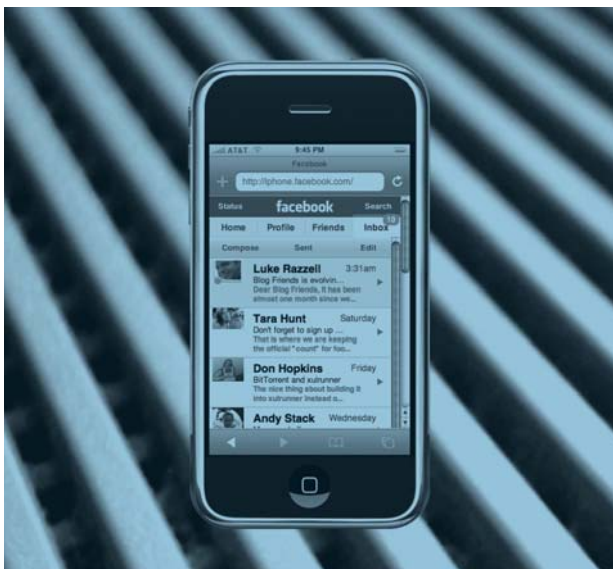


Rechts, Links, Mitte – raus!

Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

Die Wertewelten der WählerInnen sind komplexer geworden. Noch hat man den Eindruck, dass die Parteien mit dieser Entwicklung nicht Schritt halten. Aus welchen Gründen – das sei jetzt einmal dahingestellt. Ihre Positionierungen Rechts, Links, Mitte greifen – wie Peter Kruse in diesem Interview deutlich aufzeigt – zu kurz. In den Köpfen der WählerInnen werden die großen Parteien als extrem gleich wahrgenommen, sie differenzieren nicht mehr. Wie die Parteien mit Hilfe der Netzwerke eine neue Ausdifferenzierung erreichen können, das erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



Reboot_D: Was macht eigentlich die Wirkungskraft von Netzwerken aus?

Peter Kruse: Die Wirkungskraft und Ordnungsbildungskapazität von Netzwerken hängt wesentlich an zwei Parametern. Zum einen ist da die Dichte der Verbindungen zwischen den im Netz befindlichen Knoten. Je ausgeprägter die Dichte der Verbindungen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit der Ausbreitung von Wirkungen und Rückwirkungen. Je höher die Verbindungsdi-

te, desto höher die mögliche Komplexität. Die zweite zentrale Einflussgröße ist das Ausmaß der spontanen Aktivität der beteiligten Netzwerkknöten. Je höher diese Spontanaktivität, also die Erregung ohne Anregung, desto intensiver ist das Grundrauschen und damit die Dynamik des Netzwerkes.

Übertragen auf die Welt der neuen interaktiven Medien – wie beispielsweise Internet und Handy – ist die erste Ebene hauptsächlich eine Frage der technischen Infrastruktur. Ohne Verbindung keine Vernetzung. Es geht um das „Wie?“ der Vernetzung, um das gewählte Medium, die zur Verfügung stehende Transfermenge von Daten usw. Die frühe Phase der Internet-Euphorie war geprägt durch die Begeisterung an den damals noch überraschenden Möglichkeiten des Informationsaustausches. Heute sind die Netzwerke technisch hervorragend ausgestattet. Bandbreite, Nutzerfreundlichkeit, Alltagspräsenz – alles nahezu in Perfektion – weit mehr als wir uns zu Beginn hätten träumen lassen. Das „Wie?“ der Vernetzung ist weitgehend geklärt und zur Selbstverständlichkeit geworden.

Auf der Ebene der Spontanaktivität im Netzwerk geht es nun um ganz andere Aspekte:

Warum vernetzen sich die Menschen überhaupt?
 Warum sind so viele TeilnehmerInnen tatsächlich so aktiv?
 Warum tragen sie ihre Kreativität kostenlos zu Markte?
 Es geht nicht mehr um die technischen Möglichkeiten, sondern um die Handlungsmotivation, die zur individuellen und kollektiven Beteiligung in den Netzwerken führt.

Reboot_D: Die aktuelle Frage lautet also nicht, *wie* vernetzen wir uns, sondern *warum*?

Peter Kruse: Genau! Die Netzwerke mit prinzipiell hoher Vernetzungsdichte sind einfach da. Das war nicht immer so. Denken wir an die Zeit vor der Einführung der neuen Kommunikationstechnologien zurück. Da hatten wir die Situation, dass jeder Mensch, den ein starkes Handlungsmotiv antrieb, immer erst nach Netzwerken suchen musste, die es ihm gestatteten, seinen persönlichen Wirkungsraum zu potenzieren. Jedes „Warum?“ musste gewissermaßen selbst aktiv nach geeigneten Formen des „Wie?“ suchen. Wenn man etwas verändern, wenn man gesellschaftlich Einfluss nehmen wollte, musste man viel

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

Energie und Intelligenz in die Wahl geeigneter Mittel und Wege stecken: Man ging auf die Straße oder versuchte sonst irgendwie die Aufmerksamkeit der Massenmedien und damit der Öffentlichkeit auf sein Anliegen zu lenken. Man hat Hungerstreiks gemacht, Lichterketten gebildet, Plakate an gewagten Plätzen entrollt usw. Immer ging es darum, für die eigene Sache zu mobilisieren. Wer sich die Medien als Werbeträger nicht kaufen konnte, musste irgendwie interessant oder aufregend genug sein, um für die Medienmacher Attraktivität zu besitzen. Die Massenmedien hatten gewissermaßen das Skalierungsmonopol.

