

Social Media als Impuls für partizipative Nachhaltigkeitskommunikation?

Schulz, Daniel

Published in:

Entscheidungen mit Umweltfolgen zwischen Freiheit und Zwang

Publication date:

2010

Document Version

Verlags-PDF (auch: Version of Record)

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (APA):

Schulz, D. (2010). Social Media als Impuls für partizipative Nachhaltigkeitskommunikation? In F. Faber, M. Jay, S. Reinecke, & T. Westermeyer (Hrsg.), *Entscheidungen mit Umweltfolgen zwischen Freiheit und Zwang: Tagungsband der 7. Tagung der Nachwuchsgruppe Umweltsoziologie* (Arbeitsbericht; Band 55). Institut für Forstökonomie, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. <http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/7944/>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Institut für
Forstökonomie

Arbeitsbericht 55-2011
in Kooperation mit der NGU

Fenn Faber, Marion Jay, Sabine Reinecke
und Till Westermayer (Hrsg.)

Entscheidungen mit Umweltfolgen zwischen Freiheit und Zwang

Tagungsband der 7. Tagung der
Nachwuchsgruppe Umweltsoziologie (NGU)

17. - 18. September 2010, Freiburg

UNI
FREIBURG

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Institut für Forstökonomie
Tennenbacherstr. 4
D-79106 Freiburg im Breisgau
Tel: 0761/203-3689 Fax: 0761/203-3690
forecon@ife.uni-freiburg.de

Titelbild: "Desert sunset with nuclear plant", Tobin Fricke,
URL: <http://www.flickr.com/photos/tobin/151729676>,
Lizenz: Creative Commons - Attribution - Share Alike - 2.0

ISSN: 1431-8261

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
<i>Fenn Faber, Marion Jay, Sabine Reinecke und Till Westermayer</i>	
Abenteuer Altlast. Vom Umgang mit Nichtwissen in Entscheidungsprozessen	11
<i>Alena Bleicher</i>	
Lokale Konflikte um Agro-Gentechnik als Folge von Entscheidungen zwischen Freiheit und Zwang	17
<i>Beate Friedrich</i>	
Grüne Gentechnik: Umweltfolgen und Verantwortungszuschreibung aus Bevölkerungsperspektive	27
<i>Manuel Thiel</i>	
Der gesellschaftliche Umgang mit radioaktiven Abfällen – analytische Grundlagen eines Ländervergleichs	31
<i>Sophie Kuppler</i>	
Die Gestaltung von Payments for Ecosystem Services aus dem Blickwinkel der Theorie deliberativer Demokratie	45
<i>Kristin Nicolaus</i>	
Klimawandelanpassung in drei deutschen Biosphärenreservaten – was hemmt und was unterstützt Entscheidungen pro Anpassung?	55
<i>Martin Hirschnitz-Garbers und Susanne Stoll-Kleemann</i>	
Die Entstehung des waldbezogenen Klimadiskurses am Beispiel von Naturschutz und Forstwirtschaft in Deutschland	65
<i>Steffen Biller</i>	
Social Media als Impuls für partizipative Nachhaltigkeitskommunikation?	75
<i>Daniel Schulz</i>	
Online denken, lokal handeln. Explorative Studie zur Onlinekommunikation von Change Agents bei der Umsetzung einer regionalen Selbstversorgung mit Erneuerbaren Energien in Deutschland.	89
<i>Boris Woynowski</i>	
Mobilfunknutzung in Nachhaltigkeitsmilieus zwischen Freiheit und Zwang	101
<i>Till Westermayer</i>	
Die Transformation des Energiesystems und die Rolle der Suffizienz	121
<i>Järmo Stablo</i>	
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	131

