

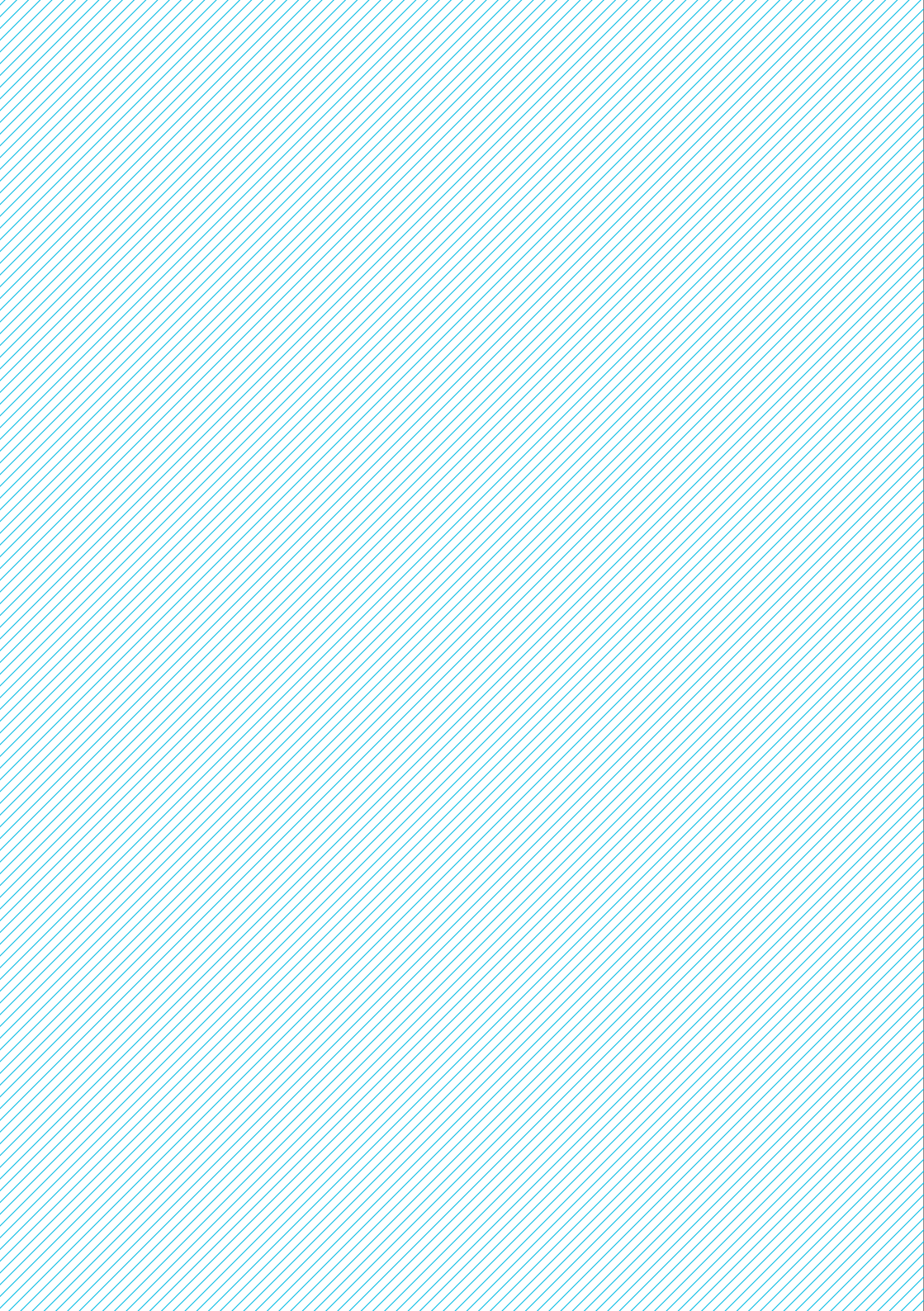
Die digitale Öffentlichkeit

Wie das Internet unsere Demokratie verändert

Birthe Kretschmer,
Frederic Werner (Hrsg.)

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG





Herausgeber:

Birthe Kretschmer,

Frederic Werner

Die digitale Öffentlichkeit

Wie das Internet unsere Demokratie verändert

Das Blog zur Veranstaltungsreihe mit weiteren Texten und Diskussionen finden Sie unter: www.julius-leber-forum.de/digi-oeff

Editorial	3	08 / Der Wandel der Wissens-	
Vorwort	4	gesellschaft / Dr. Astrid Herbold	59
01 / Digitale Öffentlichkeit –		09 / Blogger und die	
die Öffentlichkeit der digitalen		Meinungsvielfalt im Internet	
Gesellschaft / Lars Klingbeil	9	Alvar C. H. Freude	65
02 / Demokratie als click 'n' go?		10 / Das digitale Zeitungshaus	
Bruno Preisendörfer	17	auf dem Weg zum „Local	
		Champion“ / Meinolf Ellers	73
03 / Das soziale Gehirn –		11 / Daten — Rohstoff der	
Wie Medien unsere Entwick-		digitalen Gesellschaft	
lung beeinflussen		Prof. Dr. Johannes Caspar	83
Prof. Dr. Dieter F. Braus	23		
04 / Medienkompetenz –		12 / Die Hoheit der Information	
Herausforderung in der digitalen		und außerparlamentarische	
Gesellschaft / Aydan Özoguz	31	Kontrolle im digitalen Zeitalter	
		Dr. Dieter Wiefelspütz	91
05 / Demokratische Beteiligung		13 / Geheimnisse und	
per Web / Dr. Kathrin Voss	37	die Gesellschaft	
		Daniel Domscheit-Berg	99
06 / Das flüchtige Wissen der			
Welt / Markus Reiter	45	Literatur, Links	106
		Veranstaltungshinweise	108
07 / Das Recht, am Wissen		Impressum	112
der Menschheit teilzuhaben			
Sebastian Moleski	53		

Fußnoten



Interessante Webseiten



Literaturempfehlungen



Editorial

Erinnern Sie sich: Vor 15 Jahren mussten Sie ein Lexikon in die Hand nehmen, wenn Sie etwas nachschlagen wollten. Vor zehn Jahren sind Sie zur Bank gegangen, wenn Sie eine Überweisung tätigen wollten. Vor fünf Jahren haben Sie Nachrichten auf Papier nachgelesen. Heute können Sie das alles auch im Internet.

Die Digitalisierung der Gesellschaft ist erst 20 Jahre alt, hat unseren Alltag jedoch grundlegend verändert. Etwa drei Viertel der Deutschen kommunizieren über das Internet und damit schneller und unmittelbarer als je zuvor. Sie beziehen dort Informationen, haben soziale Kontakte und mischen sich ein. Dieses veränderte Rezeptionsverhalten stellt auch neue Ansprüche an Politik und Demokratie. So ist, nicht zuletzt mit den neuen Medien, der Partizipationsanspruch gestiegen. Das kann eine Chance sein, obwohl es ebenso kritische Stimmen gibt.

2010 hat das Julius-Leber-Forum der Friedrich-Ebert-Stiftung die Veranstaltungsreihe „Die digitale Öffentlichkeit“ ins Leben gerufen, um die Auswirkungen des Kommunikationswandels auf unsere Demokratie zu untersuchen. Wir haben uns dem Thema vielfältig sowohl von der wissenschaftlichen Seite als auch von der Praxis genähert. Wir werden diese Diskussionsreihe fortsetzen, um die Veränderungen weiterzuverfolgen. Der vorliegende Band ist damit ein Zwischenbericht.

Wir bedanken uns bei allen Referentinnen und Referenten, die bei der Veranstaltungsreihe bislang mitgewirkt haben, und vor allem bei jenen, die diese Publikation mit ihren Beiträgen möglich gemacht haben. Ein besonderer Dank gilt Birthe Kretschmer, die die einzelnen Veranstaltungen moderiert, die Interviews geführt und die Texte bearbeitet hat. Susanne Wurlitzer hat diese dann anschaulich gestaltet, damit die Lektüre nicht nur anregend, sondern auch angenehm ist.

FREDERIC WERNER

Julius-Leber-Forum
Friedrich-Ebert-Stiftung

Vorwort

Jürgen Habermas' Untersuchung „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ erschien erstmals 1962.¹ Was damals eine heiß diskutierte Analyse der modernen Öffentlichkeit war, ist zu einem Synonym geworden. Der Begriff „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ wird heute verwendet, um den Einfluss der digitalen Kommunikationsmittel auf unsere Gesellschaft, unsere Wirtschaft und unser Verhältnis zum Staat zu beschreiben. Welche Auswirkungen hat dieser digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit auf unsere demokratischen Werte, unsere gesellschaftliche Teilhabe und unseren Umgang mit Informationen? In Essays, Denkschriften, Analysen und Interviews beschäftigen sich die Autoren dieser Publikation mit der Frage, wie das Internet unsere Demokratie verändert. Der Medienkonsum, die Wissensgesellschaft und Internetkampagnen sind davon nur drei Aspekte, die es uns ermöglichen:

- Zivilgesellschaft in virtuellen Räumen zu leben,
- die demokratische Beteiligung sowie demokratische Beschlüsse transparenter zu machen,
- informierter zu sein als jemals zuvor über andere Privatpersonen und staatliche Institutionen sowie deren Akteure.

Im analogen Zeitalter bedeutete Partizipation u. a. das Engagement in politischen Parteien, den Gang zur Wahlurne oder das regelmäßige Lesen von Zeitungen. Diese Beteiligungsmöglichkeiten sind durch das Internet deutlich vielfältiger geworden, von E-Petitionen über Transparenz von Regierungsdokumenten bis hin zur Meinungsäußerung in Blogs. Dieses neue Verständnis von demokratischer Beteiligung führt auf der einen Seite zu großer Begeisterung ob der einfachen und vielfältigen Partizipationsmöglichkeiten. Auf der anderen Seite fürch-

ten viele die Verdummung, das Versinken in Details oder die Oberflächlichkeit. Die Diskussionsreihe „Die digitale Öffentlichkeit“ versucht daher, eine Diskussionsgrundlage zu schaffen, um so eine Brücke zu bauen zwischen der analogen und der digitalen Demokratie.

Doch warum sind wir eigentlich so unsicher, wenn es um das Thema Internet geht?

Das World Wide Web hat nicht nur die Welt zu einem Dorf gemacht, es bringt auch einen Innovationszyklus mit sich, der schneller ist als alle Zyklen zuvor – oder nutzen Sie noch Lycos? Unser Lebensrhythmus hat sich den Innovationen angepasst. Weil aber viele Neuerungen eine technische Komponente haben und für uns nicht immer sofort durchschaubar sind, entstehen Ängste.

Ebenso geht es uns mit unserer Demokratie. Was passiert, wenn wir nicht mehr zur Demonstration gehen, sondern uns per Internet an Kampagnen beteiligen? Die E-Petition gegen Internetsperren gilt als eine der erfolgreichsten. Plattformen wie campact.de geben allen Menschen, egal wo sie wohnen und welche Arbeitszeiten sie haben, die Möglichkeit, sich mit Themen zu beschäftigen, die für sie ganz persönlich relevant sind. Während früher also die Zugehörigkeit zu einer Partei oder Organisation das Engagement zeitlich und inhaltlich vorgab, entspricht die Beteiligung per Web der flexiblen Lebensweise, die heute von uns gefordert wird. Doch welche Qualität hat eine Beteiligung per Mausklick für unsere Demokratie?²

Auch unsere Mediennutzung hat sich verändert. YouTube, Mediatheken, Nachrichtenseiten und das mobile Internet führen dazu, dass wir auf Inhalte, die für uns relevant sind, jederzeit und überall zugreifen. Dabei machen wir keinen Unterschied mehr, ob die Nachrichten um 20 Uhr laufen oder ob wir sie um 21:30 Uhr im Internet ansehen. Wir holen uns Informationen, wann wir wollen, von wo wir wollen, und konsumieren sie auf dem Endgerät, welches gerade am besten passt.



1 Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit, Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Berlin 1962.

2 Siehe dazu in dieser Publikation: Preisendörfer, Bruno: Demokratie als click 'n' go, S. 17ff.

Das Internet bietet uns einen freien, einfachen und jederzeit nutzbaren Zugang zu Informationen und ebenso zu Wissen. Während das Wissen heute leichter zugänglich ist, als jemals zuvor, stellt sich die Frage, welche Auswirkungen das auf unsere Demokratie hat. Die Arbeit von Politikern, von Journalisten, Richtern und Beamten wird transparenter und damit leichter überprüfbar.³ Der mündige Bürger erlangt eine Überprüfungsmacht, die er sich im analogen Zeitalter allerhöchstens erstreiten konnte. Gleichzeitig berichten Dozenten an Universitäten, dass Studenten zunehmend Probleme haben, komplexe Texte zu durchdringen, verursacht u. a. durch die Verkürzung der Schuljahre und die Umstellung auf das Bachelor- und Mastersystem an den Universitäten, die mehr Auswendiglernen denn kritisches Hinterfragen honorieren. Ein mündiger Bürger muss im digitalen Zeitalter daher mehr können, als nur Wissen auszuwählen und zu sortieren – er muss sich die Kompetenz erhalten, dieses zu durchdringen und zu überprüfen. Nur dann machen Open-Data-Projekte und die Rufe nach mehr Transparenz von Regierungshandeln wirklich Sinn.⁴

Das Thema Medienkompetenz führt uns zum Datenschutz. Unsere persönlichen Daten sind der Rohstoff des digitalen Zeitalters geworden. Nur so sind die unglaublichen Summen zu verstehen, mit denen Firmen wie Facebook bereits vor Börsengang bewertet werden. Der Datenschutzbeauftragte der Stadt Hamburg, Prof. Dr. Johannes Caspar, spricht von einer Überwachungsgesellschaft, die sich mit privaten Fotos und Videos, Nachrichten auf Social-Media-Plattformen oder durch das Googeln von Personen und die Überprüfung von Plagiaten selbst überwacht.⁵ Gleichzeitig werden unsere Daten auch für den Staat immer relevanter: bei der Suche nach Verkehrs-sündern, terroristischen Zellen oder Schmuggel. Wie wir in Zukunft mit unseren persönlichen Daten umgehen, welches Verhältnis wir zu Informationen unserer Mitbürger und des Staates entwickeln, wird ein bestimmendes Thema bleiben.



- 3 Siehe dazu in dieser Publikation: Wiefelspütz, Dr. Dieter: *Die Hoheit der Information und außerparlamentarische Kontrolle im digitalen Zeitalter*, S. 91ff.
- 4 Siehe dazu in dieser Publikation: Özoguz, Aydan: *Medienkompetenz – Herausforderung in der digitalen Gesellschaft*, S. 31ff.
- 5 Siehe dazu in dieser Publikation: Caspar, Prof. Dr. Johannes: *Daten – Rohstoff der digitalen Gesellschaft*, S. 83ff.
- 6 Ein anschauliches Beispiel, was persönliche Daten erzählen können, zeigt diese interaktive Grafik: ZEIT Online: *Verräterisches Handy*, 31. 08. 2009. <http://www.zeit.de/datenschutz/malte-spitz-vorratsdaten>
- 7 Einen Überblick über die Veranstaltungen der Reihe „Die digitale Öffentlichkeit“ finden Sie auf S. 108ff.



BIRTHE KRETSCHMER

ist freie Journalistin, Trainerin und Beraterin für crossmedial arbeitende Verlage und schult Journalisten in Europa und Indien im Umgang mit dem Internet. Für die FES moderiert sie u. a. die Diskussionsreihe „Die digitale Öffentlichkeit“. kontakt@birthe-kretschmer.de

Dies zeigt u. a. die scharfe Diskussion über die EU-Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung.⁶

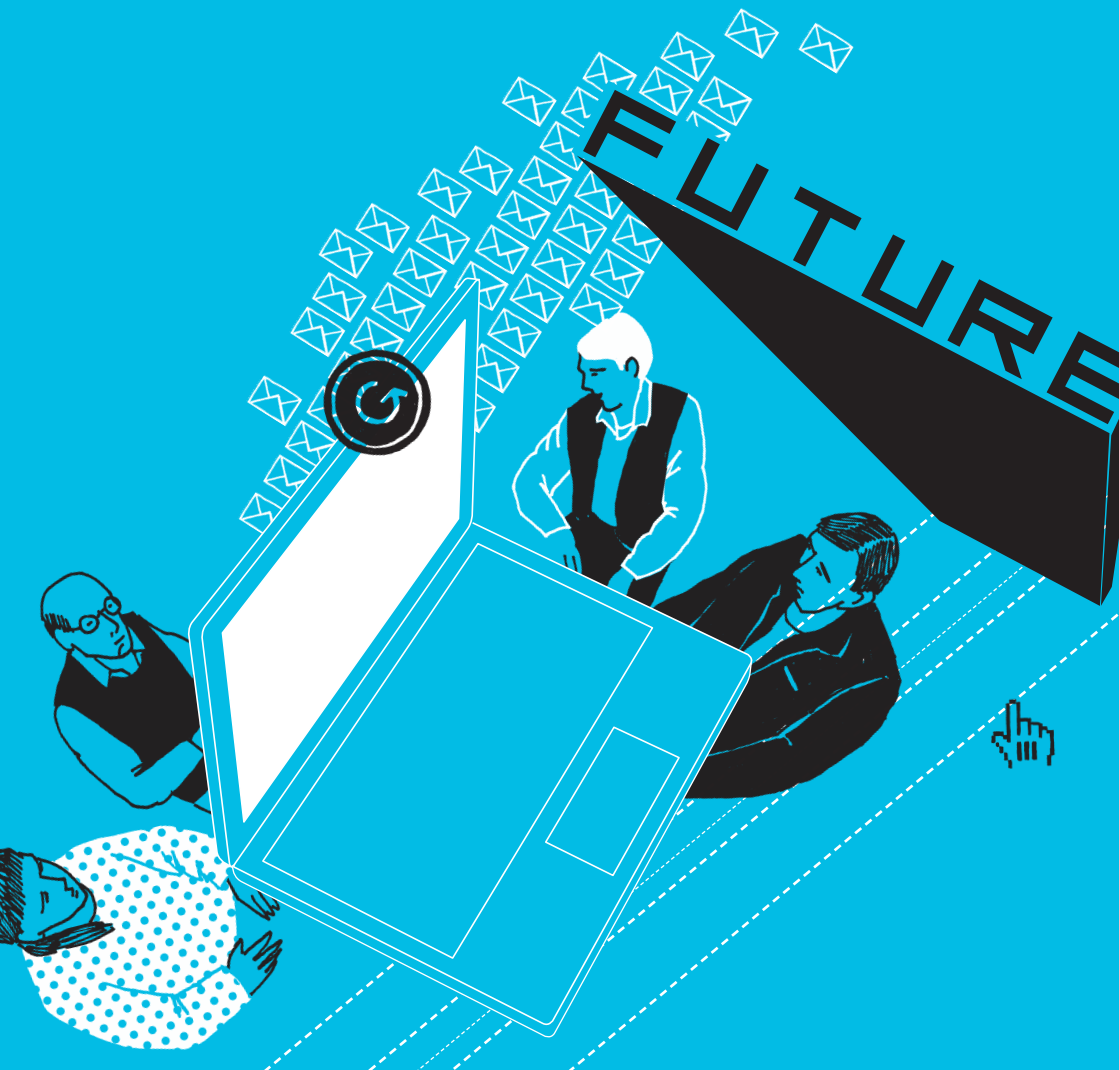
Neben dem Einfluss des Medienkonsums, der Wissensgesellschaft und des Datenschutzes auf unsere Demokratie gilt es noch viele weitere Aspekte zu diskutieren. Daher kann die vorliegende Publikation keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Was können wir zum Beispiel gegen Cybercrime tun und wie prägt Cybermobbing unsere nachwachsenden Generationen? Wie gehen wir mit der Vorratsdatenspeicherung um, wie passt die Online-Durchsuchung in unseren Rechtsstaat? Diese und weitere Fragen werden auch in Zukunft in der FES-Reihe „Die digitale Öffentlichkeit“ diskutiert. Unter den Autoren dieser Publikation finden sich sowohl Gäste der Diskussionsreihe als auch Gastautoren.⁷ Am Ende dieser Publikation finden Sie weiterführende Literatur und Links. Wenn wir Sie zum Nachdenken angeregt haben, dann fühlen Sie sich herzlich willkommen, die Beiträge zu kommentieren oder an einer der kommenden Veranstaltungen der Reihe „Die digitale Öffentlichkeit“ in Hamburg teilzunehmen. Leben Sie mit uns Demokratie im virtuellen wie im analogen Bereich. Alle Informationen, Links und Termine finden Sie auf der Seite:

www.julius-leber-forum.de/digi-oeff

BIRTHE KRETSCHMER

01

Digitale Öffentlichkeit – die Öffentlichkeit der digitalen Gesellschaft



VON LARS KLINGBEIL

„Kein Stein wird auf dem anderen bleiben!“ Mit dieser Quintessenz wird nicht etwa der Schlussbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des 17. Deutschen Bundestags beginnen. Mit diesen Worten beginnt vielmehr das Vorwort des Schlussberichtes der Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ aus dem Jahr 1998.¹ Oft wird der Politik vorgeworfen, die Herausforderungen der digitalen Gesellschaft lange Zeit ignoriert zu haben, um sie dann vor allem als überkomplexes und kaum lösbares Problem zu diskutieren und die Gefahren zu beschwören. Dies stimmt jedoch nur zum Teil. Wenn man sich heute mit einem Abstand von über zehn Jahren die Berichte der Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ anschaut, dann hat die Politik durchaus bereits damals die richtigen Fragen gestellt und um Lösungsvorschläge gerungen, aber diese sind weitgehend folgenlos geblieben. Umso massiver treten jetzt die Herausforderungen, die mit dem Wandel der digitalen Gesellschaft einhergehen, auf die politische Agenda und umso hilfloser wirkt manchmal die Politik in dem Versuch, analoge Lösungsmodelle auf die digitale Welt zu übertragen.

Nach der desaströsen Debatte über die Netzsperrern und dem Achtungserfolg der Piratenpartei bei der Bundestagswahl hat der Deutsche Bundestag mit den Stimmen aller Fraktionen im vergangenen Jahr erneut eine Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ eingesetzt. Im Einsetzungsbeschluss heißt es wie folgt: „Das Internet ist das freiheitlichste und effizienteste Informations- und Kommunikationsforum der Welt und trägt maßgeblich zur Entwicklung einer globalen Gemeinschaft bei.“ Dieses Kommunikationsforum steht für den umfassenden gesellschaftlichen Wandel bei der Herausbildung der digitalen Gesellschaft und für einen in sei-



1 Schlussbericht der Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“, BT-Drs. 13 / 11004, S. 2.

nen Auswirkungen kaum überschaubaren Strukturwandel der Öffentlichkeit.

Diese Publikation der Friedrich-Ebert-Stiftung zur digitalen Öffentlichkeit rückt diesen gesellschaftlichen Wandel und den Strukturwandel der Öffentlichkeit in den Fokus. In den Beiträgen sollen die demokratischen Werte und ihr derzeitiger Wandel, die Frage der Grundrechte im digitalen Zeitalter, Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt im Netz, die neuen Möglichkeiten und Formen der Teilhabe, das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, der Umgang mit Informationen und

Diese Chancen gilt es zu nutzen, damit auch die digitale Gesellschaft eine demokratische, offene und pluralistische Gesellschaft bleibt, denn mit der Digitalisierung einher sind auch völlig neue Formen von Überwachungsgesellschaft denkbar.

eine Vielzahl anderer Themen behandelt werden. Durch alle Beiträge zieht sich beinahe wie ein roter Faden die Erkenntnis, dass all diese Chancen und Potenziale der digitalen Gesellschaft ohne Medienkompetenz und ohne eine digitale Selbstständigkeit vertan werden. Die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ hat hierzu in ihrem zweiten Zwischenbericht „Medienkompetenz“ festgestellt:

„Das Internet ist zu einer Basistechnologie geworden, ohne die viele Potenziale nicht mehr erschlossen werden können. Die digitale Selbstständigkeit aller Bürgerinnen und Bürger ist daher ein wichtiges Ziel. Welche Möglichkeiten und Fähigkeiten generell und für bestimmte Lebenslagen erforderlich sind, lässt sich vermutlich nicht so konkret wie bei einem Warenkorb bestimmen. Dennoch bedarf es einer Konkretisierung, um feststellen zu können, wann

staatliche Fördermaßnahmen unabdingbar sind. Ein kompetenter, gestaltender Umgang mit Medien und dem Internet ist eine Voraussetzung zur Beteiligung des Einzelnen am gesellschaftlichen Diskurs. Medienkompetenz wird damit zum Schlüssel zur gesellschaftlichen Teilhabe in Bildung und Ausbildung, Arbeit, Gemeinwesen und Politik. Medienkompetenz ist eine Basiskompetenz der Gesellschaft!“²

Mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit eröffnen sich herausragende Chancen für die politische Kommunikation und für die Teilhabe an politischen und parlamentarischen Prozessen, aber auch für jeden Einzelnen. Diese Chancen gilt es zu nutzen, damit auch die digitale Gesellschaft eine demokratische, offene und pluralistische Gesellschaft bleibt, denn mit der Digitalisierung einher sind auch völlig neue Formen von Überwachungsgesellschaft denkbar. Eine große, herausragende Chance der digital vernetzten Demokratie ist beispielsweise die Möglichkeit, mit den Bürgerinnen und Bürgern in den Dialog zu treten. Während die traditionellen Medien Informationen bereitstellen, bietet das Internet zahlreiche Kommunikationsplattformen, wo ein Austausch von Informationen und Meinungen stattfinden kann.³ Die neuen Formen von Partizipation fasst Kathrin Voss in diesem Sammelband wie folgt zusammen:



2 Zweiter Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: Medienkompetenz, BT-Drs. 17/7286 vom 21.10.2011.

3 Ein Beispiel ist die Beteiligungsplattform der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ www.enquete-beteiligung.de

„Das Netz bietet neue Formen von Partizipation, sowohl von Staatsseite als auch von zivilgesellschaftlichen Akteuren organisiert. Die Chancen, Bürger und Bürgerinnen verstärkt in den politischen Prozess einzubinden, sind also vorhanden, werden aber vor allem bei den Top-down-Möglichkeiten bisher nur in einem sehr eingeschränkten Maße von den Menschen wahrgenommen. Das hat sicherlich zum ei-

nen etwas damit zu tun, dass diese Verfahren noch neu sind und man erst Erfahrungen damit sammeln muss. Auf der anderen Seite wird es sicherlich notwendig sein, bei den staatlichen Angeboten ein gewisses Maß an Verbindlichkeit zu schaffen, um die Bürger und Bürgerinnen zur Beteiligung zu motivieren. Im Gegensatz dazu stellt die Beteiligung bei den zivilgesellschaftlichen Angeboten meist kein Problem dar, aber eine hohe Beteiligung kann nicht mit einer entsprechenden Wirkung gleichgesetzt werden. Bei der Vielzahl von Organisationen und Einzelpersonen, die inzwischen diese Kampagnenformen nutzen, besteht die Gefahr, dass die damit verknüpften Botschaften in der Masse der Petitionen und Massen-E-Mails untergehen.“⁴

Das bedeutet, dass die Teilhabe- und Partizipationspotenziale zwar vorhanden sind, allerdings noch nicht in dem wünschenswerten Umfang wirklich wahrgenommen und genutzt werden. Vor allem hat es aber damit zu tun, dass bei vielen Angeboten zwar eine Meinung abgegeben werden kann, es aber dann keine tatsächliche Rückkopplung und Einbindung in die Diskussions- und Entscheidungsprozesse gibt.

