



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Bürgerinitiative im Web 2.0“

verfasst von / submitted by

Stefan Lehrner

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066824

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Politikwissenschaft UG 2002

Betreut von / Supervisor:

PD Dr. Karin Liebhart

Danksagung

Mein Dank gilt meiner Frau Bianca, meinen Töchtern Laetitia & Felicitas, meiner Mama und meinem Stiefvater Robert, die mich in jeder Hinsicht unterstütz haben. Ein ganz besonderer Dank gebührt auch meinen Interviewpartnern, die durch ihr Know-how die Arbeit erst möglich gemacht haben!

Zu guter Letzt möchte ich mich für die Betreuung dieser Arbeit bei Frau PD Dr. Karin Liebhart bedanken.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG & ERKENNTNISINTERESSE	7
1.1	AUFBAU DER ARBEIT	7
1.2	STAND DER FORSCHUNG	9
2	BEGRIFFSDEFINITIONEN	10
2.1	DEMOKRATIE	10
2.2	POLITISCHE PARTIZIPATION	12
2.3	POLITISCHER PROTEST UND DIE KOMMUNIKATION IM POLITISCHEN PROTEST	13
2.4	POLITISCHER PROTEST	15
2.5	ÖFFENTLICHKEIT	15
2.6	GEGENÖFFENTLICHKEIT	18
2.7	DAS WEB 2.0: MEDIEN DER GEGENÖFFENTLICHKEIT	20
2.8	BÜRGERBETEILIGUNGEN	29
2.9	BÜRGERINITIATIVEN IN DER POLITIKWISSENSCHAFT	36
3	FALLBEISPIELE	38
3.1	FALLBEISPIEL 1 – DER BOTANISCHE GARTEN IN SCHÖNBRUNN MUSS WEITERHIN UNENTGELTLICH DEN BESUCHERINNEN ZUR VERFÜGUNG STEHEN.....	40
3.2	FALLBEISPIEL 2 – WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN GENDERFREI.....	42
3.3	FALLBEISPIEL 3 – FAKTEN HELFEN – „EINE BÜRGERINITIATIVE FÜR DIE ANONYME ERHEBUNG VON ZAHLEN UND MOTIVEN ZU SCHWANGERSCHAFTSABBRÜCHEN.“	43
3.4	FALLBEISPIEL 4 – BILLIGER WOHNEN JETZT	45
3.5	FALLBEISPIEL 5 – ARBEITSZEITVERKÜRZUNG JETZT	47
4	METHODE	49
4.1	QUALITATIVE INTERVIEWS MIT EXPERTEN	49
4.2	INTERVIEWAUSWERTUNG.....	55
4.3	FRAGESTELLUNGEN	58
5	AUSWERTUNG	59
5.1	PARAPHRASE	59
5.2	HEADLINES	62
6	ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	66
6.1	THEMATISCHE ANALYSEEINHEITEN.....	66
7	FORSCHUNGSERGEBNISSE UND INTERPRETATION.....	76

7.1	WIE KANN MIT WEB 2.0 (GEGEN)ÖFFENTLICHKEIT FÜR BÜRGERINITIATIVEN HERGESTELLT WERDEN?	76
7.2	WELCHE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN HABEN DIE INITIATOREN VERSCHIEDENSTER BÜRGERINITIATIVEN FÜR DIE HERSTELLUNG VON (GEGEN)ÖFFENTLICHKEIT VERWENDET?	77
7.3	WELCHES ZUKÜNFTIGE POTENTIAL HABEN BÜRGERINITIATIVEN IM WEB 2.0?	78
8	FAZIT	81
9	AUSBLICK	84
10	LITERATURVERZEICHNIS	87
11	ABSTRACT - DEUTSCH	96
12	ABSTRACT – ENGLISH	97

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 – Die besten 10 Web 2.0 Portale in Österreich	21
Abbildung 2 - Gesamtnutzer von Sozialen Netzwerken in 10% der Gesamtbevölkerung.....	22
Abbildung 3 - täglicher Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken - Demografisch	23
Abbildung 4 - Monthly Active Users (MAUs).....	25
Abbildung 5 – Anzahl der Nutzer von Facebook in Österreich in ausgewählten Monaten von April 2013- März 2017	26
Abbildung 6 - Monthly Active Users – Twitter	27
Abbildung 7 - So schaut Österreich in die Röhre - Quelle: Statista, https://de.statista.com/infografik/9414/youtube-nutzung-in-oesterreich/	29
Abbildung 8 - Mediennutzung Österreich – Internet	33
Abbildung 9 - Ort des Internet Zugangs	33
Abbildung 10 - Strukturvergleich	35
Abbildung 11 - Freier Zugang zum Botanischen Garten.....	41
Abbildung 12 - Wissenschaftliche Arbeiten Genderfrei	42
Abbildung 13 - "Fakten helfen"	44
Abbildung 14 - "Billiger Wohnen JETZT"	46
Abbildung 15 - "Arbeitszeitverkürzung JETZT"	48
Abbildung 16 - Typen von Befragung (Atteslander, 2003, S. 123)	50
Abbildung 17 – Parizipationsparadoxum - (Bürgergesellschaft.de, 2015)	84

1 Einleitung & Erkenntnisinteresse

Bürgerinitiativen (BI) sind ein basisdemokratischer Bestandteil in der politischen Landschaft Österreichs und befassen sich mit den verschiedensten Themen in Bereichen wie Verkehr, Umweltschutz oder Gesellschaftspolitik. Bürgerinitiativen genießen ein hohes Ansehen in der Bevölkerung, werden jedoch weitestgehend von den Massenmedien ignoriert (van Damme, 2000, S. 33ff). Folgt man Engesser und Wimmer (Engesser & Wimmer, 2009), dann lassen sich Bürgerinitiativen somit demokratietheoretisch als „Gegenöffentlichkeit“ einordnen (Engesser & Wimmer, 2009, S. 44ff): „Gegenöffentlichkeit“ nennt man gesellschaftliche Aktivitäten, die sich bewusst gegen die vorherrschende Öffentlichkeit stellen um vernachlässigten Themen und Problemen Aufmerksamkeit (z.B. durch Web 2.0) zu verschaffen (Engesser & Wimmer, 2009, S. 44). In meiner Masterarbeit möchte ich anhand verschiedener Bürgerinitiativen in Österreich untersuchen wie die Initiatoren bzw. Teilnehmer der Bürgerinitiativen versuchen Öffentlichkeit herzustellen. Haben sich mit Web 2.0 und „Social Media“ die Bedingungen für Protestmobilisierung tatsächlich grundlegend verändert? Ist demzufolge mit immer mehr und immer größeren Offline-Protesten zu rechnen? Oder kommt es zu einer Verlagerung des Protests von der Straße in das Internet (und damit Web 2.0)? Dies sind die zentralen Fragen, denen im Folgenden nachgegangen wird

1.1 Aufbau der Arbeit

Um einen Überblick über die Arbeit geben zu können, soll an diesem Kapitel auf den Aufbau eingegangen werden: Im nächsten Kapitel wird der Stand der Forschung näher beleuchtet bevor im zweiten Kapitel die – für diese Arbeit wichtigen - Begriffsdefinitionen erklärt werden. Widmet man sich dem Thema „Bürgerinitiativen“, dann ist es notwendig, auch über die klassische und moderne Demokratietheorie, das normative oder das instrumentelle Partizipationsverständnis (2.2) oder über politischen Protest bzw. die Protestkommunikation (2.3) bescheid zu wissen. Da der Begriff „Öffentlichkeit“ ein sehr breit gefächelter Begriff ist, ist es wichtig ihn in Bezug auf diese Arbeit näher zu definieren – dies wird in Kapitel 2.5 vorgenommen. Das Pendant zur „Öffentlichkeit“ ist die „Gegenöffentlichkeit“: Die Gegenöffentlichkeit basiert auf dem demokratietheoretischen Konzept der Öffentlichkeit.

Gegenöffentlichkeit steht somit als Kontrastbegriff zur Öffentlichkeit und wird auch als alternative Öffentlichkeit bezeichnet. In der Gegenöffentlichkeit werden Themen behandelt, die keine besondere Beachtung in der öffentlichen Kommunikation finden. Kapitel 2.6 erklärt das System der „Gegenöffentlichkeit“ und deren Kanäle (Kapitel 2.7) genauer. Die möglichen Formen für Bürgerbeteiligungen werden im Kapitel 2.8 vorgestellt. Die Fallbeispiele werden im Kapitel 3 erörtert: Bei der qualitativen Forschung stehen andere Ziele als die der statistischen Repräsentativität im Mittelpunkt. Aus diesem Grund sind hier andere Formen der Fallauswahl notwendig, insbesondere Verfahren der absichtsvollen Stichprobenziehung (Schreier, 2011, S. 246) (Merkens, 2005, S. 291). Dabei ist es besonders wichtig die Fälle so auszuwählen, dass sie für die Fragestellung besonders bedeutsam und interessant sind. Wenn nun in einer Untersuchung, wie in dieser Masterarbeit, etwa die Verwendung von Web 2.0 von Bürgerinitiativen ermittelt werden soll, dann sind hier Experten von Interesse, die eine Bürgerinitiative initiiert haben, oder zumindest bei einer Bürgerinitiative mitgearbeitet haben. Folgt man (Schreier, 2011) dann ist das Ziel „nicht die statistische Verallgemeinerbarkeit der Stichprobe auf die Gesamtheit aller Bürgerinitiativen“. Die Stichprobe soll ein Problem möglichst genau erörtern, und dieses möglichst umfassend abbilden (Schreier, 2011, S. 245). Aus dieser Perspektive gesehen, lässt sich zwischen heterogenen und homogene Stichproben unterscheiden (Quinn Patton, 2002, S. 230), wobei homogene Stichproben aus Fällen bestehen, die einander ähnlich sind (wie z.B. eine Stichprobe bestehend aus Nichtrauchern). Heterogene Stichproben werden so gebildet, dass das gesamte Spektrum erreicht wird (z.B. lokale Bürgerinitiative vs. überregionale Bürgerinitiative). Die Fallauswahl folgt damit dem Prinzip der minimalen Ähnlichkeit: Es wird nach Fällen gesucht, von denen gerade zu erwarten ist, dass sie unterschiedliche Ergebnisse erbringen (Kelle & Kluge, 1999, S. 40ff)

Bei der Auswahl der Fallbeispiele wurde besonders viel Wert darauf gelegt einen heterogenen Querschnitt über die aktuellen Bürgerinitiativen abzubilden:

- BI – FREIER ZUGANG ZUM BOTANISCHEN GARTEN – PERSONEN INITIIERTE BI
- BI – FAKTEN HELFEN – ORGANISATION INITIIERTE BI
- BI – ARBEITSZEITVERKÜRZUNG JETZT – PARTEI INITIIERTE BI
- BI – BILLIGER WOHNEN JETZT – PARTEI INITIIERTE BI

- BI – WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN GENDERFREI – PARTEI INITIIERTE BI

Im folgenden Kapitel 4 wird die Methode vorgestellt mit der diese Arbeit ausgewertet werden soll: Ausgehend von der Auswahl der Interviewpartner, über den Interviewleitfaden, der Transkription soll versucht werden, das Auswertungsverfahren nach Meuser/Nagel so genau wie möglich zu erklären. Im Kapitel 5 findet die Auswertung der Interviews statt, bevor im darauffolgenden Kapitel 6, die Ergebnisse der empirischen Untersuchung präsentiert werden. Im Kapitel 7 findet dann die Beantwortung der Fragestellungen sowie die Interpretation der Forschungsergebnisse statt. Das Kapitel 8 widmet sich dem Fazit und im darauffolgenden Kapitel 9 soll ein Ausblick über die Möglichkeiten der Bürgerinitiativen im Web 2.0 gegeben werden.

1.2 Stand der Forschung

In seinem Aufsatz „Kleine politische Schriften IX“ knüpft Habermas (Habermas, 2008, S. 161ff) an seine Forschung `Strukturwandel der Öffentlichkeit` an und verbindet diese um die Erneuerungen, die durch Web 2.0 entstanden sind. Habermas sieht für den Rezipienten die Chance, den anonymen und asymmetrischen Charakter der Massenkommunikation durch Web 2.0 auszugleichen, und somit aktiv an der Kommunikation im öffentlichen Raum teilzunehmen (Habermas, 2008).

Dieter Rucht (Rucht, 2014) stellte in seinem Aufsatz “Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline-Proteste” (Rucht, 2014, S. 126ff) fest, dass Online-Kampagnen zur “Massenware” im Bereich der politischen Beteiligung sind, und auch etablierte Organisationen auf die Kanäle von Web 2.0 (wie z.B. Facebook und Twitter) zurückgreifen, dieses elektronische “Engagement” jedoch einen Offline-Protest nicht ersetzen kann (Rucht, 2014, S. 126ff).

Folgt man Koop (Koop, 2010, S. 89ff) so haben beide Formen der Beteiligung – also online und auch offline – ihre Vor- bzw. Nachteile: Vor-Ort Veranstaltungen sind besonders dann gut geeignet, wenn die Themen der Bürgerinitiative erklärungsbedürftig und regional eingrenzbar sind. Durch die Einbindung von Expert/Innen und Verantwortlichen können

notwendige Anmerkungen eingefangen und Rückfragen unmittelbar geklärt werden. Zudem lassen sich vor Ort gut die Meinungen der TeilnehmerInnen einfangen: Empathie mit den Betroffenen ist dabei ganz besonders wichtig, denn ihre Ängste oder Wünsche lernt man dann kennen, wenn man mit Ihnen in einen direkten, persönlichen Kontakt tritt. Über eine Online Beteiligung können andererseits Ideen und Vorschläge sozusagen „24x7“ gesammelt werden. Im Web 2.0 können auch jene TeilnehmerInnen zu Wort kommen, die sich bei Versammlungen eher zurückhalten würden (Koop, 2010, S. 89).

In die gleiche Kerbe stoßen auch Salzborn und Maegerle in Ihrem Aufsatz „Die dunklen Seiten des WWW“ (Salzborn & Maegerle, 2016, S. 214ff): Sie sehen eher eine Modifikation der Kommunikation mithilfe von Web 2.0 als eine Modifikation der Kommunikation durch Web 2.0 (Salzborn & Maegerle, 2016, S. 214ff).

2 Begriffsdefinitionen

In diesem Kapitel soll ein kurzer Einblick über die Themengebiete und Definitionen dieser Arbeit gegeben werden: Im genaueren werden die wichtigsten Begrifflichkeiten, sowie eine knappe Einleitung in die Thesen und Felder, die mit den Bürgerinitiativen und der damit verbundenen Öffentlichkeit, vorgestellt.

2.1 Demokratie

Um der Frage nachzugehen, ob die Bürgerinitiativen in der derzeitigen Form noch zeitgemäß sind, ist es notwendig auf das moderne Demokratieverständnis einzugehen, wobei es nicht notwendig ist, den Demokratiebegriff vollständig zu definieren. Mit dem Bezug auf Bürgerinitiativen in einer demokratischen Gesellschaft im Zusammenhang mit politischer Beteiligung sowie Öffentlichkeit kann man auf den im Zusammenhang gesehen Demokratiebegriff eingehen:

„Jede Demokratie lebt von der Beteiligung Ihrer Bürger und Bürgerinnen“ (Hoecker, 2006, S. 4)

Dieses Statement beschreibt sehr gut, wie wichtig Partizipation und Bürgerbeteiligung für eine Demokratie sind. Was in diesem Zusammenhang unter Demokratie verstanden wird, wird in dieser Begriffsdefinition kurz erklärt, wobei man zwischen zwei verschiedene Arten von Demokratietheorien unterscheiden kann:

- DIE KLASSISCHE DEMOKRATIETHEORIE
- DIE MODERNE DEMOKRATIETHEORIE

2.1.1 Die klassische Demokratietheorie

Die klassische Demokratietheorie wird als Basis für alle folgenden Demokratietheorien gesehen, denn durch ihre liberale und demokratische Seite steht sie als Grundtheorie für all diejenigen, die Bürgerinitiativen als „basisdemokratischen Hoffnungsschimmer“ sehen. (Schenk, 1982, S. 9ff) Die liberale Seite wird dominiert von John Locke und dem Bürgertum des 17. und 18. Jahrhunderts, welche in erster Linie eine Teilung von Gesellschaft und Staat gefordert haben, um dadurch die Bürger in Ihren Freiheiten und Ihren Rechten vor dem Staat zu schützen. Im Gegensatz dazu besticht die demokratische Seite (geformt von Jean-Jacques Rousseau) (Schiller, 2002, S. 27) durch eine staatliche Ordnung in der – aufgrund von Volkssouveränität – die persönliche Freiheit und Rechte des Einzelnen geschützt wird. Diese Art von Demokratie nennt man auch „direkte Demokratie“, welche die Bürgerpartizipation als wesentlichen Bestandteil vorsieht. Diese Theorie wird von Autoren gewählt die eine politische Partizipation wünschen. (Schenk, 1982, S. 10)

2.1.2 Die moderne Demokratietheorie

Das Repräsentationsprinzip ist die Basis aller modernen Demokratietheorien und die pragmatische Lösung der klassischen Demokratietheorie: Vom Volk gewählte Repräsentanten, die mit Ihrem Mandat „zum wesentlichen Strukturelement demokratischer Staaten“ werden. (Schenk, 1982, S. 11) Doch die Vertretung von Gesamt- und Einzelinteressen führte zu Problemen in der Repräsentativen Demokratie: Joseph Schumpeter und Anthony Downs prägten aus diesem Grund in der Mitte des letzten

Jahrhunderts das Konkurrenzmodell der Demokratie, welches durch den Wettbewerb von Parteien gekennzeichnet ist. (Schenk, 1982, S. 12-13)

2.2 Politische Partizipation

Was bedeutet politische Partizipation? Elisabeth Stürmer hat 2005 festgestellt, dass „Partizipation nur in Gemeinsamkeit mit anderen Menschen vorstellbar ist“, wobei sie dabei unter Partizipation nicht nur die bloße Teilnahme an Ereignissen, sondern vor allem die Einflussnahme an eben diesen, meint. (Stürmer, 2005, S. 22) Zusammenfassend kann man Partizipation als aufkommenden Trend der letzten Jahrzehnte beschreiben, in dem Bürger versuchen an der politischen Situation teilzuhaben und mitzuwirken. Laut Stürmer (Stürmer, 2005, S. 22) hat sich der Trend zu mehr Partizipation, durch die Möglichkeiten die Web 2.0 bietet, in den letzten Jahren noch verstärkt (Stürmer, 2005, S. 22). Damit die politische Partizipation vor dem Hintergrund der demokratiethoretischen Grundpositionen betrachtet werden können, ist es notwendig auf zwei Demokratiemodelle näher einzugehen:

- DAS INSTRUMENTELLE PARTIZIPATIONSVERSTÄNDNIS
- DAS NORMATIVE PARTIZIPATIONSVERSTÄNDNIS

2.2.1 Das instrumentelle Partizipationsverständnis

Versteht politische Partizipation als Handlung, welche gezielt auf die Erreichung eines politischen Ziels angewendet wird, wobei die individuellen Ziele der Bevölkerung durch die Vertreter der Regierung, des Parlaments und der Parteien verwirklicht werden sollen. (Hoecker, 2006, S. 4) Diese Theorie trat das erste Mal 1940 auf und wurde vor allem durch die Beobachtungen der realen Verhältnisse und Umstände der Demokratie in den USA geprägt. Schumpeter (Schumpeter, Edgar, & Preiswerk, 1950) definierte 1950 die Demokratie als *„Ordnung der Institutionen zur Erreichung politischer Entscheidungen, bei welcher einzelne die Entscheidungsbefugnis vermittelt eines Konkurrenzkampfs um die Stimmen des Volkes erwerben“* (Schumpeter, Edgar, & Preiswerk, 1950, S. 428) Den Bürgern wird unter dem realistischen Demokratieverständnis – außer der Wahl ihrer Repräsentanten - keine aktive Rolle zugesprochen. Die Bürger sind nicht in den Entscheidungsprozess

inkludiert, die Aufgaben werden von der Elite übernommen. (Schumpeter, Edgar, & Preiswerk, 1950, S. 428)

2.2.2 Das normative Partizipationsverständnis

Vergleicht man das normative Partizipationsverständnis mit dem instrumentellen Partizipationsverständnis so lässt sich feststellen, dass beim normativen Partizipationsverständnis, die Partizipation nicht nur eine Methode zum Zweck, sondern vielmehr auch ein Wert an sich ist. Dem Bürger wird hierbei ein aktiver Part zugedacht, d.h. er soll sich aktiv am politischen Leben beteiligen. (Hoecker, 2006, S. 6) Der Hauptfokus dieses Demokratiebegriffs ist zielgerichtet und liegt nicht im Funktionieren an sich, sondern liegt primär im normativen bzw. im transitiven der Demokratie. Dies bedeutet, dass zu treffende Entscheidungen vom Volk getragen werden sollten. (Hoecker, 2006, S. 6) Den Mittelpunkt dieses Ansatzes bildet die direktdemokratische Form der Partizipation: „je mehr Partizipation in Entscheidungen gegeben ist, desto mehr Demokratie ist zugegen“. (Hoecker, 2006, S. 6) Während im instrumentellen Partizipationsbegriff dem Bürger keine aktive Rolle zugestanden wird, ist im normativen Partizipationsverständnis der Bürger Entscheidungsträger und Beteiligter in partizipativen Prozessen. (Hoecker, 2006, S. 7) Da dieser Ansatz der Realität näherkommt als der instrumentelle Ansatz spielt er in Bezug auf diese Arbeit die größere Rolle.

2.3 Politischer Protest und die Kommunikation im politischen Protest

Nach dem Exkurs „Partizipationsverständnis“ behandelt dieser Abschnitt den Begriff „Protest“ bzw. „politischer Protest“ und seiner Rolle für die Politikwissenschaft:

Der Begriff „Protest“ hat im Laufe der Zeit viele Bedeutungen eingenommen, eines ist jedoch immer gleichgeblieben: Kennt man den Grund für den Protest nicht, dann kann man den Protest auch nicht nachvollziehen (Pross, 1992, S. 14ff). Folgt man Pross so kann das „Sich verwahren“ gegen etwas unzählige Ursachen haben und muss nicht zwangsläufig als Protest bezeichnet werden (Pross, 1992, S. 16). Pross ist des Weiteren der Meinung, dass das alltägliche Leben aus vielen kleinen Protesten besteht, die oft nicht ausdrücklich als Proteste

bezeichnet werden (Pross, 1992, S. 14ff). Die einfachste Form des Protests ist eigentlich das simple Wort „Nein“. Das Wort „Nein“ begleitet uns unser ganzes Leben, und folgt man Pross – dürfte es bereits vor dem Spracherwerb vorhanden sein (Pross, 1992, S. 33)

Das Wort „Protest“ kann man auch mit „Einspruch erheben, sich verwahren, etwas abwehren wollen“ (Pross, 1992, S. 15) gleichsetzen, doch es bedeutet eigentlich viel mehr: Wenn man protestiert, dann zeigt man seine Ablehnung gegen eine Sache, man ist „dagegen“, impliziert aber gleich, dass man für etwas anderes ist (Pross, 1992, S. 15). Ein Beispiel: Bei den Unabhängigkeitsbestrebungen der Region Katalonien ist die Regionalregierung gegen die Zentralverwaltung aus Madrid und für die Unabhängigkeit Kataloniens (Bartels, 2017).

Protest ist somit mehr als nur Abwehr – im Protest möchte man zugleich auf die Möglichkeit hinweisen, andere – vielleicht bessere – Zustände erreichen zu können (Rucht, 2001, S. 9). Herr Rucht bearbeitet in seinen Aufsätzen meist den transnationalen Protest, wobei das zentrale Merkmal hierbei die Überwindung nationaler Grenzen ist. Rucht spricht von Protest, wenn *„Gruppen, Organisationen und Netzwerke ein politisches oder soziales Anliegen vortragen und dabei Kritik bzw. Widerspruch an bestimmten Teilnehmern, Verhältnissen oder Entscheidungen vorbringen. Die Möglichkeiten dieser Protestaktionen reichen von Unterschriftensammlungen, Versammlungen, Vorträgen, Kundgebungen bis hin zu konkreten Formen des Widerstands die auch Gewaltanwendung einschließen können.“* (Rucht, 2001, S. 79)

2.4 Politischer Protest

Als politischen Protest nennt man eine Abwehrbewegung, die sich gegen empfundene soziale oder politische Ungerechtigkeiten oder Veränderungen richtet: Für den politischen Protest ist grundsätzlich die aktive Beteiligung am politischen Geschehen wesentlich; Bürgerinitiativen greifen dabei auf unkonventionelle Mittel zurück um sich im sogenannten „Establishment“ Gehör zu verschaffen (Lipsky, 1970, S. 1) . Politischer Protest entsteht vor allem dann, wenn die Parlamentsparteien den Anliegen der Wähler kein Gehör schenken. Die Initiatoren von politischem Protest sind meist vom politischen Prozess ausgeschlossen, da sie aber versuchen Mitstreiter für ihre Forderungen zu gewinnen, gelten sie gewissermaßen als „Vertreter der politischen Klasse“ (Baringhorst, 2009, S. 609). Politische Protestbewegungen können somit als wichtiges demokratiepolitisches Element gesehen werden, da sie „Plätze schaffen, wo Demokratie gelebt wird“. Im politischen Protest kommt der Unmut der handelnden Bürger und Bürgerinnen mit der institutionellen Politik zum Ausdruck, durch den Protest wird versucht „öffentliche Aufmerksamkeit“ zu erlangen (Teune & Rucht, 2007, S. 1). Folgt man Pross (Pross, 1992, S. 18) so setzt Protest eine Öffentlichkeit bzw. eine Gegenöffentlichkeit voraus.

2.5 Öffentlichkeit

Da der Begriff „Öffentlichkeit“ sehr breit definiert ist, ist es wichtig ihn in Bezug auf diese Arbeit näher zu erläutern. Der Öffentlichkeitsbegriff hat verschiedene Bedeutungen und wird insbesondere in den Fächern der Politikwissenschaft, Kulturwissenschaft, Soziologie und Kommunikationswissenschaft verwendet: Öffentlichkeit wird meist verwendet, wenn es um Begriffe wie Kommunikation, Partizipation und Bürgerbeteiligung geht. (Wimmer, 2007, S. 21) Durch die Veränderungen im Medienbereich, dem stetigem Wandel der Gesellschaft und der Entwicklung in der technischen Kommunikation hat der Begriff „Öffentlichkeit“ eine große Veränderung gemacht (Beetz, 2005, S. 37) Jansen Plake (Plake, Jansen, & Schuhmacher, 2001, S. 14) hat versucht den Begriff „Öffentlichkeit“ zu kategorisieren:

- ALS ÖFFENTLICH GELTEN EREIGNISSE DIE GEEIGNET SIND AUFMERKSAMKEIT ZU ERREGEN UND ANZIEHEND WIRKEN (PLAKE, JANSEN, & SCHUHMACHER, 2001).

