

TABEA RÖSSNER

**Politik und Öffentlichkeit:
Wie kann gemeinwohldienliche Politik in der modernen
Kommunikationsgesellschaft formuliert werden?**

Sehr geehrte Damen und Herren,

vorab möchte ich mich bei der Gesellschaft für Rechtspolitik für die Einladung ganz herzlich bedanken. Ihre Informationen zu den Bitburger Gesprächen bekomme ich regelmäßig. Die Themenpalette habe ich dabei immer als sehr spannend empfunden. Leider lässt es die Zeit nicht immer zu, dabei zu sein.

Umso mehr freue ich mich, dass es heute geklappt hat. Und dabei war es gut, dass Sie mich so früh eingeladen haben, denn zurzeit findet gerade eine Veranstaltung meiner Bundestagsfraktion statt, die ich aufgrund meiner frühen Zusage nun schwänze.

Daher entschuldigen Sie bitte, dass ich an dem Programm nicht früher teilnehmen konnte und bitte schon einmal vorbeugend um Nachsicht, falls ich den einen oder anderen Aspekt beleuchte, der heute schon mal thematisiert wurde.

Sie haben mich gebeten, zu dem Thema mit dem Titel „Wie kann gemeinwohldienliche Politik in der modernen Kommunikationsgesellschaft formuliert werden?“ zu reden. Eine Frage, die uns politische Akteure, aber auch die Politik im Allgemeinen sehr beschäftigt.

Die Sichtweisen darüber, was denn eine Politik ist, die dem Gemeinwohl dient, unterscheiden sich dabei grundlegend. Wir alle haben unterschiedliche Vorstellungen darüber, was denn gut bzw. gemeinwohldienlich für die Gesellschaft ist. Genau diese unterschiedlichen Auffassungen machen auch unsere Demokratie aus. Die Diskussion über das richtige Ziel, über den richtigen Weg und die notwendigen Maßnahmen, um das Ziel zu erreichen.

Zudem verlangt der Wandel in der Mediennutzung, dass wir uns mit dieser Frage beschäftigen. Viele von uns können sich sicherlich noch an die Zeit erinnern, als es nur drei Medienarten für die Beschaffung von Informationen gab: die Zeitung, das Radio und natürlich das Fernsehen. Mittlerweile repräsentieren diese Medien nur einen Teil der Möglichkeiten, am politischen Leben zu partizipieren.

Durch das Internet und die so genannten „neuen Medien“ – die ja gar nicht mehr so neu sind – werden wir in kürzester Zeit und ständig mit Informationen versorgt. Wir müssen nicht mehr auf die Zeitung am nächsten Tag warten oder auf die Tagesschau am Abend, um zu wissen, was gerade in Berlin, Brüssel oder hier in Mainz geschieht. Außerdem haben wir Zugriff auf zahlreiche Kommentare, Einschätzungen, Blogbeiträge, mit denen wir ebenfalls konfrontiert werden.

Diese Vielfalt an Meinungen und Informationen stellt uns vor Herausforderungen, als Nutzerinnen und Nutzer und als politisch Verantwortliche.

Daher ist es wichtig, sich auch mit der Veränderung bei der Mediennutzung zu beschäftigen, was ich zunächst tun will. Anschließend werde ich auf den Wandel in der politischen Kommunikation bzw. der politischen Kultur eingehen, um dann zu versuchen, eine Antwort auf unsere Frage zu finden. Und ich freue mich, wenn wir anschließend ein wenig Zeit haben, um Fragen zu klären und über meine Gedanken zu diskutieren.