Social Media als Impuls für partizipative Nachhaltigkeitskommunikation?¹

Daniel Schulz

1 Einleitung

Die Nutzung des Internets ist aus dem Alltag in modernen Gesellschaften nicht mehr wegzudenken und geht einher mit einer Ausweitung von Kommunikationsmöglichkeiten, die aktuell unter dem Begriff Web 2.0 diskutiert werden. Diese Entwicklung scheint nach ersten Beobachtungen auch für den Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation zuzutreffen. So stellt Glathe im Web 2.0 eine „*wachsende nachhaltigkeitsbezogene Aktivität*“ (GLATHE 2010: 144) fest, die sich in Social Network Sites, Blogs, Microblogs und Wikis abspielt (vgl. die Zusammenstellung in (GLATHE 2010: 109ff.)). Im Gegensatz zu den traditionellen Medien, die sich mit dem Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung sehr schwer tun, wird die Entwicklung im Internet positiver beurteilt: „*Ausgelöst von einer Bewegung gut informierter Bürger in aller Welt (vor allem in den Ländern der Ersten Welt) haben nachhaltige Themen in den Medien zuerst im Internet ein Gesicht bekommen*“ (PRATT et al. 2009: 4).

Dabei wird das Internet nicht nur als inhaltlicher Vorreiter gesehen, vielmehr wird die Kommunikation auch als „*ein basisdemokratischer Prozess der ‚politischen Partizipation‘ für Nachhaltigkeit*“ (PRATT et al. 2009: 8) beschrieben und das Potential von Beteiligungsformen im Internet herausgestellt (LEGGEWIE & WELZER 2009: 38). Dabei wird im Handbuch World Changing etwa folgendes Resümee gezogen:

„In entwickelten Ländern wird das Internet zu einer Plattform für Gespräche über die Aufgaben und Ziele einer Gesellschaft. Außerdem bietet es einen Fundus an leicht zugänglichen, wirkungsvollen Möglichkeiten, wie man sich bürgerschaftlich engagieren kann.“ (STEFFEN & GORE 2008: 346).

In früheren Arbeiten zum Stand der Nachhaltigkeitskommunikation im Internet wurde noch ein Aufholbedarf an partizipativen Web-Angeboten konstatiert und bemängelt, dass „*kaum Communities als Gemeinschaften gleichgesinnter entstehen, die in einem festeren sozialen Rahmen gemeinsam kommunizieren bzw. Informationen austauschen*“ (BARTH 2005: 271). Das zunehmende Angebot von Web 2.0-Formaten weist darauf hin, dass sich dieser Befund heute nicht mehr bestätigen lässt. Webformate wie Twitter, Facebook, Blogs etc. haben ebenso einen festen Platz im Engagement für Nachhaltigkeit wie thematisch fokussierte Angebote im Sinne von utopia.de, Campact oder greenaction.

Jedoch ist auch zu beachten, dass die diese Aussagen vor allem auf der Beobachtung von Einzelphänomenen im Nachhaltigkeitsbereich beruhen und breiter angelegte Studien über den Umfang der Nutzung dieser neuen Angebote sowie über das Ausmaß der damit einhergehenden Veränderungen bislang für den Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation fehlen.

Angesichts der „*empirischen Ernüchterung*“, die nach der ersten Internet-Euphorie Ende der 90er Jahre eingeleitet ist, erscheint eine gewisse Skepsis über allzu revolutionäre Veränderungen durch das Internet berechtigt (LEGGEWIE & WELZER 2009: 39; GRUNWALD et al. 2006: 171). Nichtsdestotrotz stellt sich die Frage danach, welche neuen Möglichkeiten diese Webangebote für das Engagement zu Nachhaltiger Entwicklung bieten. Eröffnen sich hier

¹ Dieser Beitrag stellt eine gekürzte und vorläufige Fassung dar, die in vollständiger Form voraussichtlich im Februar 2010 als INFU-Diskussionspapier erscheinen wird.

neue Partizipationsmöglichkeiten, mit deren Hilfe sich Nachhaltigkeit „von unten“ in die Gesellschaft tragen lässt?