- ÖFFENTLICH BEDEUTET, DASS ES KEINERLEI BESCHRÄNKUNG AUF DEN KREIS DER REZIPIENTEN, DIE INFORMATIONEN UND MEINUNGEN GIBT (PLAKE, JANSEN, & SCHUHMACHER, 2001)
- ÖFFENTLICH SIND AUCH RÄUMLICHKEITEN DIE FÜR JEDERMANN ZUGÄNGLICH SIND (HABERMAS, 1992, S. 436)

Im Idealfall ist Öffentlichkeit ein dominierendes Element in modernen Demokratien, wo politische Entscheidungen öffentlich diskutiert werden (Gerhards, Neidhart, & Rucht, 1998, S. 25ff)

2.5.1 Die Bürgerliche Öffentlichkeit von Habermas

In seiner Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ versuchte Habermas 1962 (Habermas, 1990, S. 12ff) die Kategorisierung der bürgerlichen Öffentlichkeit in England, Frankreich und Deutschland zu beschreiben (Habermas, 1990, S. 12ff). Habermas definiert den Begriff „Öffentlichkeit“ sehr breit, denn für ihn ist die allgemeine Zugänglichkeit ausschlaggebend, unabhängig ob von Events, öffentlichem Raum, Gebäuden oder Institutionen die Rede ist. Den Begriff „Öffentlichkeit“ findet man im deutschsprachigen Raum erst seit dem 18. Jahrhundert, aus diesem Grund ist anzunehmen, dass sich hier – vor allem durch die Entstehung von Nationalstaaten - ein neuer Begriff von Öffentlichkeit herausgebildet hat (Habermas, 1990, S. 79). Durch den Wandel in Politik und Gesellschaft entstanden sich in dieser Zeitspanne neue Öffentlichkeitsstrukturen: Die bürgerliche Öffentlichkeit entwickelte sich mit zunehmender Emanzipation zum Pendant der Obrigkeit (Habermas, 1990, S. 69). Im 18. Jahrhundert bildete sich auch die neue Schicht der „Bürgerlichen“ (Juristen, Ärzten, Beamte), welche anstelle der „eigentlichen Bürger“ (Handwerker) traten. Diese „neuen Bürgerlichen“ bildete nun den Grundstock der neu aufkommenden Presse (Habermas, 1990, S. 81ff)

Habermas definiert in seiner Habilitation Öffentlichkeit als Sphäre der zum „Diskurs versammelten Privatleute“ (Habermas, 1990, S. 77). Durch diese Diskussionen wurden gesellschaftliche Bereiche angesprochen, welche bislang nicht thematisiert wurden. Habermas folgert des weiteren, dass keiner vom Diskurs ausgeschlossen werden kann, „da das Publikum immer offen für weitere Teilnehmer bzw. Teilnehmerinnen ist“ (Habermas,

1990, S. 97). Folgt man Habermas, dann ist der das Prinzip des allgemeinen Zugangs wesentlich für den Begriff „Öffentlichkeit“ (Habermas, 1990, S. 167).

Um die Öffentlichkeit zu beurteilen gibt es zwei Sichtweisen: die normative und die empirische Sichtweise. Habermas (Habermas, 1990) vertritt die normativ-funktionale Bedeutungsebene, wo Öffentlichkeit als ein allumfassendes Ideal wahrgenommen wird. (Wimmer, 2007, S. 33) Die empirisch-klassifikatorische Sicht auf Öffentlichkeit definiert diese allerdings als Netzwerk, Kommunikationsforen, Teilöffentlichkeiten oder Kommunikationsraum definiert (Wimmer, 2007, S. 33). Auch Friedhelm Neidhardt (Neidhardt, 1994) beschreibt Öffentlichkeit als eine Art Kommunikationsforum, in den Kommunikatoren bestimmte Themen ansprechen bzw. versuchen diese zu verbreiten. Die Adressaten dieser Persuasionsversuche sind die Rezipienten. Stimmen die Meinungen der Kommunikatoren und der Rezipienten überein, spricht man von „Öffentlicher Meinung“ (Neidhardt, 1994). Wenn die öffentliche Meinung und die Meinung der Bevölkerung jedoch nicht übereinstimmen, dann entstehen sogenannte soziale Bewegungen und die Bevölkerung versucht sich ebenso Gehör zu verschaffen wie es die Öffentlichkeitsakteure schon getan haben. Dies kann die Bevölkerung zum Beispiel in Form einer Bürgerinitiative versuchen.

Da für meine Masterarbeit nicht nur die politikwissenschaftlichen -, sondern auch die kommunikationswissenschaftlichen Aspekte der Öffentlichkeit von Interesse sind, sollen nun beide kurz beschrieben werden:

2.5.2 Sicht aus der Politikwissenschaft

Wimmer hat in seinem Buch der (Gegen-)Öffentlichkeit Marcinowski (Wimmer, 2007, S. 12) wie folgt zitiert: „Der Öffentlichkeitsbegriff in der Politik kann in zwei unterschiedliche Aspekte unterteilt werden“:

- „ÖFFENTLICHKEIT BEZIEHT SICH AUF DIE SORGE UM DAS ALLGEMEINWOHL IM GEGENSATZ ZUR VERFOLGUNG VON PARTIKULARINTERESSEN“.
- „ÖFFENTLICHKEIT STELLT EIN SPEZIFISCH DEMOKRATIETHEORETISCHES KONZEPT DAR“.

Somit stellt Öffentlichkeit eine Grundvoraussetzung für das Bestehen einer Demokratie dar, da über sie sowohl politische Akteure als auch die Bürger informiert werden. Demokratie und Öffentlichkeit sind fest miteinander verbunden. (Wimmer, 2007, S. 23)

2.5.3 Sicht aus der Kommunikationswissenschaft

In der Definition der kommunikationswissenschaftlichen Sicht soll die Bedeutungszuweisung und die historische Entwicklung des Begriffes der Öffentlichkeit erläutert werden. Imhof (Imhof, 2003, S. 193ff) hat drei Punkte bestimmt, welche auf die historische Entwicklung von Öffentlichkeitskonzepten in den Kommunikationswissenschaften zutreffen:

- AUFGRUND DER BEDEUTUNG VON ÖFFENTLICHKEIT IST ES WICHTIG GESELLSCHAFTSTHEORETISCHE KONZEPTE MITEINZUBAUEN
- DER BEGRIFF DER ÖFFENTLICHKEIT WIRD SOWOHL IN WISSENSCHAFTLICHEN ALS AUCH ALLTAGSSPRACHLICHEN BEREICHEN GEBRAUCHT
- ÖFFENTLICHKEITSKONZEPTE BEWEGEN SICH ZWISCHEN DER AUGENSCHENLICH „REAL EXISTIERENDEN“ ÖFFENTLICHKEIT UND EINEM NORMATIVEN AUFKLÄRUNGSVERSTÄNDNIS“

(Wimmer, 2007, S. 32)

2.6 Gegenöffentlichkeit

Negt/Kluge (Negt & Kluge, 1977) beschreiben in ihrer Arbeit „Öffentlichkeit und Erfahrung“ die Diskussion der bürgerlichen Öffentlichkeit und der proletarischen Öffentlichkeit, welche beide völlig unterschiedliche Interessen verfolgen (Negt & Kluge, 1977, S. 7) Negt und Kluge kritisieren in Ihrer Arbeit Habermas „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ und merken an, dass Habermas’ idealisierte bürgerliche Öffentlichkeit über allem stehe, und das andere Öffentlichkeiten, insbesondere die proletarische Öffentlichkeit keine Berücksichtigung findet (Oy, 2001). Folgt man Negt/Kluge so reduziert Habermas die Öffentlichkeit auf die „Öffentlichkeit der Gebildeten“ (Negt & Kluge, 1977, S. 7): Negt/Kluge gehen in Ihren Forschungen einen anderen Weg, denn erst durch das von Negt/Kluge entwickelte Konzept der „proletarische Öffentlichkeit“, werden die Anliegen der Arbeiterklasse berücksichtigt

(Negt & Kluge, 1977, S. 107). Für Negt/Kluge ist die proletarische Öffentlichkeit der Gegenpol zur Öffentlichkeit und somit „die Gegenöffentlichkeit“ welche sich laut Negt/Kluge dann entwickelt, wenn die herrschende Öffentlichkeit durch Krisen und ähnliches zu wanken beginnt. Die wichtigste Aufgabe der proletarischen Öffentlichkeit ist es – als Gegenöffentlichkeit - auf die Schwachstellen der klassischen Öffentlichkeit aufmerksam zu machen (Negt & Kluge, 1977, S. 7).

Weidner (Weidner, 2007, S. 11) ist der Ansicht, dass die Gegenöffentlichkeit auf dem Konzept der Öffentlichkeit basiert. Gegenöffentlichkeit steht somit als Gegenpol zur Öffentlichkeit und wird deshalb „alternative Öffentlichkeit“ oder „alternative Medien“ genannt. Die Gegenöffentlichkeit behandelt somit Fälle, die keine besondere Beachtung in der öffentlichen Kommunikation und in der Gesellschaft finden (Weidner, 2007, S. 11).

Das Konzept der Gegenöffentlichkeit meint aber nicht nur „alternative Medien“ sondern auch Aktionen von Gruppierungen (= Gegenbewegungen) die aufgrund bestimmter sozialer Merkmale von der Öffentlichkeit ausgeschlossen werden. Diese Gegenbewegungen verfolgen mit verschiedenen Taktiken und Strategien unterschiedliche Ziele und sind deshalb weit mehr als eine Gegenöffentlichkeit von „alternativen Medien“ (Weidner, 2007, S. 11). Gegenöffentlichkeit ist jedoch keine Erfindung der Neuzeit: Bereits im 15. Jahrhundert wurde von den Reformatoren Gegenöffentlichkeit in Form von Flugschriften hergestellt. In der Neuzeit wurde Gegenöffentlichkeit erstmals im Rahmen der Studentenbewegungen hergestellt. (Wimmer, 2007, S. 153-154).

Oy (Wimmer, 2007, S. 153-154) ist der Meinung, dass es drei idealtypische Konzepte alternativer Kommunikation gibt:

- MODELL DER GEGENÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATION: EINE KRITISCHE WEITERENTWICKLUNG DER KLASSISCHEN DEMOKRATIETHEORIEN DURCH EINFLUSSNAHME AUF DIE ÖFFENTLICHKEIT UND RADIKALISIERUNG DER AKTIONEN
- MODELL DER AUTHENTISCHEN KOMMUNIKATION: BERUFT SICH AUF DIE KRITISCHE THEORIE VON HORKHEIMER & ADORNO (1969) (WIMMER, 2007, S. 167) „ALLEIN DIE BETROFFENEN SIND IN DER

LAGE, IHRE GESELLSCHAFTLICHE SITUATION AUTHENTISCH ZU ARTIKULIEREN.“ (WIMMER, 2007, S. 155)

- MODELL DER EMANZIPATIVEN KOMMUNIKATION: AUCH HIER GILT DIE KRITISCHE THEORIE ALS EINER DER BASISTHEORIEN. DURCH TECHNISCHEN UND MEDIENSTRUKTURELLEN WANDEL KÖNNEN NEUE FORMEN VON (EMANZIPIERTER) KOMMUNIKATION ENTSTEHEN.

Es kann somit festgehalten werden, dass Gegenöffentlichkeit eine Organisations- und Kommunikationsform ist, welche von den aus der Öffentlichkeit ausgeschlossenen Akteuren gegründet wird (Wimmer, 2007, S. 162-163).

2.7 Das Web 2.0: Medien der Gegenöffentlichkeit

Folgt man den derzeitigen Bürgerinitiativen in Österreich, so haben fast alle eines gemeinsam: Sie setzen vermehrt auf die breite Öffentlichkeit des Web 2.0. Dadurch öffnen sich diesen Bürgerinitiativen neue Türen, und ermöglichen eine neuartige und effizientere Form des Protests: Durch die Vernetzung in den Sozialen Netzen ist es möglich in kurzer Zeit eine große Zahl von Rezipienten zu erreichen; damit ist Web 2.0 das perfekte Mittel um Proteste zu organisieren bzw. zu koordinieren (Werner, 2009).

Der Name „Web 2.0“ wurde 2004 von Dougherty/O'Reilly geprägt: Unter Web 2.0 versteht man die Entwicklung neuer Formate und Technologien. Laut Dougherty/O'Reilly wurde durch die neuen Vernetzungsmöglichkeiten im Web 2.0, die „Sender-Empfänger-Struktur“ (welche charakteristisch für alle Massenmedien ist) endgültig beendet. (Ramon, 2008). Die technische Komponente des Web 2.0 ist an soziale Organisationen gekuppelt, man kann auch sagen, dass Web 2.0 – und da vor allem die Social Media Dienste - zunehmend mit der Gesellschaft zusammengewachsen ist. Daraus resultiert ein „neues Netz“ – eben Web 2.0 – welches die Vernetzung von Informationen und Menschen miteinander ermöglicht und dadurch vernetzte Individualitäten bzw. vernetzte Öffentlichkeiten schafft. Im Web 2.0 steht somit nicht mehr die technische Perspektive, sondern vielmehr soziale Prozesse im Vordergrund (Schmidt, 2009, S. 9).

Schmidt (Schmidt, 2009, S. 9) kommt in seiner Analyse zum Schluss, dass „Social Web“ der Bezeichnung Web 2.0 aus kommunikationssoziologischer Sicht vorzuziehen ist. Der Begriff „Social Web“ setzt sich laut Schmidt aus den sozialen Charakter der Dienste und dem Web (Kurzform für World Wide Web) zusammen (Schmidt, 2009, S. 9). Letztendlich können mit dem „Social Web“ auch jene Anwendungen erfasst werden, die eigentlich nicht zum Web 2.0 gezählt werden. *Mit den Technologien die Web 2.0 bietet, können auch unerfahrene UserInnen in die Lage versetzt werden, eigene „Do-it-yourself“ Strategien umzusetzen und eigene multimediale Inhalte zu publizieren* (Schmidt, 2009, S. 21).

Die folgende Grafik zeigt ganz deutlich, dass Facebook der einzige Social Media Dienst in Österreich ist, der – gemessen am Marktanteil – wirklich eine Rolle spielt, wobei die Nutzung zwischen 2015 und 2016 etwas stagniert hat.

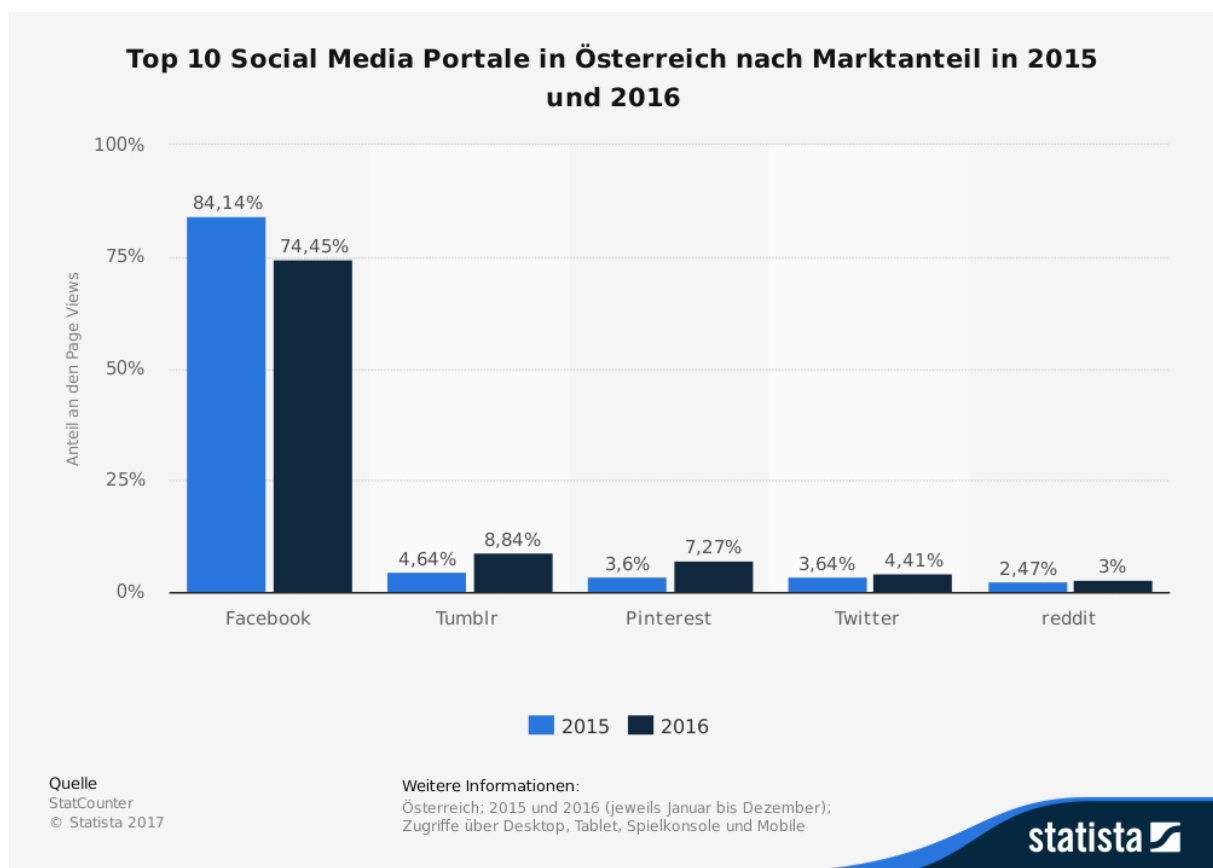


Abbildung 1 – Die besten 10 Web 2.0 Portale in Österreich

(Statista, 2017)

Seit 2010 erhebt der Spectra Social Media Monitor (Spectra Marktforschung, 2016) in regelmäßigem Abstand das „online Verhalten“ der Österreicher/Österreicherinnen im Social Web: Die dabei durchgeführte Messung von 2016 zeigt einen steilen Anstieg der Anwender in letzten 6 Jahre: Im Jahr 2010 gaben etwa 25% der Teilnehmer/Innen an Social Media zu nutzen. Diese Zahl hat sich in 6 Jahren mehr als verdoppelt, denn 2016 waren bereits 54% der Teilnehmer/Innen in Social Media Diensten aktiv. Daraus lässt sich schließen, dass über die Hälfte der Österreicher in sozialen Netzwerken aktiv sind.

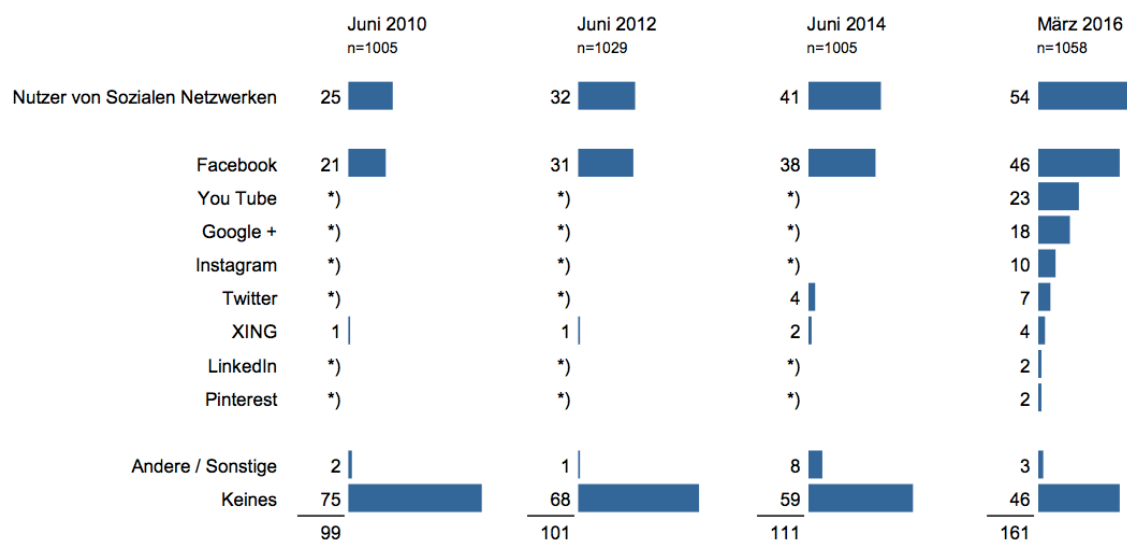


Abbildung 2 - Gesamtnutzer von Sozialen Netzwerken in 10% der Gesamtbevölkerung

Noch erstaunlicher ist die Entwicklung, wenn man die tägliche Nutzung von Social Media analysiert: Während die Social Media Dienste 2010 nur von 12% der Bevölkerung täglich genutzt wurden, waren es 2016 bereits mehr als 37% die täglich „online“ waren (Spectra Marktforschung, 2016).

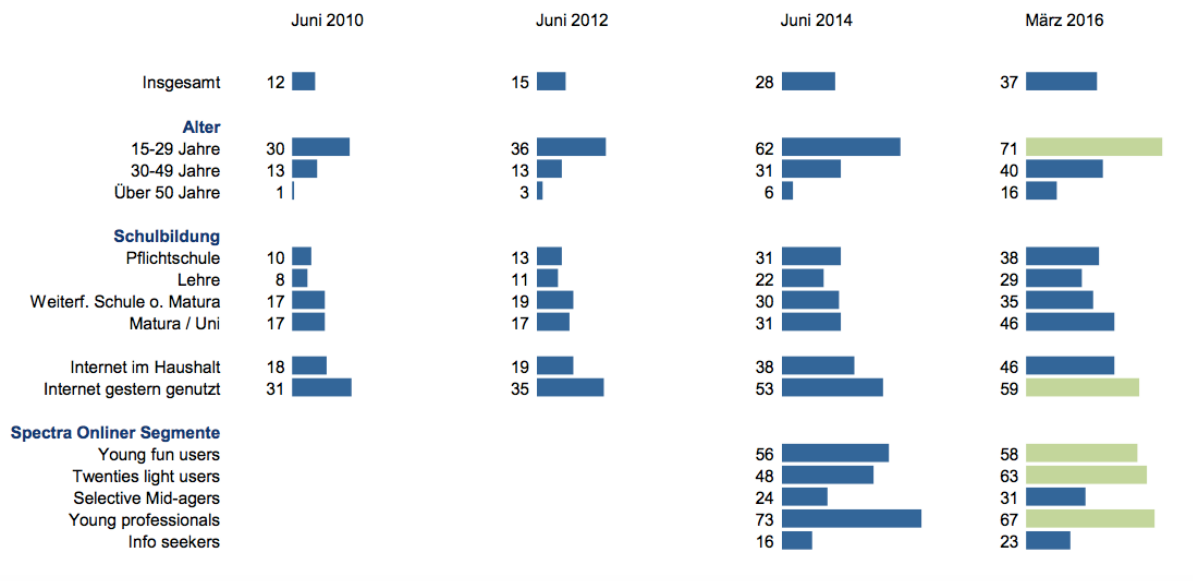


Abbildung 3 - täglicher Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken - Demografisch

Sieht man sich die unterschiedlichen Altersgruppen genauer an, dann kommt man zu folgendem Schluss:

Die intensivsten User kommen erwartungsgemäß aus der Gruppe der (15 und 20-jährigen), welche eine Nutzungsrate von 71% aufweisen. Vergleicht man diese Zahl mit 2010, dann hat sich die Nutzung mehr als Verdoppelt (Spectra Marktforschung, 2016). Bemerkenswert ist jedoch die Altersgruppe der Generation „50+“. In dieser Gruppe hat es eine Vesechzehnfachung der Nutzung gegeben. Ebenfalls einen starken Anstieg bei der täglichen Nutzung gab es ebenfalls bei Usern mit höheren Abschlüssen wie Studium oder Matura: Fast die Hälfte (46%) mit diesen Abschlüssen nutzen Web 2.0 und Social Media täglich (Spectra Marktforschung, 2016).

2.7.1 Facebook

Facebook wurde von Mark Zuckerberg ursprünglich als Studentenverzeichnis gegründet und ermöglicht die Erstellung privater Profilseiten. Nach eigenen Angaben besuchten 2017 rund zwei Milliarden Nutzer die Seite zumindest einmal im Monat. (Sokolov, 2017) (Hammerl, 2014) (Hall-Wilson, 2013)

Neben den privaten Seiten bietet Facebook auch sogenannte „Pages“ für

- UNTERNEHMEN
- ORGANISATION/INSTITUTION
- PRODUKT ODER MARKE
- ÖFFENTLICHE PERSON, BAND ODER KÜNSTLER
- UNTERHALTUNG
- GEMEINSCHAFT ODER GUTER ZWECK

an.

(Facebook, 2017)

Diese Pages werden von den Firmen oder Politischen Parteien als Teil der PR – Aktivitäten bzw. des Marketings genutzt (Ketzer, 2015). Folgt man Klinger/Svensson (Klinger & Svensson, 2014), so besteht die große Herausforderung für Politiker, Parteien und für Initiatoren von Bürgerinitiativen darin, die Logik vernetzter Medien perfekt für sich und das gewünschte Anliegen zu nutzen: Um die maximale Wahrnehmung erzielen zu können, reicht es nicht einfach nur ein Profil bei Facebook zu erstellen – es müssen viele Verbindungen und Beziehungen mit anderen Nutzern aufgebaut werden um damit Aufmerksamkeit für sich selbst und das gewünschte Anliegen zu bekommen. Es ist ein Zeichen für Popularität für Politiker oder Parteien, wenn sie mit vielen anderen verbunden sind. Informationen werden bei Facebook zentral verbreitet, deswegen müssen die Kommunikationsstrategien anders aussehen als jene die auf traditionelle Massenmedien ausgerichtet sind (Klinger & Svensson, 2014, S. 4)

Je bekannter ein Politiker, eine Partei oder eine Bürgerinitiative ist, desto einfacher gelingt in der Regel die Generierung von sogenannten „Likes“ auf Facebook (Ketzer, 2015). Je größer der Bekanntheitsgrad eines Produkts ist (und damit meint man letztendlich auch eine Person, eine Partei oder eine Bürgerinitiative), desto erfolgreicher ist die Seite. Während in den USA oder GB die Nutzerzahlen stagnieren (siehe Abbildung 4), verzeichnet das Netzwerk momentan das größte Wachstum in den aufstrebenden Industrieländern.

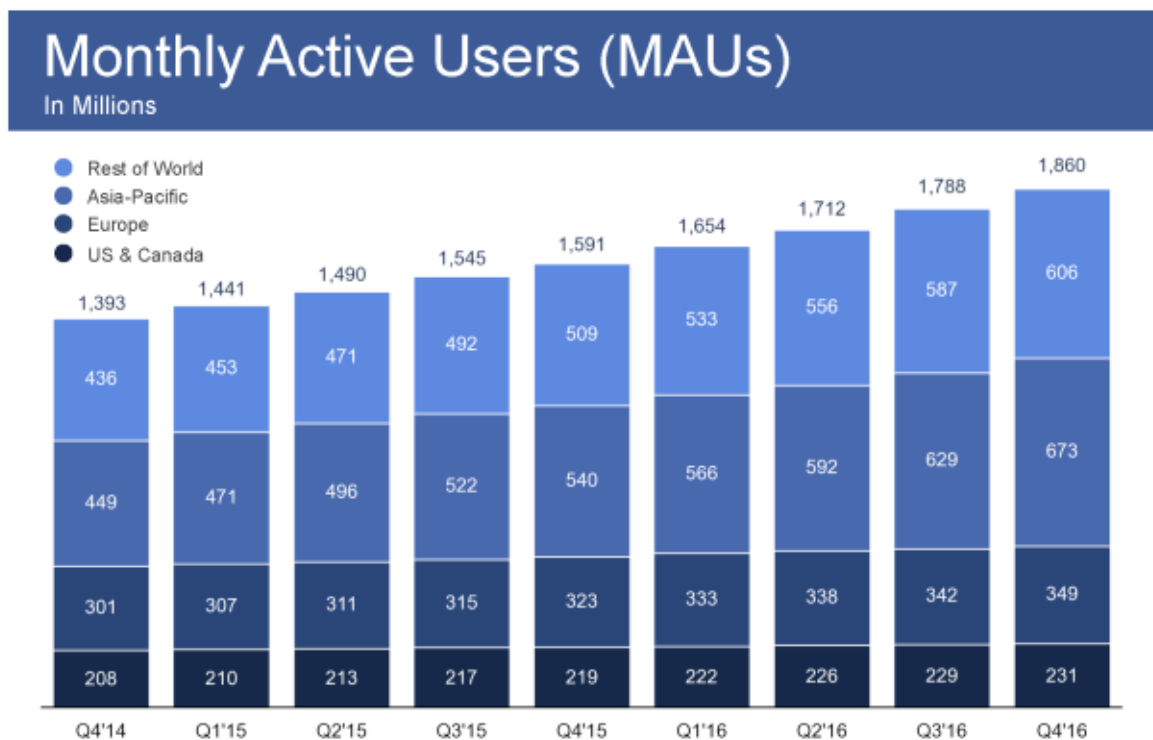


Abbildung 4 - Monthly Active Users (MAUs)

(Quelle: <http://www.thomashutter.com/index.php/2017/02/facebook-aktuelle-zahlen-zu-facebook-q42016/> - Abgerufen am 4. September 2017)

Die folgende Grafik zeigt die österreichischen Facebook Nutzer:



Abbildung 5 – Anzahl der Nutzer von Facebook in Österreich in ausgewählten Monaten von April 2013- März 2017

(Statista, 2017)

Ob nun Facebook in der politischen Kommunikation das ideale Werkzeug ist, lässt sich nicht so einfach beantworten, da das Ziel ausschlaggebend für das verwendete Medium ist (Hauk, 2015, S. 207). Letztendlich lässt sich konstatieren, dass durch Facebook ein Wandel im Dialog, zwischen Bürgerbewegungen und Bürgern, von einer statischen hin zu einer gemeinschaftlichen Kommunikation, stattgefunden hat (Friedrichsen, 2015, S. 233).