Doch nicht nur die Teilhabemöglichkeiten können sich verbessern, sondern vor allem auch die Transparenz von politischen und parlamentarischen Prozessen. Ein Stichwort hier ist Open Data. Open Data basiert auf der Grundidee, dass es gesellschaftlich vorteilhaft wäre, wenn Daten für jedermann frei zugänglich gemacht werden. Gemeint ist damit vor allem die Zugänglichmachung nicht personenbezogener Daten in maschinenlesbaren Formaten aus Politik und Verwaltung. Dabei ist diese Idee nicht neu, neu sind allerdings der Begriff, die Maschinerlesbarkeit und die geforderte Reichweite. Die Zugänglichmachung von Dokumenten und Datenbeständen wird



⁴ Dr. Kathrin Voss: Demokratische Beteiligung per Web, in diesem Band, S. 43.

seit vielen Jahren unter dem Terminus „Informationsfreiheit“ diskutiert. Notwendig wäre es also, die Open-Data-Debatte mit der Informationsfreiheitsdebatte zu verknüpfen, denn Open Data ist ohne eine entsprechende Rechtsgrundlage nicht möglich. Die Öffnung von Politik und Staat geht nur, wenn die Informationsfreiheit weiterentwickelt und mit Open-Data-Strategien kombiniert wird. Die bestehenden Informations-

Wo bislang überwiegend klassische Medien zur Meinungsäußerung und Berichterstattung genutzt wurden, kommt nun das Netz als weitere und vor allem als umfassend vernetzte Plattform hinzu.

freiheitsgesetze des Bundes und in zahlreichen Bundesländern waren ein wichtiger erster Schritt zur Öffnung von politischen Institutionen und Verwaltungen. Diese müssen weiter ausgebaut und mit Open-Data-Strategien verknüpft werden. Dies ist auch aus wirtschaftlicher Sicht notwendig, um die Ressourcen Information und Daten in der öffentlichen Hand zu heben und zu veredeln. Hier liegen erhebliche Potenziale für kreative und innovative Ideen sowie für neue Business-Open-Data-Geschäftsmodelle.

Das Internet ermöglicht es darüber hinaus jedem Einzelnen, vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen und vor allem auch seine Meinung zu äußern. Wo bislang überwiegend klassische Medien zur Meinungsäußerung und Berichterstattung genutzt wurden, kommt nun das Netz als weitere und vor allem als umfassend vernetzte Plattform hinzu. Jeder Einzelne kann sich durch eigene Webseiten, Blogs, Foren etc. präsentieren und erklären. Zu beobachten ist hier eine neue demokratische Vielfalt der Meinungsbildung. Im weltweiten Netz haben auch solche (politischen) Akteure eine Chance zur Artikulation, die bei den klassischen Medien oftmals kein Gehör fanden. Zudem verweisen zunehmend etwa Weblogs auf

Webseiten der traditionellen Medien und umgekehrt richten auch die klassischen Massenmedien ihre Aufmerksamkeit auf die Blogosphäre. Ermöglicht werden kann so ein kommunikatives Wechselspiel zwischen den klassischen Medien und der sich kommunikativ betätigenden „Bürgergesellschaft“. Dies wird auch Auswirkungen haben auf die bisherige Agenda-Setting-Funktion der Medien und das strenge „Gatekeeping“ der massenmedialen Öffentlichkeit. Auch wird die traditionelle Unterscheidung zwischen Sender und Empfänger oder zwischen Medien und Nutzer vielleicht nicht grundsätzlich hinfällig, aber durchlässiger und neben die von den traditionellen Medien verfassten Öffentlichkeiten treten neue, digitale Öffentlichkeiten – auch Gegenöffentlichkeiten. Gleichzeitig bedeutet dies, dass die Auswahl aus dieser Vielzahl an Informationen und vor allem das Einordnen und Bewerten immer wichtiger werden, womit der Bogen erneut zur Medienkompetenz und der digitalen Gesellschaft gespannt ist.

Netzpolitische Themen erfahren im Moment eine große Aufmerksamkeit. Dies ist auch dringend geboten, denn allzu lange hat man die Digitalisierung und die damit verbundenen Fragestellungen ignoriert oder aber den Versuch unternommen, der digitalen Welt mit analogen Regelungen beizukommen – und ist damit natürlich oft kläglich gescheitert. Wenn man in einigen Jahren auf diese netzpolitische Debatte zurückschaut, dann wird man vielleicht sagen, dass die Debatte über die Netzsperrern so etwas wie der Startschuss war für das Zeitalter einer digitalen Demokratie. Die Netzaktivisten und viele, die sich ihnen angeschlossen haben, haben dem Deutschen Bundestag in der Netzsperrern-Debatte ordentlich die Leviten gelesen, weil es darum gehen muss, die Auswirkungen der Digitalisierung zu begreifen und politisch damit umzugehen. Die Digitalisierung verändert alles und wir können nicht nur mit symbolisch wirksamen Mechanismen wie Stoppschildern oder unverhältnismäßigen Strafen wie der

Kappung des Internetzugangs arbeiten. Wir brauchen neue Antworten, die den technischen und gesellschaftlichen Umbrüchen, die mit der Digitalisierung einhergehen, gerecht werden. Das ist aus meiner Sicht die wahre netzpolitische Aufgabe der kommenden Jahre. Es geht nicht nur darum, Twitter zu verstehen oder Facebook richtig zu nutzen. Es geht darum, dass die Politik in der Lage ist und die notwendige Bandbreite hat, um mit der Digitalisierung Schritt zu halten und den Gestaltungswillen und den Gestaltungsanspruch nicht zu verlieren.



LARS KLINGBEIL

ist Mitglied des Deutschen Bundestages und vertritt die SPD in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft.“ Klingbeil lebt in Munster in der Lüneburger Heide und führt dort die SPD im Landkreis Soltau-Fallingb. www.lars-klingsbeil.de

02

Demokratie als click 'n' go?

VON BRUNO
PREISENDÖRFER

Anfang des 19. Jahrhunderts hat der deutsche Phänomenologe Georg Wilhelm Friedrich Hegel geschrieben, dass die Eule der Minerva ihren Flug bei Einbruch der Dämmerung beginnt. Anfang des 21. Jahrhunderts hat das amerikanische Phänomen Steve Jobs die Sache etwas verständlicher ausgedrückt: Wenn man nach vorne blickt, erkennt man keine Muster – sie zeigen sich erst im Rückblick.

Also in den Apfel gebissen (den sauren?) und zurückgeblickt: Vor 45 Jahren, als das Fernsehen noch jung war, obwohl es von heute aus betrachtet alt aussieht, erklärte Marshall McLuhan: „The medium is the message“ – das Medium ist die Message. Eigentlich war das ein Satzfehler. Ursprünglich sollte es heißen: „The medium is the message“ – das Medium ist die Botschaft. Aber McLuhan übernahm den Fehler, weil die „message“ die handgreifliche Wirkung der „message“ enthüllte: Moderne Massenmedien verbreiten nicht einfach Botschaften, sondern massieren Geist und Seele der Empfänger.

Was McLuhan vor dem Fernsehgerät erahnte, das so interaktiv war wie ein Knopf zum Ein- und Ausschalten, erleben wir heute, wenn wir online sind, von Webseiten digital betatscht, von Reklamefingern mental befummelt, von Eyecatchern geblendet, von Buttons zu Links und von Links zu Buttons geschubst. Wir sind außengeleitet wie die „einsame Masse“, die der amerikanische Soziologe schon 1956 beklagt hat; und weil Googles Algorithmus für uns immer das präferiert, was wir beim letzten Mal schon präferiert haben, gehören wir zu denen, „die nichts Besonderes von sich fordern, die sich begnügen, von einem Augenblick zum andern zu bleiben, was sie schon sind“, wie Ortega y Gasset in *Aufstand der Massen* höhnte 1929!

Und heute, da die Medien immer massiver und die Massen immer massierter geworden sind? Haben die Skeptiker recht, die aus dem Off der alten Medien das Publikum des Weltnetzes als globalen Pöbel beschreiben, dem es nur um Brot und Spiele zu tun ist, um Konsum und Unterhaltung? Oder kom-



men die Onliner der Wahrheit näher, für die nicht der Plebs, sondern das Plebiszit die virtuelle Öffentlichkeit bestimmt? Um es weniger diskursiv und analog, sondern mehr binär und digital zu formulieren: Ist das Internet gut für die Demokratie – ja oder nein?

Ungefähr zur gleichen Zeit, als McLuhan seine Massage-Theorie der Medien entwickelte, publizierte Umberto Eco, der damals noch keinen Namen als Rosenromancier hatte, einen Aufsatzband über Massenkultur, in dem er zwischen „Apokalyptikern“ und „Integrierten“ unterschied:

„Die Apokalypse ist eine Besessenheit des Andersdenkenden; die Integration ist die konkrete Realität derjenigen, die *nicht* abweichen, *nicht* anderer Meinung sind. Das Bild der Apokalypse zeichnet sich ab, wenn man die Texte *über* die Massenkultur liest; das Bild der Integration entsteht bei der Lektüre der Texte *aus* der Massenkultur.“

Man braucht „Massenkultur“ nur durch „Internet“ zu ersetzen, schon wirkt Ecos alter Aufsatz wie neu geschrieben. Texte *über* das Internet kündigen die Apokalypse an oder warnen vor der „Zeitbombe Internet“. Texte *aus* dem Internet verkünden die Utopie einer globalen Explosion an Demokratie. Weil das in heller Begeisterung geschieht, könnte man die Anhänger des Internets im Unterschied zu den Apokalyptikern auch als Euphoriker bezeichnen.

Beiden Haltungen mangelt es wie jedem digitalen Denken, wie jeder Codierung der Wirklichkeit nach „Ja oder Nein“, „Null oder Eins“, „Plus oder Minus“, „Pro oder Kontra“ an der Fähigkeit, sich der Komplexität der sozialen Tatsachen und der Kompliziertheit des menschlichen Verhaltens zu stellen. Reflexion verwandelt sich in Reflexe: Zum Beispiel lässt eine die 5-Prozent-Hürde überspringende Internetpartei die Apokalyp-

tiker befürchten, das Vordringen dieser Partei ins parlamentarische Herz der Demokratie werde dort zu Rhythmusstörungen führen; die Euphoriker wiederum verwechseln das Twittern aus den demokratischen Institutionen mit der Arbeit, die in ihnen zu leisten wäre.

Ein anderes, nicht bloß lokal amüsantes, sondern global relevantes Beispiel ist der „arabische Frühling“. Hier dominieren auch in den traditionellen Medien die Euphoriker. Die Revolutionen, so scheint es, werden auf Facebook gemacht, die Bastillen unserer Tage mit dem „Gefällt mir“-Daumen gestürmt. Dass die Toten auf den Straßen gestorben sind, nicht auf den

Ist das Internet gut für die Demokratie – ja oder nein?

Displays, rutscht da seltsam aus dem Blick, genau wie die Tatsache, dass es in Ägypten um Brot ging, nicht um Bytes. Die steigenden Lebensmittelpreise und die sinkenden Einkommen der Mittelschichten haben zum Sturz Mubaraks geführt, nicht die „basisdemokratische“ Organisation der Demonstrationen im Internet oder per Handy. Außerdem gingen dem angeblich so schnellen Umsturz zahllose lokale Brotrevolten voran, die bis in die frühen 90er-Jahre zurückreichen. Aber das haben die Internetdemokraten und Facebook-Revolutionäre nicht „auf dem Schirm“.

Die Euphoriker der digitalen Demokratie sind von den elektronischen Möglichkeiten dermaßen elektrisiert, dass sie Öffentlichkeit mit Demokratie verwechseln und Meinungsaustausch mit politischer Partizipation. Demokratie ist ohne Öffentlichkeit nicht möglich, aber sie ist nicht mit ihr identisch. Politische Partizipation ist auf Meinungsfreiheit angewiesen, aber erschöpft sich nicht darin.

Die demokratische Legitimation wiederum ist ein mehrstufiger Prozess, der sich keineswegs in der engherzigen Alternative erschöpft: Ja oder Nein, „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir

nicht“. Nicht einmal dann, wenn sich diese binäre Meinungs- und Geschmacksabstimmung als permanenter Prozess organisieren ließe. Das „click 'n' go“ eines Konsumenten ist etwas anderes als die verantwortliche Teilnahme an öffentlichen

Das „click 'n' go“ eines Konsumenten ist etwas anderes als die verantwortliche Teilnahme an öffentlichen Diskussions- und Entscheidungsprozessen.

Diskussions- und Entscheidungsprozessen. Beim Wählen gilt: Eine Bürgerin/ein Bürger – eine Stimme, jeder Mensch zählt gleich viel. Bei Meinungen ist das nicht so. Wer demokratische Legitimation will, muss ohne Wertung die Stimmen der Leute zählen. Wer demokratische Partizipation will, muss die Meinungen der Leute bewerten, Interessen abwägen, Argumente prüfen. Denn nicht alles, was vorgebracht wird, hält dem Nachdenken stand. Über die Richtigkeit von Argumenten entscheidet nicht der Daumen, sondern der Kopf. Dass es auch im Parlament kopflos zugehen kann, steht außer Frage. Doch ist es immerhin demokratisch legitimiert, was sich selbst vom intelligentesten Schwarm im Internet schwerlich behaupten lässt. Die Meinungsführer der parlamentarischen Hinterzimmer kann man abwählen, die Meinungsmenge eines Chatrooms nicht.

Das unter dem Label „Politikverdrossenheit“ viel diskutierte Demokratiedefizit lässt sich vielleicht mildern, wenn der „citizen“ auch als „netizen“ aktiv wird. Doch muss zwischen gefühlter Partizipation und tatsächlicher unterschieden werden. Das Abfragen politischer Kundenzufriedenheit über Clicks oder Rankings hat mehr mit dem Generieren virtueller Gefolgschaft auf Zeit zu tun als mit realer Teilhabe. Wenn die traditionellen Medien, wie während der Wahlkämpfe inzwischen üblich, die „Internetauftritte“ der Parteien kommentieren, geht

es mehr um den Stil der Öffentlichkeitsarbeit als darum, für welche politischen Ziele die Öffentlichkeit gesucht und die Arbeit gemacht wird. So schiebt sich das Mittel vor den Zweck und monopolisiert die Aufmerksamkeit, die Symbole verdrängen das Symbolisierte, und die Symbolfiguren wachsen dermaßen über sich hinaus, dass ihr quadratmetergroßes Lächeln auf den Plakaten kaum noch Platz für politische Botschaften lässt, nur noch für Parolen. Je indifferenter die Politik, desto impertinenter ihr Personal.

Ändert sich daran etwas, wenn die großen Gesichter nun auch bei Facebook grinsen? Zirkus bleibt Zirkus. Die viel beredete „Arroganz der Macht“ bei den Etablierten lässt sich durch „Chatten“ so wenig korrigieren wie durch „Talken“, Kinderküssen oder Kugelschreiberverteilen. Aber die Boygroup unter der Piratenflagge muss auch erst beweisen, ob sie ihre parodistische Lachkompetenz während des Wahlkampfs in parlamentarische Sachkompetenz während der Legislaturperiode umsetzen kann.

Die Antwort auf die Frage, ob das Internet gut für die Demokratie ist, lautet also: Kommt darauf an. Im Unterschied zu den Apokalyptikern, die alles den Bach oder den Mainstream runtergehen sehen, und im Unterschied zu den Euphorikern mit ihrem Schwärmen im Chor und im Schwarm vermute ich, dass das, was schwierig ist an der Demokratie, durch das Internet nicht leichter, sondern eher noch schwieriger wird. Während das, was ganz gut klappt, sich durch das Internet weiter verbessern lässt. Die schwingenden Netze der virtuellen Öffentlichkeit gefährden die Demokratie nicht, erfinden sie aber auch nicht neu. Doch sind sie mächtige, vielleicht eines Tages auch übermächtige Tendenzverstärker – im Guten wie im Schlechten.



BRUNO PREISENDÖRFER

lebt als Schriftsteller und Herausgeber der Netzzeitschrift fackelkopf in Berlin. Zuletzt erschien sein satirischer Globalisierungsroman Candy oder Die unsichtbare Hand im Verlag Das Arsenal.
www.fackelkopf.de

03

Das soziale Gehirn – Wie Medien unsere Entwicklung beeinflussen



EIN INTERVIEW MIT
PROF. DR. DIETER F. BRAUS
(JANUAR 2012)

Unser Gehirn durchläuft einen individuellen Entwicklungsprozess, der im Mutterleib beginnt und mit dem Tod endet. Besonders wichtig für den Umgang mit den Medien und die Teilhabe in einer Zivilgesellschaft ist in diesem Entwicklungsprozess die Zeit der frühen Kindheit bis zum Ende der Pubertät. Gleichzeitig ist dies die Zeit, in der der Medienkonsum die Entwicklung eines Menschen für sein Leben prägen kann.

Prof. Dr. Dieter F. Braus, Direktor der Klinik für Psychiatrie an den Dr. Horst Schmidt Kliniken (HSK) in Wiesbaden, erklärt, wie wir lernen, die virtuelle von der realen Welt zu unterscheiden, und warum Kinder wissbegierig sind.

Welchen Einfluss haben die Informationen unserer Umgebung auf die Entwicklung unseres Gehirns?

Der Einfluss digitaler Medien auf die kindliche Entwicklung ist anders als bei Senioren. Das zweijährige Kind hat noch keinen funktionierenden kognitiven Kontrollapparat. Bei ihm fluten die Informationen ungefiltert ins Gehirn. Erst in der Pubertät, die bis zum 26. Lebensjahr andauert, entwickeln wir nach und nach unseren kognitiven Apparat. Dieser hilft uns zum Beispiel, die virtuelle Realität als solche besser zu bewerten. Kleine Kinder sind dagegen emotional gesteuert, ihnen fehlt weitgehend diese Kontrollfunktion des Frontalhirns. Ein zehnjähriges Kind hat deshalb noch große Schwierigkeiten, eine virtuelle Welt von der eigenen zu unterscheiden.

Was passiert, wenn Kinder unkontrolliert digitale Medien konsumieren?

Untersuchungen zeigen: Wenn Kinder, die jünger sind als zwei Jahre, Fernsehen schauen, verzögert sich die Entwick-

lung ihrer Sprache, während ihre Impulsivität und Aggressivität steigen. Die Vielfalt von Informationen bindet zwar die Aufmerksamkeit des Kindes, es kann dabei aber nichts lernen, weil das Hirn nicht dafür ausgestattet ist, diese virtuelle Welt zu verarbeiten.

Ist das Gehirn des Kindes also durch die Informationen überfordert?

Ein Kind lernt in den ersten Lebensjahren vorrangig durch soziale Interaktion und am Modell. In einem Experiment wurde eine Frau beim Vorlesen eines chinesischen Kinderbuches gefilmt. Anschließend spielte man einem Kind diese Aufzeichnungen vor. Es hat dabei nichts gelernt. Las die gleiche Frau dem Kind das Buch aber real vor, lernte es chinesische Wörter. Kleine Kinder sind mit einer biologischen Lernmaschine vergleichbar, darauf ausgelegt, den ganzen Tag zu lernen. Die Zeit, die das wache kleine Kind mit Medien verbringt, hat dagegen keinen relevanten Lerneffekt.

Kinder, die viel fernsehen, haben außerdem eine schlechtere Prognose im Hinblick auf sogenannte Exekutivfunktionen. Der Mensch muss lernen, Regeln zu verstehen, Regelwechsel zu beachten und sich kontrolliert in eine soziale Gemeinschaft einzubringen. Das nennt man Exekutivfunktion und Selbstkontrolle, deren Entwicklung mit dem Frontalhirn zusammenhängt. Das Frontalhirn wird aber nicht gefördert, wenn ein Kind drei Stunden pro Tag mit Medien verbringt. Als Ergebnis hat das Kind dann mit 28 Jahren eine wesentlich geringere Chance, einen Hochschulabschluss zu schaffen, sowie eine wesentlich geringere Wahrscheinlichkeit, zufrieden und erfolgreich zu leben.

In dieser Publikation schreibt die Bundestagsabgeordnete Aydan Özoguz über Medienkompetenz aus Sicht der Gesellschaft und der Politik. Wie würden Sie Medienkompetenz aus neurologischer Sicht definieren?

Medienkompetenz beginnt schon im Kindesalter beim Modelllernen, wenn ich erfahre: Multitasking ist Unsinn, denn ich habe nur zwei Gehirnhälften. Ich kann nur zwei Dinge, die gleich wichtig sind, gleichzeitig gut tun. Ein wesentliches Element von Medienkompetenz ist es, Begrenzung zu lernen. Außerdem gehört dazu, einen Anfang und ein Ende zu erfahren und zu respektieren. Wir sind nicht darauf optimiert, multisensorisch stundenlang mit Medien umzugehen, die nichts weiter sind als die Weiterentwicklung von antikem Drama und Tragödie, also eine Aktivität, die Menschen verbindet, Emotionen induziert und verändert.

Die vulnerable Phase für das Gehirn ist die Zeit bis zum Ende der Pubertät, ganz besonders bis zum 17. Lebensjahr. In diesen Entwicklungszeitraum müssen wir als Gesellschaft unsere Energie stecken. Wir müssen den Eltern klarmachen, dass Medien in Abhängigkeit vom Lebensalter einen vollkommen anderen Effekt auf Kinder haben, der sich sogar auf das Ernährungsverhalten auswirken kann. So wissen wir zum Beispiel, dass Multiuser von Videospielen kontinuierlich an Gewicht zunehmen.

Woran liegt das?

Zum einen stören sie durch tagelanges Computerspielen ihren Schlaf-wach-Rhythmus. Damit verändern sich ihr Energieverbrauch und ihre Energiezufuhr. Gleichzeitig ist der Mensch darauf optimiert, zu überleben. Wenn er Nahrung angeboten bekommt, nimmt er diese auf. Normaler-

weise hören wir auf zu essen, wenn wir satt sind. Diese Bremse wird aber abgeschwächt, wenn man parallel Medien konsumiert. Wir können nicht essen und gleichzeitig etwas tun, was eine große Aufmerksamkeit fordert. Die Multiuser nehmen also auch an Gewicht zu, weil sie keine Kontrolle darüber haben, wie viel sie während des Spielens essen.

Haben aus neurowissenschaftlicher Sicht analoge und digitale Medien einen unterschiedlichen Effekt auf die veränderte Energiezufuhr?

Bücher haben diesen Effekt nicht. Wenn sie das Buch aufschlagen, gibt es dort nur schwarze Zeichen. Das ist eine extreme Reizreduktion für das Hirn. Videospiele sind dagegen eine Reizvermehrung. Wenn sie Fernsehen kombinieren mit Aktivität, wie es bei Videospielen der Fall ist, hat das einen großen Effekt auf das Belohnungssystem im Hirn – was schon lange bekannt ist.

Welche Funktion hat dieser Belohnungseffekt?

Wir haben in uns ein Belohnungssystem, das für Spaß und positive Emotionen zuständig ist. Motorik und Lust sind über das gleiche Neurotransmissionssystem, den Stoff Dopamin, gesteuert. Dieses Belohnungssystem ist enorm wichtig für unsere Motivation und unsere Entwicklung. Es reagiert auf seltene Überraschungen.

Hier setzen Videospiele an, indem sie Motorik mit unerwarteten Reizen und Belohnung kombinieren. Das System ist jedoch nicht darauf ausgelegt, alle zwei Minuten belohnt zu werden, sondern überraschende, nicht erwartete Ereignisse zu verarbeiten, sonst wird es desensitiviert. Leben wir als Menschen im Überfluss, können wir

unser Belohnungssystem nicht mehr aktivieren, weil uns nichts mehr überrascht.

Warum freue ich mich dann immer wieder, wenn ich einen Blumenstrauß von meinem Mann bekomme?

Wenn er ihnen den Blumenstrauß immer freitags gibt, dann freuen sie sich immer weniger. Auch nicht, wenn Ihr Mann Ihnen immer mal wieder zehn Euro für einen Blumenstrauß schenken würde. Erhalten Sie den Blumenstrauß aber unregelmäßig, freuen Sie sich. Wahrscheinlich verändert der Blumenstrauß über das Jahr auch seine Zusammenstellung und Farbe. Der Blumenstrauß oder ein Lächeln sind primäre Verstärker, während Geld ein sekundärer Verstärker ist. Unser Nervensystem passt sich rasch an sekundäre, nicht an primäre Verstärker an. Medien gehören in der Regel zu den sekundären Verstärkern.

Wenn wir die Auswirkungen der Neuen Medien auf unsere Zivilgesellschaft betrachten, würde es einen Unterschied machen, ob wir uns im Internet an einer Kampagne beteiligen, anstatt auf die Straße zu gehen?

Wenn ich zu jeder beliebigen Zeit im Internet ein Buch bestellen kann, ist das ein anderer Fall, als wenn ich zu einer bestimmten Zeit aus dem Haus gehen muss, mir im Buchladen ein Buch ansehe, mit anderen Menschen interagiere und dort entscheide, ob ich es kaufe oder nicht. Menschen können sich im Internet anonym und ganz schnell an etwas beteiligen. Sie haben aber größere Hürden zu überwinden, wenn sie bei einer Montagsdemonstration in Leipzig oder Stuttgart mitgehen.

Verursacht diese größere Hürde ein tiefer liegendes, intensiveres Engagement?

Von Natur aus sind wir alle Angsthasen. In der Anonymität sind wir mutig, aber in der Öffentlichkeit sind wir eher scheu. Wenn Menschen für etwas auf die Straße gehen, muss etwas passieren, das sie dazu emotional bewegt. Das sehen wir auch in Syrien, wo Menschen trotz gefährlicher Bedingungen auf die Straße gehen. Wenn ein Mensch das tut, dann ist der innere Druck sehr groß und damit hat auch das Engagement eine andere Nachhaltigkeit.

Welchen Einfluss haben soziale Netzwerke auf unser Verhalten?

Die sozialen Netzwerke bedienen unsere archaischen Strukturen. Welche langfristigen Auswirkungen sie haben, weiß bisher niemand. Es gibt keine Studien dazu. Wir wissen erst heute, nach 20 Jahren, welchen Effekt der Besitz eines Videospiels auf Schulkinder hat. So lange ist diese Studie gelaufen.¹ Wenn acht bis zehn Jahre alte Kinder ein Videospiel geschenkt bekommen und es regelmäßig spielen, werden innerhalb von drei Monaten ihre Leistungen in der Schule in Schreiben und Lesen signifikant schlechter, während ihre Mathematikleistungen und ihre Aufmerksamkeit gleich bleiben oder etwas besser werden. Wir haben aber noch keine Ahnung, welchen langfristigen Effekt soziale Netzwerke auf Menschen haben.

Bitte erklären Sie noch einmal, warum die sozialen Netzwerke unsere archaischen Strukturen bedienen.

Jeder Mensch hat Grundbedürfnisse. Die primären Grundbedürfnisse sind Essen, Trinken, Schlafen. Außerdem be-



1 Weis, R. / Cerankosky, B. C.: Effects of video-game ownership on young boys' academic and behavioral functioning: a randomized, controlled study. In: Psychological Science, April 2010, 21 (4), S. 463–470.

2 Salganik, M. J. / Dodds, P. S. / Watts, D. J.: Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market. In: Science, 10.02.2006, 311 (5762), S. 854–856.