Eine schöne, weil sehr kreative Ausnahme hat sich allerdings zum Beispiel während des Protestes gegen die Volkszählung im Jahre 1987 zugetragen. Die Wut der Menschen gegen das weitgehende Informationsbedürfnis des Staates hat sich zur Verstärkung der gemeinschaftlichen Motivlage einer recht ungewöhnlichen Vernetzungstechnologie bedient, die gerade aktuell wieder von der Opposition im Iran genutzt wird: Man artikuliert damals seinen Widerstand durch auf Geldscheine geschriebene Parolen. Ganz schön clever: Geldscheine haben eine hohe Reichweite und eine hohe Geschwindigkeit der Zirkulation von Hand zu Hand. So hat man tatsächlich auf sehr vielen Geldscheinen in Deutschland und auch anderswo Kokainspuren nachweisen können – nicht etwa weil etwas faul ist im Staate Dänemark und der Drogenkonsum explodiert, sondern weil jeder Geldschein eben unglaublich viele Menschen erreicht. Aufgrund des hohen Durchdringungsgrades und der hohen Zirkulationsgeschwindigkeit sind Geldscheine ein Vernetzungsmedium mit einem durchaus interessanten Subversionsfaktor. Vor dem Internet musste man eben recht pfiffig sein, um den eigenen Handlungsmotiven ohne Medienmacht Gehör zu verschaffen.

Heute haben wir eine grundlegend andere Ausgangslage: Das früher herbeigesehnte oder mühsam realisierte Netzwerk ist einfach da, jederzeit verfügbar und prinzipiell immer aufnahmebereit. Früher suchten sich Handlungsmotive mühsam ein Netzwerk, heute ist es fast so, als ob das Netzwerk gierig nach geeigneten Handlungsmotiven sucht. Wir leben in einer Welt, in der jedem noch so zaghaft formulierten „Warum?“ sofort ein prinzipiell mächtiges „Wie?“ zur Verfügung steht. Manchmal ist die Reaktion der Netzwerke sogar deutlich heftiger als dem auslösenden Impulsgeber lieb ist.

Erinnern wir uns an Christoph Strüber, der eigentlich nur eine Party auf Sylt feiern wollte und einen Volksauflauf auslöste. Die Netzwerke sind eine immer präsente Einladung zur Beteiligung.

Reboot_D: Was zur Folge hat, dass Partizipation beispielsweise seitens der Kunden, Parteimitglieder, Wähler eigentlich ganz zwangsläufig immer mehr eingeklagt wird ...

Peter Kruse: Ja, man kann heute niemand glaubhaft klar machen, dass ein mühsamer Weg durch die Instanzen, eine jahrelange parteipolitische Basisarbeit oder etwa der persönliche Aufstieg zum Medienmogul notwendig ist, um die individuelle Wirkung zu potenzieren. Mit den interaktiven Vernetzungstechnologien ist ein Instrument entstanden, das wie ein immer währendes Versprechen auf wirksame Beteiligung wirkt. Versuchen Sie in Zeiten des Internets einmal glaubwürdig zu vertreten, dass Partizipation eine schwierige Übung ist. Wenn ein Wunsch auf Partizipation vorgetragen wird, können Sie zwar auf mangelnde Kompetenz verweisen, aber Sie können den Wunsch nicht mehr mit der Drohung eines mühseligen „Wie?“ zum Schweigen bringen. Mit der Erwartung an das Internet, dass jeder Schmetterling

Früher suchten sich Handlungsmotive mühsam ein Netzwerk, heute ist es fast so, als ob das Netzwerk gierig nach geeigneten Handlungsmotiven sucht.

einen Sturm entfachen kann, ist Partizipation zum fast selbstverständlichen Anspruch und tiefen Bedürfnis geworden. Ein Politiksystem, das sich dieser Änderung langfristig verweigert, frustriert die Menschen. Ist das Politiksystem eine Diktatur, dann steigt die Wahrscheinlichkeit für aggressiven Widerstand, ist es eine Demokratie, die das Versprechen auf Beteiligung als genetischen Kern in sich trägt, dann steigt das Risiko einer schleichenden inneren Abkehr.

Reboot_D: Manchmal bahnt sich der Wille zur politischen Partizipation im Netz bereits überraschend machtvoll an.