2.7.2 Twitter

Twitter (englisch für „zwitschern“) ist ein Social Media Dienst des Unternehmens Twitter Inc. Auf Twitter können registrierte Nutzer telegrammartige Kurznachrichten - analog zu SMS Nachrichten – verbreiten. Die Nachrichten werden „Tweets“ genannt (deutsche-startups.de, 2014). Die erste Twitter Message wurde 2006 vom Gründer Dorsey mit dem Text „just setting up my twttr.“ verschickt. (deutsche-startups.de, 2014) Waren 2010 noch

30 Millionen Nutzer pro Monat auf Twitter aktiv, so waren es im zweiten Quartal 2017 bereits 328 Millionen aktive Nutzer pro Monat.

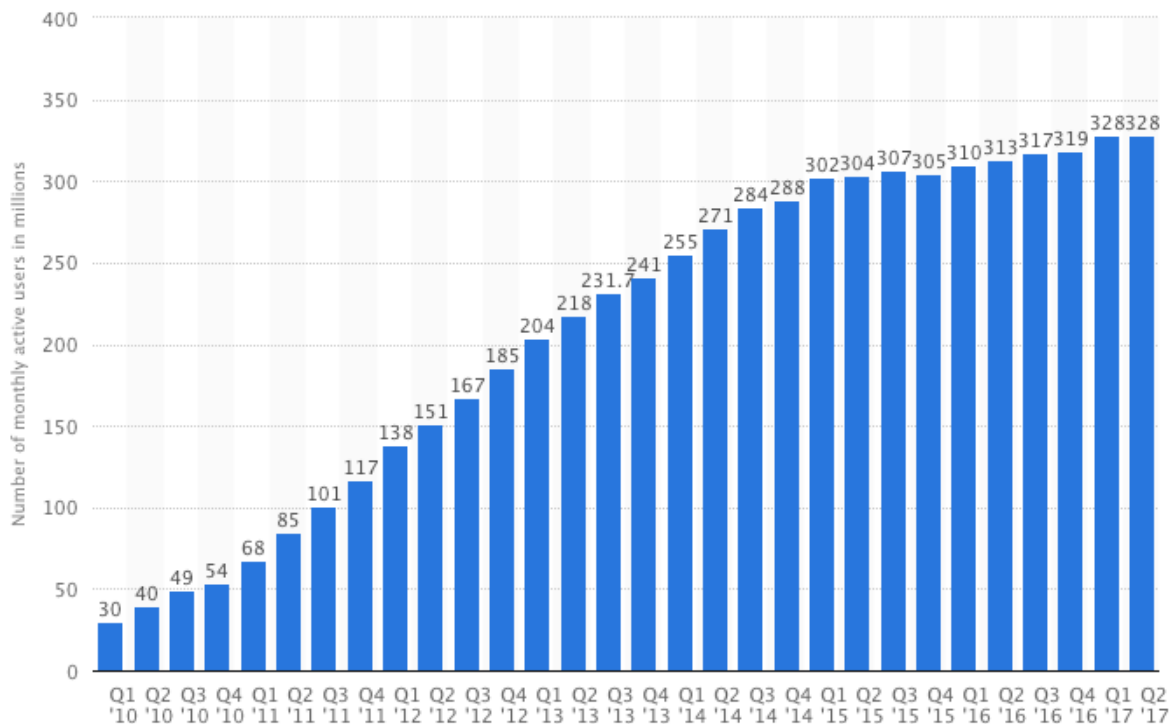


Abbildung 6 - Monthly Active Users – Twitter

(Quelle: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>)

Twitter wird als Social Media Network, Kommunikationsplattform oder ein „meist öffentlich einsehbares Online-Tagebuch definiert.“ User und UserInnen nutzen Twitter um kurze Nachrichten (max. 140 Zeichen) auf der Plattform zu veröffentlichen (Twitter.com, 2017). Aber auch in der Politik wird Twitter eingesetzt: So hielt z.B. Barack Obamas Wahlkampfteam im Jahr 2008 alle „Supporter“ mit Kurznachrichten am laufenden (Obama, 2017). Aber nicht nur in den USA wird Twitter von politischen Akteuren eingesetzt: Twitter erwies sich 2009 während des Wahlkampfes im Iran als wichtiges Instrument der Opposition: Die Anhänger von Hussein Mussawi konnten trotz der Zensur der Regierung Informationen weltweit über Twitter verbreiten (Stöcker, 2009). Die meisten NutzerInnen twittern übrigens nicht selbst, sondern verwenden Twitter um interessante Inhalte zu finden. Man könnte daraus auch schließen, dass Twitter ein „Erforschungsinstrument“ für attraktive Inhalte ist, denn diese werden in hoher Zahl von Medien, WissenschaftlerInnen und Unternehmen hochgeladen (Rixecker, 2013).

2.7.3 YouTube

YouTube ist eine Plattform für die Darstellung von Videos, u.a. Filmausschnitten, Musikclips, Slideshows und selbstproduzierte Filme. Damit befinden sich neben professioneller Information oder Unterhaltung auch Inhalte von privaten Personen auf YouTube. Durch die Kommentarfunktion (und die damit verbundene direkte Meinungsäußerung der User) bei YouTube lässt sich in letzter Zeit eine Verlagerung des politischen Diskurs von klassischen TV-Talkformaten zu YouTube verfolgen (Tembrink, Szoltysek, & Unger, 2013, S. 13ff). Durch die Bewertung von, und vor allem durch andere User ist es auch möglich Tendenzen und Meinungen zu bestimmten Themen herauszulesen. Dadurch können Meinungen der Benutzer besser in Programmen abgebildet werden (Jauch & Detlefsen, 2015). Bei Protesten bzw. Protestaktionen erfreut sich YouTube mehr und mehr einer höheren Beliebtheit: Dies wurde vor allem bei den Revolutionen während des arabischen Frühlings deutlich, wo die Zustände in den staatlichen Mediensystemen auf YouTube dokumentiert wurden (El Difraoui, 2011).

2.7.3.1 Exkurs – So schaut Österreich in die Röhre

Laut dem Ergebnis einer 2017 veröffentlichten IMAS-Studie, gehört YouTube für die österreichischen Internetnutzer zu den meist frequentierten Seiten im Web 2.0. 62% der befragten Nutzer schauen sich zumindest gelegentlich Beiträge auf YouTube an. 12 Prozent nutzen das Angebot sogar täglich. 72 Prozent der YouTube-Nutzer nützen die Upload Funktion von YouTube kaum oder nie! (Mohr, 2017).

So schaut Österreich in die digitale Röhre

YouTube-Nutzung in Österreich 2017

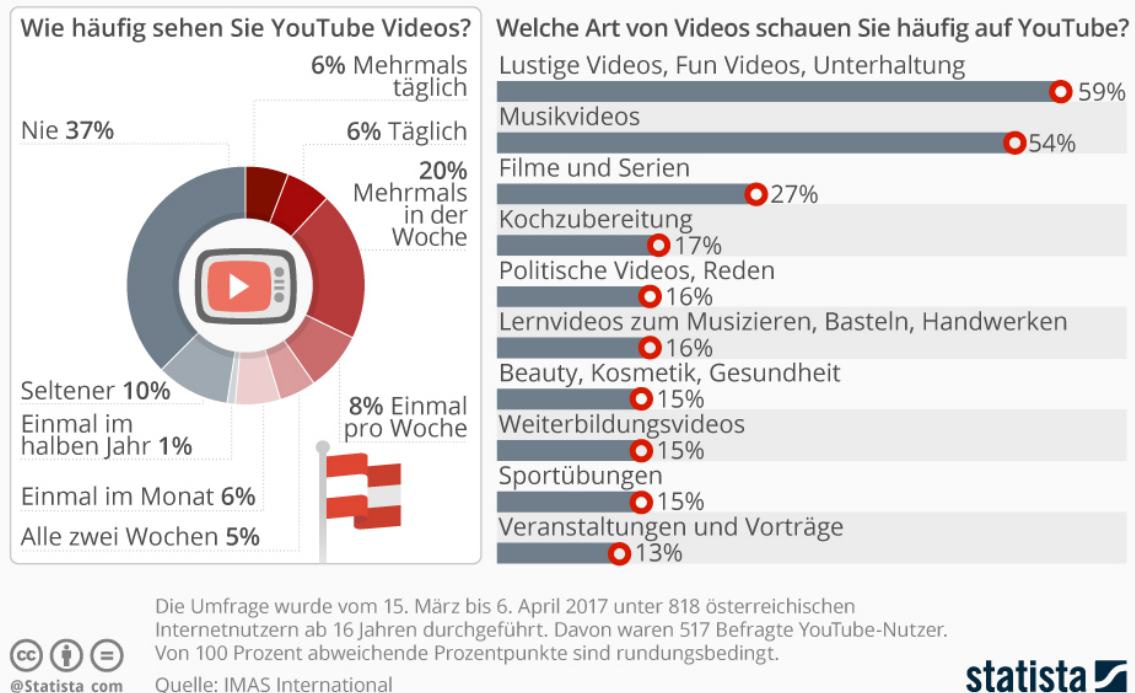


Abbildung 7 - So schaut Österreich in die Röhre - Quelle: Statista, <https://de.statista.com/infografik/9414/youtube-nutzung-in-oesterreich/>

2.8 Bürgerbeteiligungen

2.8.1 Bürgerbeteiligungen in Österreich

Für die Abgeordneten des Nationalrates ist es eine wichtige Aufgabe, jederzeit für die Anliegen der Österreicher direkt ansprechbar zu sein. Dieses Recht nennt man das Petitionsrecht, welches bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts in Österreich verfassungsrechtlich geschützt ist (Parlamentsdirektion, 2015). Um ein Anliegen in den einzubringen sind für österreichische Staatsbürgern folgende Möglichkeiten vorgesehen:

- EIN ABGEORDNETER UNTERSTÜTZT DAS ANLIEGEN
- 500 WAHLBERECHTIGTE BÜRGERINNEN UNTERSCHREIBEN DAS ANLIEGEN

Dabei ist es unbedingt notwendig, dass es sich um eine Bundessache in der Gesetzgebung (z.B. Gewerberecht) und nicht um eine Angelegenheit eines Landes bzw. einer Gemeinde (z.B. Baurecht) handelt (Parlamentsdirektion, 2015).

2.8.1.1 Petitionen, Bürgerinitiativen im Nationalrat

Österreichische StaatsbürgerInnen können mit einer parlamentarischen Bürgerinitiative direkt Forderungen an den Nationalrat herantragen. Dieses Anliegen muss in schriftlicher Form vorgelegt werden.

Um eine parlamentarische Bürgerinitiative in den Nationalrat einzubringen, muss diese „von mindestens 500 namentlich angeführten österreichischen, wahlberechtigten Staatsbürger unterzeichnet“ werden. (Parlamentsdirektion, 2015) Der/die Initiatorin der Bürgerinitiative wird die/der Erstunterzeichner/in genannt.

Um eine Bürgerinitiative/Petition einzureichen sind keine Kosten vorgesehen (Parlamentsdirektion, 2015). Bei der Einbringung muss die/der Erstunterzeichner ihren/seinen Wohnsitz nachweisen (Meldezettel). (Parlamentsdirektion, 2015)

2.8.1.2 Petitionen und Bürgerinitiativen im Ausschuss

Im Gegensatz zu Bürgerinitiativen werden Petitionen von den Abgeordneten des Nationalrats eingebracht. Petitionen bieten Politikern und Politikerinnen die Möglichkeit Anliegen aus dem Wahlkreis im Parlament behandeln zu lassen (Parlamentsdirektion, 2015). Um sowohl Petitionen, als auch Bürgerinitiativen behandeln zu können, werden diesem vom „Ausschuss für Petitionen und Bürgerinitiativen“ bearbeitet. In diesem Ausschuss befinden sich 24 Mitglieder, die von den Parlamentsparteien entsendet werden. Da es sich bei den Mitgliedern des Ausschusses nicht um Experten für die Themen der eingereichten Petitionen bzw. Bürgerinitiativen handelt, ist es üblich die Anliegen von den zuständigen Ministerien und Institutionen prüfen zu lassen (Parlamentsdirektion, 2015).

Das Ausschussverfahren endet folgendermaßen:

- ZUWEISUNG DER PETITION ODER BÜRGERINITIATIVE AN EINEN ANDEREN FACHAUSSCHUSS,
- ÜBERMITTLUNG DES ANLIEGENS AN DIE VOLKSANWALTSCHAFT ZUR WEITEREN BEHANDLUNG, ODER

- DIE WEITERE BEARBEITUNG WIRD ABGELEHNT, ODER
- DIE BÜRGERINITIATIVE BZW. PETITION WIRD „ANGELEGT“

(Parlamentsdirektion, 2015)

Dieses Verfahren ist öffentlich nicht zugänglich.

Im Nationalrat werden die Inhalte von Petitionen als auch Bürgerinitiativen behandelt. Als Grundlage dafür dient ein Sammelbericht des Ausschusses, in welchem alle Verfahrensschritte aufgelistet sind. Diese Sitzungen sind öffentlich zugänglich. (Parlamentsdirektion, 2015) (Parlamentsdirektion, 1975)

2.8.1.3 Petitionen und Bürgerinitiativen im Web 2.0

Um Petitionen oder parlamentarische Bürgerinitiativen einreichen zu können, ist grundsätzlich die Papierform notwendig: Das bedeutet, dass die Unterschriften der Unterstützer/Unterstützerinnen handschriftlich gesammelt werden müssen. Aber auch die Bürgerinitiativen und Petitionen sind mittlerweile im Web 2.0 angekommen, und so wurde im Oktober 2011 eine Möglichkeit geschaffen mit welcher österreichische Bürger/Bürgerinnen zusätzlich ihre Zustimmung erklären können: Die Bürgerinitiativen bzw. Petitionen werden auch auf der Parlamentshomepage abgebildet und beschrieben. Dort können österreichische Staatsbürger/Staatsbürgerinnen Ihre Zustimmung zu einem Anliegen online erklären. Diese „Stimme“ hat jedoch lediglich „informativen Charakter“ und dient nur zur „Abbildung der politischen Interessenlage.“ (Parlamentsdirektion, 2015). Um einer Petition oder einer Bürgerinitiative elektronisch zustimmen zu können sind folgende Voraussetzungen nötig:

- VOLLENDUNG DES 16. LEBENSJAHR
- ÖSTERREICHISCHE STAATSBÜRGERSCHAFT
- ANGABE VON VOR- UND ZUNAME, POSTLEITZAHL, ORT, STAAT
- E-MAIL ADRESSE

Es ist darüberhinaus möglich die Anzahl der abgegebenen Zustimmungserklärungen auf der Parlamentshomepage aufzurufen. (Parlamentsdirektion, 2015) (Parlamentsdirektion, 1975)

2.8.2 Bürgerbeteiligungen im Web 2.0

Soziale Medien wie Facebook, YouTube oder Wikipedia haben sich innerhalb weniger Jahre als meistbesuchte Seiten im Internet etabliert (Amazon, 2017), wobei der Erfolg dieser Seiten auf einem für die Geschichte völlig neuem Prinzip basiert: Während die Inhalte der klassischen Massenmedien wie des Fernsehens, des Radios oder der Printmedien nur passiv konsumiert werden können, kann der Bürger die Inhalte der sozialen Medien selbst gestalten. (Pump, 2013, S. 89ff) Doch welchen Zweck kann die aktive Nutzung von Web 2.0 für die politische Gestaltung des Landes bringen? Kann die aktive Nutzung des Internets zu mehr Demokratie führen? Sind die Angebote zur Partizipation rein populistische Beteiligungs-Placebos der etablierten Akteure ohne erkennbaren Mehrwert für den politischen Prozess? (Kuri, 2005, S. 88)

Folgt man Filzmaier/Hajek (Filzmaier & Hajek, 2007, S. 80) dann verlieren Massenmedien wie Print, Radio und Fernsehen laufend Marktanteile gegenüber dem Internet, dennoch wird das Fernsehen – zumindest momentan noch – stärker als Web 2.0, nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch zur Information genutzt: Bei einer Untersuchung des ORF (ORF, 2008) gaben 75% der Befragten an, sich im TV vordergründig zu informieren, während 72% angaben den Fernseher zur Unterhaltung zu nützen. Beim Internet verhält es sich etwas anders: Die Informationsfunktion steht mit 88% deutlich im Vordergrund, wobei das Internet – im Vergleich zum Fernsehen – häufiger genutzt wird um Inputs zu bekommen und sich im Alltag (Stichwort: Google) zurecht zu finden. (Filzmaier & Hajek, 2007, S. 80) (ORF, 2008)

Eine Studie der ORF Medienforschung hat den Anstieg der Web 2.0 Nutzung untersucht:

Internet-Nutzung		Österreicher/innen ab 14 Jahren																				Q1/16	
Austrian Internet Monitor		1996 ¹	1997 ¹	1998 ¹	1999 ¹	2000 ¹	2001 ¹	2002 ¹	2003 ¹	2004 ¹	2005 ¹	2006 ¹	2007 ¹	2008 ¹	2009 ¹	2010 ¹	2011 ¹	2012 ¹	2013 ¹	2014 ¹	2015 ¹	%	Tsd.
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Grundsätzlich möglich		14	20	27	34	46	53	56	61	64	66	67	76	79	83	86	86	87	85	87	89	88	6.527
(Fast) täglich		2	2	5	10	19	24	27	30	33	37	41	43	48	49	57	57	58	60	64	67	66	4.847
Mehrmals pro Woche		2	4	6	9	12	13	12	13	13	13	13	14	13	15	13	15	15	13	10	11	10	762
Regelmäßige NutzerInnen ²		4	6	11	19	31	38	39	44	46	50	54	58	60	64	70	71	73	73	74	78	76	5.609
Ein paar Mal / Monat		3	4	5	5	6	5	7	7	8	6	5	6	6	7	6	5	5	5	7	3	5	370
Seltener		2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	200
Internet-NutzerInnen		9	12	19	28	40	47	50	55	58	59	62	69	72	74	80	80	81	80	83	84	84	6.179
Niemals		5	7	7	6	6	6	6	5	6	6	5	7	7	8	6	6	7	5	4	5	5	348

Quelle: AIM, Integral, 1. Quartal 2016: n = 1.000; **Grundgesamtheit:** ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren (7,4 Mio.)
¹ Ergebnisse des 4. Quartals (bis 4. Qu. 01: n = 4.500, ab 1. Qu. 02: n = 3.500, ab 1. Qu. 05: n = 3.000, ab 1. Qu. 12: n = 2.500, ab 1. Qu. 14: n = 1.000)
² bis 4. Qu. 2008 als Intensiv-NutzerInnen bezeichnet
 Anm.: bis 4. Qu. 2006 Internet-Nutzung exklusive Nutzung "nur woanders"

MEDIENFORSCHUNG ORF

Abbildung 8 - Mediennutzung Österreich – Internet

(ORF, 2008)

Da die private Nutzung von Web 2.0 ebenfalls stetig steigt (siehe Abbildung 2), ergeben sich neue Chancen für die politische Kommunikation: Die stärkere Vernetzung der Politiker und der Wähler, schafft neue Partizipations- und Gestaltungsmöglichkeiten im Web 2.0 (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 8).

Ort des Internet-Zugangs		Österreicher/innen ab 14 Jahren																				Q1/16	
Austrian Internet Monitor		1996 ¹	1997 ¹	1998 ¹	1999 ¹	2000 ¹	2001 ¹	2002 ¹	2003 ¹	2004 ¹	2005 ¹	2006 ¹	2007 ¹	2008 ¹	2009 ¹	2010 ¹	2011 ¹	2012 ¹	2013 ¹	2014 ¹	2015 ¹	%	Tsd.
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Grundsätzlich möglich		14	20	27	34	46	53	56	61	64	66	67	76	79	83	86	86	87	85	87	89	88	6.527
Zu Hause		4	5	9	16	33	42	47	51	55	58	60	65	70	75	78	80	81	79	82	83	85	6.290
Im Büro/am Arbeitsplatz		6	10	13	16	21	23	25	27	27	26	30	30	29	30	33	32	34	33	36	35	34	2.538
Unterwegs (mobil)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5	7	15	15	21	29	31	44	45	50	3.722
In der Schule bzw. an der Uni		5	7	8	10	9	9	10	9	10	10	8	8	9	8	8	9	8	10	11	9	10	776
Woanders (Freunde, Verw., Cafe,...)		2	3	7	12	14	14	16	13	12	10	9	10	9	12	14	13	16	13	22	22	24	1.791

Quelle: AIM, Integral, 1. Quartal 2016: n = 1.000; **Grundgesamtheit:** ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren (7,4 Mio.)
¹ Ergebnisse des 4. Quartals (bis 4. Qu. 01: n = 4.500, ab 1. Qu. 02: n = 3.500, ab 1. Qu. 05: n = 3.000, ab 1. Qu. 12: n = 2.500, ab 1. Qu. 14: n = 1.000)
 Anm.: bis 4. Qu. 2006 Internet-Zugriffsmöglichkeit exklusive Zugang "nur woanders"

MEDIENFORSCHUNG ORF

Abbildung 9 - Ort des Internet Zugangs

Durch die Nutzung von Web 2.0 können Institutionen wie Ministerien, Verwaltungen oder Parteien, Informationen wie Reden, Protokolle, Gesetzesvorlagen in vollem Umfang jederzeit und zu relativ geringen Kosten zur Verfügung stellen (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 8). Bei stetem Einsatz der Möglichkeiten die das Internet bietet, kann die Transparenz des parlamentarischen Prozesses sogar noch gesteigert werden. (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 8)

Gegenwärtig befinden sich Parteien und politische Beteiligung in Österreich in einer Rezession: Nichtwähler bei Nationalrats- bzw. Landtagswahlen und die Vergreisung der Parteien machen den traditionellen Parteien zu schaffen – aber auch die Tatsache, dass jüngere Wähler keine Perspektive im politischen Engagement sehen (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 8). Folgt man Wienhöfer/Kastenholz/Geyer, dann könnte Web 2.0 durch seine Möglichkeiten in der politischen Kommunikation und Partizipation die Parteien aus der Rezession holen (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 8).

2.8.2.1.1 Vorteile von Bürgerbeteiligung im Web 2.0

Der Hauptvorteil der Bürgerbeteiligung im Web 2.0, gegenüber der klassischen Bürgerbeteiligung (welche üblicherweise in Form von Podiumsdiskussionen, dem Sammeln von Unterschriften, Vorträgen etc. stattfindet) ist sicherlich der einfache und niedrigschwellige Zugang. „Social Media“ – Plattformen wie z.B. Facebook, erlauben den TeilnehmerInnen, sich zu jedem Zeitpunkt und von jedem Ort aus an der Diskussion zu beteiligen. Somit ist es nicht mehr notwendig, sich räumlich oder zeitlich zu binden. Des Weiteren erleichtert die asynchrone Kommunikation neu hinzukommenden Bürgern den Einstieg in die Diskussion, da der gesamte Diskussionsverlauf protokolliert wird und damit kein Informationsverlust entsteht. (Trénel, Märker, & Hagedorn, 2001, S. 14)

Neben dem einfachen und niedrigschwelligen Onlinezugang, ist sicherlich die direkte und breite Beteiligung der BürgerInnen am politischen Diskurs zu erwähnen: Neben der Meinungsäußerung in „Social Media Diensten“ besteht die Möglichkeit, Stimmungs- und Meinungsbilder in Online – Umfragen einzuholen und bei der Entscheidungsfindung zu berücksichtigen. (Wienhöfer, Kastenholz, & Geyer, 2002, S. 16)

2.8.2.2 Bürgerbeteiligung im Web 2.0 – eine demokratietheoretische Betrachtung

Eine Verlagerung von Offline-Partizipationsangeboten zu Web 2.0 bedeutet momentan, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen bevorzugt und andere benachteiligt werden, denn das Internet wird nicht von allen soziodemographischen Gruppen in gleicher Art und Weise genutzt, so sind die „Onliner“ eher in der Gruppe der 20 – 50-jährigen zu finden (siehe Abbildung)

Strukturvergleich - 1. Quartal 2016			
Austrian Internet Monitor Angaben in %	Österr. Bevölkerung ab 14 Jahren	Internet- NutzerInnen gesamt	häufige NutzerInnen ¹
BASIS in Tsd.	7.400	6.179	4.847
Geschlecht:			
Männer	48	52	55
Frauen	52	48	45
Alter:			
14-19 Jahre	8	9	11
20-29 Jahre	15	18	21
30-39 Jahre	15	17	16
40-49 Jahre	18	20	20
50-59 Jahre	17	17	17
60-69 Jahre	12	10	7
70 Jahre und älter	15	9	7
Schulbildung:			
ohne Matura	73	69	64
mit Matura	27	31	36
Berufliche Stellung:			
Leitend	6	7	9
Nicht leitend	26	29	30
Selbständig	7	8	9
(Fach-)Arbeiter	10	10	10
Pensionist	28	20	16
Schüler/Student	9	10	12
Sonstiges ²	14	16	14
Quelle: AIM, Integral, 1. Quartal 2016: n = 1.000 Grundgesamtheit: ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren ¹ nutzen Internet täglich, ² Karenz, arbeitssuchend, Hausfrau/mann			
MEDIENFORSCHUNG		ORF	

Abbildung 10 - Strukturvergleich

Auch wenn die Hürden der Partizipation durch den technischen Fortschritt gesunken sind, ermöglicht das Internet bislang keine gerechtere Form der Partizipation. Dafür erfüllt das

Internet nicht die demokratischen Voraussetzungen der prinzipiellen Chancengleichheit aller Bürger (Kuri, 2005). Das geforderte „Mehr“ an Partizipationbürgerbeteiligung durch die Schaffung neuer direkter Beteiligungsmöglichkeiten im Internet führt somit also zu einem „Weniger“ an demokratischer Legitimation, wenn die jeweilige Beteiligungsform vollständig in das Netz verlagert wird. Durch die Anforderungen an Medienkompetenz und Technik könnte das Internet auch zu Zugangsbarrieren werden, deshalb sollten Partizipationsangebote im Internet nur ergänzend eingesetzt werden. (Pump, 2013, S. 92) (Kuri, 2005)

2.9 Bürgerinitiativen in der Politikwissenschaft

2.9.1 Einordnung der Bürgerinitiativen in die Theorien der Politikwissenschaft

2.9.1.1 Definition

Bürgerinitiativen sind aus der Bevölkerung heraus gebildete Interessenvereinigung welche erstmals im letzten Jahrhunderts in den Schriften der politischen Theorie Erwähnung fanden: Folgt man Andersen/Woyke (Andersen & Woyke, 2013) dann handelt es sich bei Bürgerinitiativen um *„zeitlich meist begrenzte, lockere Zusammenschlüsse einzelner Bürger, die sich außerhalb der Parteiendemokratie, durch politischen Druck um die Lösung eines Problems bemühen“* (Andersen & Woyke, 2013, S. 42ff). Charakteristisch für Bürgerinitiativen sind ihre organisatorische Vielfalt sowie die unzähligen möglichen Zielsetzungen: Bürgerinitiativen kommen und gehen, sie haben einen begrenzten Aktionsradius, lösen sich rasch wieder auf, und sind besonders attraktiv, weil jeder eine Bürgerinitiative ins Leben rufen kann und damit nahezu jedes Anliegen zum Gegenstand einer Bürgerinitiative werden kann. (Elmar, 1995, S. 59ff) Bürgerinitiativen beschäftigen sich zumeist mit Belangen aus dem unmittelbaren, lokalen Bereich, dem Problem vor der eigenen Haustür, wo die vermeintlich „etablierte“ Politik zu versagen scheint. Insofern zeigen sich Bürgerinitiativen als ein kleiner, aber meist hocheffizienter Mikrokosmos des politischen Handelns, als wirksame Partizipationsform und Instrument der Problemlösung. (Huth, 2003, S. 209) Auf dem Weg zum Ziel umgehen die Bürgerinitiativen den institutionell vorgegebenen Weg und suchen die direkte Auseinandersetzung mit den Hauptadressaten ihrer Interessenartikulation. Damit Ihre Forderungen möglichst weit verbreitet werden können, verfügen Bürgerinitiativen oft über ein breite Bandbreite unkonventioneller

Aktionsformen (z.B. Versammlungen, Demonstrationen, Infoveranstaltungen, Plakatierungen und Leserbriefkampagnen). (Elmar, 1995, S. 59ff) Dabei soll im Sog der Medien die Öffentlichkeit informiert und mobilisiert werden, um dadurch die Entscheidungsträger in Politik und Verwaltung zu Reaktionen zu bewegen. Da die Bürgerinitiative aber auf Kontakte in der Politik angewiesen sind (um eine möglichst breite Kooperationsbasis zu erlangen), handelt es sich bei diesen Auseinandersetzungen um ein Wechselspiel von Konflikt und Konsens. (Huth, 2003, S. 209) Als Basisdemokratische Beteiligung zielen Bürgerinitiativen jedoch keineswegs auf die Überwindung des Systems ab: Sie lassen sich mit den verfassungsrechtlichen Leitlinien vereinbaren. Um die Vorzüge der Repräsentativverfassung zu entfalten, müssen den gesellschaftlichen Bewegungen wie Bürgerzusammenschlüssen oder Bürgerinitiativen ausreichend Spielraum bleiben (Elmar, 1995, S. 59ff).

