeholder-Management](#) und Web 2.0. Sie führt das Fach-Weblog [Nonprofits-vernetzt.de](#), in dem sie über die Möglichkeiten von Social Media für gemeinnützige Organisationen informiert.

Kontakt

brigitte.reiser@stakeholder-management.de

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT
Wegweiser Bürgergesellschaft
Redaktion Newsletter
Bornheimer Str. 37
53111 Bonn
E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de