

# Neue Kanäle nutzen

von Jan Schmidt

**Die Nutzung so genannter Social Software nimmt zu. Die Bedürfnisse vieler Anwender nach Austausch und Orientierung fokussieren sich dabei auf den lokalen Nahraum. Auch im kommunalen Bereich ergeben sich daher eine Reihe von Einsatzmöglichkeiten.**

In den vergangenen Monaten hat auch im deutschsprachigen Raum die Nutzung von Social Software stark zugenommen. Unter diesen Oberbegriff fallen verschiedene internetbasierte Anwendungen und Werkzeuge, darunter beispielsweise Weblogs, Podcasts, Wikis, kollektive Verschlagwortungssysteme oder Networking-Plattformen. Sie erleichtern es dem einzelnen Nutzer, eigene Erlebnisse, Meinungen, fachliche oder persönliche Interessen im World Wide Web zu präsentieren und darüber mit anderen Menschen in Kontakt zu treten. Zudem eröffnen sie neue Möglichkeiten, sich in der Informationsfülle des Internet zu orientieren und individuell relevante Quellen zu verfolgen. Ihre wachsende Bekanntheit ist eng mit dem Schlagwort des Web 2.0 verbunden, worunter eine neue Entwicklungsstufe des Internet verstanden wird, in der dem aktiven Internet-Nutzer eine größere Rolle beim Erstellen, kollaborativen Bearbeiten, „Remixen“ und Teilen von Inhalten zukommt.

Eine aktuelle Studie der SWR-Mediaforschung und des Marktforschungsinstituts Result ergab, dass etwa 20 Prozent der deutschen Onliner, die wiederum etwa 60 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachen, bereits Angebote des Web 2.0 nutzen. Nachdem die ur-

sprüngliche Verbreitung vor allem von stark technikaffinen Early Adopters getrieben wurde, haben inzwischen immer mehr gesellschaftliche Gruppen, Unternehmen und Organisationen an dieser Entwicklung teil. Obwohl das Internet prinzipiell Kommunikation, Transaktion und



Web 2.0: Kommunen im Dialog.

Interaktion über beliebige räumliche Distanzen zulässt, beziehen sich doch viele Nutzungsbedürfnisse auf den lokalen Nahraum, da Menschen an Austausch und Orientierung in ihrem alltäglichen Umfeld interessiert sind. Auch im kommunalen Bereich ergeben sich daher eine Reihe von Einsatzmöglichkeiten für Social Software, die im Folgenden anhand von verschiedenen Beispielen vorgestellt werden. Dabei wird sich

zeigen, dass ganz unterschiedliche Akteursgruppen die neuen Kanäle nutzen, um die jeweils für sie relevanten Informationen zu publizieren und darüber Beziehungen zu Bürgern zu pflegen.

Zunächst sind in diesem Zusammenhang die Online-Auftritte von öffentlichen Einrichtungen zu nennen. Das Abschlusskommuniqué der internationalen Konferenz Advancing E-Government, die Ende Februar in Berlin stattfand, enthielt auch folgende Handlungsempfehlung an die öffentliche Verwaltung: „Prüfung neuer Wege zur Erleichterung des Dialogs mit Bürgern und Gruppen mithilfe der aufkommenden fortschrittlichen Instrumente (zum Beispiel Web 2.0).“ Verschiedene Kommunen haben dies bereits in die Tat umgesetzt und Social-Software-Anwendungen in ihre offiziellen Internet-Auftritte integriert, um die Außendarstellung und den Dialog mit interessierten Bürgern zu unterstützen. Beispielsweise stellt die Stadt Erlangen die Inhalte ihrer Website auch als RSS-Feeds zur Verfügung und publiziert einen Podcast mit aktuellen Nachrichten und Ankündigungen. Nutzer können diese abonnieren und werden bei Vorliegen von neuen Beiträgen automatisch benachrichtigt, wodurch das regelmäßige und zeitaufwändige Absurfen von Web-Seiten entfällt.

Aber auch kleinere Kommunen gehen innovative Wege, um ihre Internet-Auftritte aufzuwerten. Schiltach im Schwarzwald, eine Stadt mit 4.000 Einwohnern, hat zum Beispiel ein Wiki eingerichtet, in dem Bürger heimatkundliche Artikel und Fotos anlegen und gemeinsam mit anderen Nutzern bearbeiten können. Zudem sind auf der städtischen Webiste Fotos, Videobeiträge und Podcasts zur Stadtgeschichte abrufbar, die von Bürgern bereitgestellt werden. Für ihr Online-Angebot wurde Schiltach mit dem Preis InternetDorf 2007 ausgezeichnet, mit dem das Land Baden-Württemberg jährlich innovative kommunale Websites prämiiert.