I. Die Informationsgesellschaft

Wie ich es bereits angedeutet habe, hat sich unsere Mediennutzung grundlegend verändert. Medien, die sich aufgrund technischer Fortschritte etablierten, haben nicht andere Formate abgelöst. Sie haben den großen Pool lediglich erweitert. Zahlen der Fachzeitschrift *Media Perspektiven* verdeutlichen dies: Eine Studie aus dem Jahr 2010 zeigt, dass sich etwa ein Viertel der Befragten über alle vier Medien informierten. Noch 2000 lag die Kombination „Fernsehen/Radio/Tageszeitung“ ganz deutlich vorne (mit 52 %), 2005 ebenfalls (32 %), jedoch mit deutlich geringerem Abstand zur Kombination „Fernsehen/Radio/Tageszeitung/Internet“. Wir sehen also, dass sich in dem überschaubaren Zeitraum zwischen 2000 und 2010 das Internet als Informationsquelle deutlich etabliert hat.

Dies zeigt sich auch bei der exklusiven Nutzung eines Mediums. Ein sehr geringer Teil der Befragten, nämlich drei Prozent, gab 2010 bezüglich Information ausschließlich das Internet als Medium an. 2005 waren dies ein Prozent, 2000 unter ein Prozent. Das Internet lag damit 2010 im Ranking der exklusiv genannten Medien vor Fernsehen (gerundet ebenfalls 3 %), Radio (1 %) und Tageszeitung (1 %), wenn es um das Nutzungsmotiv Information ging.¹ Aktuellere Zahlen aus den Folgejahren bestätigen wenige Veränderungen zu den Befunden von 2010.²

Ebenso kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass die vier genannten Medien das Informationsbedürfnis unterschiedlich bedienen. Ich zitiere:

Das Fernsehen behandelt vorrangig ‚We-Themen‘, das heißt, es gibt Überblick und Einordnung zum Tages- und Weltgeschehen und vermittelt nebenbei Bildung und Wissen. (11) Die Tageszeitung bietet zum einen Hintergründe und Vertiefendes zum Tages- und Weltgeschehen, ist zum anderen aber – genau wie das Radio – in hohem Maße ein Übermittler regionaler Informationen mit hoher Relevanz für den Nutzer. Das Internet hingegen bietet besser als die drei anderen Medien spezifische Informationen mit persönlicher Relevanz („Me-

¹ *Media Perspektiven*: Katrin Busemann und Bernhard Engel, Wandel der Mediennutzungsprofile im Zeitalter des Internets. S. 136, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2012_Busemann_Engel.pdf.

² Vgl. *Media Perspektiven* 2010-2012 zu den Themen: Mediennutzung und Position der Massenmedien in Gegenwart und Zukunft.

Themen'). Möglich ist die kurze und knappe Information über tagesaktuelle Themen, aber auch die ausführliche Information über ‚We-Themen‘.³

Die rasante Entwicklung des Internets ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass es im Verhältnis zu den anderen Medien relativ barrierefrei zu nutzen ist. Überall dort, wo es denn verfügbar ist, haben wir, unabhängig von unserem Standort, die Möglichkeit, Informationen aktueller und auch kostenlos zu erhalten.

Wir können also festhalten, dass wir im 21. Jahrhundert unsere Informationen aus einer Nutzung von Fernsehen, Tageszeitung, Radio und Internet beziehen. In der Exklusivnutzung hat sich das Internet in den vergangenen zehn Jahren sehr stark verbreitet. Es ist aber nur ein geringer Teil (3 %), der das Netz ausschließlich nutzt, um sich zu informieren. Ebenso haben wir unterschiedliche Informationsansprüche an die unterschiedlichen Medien.

II. Wandel der politischen Kultur (Das Ende der Hinterzimmerpolitik) Wandel in der politischen Kommunikation (Akteure und Politik generell)

Die Veränderung bei der Mediennutzung, wie auch die Etablierung des Netzes, tragen unmittelbar dazu bei, dass sich die politische Kultur hierzulande, aber auch weltweit, verändert. Es waren Bloggerinnen und Blogger, die maßgeblich zum Arabischen Frühling und dem Sturz der Despoten beigetragen haben. Durch die Möglichkeiten des Netzes wurden Informationen jeder und jedem zugänglich gemacht und Demonstrationen geplant. Oder hätte ich ihnen noch vor 15 Jahren gesagt: „Da wird es irgendwann mal einen Minister aus Bayern geben, der aus dem Amt scheiden wird, weil Aktivisten im Netz ihm nachweisen werden, dass er seine Doktorarbeit in großen Teilen abgeschrieben hat.“ – Sie hätten gedacht, da hat jemand zu viel *George Orwell* gelesen.