PROF. DR. DIETER BRAUS

ist seit 2006 Direktor der Klinik und Poliklinik für Psychiatrie an der HSK in Wiesbaden und lehrt an der Universitätsklinik Mainz. Zuvor forschte Braus u.a. an der Harvard Medical School Boston zum Thema „Funktionelle Bildgebung“. www.hsk-wiesbaden.de

sitzen wir sekundäre, zum Beispiel Sicherheit, Ordnung, Sinn, und soziale Grundbedürfnisse, wie die soziale Bindung oder den sozialen Vergleich. In sozialen Netzwerken haben sie „Freunde“, mit denen sie digital interagieren. Dadurch entsteht eine soziale Bindung. Das ist herausfordernd, sie wollen immer mehr „Freunde“, wollen gesehen werden auf Bildern und schauen, was die anderen machen. Soziale Netzwerke bedienen das uralte Bedürfnis der Menschen nach Tratsch und Klatsch, der unsere Aufmerksamkeit lenkt, aber auch schützen kann und verbindet.

Sie haben in einer Präsentation eine Studie zitiert mit dem Satz: „Die Weisheit einer Menschenmenge nimmt ab, je mehr die Individuen der Menge voneinander wissen.“ Könnten sie dieses Zitat im Hinblick auf die Wissensgesellschaft und die Idee von Wikipedia erläutern?

Dieses Zitat stammt aus einer Studie. Dabei spielt man zum Beispiel einer Menschengruppe einen Sänger vor und möchte wissen, ob sie diesen gut oder schlecht findet. Wenn diese Menschen nicht wissen, was die anderen denken, dann ist die Beurteilung der Gruppe im Vergleich zu Experten relativ gut. Das ist der Grund, warum bei „Wer wird Millionär?“ das Ergebnis der Publikumsfrage in der Regel richtig ist. Sage ich den Menschen aber, bevor sie ihr Urteil abgeben, was andere über den Sänger denken, verändert sich das Urteilsvermögen, der archaische Herdentrieb kommt durch, die Urteilskraft wird manipuliert und in der Regel schlechter.²

04

Medienkompetenz – Herausforderung in der digitalen Gesellschaft



VON AYDAN ÖZOGUZ

Das Wort „Medienkompetenz“ löst mittlerweile höchst unterschiedliche Reaktionen aus: Die einen können es kaum noch hören, beschäftigen sich seit Jahrzehnten damit. Die anderen finden, dass es noch viel zu tun gebe und wir gerade in vielen Bildungseinrichtungen, aber auch in Elternhäusern, erst am Anfang des Weges stünden. Beide haben recht und nur eine Verbindung der bereits gemachten Erfahrungen sowie eine zielgerichtete Strategie für die Zukunft können den Kreis durchbrechen, in dem man sich mitunter miteinander dreht.

Unbestritten ist, dass der Begriff „Medienkompetenz“ in den letzten Jahren reichlich inflationär gebraucht wurde, allerdings haben viele, die ihn verwenden, wohl nur ein relativ vages Bild, was damit genau gemeint sein könnte. Medienkompetenz gilt vielen als Allheilmittel für diverse Probleme und Phänomene im Umgang mit dem Internet. Hier nur ein paar Beispiele, zu welchen Gelegenheiten gerne nach mehr Medienkompetenz gerufen wird: Seniorinnen und Senioren, die in Abofallen tappen, Schülerinnen und Schüler, die zu Mobbingopfern im Internet werden, Eltern, die für die illegalen Downloads ihrer Kinder aufkommen müssen, und natürlich der Klassiker aller Beispiele, die wilden Partyfotos des Nachwuchses bei Facebook oder anderen sozialen Plattformen, die dann irgendwann hervorgeholt werden könnten, wenn es um den ersten Job geht.

Was beinhaltet dieser vage Begriff „Medienkompetenz“ und wie wird man zum medienkompetenten Nutzer in einer Gesellschaft, die ganz selbstverständlich mehr und mehr auch im digitalen Raum zu Hause ist? Kann allein mit Medienkompetenz allen Unwägbarkeiten vorgebeugt werden? Wer sich länger mit dem Begriff „Medienkompetenz“ befasst, wird feststellen, dass es in der Wissenschaft zahlreiche Begriffsbestimmungen und Eingrenzungen gibt. Am bekanntesten ist wohl das Bielefelder Modell von Dieter Baacke¹, das in den letzten Jahren von vielen Wissenschaftlerinnen und Wis-



¹ Vgl. Baacke, Dieter: Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: Medien praktisch, Heft 2/1996, S. 4–10.

senschaftlern aufgegriffen und weiterentwickelt wurde. Erst kürzlich hat die Projektgruppe Medienkompetenz der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages den Versuch unternommen, den Begriff „Medienkompetenz“ für ihre Arbeit handhabbar zu machen:

„Medienkompetenz wird in der wissenschaftlichen Diskussion keineswegs reduziert auf technisch-manuelle Fertigkeiten verstanden, sondern bezeichnet eine Spannbreite von kognitiven, affektiven und konativen (also das Denken, Fühlen und Handeln betreffende) Fähigkeiten, die ein medienkompetentes Individuum aufweisen sollte. Dazu gehören beispielsweise das Lesen von Texten, die Kenntnis technischer Zusammenhänge, das Wissen um ökonomische oder rechtliche Strukturen von Medien, aber auch die Fähigkeit, auf einer Social-Media-Plattform ein Konto einzurichten und kritisch zu hinterfragen, welche Auswirkungen dies auf die eigene Persönlichkeit haben kann.

Die bei der Informations- und Wissensbeschaffung sowie bei gesellschaftlicher Teilhabe nötige Selbstständigkeit hinsichtlich der Filterung (von der sinnvollen Suchanfrage bis zur sinnvollen Auswahl) und die Notwendigkeit, hierbei lebenslang mit den sich stetig wandelnden Formen neuer Medien Schritt zu halten, machen auf ein Problem des Begriffs Medienkompetenz aufmerksam: Diese Kompetenz ist keine, die einmal für immer erworben wird, sondern sie muss auf dauernder Fortbildung beruhen.“²

Die Zusammenfassung der Enquete-Kommission zeigt: Um wirklich kompetent im Umgang mit digitalen Medien zu sein, bedarf es einer Reihe von unterschiedlichen Fähigkeiten und Kenntnissen, die über ein rein technisches Wissen hinausgehen und die dauerhafter Fortentwicklung bedürfen. Das Idealbild ist der informierte, selbstbestimmte und souveräne Nutzer – gleich welchen Alters. Dies beinhaltet nicht nur das passive Konsumieren von Informationen, sondern auch die



2 Zweiter Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: Medienkompetenz, S. 5, BT-Drs. 17/7286 vom 21.10.2011. Vgl. auch: Groeben, Norbert: Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In: Groeben, Norbert / Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen, Weinheim 2002, S. 11–22, und Jarren, Otfried / Wassmer, Christian: Medienkompetenz – Begriffsanalyse und Modell. In: medien + erziehung, Heft 3/2009, S. 46–51.



3 Ebd., S. 8.

4 Die Projektgruppe Medienkompetenz der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ hat insgesamt zwölf unterschiedliche Zielgruppen für die Vermittlung von Medienkompetenz herausgearbeitet und eine entsprechende Bedarfsanalyse je nach Gruppe durchgeführt: Kinder im vorschulischen Alter, Schülerinnen und Schüler, Studierende, pädagogische Fachkräfte, Hochschullehrende, Eltern, Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit Behinderung, Seniorinnen und Senioren, Journalistinnen und Journalisten und Multiplikatoren, Erwerbslose und Berufstätige.

Fähigkeit, selbst Inhalte zu produzieren und zu verbreiten. Die Enquete-Kommission führt zur Rolle der Nutzerinnen und Nutzer in einer digitalen Öffentlichkeit weiter aus: „Als Ziel hat die Enquete-Kommission daher die aufgeklärten Nutzerinnen und Nutzer im Blick, die sich beispielsweise durch kreatives Schaffen der Medien bedienen und dabei verantwortungsvoll mit eigenen persönlichen Daten und respektvoll mit den Daten anderer Nutzer in den Medien umgehen. Die Enquete-Kommission betrachtet die Nutzer interaktiver Medien ausdrücklich mehrdimensional: als Sender und Empfänger, als Konsumenten und Produzenten, als Wissende und Lernende.“³ Medienkompetenz ist somit nicht nur der Schlüssel zur Teilhabe an der digitalen Gesellschaft – Medienkompetenz bzw. fehlende Medienkompetenz hat auch ganz konkrete Auswirkungen auf die „Offline-Welt“: auf gesellschaftliche Teilhabe, auf Bildung oder auf sozialen Aufstieg. So bietet das Internet in vielfacher Weise die Möglichkeit, gesellschaftliche Debatten zu verfolgen und sich dort selbst einzubringen. Ebenso ist Medienkompetenz mittlerweile unverzichtbar für den Erfolg in Schule, Ausbildung oder Beruf. In der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ haben wir dafür den Begriff der „digitalen Selbstständigkeit“ geprägt. Damit ist das Ziel gemeint, dass jeder Bürger und jede Bürgerin in der Lage sein soll, alle Möglichkeiten der „digitalen Gesellschaft“ möglichst selbstständig zu nutzen und – andersherum – sich vor allen damit verbundenen Risiken möglichst gut zu schützen.

Natürlich stehen im Fokus der Bemühungen von Wissenschaft und Politik oftmals Kinder und Jugendliche⁴, die zwar heute – im Gegensatz zu ihren Eltern – als Digital Natives heranwachsen und ihren Erziehungsberechtigten teilweise technisch weit überlegen sind, denen es aber oftmals noch an Wissen über Strukturen und Zusammenhänge fehlt, was eine Auswahl aus der Vielfalt und die grundlegende Beurteilung

von Informationen erschwert. Neben der Bewertung ist aber auch das Abwägen der Weitergabe – teils der eigenen und persönlichen Informationen – ein wichtiger Aspekt auf dem Weg zum Leitbild der „digitalen Selbstständigkeit“. Viele Nutzerinnen und Nutzer, unter ihnen verstärkt Kinder und Jugendliche, pflegen einen eher unbedarften und unkritischen Umgang mit ihren Daten und stellenweise auch mit den persönlichen Daten von Dritten. Oftmals erkennen sie weder, „dass personenbezogene Daten anfallen, noch die Reichweite und die möglichen Folgen der Sammlung und Verarbeitung der angegebenen Daten. Ohne diese Erkenntnis ist ein bewusster Umgang mit Daten aber nicht möglich. Daher muss den Nutzern sowohl das praktische und technische Verständnis für einen sorgfältigen Umgang mit den eigenen personenbezogenen Daten (z. B. auch deren Schutz vor unerwünschtem Zugriff oder Weitergabe) als auch die Fähigkeit, mögliche Folgen und Konsequenzen der Nutzung entsprechender Angebote zu erkennen, vermittelt werden. Dies hilft nicht nur, datenschutzrechtliche Risiken für den Einzelnen zu minimieren, sondern eröffnet zugleich auch die Chance, sein Recht auf informationelle Selbstbestimmung bewusst auszuüben. Neben anderen Voraussetzungen ermöglicht die Kenntnis der Prozesse der Datenverarbeitung einen eigenverantwortlichen Umgang mit den Daten.“⁵

Kinder und Jugendliche brauchen deshalb konstruktive Anleitung durch Eltern, Lehrer und Gesellschaft, um ihren Platz in der digitalen Öffentlichkeit und den richtigen Umgang mit ihr zu finden. Und hier schließt sich wieder der Kreis: Nur Eltern, Lehrerinnen und Lehrer oder weitere Bezugspersonen, die selbst medienkompetent sind, können diese Anleitung leisten. Bei der Vermittlung von Medienkompetenz in Kitas und Schulen wird in Deutschland mit unterschiedlichem Tempo und unterschiedlichem Engagement gearbeitet. Die Enquete-Kommission schließt sich deshalb den zentralen Forde-



5 Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: Datenschutz und Persönlichkeitsrechte, Ausschussdrucksache 17 (24) 042, S. 39f. http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20111017/Ausschussdrucksache_17_24_42.pdf

6 Initiative „Keine Bildung ohne Medien“, Bildungspolitische Forderungen: Medienpädagogischer Kongress 2011, S. 9, http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/kongress-dokumentation/keine-bildung-ohne-medien_bildungspolitische-forderungen.pdf, vgl. auch Deutscher Bundestag, BT-Drs. 17 / 7286, S. 35.



AYDAN ÖZOGUZ

ist stellvertretende Bundesvorsitzende der SPD. Als Mitglied des Deutschen Bundestages arbeitet sie u. a. in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ und ist zuständig für den Jugendschutz. Özoguz lebt in Hamburg. www.oezoguz.de

rungen der Initiative „Keine Bildung ohne Medien“ an: „In den Bildungsplänen für alle Schularten, auch der beruflichen Bildung, sind medienpädagogische Themen verbindlich in den Curricula und Prüfungen zu verankern.“⁶ Ebenso ist eine stärkere Verankerung von medienpädagogischen Inhalten in der Aus- und Weiterbildung von Erzieherinnen und Erziehern und Pädagoginnen und Pädagogen aller Schulformen, einschließlich der Hochschule, dringend geboten. Und auch die Eltern muss die Politik in den Blick nehmen: Hier bedarf es eines Bewusstseins der Eltern für ihre medienpädagogische Verantwortung und eines niedrigschwelligen Beratungsangebots für hilfeschuchende Eltern. Natürlich sind die dargestellten Forderungen nur ein Teilaspekt der anzustrebenden gesamtgesellschaftlichen Maßnahmen. Klar ist: Der Erwerb von Medienkompetenz wird für jede Nutzerin und jeden Nutzer individuell ablaufen und sich an seinen Bedürfnissen und Grundkenntnissen orientieren.

Und doch wird Medienkompetenz nicht alle Probleme im Internet und im Umgang mit digitalen Medien lösen können und auch nicht müssen. Die Politik hat die Aufgabe, optimale Ausgangsbedingungen zu schaffen, dass jede und jeder die Fähigkeit erlangt, sich selbstbestimmt und verantwortungsbewusst in der digitalen Gesellschaft zu bewegen. Die Politik hat aber auch die Aufgabe, Rahmenbedingungen in dieser digitalen Gesellschaft zu schaffen: Medienkompetenz kann kein Ersatz für Daten-, Verbraucher- oder Jugendschutz, für soziale Kompetenz oder den Respekt vor der geistigen (Eigen-)Leistung anderer sein – sie ist immer die zweite Seite der Medaille.

05

Demokratische Beteiligung per Web



VON DR. KATHRIN VOSS

E-Democracy, E-Voting, E-Partizipation, Open Government – es gibt viele Schlagworte, mit denen versucht wird, das demokratische Potenzial des Internets zu erfassen. Eines haben sie alle gemeinsam: Sie beschreiben unterschiedliche Formen und Möglichkeiten der Einbindung von Bürgern und Bürgerinnen, der demokratischen Beteiligung im Web. Nicht alles, was möglich ist, wird dabei heute auch schon genutzt. So ist das E-Voting in Deutschland zurzeit kein Thema, da die Sicherheit der dafür genutzten Systeme noch nicht gewährleistet werden kann. Andere Optionen wie E-Petitionen oder elektronische Anhörungsverfahren sind hingegen bereits auf unterschiedlichen Ebenen zu finden. Der folgende Beitrag will einen Überblick über die vorhandenen Möglichkeiten geben und ihre Chancen und Risiken aufzeigen. Dabei werden nicht nur die Anwendungen vorgestellt, die vom Staat initiiert werden, also die Top-down-Möglichkeiten, sondern auch die Anwendungen, die ihren Ursprung in der Zivilgesellschaft haben, also auf Engagement von Einzelnen oder zivilgesellschaftlichen Organisationen zurückgehen – die Bottom-up-Möglichkeiten.

TOP-DOWN – wie der Staat das Internet für Bürgerbeteiligungen nutzt

Aufseiten des Staates gibt es eine ganze Reihe von Beteiligungsmöglichkeiten, die auf unterschiedlichen Ebenen, beim Bund, in den Ländern oder auch in den Kommunen, eingesetzt werden. Meist werden dafür bereits vorhandene Verfahren ins Internet übertragen, wie beispielsweise Petitionen oder Anhörungen. Zum Teil werden aber auch ganz neue Möglichkeiten ausprobiert, wie etwa mit der Diskussionssoftware DEMOS.

Im Bereich des Petitionswesens besteht beim Deutschen Bundestag bereits seit 2005 die Möglichkeit, Petitionen auch online einzureichen und über das Internetportal Unterschriften zu sammeln. Und auch wenn das Petitionsverfahren an

sich nicht neu ist, so vereinfachen die E-Petitionen zumindest die Teilnahme und die Mobilisierung. Allerdings werden nach Auskunft des Bundestags nur 30 bis 35 Prozent der Petitionen online eingereicht. Auch der Erfolg von E-Petitionen ist höchst unterschiedlich. So erreicht nur eine kleine Anzahl von E-Petitionen die 50.000 Unterzeichner, die notwendig sind, um eine öffentliche Anhörung vor dem Petitionsausschuss zu bekommen. Aber einige E-Petitionen und die damit verbundenen Kampagnen haben bereits gezeigt, dass einzelne Bürger oder kleinere Organisationen auf diesem Wege ihre Themen einer breiteren Öffentlichkeit bekannt machen können. 2008 zeigte die Petition „Keine Indizierung und Sperrung von Internetseiten“, welche Resonanz eine E-Petition haben kann. Nach nur vier Tagen waren die 50.000 Unterzeichner erreicht, am Ende der Zeichnungsfrist waren 134.000 digitale Unterschriften zusammengekommen. Zu dieser hohen Resonanz haben verschiedene Faktoren beigetragen. Die Initiatorin der Petition war zwar eine Einzelperson, aber sie wurde von vielen Organisationen unterstützt. Entscheidend waren zudem die hohe massenmediale Aufmerksamkeit für das Thema Internetzensur und die hohe Affinität der Internetnutzer zu diesem Thema.

Online-Konsultationen sind ein anderes Beispiel für die Übertragung von vorhandenen Verfahren auf das Netz. Sie wurden bereits in verschiedenen Zusammenhängen genutzt, wenn auch mit recht unterschiedlichem Beteiligungsgrad und unterschiedlicher Verbindlichkeit. Wie schwierig es sein kann, Konsultationen ins Netz zu übertragen, zeigt aktuell die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“. Unter dem Stichwort „18. Sachverständige“ sollten Bürger an der Arbeit der Enquete-Kommission beteiligt werden. Doch noch bevor das Portal Anfang 2011 online gehen konnte, wurde viel diskutiert, über die Kosten der Software, über die Registrierungsverfahren für die Bürger und – hinter vorgehaltener



Habel, Franz-Reinhard / Huber, Andreas (Hrsg.): Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik – Neue Formen der Öffentlichkeit und der Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Bürger, Boizenburg 2008.

Kleinstauber, Hans J. / Voss, Kathrin: Abgeordnetenwatch.de – Die Stärkung der repräsentativen Demokratie durch das Internet. In: Vorgänge, Heft 4 / 2010, S. 75–84.

Riehm, Ulrich / Coenen, Christopher / Lindner, Ralf / Blümel, Clemens: Bürgerbeteiligung durch E-Petitionen – Analysen von Kontinuität und Wandel im Petitionswesen (Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, 29), Berlin, 2009.



Schweiger, Wolfgang / Beck, Klaus (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation, Wiesbaden 2010.

Voss, Kathrin: Grassroots-campaigning und Chancen durch neue Medien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, „Lobbying und Politikberatung“, Ausgabe 19 / 2010, S. 28–33.

Zerfaß, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web – Band 1 und 2, Köln 2008.

Hand – auch über den Sinn eines solchen Verfahrens generell. Beinahe drohte das Vorhaben zu scheitern und die Diskussionen erweckten bei vielen Beobachtern den Eindruck, dass die Politiker Angst vor den neuen Beteiligungsmöglichkeiten haben. Inzwischen wird die sogenannte Adhocracy-Software eingesetzt, aber die Beteiligungszahlen sind trotz der internetaffinen Themen der Enquete-Kommission begrenzt.

Einfacher wird die Implementation von Online-Konsultationen, wenn darunter lediglich über das Netz stattfindende Diskussionen zu bestimmten Themen verstanden werden, die keine formale Verbindlichkeit haben und auch nicht an vorhandenen Gremienstrukturen angebunden sind. Eines der ersten Projekte dieser Art in Deutschland stellen die DEMOS-Software und ihre Anwendung dar. DEMOS, das steht für „Delphi Mediation Online System“, ist im Grunde genommen nichts anderes als eine Internetplattform, auf der im größeren Umfang moderierte Diskussionen stattfinden können. Die Entwickler sprechen von einem „neu entwickelten Verfahren für die aktive Einbeziehung der Bürger in politische Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse“ und von „Bürgerdialogen“. Angewendet wird DEMOS zum Beispiel immer wieder für sogenannte Bürgerhaushalte. Hamburg gehörte zu den ersten Städten, die diese Software einsetzten, und ließ Bürgerinnen und Bürger online über die Neuausrichtung und mittelfristige Planung des Hamburger Haushalts diskutieren. Bei weiteren DEMOS-Einsätzen wurde in Hamburg vor allem über städtebauliche Projekte diskutiert. Die Beteiligung blieb dabei meist eher gering. Es haben sich jeweils nur einige Hundert Bürger auf der Plattform registriert, um aktiv an den Debatten teilzunehmen. Entsprechend blieb auch die Zahl der Diskussionsbeiträge begrenzt. Zwar gibt es inzwischen durchaus DEMOS-Einsätze und ähnliche Verfahren mit bei Weitem höherer Resonanz. Doch im Verhältnis zur wahlberechtigten Bevölkerung ist die Beteiligung immer noch recht gering und damit

schwindet auch die Vorstellung, über solche Online-Foren politische Entscheidungen legitimieren zu können.

Aber warum beteiligen sich nur wenige Menschen an diesen Partizipationsmöglichkeiten? Ein Grund könnte sein, dass diese neuen Online-Verfahren eben nicht formal verankert sind und damit meist nur einen sehr begrenzten Einfluss auf die folgenden politischen Entscheidungen haben. Zuweilen lassen die gewählten Themen und die parallel auf politischer Ebene stattfindenden Diskussionen auch den Verdacht aufkommen, die Online-Diskussionen mit den Bürgern erfüllen lediglich eine Alibifunktion. So bleibt die Motivation, sich zu beteiligen, eher gering. Denn wenn der Einfluss von Beiträgen in diesen offiziellen, staatlichen Online-Diskussionen kaum größer ist als der in jedem beliebigen anderen Online-Forum, dann stellt sich in der Tat die Frage, warum sich Bürger beteiligen sollten.

BOTTOM-UP – wenn die Zivilgesellschaft Partizipation organisiert

Neben den staatlichen Beteiligungsmöglichkeiten nutzen auch viele zivilgesellschaftliche Akteure das Internet, um Menschen für bestimmte Themen zu interessieren, zu mobilisieren und ihnen Möglichkeiten zur Partizipation und Interaktion anzubieten.

Über die unabhängige Webseite abgeordnetenwatch.de können Bürger beispielsweise mit ihren Abgeordneten Kontakt aufnehmen, Fragen stellen und Stellungnahmen verlangen. Das Besondere ist dabei, dass dies öffentlich und transparent stattfindet, da sowohl die Fragen als auch die Antworten dauerhaft auf der Webseite zu finden sind. Neben den Abgeordneten des Bundestages sind inzwischen auch sieben Länderparlamente und zahlreiche Kommunen dort vertreten. Zwar ist abgeordnetenwatch.de keine direkte Beteiligungsmöglich-



E-Petitionen beim Bundestag: <https://epetitionen.bundestag.de>

Der „18. Sachverständige“ bei der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: <https://www.enquetebeteiligung.de>

DEMOS-Projekte: <http://www.demos-deutschland.de>

Abgeordnetenwatch: <http://www.abgeordnetenwatch.de>

GreenAction – Kampagnenportal von Greenpeace: <http://www.greenaction.de>

Kampagnenportal der Tageszeitung taz: <http://bewegung.taz.de>

MoveOn.org – amerikanische Kampagnenorganisation: <http://front.moveon.org>

Campact – deutsche Kampagnenorganisation: <http://www.campact.de>

Avaaz – weltweit operierende Kampagnenorganisation: <http://avaaz.org>

keit, aber die öffentliche Interaktion zwischen Bürgern und Bürgerinnen auf der einen Seite und den gewählten Volksvertretern auf der anderen Seite zeigt doch das interaktive Potenzial des Internets für den politischen Prozess.

Eine Beteiligung der anderen Art bieten Grassrootskampagnen im Netz, also Kampagnen, bei denen Menschen mobilisiert werden, sich auf unterschiedliche Art und Weise für ein bestimmtes Thema oder Vorhaben einzusetzen. Darunter fallen zum Beispiel E-Mail-Kampagnen, bei denen Bürger gezielt Politiker anschreiben sollen, um auf bestimmte Probleme aufmerksam zu machen, genauso wie auch Petitionskampagnen, die im Netz Unterschriften für oder gegen bestimmte Anliegen sammeln. Initiatoren dieser Art von Online-Aktionen sind vielfach etablierte Nichtregierungsorganisationen wie beispielsweise der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) oder Amnesty International, aber auch kleinere Bürgerinitiativen nutzen auf lokaler Ebene das Potenzial des Internets für die Mobilisierung. Inzwischen gibt es auch übergreifende Webseiten, die einzelnen Bürgern, aber auch kleineren Gruppen ermöglichen, online nach Unterstützern zu suchen. So bieten Greenpeace mit GreenAction und die Tageszeitung *taz* mit bewegung.taz.de jeweils eigene Online-Community-Seiten an, auf denen jeder eine eigene Kampagne einstellen kann. Darüber hinaus gibt es neutrale Internetportale, die einfach nur Petitionen von unterschiedlichen Akteuren sammeln, wie openpetition.de oder petitiononline.com.

Des Weiteren haben sich eine Reihe von Organisationen gegründet, die sich auf diese Art von Online-Kampagnen spezialisiert haben, wie beispielsweise Campact in Deutschland oder Avaaz auf internationaler Ebene. Das Vorbild für diese und ähnliche netzbasierte Hybridorganisationen ist MoveOn.org aus den USA. 1998 stellten zwei Personen eine Petition gegen das Amtsenthebungsverfahren gegen Bill Clinton ins Netz und erreichten damit eine erstaunliche Resonanz. Aus

der einen Petition wurde eine Organisation, die bis heute online Proteste organisiert und immer wieder Millionen Amerikaner mobilisiert, sich für bestimmte Themen zu engagieren. Welche Themen das sind, wird vielfach auch online diskutiert.

Während die Beteiligung bei den staatlichen Angeboten bisher eher gering ist, verzeichnen die großen Online-Kampagnen von Campact und anderen Organisationen oftmals eine hohe Resonanz. Doch diese Resonanz ist natürlich nicht gleichzusetzen mit einer politischen Wirkung. So zeigen Studien aus verschiedenen Ländern, dass diese Form des Mausclick-Aktivismus bei den Politikern durchaus kritisch gesehen wird, und

Dafür hat sich der Begriff „Slacktivism“ durchgesetzt. Zusammengesetzt aus den Wörtern „slacker“ (englisch für „Faulpelz“) und „activism“ (Aktivismus) werden damit einfache Protestformen bezeichnet, die nicht viel mehr Aufwand als ein Mausclick erfordern.

das nicht nur, weil beispielsweise Massen-E-Mail-Kampagnen für deren Büros einen erheblichen Arbeitsaufwand bedeuten, sondern auch, weil die Beteiligung an solchen Petitionen längst nicht von allen als wirkliches zivilgesellschaftliches Engagement angesehen wird. Dafür hat sich der Begriff „Slacktivism“ durchgesetzt. Zusammengesetzt aus den Wörtern „slacker“ (englisch für „Faulpelz“) und „activism“ (Aktivismus) werden damit einfache Protestformen bezeichnet, die nicht viel mehr Aufwand als ein Mausclick erfordern. Hinter Slacktivism steht auch die Befürchtung, dass Menschen sich immer mehr im Internet engagieren und das dann für eine ausreichende Form des Protestes halten und sich nicht mehr dauerhaft und außerhalb des Internets engagieren.