Nachfolgend wird zunächst das Feld von Partizipation im Kontext von Nachhaltiger Entwicklung abgesteckt. Um die Veränderungen im Engagement durch die Nutzung des Internets im Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation erfassen zu können, werden dann zunächst die Zusammenhänge zwischen Internetentwicklung und gesellschaftlichen Veränderungen dargestellt und der aktuelle Stand für das Feld der politischen Kommunikation resümiert. Darauf aufbauend werden anhand eines ersten Überblicks von Webangeboten der Nachhaltigkeitskommunikation abschließend erste Vermutungen über Veränderungen in diesem Bereich geäußert.

2 Die Rolle von Partizipation für eine Nachhaltige Entwicklung

Das Konzept einer Nachhaltigen Entwicklung ist spätestens seit der Weltumweltkonferenz in Rio de Janeiro im Jahr 1992 international anerkannt. Ausgehend von der Wahrnehmung globaler Risiken anthropogenen Ursprungs stellt Nachhaltige Entwicklung ein normatives Leitbild dar, welches Umwelt- und Entwicklungsfragen in sich aufnimmt und an Prinzipien intra- und intergenerationaler Gerechtigkeit orientiert ist. Es soll als Richtschnur für einen Transformationsprozess dienen, *„der auf tief greifende Veränderungen der Verbrauchsgewohnheiten von Industrie, Staat, Haushalten und Einzelpersonen ausgerichtet ist“* (BUNDESUMWELTMINISTERIUM (BMU) 1992: 20). Dieser Prozess macht einen *„radikalen Wandel“* (LANGE 2008: 25) nötig, der das bisher dominante Modell moderner Gesellschaften in Frage stellt (LANGE 2008: 25). Dabei zeichnet sich das Leitbild durch eine inhaltliche Offenheit aus, so dass eine Vielzahl an unterschiedlichen Problemwahrnehmungen, Perspektiven und Handlungsansätzen existiert, deren Abstimmung und Umsetzung einen kontinuierlichen Lern- und Verständigungsprozess zwischen heterogenen Akteuren erforderlich machen (MICHELSEN 2005).

Aufgrund dieser inhaltlichen Offenheit ebenso wie aufgrund der Betroffenheit fast aller gesellschaftlichen Bereiche herrscht die allgemeine Auffassung, dass eine Nachhaltige Entwicklung ohne die Zustimmung und Beteiligung weiter Teile der Bevölkerung nicht zu erreichen ist (LANGE 2008: 26; SEITZ 2005: 309). Partizipation ist dabei sowohl ein Mittel zur effektiveren Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen (NEWIG & FRITSCH 2009: 215) als auch ein wesentliches Ziel selbst (Lange 2008: 28). Partizipation als ein Grundprinzip nachhaltiger Entwicklung ist bereits in der Agenda 21 aufgeführt und findet sich in unterschiedlicher Form auch in nachfolgenden Konzepten wieder (BARANEK et al. 2005; FEINDT & KLEINSCHMITT 2005: 136). Nachhaltige Entwicklung lässt sich als ein „lernender Prozess“ (RAT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG 2004: 21) verstehen, in dessen Zusammenhang die Herausbildung einer „Partizipations- und Kooperationskultur“ (HEINRICHS 2005: 59) von großer Bedeutung ist. Dies umfasst eine „Kulturrevolution des Alltags“ (LEGGEWIE & WELZER 2009: 42) und „ein Maß der Entfaltung demokratischer Prozeduren, das über den bisher entwickelten Stand weit hinaus weist und auf eine Bewährungsprobe der Demokratie selbst hinausläuft“ (LANGE 2008: 26). Diese Herausforderung „erfordert neue Kommunikationsformen für die kollektive Meinungsbildung und Entscheidungsfindung (Partizipation) sowie eine bewusstere Orientierung auf interdependente und zeitlich-räumlich distanzierte Effekte (Nachhaltigkeit).“ (HEINRICHS 2005b: 710). Damit ist Bedeutung angerissen, die dem Aspekt der Partizipation in dem Diskurs um Nachhaltige Entwicklung zugeordnet wird und der Stellenwert, den die Erforschung von geeigneten Partizipationsformen nach wie vor hat (LANGE 2008: 21).