2.9.1.2 Die Bürgerinitiative im Kontext der partizipatorischen Demokratie

Im Mittelpunkt des von Barber (Barber, 1984, S. 173ff) entwickelten Modells steht der Bürger und sein Handeln: Die nebeneinander existierenden Individualinteressen sollen in einer am Gemeinwohl orientierten Gesellschaft aufgehen – es handelt sich somit um eine umfassend partizipatorisch ausgerichtete Demokratie. Folgt man Barber, dann sollen alle öffentlichen Bereiche von den Bürgern selbst bestimmt werden (Barber, 1984, S. 173). Die Gespräche zwischen den Teilnehmern/Teilnehmerinnen sind für Barber dabei von zentraler Bedeutung (Barber, 1984, S. 173). Barber nennt das „strong democratic talk“ und meint damit die aktive Kommunikation als auch das hineinversetzen an die Stelle des anderen. (Barber, 1984, S. 173) Damit die Bürger zu mündigen, am Gemeinwohl orientierte Menschen werden, ist es notwendig das politische Handeln in institutionelle Rahmen einzubetten (Barber, 1984, S. 307). In diesem Zusammenhang kritisiert Barber das in der liberalen Politik herrschende Ideal der Bevorzugung von Individualinteressen und der Vernachlässigung des Gemeinwohles. Da Bürgerinitiativen die Interessen einer vergleichsweise kleinen Gruppe vertreten, stehen sie sehr stark im Kontrast zur von Barber geforderten Gemeinschaft der Bürger. (Barber, 1984, S. 307ff) Barber fordert des weiteren, dass BürgerInnen jeweils den Standpunkt der jeweils anderen Seite anerkennen: Dies ist jedoch für Bürgerinitiativen relativ schwierig, da sie aufgrund Ihrer Definition zielgerichtet sind, und Kompromisse

eigentlich nicht vorgesehen sind. (Bogumil & Holtkamp, 2006) (Bogumil & Holtkamp, 2013, S. 130)

3 Fallbeispiele

Auswahl der Fallbeispiele

Folgt man Merkens (Merkens, 2005, S. 291) dann stehen bei der qualitativen Forschung andere Zielsetzungen als die der statistischen Repräsentativität im Mittelpunkt, dementsprechend sind hier andere Formen der Fallauswahl von Bedeutung: Dabei ist es wichtig, die Fälle so auszuwählen, dass sie für die Fragestellung besonders bedeutsam und interessant sind. Wenn in einer empirischen Studie, wie in dieser Masterarbeit, etwa die Verwendung von Web 2.0 in Bezug auf Bürgerinitiativen ermittelt werden soll, dann sind hier vor allem Interviewpartner von Interesse, die eine Bürgerinitiative initiiert haben, oder zumindest bei einer Bürgerinitiative mitgearbeitet haben. Ziel ist also nicht die statistische Verallgemeinerbarkeit der Stichprobe auf die Gesamtheit aller Bürgerinitiativen. Vielmehr soll die Stichprobe möglichst genau Aufschluss über ein Phänomen geben, und dieses möglichst umfassend, in all seinen Facetten abbilden (Merkens, 2005, S. 291).

Patton (Quinn Patton, 2002) und Mason (Mason, 2002) sind der Meinung, dass die Verfahren der absichtsvollen Stichprobenziehung dazu dienen, jene Fallbeispiele auszuwählen, die für die Fragestellung die besten Ergebnisse erwarten lassen. Die „absichtsvollen Auswertungsverfahren“ werden nach Patton in der Literatur wie folgt unterteilt:

- NACH ART DER STICHPROBENZUSAMMENSETZUNG
- NACH ART DER STICHPROBENZIEHUNG

(Quinn Patton, 2002, S. Kapitel II)

Aus dieser Perspektive gesehen, lässt sich zwischen heterogenen und homogene Stichproben unterscheiden (Quinn Patton, 2002, S. 230), wobei homogene Stichproben aus Fällen bestehen, die einander ähnlich sind (wie z.B. eine Stichprobe bestehend nur aus

zufriedenen Kunden). Heterogene Stichproben werden dementsprechend so zusammengesetzt, dass die gesamte Bandbreite eines Phänomens abgedeckt ist (z.B. lokale Bürgerinitiative vs. überregionale Bürgerinitiative). Die Fallkontrastierung folgt somit dem Prinzip der minimalen Ähnlichkeit: Es wird nach Fällen gesucht, von denen gerade zu erwarten ist, dass sie Gegenevidenzen erbringen (Kelle & Kluge, 1999, S. Kapitel 3/2)

Aus diesem Grund wurden die Fallbeispiele in dieser Masterarbeit ganz bewusst so ausgewählt, dass – schon aufgrund der unterschiedlichen Settings - mit Gegenevidenzen zu rechnen ist:

- BI – FREIER ZUGANG ZUM BOTANISCHEN GARTEN – PERSONEN INITIIERTE BI
- BI – FAKTEN HELFEN – ORGANISATION INITIIERTE BI
- BI – ARBEITSZEITVERKÜRZUNG JETZT – PARTEI INITIIERTE BI
- BI – BILLIGER WOHNEN JETZT – PARTEI INITIIERTE BI
- BI – WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN GENDERFREI – PARTEI INITIIERTE BI

Die für diese Masterarbeit ausgewählten Fallbeispiele bilden somit eine kleine Stichprobe – nicht zu vergleichen mit Stichproben in der quantitativen Forschung, die oft Hunderte oder sogar Tausende von Personen umfassen. In diesem Zusammenhang wird der qualitativen Forschung oft die Frage gestellt, ob diese – eher kleinen – Fallzahlen denn überhaupt ausreichend sind. Die Antwort besteht aus einer Gegenfrage: Ausreichend wofür? Für eine statistische Verallgemeinerung auf die Grundgesamtheit der Bürgerinitiativen ist die Stichprobengröße einer Untersuchung mit 5 Fallbeispielen keinesfalls ausreichend. Aber das soll auch nicht der Zweck der Untersuchung sein. In dieser Studie geht es darum, das Spektrum der Gründe zu erfassen, warum die einzelnen Bürgerinitiativen auf das eine, oder das andere Medium setzen. Unter dieser Fragestellung ist nicht die Stichprobengröße ausschlaggebend – viele homogene Fallbeispiele würden hier nur vergleichbare, sich ähnelnde Auskünfte ergeben – sondern vielmehr die Zusammensetzung der Fallauswahl bzw. die adäquate Abbildung der Unterschiede der Bürgerinitiativen (Lokal fokussierte Bürgerinitiative versus überregional fokussierte Bürgerinitiative). Ziel ist somit nicht die Verallgemeinerung auf die Gesamtheit anderer Bürgerinitiativen, sondern die Gesamtheit der Gründe. Folgt man Schreier (Schreier, 2011, S. 254) , dann geht es bei den

Stichprobenkonzepten der qualitativen Forschung also nicht um die statistische, sondern um die begriffliche oder analytische Verallgemeinerbarkeit. Ob eine Stichprobe geeignet ist, stellt, wie soeben erläutert, keine Frage des Umfangs, sondern der Zusammensetzung dar (Schreier, 2011, S. 254).

3.1 Fallbeispiel 1 – Der Botanische Garten in Schönbrunn muss weiterhin unentgeltlich den BesucherInnen zur Verfügung stehen.

3.1.1 Über die Bürgerinitiative

Die Bürgerinitiative „Freier Zugang zum botanischen Garten“ setzt sich dafür ein, dass der kostenlose Zugang zum botanischen Garten für die Öffentlichkeit gewährleistet bleibt.

104/BI
vom 09.08.2016 (XXV.GP) 1 von 3



Der Botanische Garten von Schönbrunn
**muss weiterhin unentgeltlich
den Besuchern offen stehen!**

Den Bestrebungen, das Gebiet des Botanischen Gartens dem Tiergarten Schönbrunn einzuverleiben, muss ein Riegel vorge-schoben werden! Wenn dies passiert, kann der Botanische Garten nur mehr gegen Eintrittsgeld besucht werden, das Maxingtor - ein beliebter Zugang zum Park - würde gesperrt werden!
Dagegen wehren wir uns!

**Unterstützen Sie die
Bürgerinitiative
mit Ihrer Unterschrift!**



Unterschriftslisten bitte per Post an
Dipl.-Ing. Hellia Schwab-Mader
St.Veit-Gasse 68
1130 Wien

weitere Unterschriftslisten stehen unter
www.facebook.com/botanischergartenfrei
zum Download für Sie bereit!



www.parlament.gv.at

Parlamentarische Bürgerinitiative

betreffend

Sicherstellung, dass der Botanische Garten in Schönbrunn, einer der ältesten historischen Gärten Österreichs, erhalten und weiterhin öffentlich frei zugänglich bleibt.

Seitens der EinbringerInnen wird das Vorliegen einer Bundeskompetenz in folgender Hinsicht angenommen:

Das Areal vom Schloss Schönbrunn steht zu 100% im Eigentum der Republik. Beide Wirtschaftsbetriebe: Schloss Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H und der des Tiergartens sind zu 100 % im Besitz der Republik und die letzten Entscheidungen treffen Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerium als Eigentümervertreter für das gesamte Areal des Schloss Schönbrunn.

Dieses Anliegen wurde bis zur Einbringung im Nationalrat von ⁵⁶⁰ BürgerInnen mit ihrer Unterschrift unterstützt. (Anm.: zumindest 500 rechtsgültige Unterschriften müssen für die Einbringung im Nationalrat vorliegen.)

Anliegen:

Der Nationalrat wird ersucht,

sicherzustellen, dass der Botanische Garten in Schönbrunn, einer der ältesten historischen Gärten Österreichs, erhalten und weiterhin öffentlich frei zugänglich bleibt.

Im Fall der Einverleibung des Botanischen Gartens, der selbständiger Bestandteil des Weltkulturerbes Schönbrunn ist in den Tiergarten könnten nur mehr Besucher/innen mit einer gültigen Eintrittskarte für den Tiergarten dieses Juwel besuchen. Die direkte frei zugängliche Verbindung vom Palmenhaus zur Gloriette würde entfallen, ebenso der Zugang von der Maxingstrasse in den Schlosspark. Weiter werden massive Beeinträchtigungen der Substanz und die Abwertung der Bedeutung des Botanischen Gartens durch die Eingliederung in den Tiergartenbetrieb befürchtet.

Abbildung 11 - Freier Zugang zum Botanischen Garten

https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/BI/BI_00104/imfname_553097.pdf

3.2 Fallbeispiel 2 – Wissenschaftliche Arbeiten Genderfrei

3.2.1 Über die Bürgerinitiative

Die Bürgerinitiative setzt sich dafür ein, dass fehlendes Gendern in wissenschaftlichen Arbeiten nicht negativ gewertet wird.

1 von 2

114/BI
vom 26.04.2017 (XXV.GP)

Parlamentarische Bürgerinitiative

betreffend
Wissenschaftliche Arbeiten genderfrei!

Seitens der EinbringerInnen wird das Vorliegen einer Bundeskompetenz in folgender Hinsicht angenommen:

Im Universitätsgesetz ist die Gleichstellung der Geschlechter gesetzlich verankert, die genaue Ausgestaltung ist allerdings nicht geregelt. Die Verwendung von geschlechtergerechten Formulierungen in wissenschaftlichen Arbeiten sollte hier explizit jedem Autor selbst überlassen werden.

Dieses Anliegen wurde bis zur Einbringung im Nationalrat von *ca. 1000* BürgerInnen mit ihrer Unterschrift unterstützt. (*Anm.: zumindest 500 rechtsgültige Unterschriften müssen für die Einbringung im Nationalrat vorliegen.*)

Anliegen:
Der Nationalrat wird ersucht,

sich dafür einzusetzen, dass geschlechtergerechte Formulierungen in wissenschaftlichen Arbeiten nicht als Beurteilungskriterium herangezogen werden. An manchen Hochschulen sind Formulierungen wie das Binnen-I bereits Voraussetzung für eine positive Note. Durch solche Regelungen wird den Verfassern von wissenschaftlichen Arbeiten vorgeschrieben, wie sie ihre Gedanken zu formulieren haben - dabei handelt es sich um eine unnötige Einschränkung der verfassungsmäßig garantierten, wissenschaftlichen Freiheit.

Ähnlich wie Kreationisten leugnen auch Genderideologen aus weltanschaulichen Gründen evolutionsbiologische Fakten. Bei der aus den USA nach Europa herübergeschwappten Genderisierungswelle geht es längst nicht mehr um die Gleichberechtigung von Mann und Frau, sondern um die Verbreitung einer pseudowissenschaftlichen Ideologie. Binnen-I, Gendergap oder Gendersternchen leisten keinerlei Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter, sondern stellen lediglich eine Schikane für Studenten dar.

Abbildung 12 - Wissenschaftliche Arbeiten Genderfrei

https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/BI/BI_00114/imfname_630431.pdf

3.3 Fallbeispiel 3 – Fakten helfen – „Eine Bürgerinitiative für die anonyme Erhebung von Zahlen und Motiven zu Schwangerschaftsabbrüchen.“

3.3.1 Über die Bürgerinitiative

Die Bürgerinitiative „Fakten helfen“ setzt sich dafür ein, „dass eine verpflichtende Erhebung von Zahlen und Motiven zu Schwangerschaftsabbrüchen eingeführt wird.“

(Aktion Leben, 2017)

69/BI
vom 27.04.2015 (XXV.GP)

1 von 4

Parlamentarische Bürgerinitiative betreffend <i>die Einführung einer österreichweiten anonymen Statistik über Schwangerschaftsabbrüche und der Erforschung der Gründe dafür</i>	(bitte hier freilassen)
Seitens der EinbringerInnen wird das Vorliegen einer Bundeskompetenz in folgender Hinsicht angenommen:	
<i>Für eine anonyme Statistik über Schwangerschaftsabbrüche bedarf es der entsprechenden Einfügungen im Bundeskrankenanstalten-Gesetz und im Bundes-Ärzte-Gesetz.</i>	
Dieses Anliegen wurde bis zur Einbringung im Nationalrat von 48.590 <i>48.590</i> BürgerInnen mit ihrer Unterschrift unterstützt (Anm.: zumindest 500 rechtsgültige Unterschriften müssen für die Einbringung im Nationalrat vorliegen.)	
ANLIEGEN:	
Der Nationalrat wird ersucht,	
<i>die gesetzlichen Grundlagen zu schaffen für</i> <i>1. die bundesweite anonymisierte Statistik über Schwangerschaftsabbrüche und deren jährliche Veröffentlichung sowie</i> <i>2. die regelmäßige wissenschaftliche und anonyme Erforschung der Gründe für Schwangerschaftsabbrüche als Basis für Prävention und bedarfsgerechte Hilfen.</i>	
(Falls der Vordruck nicht ausreicht, bitte auf Beiblatt fortsetzen)	

fakten-helfen.at


aktion leben


Fakten helfen!

**Wie viele Schwangerschaftsabbrüche gibt es in Österreich?
Was sind die Ursachen dafür?**

Eine Bürgerinitiative für die anonyme Erhebung von Zahlen und Motiven zu Abbrüchen

In Österreich gibt es keine Daten zum Schwangerschaftsabbruch. Ebenso fehlen gesicherte Erkenntnisse, warum es dazu kommt. Fakten sind aber dringend notwendig, um gezielt helfen zu können. Es besteht ein breiter gesellschaftlicher Konsens in Österreich, dass die Zahl der Schwangerschaftsabbrüche möglichst gering sein sollte. Um Schwangerschaftsabbrüche zu vermeiden, gilt es, die Gründe dafür zu erforschen. Um bedarfsgerechte

Hilfen zu entwickeln, müssen wir wissen, was Frauen und Paare ermutigt, sich ein Leben mit Kind zuzutrauen. Nahezu alle europäischen Länder erheben anonym Zahlen und Motive zu Schwangerschaftsabbrüchen. Wir brauchen auch in Österreich solide Daten und Fakten. Auf dieser Basis können schwangere Frauen und Paare in schwierigen Situationen besser unterstützt werden. Die Fristenregelung wird durch diese Initiative nicht berührt.

Wir bitten Sie, unsere Bürgerinitiative zu unterzeichnen!

Wir fordern den Nationalrat auf, die gesetzlichen Grundlagen zu schaffen für

1. die bundesweite **anonymisierte Statistik über Schwangerschaftsabbrüche** und deren jährliche Veröffentlichung sowie
2. die regelmäßige **wissenschaftliche und anonyme Erforschung der Gründe für Schwangerschaftsabbrüche** als Basis für Prävention und bedarfsgerechte Hilfen.

Auf der Rückseite finden Sie Platz für Ihre Unterschrift.

aktion leben ist ein gemeinnütziger, parteipolitisch unabhängiger und überkonfessioneller Verein zum Schutz menschlichen Lebens.
www.parlament.gv.at

Danke

Abbildung 13 - "Fakten helfen"

https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/BI/BI_00069/imfname_406052.pdf

3.4 Fallbeispiel 4 – Billiger Wohnen jetzt

3.4.1 Über die Bürgerinitiative

Die Bürgerinitiative von Christian Sapetschnig (Bundessekretär der SPÖ) zielt auf eine Verringerung der Miete für junge Personen ab.

1 von 2

97/BI
vom 24.02.2016 (XXV.GP)

Parlamentarische Bürgerinitiative

betreffend
Billiger wohnen jetzt! Junges Wohnen muss bezahlbar werden!

Seitens der EinbringerInnen wird das Vorliegen einer Bundeskompetenz in folgender Hinsicht angenommen:

Die BürgerInneninitiative zielt u.a. auf Veränderungen folgender Gesetze ab:

- * Bundesgesetz vom 12. November 1981 über das Mietrecht (Mietrechtsgesetz - MRG) StF: BGBl. Nr. 520/1981
- * das Bundesgesetz, mit dem der Finanzausgleich für die nächsten Jahre geregelt wird und sonstige finanzausgleichsrechtliche Bestimmungen getroffen werden

Dieses Anliegen wurde bis zur Einbringung im Nationalrat von 1938 BürgerInnen mit ihrer Unterschrift unterstützt. (Anm.: zumindest 500 rechtsgültige Unterschriften müssen für die Einbringung im Nationalrat vorliegen.)

Anliegen:
Der Nationalrat wird ersucht,
folgende BürgerInneninitiative zu behandeln:

Billiger wohnen jetzt! Junges Wohnen muss bezahlbar werden!

Wohnen ist für viele junge Menschen in Österreich unleistbar geworden. Die Mietpreise sind oft viel zu hoch – von den Preisen von Eigentumswohnungen gar nicht zu sprechen. Die Nettomiete beträgt in Ballungszentren wie Innsbruck, Salzburg Wien und Bregenz ungefähr 10€/m². Rechnet man die Umsatzsteuer hinzu, sind viele Menschen mit Mieten von über 900€ für eine 75m²-Wohnung (ohne Betriebskosten) konfrontiert.

Wohnen muss ein Grundrecht sein! Daher müssen dringend Maßnahmen gesetzt werden, um Wohnungen wieder günstiger anbieten zu können. Junge ArbeiterInnen verdienen im Durchschnitt 15.121€, junge Angestellte verdienen 20.156€ im Jahr! Wenn eine 50m²-Wohnung in den Ballungsräumen ohne Betriebskosten ca. 8340€ im Jahr kostet, so müssen junge Menschen nahezu 50% ihres Einkommens in das Grundbedürfnis Wohnen investieren.

Dieser Zustand muss in Zukunft verhindert werden. Die Politik, insbesondere die Bundesgesetzgebung, kann auch hier intensiv einwirken. Im Rahmen dieser Parlamentarischen BürgerInneninitiative fordern wir den Nationalrat auf, dringende Maßnahmen im Bereich Wohnen zu setzen.

####Fortsetzung auf Beiblatt####

(Falls der Vordruck nicht ausreicht, bitte auf Beiblatt fortsetzen)

Parlamentarische Bürgerinitiative

Unsere Forderungen lauten:

- Einführung des Universalmietrechts – keine Willkür bei der Berechnung des Mietzinses. Wir unterstützen das vorgelegte Modell der SPÖ: Basispreis maximal 5,50€ (exkl. USt. und Betriebskosten) für eine Normwohnung zwischen 30 und 150 Quadratmeter und eine klare Regelung der Zu- und Abschläge. Auch die Vermögenskosten dürfen nicht mehr den MieterInnen angelastet werden. Dieses Modell soll für alle nicht geförderten Wohnungen ab einem Bestandsalter von 20 Jahren eingeführt werden.¹
- Weg frei für eine Leerstands- und Zweitwohnsitzabgabe: Die Gemeinden sollen die Möglichkeit erhalten, eine Leerstands- bzw. Zweitwohnsitzabgabe einführen zu können. Unzählige Wohnungen stehen in Österreich leer oder werden als Zweitwohnsitze genutzt, während viele junge Menschen auf Wohnungssuche sind. Wir fordern ein Nein zu Spekulationen mit Wohnungen! Die Gemeinden müssen die Möglichkeit haben, diese Abgaben einheben zu dürfen, da diese insbesondere in urbanen Räumen und in Tourismusregionen von essentieller Notwendigkeit sind, um den kommunalen Betrieb aufrecht zu erhalten.
- Wiedereinführung der Zweckwidmung der Wohnbaufördermittel: Mit dem Finanzausgleichsgesetz 2001 wurde die Zweckwidmung der Rückflüsse aus Wohnbaudarlehen aufgeweicht. Vonseiten der Bundesländer wurden infolge Wohnbaugelder (Forderungen aus Wohnbaudarlehen; Anm.) „verkauft“ oder anderwärtig verwendet. Seit dem Finanzausgleich für die Jahre 2008 bis 2013 sind diese Beträge, die zu 81 Prozent an die Länder weitergegeben werden, nicht mehr zweckgewidmet. Die bisher für Wohnbau und Wohnhaussanierung zweckgewidmeten Zuschüsse des Bundes wurden abgeschafft. Wir fordern die Wiedereinführung der Zweckwidmung. Die tatsächliche Verwendung der Wohnbauförderung für den Wohnbau – und zwar inklusive der Rückflüsse aus Wohnbaudarlehen – führt zu einem Mehr an verfügbaren Geldern. Die daraus resultierende Erhöhung der Bauleistung wirkt sich nicht nur preisdämpfend aus, sondern stärkt auch die Bauwirtschaft mit all ihren Arbeitsplätzen im vor- und nachgelagerten Bereich.
- Wiedereinführung der HausmeisterInnen: Die Rahmenbedingungen für die HausmeisterInnen wurden im "Hausbesorgergesetz" geregelt - abgeschafft im Rahmen der Wohnrechtsnovelle 2000. Auch 2010 wurde eine Wiedereinführung verhindert. Wir fordern diese Wiedereinführung, damit der Hausbetrieb wieder verbessert werden kann

Parlamentarische Bürgerinitiative betreffend

Billiger wohnen jetzt! Junges Wohnen muss bezahlbar werden!

Erstunterzeichner/in

Name	Anschrift und E-Mail Adresse	Geb. Datum	Datum der Unterzeichnung	Eingetragen in die Wählerevidenz der Gemeinde
Stefan Kühnel				

¹ Quelle: <http://www.ruth-becher.at/wp-content/uploads/2008/06/Pressemappe-Universalmietrecht.pdf>

3.5 Fallbeispiel 5 – Arbeitszeitverkürzung jetzt

3.5.1 Über die Bürgerinitiative

Die Bürgerinitiative von Christian Sapetschnig (Bundessekretär der SPÖ) zielt auf eine Arbeitszeitverkürzung bei vollem Lohnausgleich ab.

1 von 3

118/BI
vom 12.10.2017 (XXV.GP)
Parlamentarische Bürgerinitiative

betreffend

Es ist Zeit für die Arbeitszeitverkürzung:
Arbeitslosigkeit senken - Arbeitende entlasten!