Resümee

Das Netz bietet neue Formen von Partizipation, sowohl von Staatsseite als auch von zivilgesellschaftlichen Akteuren organisiert. Die Chancen, Bürger und Bürgerinnen verstärkt in den politischen Prozess einzubinden, sind also vorhanden, werden aber vor allem bei den Top-down-Möglichkeiten bisher nur in einem sehr eingeschränkten Maße von den Menschen wahrgenommen. Das hat sicherlich zum einen etwas damit zu tun, dass diese Verfahren noch neu sind und man erst Erfahrungen damit sammeln muss. Auf der anderen Seite wird es sicherlich notwendig sein, bei den staatlichen Angeboten ein gewisses Maß an Verbindlichkeit zu schaffen, um die Bürger und Bürgerinnen zur Beteiligung zu motivieren.

Im Gegensatz dazu stellt die Beteiligung bei den zivilgesellschaftlichen Angeboten meist kein Problem dar, aber eine hohe Beteiligung kann nicht mit einer entsprechenden Wirkung gleichgesetzt werden. Bei der Vielzahl von Organisationen und Einzelpersonen, die inzwischen diese Kampagnenformen nutzen, besteht die Gefahr, dass die damit verknüpften Botschaften in der Masse der Petitionen und Massen-E-Mails untergehen.

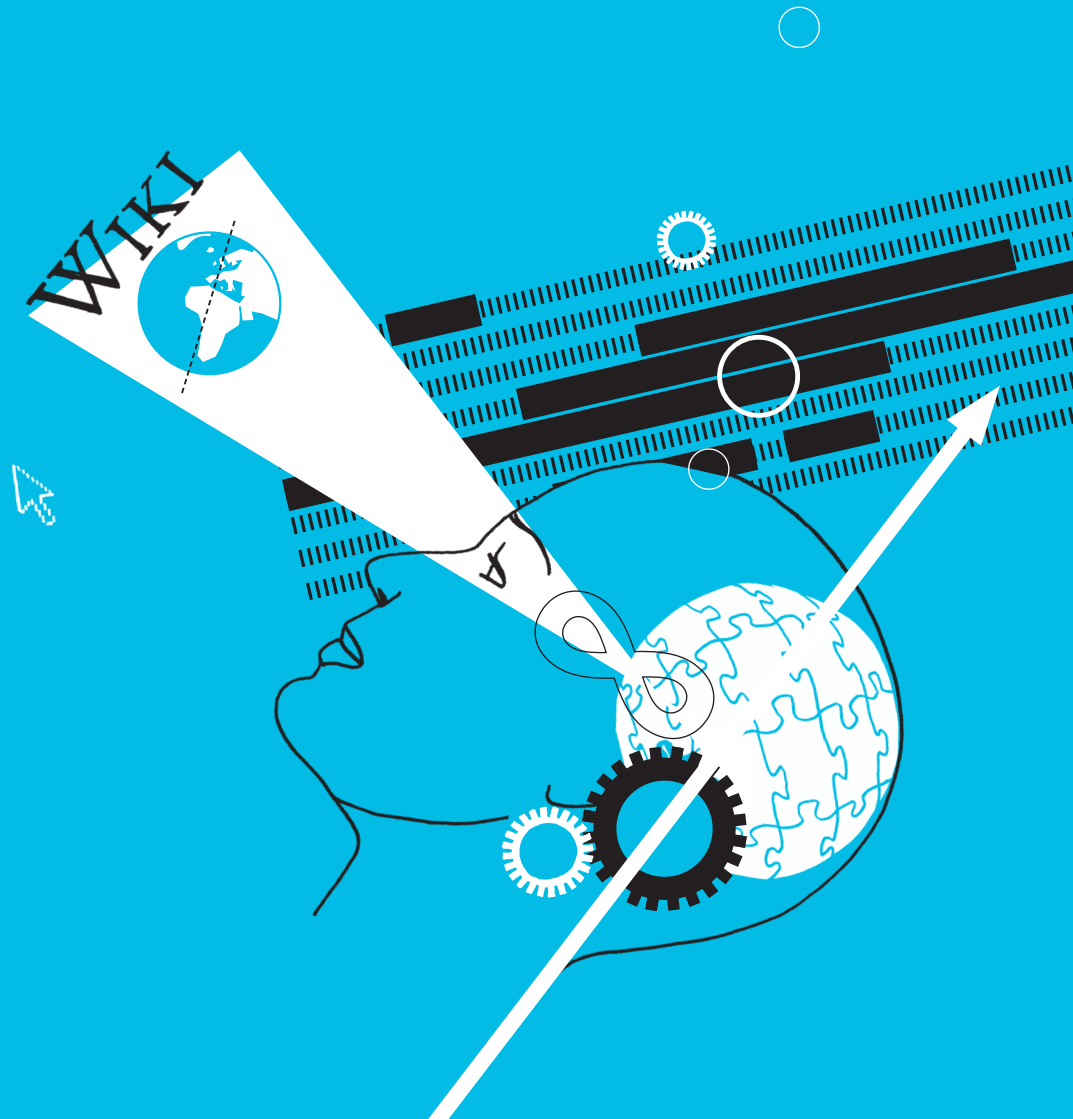


DR. KATHRIN VOSS

ist Lehrbeauftragte am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaften sowie am Institut für Politische Wissenschaften der Universität Hamburg. Als freie Beraterin unterstützt sie Non-Profit-Organisationen u. a. bei der Öffentlichkeitsarbeit.
www.kathrinvoss.de

06

Das flüchtige Wissen der Welt



Warum wir in der Informationsflut Selektionsmechanismen brauchen

VON MARKUS REITER

Das Wissen im Internet ist dynamisch. Es ist flüchtig. Es ist volatil. Es ändert jeden Tag seine Gestalt. Wir wissen wenig über seine Quellen, über die dahinterstehenden Interessen und seine Glaubwürdigkeit. Gewiss: Die Tatsache, dass Wissen sich ändert und auf einen aktuellen Stand gebracht werden muss, ist nicht neu. Das Tempo, in dem es sich ändert, hingegen schon. Der Nutzer des Internets verliert dadurch die Sicherheit und das Vertrauen in den Stand seines Wissens. Unser Wissen hat nur bis zum nächsten Klick Bestand.

Das beste und anschaulichste Beispiel ist Wikipedia: Bei einem Wikipedia-Artikel wissen wir – anders als bei einem Eintrag in der *Encyclopaedia Britannica* oder dem *Brockhaus* – zu keinem Zeitpunkt, ob das, was wir gerade lesen, Unsinn ist und in einigen Sekunden, Minuten oder Stunden von einem anderen User korrigiert wird. Es spricht einiges dafür, dass die Behauptung der Betreiber von Wikipedia stimmt: Fehler oder falsche Aussagen, die ein Autor eingestellt hat, werden von anderen Autoren mit der Zeit korrigiert. Im Dezember 2005 veröffentlichte die angesehene Wissenschaftszeitschrift *Nature* eine Studie. Experten hatten Artikel in der *Encyclopaedia Britannica* und in Wikipedia auf Fehler untersucht. Wikipedia-Artikel enthielten durchschnittlich vier Fehler, solche in der *Encyclopaedia Britannica* drei.

Allerdings kann der Leser der *Encyclopaedia Britannica* davon ausgehen, dass bis zur nächsten Auflage des Lexikons die Zahl der Fehler zu jedem gegebenen Zeitpunkt stabil ist. Gedruckte Enzyklopädien repräsentierten nach ihrem eigenen Selbstverständnis stets den „Stand des Wissens“. Das ist vorbei, denn es gibt keinen „Stand des Wissens“ mehr. Der Nutzer geht zu einem bestimmten Zeitpunkt ins Netz und schlägt bei Wikipedia nach. Ob er einen Moment erwischt, in dem er auf eine falsche Behauptung stößt, oder nicht – das kann er nicht wissen. Während der Nutzer also an den *Brockhaus* mit einem (später vielleicht enttäuschten) Grundvertrauen her-

antreten darf, müsste er an Wikipedia mit einem grundsätzlichen Misstrauen herantreten. Ich wage zu bezweifeln, dass der durchschnittliche User das tut. Im Gegenteil: Er überträgt das Vertrauen, das er bisher in ein Lexikon wie den *Brockhaus* hatte, auf eine Internetenzyklopädie wie Wikipedia. Das bestätigen zahlreiche Studien zur Internetnutzung. Woher das Wissen kommt, darüber machen sich viele Internetnutzer keine Gedanken. Die Digital Natives nicht, weil sie sich solche Fragen sowieso selten stellen, die Digital Immigrants nicht, weil sie aus Gewohnheit Wikipedia genauso behandeln wie ein Lexikon, das von einer wissenschaftlichen Redaktion betreut wird. Nach dem Tod der alten Medien wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften drohen jedoch zwischengeschalteten Instanzen wie Redaktionen, auf die sich der User in der alten Welt verlassen hat, zu verschwinden – er ist inmitten der Fülle einer sich stets wandelnden Information künftig auf sich allein gestellt.

Natürlich muss man eine solche Entwicklung nicht negativ sehen. Einige Vertreter der neuen Internetwelt freuen sich, dass mit dem Ende der alten Medien angeblich ein Informationsmonopol gefallen sei. So schreibt zum Beispiel der Blogger Alexander Kahl in seinem Blog mit dem Titel „Probefahrers Ponyhof“ im typischen Blog-Ton (Schreibung wie im Original):

„Eine freie Meinungsäußerung scheint einigen Herrschaften aus der Journalismusbranche nur recht zu sein, solange sie die Einzigen sind, die sie im großen Stil in Anspruch nehmen dürfen. Mit den bröckelnden technischen Hürden, schnellerer Verbreitungszeit und großer Reichweite von Blogs, Twitter und Co. ist die Meinungsäußerung und -bildung nicht mehr nur der schreibenden Zunft überlassen. Klar, dass das nicht gerne gesehen wird.“

In diesem Zusammenhang führen die Apologeten der neuen Medienwelt oft das Wort „Zensur“ im Munde. Natürlich kann man die Selektion, die durch die alten Medien vorgenommen wurde, als eine Form der Zensur betrachten. Es kamen in der Tat nicht jede Meinung und jede Information durch und es gab zahlreiche Fälle, in denen tatsächlich Informationen aus politischen oder wirtschaftlichen Interessen verschwiegen oder manipuliert wurden. Das war immer schon ein eindeutiger Missbrauch des Systems Journalismus und widersprach seinen ethischen Grundsätzen. Man muss zwei Fälle unterscheiden, in denen eine Meinung in den traditionellen Medien verschwiegen wurde:

Echte Zensur. Offene Zensur ist in einem demokratischen Rechtsstaat wie der Bundesrepublik selten. Niemand wird jedoch bestreiten, dass mächtige Interessengruppen vor der dritten Medienrevolution unliebsame Informationen und Meinungen unterdrücken konnten. Viele Zeitungen und Zeitschriften waren zum Beispiel von Anzeigenkunden abhängig, die ungnädig zu stimmen nicht ratsam erschien. Verleger mit Monopolzeitungen neigten gelegentlich dazu, unliebsame Ansichten in ihren Blättern zu verbieten. Informationsmonopole werden durch die dritte Medienrevolution verschwinden. Jeder, der etwas zu sagen hat, kann es – im Rahmen der Gesetze – in einem Blog oder auf einer Website veröffentlichen. Das ist gut so und diese Freiheit sollte mit allem Nachdruck verteidigt werden.

Vermeintliche Zensur. Viele Menschen sind mit dem Vorwurf der Zensur schnell bei der Hand. Meistens wird es als Zensur empfunden, wenn die *eigene* Meinung nicht oder nicht gebührend berücksichtigt wird.

Ein Beispiel aus meinem Wohnort Stuttgart mag dies illustrieren. Dort soll in einem Großprojekt mit dem Namen „Stuttgart 21“ der Hauptbahnhof unter die Erde verlegt und die Bahnstrecke nach Ulm ausgebaut werden. Seitdem werden die beiden örtlichen Tageszeitungen mit Leserbriefen und Forumseinträgen auf ihrer Internetseite überhäuft, in denen die einen der Redaktion vorwerfen, einseitig *für* Stuttgart 21 zu sein und Gegenstimmen böswillig zu verschweigen, und die anderen, einseitig *gegen* Stuttgart 21 zu sein und alle Pro-Argumente zu ignorieren.

Es gibt nicht allzu viele Menschen, die laut wegen angeblicher Zensur protestieren, wenn die Gegner der eigenen Ansicht nicht ausreichend zu Wort kommen. In der neuen Internetwelt steht alles nebeneinander, scheint alles auf den ersten

Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland steht der wunderbare Satz: „Eine Zensur findet nicht statt.“ Die Internetapologeten würden vermutlich am liebsten dazuschreiben: „Eine Selektion findet nicht statt.“

Blick gleichberechtigt, alles gleich wertvoll zu sein. Ein dubioser Beitrag über Bachblüten-Therapie steht neben einem anspruchsvollen medizinischen Fachartikel, wüste Beschimpfungen sämtlicher Politiker neben klugen Analysen, wirre Verschwörungstheorien neben erhellenden und durchdachten Erklärungen. Wer will, mag das als radikale Demokratie bezeichnen. Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland steht der wunderbare Satz: „Eine Zensur findet nicht statt.“ Die Internetapologeten würden vermutlich am liebsten dazuschreiben: „Eine Selektion findet nicht statt.“

Für den Nutzer wird das Leben dadurch nicht einfacher. Es ist nämlich weiterhin bei den meisten Menschen unbestritten, dass es gut begründete und weniger gut begründete Mei-

nungen gibt, dass es Fakten gibt, die mit der realen Welt übereinstimmen, und solche, die nicht richtig sind. *Irgendjemand* muss diese unterschiedliche Qualität von Information erkennen und nach dem Aschenputtel-Prinzip bewerten: die Guten ins Töpfchen, die Schlechten ins Kröpfchen. Wenn dieser Irgendjemand nicht ein Vertreter der alten Medien oder der kulturellen Instanzen ist, denen wir dies bislang anvertraut haben, dann muss es der Internetnutzer selbst machen. Ansätze dazu sind bereits zu beobachten: Viele jüngere User benutzen soziale Netzwerke wie Facebook als Selektionsmechanismus nach dem Motto: „Wenn meine Freunde mich dort darauf aufmerksam machen, wird es wohl wichtig sein.“

Wir haben es also nun in der neuen Internetwelt mit zwei Aspekten zu tun: mit der Volatilität des Wissens und mit einem User, der mit der Fülle der Informationen fertigwerden muss, der sortieren und einordnen soll, was er aus dem Netz erfährt. In dieser Situation bedarf der Internetnutzer der Entschliebung und des Mutes, sich seines eigenen Verstandes zu bedienen, und eines Wissens darüber, wie man Informationen verifiziert. Außerdem kostet es viel Zeit und eine Menge Mühe, dieser Aufgabe gerecht zu werden. Um all das sinnvoll zu können, ist als Grundlage vor allem eines nötig: Bildung.

Bildung bezeichnet nicht nur Wissen, sondern auch die Fähigkeit, neues Wissen auf der Grundlage alten Wissens in einen Kontext einzuordnen. Ironischerweise zertrümmert gerade das Internet unsere bisherige Vorstellung von Bildung. Die Entwicklung an den Schulen und Universitäten erreicht genau das Gegenteil dessen, was in der Internetwelt nach dem Sterben der alten Medien notwendig wäre. Bildung in Deutschland wird kurzatmiger und orientiert sich stärker an Wissen als an Verstehen.

Das Wissen ist aus der Sicht eines einzelnen Menschen unendlich. Ebenso bietet das Internet nahezu unendlich viel

Platz, um all dieses Wissen abzulegen. Nicht unendlich ist hingegen die Fähigkeit des Menschen, dieses Wissen auszuwerten, zu bewerten und es letztlich für seine Zwecke zu nutzen. In manchen Fällen fehlt ihm die Kompetenz, in den meisten Fällen die Zeit. In Wirklichkeit ist der Informationsüberfluss im Internet kein Segen, sondern ein Fluch. So wie der Traum vom Schlaraffenland zum Albtraum wird, weil dort die Menschen

Kostenloses, selektiertes und aufbereitetes Wissen kann es auf Dauer nicht geben!

fett und bräsig werden, so leiden die Menschen durch das Internet an Überfütterung mit Wissen und Information. Es ist kein Zufall, dass sich die Internetnutzer fast ausschließlich an den ersten drei bis fünf Funden bei Google orientieren. Dabei ist es fraglich, ob es sich bei einem solchen Vorgehen um eine kluge Strategie beim Umgang mit Information handelt. In der Tat hat der Internetuser kaum eine andere Möglichkeit, als *irgendeinen* Selektionsmechanismus zu nutzen.

Die Menschen jammern seit der Antike, dass es zu viel Wissen in der Welt gebe und man es kaum noch überblicken könne. Heute aber gibt es *viel zu viel* Wissen. Meine Tante hat einmal mir gegenüber geklagt, sie habe den *Focus* abbestellen müssen. Er sei einfach zu dick und sie finde nicht die Zeit, ihn zu lesen. Auch als Volontär der *Fuldaer Zeitung* und als *FAZ*-Redakteur traf ich gelegentlich Menschen, die sich beschwerten, die Zeitung sei viel zu dick, um sie morgens zu lesen.

Der Internetnutzer heute hat nur zwei Möglichkeiten, um mit der Fülle an Wissen fertigzuwerden: Entweder er muss Zeit und Mühe investieren, um selbst das Gute vom Schlechten, das Wichtige vom Unwichtigen, das Lesenswerte vom Schrott zu trennen. Oder er muss andere damit beauftragen. Das kann, wie gesagt, über die Freunde bei Facebook geschehen oder indem man Geld für journalistische Dienstleistung

gen ausgibt. Was viele Menschen, besonders die Apologeten des freien Internets, noch nicht verstanden haben: Kostenloses, selektiertes und aufbereitetes Wissen kann es auf Dauer nicht geben! Gerade weil das Sortieren und Aufbereiten von Wissen Zeit und Mühe kostet, muss der Einzelne dafür bezahlen, wenn er es nicht selber macht. Sollte sich niemand finden, der bereit ist, für diese Dienstleistung zu bezahlen, wird sie nicht angeboten werden. Dann müssen wir alle diese Aufgabe selbst übernehmen – und werden im Zweifel auf die ersten drei Funde von Google zurückgreifen.



MARKUS REITER

unterstützt mit seinem
Stuttgarter Büro „Klardeutsch“
Zeitungen, Zeitschriften
und Internetredaktionen
beim Medienwandel. Sein
Buch *Dumm 3.0 – Wie Twitter,
Blogs und Networks unsere Kultur
bedrohen* erschien 2010 im Gütersloher
Verlagshaus.
www.klardeutsch.de

07

Das Recht, am Wissen der Menschheit teilzuhaben



Unterschätze nie, was eine kleine Gruppe engagierter Menschen tun kann, um die Welt zu verändern. Tatsächlich ist das das Einzige, was je etwas bewirkt hat. (Margaret Mead)

VON SEBASTIAN
MOLESKI

Das gesamte Wissen der Menschheit sammeln und jedermann frei zugänglich machen – mit dieser Idee startete 2001 das Portal Wikipedia. Inzwischen ist die Online-Enzyklopädie mit weit mehr als 450 Millionen Besuchern im Monat die weltweit größte Wissenssammlung und wird von Schülern, Lehrern, Politikern, Wissenschaftlern – kurz – von uns allen genutzt.

Doch wie funktioniert Wikipedia? Welche Bedeutung hat der freie Zugang zu Wissen für unsere Gesellschaft und wie gehen wir kritisch mit Wahrheit und Wissen um?

In den vergangenen zehn Jahren ist das Internet zum zentralen Medium der Informationsbeschaffung geworden.¹ Zuvor bestand die Herausforderung darin, Quellen zu beschaffen, um Wissen zu erhalten. Heute liegt ein weit höherer Anspruch auf dem Filtern, Auswählen und Bewerten der meist umfangreich vorhandenen Informationen.² Im Hinblick auf bildungsrelevante Inhalte ist wohl keine Plattform im Internet von solcher Bedeutung wie die Wikipedia. In deutscher Sprache bietet sie inzwischen weit über 1,3 Millionen Einträge – ausgedruckt sind dies mehr als 670 Bände im Lexikonformat.

Werkzeuge wie Wikis haben es leicht gemacht, über Dinge zu schreiben und dieses Wissen zu veröffentlichen. Der Grundgedanke eines Wikis ist es, dass jeder alles bearbeiten kann, jeder kann zugleich Leser und Autor sein. In der Wikipedia zum Beispiel spielt es keine Rolle, wer einen Enzyklopädieartikel angefangen hat. Der Nutzer braucht nur auf „Bearbeiten“ zu klicken, Änderungen vorzunehmen, zu speichern und schon ist ein Text veröffentlicht. Diese kollaborative Arbeitsweise macht Wikis so reizvoll. Mit Artikeln zu Themen wie der Nuklearkatastrophe in Fukushima, den Anschlägen in Norwegen oder den landesweiten Aufständen in Libyen zeigt sich, dass Wikis eine einfache, aber weitreichende Gelegenheit zum Veröffentlichen und Austauschen von Informationen bieten. Damit erzeugt Wikipedia eine Umlaufgeschwindigkeit von Informationen, die keine Redaktion in die-



¹ Siehe dazu in dieser Publikation: Herbold, Dr. Astrid: *Der Wandel der Wissensgesellschaft*, S. 59ff.

² Siehe dazu in dieser Publikation: Özoguz, Aydan: *Medienkompetenz – Herausforderung in der digitalen Gesellschaft*, S. 31ff.

ser Schnelligkeit und mit vergleichbarem Fachwissen leisten könnte. Nachrichtenmeldungen werden in Blogs und Diskussionsbeiträgen verarbeitet, per E-Mail und Chat weitergeleitet und in Wikipedia-Artikel eingebaut.

Mit dieser neuen Informationswelt geht ein Paradigmenwechsel für unsere Gesellschaft einher. Neue Kompetenzen werden gefordert, die bisher nur wenigen vermittelt wurden. Das Zauberwort heißt: Medienkompetenz. Richtige von falschen Informationen unterscheiden zu können verlangt Kompetenzen, die erlernt und angewendet werden müssen. Früher

Damit erzeugt Wikipedia eine Umlaufgeschwindigkeit von Informationen, die keine Redaktion in dieser Schnelligkeit und mit vergleichbarem Fachwissen leisten könnte. Nachrichtenmeldungen werden in Blogs und Diskussionsbeiträgen verarbeitet, per E-Mail und Chat weitergeleitet und in Wikipedia-Artikel eingebaut.

hieß es, man muss nicht alles wissen, man muss nur wissen, wo es steht. In unserer stark dezentralisierten, digitalen Informationswelt muss man nicht nur wissen, wo etwas steht. Man muss auch wissen, wie man mit dieser Information umgeht bzw. wieviel die Information wert ist.

Wikimedia Deutschland sieht sich hier in der Verpflichtung, den kritischen Blick vor allem auf die im Rahmen des eigenen Angebots bereitgestellte Information zu schärfen, und hat u. a. das Wikipedia-Schulprojekt ins Leben gerufen. Das Projekt soll Schülern wie Lehrern die Stärken und Schwächen der Wikipedia verständlich machen. Ziel ist es, durch Aufklärung für den Abbau von Vorurteilen zu sorgen, erste Kenntnisse zu den Methoden und Strukturen der Wikipedia zu vermitteln und den richtigen und kritischen Umgang mit dem Online-Lexikon zu schulen.

Der Umgang mit der Wissensquelle ist nach wie vor ein schwieriges Thema

Während Wikipedia viel Wert darauf legt, die zitierten Wissensquellen anzugeben, übernehmen die Medien häufig ungenannt Fakten aus dem Lexikon. Werden dabei Fehler gemacht (Beispiel falscher Gutenberg-Vorname), ist die Kritik über die mangelnde Qualität und Zuverlässigkeit von Wikipedia groß. Dabei gibt es Möglichkeiten, sich als Journalist der Zuverlässigkeit der Angaben zu versichern – selbst wenn keine anderen Quellen zur Verfügung stehen. Das setzt aber voraus, die Funktionsweise des Lexikons zu verstehen. Diese besteht darin, die falschen Angaben eines Artikels selbst zu korrigieren. Wer einen Fehler entdeckt und diesen verbessert, tut nicht nur sich und den nachfolgenden Lesern damit einen Gefallen. Er versteht auf diese Weise auch besser, wie das Lexikon funktioniert und wo Hinweise auf weitere Quellen zu finden sind.

Schaut man beispielsweise in die Versionsgeschichte eines Artikels, so kann die Historie Auskunft darüber geben, welche Autoren bestimmte Einträge gemacht haben. Dort kann der Leser außerdem ganz genau sehen, welche Änderungen vorgenommen wurden. Inhaltliche Kontroversen oder der Austausch über Relevanz sind häufig Thema auf der Diskussionsseite, die es zu jedem Artikel gibt. Darüber hinaus sind die von der Autorengemeinschaft gewählten „exzellenten“ und „lesenswerten“ Artikel von guter Qualität und besitzen hohe Vertrauenswürdigkeit, da sie meist von zahlreichen Autoren überprüft wurden und Qualitätskontrollen durchlaufen haben.

Die internationale Bewegung wächst weiter

Der Zugang zu freiem Wissen ist längst nicht überall eine Selbstverständlichkeit. Wikipedia, inzwischen ein Enzyklopädieprojekt mit über 20 Millionen Artikeln in 280 Sprachen,

steht noch eine lange Expansionsphase bevor. In vielen Gegenden ist der Zugang zu Wissen und Bildung historisch bedingt immer noch Luxus. Menschen in Entwicklungsländern, die durch die neue Kenntnis modernerer Produktionsmethoden effizienter arbeiten und ihren eigenen Status verbessern, durch eine umfassendere Bildung ihre Gesellschaft transformieren und weiterentwickeln wollen, die mit dem Ehrgeiz ausgestattet sind, ihre Umgebung positiv zu beeinflussen, können mit den neuen Werkzeugen des Internets zum ersten Mal in die Lage versetzt werden, diesen Traum zu realisieren. Es liegt nun an uns, dafür zu sorgen, dass ihnen diese Möglichkeit nicht verwehrt wird. Die große Herausforderung für uns alle wird es sein, diejenigen in die neue Wissensgemeinschaft zu integrieren, die traditionell keinen Zugang haben. Auch hierfür setzt sich Wikimedia Deutschland ein und unterstützt internationale Projekte wie den Fotowettbewerb, „Wiki loves Monuments“ oder vergibt Stipendien an ehrenamtliche Mitarbeiter zur Teilnahme an globalen Treffen.

Helpen Sie uns in unserer Mission, den freien Zugang zu Wissen und Bildung überall zur Selbstverständlichkeit zu machen.

Wikimedia Deutschland wurde im Mai 2004 von Autoren der Wikipedia in Berlin gegründet. Heute hat der gemeinnützige Verein über 1.400 Mitglieder, eine effizient arbeitende Geschäftsstelle und ein umfangreich ausgebautes Rechenzentrum, das Nutzern nicht nur europa-, sondern weltweit den Zugang zu freiem Wissen im Internet ermöglicht. Rund 20 Mitarbeiter kümmern sich bei Wikimedia Deutschland hauptamtlich um Spendengewinnung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Erstellung von Informations- und Aufklärungsmaterial, Freiwilligenförderung, Planung und Organisation von Veranstaltungen zur Förderung freien Wissens sowie der technischen Infrastruktur. Auf Basis dieser schlanken Personaldecke unterstützt der Verein das rasante Wachstum der Wikipedia und der weiteren Wikimedia-Projekte. Wikipedia und die Schwesterprojekte sind werbefrei und unabhängig und basieren ausschließlich auf ehrenamtlichem Engagement und Spenden.