Hinsichtlich der Formen von Partizipation zeigt sich, dass diese sich im Laufe der Zeit verändert haben. Die Frage nach der Teilhabe von Bürgern an politischen Prozessen ist von Beginn an mit der Entwicklung von demokratischen Gesellschaften verknüpft. War das Engagement von Bürgern bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts vor allem auf Wahlen, Mitgliedschaft in politischen Parteien und die Arbeiterbewegung beschränkt, so erlangten in den 1970er Jahren die sogenannten Neuen Sozialen Bewegungen, denen auch die Umweltbewegung zuzurechnen ist, erheblichen Einfluss und stritten für mehr Partizipation, vor allem auf lokaler Ebene (WEBLER & RENN 1995: 18). Damit einher gingen auch neue Partizipationsformen, wie etwa Demonstrationen, Boykotte und Proteste. Parallel dazu ist eine Abwendung von traditionellen politischen Partizipationsformen, wie Wahlen oder dem langfristigen Engagement in Parteien, festzustellen (NORRIS 2002). Dieser neue Bereich der „alternative politics“ (DAHLGREN 2009: 31) ist dadurch gekennzeichnet, dass Partizipation kleinteiliger, kurzfristiger und stärker bezogen auf die individuelle Selbstverwirklichung abläuft (WALK 2008: 87; DAHLGREN 2009: 33). Dies hat zu einer größeren Vielfalt an Aktivitäten und Aktionsformen geführt (DAHLGREN 2009: 32), und es sind auch neue Themenbereiche hinzugekommen, wie etwa politischer Konsum (DETH 2009: 147). Gleichzeitig ist eine Professionalisierung von Akteuren wie Nichtregierungsorganisationen zu beobachten (WALK 2008: 209; BODE & FRANTZ 2009: 173). In der Bevölkerung ist eine „Normalisierung“ von Protest zu beobachten, welcher bereits ein Teil der Alltagskultur heutiger Gesellschaften geworden ist. Diese Entwicklung von Formen der Partizipation, die nicht mehr nur den politischen Bereich im engeren Sinne betreffen, wird auch in der Debatte um bürgerschaftliches Engagement aufgegriffen, in dem sowohl politische als auch soziale Partizipationsformen aufgehen (WALK 2008: 187). In diesem Vorraum der Politik werden Themen ausgehandelt, mit denen sich die Politik näher befasst (HAMELINK 2006: 82f.).

Die ersten Schritte in Richtung der Gestaltung von Nachhaltiger Entwicklung scheinen damit bereits vollzogen zu sein. So ist zu beobachten, dass *„angetrieben durch Umweltbewegungen, Medienberichterstattung und wissenschaftliche Analysen [...] sich seit 1970 die staatliche Umweltpolitik (inter-)national institutionalisiert [hat]“* (HEINRICHS 2005a: 52) und das Umweltthema in Zivilgesellschaft und Politik weitgehend etabliert ist. Gleichzeitig haben seit den 90er Jahren vermehrt partizipative Elemente Eingang in die Umweltpolitik gefunden (HEINRICHS 2005a: 54), und es existiert eine Vielzahl von Verfahren, bei denen unterschiedliche Partizipationsmechanismen zum Einsatz kommen (ROWE & FREWER 2005). Neben entscheidungsorientierten Beteiligungsverfahren von der lokalen bis zur inter-nationalen Ebene ist hier das weite Feld der informativen, persuasiven und dialogorientierten Aktivitäten zu fassen, die unter dem Begriff Nachhaltigkeitskommunikation zusammengefasst und als ein wesentlicher Teil einer „Umwelt-Strukturpolitik“ (MICHELSEN 2005: 30) gesehen werden können. Die Aufgabe von Nachhaltigkeitskommunikation ist damit *„eine wissenschaftlich generierte Problemwahrnehmung zu Fragen einer nachhaltigen Entwicklung offen zu legen und adäquat in die öffentliche Diskussion einzubringen“* (ADOMSENT & GODEMANN 2005: 50).