Seitens der EinbringerInnen wird das Vorliegen einer Bundeskompetenz in folgender Hinsicht angenommen:

Die BürgerInneninitiative zielt u.a. auf Änderungen in folgenden Bundesgesetzen ab:

- * Arbeitsruhegesetz
- * Arbeitszeitgesetz

Dieses Anliegen wurde bis zur Einbringung im Nationalrat von 1241 BürgerInnen mit ihrer Unterschrift unterstützt. (*Anm.: zumindest 500 rechtsgültige Unterschriften müssen für die Einbringung im Nationalrat vorliegen.*)

Anliegen:
Der Nationalrat wird ersucht,
folgende Forderungen umzusetzen:

- Arbeitszeit verkürzen – bei vollem Lohnausgleich
- 5 x 6 Stunden: Einführung des 6 Stunden Arbeitstags – 5 mal die Woche
- Jobs durch gerechtere Verteilung der Arbeit schaffen
- Finanzierung durch Erbschaftssteuer und Wertschöpfungsabgabe
- Überstunden sollen höchstens die Ausnahme sein, nicht die Regel
- All-In Verträge erst ab 7.000€ brutto

Eine genaue Beschreibung der BürgerInneninitiative ist am Beiblatt ersichtlich.

(Falls der Vordruck nicht ausreicht, bitte auf Beiblatt fortsetzen)

Eine BürgerInneninitiative der Jungen Generation in der SPÖ

Arbeitszeitverkürzung jetzt!



Arbeitslosigkeit senken - Arbeitende entlasten!

Wir ArbeitnehmerInnen müssen immer mehr leisten: Überstunden, 24/7 Erreichbarkeit, E-Mails am Wochenende und Personaleinsparungen zu Lasten der KollegInnen sind die Realität. Krankheit, Überarbeitung, Burn-Out und kaputte Beziehungen sind die traurigen Folgen.

Kaum wo in Europa wird so viel gearbeitet wie in Österreich. Mit einer durchschnittlichen Wochenarbeitszeit von knapp 42 Stunden sind wir am traurigen 2. Platz.¹ Dem gegenüber stehen 350.000 Arbeitslose in Österreich für die es scheinbar keine Arbeit gibt.²

Wie wär's wenn wir für Fairness sorgen würden und statt dem Überstundenzwang Arbeitsplätze schaffen?

Unser Vorschlag damit Sätze wie: „Wieviel Stunden arbeitest du denn in der Woche?“ „Ooooh, keine Ahnung, ich zähl gar nicht mehr“ oder „1000e Bewerbungen habe ich geschrieben, ich bekomme einfach keinen Job ... Ich bin am Verzweifeln“ der Vergangenheit angehören:

Arbeitszeit verkürzen - Arbeit fairer verteilen.

Bei der letzten großen industriellen Revolution wurde die Arbeitszeit zu unserem Wohl erfolgreich gekürzt, jetzt erlaubt uns die Digitalisierung und Automatisierung den nächsten Schritt. Die dadurch gesteigerte Produktivität muss an die ArbeitnehmerInnen weitergegeben werden.

Jeder vierte Arbeitnehmer in Österreich steuert auf ein Burnout zu und fühlt sich durch seine Arbeit gesundheitsschädigend gestresst.³ Hier müssen wir einen Riegel vorschieben – finanzielle Gewinne von Großunternehmen dürfen nicht am Rücken von uns ArbeitnehmerInnen lukriert werden. Eine bessere Verteilung der Arbeit (damit auch dem Stress) entlastet Arbeitende und das Gesundheitssystem.

Bei einer Verkürzung der Wochenarbeitszeit auf 30 Stunden, also 5 x 6 Stunden, würde für jede vierte gekürzte Stelle eine fünfte zur Verfügung stehen. Allein der Abbau der Überstunden würde rund 130.000 neue Stellen bringen.⁴

In Österreich wird Arbeit am stärksten besteuert. Zu einer Finanzierung der Arbeitszeitverkürzung müssen wir endlich davon abkommen – damit die Verkürzung möglich ist, braucht es eine Gegenfinanzierung. Erbschaftssteuer ab der 1. Million, Finanztransaktionssteuer und Wertschöpfungsabgabe könnten zur Finanzierung eingesetzt werden.

Die Junge Generation in der SPÖ fordert daher:

- **Arbeitszeit verkürzen** – bei vollem Lohnausgleich
- 5 x 6 Stunden: Einführung des **6 Stunden Arbeitstags** – 5 mal die Woche
- **Jobs** durch gerechtere Verteilung der Arbeit **schaffen**
- Finanzierung durch **Erbschaftssteuer** und **Wertschöpfungsabgabe**
- **Überstunden** sollen höchstens die **Ausnahme** sein, nicht die Regel
- **All-In Verträge** erst ab **7.000€** brutto

¹ <http://derstandard.at/1363709611793/Nur-Briten-arbeiten-pro-Woche-laenger-als-Oesterreicher>

² http://www.ams.at/_docs/001_uebersicht_aktuell.pdf

³ <http://derstandard.at/2000053012477/Jeder-Vierte-steuert-auf-Burnout-zu>

⁴ https://media.arbeiterkammer.at/wien/SPID-18_40_Jahren_40-Stundenwoche_-_Und_jetzt_Final.pdf

Abbildung 15 - "Arbeitszeitverkürzung JETZT"

https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/BI/BI_00118/imfname_671970.pdf

4 Methode

4.1 Qualitative Interviews mit Experten

Für Meuser und Nagel sind Experten jene, die selbst ein Teil des Handlungsfeldes sind, in dem die Forschung angesiedelt ist (Meuser & Nagel, 2005, S. 73). Folgt man Atteslander (Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, 2006), so hängt es vom jeweiligen Thema ab, wer als "ExpertIn in Frage kommt. Die Möglichkeiten reichen hier von Führungskräften über den "einfachen" Arbeiter: Hierbei ist aber zu beachten, dass der/die InterviewpartnerIn das Forschungsinteresse teilt und die forschungsleitenden Fragen beantworten kann (Meuser & Nagel, 2005, S. 73). In Abhängigkeit mit der Fragestellung definiert der/die ForscherIn den Status der Experten, das heißt der/die ForscherIn legt fest, wer für seine Untersuchung der/die ExpertIn ist (Atteslander, 2006, S. 132). Ganz wesentlich für das Experteninterview ist für Atteslander, dass die zentralen Fragen für die Forschung vom Forscher/der Forscherin im geeigneten Moment gestellt werden (Atteslander, 2006, S. 132). Für Atteslander bildet die qualitative Befragung die ideale Möglichkeit um die soziale Wirklichkeit abzubilden, vor allem weil man die Interviewpartner in "natürlichen" Situationen beobachten kann (Atteslander, 2006, S. 59).

Neben den Vorteilen der Abbildung der sozialen Wirklichkeit birgt nach Atteslander (Atteslander, 2006) die Methode der qualifizierten Interviews auch Nachteile gegenüber standardisierten Interviews, wie z.B. Fragebögen:

- DIE ANFORDERUNGEN AN DEN/DIE INTERVIEWER/IN SIND UNGLEICH HÖHER, EINE SCHULUNG IST IN VIELEN FÄLLEN ERFORDERLICH
- DAS EXPERTENINTERVIEW IST IN WEITERER FOLGE AUCH ABHÄNGIG VON DER QUALITÄT DES INTERVIEWERS/DER INTERVIEWERIN
- DER EINFLUSS DES INTERVIEWER/DER INTERVIEWERIN IST STARKER ALS BEI EINEM FRAGEBOGEN.
- DIE BEANTWORTUNG OFFENER FRAGEN STELLT HÖHERE ANFORDERUNGEN AN DIE RHETORISCHEN BZW. SOZIALEN FÄHIGKEITEN DER BEFRAGTEN.
- DER ZEITAUFWAND BEI LEITFADENINTERVIEWS IST HÖHER ALS BEI STANDARDISIERTEN VERFAHREN.
- DIE GERINGE VERGLEICHBARKEIT UND DAMIT AUCH DIE SCHWIERIGE AUSWERTBARKEIT.

(Atteslander, 2006, S. 132)

Typen von Befragung:

Kommunikationsform/-art	Wenig strukturiert	Teilstrukturiert	Stark strukturiert	
Mündlich	<u>Typ I:</u> -informelles Gespräch -Experteninterview -Gruppendiskussion	<u>Typ III:</u> -Leitfadengespräch -Intensivinterview -Gruppenbefragung - Expertenbefragung	<u>Typ V:</u> -Einzelinterview -telef. Befragung -Gruppeninterview -Panelbefragung	<u>Typ VII (mündl. und schriftlich kombiniert)</u> -telef. Ankündigung des Versandes von Fragebogen -Versand oder Überbringung der schriftl. Fragebogen -telef. Kontrolle, evt. Telef. Ergänzungsbefragung
Schriftlich	<u>Typ II:</u> -informelle Anfrage bei Zielgruppen	<u>Typ IV:</u> - Expertenbefragung	<u>Typ VI:</u> -postalische Befragung (per Mail) -persönliche Verteilung & Abholung -gemeinsames Ausfüllen von Fragebogen -Panelbefragung	

Erfassen qualitativer Aspekte „Interpretieren“

Erfassen quantitativer Aspekte „Messen“

Abbildung 16 - Typen von Befragung (Atteslander, 2003, S. 123)

Eine Unterscheidung von “wenig strukturiert” bis “stark strukturiert” ist sinnvoll, da jedes Gespräch grundsätzlich mehr oder weniger strukturiert ist (Atteslander, 2003, S. 124): Die Grenzen zwischen wenig- und teilstrukturierten Befragungen sind jedoch nicht immer eindeutig definiert, wobei der Unterschied zwischen der teilstrukturierten Befragung und dem wenig strukturiertem Gespräch der Gesprächsleitfaden ist, welcher im teilstrukturierten Gespräch erforderlich ist (Atteslander, 2003, S. 147).

4.1.1 Die Auswahl von Interviewpartnern

Die Befragung der Experten konzentrierte sich in diesem Rahmen auf Initiatoren von Bürgerinitiativen. In dieser Arbeit wurden fünf Experten befragt.

4.1.2 Beschreibung der Interviewpartner

4.1.2.1 Interview 1 zur Bürgerinitiative „Freier Zugang zum Botanischen Garten“

Die Interviewte ist eine engagierte Bewohnerin des 13. Wiener Gemeindebezirks und hat die Bürgerinitiative „freie Zugang zum Botanischen Garten“ aus eigenem Interesse heraus gestartet. Sie ist sehr gut vernetzt und hat dadurch die Bezirksvertretung und die Medien hinter sich gehabt.

4.1.2.2 Interview 2 zur Bürgerinitiative „Genderfreie Wissenschaftliche Arbeiten“

Der Interviewte ist Student am Politikwissenschaftlichen Institut der Universität Wien. Er gehört dem Ring Freiheitlicher Studenten an, die die Bürgerinitiative „genderfreie Wissenschaftliche Arbeiten“ initiiert hat.

4.1.2.3 Interview 3 zur Bürgerinitiative „Aktion Leben – Fakten Helfen“

Die Interviewte ist im Bereich Marketing von Aktion Leben tätig. Die Bürgerinitiative wurde initiiert weil in Österreich keine Aufzeichnung und damit auch keine Statistik bei Schwangerschaftsabbrüchen vorgesehen ist.

4.1.2.4 Interview 4 zur Bürgerinitiative „Billiger Wohnen jetzt!“

Der Interviewte ist Student an der Universität Wien und arbeitet bei der SPÖ Landesorganisation. Er ist Initiator der Bürgerinitiative da „er etwas bewegen möchte“

4.1.2.5 Interview 5 zur Bürgerinitiative „Arbeitszeitverkürzung jetzt“

Der Interviewte ist Student an der Universität Wien und arbeitet bei der SPÖ Landesorganisation. Er ist Initiator der Bürgerinitiative da „er etwas bewegen möchte“

4.1.3 Der Leitfaden

Folgt man Atteslander (Atteslander, 2003), dann wird das meistens mit Hilfe eines Leitfadens durchgeführt (Atteslander, 2003, S. 136), wobei der Leitfaden dazu dient ein informatives

und ausführliches Interview zu führen. Um dies zu gewährleisten werden Fragen vorbereitet, die je nach Verlauf des Gespräches verwendet werden können. Zudem steht es dem Interviewer/der Interviewerin frei, diese Fragen im Laufe des Interviews zu erweitern, zu verändern oder sogar neue Themen aufzugreifen (Atteslander, 2003, S. 136). Dabei handelt es sich bei Leitfadengesprächen um offene Fragen, die der jeweilige Interviewpartner/die jeweilige Interviewpartnerin individuell und selbständig beantworten kann. Damit später eine gute Auswertung ermöglicht wird, muss der Interviewer/die Interviewerin die Äußerungen des Interviewpartners/der Interviewpartnerin exakt festhalten (Atteslander, 2003, S. 136).

Bei der Erstellung eines Leitfadens gilt es einige Grundsätze zu beachten:

- UM FEHLER ZU VERMEIDEN SOLLTE DER LEITFADEN MÖGLICHST LEICHT ZU HANDHABEN SEIN
- DIE FRAGESTRUKTUR MUSS SO EINFACH WIE MÖGLICH SEIN, DAMIT DER BEFRAGTE/DIE BEFRAGTE DIE FRAGE ÜBERHAUPT BEANTWORTEN KANN
- DIE FRAGEN SOLLTEN NICHT SCHON IM VORHINEIN AUF EINE BESTIMMTE RICHTUNG DER BEANTWORTUNG DRÄNGEN (DIE FRAGEN SOLLTEN NEUTRAL FORMULIERT WERDEN)
- AUF HYPOTHETISCHE FRAGEN IST ZU VERZICHTEN (ATTESLANDER, 2006, S. 146)
- JEDE FRAGE SOLLTE SICH NUR AUF EINEN SACHVERHALT BEZIEHEN
- DER BEFRAGTE/DIE BEFRAGTE SOLLTE NICHT ÜBERFORDERT WERDEN (ATTESLANDER, 2006, S. 146)

Im folgenden Kapitel möchte ich den Leitfaden präsentieren, der in dieser Untersuchung bei den Interviews mit den Initiatoren der verschiedenen Bürgerinitiativen verwendet wurde.

4.1.4 Leitfaden Expertenbefragung

Einstiegsfragen

- DARF ICH SIE GLEICH ZU BEGINN ZU IHRER ROLLE IN BEZUG AUF BÜRGERINITIATIVEN FRAGEN?
- WAREN SIE BEI DIESER BÜRGERINITIATIVE AKTIV TÄTIG?
- WELCHE ROLLE HABEN SIE EINGENOMMEN?
- WAS WAR FÜR SIE BESONDERS MOTIVIEREND WÄHREND DER BÜRGERINITIATIVE?
- WARUM HABEN SIE DIE BÜRGERINITIATIVE INITIIERT?
- WARUM HABEN SIE BEI DIESER BÜRGERINITIATIVE TEILGENOMMEN? (DIESE FRAGE NUR, WENN NICHT INITIATOR)
- VERFOLGEN SIE AUCH ANDERE BIS BZW. DEREN AUFTRITTE IM WEB 2.0 (ALSO FACEBOOK/TWITTER)?
WENN JA, WARUM?

Hauptteil

- DIE ROLLE DER ÖFFENTLICHKEIT BZW. DER MASSEN MEDIEN WURDE IM BEZUG AUF BÜRGERINITIATIVE OFT THEMATISIERT. WELCHE SPEZIFISCHEN MEDIEN NAHMEN IM ZUGE DER HERSTELLUNG UND VERBREITUNG DER BÜRGERINITIATIVE IHRER ANSICHT NACH EINE BEDEUTENDE ROLLE EIN UND WARUM?
- WELCHE BEDEUTUNG HAT FÜR SIE ALS INITIATOR/UNTERSTÜTZER WEB 2.0 (ALSO FACEBOOK/TWITTER) ALS PROTESTMEDIUM?
- WIE SCHÄTZEN SIE DAS POTENTIAL VON WEB 2.0 (ALSO FACEBOOK/TWITTER) IM BEZUG AUF TRADITIONELLE PROTESTMÖGLICHKEITEN EIN?
- GIBT ES IHRER MEINUNG NACH DERZEIT NOCH ANDERE VERGLEICHBARE MÖGLICHKEITEN UM ALTERNATIVE ÖFFENTLICHKEIT BZW. EINE ÖFFENTLICHKEIT DES PROTESTS HERZUSTELLEN?
- WELCHE GRUPPE VON AKTIVISTINNEN BETEILIGT SICH IHRER ANSICHT NACH AN DER PROTESTKOMMUNIKATION IM WEB 2.0 (ALSO FACEBOOK/TWITTER)?

Zu Ihrer Bürgerinitiative:

- WELCHE DIENSTE IM WEB 2.0 (FACEBOOK, TWITTER,...) WURDEN IHRER MEINUNG NACH IM ZUGE DER BÜRGERINITIATIVE BESONDERS IN ANSPRUCH GENOMMEN UND WARUM?

- KANN DURCH DIE VERWENDUNG DER VORHER GENANNTE DIENSTE, DIE RASCHE VERNETZUNG DER AKTIVISTINNEN BZW. AUCH DIE NATIONALE AUFMERKSAMKEIT RUND UM DIE BÜRGERINITIATIVE (ZUM TEIL) ERKLÄRT WERDEN?
- WIE WURDE DIE ROLLE DER MEDIEN, IM SPEZIELLEN DIE ROLLE DES WEB 2.0 IM RAHMEN IHRER BÜRGERINITIATIVE THEMATISIERT?

Abschluss:

- WAS WAR IHRER MEINUNG NACH FÜR DEN ERFOLG IHRER BÜRGERINITIATIVE AUSSCHLAGGEBEND?
- WO SEHEN SIE DIE KOMMUNIKATION IN BEZUG AUF BÜRGERINITIATIVEN IN ZUKUNFT ANGESIEDELT?
- WELCHES MEDIUM, WELCHE METHODEN/FORMEN, HABEN GROSSES POTENTIAL FÜR DIE ZUKUNFT?
WIE LÄSST SICH – IHRER MEINUNG NACH - IN ZUKUNFT PROTEST HERSTELLEN, ARTIKULIEREN UND ÖFFENTLICH MACHEN?

4.1.5 „Lessons learned“ aus den Experteninterviews

Die erste Kontaktaufnahme mit den Experten erfolgte per E-Mail, zum Teil war es relativ schwierig die richtigen Ansprechpartner der jeweiligen Bürgerinitiativen zu erreichen. Einige Rückmeldungen blieben aufgrund der großen Strukturen der Bürgerinitiativen von vornherein aus (z.B. bei den Bürgerinitiativen der ÖH), andere Experten standen aufgrund von Zeitmangel nicht für ein Interview zur Verfügung (z.B. der Erstunterzeichner der Bürgerinitiative „Ehe-Gleich“). Die Interviews dauerten – ja nach Position innerhalb der Bürgerinitiative – zwischen 15 Minuten und einer Stunde. Aufgrund der persönlichen Erfahrungen der Experten verliefen die Interviews sehr gut, ich hatte oft das Gefühl, dass es den Experten ein Bedürfnis war mit mir über ihre Bürgerinitiative zu sprechen. Die Interviews waren durch den persönlichen Bezug der Experten zu Ihrer eigenen Bürgerinitiative natürlich teilweise sehr emotional, wobei bei Interviews mit den Erstunterzeichnern der jeweiligen Bürgerinitiative die Emotionen weitaus größer waren, als bei den Experten die „nur“ bei der Bürgerinitiative mitgearbeitet haben.

4.2 Interviewauswertung

Nachdem die Interviewpartner ausgewählt, der Leitfaden erstellt und die Interviews durchgeführt wurden, sollen im nächsten Schritt die Auswertung der Experteninterviews stattfinden:

Mittels Textvergleich soll während der Auswertung das „Aussagekräftige im Expertenwissen“ ergründet werden. Das bedeutet die Aussagen, die man dadurch gewinnt, sollen für andere nachvollziehbar und damit auch kontrollierbar sein. Die wesentliche Aufgabe besteht somit darin, durch den Vergleich der Experteninterviews (Meuser & Nagel, 2005, S. 80) das gemeinsame in den Interviews herauszuarbeiten um dadurch Aussagen über gemeinsame Wissensbestände, Wirklichkeitskonstruktionen, Deutungsmuster und Relevanzstrukturen treffen zu können (Meuser & Nagel, 2005, S. 80). Durch den thematischen Vergleich können Unterschiede oder auch Gemeinsamkeiten festgestellt werden. Das in meiner Masterarbeit verwendete Auswertungsverfahren nach Meuser & Nagel orientiert sich thematischen Einheiten, welche „inhaltlich zusammengehören, jedoch über die Texte verstreut sind“ (Meuser & Nagel, 2005, S. 80ff). Folgt man Meuser und Nagel (Meuser & Nagel, 2005), so ist die Absicht des qualitativen Auswertungsverfahrens nicht die Erklärung von empirischen Tatsachen, sondern vielmehr die Gewinnung von empirischen Wissen (Meuser & Nagel, 2005, S. 80).

Das von Meuser und Nagel beschriebene Auswertungsverfahren setzt sich aus folgenden Punkten zusammen:

4.2.1 Die Transkription

Um die Transkription durchführen zu können wird das Gesagte auf Tonband aufgezeichnet. Da man auf das gemeinsame Wissen hinzielt, ist es im Zuge der Auswertung nicht unbedingt notwendig Pausen, Stimmlagen oder sonstige sprachliche Elemente zu transkribieren., wobei die Dimension der wortgetreuen Transkription vom Diskursverlauf abhängt: Je gelungener ein Interview, desto größer wird auch die Fülle an den gewonnenen Daten sein. Wurde der Interviewpartner/die Interviewpartnerin vielleicht nicht so ideal gewählt, dann

wird sich der Informationsgehalt in Grenzen halten. Folgt man Meuser & Nagel (Meuser & Nagel, 2005, S. 80), dann sind vollständige Transkriptionen besonders bei gelungenen Gesprächen sinnvoll (Meuser & Nagel, 2005, S. 80). In meiner Masterthesis habe ich jedes Interview vollständig transkribiert.

4.2.2 Die Paraphrase

Um zu entscheiden welcher Teil des Interviews paraphrasiert und wann transkribiert wird, ist es notwendig näher auf die leitende Forschungsfrage einzugehen: Damit beim thematischen Vergleich eine Verengung zwischen den Interviews ausgeschlossen werden kann, muss die Paraphrase dem Ablauf folgen und die Aussagen der Interviewpartner wiedergeben (Meuser & Nagel, 2005, S. 80f). Eine gute Paraphrase reduziert die Komplexität und vermeidet die selektive Wiedergabe von Themen und Inhalten. Vergleicht der/die Leserin die Paraphrasen mit den geführten Interviews dann sollte dieser feststellen, dass nichts verändert wiedergegeben wurde – d.h. es wurde nichts weggelassen oder hinzugefügt. Durch die Reduzierung des Textmaterials können bereits nach wenigen Gesprächen die unterschiedlichen Relevanzen herauslesbar sein (Meuser & Nagel, 2005, S. 80ff).

4.2.3 Die Kodierung bzw. die Headlines

Bei der Analyse der Experteninterviews kommt eine weitere Form der Typenbildung zur Anwendung: Durch Indizierung bzw. Kodierung des Datenmaterials in Kodierkategorien ist es möglich die Fallkonstrastierung durch einen systematischen oder synoptischen Vergleich vorzunehmen, wobei die von Becker/Geer bzw. Glaser/Strauß (Becker & Geer, 1960/1979) (Glaser & Strauss, 1967) erwähnten Techniken der systematischen Aufbereitung der Daten in Ihrer Bedeutung für die Auswertung kaum überschätzt werden können. Bei der Analyse großer Mengen qualitativen Materials hängt die Sorgfalt der Kodierung mit dem Ergebnis der Auswertung direkt zusammen:

- TEXTPASSAGEN WERDEN INDIZIERT BZW. KODIERT IN DEM IHNEN BESTIMMTE KATEGORIEN ZUGEORDNET WERDEN

- TEXTPASSAGEN, DIE BESTIMMTE KATEGORIEN UND GEGEBENENFALLS WEITERE MERKMALE GEMEINSAM HABEN, WERDEN SYNOPTISCH VERGlichen UND ANALYSIERT
- AUF DER GRUNDLAGE DIESES VERGLEICH WERDEN STRUKTUREN UND MUSTER IM DATENMATERIAL IDENTIFIZIERT DIE SOMIT ZU NEUEN KATEGORIEN BZW. SUBKATEGORIEN FÜHREN KÖNNEN.

(Becker & Geer, 1960/1979, S. 155ff)

Becker und Geer verwenden für die Kennzeichnung von Textstellen und der Zuordnung zu Themen die aus der quantitativen Forschung bekannten Begriffe „Kodiervorgang“ und „Verkoden“: Dort werden etwa offene Fragen in Fragebögen kodiert um ihnen Variablenwerte zuzuordnen. Damit kann eine statistische Analyse der in ihnen enthaltenen Informationen vorgenommen werden. Becker und Geer (Becker & Geer, 1960/1979) betonen in diesem Zusammenhang, dass bei der „qualitativen Kodierung“, *„die einzelnen Items nicht jenen Kategorien zugeordnet werden, die sich – für die Auszählung – wechselseitig ausschließen“* (Becker & Geer, 1960/1979, S. 155). Es werden dabei keine Daten für eine quantitative Analyse erhoben, sondern es soll sichergestellt werden, dass alle Ergebnisse zu einem definierten Thema zusammengetragen werden können. Die Auswertung der paraphrasierten Texte erfolgt somit nicht durch eine quantitative Analyse des Kodes, sondern durch Interpretation der verkodeten Texte (Glaser & Strauss, 1967, S. 101ff). Die so „verkodeten“ Texte werden nun zu Headlines zusammengefasst: Gleiche oder ähnliche Kodes werden zusammengefasst und eine Überschrift wird formuliert. Verlaufen die Interviews nach dem Leitfaden, dann kann man davon ausgehen, dass deren Abschnitte sich auf bestimmte Themen konzentrieren. Ist das nicht der Fall, dann ist es möglich die einzelnen Abschnitte auch mehreren Überschriften zuzuordnen (Meuser & Nagel, 2005, S. 80ff).

4.2.4 Der Vergleich

In diesem Schritt wendet man sich nun vom einzelnen Interview ab und sucht in unterschiedlichen Interviews nach thematisch zuordenbaren Textpassagen: Hierbei werden gleiche oder ähnliche Abschnitte zusammengefasst, die Überschriften werden vereinheitlicht und erste Kategorien erstellt. Damit wird die Terminologie reduziert und man erhält einen

besseren Überblick. Wenngleich die Terminologie reduziert wird, so wird trotzdem durch die Zusammenstellung eine Fülle an Daten generiert. Aus diesem Grund ist es deshalb wichtig, immer wieder Iterationen durchzuführen (Meuser & Nagel, 2005, S. 80ff). Vollständigkeit und Validität sind Grundlage für eine wissenschaftliche Arbeit.

4.2.5 Generalisierung auf theoretischer Ebene

In diesem Abschnitt der Untersuchung erfolgt die Loslösung von den Interviews. Das Ziel hierbei ist die systematische Ordnung von Kategorien und deren Zusammenhang. Damit kann das „Nebeneinander“ der Interviews aufgelöst werden und die Ergebnisse können mit den Theorien verknüpft werden. (Meuser & Nagel, 2005, S. 89ff). Wenn das Interesse auf Kontextwissen beruht, dann kann die Auswertung auf an dieser Stelle abgebrochen werden (Meuser & Nagel, 2005, S. 91).

4.3 Fragestellungen

- WIE KANN MIT WEB 2.0 (GEGEN)ÖFFENTLICHKEIT FÜR BÜRGERINITIATIVEN HERGESTELLT WERDEN?
- WELCHE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN HABEN DIE INITIATOREN VERSCHIEDENSTER BÜRGERINITIATIVEN DAZU GENÜTZT, UM (GEGEN)ÖFFENTLICHKEIT HERZUSTELLEN?
- WELCHES ZUKÜNFTIGE POTENTIAL HABEN BÜRGERINITIATIVEN IM WEB 2.0?

