

Dr. Christoph Bieber

Mitmach-Wahlkampf ja,  
Mitmach-Regieren nein?

Fachtagung

Web 2.0 zur politischen Bildung

Hattingen, 9.2.2010

## Intro

Im Mittelpunkt des Vortrags stehen die Beispielbereiche

- **Online-Wahlkampf** der Piratenpartei zur Bundestagswahl
- Ansätze **digitaler Regierungsführung** in den USA

Nach kurzen Portraits wesentlicher Elemente aus diesen „digitalen Politikprozessen“ soll abschließend eine knappe Einschätzung der Möglichkeiten von Online-Beteiligung und internet-basierter Entscheidungsfindung folgen.

Es geht **nicht** um die unmittelbaren Verbindungen der politischen Internetnutzung in den USA und Deutschland und **schon gar nicht** um deren Vergleich.

Viel wichtiger sind die Möglichkeiten zur Nachahmung und Entwicklung solcher Techniken in anderen Kontexten.

Dr. Christoph Bieber

Mitmach-Wahlkampf ja,  
Mitmach-Regieren nein?

Die Kampagne der Piratenpartei

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Eine ausführliche Untersuchung des Online-Wahlkampfs der Piratenpartei müsste sich gesondert mit den verschiedenen „Disziplinen“ der vielschichtigen Kampagne befassen – dies ist im Rahmen des heutigen Vortrags jedoch nicht möglich.

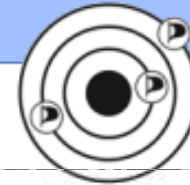
Denkbar ist z.B. eine Aufteilung in

- ▶ klassisches Web-Campaigning („Web 1.0“),
- ▶ die Betrachtung der Binnenorganisation im Piratenwiki,
- ▶ die Präsenz in den Sozialen Netzwerken,
- ▶ die Nutzung von Twitter als Kampagneninstrument und
- ▶ der Umgang mit Online-Videos.

Als **wesentliches Merkmal für eine Abgrenzung** gegenüber den anderen Parteien ist jedoch die **Textorientierung des Piratenwahlkampfs** zu nennen.

27. November 2009

Piratenpartei.de



## Angriff der CDU auf die Rundfunkfreiheit

Pressemitteilung - Veröffentlicht am 27.11.2009

Der Vertrag von Nikolaus Brender, dem Chefredakteur des ZDFs, wurde heute nach einer Entscheidung des ZDF-Verwaltungsrates nicht verlängert.

Dieses Gremium ist mehrheitlich aus dem Lager der CDU besetzt, der Brenders unabhängige Art des Journalismus schon lange ein Dorn im Auge war. Der

Chefredakteur widersetzte sich stets der parteipolitischen Einflussnahme auf seinen Sender.

Die Piratenpartei Deutschland ist entsetzt über diese Entscheidung. Hier wurde ein Chefredakteur aus dem Amt gedrängt, der nicht nach den Regeln der CDU spielen wollte.

Dies widerspricht den Grundsätzen unserer Demokratie. Keine Partei hat ein Recht

Angst – ein Meer von gelben Flaggen, Infostände in Fußgängerzonen, ein gläsernes Mobil auf Tour, eine Flut

einmal direkte Kommunikation, Ergebnisse, Rechte). Die Piratenpartei wächst

Seite

→ mehr

- [Geekblogger](#)
- [Grabsteinschubers Blog](#)
- [HaMarcos Blog](#)
- [Hellertalers Blog](#)
- [Helmut Pozimskis Blog](#)
- [Hessen klarmachen zum Ändern](#)
- [Hoshpaks Blog](#)
- [Hundenase](#)
- [Hyper-world](#)
- [INJELEA](#)
- [Info-Tain](#)
- [Informatives Intermezzo](#)
- [Interessante Zeiten](#)
- [Internet- Mahnwache \(Steffen's Blog\)](#)
- [Jan Schejbals Blog](#)
- [Jens Knoblichs Blog](#)
- [Junge-Piraten.de](#)
- [Klarmachen zum Ändern \(Wahlkampfportal\)](#)
- [Kopf-Tisch-Blog](#)
- [Kreisverband Piratenpartei Märkisch-Oderland](#)
- [Landesverband Baden-Württemberg](#)

weblogs, die ihrerseits für eine weitere Vernetzung und Vernetzung der Pirateninhalte sorgten.