Im gleichen Wettbewerb gewann die Gemeinde Sternenfels (*siehe auch*

*Seite 28*) einen Sonderpreis für die „Beste Online-Community“. Auf der Website der 2.800-Einwohner-Stadt können alle Artikel und Beiträge kommentiert, weiter geschrieben sowie mit frei wählbaren Schlagworten (so genannten Tags) versehen werden. Zusätzlich hat Sternenfels verschiedene externe Angebote in die eigene Website eingebunden – man folgt dadurch dem im Web 2.0 weit verbreiteten Prinzip, Informationen und Inhalte aus unterschiedlichen Quellen zu kombinieren. So ist beispielsweise bei vielen Artikeln, die über kommunale Angebote, Einrichtungen und Vereine informieren, eine Karte von Google Maps eingebunden, die Orientierung bietet. Schon von der Startseite aus sind außerdem Fotos zur Stadt und ihrer Umgebung

erreichbar, die auf der Foto-Community flickr.com bereitgehalten werden, wo sie wiederum andere Nutzer kommentieren oder weiter verlinken können.

Die bislang genannten Angebote betrafen vor allem die Bereitstellung und Weiterverbreitung von aktuellen Informationen, also das Informations-Management. Daneben umfasst Social Software aber auch Dienste für das Beziehungs-Management, das heißt das Abbilden, Pflegen und Erweitern von sozialen Beziehungen. Im Angebot Regiolog.com, das als Wissensportal für die Metropolregion Nürnberg fungiert, sind entsprechende Prinzipien integriert: Neben Weblogs, die Akteure aus verschiedenen technischen Kompetenzbe- ►

reichen, aber auch der Sprecher des Kulturforums und sogar der Erlanger Oberbürgermeister, Siegfried Balleis, führen, steht eine Networking-Plattform zur Verfügung. Auf ihr können registrierte Mitglieder ein Profil anlegen, das Informationen zur Person oder Organisation umfasst. Andere Mitglieder können als Kontakt hinzugefügt werden, wodurch sich soziale Beziehungen abbilden lassen. Allerdings fehlen bislang noch Funktionen, die von anderen einschlägigen Angeboten, wie xing.com, bekannt sind, zum Beispiel dafür die Visualisierung von Beziehungen „über mehrere Ecken“, durch die gemeinsame Kontakte oder Verbindungen zwischen Personen sichtbar würden. Dennoch ist dieses Angebot ein gutes Beispiel, wie Prinzipien aus Social-Software-Anwendungen in den lokalen beziehungsweise regionalen Bereich übertragen werden können, um die Vernetzung und den Aufbau von Sozialkapital zu unterstützen.

Zwar sind die offiziellen Internet-Angebote von Städten und Gemeinden oft erster Anlaufpunkt für Nutzer, wenn es um Neuigkeiten und Informationen aus der Kommune geht. Daneben existieren aber weitere Akteure, die Informationen mit Lokalbezug bereitstellen und helfen, sich im Alltag vor Ort zu orientieren. Besonders hervorzuheben

### Bloggende Bürgermeister?

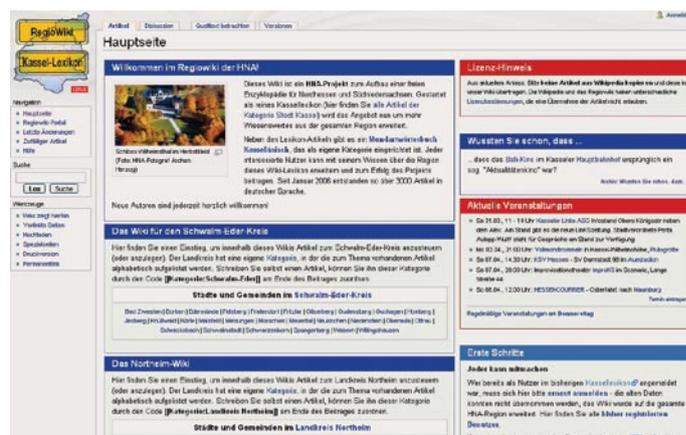
Kommune21 will von Ihnen wissen, welche Rolle Weblogs in Ihrer Kommune spielen. Sind Sie Bürgermeister und führen ein eigenes Weblog? Plant Ihre Stadt oder Gemeinde entsprechende Aktivitäten? Schreiben Sie uns an:

- redaktion@kommune21.de

sind hier sicherlich regionale Medien; auch in diesem Bereich sind inzwischen Elemente und Prinzipien von Social Software angekommen, welche die herkömmliche Berichterstattung ergänzen.