Ich denke: Das Netz besitzt das Potenzial, mit dem die Bürgerinnen und Bürger sich ein Stück weit die Meinungshoheit wieder zurückholen können. Und das Potential ist lange nicht ausgeschöpft.

Politische Teilhabe ist daher ein wichtiges Kennzeichen des Internets. Und die Frage, die wir PolitikerInnen uns ständig aufs Neue stellen müssen: Wie können wir *mehr* Teilhabe ermöglichen? Und dem Gefühl von „die da oben“ und „wir da unten“ entgegenwirken?

Dazu eine Beobachtung, wie diese Teilhabe heute aussieht: Ich unterscheide da mal grob zwischen Beteiligung und Agenda Setting. Beteiligungstools gibt es immer mehr. Viele kranken daran, dass sie nicht userfreundlich sind, andere an mangelnder Bekanntheit. Vor allem aber: So lange nicht alle die Chance haben, diese Tools zu nutzen, sei es durch ihre Bildung, Medienkompetenz oder die technischen Möglichkeiten wie

³ Media Perspektiven: *Katrin Busemann* und *Bernhard Engel*, Wandel der Mediennutzungsprofile im Zeitalter des Internets. S. 136, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2012_Busemann_Engel.pdf.

einen Breitbandanschluss, können die Ergebnisse nicht für das Allgemeininteresse stehen.

Zudem sind Beteiligungstools nicht per se demokratischer. Da spielt zum Beispiel der Faktor Zeit eine Rolle. Es gibt Bevölkerungsgruppen, die haben deutlich mehr Zeit zur Verfügung als andere und können sich so auch stärker beteiligen. Daher muss man immer auch diejenigen im Blick haben, die an der politischen Diskussion im Internet nicht teilhaben können oder wollen.

Agenda Setting durch das Netz klappt meiner Wahrnehmung nach besser, da oft die Hürden geringer sind. Konzertierte Aktionen über Plattformen wie *Campact* und *Avaaaz* sorgen für gefüllte Postfächer bei uns Abgeordneten und setzen Themen verstärkt auf die Agenda. Als 2009 der *Brender*-Eklat im Verwaltungsrat des ZDF Furore machte, habe ich mich sehr gefreut, dass *Campact* einem meiner Schwerpunktthemen mehr Aufmerksamkeit bescherte. Allerdings bekam auch ich zahlreiche Mails mit der Aufforderung, mich gegen den staatlichen Einfluss beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk einzusetzen, obwohl ich ja die Initiatorin einer Verfassungsklage zu dieser Geschichte war.

Da sieht man, dass es eben sehr einfach ist, sich an einer Aktion zu beteiligen, ohne sich inhaltlich damit auseinanderzusetzen. Anderer Protest über E-Mails ist aber recht unkoordiniert und beschränkt sich oft auf Massenmails. Im Moment bewegt viele die Frage, ob Sodomie im Tierschutzgesetz verboten werden soll. Derzeitiger Zwischenstand: Alle E-Mail-Schreiber sind für ein Verbot. Gezieltes Kontaktieren ist da aus meiner Sicht wirkungsvoller, macht aber auch mehr Arbeit und schafft weniger Aufmerksamkeit.

Ein super Agenda-Setter ist natürlich ein ordentlicher *Shitstorm*. Wenn auf *Twitter*, *Facebook* oder Blogs eine Sau durchs Dorf getrieben wird, kommt das auch bei uns an. Aber – ich weiß nicht, wie es Ihnen geht – an manchen Tagen verliere ich den Überblick über die Säue.