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Auch nach der Wahl wird diese Strategie der „kollektiven Kampagne“ fortgeführt, inzwischen gut nachvollziehbar über das kompakte Portal **PIRATEN live!**, das zahlreiche Web 2.0-Inhalte (Blogs, SNS, Twitter, YouTube etc.) integriert.

The screenshot shows the top section of the PIRATEN live! website. On the left is the PIRATEN PARTEI logo, featuring a black flag with a white skull and crossbones. To its right, the text reads "PIRATEN PARTEI" in bold, followed by "PIRATEN live!" and the tagline "Komm mit an Bord." Below this is a search bar with the word "SUCHE" on the right. A horizontal navigation bar contains several buttons: "startSEITE" (highlighted in orange), "Anmelden", "krähenNEST", "piraTUBE", "weBLOGs", "presse", "spenden", and "kontakt". Below the navigation bar is a dark grey banner with the text "Mach mit bei PIRATEN live! Deine Fotos, Videos, Blogbeiträge, Tweets... Anmelden und klarmachen zum Ändern!" and a silhouette of a pirate ship on the right.



Mach mit bei PIRATEN live!

Auf unserem PIRATEN live! Portal kannst Du aktiv mitmachen und Inhalte hinzufügen. So entsteht ein zentraler Ort und eine Sammelstelle für PIRATEN **Termine, Bilder, Videos, Audios, Texte, Tweets** usw.

[Weiterlesen...](#)

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Für den äußerst erfolgreichen Verlauf des Piratenwahlkampfes kann man jenseits der extern befeuerten Konjunktur des Themas **Digitale Bürgerrechte** auch noch einen anderen Grund ausmachen.

Durch die **intensive Einbindung der Nutzer** und die **transparente Abbildung des Kampagnenverlaufs** mit Erfolgen (und Misserfolgen) ist ein **positiver Konkurrenzdruck** entstanden, der sehr motivierend auf die Unterstützer der Piratenpartei gewirkt hat.

Ermöglicht durch die zahlreichen **Kennzahlen und Messwerte**, die bei der Nutzung des Web 2.0 anfallen (**Unterstützer, Fans, Follower...**) hat die Piratenkampagne Züge eines **politikorientierten Rollenspiels** angenommen.

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Für eine solche Rückbindung realweltlicher Aktivitäten mit dem digitalen Datenraum gibt es auch einen Fachbegriff aus der Computerspieleforschung: die Piratenkampagne weist Charakteristika eines **augmented reality game** auf.

An dieser Stelle liegt eine der wenigen „zulässigen“ **Parallelen zum US-Wahlkampf** – auch für die Nutzung der zentralen Kandidaten-Seite **My.BarackObama.com** galten ähnliche Rahmenbedingungen: die Aktivität der Unterstützer wurde permanent aufgezeichnet und gemessen, die Daten wurden anderen registrierten Nutzern zugänglich gemacht.

So entstanden **Rankings** zur unterschiedlichen Intensität der individuellen Kampagnenbeteiligung, die in vielen Fällen Beteiligungsanreize ausgelöst haben.

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Nur kurz einige Beispiele für diese (bewusst oder unbewusst) eingeschlagene Strategie des **Rollenspiel-Wahlkampfes**:

Die Zwischenstände der **Unterschriftensammlung für die Zulassung bei der Bundestagswahl** wurden im Wiki dargestellt – als Fortschrittsanzeigen und nach Bundesland sortiert. Auf diese Weise war schnell erkennbar, wo bereits genügend Unterstützer gefunden waren und wo noch welche fehlten.

In ähnlicher Weise wurde auch bei den **Unterschriften für die Direktkandidaten** verfahren – Wahlkreise, in denen sich Kandidaten bewarben, waren im Wiki aufgeführt, ebenso die Zahl der bereits geleisteten bzw. noch fehlenden Unterschriften.

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Auch bei der **Darstellung der Wahlergebnisse** war der Rollenspiel-Ansatz zu erkennen – die schnelle und transparente Abbildung der Resultate vermittelte einen guten Überblick zu den tatsächlich erhaltenen Wählerstimmen und lenkte die Aufmerksamkeit auf die Hochburgen der Partei.

Andererseits befördert die Gegenüberstellung von **Steigerungsraten je Bundesland** und der unmittelbare Vergleich der Ergebnisse auch die Konkurrenz zwischen den unterschiedliche erfolgreichen Landesverbänden.