5 Auswertung

An dieser Stelle wird die Auswertung des ersten Interviews exemplarisch dargestellt:

5.1 Paraphrase

5.1.1 Interview 1 zur Bürgerinitiative „Freier Zugang zum Botanischen Garten“

- Die Interviewte führte aus, dass dies seit langem die erste Bürgerinitiative sei, die sie mit vollem Engagement unterstütze. Die vorigen Engagements liegen schon Jahrzehnte zurück, da sie in den letzten 25 Jahren eine sehr hohe Wochenarbeitszeit hatte. Sie wolle nun auch etwas für die Gesellschaft tun.
- Weiterer Grund für die Teilnahme war das Missfallen der Interviewten an der von ihr beobachteten Kommerzialisierung vieler Dinge, darunter auch vormals frei benutzbarer Einrichtungen, wie eben dem Botanischen Garten. Dieser werde von den Anwohnern dringend benötigt, da er Anlangen und Einrichtungen bereitstellt, die sonst in der Umgebung nicht oder nur teilweise vorhanden sind. Wichtig sei es, auch nur einmal nebenbei durch den Botanischen Garten gehen zu können. Die Ausgabe von Jahreskarten für den Tiergarten, zu dem der Botanische Garten dann gehören soll, sei wegen des Kostenfaktors keine Alternative.
- Die Interviewte hat auch andere Bürgerinitiative unterstützt, so den Eislaufverein mit seinen Bauten, sowie die Aufstockung von Gebäuden der Zürich Versicherung, die aber erfolglos blieben. Als Architektin befürwortet sie zwar die Aufstockung eigentlich nicht, schätzt jedoch den Nutzen durch die Einnahme von Geldern für das öffentliche Wohl. Bei diesen Bürgerinitiativen beschränkte sich ihre Teilnahme auf Unterschriften und gelegentliche Kommentierungen im Internet.
- Wichtig für die Bürgerinitiative „Botanischer Garten“ waren dagegen lokale Tageszeitungen für die Öffentlichkeitsarbeit der Bürgerinitiative. Wichtig für den Erfolg war die Mitarbeit von Parteien und des Bezirksparlaments. Unterstützung erfuhr die Bürgerinitiative auch durch einen Antrag im Bezirksparlament und das Engagement der Bezirksvorsteherin. Wichtig waren auch die Versammlungen der Bürgerinitiative und das Sammeln von Unterschriften, sowie die Herstellung von Pressekontakten durch eine Nationalrätin.

- Durch eine Veranstaltung des Naturbunds mit Hochschulprofessoren wurden weitere Presseorgane auf die Bürgerinitiative aufmerksam.
- Viele Einwohner betrifft das Anliegen der Bürgerinitiative, da sie morgens gern durch den Botanischen Garten gehen, während sie auf den Bus warten oder zur U-Bahn gehen.
- Die Bürgerinitiative hatte auch eine Facebook Seite, die einen gewissen Erfolg hatte, um die sich die Interviewte aber nicht selber gekümmert hat, da sie nicht sehr affin zu Facebook ist. Die Interviewte hat der Person, die für die Facebook Seite zuständig war, aber Artikel und Fotos geliefert, anlässlich deren Veröffentlichung die Zugriffe auf die Facebook Seite zeitweilig deutlich zunahmen.
- Erst bei der Entwicklung der Bürgerinitiative wurde festgestellt, dass der Gemeinderat nicht zuständig ist, da sich der Botanische Garten im Besitz der Republik Österreich befindet und von einer Gesellschaft verwaltet wird. Daher wurde die Bürgerinitiative zu einer parlamentarischen Bürgerinitiative ausgestaltet, da auf dieser Ebene die politische Entscheidung stattfinden musste. Jedoch erfuhr die Bürgerinitiative auch viel Unterstützung von lokalen Politikern, die aber nur Empfehlungen für das zuständige Ministerium aussprechen konnten.
- Facebook hatte eine weniger hohe Wirkung als die traditionelle Öffentlichkeitsarbeit der Bürgerinitiative. Der Sohn der Interviewten hat sie bei der Pflege der Facebook Seite unterstützt, die von ihr jedoch nur in den ersten 2-3 Monaten aktualisiert wurde und im Folgenden nur dann, wenn sie Fotos hatte. Das Potential des Mediums wurde jedoch nicht ausgeschöpft.
- Die Interviewerin hat sehr viele Leute in der Umgebung persönlich angesprochen, vor allem auch in der Kirchengemeinde, wobei ihr zugute kam, dass sie sehr viele kannte. Dabei meinte sie, dass die Bürgerinitiative überparteilich war. Es kam dann auch zu einem Allparteienantrag im Parlament, dem einstimmig zugestimmt wurde.
- Die Interviewerin interessiert sich stark für den Bezirk, in dem sie selber nicht wohnt, weil er gut verwaltet ist. Die zuständige Politikerin der Rot-Grünen hat erst durch eine durchgeführte Abstimmung der Bürger realisiert, dass die Mehrheit gegen die Änderung ist. Die Interviewerin ist betroffen von der schlechten Parkplatzsituation. Besonders hat sie der Kommerzialisierungsaspekt der Angliederung des Botanischen Gartens an den Tiergarten empört. Denn es gibt keine Zeitkarten mehr und die teure

Jahreskarte ist keine Alternative, auch, da nicht jeder so oft in den Zoo gehen will. Dieselbe Situation besteht in den städtischen Bädern, überall in Wien gebe es nur noch Tageskarten. Auch bei den Wiener Linien ist der Kurzstreckentarif abgeschafft worden und die Fahrt für zwei U-Bahnstationen zu teuer.

- Einen weiteren Anlass für eine Bürgerinitiative sieht die Interviewte für sich momentan nicht, da die Bürgerinitiative für die Verlegung der Reha-Klinik guten Erfolg hatte, da die SPÖ deshalb Stimmen verloren hat, da im Stadtteil Hietzing im Gegensatz zu Lainz die Einstellung weniger sozial ist, wo die SPÖ vor der ÖVP liegt.
- Die Bürgerinitiative hatte Erfolg durch Überparteilichkeit, den hohen persönlichen Einsatz der Interviewten und durch die Unterstützung vieler Personen, die auch viele Unterschriften gesammelt hatten.
- Die Interviewte schätzt, dass die Wirksamkeit von sozialen Medien bei Bürgerinitiative vor allem vom Thema abhängt. Bei lokalen Anliegen sind das Sammeln von Unterschriften und das Engagement vor Ort wichtiger, bei ortsübergreifenden Themen wird aber Facebook für den Erfolg unabdingbar sein. Außerdem sei es wichtig, Organisationen zu finden, die durch ihre Eigeninteressen das Anliegen unterstützen.
- Die Interviewte musste erst einen Anwalt konsultieren, um zu erkennen, dass das Anliegen der Bürgerinitiative auf Parlamentsebene verhandelt werden muss und nicht lokal entschieden werden kann.
- Ihr ist der soziale Faktor wichtig, dass auch Leute mit wenig Geld am Kulturleben teilnehmen können, sie ist auch für eine staatliche Mindestsicherung von 1.000 Euro pro Person. Das sei eher wenig in Anbetracht der Kosten für Wohnung und Energieversorgung in Wien. Selbst in der Nachkriegszeit war der Zugang zum Botanischen Garten frei. Die weitere Entwicklung des Zoos scheint ihr bedroht durch neue EU-Regelungen. Obwohl man nach Schönbrunn gehen kann, wurde ein umweltschädigender Dieselzug für die Strecke angeschafft.
- Die Interviewpartnerin hat im Wirtschaftsministerium gearbeitet, wurde früh Abteilungsleiterin und ging dann ins private Baugewerbe.
- Am meisten Potential für Bürgerinitiativen sieht sie in den Gratiszeitungen und Lokalblättern, da diese viel gelesen werden und die Leute lokale Dinge mehr

interessieren als große Fragen, wie sie zum Beispiel im Fernsehen debattiert werden. Davon sind die Leute überfrachtet.

- An der Bürgerinitiative Botanischer Garten waren sehr viele Akademiker und Wissenschaftler interessiert, so dass ihr Anteil an den Unterschriften sehr hoch war. Nicht alles was einen Wert hat muss einen Preis haben, es sollte weiterhin freie Dinge geben, die eine Zivilgesellschaft fördern.

5.2 Headlines

Im Folgenden werden sinnverwandte Abschnitte mit Überschriften zusammengefasst.

5.2.1 Interview 1 zur Bürgerinitiative „Freier Zugang zum Botanischen Garten“

5.2.1.1 *Vorige Engagements der Interviewten*

- *Die Interviewte führte aus, dass dies seit langem die erste Bürgerinitiative sei, die sie mit vollem Engagement unterstütze. Die vorigen Engagements liegen schon Jahrzehnte zurück, da sie in den letzten 25 Jahren eine sehr hohe Wochenarbeitszeit hatte. Sie wolle nun der Gesellschaft auch etwas für die Gesellschaft tun.*
- *Die Interviewte hat auch andere Bürgerinitiativen unterstützt, so den Eislaufverein mit seinen Bauten, sowie die Aufstockung von Gebäuden der Zürich Versicherung, die aber erfolglos blieben.. Als Architektin befürwortet sie zwar die Aufstockung eigentlich nicht, schätzt jedoch den Nutzen durch die Einnahme von Geldern für das öffentliche Wohl. Bei diesen Bürgerinitiativen beschränkte sich ihre Teilnahme auf Unterschriften und gelegentliche Kommentierungen im Internet.*
- *Ein weiterer Anlass für eine Bürgerinitiative sieht die Interviewte für sich momentan nicht, da die Bürgerinitiative für die Verlegung der Reha-Klinik guten Erfolg hatte, da die SPÖ deshalb Stimmen verloren hat, da im Stadtteil Hietzing im Gegensatz zu Lainz die Einstellung weniger sozial ist, wo die SPÖ vor der ÖVP liegt.*

5.2.1.1.1 Gründe für das Engagement

- *Weiterer Grund für die Teilnahme war das Missfallen der Interviewten an der von ihr beobachteten Kommerzialisierung vieler Dinge, darunter auch vormals frei benutzbarer Einrichtungen, wie eben dem Botanischen Garten. Dieser werde von den Anwohnern dringend benötigt, da er Anlangen und Einrichtungen bereitstellt, die sonst in der Umgebung nicht oder nur teilweise vorhanden sind. Wichtig sei es, auch nur einmal nebenbei durch den Botanischen Garten gehen zu können. Die Ausgabe von Jahreskarten für den Tiergarten, zu dem der Botanische Garten dann gehören soll sei wegen des Kostenfaktors keine Alternative.*
- *Die Interviewerin interessiert sich stark für den Bezirk, in dem sie selber nicht wohnt, weil er gut verwaltet ist. Die zuständige Politikerin der Rot-Grünen hat erst durch eine durchgeführte Abstimmung der Bürger realisiert, dass die Mehrheit gegen die Änderung sind. Die Interviewerin ist betroffen von der schlechten Parkplatzsituation. Besonders hat sie der Kommerzialisierungsaspekt der Angliederung des Botanischen Gartens an den Tiergarten empört. Denn es gibt keine Zeitkarten mehr und die teure Jahreskarte ist keine Alternative, auch, da nicht jeder so oft in den Zoo gehen will. Dieselbe Situation besteht in den städtischen Bädern, überall in Wien gebe es nur noch Tageskarten. Auch bei den Wiener Linien ist der Kurzstreckentarif abgeschafft worden und die Fahrt für zwei U-Bahnstationen zu teuer.*
- *An der Bürgerinitiative Botanischer Garten waren sehr viele Akademiker und Wissenschaftler interessiert, so dass ihr Anteil an den Unterschriften sehr hoch war. Nicht alles was einen Wert hat muss einen Preis haben, es sollte weiterhin freie Dinge geben, die eine Zivilgesellschaft fördern.*

5.2.1.2 Erfolgsfaktoren

- *Wichtig für die Bürgerinitiative „Botanischer Garten“ waren dagegen lokale Tageszeitungen für die Publizierung der Bürgerinitiative. Wichtig für den Erfolg war die Mitarbeit von Parteien und des Bezirksparlaments. Unterstützung erfuhr die Bürgerinitiative auch durch einen Antrag im Bezirksparlament und das Engagement der Bezirksvorsteherin. Wichtig waren auch die Versammlungen der Bürgerinitiative und das Sammeln von Unterschriften, sowie die Herstellung von Pressekontakten durch eine Nationalrätin.*

- *Durch eine Veranstaltung des Naturbunds mit Hochschulprofessoren wurden weitere Presseorgane auf die Bürgerinitiative aufmerksam.*
- *Die Bürgerinitiative hatte auch eine Facebook Seite, die einen gewissen Erfolg hatte, um die sich die Interviewte aber nicht selber gekümmert hat, da sie nicht sehr affin zu Facebook ist. Die Interviewte hat der Person, die für die Facebook Seite zuständig war aber auch Artikel und Fotos geliefert, worauf die Zugriffe auf die Facebook Seite zeitweilig deutlich zunahmen.*
- *Facebook hatte eine weniger hohe Wirkung als die traditionelle Öffentlichkeitsarbeit der Bürgerinitiative. Der Sohn der Interviewten hat sie bei der Pflege der Facebook Seite unterstützt, die von ihr jedoch nur in den ersten 2-3 Monaten aktualisiert wurde und im Folgenden nur dann, wenn sie Fotos hatte. Das Potential des Mediums wurde jedoch nicht ausgeschöpft.*
- *Die Bürgerinitiative hatte Erfolg durch Überparteilichkeit, den hohen persönlichen Einsatz der Interviewten und durch die Unterstützung vieler Personen, die auch viele Unterschriften gesammelt hatten.*
- *Die Interviewte schätzt, dass die Wirksamkeit von sozialen Medien bei Bürgerinitiative vor allem vom Thema abhängt. Bei lokalen Anliegen sind das Sammeln von Unterschriften und das Engagement vor Ort wichtiger, bei ortsübergreifenden Themen wird aber Facebook für den Erfolg unabdingbar sein. Außerdem sei es wichtig, Organisationen zu finden, die durch ihre Eigeninteressen das Anliegen unterstützen.*
- *Die Interviewpartnerin hat im Wirtschaftsministerium gearbeitet, wurde früh Abteilungsleiterin und ging dann ins private Baugewerbe.*
- *Am meisten Potential für Bürgerinitiativen sieht sie in den Gratiszeitungen und Lokalblättern, da diese viel gelesen werden und die Leute lokale Dinge mehr interessieren als große Fragen, wie sie zum Beispiel im Fernsehen debattiert werden. Davon sind die Leute überfrachtet.*

5.2.1.3 Besondere Faktoren

- *Viele Einwohner betrifft das Anliegen der Bürgerinitiative, da sie morgens gern durch den Botanischen Garten gehen, während sie auf den Bus warten oder zur U-Bahn gehen.*
- *Erst bei der Entwicklung der Bürgerinitiative wurde festgestellt, dass der Gemeinderat nicht zuständig ist, da sich der Botanische Garten im Besitz der Republik Österreich befindet und von einer Gesellschaft verwaltet wird. Daher wurde die Bürgerinitiative zu einer parlamentarischen Bürgerinitiative ausgestaltet, da auf dieser Ebene die politische Entscheidung stattfinden musste. Jedoch erfuhr die Bürgerinitiative auch viel Unterstützung von lokalen Politikern, die aber nur Empfehlungen für das zuständige Ministerium aussprechen konnten.*
- *Die Interviewerin hat sehr viele Leute in der Umgebung persönlich angesprochen, vor allem auch in der Kirchengemeinde, wobei ihr zugute kam, dass sie sehr viele kannte. Dabei betonte sie, dass es sich um eine überparteiliche Bürgerinitiative handelt. Es kam dann auch zu einem Allparteiantrag im Parlament, dem einstimmig zugestimmt wurde.*
- *Die Interviewte musste erst einen Anwalt konsultieren, um zu erkennen, dass das Anliegen der Bürgerinitiative auf Parlamentsebene verhandelt werden muss und nicht lokal entschieden werden kann.*
- *Ihr ist der soziale Faktor wichtig, dass auch Leute mit wenig Geld am Kulturleben teilnehmen können, sie ist auch für eine staatliche Mindestsicherung von 1.000 Euro pro Person. Das sei eher wenig in Anbetracht der Kosten für Wohnung und Energieversorgung in Wien. Selbst in der Nachkriegszeit war der Zugang zum Botanischen Garten frei. Die weitere Entwicklung des Zoos scheint ihr bedroht durch neue EU-Regelungen. Obwohl man nach Schönbrunn gehen kann, wurde ein umweltschädigender Dieselzug für die Strecke angeschafft.*

6 Ergebnisse der Empirischen Untersuchung

Die Interviews wurden mit dem vorher beschriebenen Auswertungsverfahren nach Meuser und Nagel (Meuser & Nagel, 2005) ausgewertet, wobei festgehalten werden kann, dass das von Meuser/Nagel entwickelte Auswertungsverfahren nur eine Richtlinie ist, und somit einen breiten Interpretationsspielraum bietet. In diesem Kapitel finden nun die Zusammenfassungen bzw. die Gruppierung der Interviews statt. Des Weiteren möchte ich anmerken, dass die Ergebnisse der empirischen Untersuchung – aufgrund des relativ kleinen Untersuchungsrahmens - nicht repräsentativ sind. Um die Ergebnisse repräsentativ darzustellen wäre eventuell eine quantitative Forschung notwendig.

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, sollen nun die wichtigsten thematischen Analyseeinheiten mithilfe des Interviewmaterials dargestellt werden:

6.1 Thematische Analyseeinheiten

6.1.1 Engagement bei Bürgerinitiativen

Folgt man Elmar (Elmar, 1995) dann sind für Bürgerinitiativen folgende Punkte charakteristisch:

- DIE VIELFÄLTIGEN ORGANISATORISCHEN GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN
- DIE NAHEZU UNENDLICH MÖGLICHEN ZIELSETZUNGEN
- DIE TATSACHE, DASS JEDER EINE BÜRGERINITIATIVE RASCH GRÜNDEN KANN
- DIE RASCHE AUFLÖSUNG, SOLLTE DIE BÜRGERINITIATIVE NICHT ZUM ERFOLG FÜHREN

(Elmar, 1995, S. 59ff)

Bürgerinitiativen beschäftigen sich zumeist mit Belangen aus dem unmittelbaren, lokalen Bereich, dem Problem vor der eigenen Haustür, wo die vermeintlich „etablierte“ Politik zu versagen scheint. Insofern zeigen sich Bürgerinitiativen als ein kleiner, aber meist hocheffizienter Mikrokosmos des politischen Handelns, als wirksame Partizipationsform und Instrument der Problemlösung. (Huth, 2003, S. 209).

Doch wer sind nun die Gründer von Bürgerinitiativen bzw. was sind die Beweggründe an einer Bürgerinitiative mitzuarbeiten oder sogar eine zu gründen?

Die Initiatorin der Bürgerinitiative „Freier Zugang zum Botanischen Garten“ führte als Grund beispielweise *„das Missfallen über die Kommerzialisierung vieler Dinge – darunter auch vormals frei nutzbarer Einrichtungen – wie eben dem Botanischen Garten an.“*

Ein anderer Experte meinte wiederum: *„Ich engagiere mich im Ring Freiheitlicher Studenten. Die Bürgerinitiative wurde vom Ring Freiheitlicher Studenten gegründet. Ich war für das Sammeln der erforderlichen Unterschriften zuständig, wobei ich mit meinem Team darauf geachtet habe, dass wir ein Sicherheitspolster haben. Ich habe bei der Bürgerinitiative mitgemacht, weil ich der Meinung bin das wissenschaftliche Arbeiten ideologiefrei sein sollten. Die Wissenschaft sollte frei und uneingeschränkt arbeiten können.“*

Eine andere Expertin war die Pressesprecherin der Bürgerinitiative und hat die Forderungen der Bürgerinitiative nicht nur im Rahmen der Pressearbeit unterstützt, sondern war auch privat sehr engagiert, und hat dies wie folgt wiedergegeben: *„Für mich war es sehr wichtig, dass ich mich auch privat mit der Bürgerinitiative auseinandergesetzt habe. Es war mir ein persönliches Anliegen die Forderungen der Bürgerinitiative zu kommunizieren.“*

Eine weitere Bürgerinitiative entstand aus einer Diskussion im Jugendreferat der SPÖ: *„Nach einigen Diskussionen über die richtige Methode um unsere Anliegen zu verbreiten, wurde die Bürgerinitiative als wirkungsvollstes Mittel gewählt. Wir waren ursprünglich eine kleine Gruppe, aber am Schluss wurden österreichweit Unterschriften gesammelt. Wir haben versucht die Bürgerinitiative sehr seriös zu gestalten und haben auch Textpassagen zitiert.“*

So unterschiedlich die Themen der untersuchten Bürgerinitiativen waren, so unterschiedlich waren auch die Beweggründe an einer Bürgerinitiative mitzuarbeiten oder eine zu gründen. Doch egal ob die Mitarbeit aus Selbstantrieb, aufgrund der Mitgliedschaft in einer Partei oder als Teil des Jobs war, in den Interviews hat sich vor allem gezeigt, dass sich die Experten mit viel Leidenschaft für die jeweilige Bürgerinitiative engagiert haben. Die Initiatoren der Bürgerinitiativen strebten die Verbesserung öffentlicher Einrichtungen oder Verhältnisse für

eine lokale Bevölkerung oder die Gesamtbevölkerung an, ohne dass sie selbst davon profitierten. Man kann daher das Ideal der sozialen Gerechtigkeit, der Verbesserung der Lebensumstände und einen generellen Altruismus als alle Bürgerinitiativen verbindende Gründe aufführen.

6.1.2 Möglichkeiten und Formen der Kommunikation zur Herstellung von Gegenöffentlichkeit

„Social Media Dienste“ wie Facebook, Twitter und YouTube spielen bei der Organisation und Koordination von Bürgerinitiativen eine große Rolle, werden die meisten Bürgerinitiativen doch von den klassischen Massenmedien (Zeitung, TV) weitestgehend ignoriert. So meint z.B. der Initiator der BI „Genderfreie Wissenschaftliche Arbeiten“:

„Typische Massenmedien haben das Thema der Bürgerinitiative ignoriert, jedoch waren Mundpropaganda und Facebook wichtige Multiplikatoren. Zeitungen haben nicht berichtet, während sich das Anliegen der Bürgerinitiative auf Facebook durch Teilen weiterverbreitete.“

Mit mehr als 3.7 Millionen monatlichen Usern/Monat ist Facebook das größte „Social Media“ Netzwerk in Österreich und damit bestens geeignet um Gegenöffentlichkeit herzustellen. Dieser Meinung war auch ein Befragter der schätzte,

„das Facebook eine große Bedeutung als Protestmedium hat, insbesondere hat das Netzwerk einen großen Vorteil bei der Vernetzung der Unterstützer und bei der Organisation von Treffen.“

Facebook weist alle Möglichkeiten auf, die ein modernes Netzwerk zu bieten hat: Auf diese Frage angesprochen meinte ein Interviewter:

„Facebook bietet die Möglichkeit weit entfernte Menschen zu erreichen. Allerdings braucht man für eine gelungene Onlinekampagne einen Profi, der sich darum

kümmert, während bei der Straßenansprache auch von den zahlreichen freiwilligen Helfern geleistet werden kann.“

Da für die positive Annahme der Bürgerinitiative im Nationalrat 500 handschriftlich getätigte Unterschriften notwendig sind, kann Web 2.0 keinen Ersatz zum klassischen „Sammeln von Unterschriften“ sein: In diesem Zusammenhang betonten zwei der Interviewten, dass Web 2.0 keinen Ersatz, aber eine Erweiterung der traditionellen Demonstrationsmethoden ist.

Zur Herstellung von Gegen(Öffentlichkeit) ist nicht nur Web 2.0 geeignet. Ein Interviewpartner erzählt zum Beispiel in diesem Zusammenhang, dass für die Bürgerinitiative die Mundpropaganda im privaten Umfeld außerordentlich wichtig war. Ein anderer Interviewpartner meinte dazu, dass es überaus wichtig war, die Menschen anzusprechen und das Thema zu erklären:

„Der Inhalt der Bürgerinitiative „30 Stunden reichen – Arbeitszeitverkürzung jetzt“ war so komplex, dass vielen Teilnehmer den Sinn der BI nicht verstanden haben. Es war daher notwendig jedem einzelnen das Thema persönlich zu erklären.“

Neben der persönlichen Ansprache und dem Einsatz von Social Media sind aber auch klassische Medien geeignet um Gegen(Öffentlichkeit) herzustellen. Zu Thema befragt meinte eine Interviewte:

„Obwohl unsere Bürgerinitiative mit mehr als 54.000 Unterschriften eine der größten ist, gab es publizistische Unterstützung nur von der Kathpresss, der Katholischen Presseagentur. Obwohl die Katholische Kirche gegen die Abtreibung ist, hat die Presseagentur doch immer wieder fortlaufend über das Thema berichtet. So konnte die Bürgerinitiative Leute erreichen, die sich dafür interessieren. Die übrigen Medien, insbesondere andere Zeitungen haben sich nur gelegentlich für die Bürgerinitiative interessiert.“

Auf die Frage nach der Bereitschaft der klassischen Medien über die Bürgerinitiative zu berichten waren die Meinungen geteilt. Die Initiatorin einer Bürgerinitiative mit einem lokalen Bezug meinte dazu:

„Wichtig waren lokale Tageszeitungen für die Publizierung der Bürgerinitiative. Wichtig für den Erfolg war die Mitarbeit von Parteien und des Bezirksparlaments. Unterstützung erfuhr die Bürgerinitiative auch durch einen Antrag im Bezirksparlament und das Engagement der Bezirksvorsteherin. Wichtig waren auch die Versammlungen der Bürgerinitiative und das Sammeln von Unterschriften, sowie die Herstellung von Pressekontakten durch eine Nationalrätin.“

Der Initiator einer Bürgerinitiative mit überregionalem Bezug war anderer Meinung:

„Die Massenmedien haben sich nicht für die Bürgerinitiative interessiert, so dass die ganze Öffentlichkeitsarbeit selbst geleistet werden musste.“

Nach der Wichtigkeit für die Herstellung von Gegen(Öffentlichkeit) befragt meinten die Interviewten:

„Bei großen Bürgerinitiativen – die jeden betreffen – sind die klassischen Massenmedien (TV, Radio, Presse) wichtiger, während für Spezialanliegen (z.B. Genderfreie Abschlussarbeiten) Social Media wichtiger sind. Die Bedeutung wird insgesamt noch zunehmen, da die Massenmedien kleinere Bürgerinitiativen tendenziell ignorieren.“

Wenn Web 2.0 als „Protestmedium“ immer stärker genützt wird, wie ist es dann um die „klassischen“ Möglichkeiten des Protests, wie zum Beispiel Demonstrationen, Versammlungen oder Informationsabende gestellt? Die Interviewpartner geben an, dass die traditionellen Möglichkeiten des Protests noch immer einen äußerst wichtig sind:

„Web 2.0 ist kein Ersatz für traditionelle Demonstrationsmethoden – Web 2.0 kann traditionelle Demonstrationsmethoden erweitern.“

Folgt man Koop (Koop, 2010) so haben beide Formen der Beteiligung – also online und auch offline – ihre Vor- bzw. Nachteile: Vor-Ort Veranstaltungen sind besonders dann von Vorteil, wenn die Themen der Bürgerinitiative erklärungsbedürftig und regional eingrenzbar sind. Durch die Einbindung von Expert/Innen und Verantwortlichen können notwendige Anmerkungen eingefangen und Rückfragen unmittelbar geklärt werden. Zudem lassen sich vor Ort gut die Meinungen der TeilnehmerInnen einfangen: Empathie mit den Betroffenen ist dabei ganz besonders wichtig, denn ihre Ängste oder Wünsche lernt man dann kennen, wenn man mit Ihnen persönlich über Ihre Anliegen spricht. Über eine Online Beteiligung können andererseits Ideen und Vorschläge sozusagen „24x7“ gesammelt werden. Im Web 2.0 können auch jene TeilnehmerInnen zu Wort kommen, die sich bei Versammlungen eher zurückhalten würden (Koop, 2010, S. 89).