Man kann das Netz nutzen, um den Protest auf die Straße zu tragen und damit sichtbarer zu machen, bei *Acta* hat das beispielsweise auch hervorragend geklappt. Eine digitale Alternative zu einer Demo ist mir aber noch nicht eingefallen. Beziehungsweise lassen Sie mich eins klar sagen als Demo-Veteranin, die schon mehrfach frierend auf den Castorgleisen saß: Ein „Like!“ ist noch nicht zwingend politischer Protest. Da machen es sich manche zu bequem.

Und wie nutzen nun politische Akteure das Internet, um ihre Initiativen zu verbreiten oder den Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern herzustellen?

Ein Drittel⁴ aller Bundestagsabgeordneten besitzt heutzutage *keinen* Account bei sozialen Netzwerken wie *Facebook*, *Twitter*, *wer-kennt-wen* etc. Natürlich muss man hier auch unterscheiden, wie aktiv jede bzw. jeder Einzelne ist. Eine Studie der Universität St. Gallen kommt zu dem Ergebnis, dass bei allen Abgeordneten die durchschnittliche Aktivität bei den unter 40-Jährigen sprunghaft ansteigt und bei den

⁴ Universität St. Gallen, Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement, Politiker im Netz. Der Social Media Activity Index 2011 des 17. Deutschen Bundestags Zwischenbericht, S. 11, http://isprat.net/fileadmin/downloads/pdfs/ISPRAT_Politiker_im_Netz_Uni_St_Gallen_Zb.pdf.

schnittliche Aktivität bei den unter 40-Jährigen sprunghaft ansteigt und bei den unter 30-Jährigen einen Spitzenwert erreicht. Hingegen unterscheidet sich die Aktivität zwischen den Kohorten über 40 Jahren kaum.⁵

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist also auch vom Alter der Abgeordneten abhängig. Ausnahmen bestätigen bekanntlich die Regel. Lassen Sie mich daher eine Lanze für die über 40-Jährigen brechen: Ich bin bei *Facebook* und *Twitter* aktiv und schreibe dort täglich über meinen politischen Alltag. Werden Sie *Follower*, schicken Sie mir eine Freundschaftseinladung. Ich freue mich.

Die Zahlen zeigen also, dass der politische Betrieb sich an die sozialen Netzwerke gewöhnt hat. Im Prinzip funktionieren *Twitter* und Co. auch so ein bisschen wie eine persönliche Pressestelle. Man hat also über verschiedene Plattformen einen weiteren Verbreitungsweg für seine Botschaften. Das macht aber unsere Pressesprecher noch lange nicht überflüssig. Wie wir ja am Anfang festgestellt haben, beziehen relativ wenige ihre Informationen ausschließlich aus dem Netz.

III. Wie kann gemeinwohldienliche Politik in der modernen Kommunikationsgesellschaft formuliert werden?

Die Schnelligkeit der Informationsverbreitung über das Internet stellt aber die politischen Akteure vor neue Herausforderungen. Dadurch, dass es heutzutage möglich ist, Informationen in kürzester Zeit zu erhalten, wächst gleichzeitig der Druck auf Politikerinnen und Politiker, auch in kürzester Zeit zu reagieren. Das schnelle Informationszeitalter macht uns auch zu Getriebenen. Immer öfter werden Positionierungen veröffentlicht und dann wieder zurückgenommen. Die Zeit zur Recherche und zum Nachdenken fehlt oftmals. Voreilige Schlüsse werden dadurch begünstigt. So werden oft viele unnötige Säue durch die Dörfer getrieben, die Medien stürzen sich drauf, und manchmal hat man den Eindruck, es trägt eher zu Verwirrungen bei. Da müssen wir uns auch an die eigene Nase packen, inwieweit wir diesem Druck nachgeben wollen oder müssen.