Spätestens bei der Suche nach dem „piratigsten Wahllokal“ zeigen sich aber auch Spuren der so genannten **Nerd-Kultur** – hier wird sehr spezielles Datenmaterial mit relativ geringem Gebrauchswert präsentiert.

## Der Online-Wahlkampf der Piratenpartei

Was zunächst tatsächlich nach einer großen **Spielerei** aussieht, kann jedoch einen Nutzwert haben und auch praktische Konsequenzen nach sich ziehen.

Ein gutes Beispiel für die **Fehlersuche nach der Bundestagswahl** (evtl. spricht man hier auch von einem **Debugging-Prozess**) liefert das Resultat in Nordrhein-Westfalen – das mehr als deutlich kritisiert wird.

Doch geht es den Piraten hier nicht um eine Bloßstellung der Wahlverlierer in den eigenen Reihen, sondern um eine **konstruktive Kritik** – denn für das schlechte Abschneiden im Ländervergleich gibt es auch Erklärungsversuche und es folgen erste Strategien für die anstehenden Landtagswahlen im Mai 2010. **Wohlgemerkt: vor den Augen der Öffentlichkeit!**

## Perspektiven der Piratenpartei

Gerade aufgrund der raschen Organisationsentwicklung und schnellen Erfolge könnte die **Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen** für die Piratenpartei den Charakter einer *critical election* annehmen.

Gemessen am Mitgliederzuwachs, durchaus auch an den Stimmgewinnen bei Europa- und Bundestagswahl und erst Recht in puncto öffentlicher Aufmerksamkeit hat die Piratenpartei ein extrem erfolgreiches Jahr 2009 erlebt.

Eine Frage wird nun sein, inwiefern sich die im Rahmen dieser dezentralen, oft spielerischen Kampagne entwickelte **Architektur der Kooperation** in den Aufbau traditioneller Parteistrukturen überführen lässt.

## Perspektiven der Piratenpartei

Gerade aufgrund der raschen Organisationsentwicklung und

Anschlussfähig ist hier die gerade erschienene Studie der **Konrad-Adenauer-Stiftung** („Parteimonitor“): neben einem guten Überblick zum „Jahr der Piratenpartei“ finden sich dort auch Aussagen zur (durchaus anerkennd beurteilten) **Organisationsentwicklung** und (eher problematischen) **Profilbildung**.

Ob die thematische Öffnung des Wahlprogramms eine bessere Perspektive darstellt als eine pointierte, schrittweise Weiterentwicklung der Kernkompetenzen im Bereich „Neue Medien“ wird sich noch zeigen müssen.

Dr. Christoph Bieber

Mitmach-Wahlkampf ja,  
Mitmach-Regieren nein?

Formen digitaler Regierungsführung

## Der lange Schatten des Obama-Wahlkampfes

Die deutsche Diskussion um die Nutzung von **Social Network Sites** (SNS) im Wahlkampf lässt sich nahezu ausschließlich mit dem so genannten **Obama-Effekt** erklären.

Beinahe jede Wahlkampfaktivität wird seitdem in die Nähe der Obama-Kampagne gerückt (YouTube! Facebook! Twitter!) – die bisher eindeutigsten Beispiele lieferte die **TSG-Kampagne** in Hessen.

In der Praxis des Bundestagswahlkampfes ist der **Obama-Effekt** jedoch recht schwach ausgefallen – die Nutzung sozialer Netzwerke im Bundestagswahlkampf ist weit hinter dem zu Jahresbeginn ausgerufenen Boom zurück geblieben.

SNS haben sich dennoch in der öffentlichen Kommunikation etabliert – das zeigen zB auch die **Hochschulproteste**.

## Der lange Schatten des Obama-Wahlkampfes

Ein selten erwähnter Aspekt beim US-Vergleich waren die grundlegend unterschiedlichen **Rahmenbedingungen** für die digitale Wahlkampfführung.

Geringere **Ressourcen** (über das Budget der Online-Wahlkämpfe war wenig zu hören – ein sicheres Indiz für geringe Anteil an den Gesamtetats) sind nur ein Aspekt – vollkommen außer Acht geblieben ist die **zeitliche Dimension**. Damit die Netzwerkeffekte in den *Social Network Sites* greifen können, ist eine möglichst lange „Laufzeit“ der Profil-Seiten notwendig.