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

Peter Kruse: Ja, wie zum Beispiel bei Franziska Heine und ihrer E-Petition, die überraschend 134.015 Unterstützer mobilisierte, oder wie im Falle der Piraten-Partei, die durch die Macht des Netzwerkes in das Wahlbarometer von *Xing* aufgenommen wurde. Es hatten einfach viele tausend Nutzer die Kategorie „Sonstige“ in kürzester Zeit auf eine Prognose von über 90 Prozent getrieben. *Xing* hat dann eingelenkt und die Piraten-Partei als einzige „kleine“ Partei ins Barometer aufgenommen. Legendär fand ich in diesem Zusammenhang auch die Wirkung des Slogans: „Die Kanzlerin kommt ... und alle so: *Yeaahh.*“ Die Macht der Netzwerke ist groß, wenn ein

Die Macht der Netzwerke ist groß, wenn ein Motiv die Teilnehmer in Schwingung versetzt. Die eigentliche Revolution ist nicht die Erhöhung der technischen Vernetzungsdichte, sondern die enorme Bereitschaft der Menschen, sich aktiv einzubringen.

Motiv die Teilnehmer in Schwingung versetzt. Die eigentliche Revolution ist nicht die Erhöhung der technischen Vernetzungsdichte, sondern die enorme Bereitschaft der Menschen, sich aktiv einzubringen. Die sozialen Netze im WorldWideWeb werden die Gesellschaft mehr verändern als das Internet als technisches System vermuten ließ. Vernetzungsdichte und Spontanaktivität bilden erst zusammen einen gewaltigen Resonanzkörper: Es entsteht eine Revolution 2.0.

Reboot_D: Wie rege ich diesen Resonanzkörper an? Wie finde ich die Themen oder Motive, die zur Aufschaukelung führen? Einen Hype zu erzeugen, ist doch relativ *easy* ...

Peter Kruse: Das ist gar nicht *easy* – oder nur, wenn man in die unterste Schublade menschlicher Bedürfnislagen greift. Dass „One night in Paris“, der Blog von „Horst Schlemmer“ oder die virale Kampagne um den „Terroranschlag von Bluewater“ funktioniert haben, ist nicht überraschend. Bei Sex, Blödeln und Gewalt ist es eher einfach, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Bei ernsteren Anliegen oder komplexeren Motivlagen wird es deutlich schwieriger, die Menschen dazu zu bewegen, sich aktiv zu beteiligen. In den Netzen verlagert sich die

Macht radikal vom Anbieter auf den Nachfrager. Der eigentlich interessante Zauberstab im Netzwerk ist nicht Werbedruck oder hohe Präsenz wie in den alten Medien. Das Internet erzeugt seine Stars und seine Moden weit weniger über Werbeetats oder trickreiche Manipulation als die PR-Berater und Werbeprofis einen glauben machen wollen. Was nachhaltig bedeutungsvoll wird und was nicht, entscheidet immer mehr die Resonanzbereitschaft der Nachfrager und immer weniger die Absicht der Anbieter. Im Internet gilt radikal, dass man nachhaltige Attraktivität weder kaufen noch erzwingen kann.

Ich glaube, die Parteien in Deutschland haben das im letzten Bundestagswahlkampf schmerzlich lernen müssen. Natürlich kann man sich als Partei einen *Digital Native* in den Beirat holen oder „ganz professionelle virale Videos“ produzieren lassen. Wenn es aber nicht gelingt, reale Resonanzpunkte zu treffen, ist alles umsonst und die Wirkung im Netz eher „tote Hose“. Es können ja nicht alle ihre Dekolletees als Ankerreiz zu Märkten tragen, sexuelle Vorlieben in die Waagschale werfen oder Sprüche klopfen wie Dieter Bohlen. Bei Themen, die in der Maslowschen Bedürfnispyramide im etwas anspruchsvolleren Bereich verankert sind, ist viel Einfühlungsvermögen gefragt: Was bewegt die Menschen im Netz wirklich? Wie viel Transparenz bin ich bereit zuzulassen und wie viel Mut zum Risiko bringe ich auf? Bei bedeutungsvolleren Motivlagen kann man Resonanz erhoffen, aber nicht erzwingen.

Reboot_D: Ich denke doch. Ich kann mir schon Meinungsbildner zu einem Thema suchen, die dann eben Multiplikatoren im Netz sind. So kann ich eine Nachricht sehr gut, sehr schnell und breit streuen.

Peter Kruse: Ja, aber wenn man diesen Multiplikatoren wiederholt Botschaften schickt, die nicht resonanzfähig sind, oder wenn man sie einfach für eigene Interessen missbraucht ...

Reboot_D: ... dann machen die nicht mehr mit ...