Dem folgt auch die Mehrheit der ExpertInnen: Man spricht somit von einer Erweiterung der traditionellen Protestformen um die Möglichkeiten die das Web 2.0 bietet: *„da für die Einreichung der Bürgerinitiative 500 Unterschriften dem Nationalrat vorzulegen sind, spielt Web 2.0 erst in der zweiten Phase (nach der Abgabe der Unterschriften) für die Mobilisierung der Unterstützer eine Rolle.“*

6.1.3 Erfolgsfaktoren und Bedeutung von Web 2.0

Folgt man von Lucke (von Lucke, 2010), dann nützen Bürger „Social Media“ und das Web 2.0 als Informations- und Diskussionsquelle: Die Bürger vernetzen sich, sind innovativ, engagiert und haben großes Interesse an Themen, die ihre Gegenwart und möglicherweise ihre Zukunft bestimmen. Von Lucke geht des Weiteren davon aus, *„dass die Bürger alle Möglichkeiten zur Beteiligung wahrnehmen“* (von Lucke, 2010).

Was ist ausschlaggebend für den Erfolg der Bürgerinitiative und wie sehen die Initiatoren der Bürgerinitiativen die Bedeutung von Web 2.0?

Die Initiatorin einer Bürgerinitiative mit ausgeprägtem lokalen Bezug erklärt dazu:

„Facebook hatte eine weniger hohe Wirkung als die traditionelle Öffentlichkeitsarbeit der Bürgerinitiative. Mein Sohn hat mich bei der Pflege der Facebook Seite unterstützt, die von mir jedoch nur in den ersten 2-3 Monaten aktualisiert wurde und im Folgenden nur dann, wenn wir Fotos hatten. Das Potential des Mediums wurde jedoch nicht ausgeschöpft.“

Ein Initiator einer Bürgerinitiative mit stark überregionalem Bezug sieht das jedoch anders:

„Momentan sind Facebook und Twitter alternativlos, da man damit viele Leute erreichen kann, allerdings nicht so viele, wie durch den Rundfunk, der sich jedoch keinen Nischenthemen widmet. Facebook war für die Bürgerinitiative mit mehreren tausend Followern viel wirksamer als Twitter mit 180. Mit Facebook war es leichter, Leute zu erreichen, als durch andere Mittel.“

Die befragten Experten drücken es ganz klar aus: Web 2.0 bietet ein großartiges Potential für den Erfolg einer Bürgerinitiative.

„Web 2.0 war die beste Möglichkeit, die Öffentlichkeit zu erreichen. Gleichzeitig benutzen aber auch andere das Mittel, so dass es zu einem Übersättigungseffekt kommen kann - deshalb ist es sehr wichtig, dass die Medien bei der Präsentation des Themas gut gewählt werden.“

Ein Interviewpartner meinte in diesem Zusammenhang, dass er in der Online- wie Offlinewerbung für Unterschriften Vor- und Nachteile sieht: Das Sammeln von Unterschriften im Offline erhöht die Bindung der Unterschreiber an das Projekt. Dafür ist jedoch eine gute Organisation notwendig. Im Vergleich dazu sind die Onlinemaßnahmen niederschwelliger, brauchen aber viel Zeit und Arbeit da die Beiträge im Web 2.0 auch gepflegt werden müssen. Unterschriften werden im Internet leichter gegeben, während bei den Offlinesammlungen mehr Informationsgespräche entstehen.

Nach Ansicht eines Befragten ist das Medium ursächlich für die Gruppe die von der Bürgerinitiative angesprochen werden konnte: Bei der Offline-Unterschriftensammlung

waren es vor allem ältere Leute die sich beteiligten und dabei auch bekundeten das Anliegen gut zu finden, während Online eher jüngere Leute das Thema teilten und damit das Vorhaben der Bürgerinitiative unterstützten.

Die richtige Kombination aus Online und Offline Maßnahmen ist sicherlich ausschlaggebend für den Erfolg der Bürgerinitiative:

„Der Interviewte schätzt, dass Web 2.0 eine große Bedeutung als Protestmedium hat, insbesondere hat es Vorteile bei der Vernetzung, der Organisation von Treffen und – wie beim arabischen Frühling gesehen – bei der Massenorganisation. Er sieht in Web 2.0 keinen Ersatz, aber eine Erweiterung der traditionellen Demonstrationsmethoden.“

In dieser Aussage spiegelt sich die Kombination aus Offline und Online wieder: Web 2.0 mit welchem die Protagonisten vernetzt und organisiert werden um dann Offline – in Treffen, Versammlungen, Vorträgen – die Bürgerinitiative weiter voranzubringen.

Anhand der Interviews konnte gezeigt werden, dass Web 2.0 besonders für Bürgerinitiativen mit übergeordneten, allgemeinen politischen Anliegen nützlich ist oder das Potential dazu hat. Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass diese Anliegen nicht im engeren Sinne lokal verankert sind. Sie sind also nicht nur für einen bestimmten Bereich interessant, sondern für alle Bürger des Landes. Das erfordert Kommunikationsmittel, die raumübergreifend sind, was durch Web 2.0 erleichtert und ermöglicht wird.

Ebenfalls ist Web 2.0 sehr nützlich für kleine Bürgerinitiativen, die lokal (noch) nicht gut vernetzt sind. Sie können so viele Interessenten relativ einfach erreichen.

Dem hingegen greifen kleine Bürgerinitiativen, die über eine hohe lokale Vernetzung verfügen, nicht primär auf Web 2.0 zu. Der persönliche Kontakt steht im Vordergrund: Aufgrund der vorhandenen Vernetzung ist der persönliche Kontakt – gemeinsam mit der traditionellen Pressearbeit mit lokalen Medien - ein großer Multiplikator.

6.1.4 Ausblick Web 2.0 und Bürgerinitiativen

Die Befragten blickten der Zukunft der Bürgerinitiativen sehr positiv entgegen: Der Hauptvorteil der Bürgerbeteiligung im Web 2.0, gegenüber der klassischen Bürgerbeteiligung (welche üblicherweise in Form von Podiumsdiskussionen, dem Sammeln von Unterschriften, Vorträgen etc. stattfindet) ist sicherlich der einfache und niedrigschwellige Zugang. Gerade Facebook nimmt mit seinen Kommunikationsmöglichkeiten eine herausragende Stellung ein: Durch die Kommentarfunktion können Bürger, zu jedem Zeitpunkt und von jedem Ort aus an der Diskussion teilnehmen. Somit ist es nicht mehr notwendig, sich zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort einzufinden.

Eine Interviewte meinte dazu:

„Facebook und Twitter können wirkmächtig sein, aber man kann das nicht bewusst bewirken. Die Bürgerinitiative hatte viel Erfolg mit einem kleinen Film, der von Schülern für die Bürgerinitiative gedreht wurde, er hatte 100.000 Zugriffe.“

Mit mehr als 3.4 Millionen monatlicher Nutzer ist Facebook die größte Social Media Plattform in Österreich und damit ein wichtiger Kanal für die Verbreitung von Bürgerinitiativen, allerdings sind Interviewten der Meinung, dass auch die anderen „Big Player“ in Zukunft für Bürgerinitiativen an Bedeutung gewinnen:

„...in Zukunft wird die Onlinewerbung wichtiger werden: Dabei wird es wohl eine Mischung aus Facebook, Twitter und anderen Internetmedien geben.“

Soziale Medien wie Facebook, YouTube oder Wikipedia haben sich innerhalb weniger Jahre als meistbesuchte Seiten im Internet etabliert (Amazon, 2017), und bieten damit für die Zukunft geeignete Plattformen für die erfolgreiche Vernetzung, so meinte ein Interviewter:

„Web 2.0 wird in Zukunft eine große Bedeutung als Protestmedium haben: insbesondere bei der Vernetzung von Teilnehmern, der Organisation von Treffen und bei der Organisation von Massenveranstaltungen.“

Interessant war vor allem zu sehen, dass bei der Frage nach der Zukunft von Bürgerinitiativen Twitter überhaupt nur einmal vorgekommen ist: *„Während Facebook auch in Zukunft sehr wirksam sein wird, wird Twitter – in Österreich zumindest – auch in Zukunft eher ein Medium für Journalisten mit geringer Öffentlichkeitswirksamkeit sein.“*

Obwohl alle Experten dem Web 2.0 hohes Potential zuschreiben, so kann es doch – schon aufgrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen - die traditionellen Methoden (Versammlungen, Unterschriftenaktionen, ...) auch in der Zukunft nicht ersetzen: *„Es ist erforderlich dem Parlament 500 Unterschriften einzureichen, damit das Anliegen behandelt wird. Diese Unterschriften werden auch in Zukunft ganz klassisch gesammelt werden müssen. Web 2.0 wird in somit auch in Zukunft erst nach erfolgreicher Einbringung in den Nationalrat eine Rolle spielen.“*

Letztendlich sind sich alle Experten einig, dass ein gelungener Mix der verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten und Medien in Zukunft notwendig sein wird, um möglichst vielen Staatsbürgern/Staatsbürgerinnen die Möglichkeit zur Partizipation zu geben. Moderne Methoden, gestützt durch Web 2.0, können Bürgerinitiativen zwar nicht gänzlich revolutionieren, bieten aber Möglichkeiten neue innovative Ideen zu entwickeln.

7 Forschungsergebnisse und Interpretation

In allen Bereichen konnte eine sehr ähnliche Einstellung der Experten festgestellt werden. Stellt man diese nun mit den Forschungsfragen in Beziehung, dann kommt man zu folgenden Ergebnissen:

7.1 Wie kann mit Web 2.0 (Gegen)Öffentlichkeit für Bürgerinitiativen hergestellt werden?

Web 2.0 bietet unzählige Möglichkeiten um Gegenöffentlichkeit herzustellen – es scheint, als würde die Bedeutung in diesem Kontext wachsen. Folgt man Banse (Banse, 2007), dann stehen derzeit die unterschiedlichsten Online-Diensten und Nutzungsmöglichkeiten für die politische Partizipation zur Verfügung. Auch Fuchs (Fuchs, 2007) kommt zur Erkenntnis, dass der Protest im Internet zunehmend wichtiger wird - der Cyberprotest reflektiert die zunehmende Bedeutung von alternativen Onlinemedien und Onlineprotesten in der Gesellschaft (Fuchs, 2007, S. 59).

In diesem Rahmen können virtuelle Protestmöglichkeiten verschiedene Funktionen oder Unterscheidungsmerkmale aufweisen: So ist es beispielweise möglich, dass virtuelle Protestmöglichkeiten zur Bewusstseinsbildung oder Mobilisierung beitragen. Das Internet kann in diesem Zusammenhang ein Organisationsmedium für Proteste „auf der Straße“ darstellen, Onlineaktivitäten können unterstützend auf Offlineproteste einwirken (Fuchs, 2007, S. 75)

Die Möglichkeiten Gegen(Öffentlichkeit) herzustellen sind für Bürgerinitiativen mannigfaltig: Ob Facebook Seite, Twitter Account, YouTube-Channel – die virtuelle Welt bietet für jede/jeden Einzelnen viele Möglichkeiten sich am Protest zu beteiligen, folgt man Leggewie (Leggewie, 1998), dann muss in diesem Zusammenhang festgehalten werden, dass allzu häufig die Bürger/Bürgerinnen selbst mangelnde Bereitschaft zur Partizipation aufweisen:

„Erst wenn die Politikverdrossenheit dem Engagement Platz macht, können Social Media Dienste Bürger und Bürgerinnen motivieren sich am Diskurs zu beteiligen.“
(Leggewie, 1998, S. 38)

7.2 Welche Kommunikationsmöglichkeiten haben die Initiatoren verschiedenster Bürgerinitiativen für die Herstellung von (Gegen)Öffentlichkeit verwendet?

Für die Koordination und Mobilisierung von Bürgerinitiativen ist sicherlich das Internet, vor allem Social Media ein wichtiges Medium. In diesem Kontext wurde seitens der Experten/Expertinnen in erster Linie Facebook genannt. Twitter und YouTube spielten bei den meisten Interviewten eine untergeordnete Rolle. Gerade bei Bürgerinitiativen mit einem überregionalen Bezug wurde auf den sozialen Plattformen – und damit Online - kreative Ideen gesucht um Unterstützer Offline zu erreichen.

Aber nicht nur Web 2.0 war ausschlaggebend für die Erreichung der Ziele (wobei der erste Schritt sicherlich in der Erreichung der 500 Unterschriften für die Einreichung lag), von den fünf untersuchten Bürgerinitiativen haben lediglich zwei auf die Unterstützung der klassischen Medien zurückgreifen können – wobei eine Bürgerinitiative über ein eigenes Magazin verfügte, und die andere Bürgerinitiative einen sehr starken lokalen Bezug hatte (so war z.B. die Bezirksvorsteherin in der BI involviert). Damit war natürlich eine größere Aufmerksamkeit durch die Medien begründet und so konnten diese beiden Bürgerinitiativen das Engagement auf Web 2.0 reduzieren:

„Die Interviewte schätzt, dass die Wirksamkeit von sozialen Medien bei Bürgerinitiative vor allem vom Thema abhängt. Bei lokalen Anliegen sind das Sammeln von Unterschriften und das Engagement vor Ort wichtiger, bei ortsübergreifenden Themen wird aber Facebook für den Erfolg unabdingbar sein.“

Nicht alle Bürgerinitiativen basierten hauptsächlich auf der Verwendung von Web 2.0. Ausschlaggebend für die Präferenz bei der Benutzung der Medien waren die besonderen Anforderungen der jeweiligen Bürgerinitiative. Besonders bei lokalen Anliegen erwiesen sich

traditionelle Methoden, wie das Sammeln von Unterschriften auf der Straße als wesentlich effektiver als die neuen Medien von Web 2.0.

„Wichtig waren vielmehr Ansprache von Leuten auf der Straße und Werbung im privaten Umfeld.“

Ein besonderer Sektor und in gewissem Maße eine Überraschung war die große Bedeutung, die für alle Bürgerinitiativen die persönliche Ansprache und Präsenzveranstaltungen hatten. Auch wenn dabei einmal etwas schief ging, wie etwa ein falsch verstandenes Plakat, war die Bedeutung der persönlichen Kommunikation bei allen Bürgerinitiativen, zu denen Interviews geführt wurden, doch sehr hoch. Man kann den persönlichen Sektor für den Erfolg von Bürgerinitiativen sicher als entscheidenden dritten Faktor neben die Faktoren Web 2.0 und traditionelle Medien stellen.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass alle Methoden (d.h. Web 2.0, traditionelle Medien und persönliche Kommunikation) von den Bürgerinitiativen verwendet wurden: Eine Methode erwies sich dann als effektiver und wurde verstärkt eingesetzt, während weniger effektive Methoden zurückgefahren oder eingestellt wurden, wie in einem Fall die bezahlte Werbung durch Videos. Dabei spielte die persönliche Affinität zu den neuen Medien keine Rolle. Wenn eigene Expertise fehlte, wurde diese durch andere Personen bereitgestellt. Ebenso wurde die Pressearbeit mit den traditionellen Printmedien nach Möglichkeit von Personen durchgeführt, die in dieser Hinsicht gut vernetzt waren oder spezielle Presseagenturen mit Nachrichten versorgt.

7.3 Welches zukünftige Potential haben Bürgerinitiativen im Web 2.0?

Die vorher schon erkennbare relativ eindeutige Linie der Interviewpartner lässt sich auch bei der dritten Forschungsfrage erkennen: Alle sind der Meinung, dass Web 2.0 bei Protesten in der Zukunft eine bedeutende Rolle spielen wird und schätzen das Potential dieser Protestoption im Netz sehr hoch ein. Web 2.0 mit seinen Protestmöglichkeiten kann vor allem in Vergleich zu dominanten „klassischen“ Medien wie TV, Radio und Zeitungen als „Gegenmedium“ betrachtet werden.

Die Protestmöglichkeiten im Web 2.0, werden jedoch die traditionellen Protestformen nicht verdrängen können, die Experten sprechen vielmehr von einem „Additionsverfahren“ – d.h. einer Ergänzung der klassischen Medien durch Web 2.0. Neben unseren Experten sind auch die Wissenschaftler der gleichen Ansicht. Folgt man Köhler (Köhler, 2007), dann kann: *„Gegenöffentlichkeit im Netz nur dann erfolgreich sein, wenn die digitalen Protestformen mit Protesten im realen Raum verknüpft werden* (Köhler, 2007, S. 250).“ Bieber (Bieber, 1999, S. 59) spricht in diesem Kontext von „der Verknüpfung von alten – traditionellen – Protestformen mit neuen Onlinemöglichkeiten und der damit verstärkenden Wirkung.“

Folgt man Masser/Pistoia/Nitzsche (Masser, Pistoia, & Nitzsche, 2013), dann wird in Zukunft auch das soziale Netzwerk Google+, neben den aktuellen „Big Playern“ wie Facebook, Twitter und YouTube, eine wesentliche Rolle für Bürgerinitiativen spielen – trotzdem stehen Bürgerinitiativen auch in Zukunft vor dem Problem, dass ältere Bevölkerungsgruppen in sozialen Netzwerken unterrepräsentiert sind. Aus diesem Grund kann auch in Zukunft Web 2.0 nur ein Baustein in der Informationsstrategie für Bürgerinitiativen sein (Masser, Pistoia, & Nitzsche, 2013, S. 134).

Wenngleich alle Experten das Potential für Web 2.0 in Bezug auf Bürgerinitiativen als sehr hoch ansehen (aus diesem Grund fällt die Auswertung für dieses Kapitel relativ kurz aus) so wäre es dennoch sehr mutig zukünftige Entwicklungen vorherzusagen. Folgt man Friedrichsen/Kohn (Kohn & Frierichsen, 2015) so ist die Digitalisierung ein Faktum, die Art und Weise wie Web 2.0 Bürgerinitiativen verändert unterliegt jedoch keinen Naturgesetzen, sondern ist von allen BürgerInnen gestaltbar, und so wird sich die politische Kommunikation für alle Akteure (Politiker, Behörden, Parteien, Organisationen, Bürgerinitiativen) auf dem politischen Parkett, grundlegend verändern. Diese Veränderungen in der politischen Kommunikation lassen sich am Besten mit folgenden Schlagwörtern beschreiben (Kohn & Frierichsen, 2015, S. 519):

- MEDIATISIERUNG
- PERSONALISIERUNG
- INTERAKTION

Wenn eine Transparenz bei politischen Akteuren hergestellt, der Online – Diskurs mit Entscheidungsträgern forciert sowie Mitwirkungsmöglichkeiten bereits in frühen Phasen geschaffen werden kann, dann scheint es sicher zu sein, dass das Potential von Web 2.0 eine neue Dynamik zur Modernisierung der Demokratie durch mehr Partizipationsmöglichkeiten auslösen kann. Um das zu erreichen ist jedoch eine offen ausgetragene Diskussion, über Risiken und Chancen interaktiver Medien wie Web 2.0 in der Gesellschaft und in den politischen Institutionen nötig (Kohn & Frierichsen, 2015, S. 523).

8 Fazit

Betrachtet man die Diskussion um das Thema „Bürgerinitiative“ genauer, dann kann man häufig eine einseitige Darstellung der Sichtweise wahrnehmen: Entweder werden die „traditionellen“ Medien wie Fernsehen, TV und Zeitungen/Zeitschriften bevorzugt oder es steht die Verwendung von Web 2.0 im Vordergrund. Wieder andere Sichtweisen befassen sich damit, Online und Offline Partizipation abzuwägen oder betrachten Web 2.0 lediglich als „Nice-To-Have“. In letzter Zeit werden zusätzlich aber immer mehr Stimmen laut, die den Einsatz von Web 2.0 für „den richtigen Weg erachten, um möglichst viele Teilnehmer zu erreichen“ (Voss, 2014, S. 9ff).

Ob Facebook, Twitter, YouTube oder Face – to – Face Kommunikation: Aus den vorhergehenden Erkenntnissen wird deutlich, dass Web 2.0 in der Protestkultur eine bedeutende Rolle spielt. Claus Leggewie (Leggewie, 1998) hat festgestellt, dass Web 2.0 - falls es die Kosten politischer Beteiligung senken und spezielle Vorteile schaffen kann - zum Instrument partizipatorischer Demokratie werden kann (Leggewie, 1998, S. 35). Leggewie hat diese Aussage 1998 getroffen und mittlerweile kann man feststellen, dass Online-Dienste wie z.B. Web 2.0 finanzielle und bequeme Vorteile – vor allem durch den niederschweligen Zugang für Protestbewegungen mit sich bringen. Auch wenn die Hürden der Partizipation durch den technischen Fortschritt gesunken sind, so ermöglicht Web 2.0 bislang keine gerechtere Form der Partizipation: Dafür erfüllt Web 2.0 nicht die demokratischen Voraussetzungen der prinzipiellen Chancengleichheit aller Bürger, da für die Beteiligung in jedem Fall ein Internetzugang notwendig ist (Kuri, 2005) (Pump, 2013, S. 92).

Bürgerinitiativen entstehen oftmals spontan, entwickeln sich manchmal unvorhersehbar und unkontrollierbar: Web 2.0 - als Gegenöffentlichkeit - erlaubt es den Initiatoren die Inhalte und die Informationen rasch zu verbreiten und damit die Proteste weiter zu verstärken. Christian Fuchs (Fuchs, 2007) bezeichnet Web 2.0 als „Medium der globalen politischen Solidarität“ (Fuchs, 2007, S. 59f), und das kann auch auf die österreichischen Bürgerinitiativen umgelegt werden:

Anhand der Interviews hat sich gezeigt, dass zur Herstellung von Gegenöffentlichkeit die Nutzung von Web 2.0 besonders für Bürgerinitiativen mit übergeordneten, allgemeinen politischen Anliegen nützlich ist. Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass diese Anliegen nicht im engeren Sinne lokal verankert sind. Sie sind also nicht nur für einen bestimmten Bereich interessant, sondern für alle Bürger des Landes. Das erfordert Kommunikationsmittel, die raumübergreifend sind, was durch Web 2.0 erleichtert und ermöglicht wird.

Aber auch wenn es sich um kleine Bürgerinitiativen handelt, welche lokal (noch) nicht gut vernetzt sind, ist zur Herstellung von Gegenöffentlichkeit Web 2.0 sehr nützlich: Die Bürgerinitiativen können so viele Interessenten relativ einfach online erreichen um dann offline mit Ihnen in Kontakt zu treten. Die Auswertung der Experteninterviews deckt sich in diesem Punkt mit Dieter Rucht (Rucht, 2014, S. 126ff) welcher in seinem Aufsatz („Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline-Proteste“), schreibt, dass der Onlineprotest den Offlineprotest nicht ersetzt: Da für die Einreichung einer Bürgerinitiative 500 Unterschriften notwendig sind, ist es notwendig, die Interessenten nicht nur via Web 2.0 zu erreichen, sondern sie auch zu einer Unterschriftsleistung zu motivieren.

Dem hingegen greifen kleine Bürgerinitiativen, die über eine hohe lokale Vernetzung verfügen, nicht primär auf Web 2.0 zu. Hier steht der persönliche Kontakt im Vordergrund, der eben aufgrund der schon vorhandenen Vernetzung ein großer Multiplikator ist, sowie die traditionelle Pressearbeit vor allem mit lokalen Medien.

Nach Auswertung der Experteninterviews decken sich die dabei gewonnenen Ergebnisse mit der Theorie von Koop: Nach Koop (Koop, 2010) haben beide Formen der Beteiligung – online und offline – Vorteile und Nachteile:

Veranstaltungen „Vor – Ort“ bieten sich dann an, wenn die Themen erklärungsbedürftig und regional eingrenzbar sind. Bei Vor-Ort Veranstaltungen können Expert/Innen und Verantwortliche Input geben und Rückfragen können unmittelbar geklärt werden. Bei der Online Beteiligung können Ideen und Kommentare ohne viel gesammelt werden. Hier

können Personen zu Wort kommen, die sich in Diskussionsrunden eher zurückhalten (Koop, 2010, S. 89).

Aus den Erkenntnissen der Interviews lassen sich nun folgende Schlüsse ziehen:

- EIN GELUNGENER MIX DER VERSCHIEDENEN KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN UND MEDIEN IST AUCH IN ZUKUNFT DER RICHTIGE WEG, UM MÖGLICHST VIELEN BÜRGER/INNEN DIE MÖGLICHKEIT ZUR BETEILIGUNG ZU GEBEN.
- MODERNE WEGE HIN ZU EINER NEUEN BETEILIGUNGSKULTUR, GESTÜTZT DURCH DAS WEB 2.0, KÖNNEN BÜRGERINITIATIVEN NICHT NEU ERFINDEN, BIETEN ABER DIE CHANCE, NEUE WEGE ZUR EINBEZIEHUNG DER BÜRGER/INNEN ZU GEHEN UND INNOVATIVE IDEEN ZU ENTWICKELN.