Während die Obama-Kampagne 20 Monate lang ihre Position im Netz perfektionieren konnte, bleiben den deutschen PolitikerInnen nur wenige Monate – eine auch nur im Ansatz ähnliche Performance auf Bundesebene ist dadurch nicht möglich.

## Regieren und Social Media?

Dass auf einen Online-Wahlkampf keinesfalls eine Offline-Phase folgen muss, zeigt abschließend ein Hinweis auf die Entwicklung der Kampagnen-Website von Barack Obama.

In der **Transformation der positiven „Kampagnenenergie“** in die Nachfolgeorganisation *Organizing for America* ist es gelungen, zumindest einen Teil der Unterstützer als direkte Adressaten für die öffentliche Vermittlung präsidentieller Politik zu behalten.

Die Website **My.BarackObama.com** fungiert dabei noch immer als Anlaufstelle für ein organisiertes *Going Public* zur Durchsetzung politischer Ziele. Im Unterschied zur klassischen Implementierung dieser **Politik mit der Öffentlichkeit** nutzt Präsident Obama nun auch **die digitalen Medien als Resonanzraum** – und nicht mehr nur das Fernsehen.

## Regieren und Social Media?

Die Weiternutzung der im Wahlkampf aufgebauten Kontakte erfolgte nahtlos über die so genannte *Transition Phase* hinweg – insbesondere die kampagnenförmige Online-Begleitung wichtiger Regierungsziele stellt eine konsequente Weiterentwicklung der Erfahrungen aus dem Präsidentschaftswahlkampf dar.

Allmählich zeigt sich nach der **digitalen Amtsübernahme** eine **neue Facette im Regierungsstil** des Präsidenten, der sich mE relativ deutlich aus den Erfahrungen mit der Nutzung von Social Network Sites im Wahlkampf ableiten lässt.

Neben der Debatte um die Gesundheitsreform (die ein eigenes Thema wäre), zeigt sich das **Muster der digitalen Öffnung** insbesondere auch bei der Modernisierung der Verwaltungsstrukturen (*Open Government*).

# Regieren und Social Media?

Jünast

tz zur

keit

on-

u

\$

Fragebogen  
präsidenti

u

**STATE OF THE UNION 'tweets'**  
Source: CNN

Added On January 28, 2010  
CNN's John King looks at how the Twitter community is reacting to President Obama's speech.

• [Political News, Analysis and Opinion from CNN.com](#)

NEVADA  
388 MESSAGES

Support Obama	30%
Great Speech	15%
Oppose Obama	30%
Obama Too Liberal	8%
Mixed Reaction	16%

Ask Pre  
414,091 v  
people

Ask P



STATE OF THE UNION

Flag as inappropriate

Sorted by popularity

02:23 / 69:44

Share

Read the Transcript | Download Video: mp4 (865MB) | mp3 (64MB)