Eine der ersten regionalen Tageszeitungen in Deutschland, die Social Software in ihren Online-Auftritt integrierte, war der Trierische Volksfreund. Neben verschiedenen Weblogs von Redakteuren, in denen Hintergründe zur aktuellen Berichterstattung geschildert werden, existieren inzwischen auch über 250 Leserblogs, die allerdings unterschiedlich häufig aktualisiert werden. Sie bieten eine große Bandbreite von Themen; von persönlichen Erlebnissen und Anekdoten über Berichte eines Angehörigen der Feuerwehr Trier-Land bis hin zu Auseinandersetzungen mit lokalpolitischen Ereignissen oder Diskussionen.

Einen anderen Weg, um Bürger an der Erstellung von öffentlichen Inhalten zu beteiligen, geht die Tageszeitung Hessische/Niedersächsische Allgemeine. Sie hat im Januar 2006 ein Regiowiki eingerichtet, das sich zur freien Enzyklopädie für Nordhessen und Südniedersachsen entwickeln soll. Unter den derzeit fast 8.000 Einträgen, finden sich Einträge zu einzelnen Gemeinden der Region oder zu ansässigen Unternehmen, Vereinen und Organisationen, aber auch ein Mundart-Lexikon, das Worte und Ausdrücke aus dem „Kasselänischen“ erläutert. Ein ähnliches



Kassellexikon: Wissen im Wiki.

Angebot existiert seit einigen Jahren in Karlsruhe; das dortige Stadtwiki umfasst etwa 10.000 Artikel und wird von einem gemeinnützigen Verein betrieben.

Die letzten Beispiele zeigen bereits, dass von Seiten der Bürger durchaus Interesse besteht, ihr Wissen über regionale Themen im Internet bereitzustellen und mit anderen zu teilen. Dieses Bedürfnis wird durch Social Software und hier insbesondere durch Weblogs unterstützt, die es erleichtern, „persönliche Öffentlichkeiten“ zu schaffen: Bürger können sich über das Internet an einen mehr oder weniger großen Personenkreis wenden, der ähnliche Interessen teilt. Neben fachspezifischen Interessen widmen sich viele dieser Angebote auch lokalen Themen; so gaben in einer vom Verfasser 2006 durchgeführten Umfrage unter etwa 1.400 deutschsprachigen Weblog-Nutzern mehr als 40 Prozent der aktiven Autoren an, in ihrem Weblog Artikel über Ereignisse oder Themen aus ihrer Stadt oder Region zu veröffentlichen. Selbst wenn diese Beiträge nicht immer kommunale Belange im engeren Sinn berühren, äußert sich darin doch eine Auseinandersetzung mit dem eigenen nahen Umfeld. Zudem gab etwa ein Sechstel der

Befragten an, zumindest gelegentlich auch lokalpolitische Themen in ihrem Weblog zu behandeln. Hierdurch eröffnen sich neue Möglichkeiten der Meinungsäußerung und Teilhabe an Diskussionen beziehungsweise Entscheidungen, die andere Kanäle und Wege der Bürgerbeteiligung ergänzen können. Einschränkend bleibt allerdings festzuhalten, dass es sich bei der betreffenden Personengruppe hauptsächlich um Menschen handelt, die auch in anderer Form politisch aktiv sind. Die Hoffnung, durch Social Software bislang politikferne Menschen in Entscheidungsprozesse einzubinden, ist zumindest im Moment noch verfrüht.

Ohnehin muss betont werden, dass sich die Institutionalisierung

von Social Software im kommunalen Bereich noch in einem sehr frühen Stadium befindet, sodass bislang kaum gesicherte Erkenntnisse über Erfolgsfaktoren und Hemmnisse ihrer Einbindung in übergreifende Online-Angebote vorliegen. Allerdings ist davon auszugehen, dass mit der weiteren Verbreitung von Weblogs, Wikis, Kontaktplattformen oder anderer einschlägiger Anwendungen auch die Erwartungen von Nutzern steigen, sich aktiv im Internet zu beteiligen und nicht auf Informationen und Inhalte beschränken zu lassen, die von Journalisten oder Online-Redakteuren in Verwaltungen und Organisationen gefiltert werden. Diese Gatekeeper mögen zwar gelegentlich den gestiegenen Wunsch der Bürger, die eigene Meinung einzubringen

und sich mit anderen darüber auszutauschen, als Bedrohung empfinden und sich über die Konkurrenz beklagen, die ihnen „von unten“ erwächst. Letztlich ergänzen sich die alten und neuen Öffentlichkeiten aber mehr, als dass sie sich verdrängen. Kommunale Einrichtungen und Organisationen sollten sich daher mit den aktuellen Entwicklungen im Internet beschäftigen, um mit dem aktiven Nutzer des neuen Netzes in Dialog treten zu können. Dadurch können sie dazu beitragen, ein Gefühl der bürgerschaftlichen Verbundenheit zu stärken.

*Dr. Jan Schmidt ist stellvertretender Leiter der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.*