Peter Kruse: ... wenn sie klug sind. Man ist im Netz nur solange ein Multiplikator, wie die eigene Anziehungskraft hoch bleibt. Knoten, die das Netz missbrauchen oder ihren Missbrauch zulassen, werden kaum lange ungeschoren davonkommen. Ob die Teilnehmer im Netz einen Knoten zum Multiplikator machen, indem sie sich dauerhaft mit ihm verbinden – wie über RSS-Feed und als Twitter-Follower – oder nicht, ist halt einfach wieder

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

eine Frage der Resonanzfähigkeit der Angebote. Man kann den Status eines verbindungsstarken Knotens – eines Hubs – ebenso schnell wieder loswerden, wie man ihn bekommen hat. Wer im Netz nicht mehr attraktiv ist, der ist ganz schnell allein. Zusätzlich glaube ich, dass die Menschen in den Netzen in der Auswahl ihrer aufgebauten Verbindungen anspruchsvoller und irgendwie reifer agieren. Die Tendenz zu trivialen Hypes scheint zurückzugehen. Sinnstiftende Themen gewinnen an Bedeutung. Die Motivationslagen, die zu Aufschaukelungseffekten führen, werden komplexer. Ich hoffe allerdings, dass diese Einschätzung nicht nur das Wunschdenken eines in die Jahre gekommenen Bildungsbürgers ist, der seine Lebenszeit nicht mehr mit Schwachsinn à la *Bluewater* vergeuden möchte. Ich hoffe, dass der Missbrauch der wertvollen Aufschaukelungsfähigkeit im Internet aufhört und die Netzgemeinde weniger auf die trivialen Verführungen manipulierender Kommunikationsexperten hereinfällt. Man muss ja nicht jeden Köder fressen, nur weil er einen intensiven Geruch verbreitet. Trivialitäten sind mal ganz witzig, in Summe sind sie einfach nur ärgerlich ...

Reboot_D: ... aber auch kurzfristig in ihrer Wirkung?

Peter Kruse: Ja, Gott sei Dank! Das geht meist genauso heftig runter wie es hinaufgegangen ist. Sinnlose Hypes denunzieren sich über ihre Halbwertszeit. Wenn man in Netzwerken langfristig erfolgreich sein will, braucht es dann letztlich doch mehr Substanz. Interessant finde ich in diesem Zusammenhang das Phänomen, dass bei *Twitter* einige Menschen eine relativ hohe Zahl von *Followern* haben, obwohl sie im Vergleich nur relativ wenige *Tweets* absetzen. Es scheint sich da ein qualitatives Plateau in der Statistik zu bilden. Manche Twitterer erzeugen Resonanz, ohne in Masse gehen zu müssen.

Reboot_D: Wie komme ich aber an Themen, die resonanzfähig sind?

Peter Kruse: Ich denke, das Wichtigste ist, dass man selbst ein Teil der Dynamik – also ganz dicht an den Themendrifts der Netzwerke ist und bleibt. Nur wer sich in einer Kultur bewegt, gewinnt ein Gefühl dafür, wo sich die Kultur hin entwickelt. Wie weit müssen sich beispielsweise die Strategien von *Jack Wolfskin* von der Kultur der Netze entfernt haben, um auf die Idee zu verfallen, einfache Bastler für die grafische Verwendung ihres Tierpfotensignets mit Abmahnungen von bis zu tausend

Euro Strafandrohung zu überziehen. Das war doch klar, dass ein solches Vorgehen zu sich schnell formierendem Widerstand und zu heftigen Solidarisierungseffekten führt. Die Netzkultur liebt die Freiheit der Verwendung

Die Tendenz zu trivialen Hypes scheint zurückzugehen. Sinnstiftende Themen gewinnen an Bedeutung. Die Motivationslagen, die zu Aufschaukelungseffekten führen, werden komplexer.

von geistigem Eigentum. Da man bereit ist, viel zu geben, möchte man auch bei der Nutzung von Dingen nicht kleinkariert oder aus purem „Recht haben“ eingeschränkt werden. Die Freiheit beim Zugang zu Informationen und bei der Verwendung von Information ist ein zentraler Wert in der Netzkultur: „Zensursula“ kann ein Lied davon singen.

Wenn man sich ständig in den Netzwerken bewegt, gewinnt man eine ganz gute Intuition für die Dos und Don'ts sowie für die aufkommenden Themen und Trends. Genial wäre es natürlich, wenn es so etwas wie ein EEG für das Internet gäbe. Man legt ein paar Elektroden an und beobachtet, wohin sich das System entwickelt. Mit einer entsprechenden Erhebungsmethode würde persönliche Intuition abgelöst durch ein direktes Verstehen der sich bildenden Ordnungsmuster.

Erste Ansätze wie Google-Trends oder wie die regionalisierte Schätzung von Stimmungslagen über das Auszählen der Verwendungshäufigkeit emotionaler Basisbegriffe gibt es ja bereits. Differenziertere automatische oder halbautomatische Analysen scheitern noch an der schier Informationsmenge und am Problem der Semantik. Das Internet-EEG ist reine Zukunftsmusik. Es gibt noch keine Netzapplikation, die einem die Mühe abnimmt, intensiv hineinzuhorchen, oder mit der man das Risiko der Wirkungslosigkeit im Netz zuverlässig verringern kann. Dabei sein ist alles.