Regiere

## Special Report: "Year One of Organizing for America: The Permanent Field Campaign in a Digital Age"

Zuletzt  
der Präs  
firmiert

Im Zent

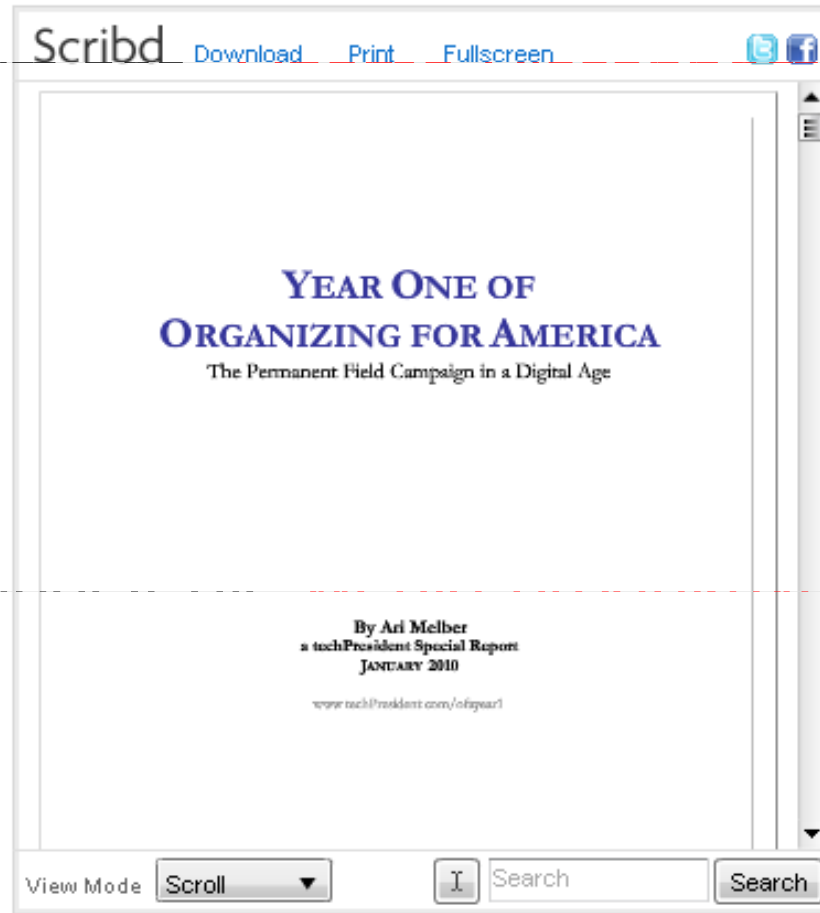
Organiz  
aus Unt  
auf der

Der Hau

Infrastr

schwach  
und bis

January 14, 2010 -- Today we are publishing a techPresident special report on the first year of Organizing for America (OFA), drawing on new interviews with congressional staff in both parties, former Obama campaign staff, and 70 activists from the OFA grassroots. This report -- the most comprehensive review of OFA's work to date -- is authored by *The Nation's Ari Melber*, ([www.arimelber.com](http://www.arimelber.com)) a longtime techPresident contributor who traveled with the Obama campaign in 2008. **Barack Obama** entered into office of President of the



erstützung  
die Debatte

band, der  
Wahlkampf  
atten.

idem nur  
t hat –

Spannend ist an dieser Stelle, dass sich hier ein Konflikt andeutet, der an die Situation in Deutschland erinnert.

## Regieren und Social Media?

Im Bundestagswahlkampf hatten ähnlich positionierte, parteinahe Netzwerke wie [meineSPD.net](#), [teAM2009.de](#), die [FDP-Mitmach-Arena](#) oder [linksaktiv.de](#) nur eine geringe Zahl von Unterstützern angezogen.

Als wesentlicher Grund hierfür kann die Wahrnehmung gelten, dass die unmittelbare Unterstützung eines Kandidaten (oder auch nur einer Kampagne) in der Parteiendemokratie nicht möglich zu sein scheint – die **Parteiorganisation als Trägerstruktur** wirkt dabei abschreckend für externe Sympathisanten, und bei der Parteibasis werden **Beteiligungsoptionen jenseits der Mitgliedschaft** misstrauisch betrachtet.

Es scheint, dass nun auch in den USA die **Konkurrenz aus individueller und organisierter politischer Beteiligung** stärker in den Fokus gerät und neu bewertet werden wird.

Dr. Christoph Bieber

Mitmach-Wahlkampf ja,  
Mitmach-Regieren nein?

Mail: [christoph.bieber@sowi.uni-giessen.de](mailto:christoph.bieber@sowi.uni-giessen.de)

Blog: <http://internetundpolitik.wordpress.com>

Twtr: @drbieber

# Quellenangaben

- Folie 5:
  - Screenshot Piratenwiki vom 27.11.2009
  - Screenshot piratenpartei.de vom 26.9.2009
  - Screenshot piraten-planet (<http://blog.piratenpartei.de>) vom 28.11.2009
- Folie 6:
  - Screenshot Piraten live! (<http://live.piratenpartei.de>) vom 27.11.2009
- Folie 19
  - Screenshots via whitehouse.gov
  - trendistic: [http://trendistic.com/sotu/state-of-the-union/apple/tablet/ipad/\\_24-hours](http://trendistic.com/sotu/state-of-the-union/apple/tablet/ipad/_24-hours)
  - CNN: <http://edition.cnn.com/video/?/video/politics/2010/01/28/sotu.king.tweets.cnn>
  - YouTube: <http://www.youtube.com/citizentube#p/c/EB843ABAF59735FD>
- Folie 20
  - Screenshot/Material: <http://techpresident.com/ofayear1>