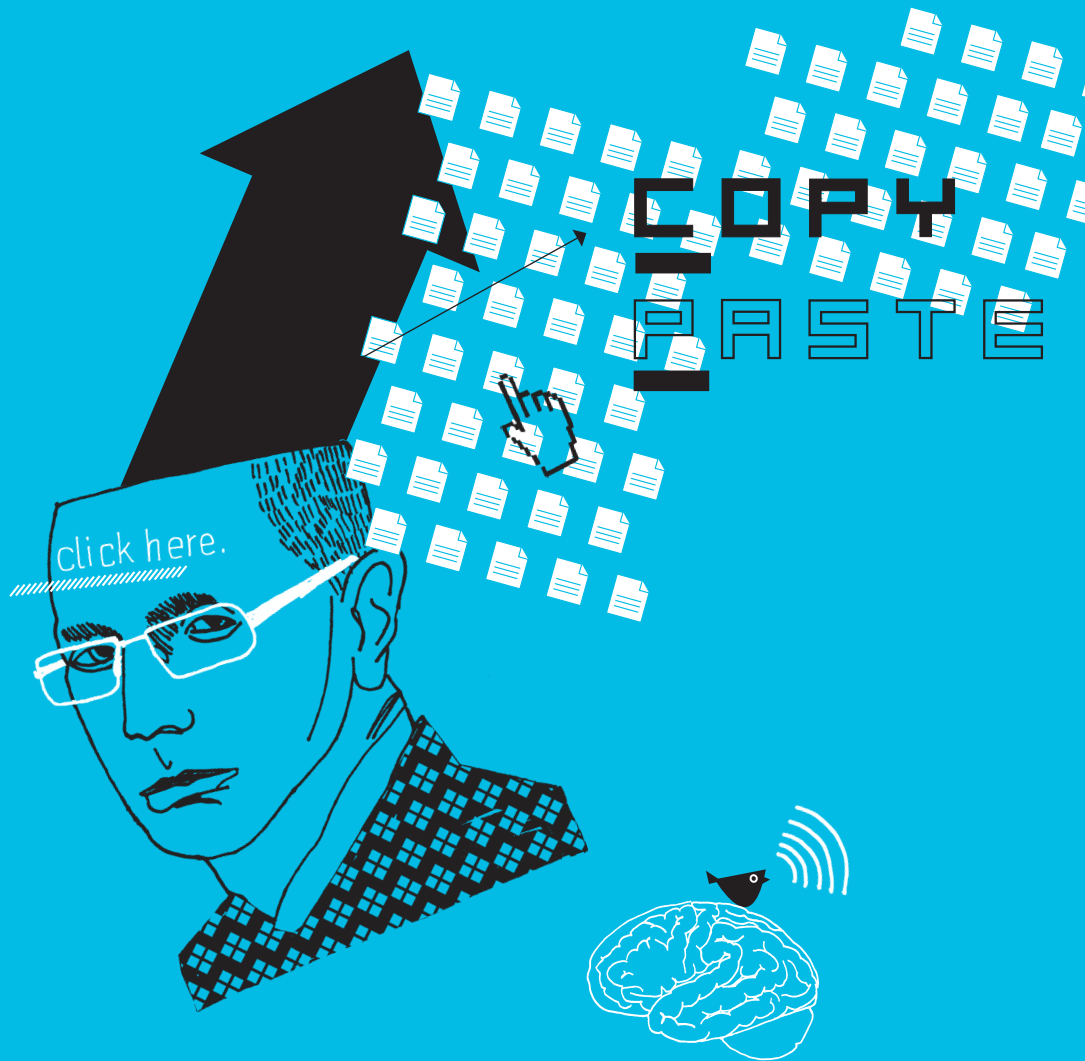
SEBASTIAN MOLESKI

ist Vorsitzender des gemeinnützigen Vereins Wikimedia Deutschland – Gesellschaft zur Förderung freien Wissens e. V. Moleski lebt in München und ist dort seit 2009 Geschäftsführer des Domain-Registrars Net-Service24.
www.wikimedia.de

Eine Bewegung für freies Wissen ist eine Bewegung für Menschenrechte und für soziale Veränderung. Jeder kann dazu etwas beitragen: ob durch Geld-, Zeit- oder Wissensspenden.

08

Der Wandel der Wissensgesellschaft



„Glauben Sie nicht, wenn jemand eine Krankheit hat, dass der dann zehnmal mehr weiß nach zwei Stunden surfen als sein Arzt?“¹ Gunter Dueck, re:publica 2011

VON DR. ASTRID HERBOLD

Wir leben in einer Wissensgesellschaft. Oder genauer gesagt: Wir leben in einer Gesellschaft, die über sich selbst gerne behauptet, dass sie eine Wissensgesellschaft ist. Wissensgesellschaft klingt ja auch deutlich besser als Halbwissensgesellschaft. Oder Spektakelgesellschaft, Eventgesellschaft, Konsumgesellschaft. Das ist möglicherweise auch zutreffend, aber alles so wahnsinnig negativ konnotiert. Der Ruf der Wissensgesellschaft dagegen ist tadellos – und dabei angenehm schwammig. „Relativ sorglos“, schreibt der Philosoph Konrad Paul Liessmann, „wird deshalb auch in der politischen Rhetorik der Begriff der Wissensgesellschaft dem der Informationsgesellschaft gleichgesetzt.“²

Der öffentliche Mythos geht so: Mensch plus Endgerät plus freie Information aus dem WWW gleich Wissensgesellschaft. Die Online-Enzyklopädie Wikipedia hat daraus sogar ihren Schlachtruf gemacht: Freies Wissen für alle! Was genau ist damit gemeint? Ist Wissen „frei“, wenn es unter freier Lizenz veröffentlicht wird, also ungestraft kopiert und weiterverwendet werden darf? Oder meint „frei“ in erster Linie umsonst, ohne Zugangs-, Erwerbs- oder Abokosten? Aber was ist dann mit den Menschen ohne Flatrate und Endgeräte? Noch immer haben laut Statistischem Bundesamt 17 Prozent aller Deutschen zwischen 17 und 74 Jahren keinerlei Kontakt zum Internet. Es sind vor allem ältere, bildungsferne und einkommensschwache Bevölkerungsschichten.³ Für sie ist der Zugang zum Netz nicht frei, sondern teuer. Zu teuer.

Wer über den Siegeszug der Wissensgesellschaft reden will, der darf über alte gesellschaftliche Gräben nicht schweigen. Denn die Grenzen verlaufen nicht, wie oft suggeriert, zwischen den Facebook-begeisterten „Digital Natives“ und ihren um Datenschutz besorgten Eltern, sondern zwischen dem gut situierten iPhone-Besitzer und der Hartz-IV-Rentnerin. Oder zwischen dem Blogger mit Hochschulabschluss und dem Hauptschüler mit Dyslexie.



¹ <http://re-publica.de/11/blog/panel/das-internet-als-gesellschaftsbetriebssystem/>

² Liessmann, Konrad Paul: *Theorie der Halbbildung. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft*, München 2008, S. 27.

³ <http://www.golem.de/1109/86222.html>

Trotzdem leugnet niemand, dass für diejenigen, die über einen Zugang verfügen – und zwar nicht nur über den technischen, sondern auch über den intellektuellen Zugang, Informationen, Fakten, Datenbanken, Texte und Studien durch das Netz leichter zugänglich sind. „Wissen“ muss nicht mehr in Foliantenform beim Brockhaus Verlag gekauft oder aus Stadtbüchereien nach Hause geschleppt und für die akademische Weiterverwendung mühsam exzerpiert werden. Das geht jetzt schneller. Let's google, let's überflieg, let's copy & paste.

Neulich saß sie abends bei mir am Küchentisch, diese neue Wissensgesellschaft. Sie hatte Hausaufgaben auf, ein Referat über eine Berliner Sehenswürdigkeit. „Guckt mal im Netz“, hatte die Grundschullehrerin sorglos in den Klassenraum gerufen. Eine Mutter (ich war's nicht!) versuchte dennoch, die Tochter zu einem Besuch des Baudenkmals zu überreden. Die Siebenjährige weigerte sich, aus dem Auto auszusteigen. Schrie immer nur: *Im Internet* solle nachgeschaut werden, nicht *in echt*. Ende vom Lied: Wer mit Mamas Hilfe Fotos und Textbausteine aus dem Netz auszudrucken und auf einen bunten DIN-A3-Karton zu kleben verstand, bekam eine Zwei. Wer krakelig selber buchstabierte und malte, eine Drei minus.

Natürlich beweisen persönliche Anekdoten erst mal gar nichts. Aber sie helfen bei der Veranschaulichung. In der digitalisierten Wissensgesellschaft hat sich die Beziehung von Text und Rezipient fundamental verändert, es wird anders gesucht, erfasst, verarbeitet. Viele Studierende, konstatiert Medienwissenschaftler und Plagiatsforscher Stefan Weber, „arbeiten [...] nicht mehr im semantischen oder pragmatischen Bereich, in den Bereichen der Wortbedeutung oder des Textverstehens. Ihre Beziehung zum Text ist nicht mehr inhaltlich-kontextueller, sondern ‚syntaktisch-editorischer‘ Natur.“⁴ Wie Wikipedia das gedruckte Lexikon abgelöst hat und die Google-Recherche den Bibliotheksbesuch, so ist die Stichwortsuche an die Stelle des Lesens getreten – und die Satzmontage an die

Stelle des eigenen Schreibens: „Google als Tor zur Wirklichkeit und Copy/Paste als neue Kulturtechnik, die das genuine Formulieren ablöst, beginnen bereits flächendeckend bei Referaten und schriftlichen Arbeiten in der Schule“⁵, schreibt Weber.

Die Sache hat, neben den immensen Vorteilen für das persönliche Zeitmanagement, auch eklatante Nachteile. Wer nur noch lernt, vorhandene Textbausteine, die im schlimmsten Fall aus ihren argumentativen Zusammenhängen gerissen und verfälschend weiterverarbeitet werden, zu neuen Collagen zusammenzusetzen, der entwickelt kaum eigene Sprachkompetenz. Abgesehen davon tritt er auch erkenntnistheoretisch auf der Stelle. Für einen Grundschüler mag das noch kein Beinbruch sein, für einen Doktoranden kann es schnell zu einem werden.

Aber die politischen Nebenwirkungen von Copy-&-Paste-Publikationen sind nicht das einzige Problem der googelnden Wissensgesellschaft. Denn was das große Orakel bei den Millionen Suchanfragen täglich zutage fördert, ist ja weder zufällig noch gleichrangig. Die Leistung des globalen Marktführers besteht in der Sortierung. Algorithmen entscheiden, was relevant ist. Sie loten dazu bekanntermaßen vor allem Vernetzungscluster und Zugriffszahlen aus. Inhalte kann Google nicht prüfen. Die Qualität kann nur abgeleitet werden aus Quantität: Was viele Nutzer anklicken und viele Webseiten verlinken, scheint richtig und wichtig zu sein. Ergo steht es auf der Ergebnisliste oben.

Hier kommt die Ameisenmetapher ins Spiel. Ameisen sind dumm, aber schwarmintelligent. Auf der Suche nach dem kürzesten Weg zur Nahrungsquelle und zurück markieren sie ihre Wege mit Pheromonen. Der kürzeste Weg duftet bald am intensivsten. Und lockt damit immer mehr Ameisen an. Bis alle auf der gleichen Straße hin- und herrennen. Mit der Google-Wikipedia-Wissensstraße verhält es sich ähnlich: Weil Wikipedia regelmäßig unter den ersten drei Treffern auf der Ergeb-



4 Weber, Stefan: Das Google-Copy-Paste-Syndrom. Wie Netzplagiate Ausbildung und Wissen gefährden, Hannover 2009, S. 40.

5 Ebd., S. 10.

6 Der Journalist Andreas Kopietz hat mit Einfügung des Begriffs „Stalins Badewanne“ in den Wikipedia-Eintrag zur Berliner Karl-Marx-Allee einen solchen Verselbstständigungsvorgang ausgelöst und beobachtet: „Wie ich Stalins Badezimmer erschuf“, Berliner Zeitung, 24. 03.2011. <http://www.berlin-online.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2011/0324/m Medien/0012/index.html>

nisliste auftaucht, also dort, wo statistisch gesehen die meisten Menschen hinschauen und -klicken, wird das Lexikon im Umkehrschluss für die Suchmaschine automatisch immer „relevanter“ – und bleibt im Ranking beharrlich oben, auch wenn sich möglicherweise irgendwo in den Weiten des Internets bessere oder aktuellere Quellen finden lassen würden.

Die Platzierung hat also Folgen für die Verbreitung. Je höher die Suchmaschinenposition, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass der entsprechende Wissensschnipsel, egal ob sorgfältig verifiziert oder nicht, sich ausbreitet und binnen kurzer Zeit durch unzählige weitere Texte mäandert.⁶ Die Schwarmintelligenzforschung nennt das positive Rückkopplung oder „Matthäus-Effekt“: Wer hat, dem wird gegeben.

Die Wissensgesellschaft spricht gerne von Schwarmintelligenz, es ist eines ihrer Lieblingswörter. Aber wer die Schwarmintelligenz beschwört, der muss auch die Effekte der viralen Ausbreitung erwähnen. Er muss über googelnde Blickfeldverengung diskutieren und anfangen, über die Kanonisierung durch Quantifizierung zu streiten. Die neuen „Wissensarbeiter“, egal ob Schüler oder Doktoranden, müssen ein Verständnis dafür entwickeln, wie im Netz aus individuellen Trampelpfaden Autobahnen der Massen werden. Wie die Aufmerksamkeit gelenkt, wie Quellen „gerankt“ werden. Wie Mathematik (Algorithmen) und Psychologie (Ungeduld) zusammenwirken – und zwar oft zu Ungunsten des kritischen Hinterfragens oder der journalistischen oder wissenschaftlichen Genauigkeit.⁷

Gegen Suchmaschinen-Halbwissen helfen nur Akribie, Vertiefung, Serendipity. Nötig sei vor allem „eine Wiedereignung von Zeit“, schreibt Medientheoretiker Geert Lovink. Zeit aber ist – wie Aufmerksamkeit – in der digitalen Gesellschaft teuer und rar, eine harte Währung eben: „Unsere technologische Grundhaltung ist eine zeitliche Intoleranz. [...] Wenn wir unzufrieden sind, klicken wir weiter.“⁸ Und suchen



7 Eine Studie von James A. Evans kommt sogar zu dem Schluss, dass wissenschaftliche Untersuchungen, die hauptsächlich auf digital verfügbare Sekundärliteratur zurückgreifen, eher dazu neigen, mit weniger (und immer mit den gleichen) statt mit mehr und unterschiedlichen Quellen zu arbeiten. Vgl. Evans, James A.: Electronic Publication and the Narrowing of Science and Scholarship. In: Science, Vol. 321, 18. 07. 2008.

8 Lovink, Geert: Die Gesellschaft der Suche. Fragen oder Googeln. In: Becker, Konrad / Stadler, Felix (Hrsg.): Deep Search. Politik des Suchens jenseits von Google, Bonn 2010, S. 53–63, hier 62.

9 Bei dem Berliner Schriftsteller Wolfgang Herrndorf wurde im Februar 2010 ein unheilbarer Gehirntumor festgestellt, seitdem führt er ein Online-Tagebuch. <http://www.wolfgang-herrndorf.de/2010/04/vier/>

„Der Onkologe Dr. Vier nimmt die Studie zu Cilengitid, Oncovir und Talampanel auseinander, die ich ihm ausgedruckt habe. Phase-II-Studie mit noch nicht zugelassenen Medikamenten, warum ist das am Ende nicht mal nach Medikament aufgeschlüsselt? [...] Er spricht von Avastin, ebenfalls Angiogenesehemmer und ohne Zulassung in Deutschland, das er, wenn es so weit ist, mit Ausnahmeregelungen bei der Krankenkasse beantragt. Aber es ist gut, daß ich gefragt habe. Ich habe das Gefühl, in guten Händen zu sein und mich mit der Sache nicht mehr befassen zu müssen. [...] Ende des Googelns.“⁹(Wolfgang Herrndorf)



DR. ASTRID HERBOLD

arbeitet als Journalistin und Autorin in Berlin. 2009 erschien ihr Buch Das große Rauschen – Die Lebenslüge der digitalen Gesellschaft im Droemer Verlag. Herbold schreibt u. a. für den Tagesspiegel, ZEIT Online sowie Spiegel Online. www.astrid-herbold.de

lieber nach Abkürzungen. Für Ameisen mag das eine gute Überlebensstrategie sein, als Grundlage einer produktiven Bildungs- und Forschungsgesellschaft taugt die Haltung nicht.

Was also bleibt vom Mythos der neuen, digitalen Wissensgesellschaft? Joseph Weizenbaum, der skeptisch gewordene IT-Pionier, plädiert dafür, nicht die Server, sondern die Rezipienten in den Fokus zu rücken: „Die Signale im Computer sind keine Informationen. Es sind ‚nur‘ Signale. Und es gibt nur einen Weg, aus Signalen Informationen zu machen. Nämlich die Signale zu interpretieren.“ Wissen hätte demnach nur wenig mit dem viel beschworenen „Wissen-wo-es-steht“ zu tun. Es ist vielmehr eine zeitaufwendige Strategie, Informationen zu finden, zu verstehen, zu überprüfen, zu beurteilen, zu filtern, zu reflektieren und zu kritisieren. Wissen ist ein Bündel hochkomplexer Kulturtechniken. Niemand erwirbt das in zwei Stunden nebenbei. Genauso wenig, wie man durch ein bisschen Googeln Französisch lernt. Oder Klavier spielen. Oder Krebs heilen.

09

Blogger und die Meinungsvielfalt im Internet



Über den freien Zugang zu Wissen und die kritische Einordnung von Blogs

VON ALVAR C. H. FREUDE

Bertolt Brecht hätte sicherlich große Freude am Internet. Denn es bricht die Sender-Empfänger-Beziehung des Rundfunks auf und lässt Brechts Vision, dass jeder Empfänger auch Sender sein kann, realistisch erscheinen. Teilweise ist dies auch tatsächlich bereits heute Realität. Schließlich ist es prinzipiell jedem Nutzer möglich, mit relativ wenig technischem und finanziellem Aufwand selbst Inhalte zu erstellen und zu publizieren. Ein Weblog (kurz: Blog) lässt sich in wenigen Minuten einrichten und befüllen. Das allein jedoch genügt nicht, um die herkömmliche Sender-Empfänger-Hierarchie aufzubrechen – nicht, wenn es zwar viele Sender gibt, der Empfänger aber stummer Konsument bleibt.

Es ist die Gesamtkonstellation der Blogs, ihrer Verbindungen und ihrer lebhaften Kommentarkultur, die Brechts Wunsch nach Kommunikation und Austausch von Sender und Empfänger ermöglicht. Blogs, die üblicherweise nicht nur einfach Inhalte hinausposaunen, sondern untereinander vernetzt sind, bilden eine Vielzahl an Gemeinschaften, die sogenannte Blogosphäre. Soziale Netzwerke und Mikroblogging-Dienste wie der Kurznachrichtendienst Twitter verstärken diesen Effekt. Gleichzeitig sind Blogs geprägt von einer nahezu unglaublichen Vielfalt der Themen: von der Selbstreflexion der Szene über Netzpolitik, Wirtschaft, Wissenschaft, Mode, Prominente, Technik bis zu Politik und vielem mehr spiegeln sie das Zeitgeschehen und den Zeitgeist wider und erlauben es den verschiedensten Subkulturen, sich untereinander zu vernetzen. Darüber hinaus erfährt man privates Kleinklein, eine Menge Unfug oder einfach das, was man früher den Freunden anvertraute – und heute eben dem öffentlichen Tagebuch. All das bietet bislang Möglichkeiten für die Meinungsvielfalt, Pluralität und demokratische Teilhabe.

Das allein würde vielleicht ungelesen verhallen, doch die zuvor erwähnten, oft kritischen und manchmal exzellenten Betrachtungen über Politik, Gesellschaft und andere Themen,

denen sich in den Jahren und Jahrzehnten vor den Blogs nur Journalisten im weiteren Sinne widmeten, macht ebenjenes heute hin und wieder Angst. Spricht man mit Journalisten über Blogs, entfährt ihnen häufig ein reflexartiges „Nur wir sind echte Journalisten“, gerade so, als würden Blogger dies von sich zu häufig behaupten. Andere Vorurteile der an verschiedenste Druckwerke gewöhnten Berufsschreiber umfassen die angeblich mangelnde Recherchefähigkeit der Blogger, oder man bemängelt, diese seien nicht ausgewogen oder neutral genug. Allerdings haben auch diesen Anspruch die wenigsten Blogger an sich selbst.

Die Furcht des Journalisten vor dem Blogger ist oftmals auch die Angst der Zeitungsmacher vor dem Medium Internet. Freier Zugang zu Wissen! Jederzeit, kostenlos! Das kann doch nichts sein! Die Tageszeitungs- und Magazinpresse betrachtet sich als selbst ernannten Gralshüter der Wahrheit. Schon allein, wie viele Zeitungsmacher – kurz vorm Beißkrampf – von „diesem Internet“ reden! Dabei ist die Bezeichnung „das Internet“ so wenig aussagekräftig wie „das Papier“ für Zeitungen und Zeitschriften: Es bezeichnet lediglich den Transportweg. Was man daraus macht, bleibt den jeweiligen Anbietern von

Die Furcht des Journalisten vor dem Blogger ist oftmals auch die Angst der Zeitungsmacher vor dem Medium Internet.

Freier Zugang zu Wissen! Jederzeit, kostenlos! Das kann doch nichts sein! Die Tageszeitungs- und Magazinpresse betrachtet sich als selbst ernannten Gralshüter der Wahrheit.

Informationen oder Nachrichten überlassen. Wenn sich Journalisten also für besser halten als „das Internet“, muss man fragen: besser als *Spiegel Online*, *ZEIT Online*, das Bild-Blog (das kritisch über die Fehler nicht nur in der *Bild*-Zeitung berichtet), das Blog netzpolitik.org, ein Promi-Klatsch-&-Tratsch-Blog,

twitternde Bundestagsabgeordnete oder die Kommentare bei einem Film auf YouTube? Das Internet ist vielfältig, es bietet alle denkbaren Kommunikationsmöglichkeiten mit beliebiger Anzahl an Teilnehmern, die Empfänger, Sender oder beides zugleich sein können. Das Internet ist somit Telefon und Rund-

Das Internet ist somit Telefon und Rundfunk, Zeitung und Flugblatt, Stammtisch und Eckkneipe, Uni-Vorlesung und Talkshow, Kaufhaus und Bibliothek, Zeitschrift und Videothek – vergleichbar all jenem und noch viel mehr.

funk, Zeitung und Flugblatt, Stammtisch und Eckkneipe, Uni-Vorlesung und Talkshow, Kaufhaus und Bibliothek, Zeitschrift und Videothek – vergleichbar all jenem und noch viel mehr.

Die Kritik am Netz offenbart manchmal erst die wahren Probleme vieler Journalisten. Zum Beispiel im Lokaljournalismus: Hier ist kaum noch Zeit, sich gut in ein Thema einzuarbeiten, tief und gründlich zu recherchieren. Wird das garniert mit dem oftmals lokal üblichen Filz oder der Blattlinie, entstehen watteweiche Geschichtchen, für die ein Blogger sowohl vom „echten“ Journalisten als auch von seinen Lesern viel Prügel bekäme. Oft sind die Schreiber nicht einmal vor Ort bei den Veranstaltungen, über die sie anschließend berichten – dann muss zu einem Foto schon einmal eine Geschichte gestrickt werden.

Besonders deutlich wurde dies immer wieder rund um die Proteste gegen Stuttgart 21. Ein Beispiel: Bei einer Gelegenheit versammelten sich Demonstranten vor dem bekannten Veranstaltungsort „Liederhalle“ und protestierten gegen Bahnchef Grube, der drinnen eine Rede hielt. In den lokalen Zeitungen erschienen Fotos und die Bildunterschrift lautete sinngemäß, Polizisten hätten eine Erstürmung der Halle verhindern müssen. Tatsächlich hat – auch bevor die Polizei überhaupt

vor Ort war – niemand auch nur versucht, den Ort zu „stürmen“. Im Zeitalter allgegenwärtiger (Handy-)Kameras und Online-Video-Plattformen lässt sich das nur allzu leicht nachverfolgen, die lokale Presse aber bleibt bei ihrer selbst erfundenen Darstellung oder berichtet allenfalls verschämt, dass sich ein „kleiner Fehler“ in der Interpretation beim Leser eingeschlichen habe.

Die Diskrepanz zwischen öffentlicher Wahrnehmung und Berichterstattung ist daher besonders in Stuttgart groß. Dem Projekt Stuttgart 21 (S21) wohlgesinnte Medien, die bei den vielen Veranstaltungen der S21-Gegner und -Befürworter kaum vor Ort recherchieren, treffen auf eine gut vernetzte und organisierte Szene, die vorschnelle Behauptungen sehr schnell widerlegen kann. Mithilfe sozialer Netzwerke wie Twitter und Facebook verbreiten sich Informationen oder Video-Mitschnitte rasant. Über die Hetzrede des Pfarrers, der Andersdenkende aus der Stadt vertreiben will, konnte man nichts in der örtlichen Presse lesen, sie aber im Internet anschauen. Acht von einer Böllerexplosion angeblich schwer verletzte Polizisten standen bei ebendieser Explosion weit entfernt und haben sich nicht gerührt – auch hier ist das Video online auffindbar, die örtliche Presse verbreitet weiter die offizielle Darstellung der Polizei.

Vertrauen schaffen die Medien so nicht, die sachliche Berichterstattung kratzt oftmals nur an der Oberfläche. Die Gegenöffentlichkeit, die den Journalisten im Internet begegnet, ist für sie oft nur schwer erträglich und wenig glaubwürdig: Ein Filmmitschnitt und daran anschließende Kommentare in den sozialen Netzwerken gelten als weniger glaubwürdig als die Pressemeldung einer politischen Partei. Dabei sollte dies doch ein Ansporn sein, sich wieder auf die Wurzeln echten Journalismus zu besinnen – dort sein, wo etwas geschieht, mit allen reden, neutral berichten. Einfach besser sein als das, was man dem Blogger von nebenan unterstellt. Es

wäre oft nicht einmal schwer, denn der durchschnittliche Blogger ist zwar meist schneller, oft besser informiert und näher am Geschehen, aber genauso häufig ist seine Sicht einseitig gefärbt. Während der Journalist – eigentlich – verpflichtet ist, eine Sache von allen möglichen Gesichtspunkten aus zu betrachten, ist der Blogger häufig parteiisch, was seine Aussagen aber nicht grundsätzlich unglaubwürdig oder gar falsch macht.

Neutral sind die meisten Blogger also nicht. Blogs sind oftmals eine dauerhafte Kommentarspalte. Sie haben auch nicht den Anspruch der kompletten Neutralität. Aber sie haben in der Regel den Anspruch, umfassend zu informieren und dem

Die Gegenöffentlichkeit, die den Journalisten im Internet begegnet, ist für sie oft nur schwer erträglich und wenig glaubwürdig: Ein Filmmitschnitt und daran anschließende Kommentare in den sozialen Netzwerken gelten als weniger glaubwürdig als die Pressemeldung einer politischen Partei. Dabei sollte dies doch ein Ansporn sein, sich wieder auf die Wurzeln echten Journalismus zu besinnen – dort sein, wo etwas geschieht, mit allen reden, neutral berichten. Einfach besser sein als das, was man dem Blogger von nebenan unterstellt.