Was sagt uns nun das Gesagte auf unsere Ausgangsfrage: „Wie kann gemeinwohldienliche Politik in der modernen Kommunikationsgesellschaft formuliert werden?“

Zunächst einmal müssen wir festhalten, dass die politische Kommunikation für beide Seiten, also sowohl für den Rezipienten wie auch für den politischen Akteur, komplexer geworden ist.

Es braucht also eine gewisse Medienkompetenz, um den Umgang mit Medien zu erlernen. Welche Medien nutze ich wofür? Das ist im 21. Jahrhundert eine wichtige Frage, nicht zuletzt bei der Erziehung von mündigen Bürgerinnen und Bürger. Und wie kann ich die Wahrhaftigkeit oder Richtigkeit der Informationen einschätzen? Welche Interessen stehen möglicherweise hinter dem Lancieren von Informationen? Und wir müssen Informationen und Meinungen unterscheiden können.

⁵ Ebd., S. 13.

IV. Maßnahmen? Beispiele: Informationsfreiheitsgesetz, Enquête-Kommission, Nutzung sozialer Medien, Kommentarfunktion

Die Fülle an Informationen stellt gleichzeitig auch ein Problem in der Wahrnehmung des politischen Akteurs da. Welches Thema soll er aufgreifen? Worauf reagieren? Welche Botschaften will man setzen? Und wie schaffe ich es, dass meine Botschaften auch wahrgenommen werden? Daher steht immer häufiger die Überlegung im Fokus, wie man die Botschaften durch Aktionen begleitet, damit sie eher wahrgenommen werden. Da ist in der Tat Kreativität gefragt. Und der politische Wettbewerb befördert diese Kreativität – ein positiver Effekt.

Das Netz bietet also unbestritten große Vorteile für die politische Kommunikation. Der politische Akteur hat die Möglichkeit, auf Themen aufmerksam zu machen, die nicht immer im Fokus der Medien stehen. Der Rezipient hingegen kann über das Netz die Informationen mit persönlicher Relevanz leichter finden.

Als ich vor einigen Jahren begann, meine Veranstaltungen bei *Facebook* zu bewerben, war ich erstaut, dass Leute hinkamen, die nur über das Netz von Veranstaltungen erfahren hatten. Mittlerweile ist das zum Alltag geworden. Allerdings hat sich das wieder verändert: Wenn ich über *Facebook* oder *Twitter* mit vielen Menschen vernetzt bin, gehen Informationen auch schnell mal unter.

Politik muss fortwährend immer wieder neue Antworten auf die sich stets verändernde Mediennutzung finden.

Wenn wir uns die Frage stellen, wie gemeinwohldienliche Politik in einer modernen Kommunikationsgesellschaft formuliert werden kann, so müssen dabei folgende Punkte eine Rolle spielen:

1. Mehr Transparenz im politischen Prozess

Für mehr Beteiligung und politische Teilhabe ist es notwendig, mehr Transparenz über das politische Handeln herzustellen. Man könnte meinen, es sei selbstverständlich, dass demokratische Staaten hierfür Sorge tragen. Bald feiert das Informationsfreiheitsgesetz, das den Staat verpflichtet, Informationen über politische Prozesse den Bürgerinnen und Bürgern zur Verfügung zu stellen, sein fünfjähriges Bestehen. Noch immer verweigern sich aber einzelne Bundesländer, so ein Gesetz auch bei sich einzuführen.

Die im Zuge des Informationsfreiheitsgesetzes des Bundes geschaffenen voraussetzungslosen Auskunftsrechte werden von den Bürgerinnen und Bürgern immer stärker genutzt. Die Bürgerinnen und Bürger erheben vollkommen zu Recht mehr denn je den Anspruch auf eine möglichst umfassende Transparenz als Voraussetzung für politische Mitbestimmung. Dem müssen die politisch Verantwortlichen nachkommen.