Reboot_D: Und was heißt das jetzt übertragen auf unser Thema Politik? Betrachtet man im Rückblick den Online-Wahlkampf, so muss man quer durch alle Parteien feststellen, dass sie über das Senden von Informationen nicht hinausgekommen sind. Sie haben nur hin und

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

wieder etwas von Obama geklaut oder besser gesagt, blind übernommen.

Peter Kruse: Richtig. Die Politik ist mehr oder weniger bei der Frage nach dem „Wie?“, also auf der Stufe der Faszination der technischen Machbarkeit, stehen geblieben. Mit Ausnahme der Piraten-Partei, für die es ein Heimspiel war, ist es so gut wie keiner Partei gelungen, nennenswerte Mobilisierungseffekte über das Internet zu erreichen. Man denke nur an die jämmerliche Imitation des Obama-Nichtwähler-Videos bei *n-tv*. Im Obama-Video wurde man als der Nichtwähler geoutet, der es zu verantworten hat, dass die ungeliebte Ära von George W. Bush noch um einige Jahre verlängert wird. Da kommt schon mal emotionale Betroffenheit auf. Entsprechend wurde die personalisierte Flash-Animation in wenigen Tagen viele Millionen Mal versandt und hatte sicherlich einen echten Beitrag zur Erhöhung der Wahlbeteiligung. Im Remake von *n-tv* wird man dagegen als einzelner Wähler dafür verantwortlich gemacht, das Guido Westerwelle Kanzler geworden ist. Wie lahm ist das denn? Wie soll eine völlig unrealistische und daher resonanzfreie Aussage überhaupt irgendeinen Mobilisierungseffekt erzeugen? Thema verfehlt! Es geht nicht um eine gut gemachte Form, sondern um einen resonanzfähigen Inhalt. Im Netz definiert sich die Wirkung eben über den Nachfrager.

 Im Zusammenhang mit politischer Partizipation kann das Internet einen hervorragenden Beitrag liefern, wenn es darum geht zu bestimmen, was zum Gegenstand politischen Handelns gemacht wird.

Reboot_D: Aber bedeutet das nicht, dass die Parteien eigentlich die Themenhoheit an die WählerInnen abtreten müssten? Das wird ihnen aber gar nicht gefallen, sie müssten dann in der Tat rebooten.

Peter Kruse: Aus der Perspektive der Netzwerke betrachtet verlagert sich das gesellschaftliche Agenda-Setting tatsächlich tendenziell mehr von den Parteien weg. Ob das von den Parteien positiv oder negativ gesehen wird, hängt von der jeweiligen Aufgaben- und Rollende-

finition ab. Halten sich die Politiker für die Experten, die bestimmen, was wichtig ist und was nicht, dann werden sie versuchen, die Themenhoheit zu behalten. Legen sie den Schwerpunkt ihrer Definition von Professionalität dagegen auf den Bereich der operativen Gestaltung gesellschaftlicher Rahmenbedingungen, dann sind die Netze eher eine Entlastung als ein Angriff. Im Zusammenhang mit politischer Partizipation kann das Internet einen hervorragenden Beitrag liefern, wenn es darum geht zu bestimmen, was zum Gegenstand politischen Handelns gemacht wird. Über das Internet eine direkte Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen zu organisieren, erscheint dagegen auf dem jetzigen Stand eher gewagt. Partizipation ist immer verbunden mit dem Erzeugen von Erwartungshaltungen. Richtet sich die Erwartungshaltung auf das reine Agenda-Setting, dann entspricht das heute schon den realen Möglichkeiten der Netzwerke. Richtet sich die Erwartungshaltung auf die ernsthafte Beteiligung an Entscheidungsprozessen, ist die Enttäuschung vorprogrammiert.

Die Parteien sollten – genau wie auch Unternehmen – lernen, klar zwischen den Vorteilen vertikal hierarchischer Führungsmodelle und den Vorteilen horizontaler Netzwerkstrukturen zu unterscheiden. Die kollektive Intelligenz der Netze ist besser, wenn es um kreative Suchprozesse geht. Hierarchie ist dagegen eindeutig stärker, wenn es um die Übernahme von Verantwortung und die Umsetzung von Entscheidungen geht. Netzwerke sind gut in der Phase der Invention. Hierarchien sind gut in der Phase der Innovation. Sobald eine Idee in die Umsetzung geht, braucht man einen stabil funktionierenden Apparat, der in der Lage ist, die Effizienz von Prozessen zu garantieren. Das Parteiensystem und die Institutionen der repräsentativen Demokratie sind in einer komplexen Gesellschaft sicherlich unverzichtbar. Ergänzt durch eine intensiviertere Partizipation der Bürger an der Ideenfindung und der Auswahl der Themenprioritäten dürfte die Leistungsfähigkeit noch deutlich zu steigern sein. Partizipation ist nicht gleich Basisdemokratie. Aber Partizipation bedeutet immer Abgabe von Macht, besonders dann, wenn die Partizipation über das Internet organisiert wird. Da muss sich auch noch der letzte Parteifunktionär klar machen, dass nicht mehr der Anbieter, sondern der Nachfrager bestimmt, was auf der Tagesordnung steht.