Leser die Möglichkeit zu geben, weiter zu recherchieren. Bei Blogs gilt der Grundsatz: Quellen werden verlinkt. Daher fangen viele Blog-Artikel auch nicht jedes Mal bei null an, sondern steigen mittendrin ein – was für den neu einsteigenden Leser oftmals schwer ist; er muss dann erst einmal verschiedene andere Artikel lesen. Und natürlich ist das eine Blog glaubwürdiger als das andere, das eine neutraler als das andere und das nächste professioneller als das andere.

In den Online-Medien vieler herkömmlicher Medienhäuser gilt dagegen noch immer: Die Quellen werden verschwiegen. Selbst beim Zitat „Zeitung XYZ berichtet in ihrer Online-Ausgabe, dass...“ wird nicht direkt auf das Original verwiesen, es wird kein Link gesetzt. Das ist ja auch die Konkurrenz. Man könnte ja einen Leser verlieren. Für Blogger sind Querverweise Ehren-

Journalisten werden daher keinesfalls überflüssig – im Grunde werden sie als Informationsspezialisten wichtiger denn je. Sie müssen den riesigen Berg an Informationen verschiedenster Art aufarbeiten und dem Leser servieren – aber bitte so, dass er gleich die Verweise zu den Quellen mitgeliefert bekommt. Denn nahezu das gesamte Wissen der Menschheit ist im Internet erreichbar. Aber ohne einen kompetenten Lotsen ist es sehr schwer und zeitaufwendig, sich darin zurechtzufinden.

sache – so kann jeder selbst prüfen, worum es geht, jeder kann die Quelle selbst nachlesen. Wenn er will und die Zeit dazu hat. Und hier setzt die Aufgabe an, die auf Journalisten in Zeiten des Internets zukommt.

Blogs lesen, sich im Internet zu bestimmten Themen auch einmal abseits der Mainstream-Nachrichtenportale informieren: Das ist anstrengend und verlangt vom Leser die Einordnung von Information, das Studium von Quellen, das Nachdenken ... und mehr. Das funktioniert nur bei Themen, die den Leser besonders interessieren. Journalisten werden daher keinesfalls überflüssig – im Grunde werden sie als Informationsspezialisten wichtiger denn je. Sie müssen den riesigen Berg an Informationen verschiedenster Art aufarbeiten und dem Leser servieren – aber bitte so, dass er gleich die Verweise zu den Quellen mitgeliefert bekommt. Denn nahezu das gesamte Wissen der Menschheit ist im Internet erreichbar. Aber

ohne einen kompetenten Lotsen ist es sehr schwer und zeitaufwendig, sich darin zurechtzufinden.

Und wir sollten dabei auch nicht vergessen, dass es sich bei der Diskussion über das Verhältnis von herkömmlichen Medien zum Internet und Journalisten zu Bloggern um eine Luxusdiskussion handelt. Das Internet, soziale Netzwerke und Blogs sind in vielen undemokratischen Staaten eine der wenigen Möglichkeiten, Informationen, Wissen und Meinungen abseits der offiziellen Staatspropaganda auszutauschen. Das alleine macht die Informationen aus dem Internet noch nicht glaubwürdiger. Aber die neuen Kommunikationsmöglichkeiten sind ein wichtiges Element für den Prozess der Demokratisierung der Öffentlichkeit. Hier wie dort.



ALVAR C. H. FREUDE

*ist Gründer des Arbeitskreises gegen Internetsperren und Zensur sowie als Sachverständiger Mitglied in der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages. Freude arbeitet als freier Softwareentwickler in Stuttgart.
www.alvar.a-blast.org*

10

Das digitale Zeitungshaus auf dem Weg zum „Local Champion“



VON MEINOLF ELLERS

Der lokale Leser- und Werbemarkt ist das Herzstück des regionalen Zeitungshauses. Um die Rolle eines „Local Champions“ gegen den wachsenden Druck der neuen digitalen Wettbewerber zu verteidigen, verändern Verlage in aller Welt nicht nur Prozesse, Strukturen und Produktangebote. Viele stellen ihr Selbstverständnis infrage. Welche Rolle kann und soll Zeitung in einer lokalen Lebenswelt spielen, in der die starke Position von Print schwindet und die Menschen Zeit, Aufmerksamkeit und Budget vermehrt auf digitalen Plattformen investieren?

Für viele Verlage reicht es deshalb schon längst nicht mehr aus, nur Chronist zu sein. Sie begreifen sich zunehmend als aktive Gestalter lokaler Gemeinschaft und lokaler Märkte, deren starke Marke sie auch unabhängig vom gedruckten Papier zum ersten Ansprechpartner für die Welt „vor Ort“ macht. Dabei sehen sie sich im Bündnis mit jenen engagierten Bürgern und Institutionen, die das Leitbild von einer lokalen Lebenswelt als einem „better home“ teilen – einer lokalen Gemeinschaft, die immer noch ein bisschen lebenswerter und gerechter werden kann.

Der Weg dahin ist komplex. Er führt über eine intensivere Beziehung zum Kunden und eine neue Kultur der Nähe und Sichtbarkeit. Mancher regionale Verlag hat in den vergangenen Jahren seine lokale Präsenz im Vertrauen auf Printmonopole schrittweise reduziert. Nun geht es darum, den Menschen wieder möglichst viele „Touchpoints“ zur vertrauten und vertrauenswürdigen Zeitungsmarke zu bieten, auch wenn dies immer seltener über das Printprodukt geschieht.

Die Bedürfnisse des Kunden zu verstehen, ihm die richtige Lösung – egal ob publizistische Information, Service oder Werbeleistung – anbieten zu können, setzt professionelle Marktforschung und ein systematisches Kundenbeziehungsmanagement voraus. Anders als in vielen anderen Branchen ist das Identifizieren und Bearbeiten von Zielgruppen in regionalen Zeitungshäusern noch nicht Grundlage der Produkt-

entwicklung. Aber nur so ist es möglich, die Beziehungen zu Stammkunden und -lesern auszubauen, Gelegenheitskunden stärker zu binden und Nichtkunden bis hin zu „Printverweigern“ mit neuen werthaltigen Leistungen anzusprechen. Auf diesem Weg kann das Zeitungshaus zugleich überzeugende Werbeprodukte konzipieren, die bei möglichst niedrigen Streuverlusten Anbieter und Nachfrager zusammenbringen.

Mit einer Palette zielgruppenaffiner Publishing-Produkte, mit wirksamen Werbekonzepten und mit neuen Geschäftsmodellen wie etwa Direktmarketing oder Eventmanagement schaffen sich Verlage zugleich die Basis für eine breite und zukunftsfähige Erlösstruktur. Eine konsequent kundenzentrierte

Eine konsequent kundenzentrierte „mission:local“-Strategie folgt dem Grundsatz „Local customer first“. Die mancherorts erbittert geführte Glaubensfrage „Online first vs. Print first“ wird damit zur Nebensache – der Kunde wird sie entscheiden.

„mission: local“-Strategie folgt dem Grundsatz „Local customer first“. Die mancherorts erbittert geführte Glaubensfrage „Online first vs. Print first“ wird damit zur Nebensache – der Kunde wird sie entscheiden.

Die Institution Tageszeitung ist über 400 Jahre alt. Das an einer umfassenden Aufklärung und Nachrichtenversorgung orientierte und bis heute gültige Modell des Generalanzeigers bringt es auf mehr als 150 Jahre. Über Generationen war ein engagiertes Leben vor Ort ohne die Informationen der lokalen Tageszeitung nicht möglich. Ihre Rolle als vertrauenswürdiger Chronist des Gemeinschaftslebens war ebenso wenig gefährdet wie die Position als Moderator von Angebot und Nachfrage im lokalen Werbe- und Anzeigenmarkt. „Das Zeitungslernen des Morgens ist eine Art von realistischen Morgensegen“, notierte der Philosoph Georg Wilhelm Friedrich Hegel

(1770–1831). Karl Kraus (1874–1936) nannte sie „die Konserve der Zeit“. Und selbst Mark Twain (1835–1910), sonst um keinen Seitenhieb auf die Schwächen seines journalistischen Berufsstandes verlegen, hielt mit Blick auf die Wächterfunktion der Tagespresse fest: „Der alte Spruch sagt ‚Wecke keine schlafenden Hunde‘. Stimmt. Aber wenn eine Menge auf dem Spiel steht, ist es besser, wenn sich die Tageszeitung der Sache annimmt.“

Doch das noch so junge digitale Zeitalter hat die bewährte und geachtete Mediengattung in wenig mehr als einem Jahrzehnt unter Rechtfertigungsdruck gebracht. Nie war die regionale Tageszeitung in ihrer traditionellen Form weiter vom Status der Unverzichtbarkeit entfernt. In der Sprache der Marketingstrategen ist sie vom unersetzlichen „Need“-Produkt zu einem bloßen „Want“-Produkt geworden, das gegen immer neue Wettbewerber um die Aufmerksamkeit der Menschen und um seine Relevanz als Werbeträger kämpfen muss.

In allen westlichen Industriestaaten fallen die Auflagen und sinken die Erlöse im Print-Kerngeschäft. In der Generation der Digital Natives, die mit dem Internet aufgewachsen sind, ist die Tageszeitung kein selbstverständlicher Teil von Familie und Haushalt mehr. So wie in den USA erste Landstriche ohne eine tägliche gedruckte Lokalzeitung sind, so wird auch die Gruppe der jungen Erwachsenen, egal welcher Bildungs- oder Einkommensschicht, zunehmend zu einem weißen Fleck auf der Zeitungslandkarte. „Junge Menschen rund um den Globus sind hungrig nach Nachrichten. Sie bevorzugen nur einfach nicht mehr unsere traditionellen Plattformen und Verpackungen“, fasste der Vorstandsvorsitzende der amerikanischen Nachrichtenagentur Associated Press (AP), Tom Curley, eine Studie zusammen, die 2007 die Mediennutzung junger Menschen in aller Welt untersucht hatte.

Kontrovers wird die Frage diskutiert, ob die Zeitung auf Papier angesichts der digitalen Konkurrenz von Internet,

Smartphones und elektronischen Lesegeräten nicht vor einem ähnlichen Verdrängungsprozess steht wie einst das Segelschiff, das Pferde-Fuhrwerk, das Festnetz-Telefon oder die Vinyl-Schallplatte. Egal aber, ob und wann das Zeitalter des gedruckten Papiers endet – die eigentliche Funktion der Tageszeitung steht außer Frage. Junge Internetgründer, Stadtteil-Blogger oder globale Webkonzerne wie Google, eBay oder Facebook haben den Tageszeitungen ohne Zweifel wertvolle Teile ihres Geschäfts entzogen.

Aber keiner von ihnen hat es bislang verstanden, die zentrale Doppelrolle der Zeitung als verlässlicher Chronist des lokalen Lebens einerseits und als vertrauenswürdiger Moderator der Märkte vor Ort andererseits zu übernehmen. In diesen beiden Kernfunktionen, die zurückgehen auf das Zusammenreffen von Pressefreiheit und Gewerbefreiheit Mitte des 19. Jahrhunderts, steckt immer noch jene Substanz, die das Modell Lokalzeitung unverändert stark und zukunftsfähig macht.

Je virtueller und globaler die Märkte und die Medienwelten werden, desto größer wird zugleich die Sehnsucht der Menschen nach lokaler Verankerung und Orientierung. Die Welt vor Ort steht für gelebte Nähe, für gewachsene Beziehungen, für Vertrauen, Verlässlichkeit und Relevanz. Aber die lokale Lebenswelt ist ebenso im Umbruch wie die lokale Tageszeitung. Institutionen wie Kirchen, Parteien oder Vereine, die früher das Zusammenleben der lokalen Gemeinschaft bestimmten, verlieren vor allem in der westlichen Welt ihre traditionelle Bindungswirkung. Lokales Gewerbe und lokaler Handel verändern sich auch durch den Einfluss globaler und virtueller Wettbewerber. Google, eBay oder Amazon sind auch in den ländlichsten Regionen omnipräsent. Auch dort schafft das Web größere Auswahl und leichteren Zugang zur ganzen Fülle lieferbarer Produkte. Die großen Laden- und Handelsketten locken mit attraktiven Preisen ins Web oder in die Großmärkte und Outlet-Zentren am Stadtrand. Im Gegenzug aber

wird das sichtbare Warenangebot vor Ort kleiner, selbstständige Ladenbesitzer geben auf, Dörfer und Innenstädte veröden.

Um eine dauerhafte Verarmung der lokalen Lebenswelt zu verhindern, sind Initiativen zur Neubelebung gefragt. Die Zeitung hat dabei in ihrer einzigartigen Doppelfunktion als Chronist und Erzähler am lokalen Lagerfeuer einerseits und als Vermittler von Angebot und Nachfrage im lokalen Markt andererseits immer noch eine herausragende Position. Klar ist aber auch, dass diese Bedeutung gelitten hat. Je größer vor

Kontrovers wird die Frage diskutiert, ob die Zeitung auf Papier angesichts der digitalen Konkurrenz von Internet, Smartphones und elektronischen Lesegeräten nicht vor einem ähnlichen Verdrängungsprozess steht wie einst das Segelschiff, das Pferde-Fuhrwerk, das Festnetz-Telefon oder die Vinyl-Schallplatte.

allem in Europa und Nordamerika die Zeitungsgruppen wurden, desto geringer wurde vielerorts die lokale Präsenz. Dort, wo es die starke Marktstellung hergab, schöpfte mancher Verlag die sogenannten Monopolgewinne ab – oft auf Kosten einer verkleinerten Redaktion oder einer geschlossenen Geschäftsstelle.

Verlage, die auch in der digitalen Welt der Motor des Lokalen sein wollen, müssen diesen Trend umkehren und wieder die Nähe zu ihren Kunden suchen. Jeff Jarvis, Journalistik-Professor an der New Yorker City University und seit seinem Buch *What would Google do?* als Vordenker und Provokateur der Medienindustrie gefürchtet, meint auch die Verlage, wenn er feststellt: „Das Einzige, was künftig aus Sicht des Marktes zählt, ist Wert. Was ist Ihre Dienstleistung für die Öffentlichkeit wert? Wert wird durch Bedürfnisse bestimmt. Welche Probleme lösen Sie?

In der kundenzentrierten Organisation steht nicht mehr das eigene Produkt im Mittelpunkt, sondern der Anspruch, dem Endkunden oder dem Werbepartner mit der bestmöglichen Lösung den höchstmöglichen Wert zu schaffen. Print wird dabei zwischen allen zur Verfügung stehenden Kanälen und

Die Beziehungsplattform Facebook schafft es besser als jedes andere Massenangebot im Internet, hohe Potenziale in der Beziehungsökonomie mit langer Verweildauer der Nutzer, also einer starken Position in der Aufmerksamkeitsökonomie zu verbinden.

Plattformen noch sehr lange eine wichtige Rolle spielen, aber es ist keine Voraussetzung mehr. Das bedruckte Papier ist nicht mehr Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck: für manche Kunden und deren Bedürfnisse nicht mehr unbedingt das effektivste.

Eine Zeitung, die als „Local Champion“ die Renaissance des Lokalen in der digitalen Welt organisiert, ist für die Menschen vor Ort zugleich Plattform und Netzwerk. Alle wesentlichen Wege führen zu ihr oder über sie, kaum einer an ihr vorbei. Dieses Konzept des kundenzentrierten „Local Champions“ verlangt eine neue Sicht auf die Kundenbeziehung als das wertvollste Gut im lokalen Markt. Modernes Customer Relationship Management (CRM) nimmt neben dem Stammkunden, egal ob Printabonnent oder Anzeigen-Key-Account, auch die Gelegenheitskunden und die Nichtkunden ins Visier.

Der „Local Champion“ muss immer auf den gesamten lokalen Markt zielen und wird sich nicht in Nischen abdrängen lassen. Dies kann aber nur dann gelingen, wenn sich Verlage das ausgefeilte Kundenmanagement und die zielgruppen-gerechte Produktentwicklung zu eigen machen, die in anderen Branchen längst Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit

sind. Zwei Handlungsfelder bestimmen also zunehmend die Agenda des verlegerischen Unternehmers:

Auf dem Feld der **Beziehungsökonomie** geht es darum, Kundenbeziehungen umfassend zu entwickeln und sie zur Grundlage aller Produkt- und Markenstrategien zu machen.

In der **Aufmerksamkeitsökonomie** dagegen streiten die Medien mehr denn je um das knappe Zeitbudget der Menschen. Nur wer die sich permanent wandelnden Bedürfnisse der immer kleinteiligeren Zielgruppen frühzeitig erkennt und in maßgeschneiderten Produkten und Dienstleistungen anspricht, kann sich ein ausreichend großes Aufmerksamkeitsbudget in ausreichend lukrativen Zielgruppen sichern, um darauf tragfähige Geschäftsmodelle zu etablieren.

Nur eine professionelle Positionierung in der Beziehungsökonomie schafft dabei nach heutigem Erkenntnisstand eine Basis, um dauerhaft in der Aufmerksamkeitsökonomie bestehen zu können.

Diese Theorie erklärt übrigens auch die scheinbar irrationale Bewertung des Phänomens Facebook durch die Investoren. Die Beziehungsplattform Facebook schafft es besser als jedes andere Massenangebot im Internet, hohe Potenziale in der Beziehungsökonomie mit langer Verweildauer der Nutzer, also einer starken Position in der Aufmerksamkeitsökonomie, zu verbinden. Ausgerechnet Facebook-Gründer Marc Zuckerberg ist sicher, dass die digitale Welt die Verlage braucht. „Bring elegance to the web“, empfahl er den Publishern. Auch Zuckerberg weiß, dass weder Software noch der Schwarm der Nutzer in der Lage sind, aus Inhalten ein attraktives Programm zu machen oder relevante Kontexte herzustellen.

Die Chancen stehen gut. Aber werden die Verlage sie nutzen? Allein die Angst vor der Komplexität der neuen Welten schreckt viele ab. Manches Zeitungshaus konzentriert sich getreu dem Motto „Schuster, bleib bei deinen Leisten“ lieber ganz auf das schrumpfende Kerngeschäft und die treue Stammkundschaft und reduziert Kosten und Strukturen. Ken Doctor sieht Parallelen zum Mannschaftssport und hält den Verlagen vor: „Ich sehe viele Aktivitäten in der Defensive, aber wo bleibt die Offensive?“

Die amerikanischen Medienmarktanalysten von AMR warnen deshalb vor falschen Hoffnungen und halbherzigen Entschlüssen: „Medienunternehmen müssen sich fragen, ob sie sich schnell genug und umfassend genug ändern können, um den sich ändernden Erwartungen ihrer traditionellen Nutzer und Werbekunden zu entsprechen.“

Dabei sind auch die Experten nicht sicher, was die idealen Strukturen für ein Zeitungshaus in der digitalen Welt sein werden. „Wir müssen uns fragen, ob die generellen Trendlinien für die großen nationalen und globalen Nachrichtenkonzerne wie die *Financial Times*, das *Wall Street Journal* und die *New York Times* die gleichen sein können wie für die regionalen Medien oder die kleinen lokalen Anbieter. Die regionalen Häuser könnten zum fünften Rad am Wagen werden, denn es sind Globalisierung und Hyperlokalität, die die größten neuen Potenziale in der neuen digitalen Lese- und Werbewelt bieten“, schreibt Ken Doctor.

Der Schweizer Verleger der traditionsreichen *Jungfrauzeitung* Urs Gossweiler geht noch weiter, wenn er die regionalen Zeitungsverlage auffordert, seinem Beispiel zu folgen und ihre Blätter in viele hyperlokale Mikrozeitungen zu zerlegen. Nur in kleinen, eigenständigen Einheiten, so glaubt Gossweiler, ist Zeitung nah genug am Puls lokalen Lebens und lokaler Märkte, um die richtigen Antworten auf die Fragen von Lesern und Werbekunden zu haben.

Am Ende werden sich Strukturen und Organisationsformen am Selbstverständnis des neuen lokalen Zeitungshauses ausrichten. Der österreichisch-amerikanische Ökonom Joseph Schumpeter (1883–1950), der den Unternehmer als einen „kreativen Zerstörer“ definierte, unterschied den echten Unternehmer, der für den Kapitalismus lebt und Werte schafft, von all denen, die als Händler und Finanziers nur vom Kapitalismus leben. Der Zeitungsverlag hat in den Zeiten des Generalanzeiger-Monopols gut von der lokalen Lebenswelt und dem lokalen Markt gelebt. Der „Local Champion“ des digitalen Zeitalters könnte es sich dagegen zum verlegerischen Auftrag machen, nicht zuerst von, sondern für diesen lokalen Raum zu wirken und so seine neue Wertschöpfung zu entwickeln.

Dabei kann die „mission: local“ nur dann gelingen, wenn sie als ganzheitliches Konzept verstanden und gelebt wird. Redaktionelle Unabhängigkeit und kommerzieller Erfolg waren im Modell Tageszeitung nie wirklich ein Gegensatz, sondern bedingten einander. Ein Zeitungsverlag, der seine Zukunft darin sieht, Motor des Lokalen zu sein, darf die redaktionelle Moderation lokaler Gemeinschaft und die kommerzielle Gestaltung lokaler Märkte nicht voneinander trennen. Beide gehören zusammen und befruchten einander. Entscheidend wird am Ende sein, ob der lokale Kunde der Marke Tageszeitung auf beiden Feldern vertraut und ihr zutraut, einen für ihn relevanten Wert zu stiften.



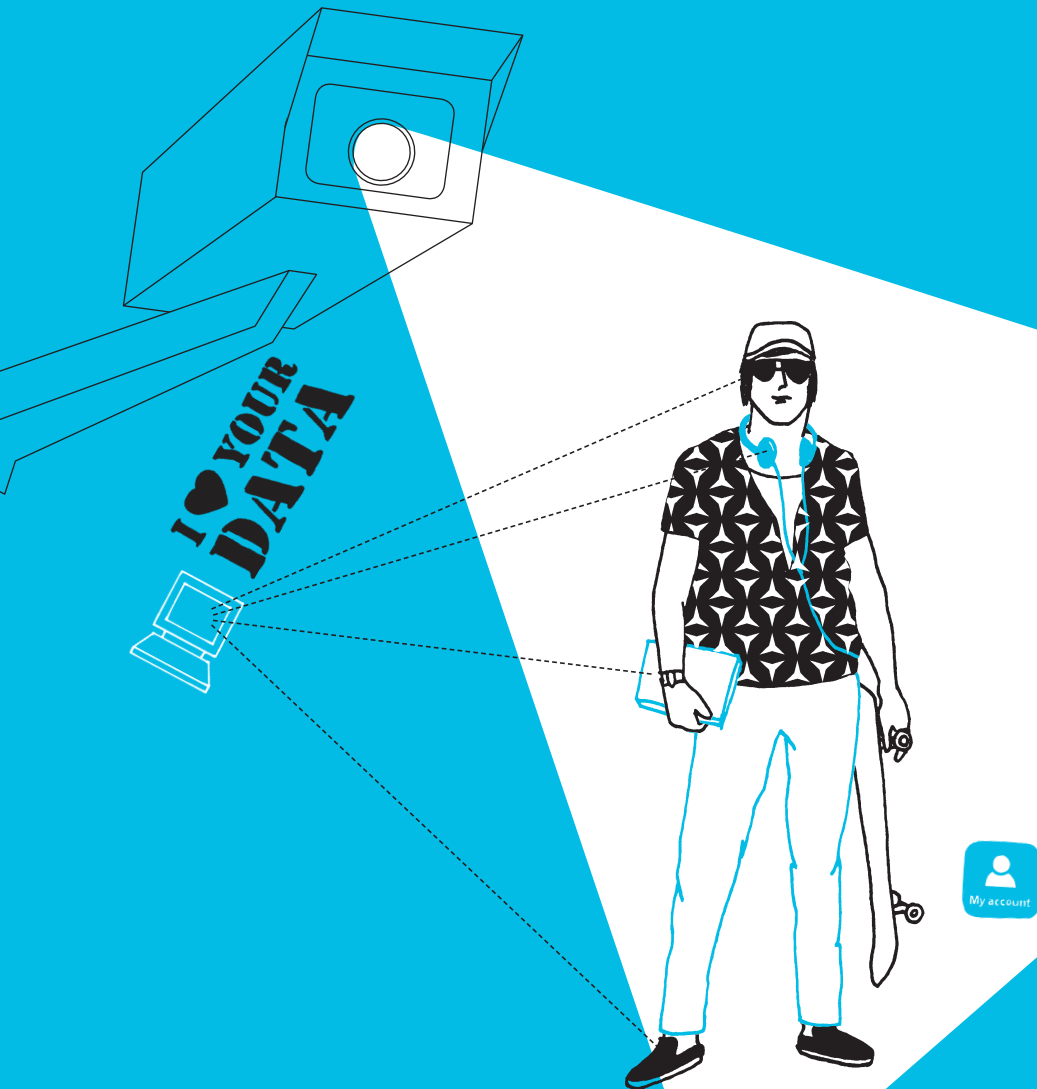
MEINOLF ELLERS

unterstützt als Geschäftsführer der dpa-infocom Verlage in den Themen Cross-media, mobiles Internet und E-Publishing. 2010 initiierte er mit weiteren Unterstützern das Projekt „goLocal“, in dem deutsche Verlage lokale Geschäftsmodelle entwickeln.

www.dpa-infocom.de

11

Daten – Rohstoff der digitalen Gesellschaft



EIN INTERVIEW MIT
PROF. DR. JOHANNES
CASPAR
(DEZEMBER 2011)

Warum kennt Facebook alle meine Kollegen? Warum weiß Google, was ich suche, bevor ich einen Begriff eingebe? Und wie hängt Stuttgart 21 damit zusammen?

Dank der Kommunikationsmittel des digitalen Zeitalters haben wir die Kontrolle über die Gesellschaft selbst übernommen. Während der Staat mit seinen demokratischen Abstimmungsprozessen den rasanten Innovationen nicht mehr folgen kann, überwacht die Gesellschaft sich mittels Mini-Videokamera und Facebook selbst. Das verändert nicht nur unser Zusammenleben, sondern auch unsere Anforderungen an die Informationspolitik der Behörden und Institutionen.

Professor Dr. Johannes Caspar, hamburgischer Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit, spricht deshalb von einer Überwachungsgesellschaft, die mit dem modernen Rohstoff Daten sowohl an der Börse als auch auf dem Schulhof handelt.

Gehen wir in Deutschland mit unseren Daten kritischer um als die Einwohner anderer europäischer Länder?

Der Datenschutz ist in unserer Gesellschaft zentral und wichtig. Seine Tradition geht auf die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zur informellen Selbstbestimmung zurück. Diese starke Tradition liegt außerdem in unserer jüngeren Geschichte begründet, in der wir Erfahrungen mit zwei undemokratischen Regimen gemacht haben, die personenbezogene Daten zur Unterdrückung missbrauchten.

Facebook hat im November 2011 in ein Abkommen mit der amerikanischen Wirtschaftsaufsicht eingewilligt und sich damit einem strengen Datenschutz unterworfen. Ist diese Entscheidung ein Umbruch im Umgang mit unseren Daten?

Wir begrüßen grundsätzlich die Entscheidung der FTC, der amerikanischen Aufsichtsbehörde. Es zeigt sich, dass auch in den USA der Datenschutz einen gewissen Stellenwert hat. Andererseits ist es nach unserem Verständnis aber eher eine Selbstverständlichkeit, dass eine Änderung von Nutzungsbedingungen von einer wirksamen Zustimmung der Nutzer abhängig gemacht werden muss. Hier gab es in der Vergangenheit bei Facebook große Defizite. Die Datenschutzpositionen der Nutzer wurden mit den Änderungen der Nutzungsbedingungen in den letzten Jahren schrittweise abgebaut, um stärker auf die personenbezogenen Daten der Betroffenen zugreifen zu können. Für deutsche bzw. europäische Nutzer von Facebook gelten insgesamt strengere Regeln als in den USA. An diese ist Facebook – unabhängig von der Vereinbarung mit der FTC – gesetzlich gebunden.