2. Bürgerinnen und Bürger stärker mit einbeziehen

Mein ganz subjektives Verständnis einer gemeinwohldienlichen Politik ist es auch, die Bürgerinnen und Bürger rechtzeitig bei politischen Entscheidungsprozessen

mit einzubeziehen. Politik kann und muss die Chancen des Netzes stärker nutzen. Dabei kann es aber nicht nach dem Prinzip Piratenpartei funktionieren: alle Meinungen versuchen einzubeziehen und am Schluss wird da schon ein bunter Blumenstrauß draus. Es muss hier immer klar sein, dass am Ende immer noch eine politische Entscheidung steht. Es gibt jedoch abseits von Wahlen viele Möglichkeiten, wie Bürgerinnen und Bürger aktiv in Entscheidungsprozesse integriert werden können.

In diesem Kontext wird oft ein Instrument für mehr Beteiligung genannt: die Online-Petition. Auch wenn viele sagen, dass das nichts bringt, weil es nicht bindend ist. Mir als Abgeordnete hilft es, mein Thema offensiver zu vertreten, wenn mehrere Zehntausend Leute dahinter stehen. In der Enquête-Kommission „*Internet und digitale Gesellschaft*“ des Deutschen Bundestages, der ich seit Mai 2010 angehöre, beschäftigen wir uns auch damit, wie wir das Netz nutzen können, um mehr Teilhabe ermöglichen zu können.

Beispielsweise steht uns für die Enquête-Arbeit *Adhocracy* zur Verfügung. Das ist eine Software, über die sich Interessierte und Fachleute beteiligen können, indem sie Handlungsempfehlungen dort vorschlagen und diskutieren können. All diese Vorschläge werden in die Arbeitsgruppen eingebracht, einige von ihnen sind in den Bericht der Enquête-Kommission aufgenommen worden. Derzeit gibt es mehr als 3.000 Mitglieder, von denen 493 Eingaben kamen; also, da ist noch Luft nach oben. Dies ist aber ein erster Schritt, wie neben den üblichen Anhörungen auch darüber hinausgehende Expertise in den Bundestag eingebracht werden kann.

Als Grüne Bundestagsfraktion stellen wir beispielsweise auch Gesetzentwürfe zur Diskussion ins Netz. Wichtig dabei ist aber auch, dass dieses Feedback bearbeitet werden kann. Das heißt, es müssen Ressourcen dafür bereitgestellt werden. Denn nichts ist schlimmer als den Anschein von Beteiligung zu erwecken, man die Kommentare und Vorschläge aber gar nicht bearbeiten kann oder nicht mal begründen kann, warum man den einen Vorschlag aufnimmt und den anderen nicht.

Zusammenfassend können wir aus der Praxis aber feststellen: Beteiligungstools bieten also eine echte Chance, wenn wir noch mehr Menschen dafür begeistern können.

3. Politik muss generell für Bürgerinnen und Bürger nachvollziehbar gestaltet werden. Der letzte Punkt liegt mir als ehemalige Redakteurin bei der Kindernachrichtensendung *logo!* ganz besonders am Herzen. Oftmals neigen wir Politikerinnen und Politiker dazu, in Politsprech zu verfallen. Es ist wichtig, zu hinterfragen, ob das, was ich sage, auch verstanden wird, ob eine Bürgerin, ein Bürger nachvollziehen kann, was ich meine, auch wenn sie oder er vielleicht wenig bis gar nichts über ein Thema weiß. Hier müssen wir politischen Akteure stärker sensibilisiert werden.

Dies waren, so hoffe ich, einige Denkanstöße, vielleicht auch die eine oder andere Antwort auf die Ausgangsfrage. Ich hoffe, dass ich einige neue Aspekte zur politischen Kommunikation mit den neuen Medien aufwerfen konnte und auch erläutern konnte, was das konkret für meine politische Arbeit bedeutet.

Ich freue mich jetzt auf die anschließende Diskussion und danke für Ihre Aufmerksamkeit.