Reboot_D: Brauchen wir dann aber nicht auch einen neuen Typus von Politiker?

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

Peter Kruse: Unterstellt man das skizzierte Szenario eines intensivierten politischen Diskurses im Internet, dann ist das wohl der Fall. Der volksnahe Bierzeltpolitiker büßt im Internet ebenso an Wirkung ein, wie der mit allen Wassern gewaschene Medienprofi. Im Internet zählen – wie erwähnt – in erster Linie Glaubwürdigkeit und das Erspüren resonanzfähiger Themen. In einem solchen Umfeld ist ein Kurt Beck ebenso seiner Mittel beraubt wie ein Karl-Theodor zu Guttenberg. Mit dem Eindringen der Netzwerke in die Hoheitsgewässer der traditionellen Massenmedien über Bürgerjournalismus und Blogging ändert sich die Definition von Medienkompetenz grundlegend. Ein ehrlicher und gradlinig auftretender Peer Steinbrück kann da durchaus mehr Mobilisierungskraft entfalten als ein smarterer Talkshowstar.

Mit dem Eindringen der Netzwerke in die Hoheitsgewässer der traditionellen Massenmedien über Bürgerjournalismus und Blogging ändert sich die Definition von Medienkompetenz grundlegend.

Reboot_D: Wie sollte dann eigentlich eine Partei oder ein politisches System mit der Netzwelt interagieren? Nehmen wir mal den Mitgliederchwund bei der SPD als Beispiel.

Peter Kruse: Meiner Meinung nach hat das, was gerade mit der SPD passiert, etwas mit der Ausdifferenzierung der Resonanzlandschaften in der Gesellschaft zu tun. Mit der Abspaltung der Linken ist das eigentlich längst nicht mehr funktionierende Flügel- und Lagerdenken noch einmal auferstanden. Oskar Lafontaine hat für sich das Richtige und für die SPD das Falsche gemacht. Er hat noch einmal das Gefühl wiederbelebt, man könne sich als Wähler auf der Basis einfacher Rahmendaten einer Partei zuordnen: Mindestlohn, Harz IV, „Benachteiligte dieser Gesellschaft bitte links raustreten“. Das generelle Abschmelzen von Stammwählerschaften spricht eine deutlich andere Sprache. Aber der Geist der Vergangenheit setzt die SPD stark unter Druck und ermöglicht es der CDU, themenspezifisch – wie in der Familienpolitik – eigentlich sozialdemokratische Positionen zu beziehen, ohne Gefahr zu laufen, dass dies als Abkehr von der

Mitte interpretiert wird. Mit einer wachsenden Relevanz der Netzwerke auf der politischen Bühne, wie sie für die nächste Bundestagswahl mit ziemlicher Sicherheit zu erwarten ist, kann davon ausgegangen werden, dass das alte Flügel- und Lagerdenken – vielleicht nicht in den politischen Kreisen, mit Sicherheit aber in der Gesellschaft – noch weiter an Relevanz verliert. Die resonanzfähigen Wertelandschaften werden deutlich komplexer, als das Schema „Rechts, Links, Mitte“ suggeriert. Polarisierung ist genauso wenig eine Strategie für nachhaltigen Erfolg wie das taktische Vermeiden jeglicher Auseinandersetzung.

Vor der letzten Bundestagswahl haben wir zwei Studien im politischen Kontext durchgeführt. Es zeigte sich, dass die großen Parteien im Kopf des Wählers nahezu keinen Unterschied mehr machen. Differenzierungspotenzial sahen die Befragten dagegen besonders im Themenfeld der Partizipation, das bislang von keiner Partei mit Ausnahme der Piraten-Partei besetzt wird. Partizipation ist für die Politik, was die Ökologie für die Automobilhersteller war: eine einzigartige Chance sich zu unterscheiden und Stellung zu beziehen. Nur, wenn eine Partei versucht, dieses Feld zu besetzen, sollte sie sich darüber im Klaren sein, welchen Eingriff dies auch in die etablierten innerparteilichen Machtstrukturen bedeutet. Halbschwanger geht nicht. Es ist davon auszugehen, dass die Art und Weise, wie politische Prozesse von einer Partei organisiert werden, sogar mehr Bedeutung für die langfristige Profilbildung bekommt als die inhaltliche Ausrichtung über Parteiprogramme.

Reboot_D: Ist die aktuelle Farbenlehre in der Parteienlandschaft dann überhaupt noch sinnvoll?