Sie haben bei der Diskussion in der FES von einer Überwachungsgesellschaft gesprochen. Warum neigt die Gesellschaft dazu, sich selbst zu überwachen?

Wir haben im digitalen Zeitalter zwei wichtige Entwicklungen. Zum einen herrscht ein immenser Innovationszyklus im Bereich digitaler Technik. Immer größere Speicherkapazitäten machen es möglich, Datenmengen in immer größerem Maße zu erzeugen und global jederzeit abzurufen. Zum anderen haben wir es mit einer nie gekannten Kommerzialisierung von personenbezogenen Daten zu tun. Wir bekommen im Internet die Dienste scheinbar gratis. Tatsächlich bezahlen wir mit unseren Daten. Beide Entwicklungslinien durchdringen und verstärken sich gegenseitig in ihrer Wirkung.

Die Gesellschaft ist demnach viel mehr an unseren Daten interessiert als der Staat?

Daten sind als Rohstoff der digitalen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Sie sind ökonomisch wertvoll. Facebook hat einen geschätzten Börsenwert von 100 Milliarden Dollar. Aber Facebook produziert weder Autos, noch verleiht es Geld. Der Konzern macht sein Geschäft mit den Daten seiner Nutzer und schafft es, wirtschaftliche Erwartungen auf sich zu ziehen, wie bisher kein anderes Unternehmen. Tatsächlich haben die sozialen Netzwerke und zuallererst natürlich Facebook den Gedanken der Werbung revolutioniert. Mit dem Wissen über Vorlieben, Interessen und Hobbys der Nutzer gelingt der Werbung eine Punktlandung ins Herz des Verbrauchers. Deshalb besteht aufseiten der Werbeindustrie eine so große Nachfrage nach Daten.

Gleichzeitig haben wir es mit einer Privatisierung von Überwachungstechnologien zum Zweck der sozialen Kontrolle zu tun. Digitalkameras werden für billige Preise in Elektronikmärkten gekauft. Diese können zum Ausspähen anderer benutzt werden. Unsere Gesellschaft eignet sich Techniken und Methoden an, die früher dem Staat vorbehalten waren.

Wie verändert sich unsere Gesellschaft, wenn wir so viel übereinander wissen?

Anhänger der Post-Privacy-Bewegung sind der Meinung, je mehr personenbezogene Daten wir haben, desto weniger werden sie von Interesse sein. Wenn alle über alles wissen, sei kein Missbrauch mehr zu befürchten. Das hat für mich einen utopischen Charakter und scheint naiv. In einer Welt, in der es darum geht, mit Daten sozia-

le Kontrolle oder ökonomische Vorteile zu erlangen, müssen wir sehr bewusst entscheiden. Ähnlich illusorisch ist die Haltung, sich gänzlich aus allen Formen digitaler Kommunikation zurückzuziehen und gar nichts mehr von sich preiszugeben. Wir brauchen stattdessen intelligente Konzepte für ein selbstverantwortliches Datenschutzmanagement. Dazu gehören Informationen und Aufklärung der Einzelnen. Gerade junge Menschen sollten in der Schule über die Hintergründe der digitalen Welt und über die ökonomischen sowie sozialen Gefahren und Risiken eines regellosen, exzessiven Gebrauchs von Daten unterrichtet werden.

Die nächste Stufe des Internets, das semantische Web, soll die von Menschen genutzten Informationen in einen Zusammenhang bringen. Wird Google in Zukunft bereits wissen, was wir suchen, bevor wir einen Begriff eingeben?

Das ist etwas spekulativ. Meine Gedanken sind nach wie vor ausschließlich bei mir, auch wenn ich vor dem Computer sitze. Aber es stimmt, Nutzerautomatismen können aus der Vergangenheit abgeleitet werden. Wenn Benutzer X immer bestimmte Suchbegriffe eingibt, kann man einen Schlüssel finden, wie die Person sich verhält und was sie im Internet sucht. Das folgt letztlich allein aus dem Prinzip der Wahrscheinlichkeit und der Nutzerbeobachtung.

Es gibt Versuche, Trends vorherzusagen. So betreibt Google zum Beispiel eine Webseite für Grippetrends. Aus der Häufigkeit bestimmter Suchbegriffe werden Anhaltspunkte für Grippefälle abgeleitet und Prognosen aufgestellt. Das ist zwar nicht datenschutzrelevant, weil der Einzelne nicht mit seinen personenbezogenen Daten in die Untersuchung eingeht. Dennoch zeigt sich, dass gesell-

schaftliche Strömungen aus der Beobachtung von Informationen über die Nutzung des Internets abgeleitet werden können.

Wie verändert sich unser Demokratieverständnis durch die neuen Kommunikationsmittel?

Wir haben viel mehr Möglichkeiten, die Informationen und Dokumente der öffentlichen Stellen transparent zu machen. In dem Moment, in dem wir uns als Bürger über Informationen der Verwaltung selbst informieren können, sind wir in der Lage, demokratische Prozesse anzustoßen und stärker selbstbestimmt an den demokratischen Prozessen teilzuhaben.

Zwischen Online-Durchsuchung und Open-Data-Bewegung: Wo beginnt der Abbau von Freiheit zugunsten der Sicherheit?

In dem Moment, wo der Staat zwecks einer Gefahrenabwehr Daten über Bürger generiert, brauchen wir klare Vorgaben, an die der Staat gebunden ist. Diese Aspekte sind unter die beiden genannten Begriffe „Freiheit“ und „Sicherheit“ zu subsumieren. Freiheit bedeutet nicht, dass man frei von jeder Kontrolle ist. Wo der Staat Informationen zur sozialen Kontrolle im Interesse der Sicherheit erhebt, muss dies im Rahmen der Gesetze erfolgen. Hier ist Kontrolle erforderlich.

Welche neuen Gesetze und Regelungen brauchen wir, um unsere Daten in der digitalen Zeit zu schützen?

Unsere Gesetze sind aus der analogen Welt und passen oftmals nicht. Aufgrund der Komplexität der Materie und der hohen technischen Dynamik der Entwicklungen ist

der Gesetzgeber partiell überfordert und befindet sich in einem permanenten Nachsteuerungsdilemma. Was der Gesetzgeber anfasst, ist oft schon wieder veraltet, nachdem es durch die gesellschaftlichen und politischen Diskurse gegangen ist. Leider ist aber auch zu konstatieren, dass oft der Wille zu innovativen Regelungen fehlt. Erinnert sei nur an das 2010 vom damaligen Innenminister angekündigte „Rote-Linien-Gesetz“ für den Datenschutz im Bereich des Internets, von dem wir nach wie vor weit entfernt sind.

Abstimmungen auf EU-Ebene sind noch langsamer.

Dieses Problem besteht. Wenn wir heute eine neue Datenschutzverordnung diskutieren, die wohl erst 2014 oder 2015 kommt, ist das beklagenswert. Deswegen brauchen wir Konzepte, die die Entwicklungen antizipieren, und starke Datenschutzbehörden, die den Blick auf die Probleme lenken.

Auf welche Daten der Bürger hat der deutsche Staat bisher Zugriff?

Zunächst haben wir das Problem der Online-Durchsuchung. Diese ist an klare gesetzliche Vorgaben gebunden. Auf die Problematik der Vorratsdatenspeicherung sei hier nur hingewiesen. Darüber hinaus gibt es die Spurensuche der Behörden auch im Internet. Ermittlungsbehörden und die Polizei greifen bereits heute auf die Profile in sozialen Netzwerken zu. Dabei geht es um ganz banale Dinge wie das Abgleichen von Radarfotos von Verkehrssündern, bis hin zu Ausforschungen unter Legende, als verdeckte Ermittler in den sozialen Netzwerken.

Wie kann die Preisgabe unserer Daten im Netz gefährlich werden?

Daten, die wir in sozialen Netzwerken hinterlassen, sind für andere Personen, im Bedarfsfall aber auch für öffentliche Stellen einsehbar. Je mehr Daten wir von uns preisgeben, desto angreifbarer sind wir. Letztlich sind Daten über Personen Mittel zur sozialen Kontrolle. Diese ist bei uns zwar rechtsstaatlich gerahmt. Das Wissen um derartige Daten in nicht demokratischen Regimen eröffnet jedoch Möglichkeiten des Missbrauchs. Das „digitale Tätowieren“ führt häufig in die Opferrolle, etwa durch Cybermobbing oder andere strafrechtlich relevante Verhaltensweisen, und zu Problemen bei der Jobsuche oder am Arbeitsplatz.

Wie würden Sie eine Faustregel zum Umgang mit den persönlichen Daten formulieren?

Es sollte klar sein, dass die personenbezogenen Daten uns durchs Leben begleiten, Teil unserer Persönlichkeit sind und unsere Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten in der Zukunft wesentlich mitbestimmen. Deswegen sollte jeder einen individuellen Plan haben, wie er mit Daten in der digitalen Welt umgeht. Ziel sollte es sein, als mündiger Internetnutzer verantwortungsvoll mit den eigenen und respektvoll mit den Daten Dritter umzugehen.

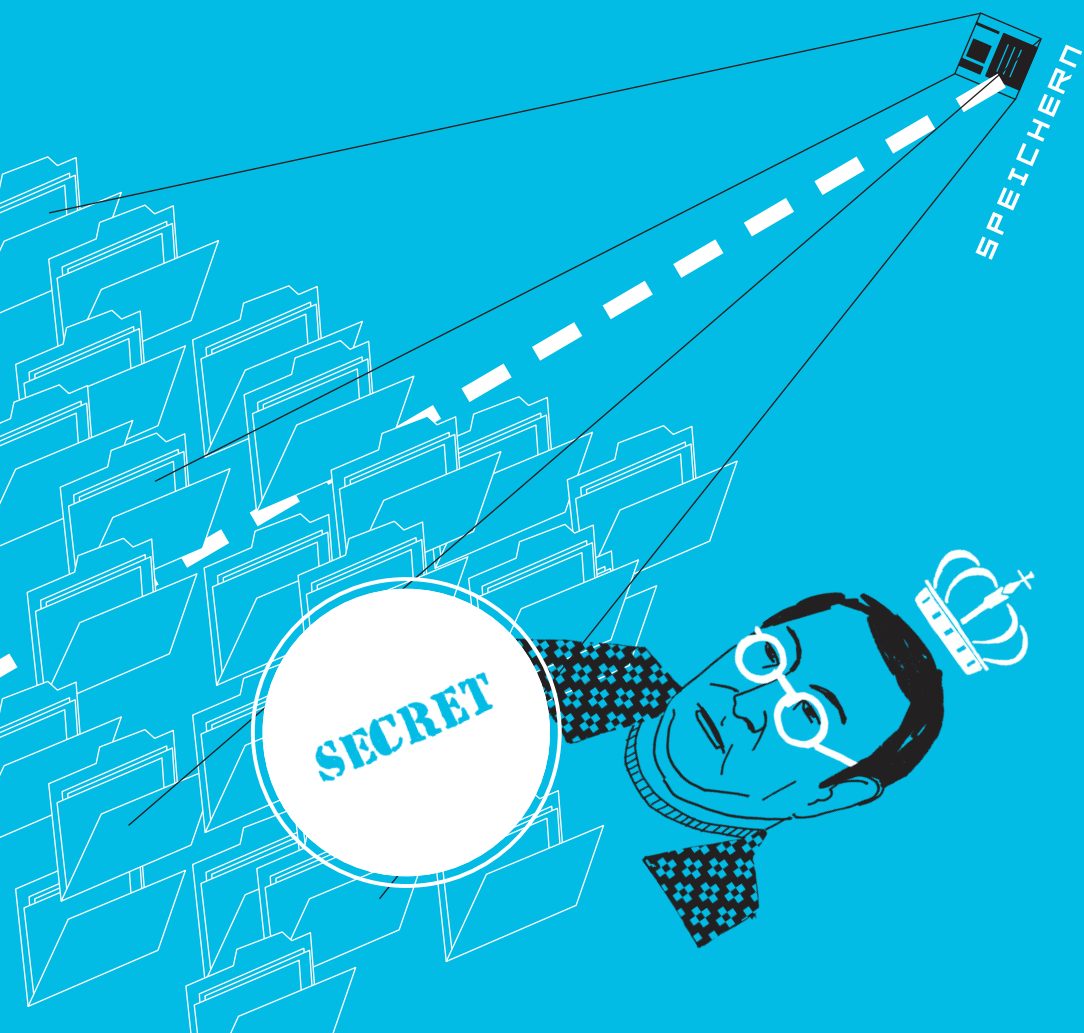


PROF. DR. JOHANNES CASPAR

protestierte als Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit in Hamburg erfolgreich gegen die Street-View-Fahrten von Google. Caspar lehrt außerdem an der Universität Hamburg zum Thema Datenschutzrecht. www.datenschutz-hamburg.de

12

Die Hoheit der Information und außerparlamentarische Kontrolle im digitalen Zeitalter



EIN INTERVIEW MIT
DR. DIETER WIEFELSPÜTZ
(SEPTEMBER 2011)

Wir leben in einer Informationsgesellschaft, die den politischen Raum auf zwei Arten prägt: Zum einen haben wir die größtmögliche individuelle Wahlfreiheit, Informationen auszusuchen und zu nutzen. Zum anderen werden Informationen global, verbreiten sich dank Massenmedien und sozialen Netzwerken rasend schnell.¹ Für die Politik sind Informationen jedoch eine Machtressource. Karl W. Deutsch schreibt in seiner „Politischen Kybernetik“: „Macht [...] bedeutet die Möglichkeit zu reden, statt zuhören zu müssen.“²

Was passiert also mit den staatlichen Machtapparaten, wenn Informationen global und frei zugänglich sind? Wenn Bürger die transparente Gestaltung politischer Diskurse und damit die Offenlegung von Informationen fordern? Wenn Plattformen wie WikiLeaks geheime Dokumente weltweit abrufbar machen? Wer entscheidet, welche Informationen geheim, welche öffentlich sind? Wer kann dies kontrollieren?

Dr. Dieter Wiefelspütz leitete als innenpolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion 2005 die Arbeitsgruppe zum Informationsfreiheitsgesetz. Er tritt sowohl für die Online-Durchsuchung als auch für den Schutz von Persönlichkeitsrechten ein. Viele geheime Dokumente sind seiner Meinung nach diesen Status gar nicht wert.



¹ Vgl. u. a. Norris, P.: Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide, Cambridge 2001.

² Deutsch, K. W.: Politische Kybernetik, Modelle und Perspektiven, Freiburg im Breisgau 1973.

Warum sind Sie der Meinung, in Deutschland werden zu viele Dokumente geheim gehalten?

Geheimnisse sind viel seltener als vermutet. Wir unterwerfen eine Vielzahl von Dokumenten dem Geheimschutz, obwohl das überhaupt nicht nötig wäre. Wenn man selber mal in solchen Geheimschutzstellen unterwegs war, merkt man, wie ganz banal das ist, was dort abläuft. Ich denke, dass wir zwar ein Defizit haben beim

Schutz der Persönlichkeitsrechte, dem aber eine völlig überzogene Geheimhaltungspraxis gegenübersteht.

Woher kommt der Drang, die Dokumente geheim zu halten?

Das machen die Apparate selber, die sich nicht ins Büro schauen lassen wollen, die ihr Herrschaftswissen gerne für sich behalten. Wir brauchen in unserem Verfassungsstaat, in unserer freien Gesellschaft überhaupt keine Angst vor Offenheit zu haben. Vielmehr kann Transparenz eine Stärke sein.

So sollten die neuen technologischen Möglichkeiten in jeder Behörde zur Nutzung von Open-Data-Portalen führen, auf denen die Behörden ihre Informationen frei zugänglich ablegen. Das gilt gleichermaßen für Landes- wie Bundesregierungen, für kommunale Verwaltung und für vielfältige gesellschaftliche Einrichtungen.

Welche Auswirkungen hat die digitale Öffentlichkeit auf die Machtverhältnisse im Staat?

Beim Thema „Politik im digitalen Zeitalter“ sind wir ganz am Anfang und die Diskussionen zeigen ja auch, dass die Politik einen unglaublichen Lern- und Nachholbedarf hat.

In staatlichen Apparaten sind jede Menge qualifizierter Informationen vorhanden. Diejenigen, die über diese Informationen herrschen, horten Herrschaftswissen. Deshalb sollten wir die Legitimation verbreitern, indem wir dem Volk ganz weitgehend Zugang zu diesen Informationen verschaffen. Letztlich ist das Wissen, das wir hier in der Regierung und in den Parlamenten haben, Wissen für das Volk.

Beim Gedanken an das Programm der Piratenpartei klingen diese Sätze, als würden Sie die Partei wechseln wollen.

Nein, ich kenne die Piratenpartei nicht näher. Wir haben Jahrzehnte im analogen Zeitalter gelebt. Jetzt ist das digitale Zeitalter da und wir haben hier in der Politik viel mehr Fragen als Antworten. Wir stehen weitgehend fassungslos vor dem Internet, vor neuen Kommunikationstechnologien. Wir gehen zwar alle damit um, aber die gesamte gesellschaftliche Dimension haben wir nicht erfasst: Was bedeuten die neuen Kommunikationstechnologien für Politik, für Demokratie, für unseren Rechtsstaat? Ist die Vorratsdatenspeicherung eine Erbsünde des digitalen Zeitalters oder wird sie dramatisiert? Aus guten Gründen führen wir eine große Urheberrechtsdiskussion. Wie gehen wir mit kriminellen Internetinhalten um?

In staatlichen Apparaten sind jede Menge qualifizierter Informationen vorhanden. Diejenigen, die über diese Informationen herrschen, horten Herrschaftswissen. Deshalb sollten wir die Legitimation verbreitern, indem wir dem Volk ganz weitgehend Zugang zu diesen Informationen verschaffen.

Wie können wir die hohe Qualität unseres Rechtsstaates und der Grundrechte unter den veränderten Verhältnissen des digitalen Zeitalters erhalten und ausbauen?

In unseren staatlichen Einrichtungen sind viel Beharrungsvermögen und Besitzstandsdenken vorhanden, das sich Neuem nur sehr ungern öffnet. Wenn ich die nächste Regierungsagenda für Rot-Grün zu machen hätte, dann wäre ein Programmpunkt der nächste kraftvolle Schritt in dem Bereich des Informationsfreiheitsgesetzes und in dem Bereich von Open Data und E-Government.

Was verstehen Sie unter Open Data?

Open Data ist eine Bringschuld der Apparate, der Behörden, der Regierung und gesellschaftlichen Einrichtungen, Auftritte zu haben, auf denen Daten zugänglich gemacht werden, die den Arbeitsbereich dieser Einrichtung besonders betreffen. Beim Flughafenbau muss der Bürger zum Beispiel die Möglichkeit haben, die Planungsunterlagen einzusehen.

Wären Projekte wie Stuttgart 21 oder der Flughafenbau in Berlin noch umsetzbar, wenn die Behörden die Dokumente frühzeitig offenlegten und die Bürger um ihre Meinung bäten?

Davon mache ich das nicht abhängig. Open Data ist für mich eine wichtige Ergänzung eines funktionstüchtigen parlamentarischen Systems. Aber unsere bisherigen Vorstellungen über Planungsverfahren sind mit Stuttgart 21 an Grenzen gestoßen. Wir müssen bei größeren und kleineren Vorhaben in der Region darüber reden, ob wir nicht andere Beteiligungsverfahren organisieren. Ich glaube, dieses Vorgehen kann man verdichten, intensivieren und durch frühzeitige Beteiligung beschleunigen, sonst brauchen Sie für einen Großbahnhof in Zukunft dreißig Jahre.

Mit dem Ziel, Beschlüsse auf eine breite Basis zu stellen oder Widerstand vorzubeugen?

Um einen Entscheidungsprozess zu ermöglichen, der dann auch eine befriedende Wirkung hat. Es gibt da kein Patentrezept, es werden immer Bürger da sein, die nicht einverstanden sind. Aber wir brauchen zeitgemäße Parti-

zipationsmöglichkeiten, die über das hinaus gehen, was wir vor 20, 30 Jahren als sinnvoll entwickelt haben.

Wie würden Sie die drei Begriffe „öffentlich“, „privat“ und „geheim“ gegeneinander abgrenzen?

Das Politische ist das Öffentliche, Privates kann auch mal politisch werden, Geheimnisse dürfen dagegen im Privatbereich häufiger sein als im staatlich-öffentlichen. Der Geheimnisschutz dient jedoch oftmals auch als Herrschaftsschutz, das finde ich nicht legitim.

Welche Bedeutung haben Plattformen wie WikiLeaks oder die Idee des Geheimnisverrats und der Hinweisgebung in unserer Demokratie?

Sie können eine ergänzende Funktion haben. Unser Land ist ja nicht nur die Gegenüberstellung von Staat und Gesellschaft, sondern wir haben jenseits der Kontrollinstrumente der Verfassung und des Parlaments sowohl die Presse als auch die Legitimationsfunktion der Gesellschaft. WikiLeaks ist ein Ausdruck von Freiheit in unserer Gesellschaft, ist außerparlamentarische Kontrolle durch

Aber unsere bisherigen Vorstellungen über Planungsverfahren sind mit Stuttgart 21 an Grenzen gestoßen. Wir müssen bei größeren und kleineren Vorhaben in der Region darüber reden, ob wir nicht andere Beteiligungsverfahren organisieren.

Information. Man wird allerdings aufpassen müssen, dass diese selbst ernannten Kontrolleure der Zivilgesellschaft selbst kontrollierbar sind, damit das nicht zur Herrschaft und zum Risiko wird. Es ist ein Problem, wenn zum Bei-

spiel WikiLeaks zu einer One-Man-Veranstaltung wird. Deshalb müssen wir Maßstäbe für solche außerparlamentarischen Kontrolleure entwickeln. Diese Regeln sollten aber nicht staatlich vorgegeben, sondern im offenen Diskurs entwickelt werden, damit sie nachvollziehbar und kontrollierbar sind.

Die G20-Arbeitsgemeinschaft zur Korruptionsbekämpfung diskutierte im Sommer 2011 einen weitreichenden Hinweisgeberschutz. In diesem Zuge hat sich Deutschland verpflichtet, bessere Regeln zu schaffen. Für wie wichtig halten Sie den Schutz von Hinweisgebern?

Wir haben ja bereits Geheimschutzregeln, die eine Strafe bei Geheimnisverrat festlegen. Hier liegt das Problem: Was passiert zum Beispiel mit Hinweisen zu Missständen in Pflegeheimen? Darf man als Mitarbeiter Missstände in einer sozialen Einrichtung an die Öffentlichkeit bringen und unter welchen Voraussetzungen? Das hat gerade

Deshalb müssen wir aufpassen, dass wir den Geheimnisverrat nicht heroisieren oder idealisieren. Geheimnisverrat ist ein wichtiger Beitrag, aber er ist nicht der Kern unserer Freiheit.

den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte beschäftigt. Auf der anderen Seite können Plattformen wie WikiLeaks Macht haben, die missbraucht werden kann. Deshalb müssen wir aufpassen, dass wir den Geheimnisverrat nicht heroisieren oder idealisieren. Geheimnisverrat ist ein wichtiger Beitrag, aber er ist nicht der Kern unserer Freiheit.

Halten Sie WikiLeaks für die Revolution der Öffentlichkeit oder für eine Rebellion einzelner Akteure gegen ein ganzes System?

WikiLeaks ist ein Kind des digitalen Zeitalters und damit eine wichtige Ergänzung unserer Öffentlichkeit, nicht mehr und nicht weniger. Die Veröffentlichungen zeigen, wie wichtig eine fachliche Begleitung durch sauber arbeitende Journalisten ist. Darüber hinaus müssen legitime Schutzinteressen beachtet werden. Informationen können im extremen Einzelfall töten oder sehr stark verletzen. Dafür müssen wir sensibel sein.



DR. DIETER WIEFELSPÜTZ

ist innenpolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion und Mitglied des Deutschen Bundestages. Wiefelspütz arbeitete mit am Informationsfreiheitsgesetz und setzt sich u. a. für die Vorratsdatenspeicherung ein. Der ehemalige Richter lebt in Lünen.
www.dieterwiefelspuetz.de

13

Geheimnisse und die Gesellschaft



VON DANIEL
DOMSCHEIT-BERG

Geheimnisse sind integraler Bestandteil unseres Lebens und Zusammenlebens. Das war schon immer so, und es wird hoffentlich auch immer so bleiben. Das Recht auf Geheimnisse, vor allem für Individuen, ist Merkmal einer freien Gesellschaft, in der das Individuum individuell sein darf, mit all seinen Schwächen und Verfehlungen, Vorlieben und Normabweichungen. Geheimnisse sind Grundlage für die Überlebensfähigkeit des Einzelnen in der Masse. Der Verrat von privaten Geheimnissen ist eine Verletzung. Die Abschaffung des Rechts auf Geheimnisse wäre Nährboden für den Faschismus nach Mussolini, in dem es keinen Platz für das Individuum gibt und die Eliminierung Andersdenkender Staatsziel wird.

Der Schutz dieser Geheimnisse ist höchstes Gut einer freien Gesellschaft. Ihre Wahrung und auch Achtung sind Aufgabe und Pflicht jedes Einzelnen.

In der Bandbreite dessen, was geheim gehalten werden kann, und vor allem dessen, was geheim gehalten wird, stehen diese Geheimnisse allerdings nur an einem Ende des Spektrums. Ihnen gegenüber stehen die Geheimnisse von Firmen, Militärs und Regierungen, eben nicht von Individuen, sondern von Organisationen, von Systemen innerhalb unserer Gesellschaft.

Diese Organisationen sind unterschiedlichster Natur, sie haben allerdings in der Regel eines gemeinsam: Sie konzentrieren Macht und üben diese aus.

Und genau dieses Detail gilt es zu betrachten, wenn wir dem Sinn hinter dem Geheimnisverrat auf die Spur kommen wollen.

Power tends to corrupt, absolute power corrupts absolutely

Dieser 1887 von Sir John Dalberg-Acton geprägte Ausspruch trifft den metaphorischen Nagel auf den Kopf. Wer Macht über andere ausübt, ist der Verführung dieser Macht schnell er-

gen. Ganz einfach betrachtet ist dies der Grund, wieso demokratisch legitimierte und kontrollierte Regierungen in der Regel weniger korrupt sind als diktatorische Regime. Es ist aber weniger die Legitimation hier, die den Unterschied macht, sondern vor allem die Kontrolle. Denn nur Kontrolle ermöglicht einen wesentlichen Bestandteil eines jeden gesunden Systems: Qualitätsmanagement.

Kontrolle ermöglicht das Überprüfen von Regelkonformität und das qualitative Messen von Ergebnissen. Sie ermöglicht uns somit zum Beispiel festzustellen, dass ein Bundespräsident sich eines zinsgünstigen Finanzkredites bedient hat, und die qualitative Einordnung dieses Umstandes. Sie ermöglicht uns zu messen, ob und inwiefern dieser Umstand von der Norm abweicht und inwiefern eine etwaige Normabweichung einen Verstoß gegen die Regeln darstellt. Wir können somit beurteilen, ob der Herr Bundespräsident systemkonform agiert, wie man es von ihm erwarten muss.

Im Zuge eines sinnvollen Qualitätsmanagements fehlt uns allerdings noch ein wichtiger Baustein: Die stete Evaluierung des Referenzrahmens, also des Rahmens, in dem die qualitative Bewertung stattfindet.