Folgt man Alma Kolleck (Kolleck, 2016), dann gilt letztendlich bei jeder Bürgerinitiative: Die Beteiligung wird nicht vom Format bestimmt, sondern die Ziele der Bürgerinitiative entscheiden über die Wahl der Medien und damit der Beteiligung! Auch wenn es bei der Beteiligung im Web 2.0 weniger gängige Standards als bei der traditionellen Beteiligung gibt, sind folgende Voraussetzungen zu beachten:

- EINE KLARE ZIELSETZUNG ZU BEGINN
- DIE BETROFFENHEIT DER BETEILIGENDEN VOM THEMA
- AUSREICHENDE RESSOURCEN BEI DEN INITIIERENDEN
- DIE SCHAFFUNG VON TRANSPARENZ UND NACHVOLLZIEHBARKEIT FÜR ALLE BETEILIGTEN
- DIE BEWERBUNG UND MOBILISIERUNG DER ZIELGRUPPEN
- VERBINDLICHKEIT DER ERGEBNISSE

(Kolleck, 2016, S. 4f)

9 Ausblick

Eine gute Demokratie zeichnet sich durch eine Vielzahl von demokratieförderlichen Prozessen und Institutionen in den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen aus. Die Basis ist die Partizipation der BürgerInnen an öffentlichen Angelegenheiten. Folgt man Reinert (Reinert, 2009, S. 33-41), dann kommt diese Beteiligung der Bürger/Bürgerinnen oft zu spät. Das Interesse bzw. das Engagement für Bürgerinitiativen entstehen oft erst bei persönlicher Betroffenheit. Diese persönliche Betroffenheit tritt jedoch oft erst zeitverzögert ein, nämlich dann, wenn die Entscheidungsprozesse einen Punkt erreicht haben, in welchem die Möglichkeiten für erfolgreiches Lobbying nur noch beschränkt sind (siehe Abbildung)

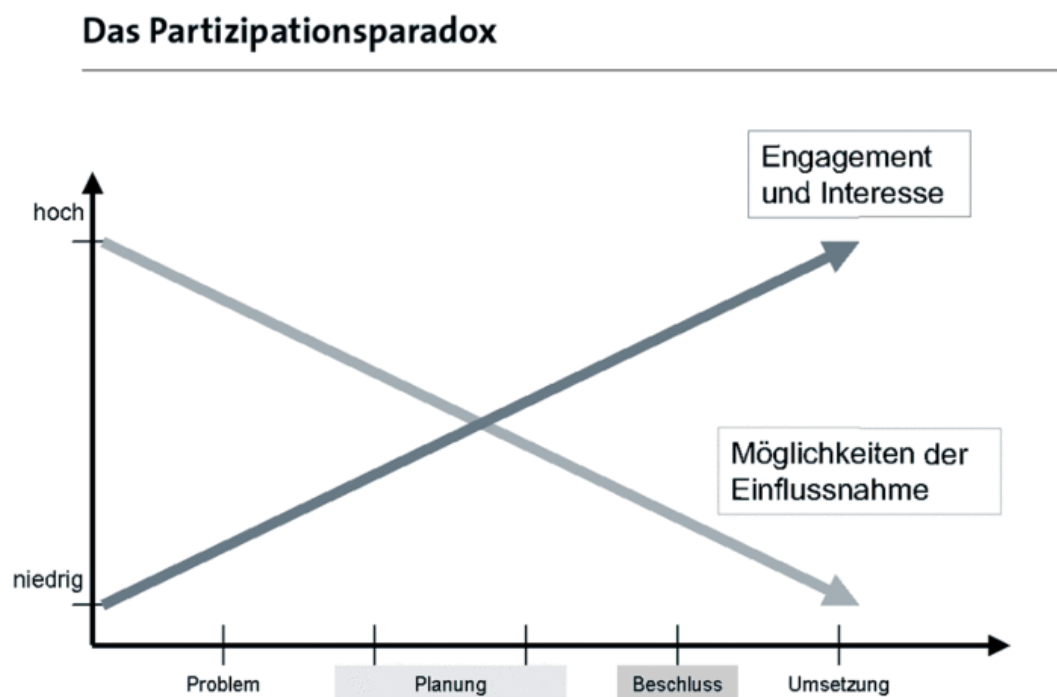


Abbildung 17 – Partizipationsparadoxum - (Bürgergesellschaft.de, 2015)

Wenn eine Transparenz bei politischen Akteuren hergestellt, der Online – Diskurs mit Entscheidungsträgern forciert sowie Mitwirkungsmöglichkeiten bereits in frühen Phasen geschaffen werden kann, dann scheint es sicher zu sein, dass das Potential von Web 2.0 eine neue Dynamik zur Modernisierung der Demokratie durch mehr Partizipationsmöglichkeiten auslösen kann. Um das zu erreichen ist jedoch eine offen ausgetragene Diskussion, über

Risiken und Chancen interaktiver Medien wie Web 2.0 in der Gesellschaft und in den politischen Institutionen nötig (Kohn & Frierichsen, 2015, S. 523). Für zukünftige Bürgerinitiativen ist es deshalb wichtig, dass BürgerInnen frühzeitig beteiligt werden um erfolgreich im Entscheidungsprozess zu agieren (Reinert, 2009, S. 33ff). Dieses Bewusstsein wird jedoch bei vielen Bürgerinitiativen noch nicht umgesetzt und so werden die Möglichkeiten einer verstärkten Mitwirkung oft nicht genutzt. Im Gegenteil: Bei Fragen zur Entscheidungsfindung bringt sich nur ein kleiner Teil der Bevölkerung ein (Bödeker, 2012). Folgt man Fieguth/May (Fieguth & May, 2013) so sind die Kombination von „Forderungen der BürgerInnen“ mit den „Angeboten der Medien“ eine große Herausforderung für die Zukunft (Fieguth & May, 2013, S. 54ff). Auch die interviewten Experten kommen zum gleichen Schluss

In Zukunft muss für die effektvolle Umsetzung der Bürgerinitiativen, das Potenzial von Web 2.0 mit den klassischen Methoden wie Bürgerversammlungen, Unterschriftenaktionen kombiniert werden.

Im Bezug auf Bürgerinitiativen sollte die Leitfrage beim Einsatz von Web 2.0 wie folgt lauten:

Was ist im Internet möglich wo wir offline an unsere Grenzen stoßen?

Facebook, Twitter und YouTube zeigen uns, wie sich das Web 2.0 gemeinsam mit ihren Usern weiterentwickelt, und dadurch immer wieder neue Möglichkeiten der Partizipation geschaffen werden können. Online-Communities können sich gerade auf lokaler Ebene ja auch realer Gruppen bedienen und überall wo diese Gruppen vorhanden sind, können auch Schnittstellen zur elektronischen Bürgerbeteiligung geschaffen werden.

Web 2.0 zeichnet sich vor allem durch die dynamische Verbindung der unterschiedlichen Kommunikationskanäle aus: Folgt man den Experten, dann sollten Bürgerinitiativen im Web 2.0 nicht nur zuhause am Rechner, sondern auch bei der Unterschriftensammlung, in der Fußgängerzone,... Möglichkeiten zur Interaktion bieten.

Die Protestmöglichkeiten, die das Web 2.0 bietet, werden jedoch die traditionellen Protestformen nicht verdrängen können, die Experten sprechen vielmehr von einem „Additionsverfahren“ – d.h. einer Ergänzung der klassischen Medien durch Web 2.0. Diese Ansichten kann man auch in der Literatur wiederfinden: „Gegenöffentlichkeit im Netz kann jedoch nur dann erfolgreich sein, wenn die digitalen Protestformen mit Protesten im realen Raum verknüpft werden (Köhler, 2007, S. 250).“ Bieber (Bieber, 1999, S. 59) spricht in diesem Kontext von „der Verknüpfung von alten – traditionellen – Protestformen mit neuen Onlinemöglichkeiten und der damit verstärkenden Wirkung.“

Zum Schluss ist festzuhalten, dass Web 2.0 – folgt man den Experten und Expertinnen sowie Habbel/Huber (Habbel & Huber, 2008) - gerade in der lokalen Bürgerbeteiligung intelligent mit traditionellen Versammlungen oder anderen Aktionen kombiniert werden muss, denn gerade im lokalen Bereich ist diese Verbindung so naheliegend und wird doch noch wenig genutzt (Habbel & Huber, 2008, S. 18).

Zukünftige Bürgerinitiativen müssen demnach integrierte „Online-Offline-Verfahren“ sein, an deren vielfältigen und miteinander kombinierbaren Beteiligungsverfahren sich möglichst viele Zielgruppen beteiligen, um flexibel in einem definierten Rahmen Bürger und Bürgerinnen zu mobilisieren.

10 Literaturverzeichnis

- Aktion Leben. (19. 12 2017). *Aktion Leben*. Abgerufen am 28. 02 2018 von Aktion Leben: <http://www.fakten-helfen.at/pages/faktenhelfen/presse/article/565.html>
- Amazon. (01. 04 2017). *TopSites in Austria*. Abgerufen am 25. 04 2017 von TopSites in Austria: <http://www.alexa.com/topsites/countries/AT>
- AMS. (01. 10 2017). *AMS Übersicht über den Arbeitsmarkt*. Abgerufen am 19. 10 2017 von AMS Übersicht über den Arbeitsmarkt: http://www.ams.at/_docs/001_uebersicht_aktuell.pdf
- Andersen, U., & Woyke, W. (2013). *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland* (7. Auflage Ausg.). (W. Woyke, Hrsg.) Heidelberg, Deutschland: Springer VS.
- Atteslander, P. (2003). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- Atteslander, P. (2006). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (Bd. 11). Berlin: Schmidt.
- Bödeker, S. (2012). *WZBrief Zivil- Engagement*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin.
- Bürgergesellschaft.de. (12. 12 2015). *Zukunft der Bürgerbeteiligung*. Abgerufen am 28. 02 2018 von Zukunft der Bürgerbeteiligung: https://www.buergergesellschaft.de/mitentscheiden/grundlagen-leitlinien/grundlagen/zukunft-der-buergerbeteiligung/?tx_smpagebrowser_pi1%5Baction%5D=show&tx_smpagebrowser_pi1%5Bcontroller%5D=Teaser&cHash=4d2b4e68520766f7de3d4896d1a81971
- Banase, G. (2007). Internet, Kultur und Demokratie. In P. Fleissner, *Digitale Medien – Neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation?* (Bd. 1, S. 51). Berlin: Trafo.
- Barber, B. (1984). *Strong Democracy*. Berkely: University of California Press.
- Baringhorst, S. (2009). Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation. In F. Marcinkowski, & B. Pfetsch, *Politische Vierteljahresschrift* (Bd. 42, S. 609). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

- Bartels, T. (01. 10 2017). *Stern.at*. Abgerufen am 26. 10 2017 von Warum Katalonien so vehement die Unabhängigkeit fordert:
<https://www.stern.de/politik/ausland/katalonien-unabhaengigkeit-7629994.html>
- Becker, H., & Geer, B. (1960/1979). Teilnehmende Beobachtung: Die Analyse qualitativer Forschungsergebnisse. In C. Hopf, & E. Weingarten, *Qualitative Sozialforschung*. Stuttgart.
- Beetz, M. (2005). *Die Rationalität der Öffentlichkeit*. Konstanz: UKV-Verlag-Gesellschaft.
- Bergmann, N., & Sorger, C. (01. 06 2016). *Arbeiterkammer.at*. Abgerufen am 19. 10 2017 von 40 Jahre 40-Stunden-Woche in Österreich:
https://media.arbeiterkammer.at/wien/SPID-18_40_Jahren_40-Stundenwoche_-_Und_Jetzt_Final.pdf
- Bieber, C. (1999). *Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. New York: Campus.
- Bogumil, J., & Holtkamp, L. (2013). *Kommunalpolitik und Kommunalverwaltung*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Bogumil, J., & Holtkamp, L. K. (2006). *Kooperative Demokratie – Das politische Potenzial von Bürgerengagement*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Bundeskanzleramt. (01. 01 2017). *Katholische Trauung*. Abgerufen am 26. 04 2017 von Katholische Trauung:
<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/7/Seite.070422.html>
- deutsche-startups.de. (05. 07 2014). *Die Geschichte von Twitter – als gezeichnetes Meisterwerk*. Abgerufen am 08. 31 2017 von Die Geschichte von Twitter – als gezeichnetes Meisterwerk: <https://www.deutsche-startups.de/2014/07/05/die-geschichte-von-twitter/>
- El Difraoui, A. (11. 03 2011). *Die Rolle der neuen Medien im Arabischen Frühling*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Bpb.de: <http://www.bpb.de/internationales/afrika/arabischer-fruehling/52420/die-rolle-der-neuen-medien?p=all>
- Elmar, W. (1995). Bürgerinitiativen. In D. Nohlen, *Wörterbuch Staat und Politik* (S. 59). Bonn: Piper.
- Engesser, S., & Wimmer, J. (2009). Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus. *Publizistik*, 54(1), 43-63.

- Facebook. (31. 08 2017). *Facebook*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Erstelle eine Seite: <https://www.facebook.com/pages/create.php>
- Fieguth, G., & May, D. (7 2013). Bürgerbeteiligung mit Hilfe der Open Space Technology. *Bürgerbeteiligung im Umwelt- und Gesundheitsschutz*(2), 55ff.
- Filzmaier, P., & Hajek, P. (2007). Mediendemokratie Österreich. In P. Filzmaier, P. Plaikner, & K. Duffek, *Die Nationalratswahl 2006: Ergebnisse und Wahlverhalten* (S. 80).
- Friedrichsen, M. (2015). Einsatz von Social Media im politischen Umfeld – Partizipationsgedanke in der Politik 2.0 -Umgebung. In M. Friedrichsen, & R. A. Kohn, *Digitale Politikvermittlung Chancen und Risiken interaktiver Medien* (Bd. 2, S. 233). Wiesbaden: Springer VS.
- Fuchs, C. (2007). Cyberprotest und Demokratie. In P. Fleissner, & V. Romano, *Digitale Medien – neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation?* (S. 59-94). Berlin: Trafo Verlag.
- Fuchs, C. (2007). Cyberprotest und Demokratie. In P. Fleissner, & V. Romano, *Digitale Medien - neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation?* (Bd. 1, S. 59-94). Berlin: Trafo Verlag.
- Gerhards, J., Neidhart, F., & Rucht, D. (1998). *Zwischen Palaver und Diskurs. Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago.
- Graefe, M., & Haye, N. (2012). *Sie haben 1 ungelesenes Buch. Das Facebook-ABC*. Wien: Carl Uebereuter.
- Habbel, F.-R., & Huber, A. (. (2008). *Web 2.0 für Kommunen und Kommunalpolitik*. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.
- Habermas, J. (1990). *Moral consciousness and communicative action*. Cambridge: MIT Press.
- Habermas, J. (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (1992). *Faktizität und Geltung - Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (2008). *Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

- Hall-Wilson, L. (18. 09 2013). *5 Reasons to Use a Facebook Profile (Not a Page) to Build Platform*. Abgerufen am 20. 11 2017 von janefriedman.com: <https://www.janefriedman.com/5-reasons-use-facebook-profiles/>
- Hammerl, T. (06. 03 2014). *Facebook für Anfänger: Profil, Seite oder Gruppe: Was ist der Unterschied?* Abgerufen am 31. 08 2017 von Allfacebook.de: <https://allfacebook.de/features/facebook-fuer-anfaenger-profil-seite-oder-gruppe-was-ist-der-unterschied>
- Hauk, C. (2015). Ja, Nein oder vielleicht doch? Sollen wir es wagen? – Politische Kommunikation in sozialen Netzwerken . In M. Friedrichsen, & R. A. Kohn, *Digitale Politikvermittlung - Chancen und Risiken interaktiver Medien* (Bd. 2, S. 207-215). Wiesbaden: Springer VS.
- Hoecker, B. (2006). *Politische Partizipation zwischen Konvention und Protest. Eine studienorientierte Einführung*. Opladen: Verlag Barbara Budrich .
- Huth, I. (2003). *Politische Verdrossenheit - Erscheinungsformen und Ursachen als Herausforderungen für das politische System und die politische Kultur der Bundesrepublik Deutschland im 21. Jahrhundert*. Münster: LIT.
- Imhof, K. (2003). Öffentlichkeitstheorien. *Öffentliche Kommunikation*, S. 193-209.
- Jauch, M., & Detlefsen, B. (15. 07 2015). *Wie Youtube Politik serviert*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Stern.de: <http://www.stern.de/digital/youtube--so-informieren-sich-juendliche-ueber-politik-6341710.html>
- Köhler, T. (2007). Netzaktivismus. Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. In S. Baringhorst, *Politik mit dem Einkaufswagen. Unternehmen und Konsumenten als Bürger in der globalen Mediengesellschaft* (S. 245-267). Bielefeld: Transcript.
- Kelle, U., & Kluge, S. (1999). *Vom Einzelfall zum Typus*. Wiesbaden: Opladen.
- Ketzer, D. (11. 03 2015). *Unser Wein*. Abgerufen am 28. 02 2018 von WEB 2.0 & SOCIAL MEDIA FÜR WINZER: <http://www.unserwein.at/2015/03/zusammenfassung-vinea-wachau-vortrag/>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2014). Vernetzung als Problem: Social Media in der Politik. *European Journalism Observatory, Vol. Dezember*(16).
- Kohn, R. A., & Frierichsen, M. (2015). Liquid Democracy – Status Quo und Ausblick . In M. Friedrichsen, & R. A. Kohn, *Digitale Politikvermittlung - Chancen und Risiken interaktiver Medien* (S. 519). Wiesbaden: Springer VS.

- Kolleck, A. (12. 12 2016). Online mitbestimmen? Perspektiven und Herausforderungen internetbasierter Partizipationsverfahren . *eNewsletter Netzwerk Bürgerbeteiligung* , 04/16.
- Koop, A. (2010). *Leitfaden Online-Konsultation* . Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Kuri, J. (1. 8 2005). *Das Internet verändert die politische Kommunikation*. (Heise.de, Produzent) Abgerufen am 25. 4 2017 von Heise.de: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Das-Internet-veraendert-die-politische-Kommunikation-119610.html>
- Leggewie, C. (1998). Demokratie auf der Datenautobahn oder: Wie weit geht die Zivilisierung des Cyberspace? In C. Leggewie, & C. Maar. Köln: Bollmann.
- Lipsky, M. (1970). *Protest in City Politics. Rent strikes, housing and the power of the poor* . Chicago: McNally.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Research* . London: Sage.
- Masser, K., Pistoia, A., & Nitzsche, P. (2013). *Bürgerbeteiligung und Web 2.0*. Wiesbaden: Springer VS.
- Merkens, H. (2005). Auswahlverfahren, Sampling, Fallkonstruktion. In U. Flick, E. von Kardoff, & I. (. Steinke, *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek: Rowohlt.
- Meuser, M. U. (2005). Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In A. Bogner, B. Littig, & W. (. Menz, *Das Experteninterview. Theorie, Methode und Anwendung*. (Bd. 2, S. 73). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meuser, M., & Nagel, U. (2005). Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In A. Bogner, B. Littig, & W. (. Menz, *Das Experteninterview. Theorie, Methode und Anwendung*. (Bd. 2, S. 73). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mohr, M. (16. 05 2017). *Statista*. Abgerufen am 31. 10 2017 von So schaut Österreich in die Röhre: <https://de.statista.com/infografik/9414/youtube-nutzung-in-oesterreich/>
- Negt, O., & Kluge, A. (1977). *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit* (Bd. 5). Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Neidhardt, F. (1994). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Obama, B. (31. 08 2017). *Twitter.com*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Twitter.com - Barack Obama: <https://twitter.com/BarackObama>
- ORF. (1. 1 2008). *ORF Medienforschung*. Abgerufen am 21. 04 2017 von ORF Medienforschung:
http://mediendaten.orf.at/index2.htm?studien/studien_Nutzungsmotive_TV_Internet.htm
- Oy, G. (2001). *Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik* (Bd. 1). Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Parlamentsdirektion. (1. 1 1975). *Bundesgesetz über die Geschäftsordnung des Nationalrates*. Abgerufen am 20. 04 2017 von Bundesgesetz über die Geschäftsordnung des Nationalrates:
https://www.parlament.gv.at/PERK/RGES/GOGNR/gog16_P100-100d.shtml#P100
- Parlamentsdirektion. (1. 07 2015). *Bürgerinnen und Bürger bringen Themen ein*. Abgerufen am 20. 04 2017 von Parlament.gv.at:
https://www.parlament.gv.at/ZUSD/DLFolder/Petitionen-Folder-D_100x210_WEB.PDF
- Parlamentsdirektion. (24. 02 2016). *Parlamentsdirektion*. Abgerufen am 24. 11 2017 von Billiger wohnen jetzt! Junges Wohnen muss bezahlbar werden!:
https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXV/BI/BI_00097/fnameorig_510223.html
- Plake, K., Jansen, D., & Schuhmacher, B. (2001). *Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Pross, H. (1992). *Protestgesellschaft. Von der Wirksamkeit des Widerspruchs*. München: Artemis & Winkler.
- Pump, C. (2013). Chancen und Grenzen der Partizipation im Internet. In H. Zehetmair, *Wie verändern Internet und soziale Medien die Politik?* (S. 89-101). München: Hans-Seidel-Stiftung.
- Quinn Patton, M. (2002). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park: Sage.
- Ramon, R. (2008). *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript.
- Reinert, A. (2009). Bürgerbeteiligung als Teil der lokalen Demokratie. In A. Ley, & L. Weitz, *Praxis Bürgerbeteiligung - Ein Methodenhandbuch* (S. 33-41). Bonn: Stiftung Mitarbeit.

- Rixecker, K. (20. 12 2013). *Leere Welt: Der durchschnittliche Twitter-Account hat 1 Follower*. Abgerufen am 31. 08 2017 von T3n.de: <http://t3n.de/news/leere-welt-twitter-follower-518226/>
- Rucht, D. (2001). *Protest in der Bundesrepublik. Strukturen und Entwicklungen*. Frankfurt/N.Y: Campus.
- Rucht, D. (2014). Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline Proteste. *Bürgergesellschaft und Demokratie*, 115-128.
- Salzborn, S., & Maegerle, A. (16. 05 2016). Die dunkle Seite des WWW - Rechtsextremismus und Internet. *Zeitschrift für vergleichende Politikwissenschaft*, 228ff.
- Schamall, S. (22. 02 2017). *Der Standard*. Abgerufen am 19. 10 2017 von Jeder Vierte ist Burn-Out gefährdet: <http://derstandard.at/2000053012477/Jeder-Vierte-steuert-auf-Burnout-zu>
- Schenk, M. (1982). *Kommunikationsstrukturen in Bürgerinitiativen. Empirische Untersuchungen zur interpersonellen Kommunikation und politischen Meinungsbildung* (Bde. Heidelberger Sociologica, Bd. 19). Thübingen: Mohr Verlag.
- Schiller, T. (2002). *Direkte Demokratie: eine Einführung*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Schmidt, J. (2009). *Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UKV Verlagsgesellschaft.
- Schreier, M. (2011). Qualitative Stichprobenkonzepte . In G. Naderer, & E. Balzer, *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis* (Bd. 2. Auflage, S. 243-253). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Schumpeter, J. A., Edgar, S., & Preiswerk, S. (1950). *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Bern: Francke.
- Sokolov, D. (28. 06 2017). *Facebook meldet 2 Milliarden aktive Nutzer*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Heise.de: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-meldet-2-Milliarden-aktive-User-3757367.html>
- Spectra Marktforschung. (01. 07 2016). *www.marktmeinungsmensch.at*. Abgerufen am 31. 10 2017 von Social Media Nutzung in Österreich 2010 bis 2016: <http://www.marktmeinungsmensch.at/studien/social-media-nutzung-in-oesterreich-2010-bis-2016/>

- Stöcker, C. (16. 06 2009). *Propagandakrieg um Twitter*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Spiegel.de: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/iran-propagandakrieg-um-twitter-a-630845.html>
- Stürmer, E. (2005). *Bürgerpartizipation und Bürgerinitiative. Voraussetzungen, Strukturen und psychologische Aspekte*. Wien: Universität Wien.
- Standard, D. (30. 4 2013). *Der Standard*. Abgerufen am 19. 10 2017 von EU: Nur Briten arbeiten länger als Österreicher: <http://derstandard.at/1363709611793/Nur-Briten-arbeiten-pro-Woche-laenger-als-Oesterreicher>
- Statista. (01. 03 2017). *Statista*. (Statista, Produzent, & Statista) Abgerufen am 31. 10 2017 von Anzahl der Nutzer von Facebook in Österreich in ausgewählten Monaten von April 2013 bis März 2017 (in Millionen): <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296115/umfrage/facebook-nutzer-in-oesterreich/>
- Statista. (01. 01 2017). *Statista - das Statistikportal*. (S. -d. Statistikportal, Produzent) Abgerufen am 31. 10 2017 von Marktanteile von Social Media in Österreich: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/431593/umfrage/marktanteile-von-social-media-seiten-in-oesterreich/>
- Tembrink, C., Szoltysek, M., & Unger, H. (2013). *Das Buch zum erfolgreichen Online-Marketing mit YouTube*. Köln: O'Reilly.
- Teune, S., & Rucht, D. (22. 05 2007). *Protestkuriosa*. Abgerufen am 27. 10 2017 von Hilfe, Die G8-Proteste kommen! Berichterstattung über soziale Bewegungen und Protest : https://protestkuriosa.files.wordpress.com/2008/05/hilfe-g8_web.pdf
- Trénel, M., Märker, O., & Hagedorn, H. (2001). *Bürgerbeteiligung im Internet — Das Esslinger Fallbeispiel*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Twitter.com. (31. 08 2017). *Twitter Developer Documentation*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Character Counting: <https://dev.twitter.com/basics/counting-characters>
- van Damme, R. (2000). *Basisdemokratie als zivile Intervention: Der Partizipationsanspruch der Neuen sozialen Bewegungen*. Opladen: Leske + Budrich.
- von Lucke, J. (09. 05 2010). *Open Government - Öffnung von Staat und Verwaltung*. Abgerufen am 31. 10 2017 von Zepelin Universität: http://www.zu.de/deutsch/lehrstuehle/ticc/JvL-100509-Open_Government-V2.pdf

- Voss, K. (2014). *Internet und Partizipation*. Hamburg: Springer Verlag Wiesbaden.
- Weidner, L. (2007). *Globalisierung der Kommunikation und Gegenöffentlichkeiten*. Norderstedt: Grin Verlag.
- Werner, D. (22. 06 2009). *Politischer Protest hat viel mit Lifestyle zu tun*. Abgerufen am 31. 08 2017 von Universität Zürich: <http://www.news.uzh.ch/de/articles/2009/politischer-protest-hat-viel-mit-lifestyle-zu-tun-.html>
- Wiener Zeitung; APA. (12. 04 2006). http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/oesterreich/chronik/287702_Kirchliche-Trauungen-werden-selten.html?em_cnt=287702. (W. Zeitung, Produzent) Abgerufen am 26. 04 2017 von Kirchliche Trauungen werden selten: Kirchliche Trauungen werden selten
- Wienhöfer, E., Kastenholz, H., & Geyer, T. (2002). *Bürgerbeteiligung im Internet? Möglichkeiten und Grenzen elektronischer Demokratie*. Bundesministerium für Bildung und Forschung, Akademie für Technikfolgenabschätzung. Baden-Württemberg: Bundesministerium für Bildung und Forschung.
- Wimmer, J. (2007). *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wimmer, J. (2007). *Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: VS für Sozialwissenschaften.

11 Abstract - Deutsch

Diese Masterarbeit untersucht in qualitativen Experteninterviews wie die Initiatoren verschiedener Bürgerinitiativen in Österreich versuchen Öffentlichkeit herzustellen: Welche neuen Möglichkeiten zur Herstellung von (Gegen)Öffentlichkeit bietet Web 2.0 für Bürgerinitiativen? Die Stichproben wurden so gewählt, dass schon aufgrund der unterschiedlichen Settings (z.B. Lokal fokussierte BI vs. überregional fokussierte BI) mit Gegenevidenzen zu rechnen war. Anhand der Interviews hat sich gezeigt, dass zur Herstellung von Gegenöffentlichkeit die Nutzung von Web 2.0 besonders für Bürgerinitiativen mit übergeordneten, politischen Anliegen nützlich ist. Dem hingegen greifen kleine Bürgerinitiativen, die über eine hohe lokale Vernetzung verfügen, eher auf persönliche Kommunikation zurück. Aus den Erfahrungen der Interviews konnten wesentliche Schlüsse für die Gestaltung von Bürgerbeteiligung im Web 2.0 gezogen werden: Ein gelungener Mix der verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten und Medien auch in Zukunft der richtige Weg, um möglichst viele Bürger/innen die Möglichkeit zur Beteiligung zu geben.

12 Abstract – English

Although citizens' initiatives (CI) are theoretically classified as a counter-public in a democracy, they are a fixed part of the Austrian political day-to-day life. They are however mostly ignored by the mass media. This master's thesis will look at how initiators of different citizens' initiatives in Austria attempt to create publicity: What are new possibilities and ways of communication to construct a (counter-)public in our current web 2.0 times? The samples have been chosen with different settings (e.g. locally focused CI vs. trans-regionally focused CI). By conducting these interviews, it quickly became apparent that building a counter-public via web 2.0 is especially successful for citizens' initiatives that concern themselves with overall and general political concerns. In contrast, smaller citizens' initiatives, which command a high local networking, do not rely primarily on web 2.0. In this case personal contact is the main operator, which additionally evolves into a multiplier, due to the already established networking, as well as traditional press work with the local media. In the end of the Day, it is not the format that determines the involvement's course, the ambitions and basic conditions stipulate the choice of the format. To prospectively recruit as many people as possible, initiatives should administer a solid mixture of different communication possibilities and media formats.