Peter Kruse: Wählerloyalität im Farbenspektrum ist ein bereits seit langem sinkender Stern. Und kann man heute überhaupt noch im Doppelblindversuch eindeutig eine inhaltliche Aussage einer Partei zuordnen? Das wäre eine interessante Aufgabe für „Wetten, dass ...“: Ich kann jede beliebige Aussage aus einem Parteiprogramm richtig der entsprechenden Partei zuordnen. Wer auch immer als Prominenter einen Wetteinsatz hierfür definiert, sollte sich gut überlegen, ob er die Wette wirklich für realistisch hält. Dass Personen in den Wahlkämpfen immer wichtiger geworden sind, ist doch direkt nachzuvollziehen. Wenn ich die Programme nicht mehr unterscheiden kann, bleiben ja nur noch persönliche Eigenheiten. Diese Unterscheidungsfähigkeit trainieren wir ja schon im Säuglingsalter. Es ist ein weiterer

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard



Weg, die Entwicklung umzukehren und auf der nächsten Komplexitätsstufe auch den inhaltlichen Wiedererkennungswert von Parteien neu zu schärfen. Es ist meine tiefe Überzeugung, dass dies möglich ist und dass das Internet dabei eine nicht geringe Rolle spielen wird. Die Ausrichtung auf Personen und deren massenmediale Präsenz hat zwischen Parteien und Wählern zu einer sich selbst beschleunigenden Abwärtsspirale der politischen Kultur geführt. Inhalte haben soweit an Bedeutung verloren, dass einem Kleid zur Festspieleröffnung mehr Aufmerksamkeit zuteil wird als einer sachlich geführten Auseinandersetzung. Noch einmal können wir uns in Deutschland bei einer Bundestagswahl einen Rückgang der Wahlbeteiligung nicht leisten, ohne das Konzept der repräsentativen Demokratie der Lächerlichkeit preiszugeben.

Reboot_D: Erhöhung der Wahlbeteiligung über Partizipation als ein zentrales Ziel für die nächsten vier Jahre?

Peter Kruse: Ja. Aber es wird ein hartes Stück Arbeit und ich bin nicht sicher, ob die Politik dem Braten der Partizipation überhaupt traut. Manchmal habe ich den Eindruck, man unterstellt lieber allgemeine Politikverdrossenheit als sich dem Risiko einer ehrlichen und taktisch nicht kalkulierbaren Auseinandersetzung zu stellen – sowohl bei der parteiinternen Kommunikation als auch in Richtung Öffentlichkeit. Der Tweet von Max Winde „Ihr werdet euch noch wünschen, wir wären politikverdrossen“ war da genau der richtige Wake-up-Call vonseiten der Netzgemeinschaft. Aber es wäre zu einfach, das ganze Problem auf den politischen Parteien abzuladen. Für die politische Kultur sind alle Stakeholder verantwortlich. Die repräsentative Demokratie braucht

insgesamt immer wieder eine lebendige Erneuerung ihrer Legitimation. Sich einfach historisch zum Gewinner zu erklären ist für die Demokratie genau so unzureichend wie für die soziale Marktwirtschaft. Die Finanzkrise hat viele Selbstverständlichkeiten erschüttert und die Schockwellen betreffen nicht nur das Wirtschaftssystem.

Reboot_D: Oswald Metzger ist in jungen Jahren in die SPD eingetreten, war dann nach einer längeren Parteilücke über lange Jahre bei den Grünen und ist heute bei der CDU. Was er letztendlich sagt, ist, dass seine Werte, für die er einsteht, sich nicht geändert haben, er hat lediglich immer wieder ein neues Zuhause für deren Umsetzung gefunden.

Peter Kruse: Für eine einzelne Person ist es recht einfach, ein Wertespektrum über viele Veränderungen hinweg konstant zu halten. Dafür sorgt schon das limbische System – der Lordsiegelbewahrer des Gehirns. Viel schwieriger wird diese „Konstanz im Wandel“ für eine demokratische Organisation. In demokratischen Organisationen kann das Wertesystem nur über Diskurs entwickelt und aufrechterhalten werden. Eine „Ex-cathedra“-Stabilisierung widerspricht demokratischen Prinzipien und ein einmal aufgeschriebenes Leitbild nutzt wenig. Die Parteien müssten sich halt immer wieder auf den schmerzhaften Weg einer inneren Erneuerung durch offene Auseinandersetzung und ehrliche Suche nach der eigenen Identität machen.

Reboot_D: Wenn man Probleme thematisiert angeht und in Netzwerken resonanzfähige Themen anspricht, dann ist das unabhängig von irgendeinem Wahlturnus.

Peter Kruse: In einer Welt, die so schnellen Veränderungen unterliegt, kann eine Partei zur Wahl ja nicht mit hinreichender Seriosität festlegen, welche thematischen Schwerpunkte sie in den nächsten Jahren setzen will. Ereignisse wie 9/11 oder die Finanzkrise sind nicht vorhersagbar und stellen alles auf den Kopf. Aber man kann natürlich dem Wähler nahebringen, mit welchen Grundeinstellungen und welchen Vorgehensweisen man aufkommende Probleme angehen wird. Wenn die Politik die Menschen stärker an der Themenfindung und den Denkprozessen der Entscheidungsfindung beteiligt, dann wird es wahrscheinlich wieder akzeptabler sein, alle vier Jahre einer Partei seine Stimme geben zu können, die zwar eine einklagbare Grundhaltung vertritt, die Zukunft aber auch nicht vorhersagen kann. Dann