Jenseits von reiner Kontrolle („Hat der Bundespräsident einen Kredit aufgenommen?“), der Feststellung von Normabweichungen („Weichen die Konditionen von denen eines normalen Kredits ab?“) und der Prüfung der Legitimität („Ist ein solcher Kredit vereinbar mit den Regeln?“) können und müssen somit die Regeln selbst hinterfragt werden („Sind wir zufrieden mit dem Ergebnis, mit den Regeln, und was muss angepasst werden?“).

Grundlage für jegliche Kontrolle ist jedoch immer Transparenz, also das Gegenteil von Geheimhaltung.

Von Mangelerkrankungen durch Fehlen von Vitamin T

Kein System ist perfekt. Dies gilt sowohl für technische Systeme wie auch für kommerzielle, gesellschaftliche oder politische. Je komplexer ein System, desto fehleranfälliger ist es auch.

In einer Zeit globaler Komplexität und steigender gegenseitiger Abhängigkeit spüren wir diese Fehlerhaftigkeit vieler vitaler Systeme immer direkter, und die daraus entstehenden Konsequenzen werden nicht nur unvorhersagbarer, sondern auch katastrophaler.

Erschwerend kommt hinzu, dass wir es nicht nur mit klarem ungesetzlichem Unrecht zu tun haben. Die Schere zwischen empfundenem Unrecht und gesetzlichem Unrecht klafft oft weit auseinander. Dies ist einerseits Folgeerscheinung einer globalisierten Welt mit nicht globalisierten Rechts- und Wertesystemen, andererseits direkte Konsequenz gezielter Einflussnahme auf die Gesetzgebung und Regulierung.

Viele der Krankheiten, an denen unsere Gesellschaften leiden, sind eine direkte Folge einer Überdosis Vitamin B bei gleichzeitigem Mangel an Vitamin Transparenz und resultieren aus dem Fehlen unabhängiger Kontrolle dessen, was hinter verschlossenen Türen passiert. Wir ziehen in Kriege, deren gesamte Legitimität auf Lügengerüsten aufgebaut wurde. Und wir brauchen Jahre, um das überhaupt herauszufinden. Wir erleben eine artifizielle ökonomische Krise nach der anderen, von der einige wenige auf Kosten aller anderen über alle Vorstellungskraft hinaus profitieren. Und keiner von uns versteht so wirklich, wie und warum überhaupt. Wir verursachen Katastrophen, die Mensch und Natur in den Ruin treiben, während beteiligte Konzerne Rekordgewinne ausschütten. Und wir alle sind von der nächsten Katastrophe so abgelenkt, dass wir nicht mal adäquat reagieren können.

Die Ursache dafür liegt nicht darin, dass der Mensch von Natur aus schlecht ist oder ständig durch das Böse in Versu-

chung gerät. Unsere Probleme sind auch keine Naturgesetze, sie sind hausgemacht. Sie sind eine Konsequenz der schleichenden Korruption der Referenzrahmen von Menschen, die Entscheidungen treffen. Zu viele kommen durch mit dem, was sie tun, es gibt keine Konsequenzen und, noch viel schlimmer, oft nicht mal unabhängiges Feedback von außen. Keiner der Soldaten im geleakten Collateral Murder Video, das die Erschießung von Zivilisten aus einem Helikopter der US-Armee im Irak belegt, musste befürchten, von seiner Mutter (und dem Rest des sozialen Umfelds außerhalb des Referenzrahmens Krieg) für ein Verbrechen an der Menschlichkeit abgestraft zu werden. Und kaum einer derer, die für eine ökonomische Krise verantwortlich zeichnen oder massiv davon profitieren, muss persönliche Nachteile befürchten. Geheimhaltung, Komplexität und Intransparenz schützen Akteure vor dem Sonnenlicht der Öffentlichkeit und korrumpieren damit auch deren nächste Entscheidung. Ein Teufelskreis, der nicht durchbrochen werden kann ohne jemanden, der nicht betriebsblind ist und sich von seinem inneren Wertesystem leiten lässt, weil er oder sie noch ein Gewissen hat, das funktioniert.

Transparenz, eine unabhängige Kontrolle und resultierend die Fähigkeit zur Korrektur von Fehlern sind missionskritisch, denn alles andere führt zur schleichenden Korruption der gesellschaftlichen Subsysteme – und als Folge daraus der Gesellschaft als Ganzes.

Was aber bleibt, wenn die Mächtigen von allein nichts mehr über ihre Machenschaften preisgeben? Was bleibt außer dem Verrat von Geheimnissen als oft ungesetzlichem Recht zur Korrektur von (gesetzlichem) Unrecht?

Der gute Geheimnisverrat

Das Recht auf Geheimnisverrat ist ebenso wichtig wie das Recht auf Geheimnisse an sich. Viel spezifischer kann man es nicht sagen, alles Weitere wird wohl immer eine Einzelfallentscheidung sein. Ebenso wie es Privatsache ist, welchen Kredit man aufnimmt, kann es doch auch eine Frage der Position sein, die ein Kreditnehmer innehält. Hier muss im Einzelfall abgewogen werden, ob es ein öffentliches Interesse an Transparenz und Aufklärung gibt, das die Verletzung der Privatsphäre erlaubt.

Die Abwägung ist eine delikate Angelegenheit und ist klassischerweise eine, die Medien und andere aufklärende Organisationen schon seit Jahrzehnten leisten. Die Notwendigkeit zum Geheimnisverrat steigt in dem Maße, in dem Systeme Macht ausüben können, durch Konzentration von Geld, Einflussnahme auf Politik und Medien durch massiven Lobbyismus, aber auch durch die beschriebene Komplexität, die die Globalisierung der Welt mit sich bringt und die ein Erkennen und Durchschauen von Fehlern und Missbrauch stark erschwert. Da eine Zunahme von Macht in der Regel mit einer Zunahme des Missbrauchs von Geheimnissen einhergeht, wird der Geheimnisverrat zur Notwendigkeit, diesem Missbrauch entgegenzuwirken, als ein Mechanismus der Checks and Balances von unten.

Ziel muss es sein, den Verrat von Geheimnissen überflüssig zu machen, indem die kulturelle DNA von Systemen Integrität von innen fördert und Feedback belohnt und nicht bestraft, auch wenn es unangenehme Wahrheiten an den Tag bringt. Solange dies nicht der Fall ist, werden wir stärkere Gesetze brauchen, um jene Geheimnisverräter, die Whistleblower, vor Repressalien zu schützen.

Power to the people, brought to you by the Internet

All dies ist sicherlich nichts Neues. So wie private Geheimnisse schon immer Teil der Kultur waren, so waren es institutionelle Geheimnisse und ihr Verrat noch viel mehr.

Es stellt sich aber folgende Frage: Wie verändert sich das Spielfeld durch die globale Vernetzung der Betroffenen? Und resultierend daraus: Wie zeitgemäß und überlebensfähig ist dieser Ansatz?

Die Vernetzung der Menschen auf diesem Planeten, also die soziale Nutzung von Technologie, hat alles verändert. Der Grad der informationellen Separierung vom ärmsten zum reichsten Viertel auf dieser Welt liegt bei nicht viel mehr als 350 Millisekunden. Vor der IP-Adresse sind alle Menschen gleich.

Und genau hier liegt die eigentliche Macht dieses Werkzeugs: Niemand Drittes entscheidet, welcher Inhalt wert ist, transportiert zu werden, und welcher nicht. Das bringt uns alle näher zusammen und stellt das Kommunikationswerkzeug einer globalen Gesellschaft ohne Grenzen und ohne Diskriminierung dar. Ein Werkzeug, das uns ermöglicht, die Welt in ihrer Gesamtheit und die Rolle des Einzelnen darin besser zu verstehen. Es erlaubt uns den Austausch zu den Inhalten, die wir für wichtig halten, und es erlaubt uns somit allen, an einem gemeinsamen Wertesystem zu arbeiten.

(An dieser Stelle sei auch auf die Notwendigkeit für die Neutralität der Netze hingewiesen. Geben wir diese auf, so geben wir die Kontrolle über die Inhalte auf und riskieren damit den freien Austausch in einer globalen Gesellschaft der Zukunft.)

In puncto Transparenz bringt in Zeiten weltweiter Vernetzung jeder Bürger seinen eigenen Scheinwerfer mit. Hunderte anonymer Aktivisten haben die Doktorarbeit von Bundesverteidigungsminister a. D. von Guttenberg durchforstet

und einen Plagiatsanteil von über 70 Prozent nachgewiesen. Hunderttausende von Spesenquittungen englischer Parlamentarier wurden von Internetnutzern geprüft und jeder Missbrauch von Steuergeldern darin aufgedeckt. In der Folge verlor der Minister seinen Posten und so mancher Parlamentarier seinen Job. In Zukunft kann und sollte jeder Mensch mit Machtambitionen wissen, dass alles, was er oder sie tut, jederzeit im Rampenlicht bekannt werden kann. Jeder Amtsmissbrauch, jede Korruption, jede Lüge. Daran wird sich nichts mehr ändern. Wer das entstehende Flutlicht nicht verträgt und wer nicht den Ehrgeiz hat, auch im grellsten Flutlicht noch integer zu wirken, der sollte die Finger von der Macht lassen. Denn mit steigendem Anspruch an die Integrität des Systems verändert sich auch eines: das Qualifikationsprofil. Und was früher einmal gereicht haben mag, ist heute und vor allem morgen schlicht und einfach nicht mehr gut genug. Auch Problemlösungsansätze, die sich lange bewährt haben – das Aussetzen, Leugnen oder Preisgeben von Erkenntnissen nach der Salamtaktik –, versagen in der digitalen Gesellschaft. Diesen Paradigmenwechsel muss der eine oder andere heute wohl noch verstehen.



DANIEL DOMSCHEIT-BERG

war bis 2010 Sprecher von WikiLeaks und einer der bekanntesten Köpfe der Organisation. Nach seinem Ausstieg gründete Domscheit-Berg die Enthüllungsplattform OpenLeaks. Heute lebt er in Brandenburg und engagiert sich u. a. für die Freiheit des Internets.
www.openleaks.org



BAACKE, DIETER: Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: Medien praktisch, Heft 2 / 1996.

DEUTSCH, K. W.: Politische Kybernetik, Modelle und Perspektiven, Freiburg im Breisgau 1973.

DEUTSCHER BUNDESTAG: Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“: Datenschutz und Persönlichkeitsrechte, BT-Drs. 17 / 24042.

DERS.: Medienkompetenz, BT-Drs. 17 / 7286.

DERS.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“, BT-Drs. 13 / 11004.

EVANS, JAMES A.: Electronic Publication and the Narrowing of Science and Scholarship. In: Science, Vol. 321, 18. 07. 2008.

GROEBEN, NORBERT: Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In: Groeben, Norbert / Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim 2002.

HABBEL, FRANZ-REINHARD / HUBER, ANDREAS (HRSG.): Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik – Neue Formen der Öffentlichkeit und der Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Bürger, Boizenburg 2008.

HABERMAS, JÜRGEN: Strukturwandel der Öffentlichkeit, Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Berlin 1962.

JARREN, OTFRIED / WASSMER, CHRISTIAN: Medienkompetenz, Begriffsanalyse und Modell. In: medien + erziehung, Heft 3 / 2009.

KLEINSTEUBER, HANS J. / VOSS, KATHRIN: abgeordnetenwatch.de – Die Stärkung der repräsentativen Demokratie durch das Internet. In: Vorgänge, Heft 4 / 2010.

LIESSMANN, KONRAD PAUL: Theorie der Halbbildung. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft, München 2008.

LOVINK, GEERT: Die Gesellschaft der Suche. Fragen oder Googeln. In: Becker, Konrad / Stadler, Felix (Hrsg.): Deep Search. Politik des Suchens jenseits von Google, Bonn 2010.

NORRIS, PIPPA: Digital Divide, Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide, Cambridge 2001.

RIEHM, ULRICH / COENEN, CHRISTOPHER / LINDNER, RALF / BLÜMEL, CLEMENS: Bürgerbeteiligung durch E-Petitionen – Analysen von Kontinuität und Wandel im Petitionswesen (Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, 29), Berlin 2009.

SALGANIK, M. J. / DODDS, P. S. / WATTS, D. J.: Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market. In: Science, 10.02.2006, 311 (5762).

SCHWEIGER, WOLFGANG / BECK, KLAUS (HRSG.): Handbuch Online-Kommunikation, Wiesbaden 2010.

VOSS, KATHRIN: Grassrootscampaigning und Chancen durch neue Medien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, „Lobbying und Politikberatung“, Ausgabe 19 / 2010.

WEBER, STEFAN: Das Google-Copy-Paste-Syndrom. Wie Netzplagiate Ausbildung und Wissen gefährden, Hannover 2009.

WEIS, R. / CERANKOSKY, B. C.: Effects of videogame ownership on young boys' academic and behavioral functioning: a randomized, controlled study. In: Psychological Science, April 2010, 21 (4).

ZERFASS, ANSGAR / WELKER, MARTIN / SCHMIDT, JAN (HRSG.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web, Band 1 und 2, Köln 2008.



Abgeordnetenwatch:
<http://www.abgeordnetenwatch.de>

Avaaz,
weltweit operierende Kampagnenorganisation:
<http://avaaz.org>

Beteiligungsplattform der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“:
<http://www.enquetebeteiligung.de>

Blogs, Übersicht:
<http://www.zeit.de/blogs/index>

Bundestrojaner,
eine Analyse des Chaos Computer Clubs:
<http://ccc.de/de/updates/2011/staatstrojaner>

Campact,
deutsche Kampagnenorganisation:
<http://www.campact.de>

Datenschutzbüro virtuell:
<http://www.datenschutz.de>

DEMOS-Projekte:
<http://www.demos-deutschland.de>

Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“, Zwischenberichte:
<http://www.bundestag.de/internetenquete/Zwischenberichte/index.jsp>

E-Petitionen beim Bundestag:
<https://epetitionen.bundestag.de>

Golem,
Nachrichten aus dem IT-Bereich:
<http://www.golem.de/1109/86222.html>

GreenAction,
Kampagnenportal von Greenpeace:
<http://www.greenaction.de>

Herrndorf, Wolfgang:
<http://www.wolfgang-herrndorf.de/2010/04/vier/>

Initiative „Keine Bildung ohne Medien“, Bildungspolitische Forderungen:
<http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/mpk2011/dokumentation/>

Journalismus,
Projekt der Nieman Foundation an der Harvard University zur Zukunft des Qualitätsjournalismus:
<http://www.niemanlab.org/>

Kampagnenportal der Tageszeitung taz:
<http://bewegung.taz.de>

Klicksafe,
Kampagne der Europäischen Kommission zur Förderung der Medienkompetenz im Umgang mit dem Internet und Neuen Medien:
www.klicksafe.de

Kopietz, Andreas: „Wie ich Stalins Badezimmer erschuf“, Berliner Zeitung, 24. 03. 2011:
<http://www.berlin-online.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2011/0324/medien/0012/index.html>

MoveOn.org,
amerikanische Kampagnenorganisation:
<http://front.moveon.org>

Offene Daten,
interaktiver Katalog für alle offenen Daten in Deutschland:
<http://offenedaten.de/>

re:publica,
Konferenz rund um das Web 2.0:
<http://re-publica.de/11/blog/panel/das-internetals-gesellschaftsbetriebs-system/>

Vorratsdatenspeicherung,
interaktive Grafik auf ZEIT Online: <http://www.zeit.de/datenschutz/malte-spitz-vorratsdaten>

Wikipedia, Schulprojekt:
<http://wikimedia.de/wiki/Schulprojekt>

Veranstaltungshinweise

aus der Reihe „Die digitale Öffentlichkeit“ 2010 – 2011

Alle aktuellen Termine und Themen finden Sie unter:
www.julius-leber-forum.de/digi-oeff

Ihre persönliche Einladung erhalten Sie unter:
<http://www.julius-leber-forum.de/kontakt>

Die Demokratie mit der Maus

Hamburg, 2. März 2010

Gast: Bruno Preisendörfer, Schriftsteller und Herausgeber einer Internetzeitschrift

Inhalt: *Das Internet jagt autoritären Regimen Schrecken ein, es erleichtert die Informationsbeschaffung und ermöglicht aktive und globale Gegenöffentlichkeiten, wie die von Attac. Ist das Internet dadurch aber schon originär demokratisch?*

Ist es nicht eher so, dass das Internet zur demokratischen Beliebigkeit führt? In der Grauzone von Unverbindlichkeiten können wir flüchtig über Dinge „voten“ und „bloggen“, mit denen wir unter Umständen hinterher nicht mehr viel zu tun haben wollen. Zwischen meinungsbildender Diskussion und „click ‘n’ go“ als Konsument von Politik liegt ein weiter Spielraum, in dem sich die Demokratie mit dem Internet anfreunden muss.

Generation Copy & Paste – Wissenserwerb in Zeiten der Suchmaschine

Hamburg, 6. Mai 2010

Gäste: Dr. Astrid Herbold, Autorin des Buches *Das große Rauschen*, Sebastian Moleski, Erster Vorsitzender von Wikimedia Deutschland e. V.

Inhalt: „Die Lebenslügen der digitalen Gesellschaft“ nennt die Autorin Dr. Astrid Herbold unseren Umgang mit den Neuen Medien und beschreibt kritisch die „Generation Copy & Paste“. Suchmaschinen und die digitalen Möglichkeiten der schnellen Verbreitung schaffen unzählige Instant-Informationsschnipsel, so Herbold, die uns auf den interaktiven Overkill zutreiben. Andererseits steht das Informationsportal Wikipedia dafür, dass das Internet die Verbreitung freien Wissens fördert, und mehr noch, dass die kritische Nutzung von Wissen mit den digitalen Medien vereinbar ist. Eine Diskussion über die Entwicklung der Wissensgesellschaft.

Dumm 3.0 oder aktive Bürger(innen) im Netz?

Hamburg, 21. September 2010

Gäste: Markus Beckedahl, Chefredakteur von netzpolitik.org, Markus Reiter, Buchautor, Medienberater und Journalist

Inhalt: Dumm 3.0 – Wie Twitter, Blogs und Social Networks unsere Kultur bedrohen lautet der Titel eines Buches von Markus Reiter. Darin beschreibt er die Gefahr, im Informationsdschungel des Internets die Orientierung zu verlieren. Mehr Informationen sind für ihn nicht gleichbedeutend mit besserem Informiertsein. Denn ohne Dienstleister, die Fakten prüfen und vorsortieren, könne die Informationsflut des Internets manchen Leser überfordern. Andererseits gibt es viele Blogger, die die vielfältigen und unabhängigen Informationen des Internets als positiv für unsere Gesellschaft bewerten. Jeder könne seine Meinung publizieren und damit zu ganz neuen Diskussionen anregen. Kontrolleure der Blogger seien die Blogger untereinander. Denn der Erfolg einer Website basiert immer auch auf ihrer Glaubwürdigkeit. Eine Diskussion über die Bedeutung der Informationsvielfalt des Internets für unsere Gesellschaft.

Einmischen per Mausklick – welchen Einfluss haben Kampagnen via Internet auf unsere demokratische Beteiligung?

Hamburg, 16. November 2010

Gäste: Dr. Felix Kolb, Mitbegründer von Campact, Dr. Kathrin Voss, Kommunikationsberaterin im Non-Profit-Bereich und Dozentin an der Universität Hamburg

Inhalt: Früher gingen die Bürger mit der SPD oder dem DGB auf die Straße, um sich in aktuelle politische Entscheidungen einzumischen. Heute kämpfen sie – nicht weniger beharrlich – in lockeren Bündnissen gegen Stuttgart 21. Ihr Engagement verlagert sich von den Großorganisationen, denen die Mitglieder oft ein Leben lang treu blieben, hin zu einzelnen Themen. Möglich macht das zum Beispiel die Plattform campact.de. Sie organisiert Petitionen und Demonstrationen zu Themen wie Atomkraft und Reichensteuer. Mitmachen tut nur, wer sich gezielt für ein Thema einträgt. Und dazu reicht ein Mausklick.

Doch welchen Einfluss hat dieses losgelöste, punktuelle Engagement auf unsere repräsentative Demokratie? Engagieren sich mehr Bürger, weil sie gezielter ihre Stimme und ihre Zeit einsetzen können? Oder stellt eine gut informierte und organisierte Gruppe von Bürgern, wie zum Beispiel bei der Schulreform in Hamburg, demokratische Entscheidungen infrage? Entwickelt sich eine digitale Demokratie 2.0 als vermeintliches Gegengewicht zur etablierten Politik? Wo liegen die Beteiligungschancen, wo die Gefahren zur Manipulation? Und welche Rolle spielt dabei das Medium Internet?

Veranstaltungshinweise

Wider die Geheimhaltung – wie WikiLeaks unsere Demokratie verändert

Hamburg, 12. April 2011

Gäste: Daniel Domscheit-Berg, WikiLeaks-Aussteiger und Autor des Buches *Inside WikiLeaks*, Dr. Dieter Wiefelspütz, innenpolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion

Inhalt: *Es begann mit der Offenlegung von Korruption, später veröffentlichte WikiLeaks geheime Informationen über die Kriege im Irak und in Afghanistan. Während die „gefährlichste Website der Welt“ (D. Domscheit-Berg) geheime Dokumente global zugänglich macht, arbeiten etablierte Medien die brisanten Informationen aus dem Netz auf und blamieren so die Diplomatie ganzer Staaten. Die Gesellschaft schwankt zwischen dem Wunsch nach Aufklärung und dem Schrecken eines Mordvideos.*

Damit stellt sich die Frage nach der Hoheit der Informationen: Wie verändert die digitale Öffentlichkeit die Machtverhältnisse im Staat? Und wie viel totale Transparenz trägt eine Demokratie eigentlich?

Unser Leben – gespeichert in Bits und Bytes? Über Demokratie, Freiheit und den Hunger nach Daten

Hamburg, 14. Juni 2011

Gäste: Prof. Dr. Johannes Caspar, Datenschutzbeauftragter des Landes Hamburg, Frank Rieger, Autor des Buches *Die Datenfresser* und Sprecher des Chaos Computer Clubs

Inhalt: *Woher weiß Amazon, dass ich Gitarre spiele, obwohl ich dort nur Bücher kaufe? Warum findet Facebook jeden meiner Bekannten? Auf welche Datenspuren hat der Staat Zugriff und was kann er aus ihnen herauslesen? Diese Fragen stellen sich nicht nur die Autoren des Buches Die Datenfresser. Es ist schon erstaunlich, welche Spuren jeder Einzelne in der digitalen Welt hinterlässt, auch ohne ein iPhone oder die freiwillige Payback-Karte zu benutzen.*

Wozu die Wirtschaft Daten sammelt, ist relativ einfach nachzuvollziehen. Aber warum speichert der Staat Daten? Ist das alles wirklich sicherheitsrelevant und sinnvoll? Auch wenn wir nicht in einer Orwell'schen Welt leben: Wo beginnt der Abbau von Demokratie und Freiheit im Namen der Sicherheit? Was sind wir bereit, von uns preiszugeben – und welche Daten übermitteln wir bereits, ohne es zu wissen? Eine Diskussion über die freiwillige und unfreiwillige Verwendung von Daten im Internet und ihre Folgen für unser Demokratieverständnis.

Die Zeitung 2.0 – Herausforderungen an den digitalen Journalismus und dessen Finanzierung

Hamburg, 25. Oktober 2011

Gäste: Meinolf Ellers, Geschäftsführer der dpa-infocom, Christian Röpke, Geschäftsführer ZEIT Online, Ralf Wiegand, Süddeutsche Zeitung

Inhalt: *Schwindende Anzeigenerlöse, immer weniger Leser – das Konzept der Tageszeitung als Chronistin des öffentlichen Lebens funktioniert nicht mehr. Die Leser sind zu aktiven Nutzern geworden. Sie fordern heute 24 Stunden Informationen, immer und überall, egal wo sie sind, auf mobilen Geräten, online oder auch im Print – am liebsten kostenlos. Online wird zum Werbemedium Nummer eins, doch gleichzeitig verdienen die Verlage noch nicht ausreichend Geld damit, um Qualitätsjournalismus im Netz komplett zu finanzieren. Mit welchen Ansätzen kann eine Zeitung ihren Bedeutungsverlust als Chronistin wettmachen? Und wie kann guter Journalismus im Netz finanziert werden?*

Bierzelt oder Blog? Politik im digitalen Zeitalter

Hamburg, 12. Dezember 2011

Gäste: Björn Böhning, u. a. netzpolitischer Sprecher des SPD-Parteivorstandes, Dr. Andreas Elter, Autor des Buches *Bierzelt oder Blog?*, Bernd Schlömer, stellvertretender Bundesvorsitzender der Piratenpartei

Inhalt: *Ob Videobotschaft der Kanzlerin, Abgeordnetenprofile auf Facebook oder „zwitschernde“ Lästereien über Politikerkollegen: Die deutschen Politiker entdecken das virtuelle Netz. Doch wie gut spielen Parteien auf der Klaviatur der sozialen Netzwerke? Wo findet Politik heute statt – im Bierzelt oder im Blog? Erleben wir tatsächlich den Beginn grundlegend neuer Formen politischer Willensbildung? Eine Diskussion über die Aktivitäten der deutschen Politik im Internet und den Strukturwandel der politischen Öffentlichkeit.*

(Alle Angaben spiegeln den Kenntnisstand zum Zeitpunkt der Veranstaltung.)

Impressum

REDAKTION UND HERAUSGEBER:

Birthe Kretschmer, Frederic Werner
für die Friedrich-Ebert-Stiftung

LAYOUT UND SATZ:

Susanne Wurlitzer (www.susannewurlitzer.de)

LEKTORAT:

Dr. Christian Jerger (www.adlitteras.de)

DRUCK:

Bub Bonner Universitäts-Buchdruckerei

© 2011

Friedrich-Ebert-Stiftung
Julius-Leber-Forum
Rathausmarkt 5
20095 Hamburg
E-Mail: hamburg@fes.de

Die Friedrich-Ebert-Stiftung ist im Qualitätsmanagement zertifiziert nach EFQM (European Foundation of Quality Management): Committed to Excellence.

Für die inhaltlichen Aussagen dieser Veröffentlichung tragen die Autorinnen und Autoren der einzelnen Abschnitte die Verantwortung. Die geäußerten Meinungen müssen nicht in allen Teilen der Meinung der Friedrich-Ebert-Stiftung entsprechen.

ISBN 978-3-86498-030-5

Fotonachweise:

Markus Reiter, S. 51:
Fotografengruppe „Die arge Lola“

Daniel Domscheit-Berg, S. 105:
Fotograf: Meiko Herrmann

Andere: privat



Der Begriff „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ wird heute verwendet, um den Einfluss der digitalen Kommunikationsmittel auf unsere Gesellschaft zu beschreiben. Doch wie verändert sich dadurch unser Verhältnis zur Demokratie?

Der Medienkonsum, die Wissensgesellschaft und Internetkampagnen sind nur drei Aspekte, die es uns ermöglichen, Zivilgesellschaft in virtuellen Räumen zu leben und demokratische Beteiligung sowie demokratische Beschlüsse transparenter zu machen. Gleichzeitig sind wir informierter als jemals zuvor über andere Privatpersonen und staatliche Institutionen sowie deren Akteure.

In Essays, Denkschriften, Analysen und Interviews nähern sich die Autoren dieser Publikation der Frage, wie das Internet unsere Demokratie verändert. Zu ihnen gehören u. a. die stellvertretende Bundesvorsitzende der SPD, Aydan Özoguz, der WikiLeaks-Aussteiger Daniel Domscheit-Berg, Blogger Alvar C. H. Freude sowie der Datenschutzbeauftragte Prof. Dr. Johannes Caspar.