Rechts, Links, Mitte – raus! Vom politischen Wagnis der Partizipation

Peter Kruse, Ulrike Reinhard

hört vielleicht endlich die Litanei vom angeblichen Wahlbetrug auf. Mehr Partizipation ist meiner Ansicht nach ein unverzichtbarer Schritt, um aus der nicht mehr zu übersehenden Krise der Demokratie herauszukommen. Dass den Netzwerken, die die neuen Kommunikationsmedien zur Verfügung stellen, in diesem Zusammenhang eine schwer zu überschätzende Bedeutung

Ohne einen reifen Umgang der Netzgemeinde mit dem Missbrauchspotenzial ist Politik im Netz ein Spiel mit dem Feuer. Beteiligung bedeutet immer Übernahme von Verantwortung.

zukommt, liegt auf der Hand. Aber die Erfahrungen, die derzeit in den USA gemacht werden, zeigen unmissverständlich, dass das „Wie?“ der Partizipation deutlich einfacher zu klären ist als das „Warum?“ der dahinterstehenden Handlungsmotive.

Ebenso wie die Politik brauchen auch die Bürger Zeit und Gelegenheit, den Umgang mit den neuen Möglichkeiten der Partizipation über die Netzwerke zu lernen. Die hitzige Gesundheitsdebatte in den USA hat wohl selbst den experimentierfreudigen Barack Obama überrascht und dürfte die Politiker hierzulande nicht gerade mutiger gemacht haben. Unsinnige Gerüchte demagogisch über die Netzwerke zu stimulieren oder heikle Informationen, wie die Ergebnisse einer Wahl, eines Abkommens oder die Kenntnisse von Terrorbekämpfung naiv in die Welt zu twittern, sind sich real bietende Möglichkeiten. Ohne einen reifen Umgang der Netzgemeinde mit dem Missbrauchspotenzial ist Politik im Netz ein Spiel mit dem Feuer. Beteiligung bedeutet immer Übernahme von Verantwortung. Den Versuch einer Intensivierung von Partizipation über die Netze aber deshalb erst gar nicht zu wagen, wäre unverantwortlich. Das Dilemma ist nur zu lösen, wenn sich alle Stakeholder der Demokratie dem Risiko des gemeinsamen Lernweges stellen. Was passiert, wenn wir es wagen? Aber: Was passiert eigentlich, wenn wir es nicht wagen?

Reboot_D: Tja, damit wären wir dann wieder beim Bildungssystem.

Peter Kruse: Wieso nur beim Bildungssystem? Kindergarten, Schule oder Universität sind zwar wichtige Trainingscamps der Demokratie, aber kaum der zentrale Schlüssel zur Entwicklung. Das Problem der repräsentativen Demokratie ist die institutionelle Professionalisierung politischen Handelns. Politik ist doch nicht Aufgabe der Politiker und Bildung ist doch nicht Aufgabe des Bildungswesens. Bildung lässt sich genauso wenig wegdelegieren wie Politik. Wo sind die politische Neugier, die Aufbruchstimmung und der Gestaltungsdrang der 68er-Periode geblieben? Die Philosophie der Maximierung von Effizienz und der Individualisierung von Erfolg, die die letzten Jahrzehnte dominierte, hat dazu geführt, dass sich die Experimentierfreude und Identifikation der Bürger vom öffentlichen Bereich immer mehr ins Private zurückgezogen hat. Es ist an der Zeit, gezielt und bewusst die Risiken einzugehen, die notwendig sind, um das Interesse an politischer Verantwortungsübernahme wieder zu steigern. Eine Erhöhung der Partizipation ist ohne Alternative, und die Netzwerke bieten ein fantastisches „Wie?“ für das mächtige „Warum?“. Es nicht wenigstens ernsthaft zu versuchen, wäre ein historischer Fehler.

Das Interview führte Ulrike Reinhard.

Zum Autor

Prof. Dr. Peter Kruse ist geschäftsführender Gesellschafter der nextpractice GmbH und Honorarprofessor für Allgemeine und Organisationspsychologie an der Universität Bremen. Sein Fokus liegt auf der Entwicklung von neuen Ansätzen zur Förderung und Nutzung kollektiver Intelligenz und zur Professionalisierung von Unternehmertum im Zeichen eines stabilisierenden Kulturaufbaus. <http://www.nextpractice.de/>

Quelle: Heuermann, Hendrik; Reinhard, Ulrike (Hg.): Reboot_D. Digitale Demokratie. Alles auf Anfang! S. 44-59. whois Verlags- und Vertriebsgesellschaft Ulrike Reinhard, Neckarhausen. <http://www.reboot-d.de/doku.php>

© Ulrike Reinhard

„Reboot_D – Digitale Demokratie. Alles auf Anfang“ wurde unter der Creative Commons Lizenz

<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/> veröffentlicht.

Beitrag (leicht gekürzt) veröffentlicht auf www.mediamanual.at am 16. September 2010