Wie bereits angeklungen ist, nimmt der Kommunikationsaspekt in partizipativen Verfahren einen zentralen Stellenwert ein (NEWIG et al. 2009: 382), und aus einer solchen Perspektive lassen sie sich unter Bezug auf HABERMAS als *„deliberative Arenen mit Merkmalen einer auf Zeit organisierten „kleinen Öffentlichkeit“ verstehen.“* (FEINDT & KLEINSCHMITT 2005: 138). Im Nachhaltigkeitsbereich lassen sich damit in Partizipationsverfahren *„vorrangige Themen identifizieren, im Austausch der Perspektiven nicht nachhaltige Entwicklungen problematisieren und Nachhaltigkeit im Sinne einer umfassenden – sachlich, räumlich, zeitlich und*

sozial integrativen – Rationalität als Handlungsmaxime verankern.“ (FEINDT & KLEINSCHMITT 2005: 141). Bei der konkreten Verfahrensgestaltung lassen sich unterschiedliche Richtungen oder Modi des Informationsflusses identifizieren. ROWE & FREWER unterscheiden dabei zwischen „public communication“, bei der Informationen von dem Partizipationsanbieter zu den Teilnehmern übermittelt werden, „public consultation“, bei denen der Informationsfluss genau umgekehrt verläuft und „public participation“, wo eine Zwei-Wege-Kommunikation stattfindet (ROWE & FREWER 2005: 255). Daneben kann der Informationsfluss auch durch unterschiedliche Formalisierungsgrade von Kommunikationsprozessen strukturiert werden, die festlegen, wie viel Spielraum die Kommunikationsteilnehmer in der Formulierung ihrer Botschaften haben und auf welche Weise die Informationen weiterverarbeitet werden (NEWIG et al. 2009: 382).

Die Medien sind eine wichtige Arena öffentlicher Kommunikation, die eine zentrale Bedeutung für die Möglichkeit zur Partizipation in einer Demokratie einnimmt (DAHLGREN 2009: 34; WALK 2008: 206; RUCHT 1994: 338; FEINDT & KLEINSCHMITT 2005). Zum einen sind es die traditionellen Massenmedien, die eine gesellschaftsweite, „große“ Öffentlichkeit ermöglichen und damit als zentrale Vermittler dienen, über die ein Thema gesamt-gesellschaftliche bzw. politische Aufmerksamkeit erlangt. Die Partizipation am massenmedialen Diskurs ist so eine wichtige Option, ein Thema auf die politische Agenda zu bringen (FEINDT & KLEINSCHMITT 2005: 138). Allerdings haben soziale Bewegungen Schwierigkeiten, Gehör in den Massenmedien zu finden (STEIN 2009: 750), und die Anpassung an die Logik der Medien führt häufig zu einer starken Reduktion in der Komplexität von Botschaften (BARINGHORST 2009: 18). Mit der Etablierung des Internets² in weiten Teilen der Gesellschaft ist ein neuer Raum für öffentliche und individuelle Kommunikation entstanden (AUSSCHUSS FÜR BILDUNG 2005), der diese Nachteile der Massenmedien ausgleichen könnte. Hier können die Gatekeeper der Massenmedien umgangen werden, so dass erstens gerade kleinere Organisationen ihre Standpunkte und Informationen veröffentlichen können, um mögliche Unterstützer oder die allgemeine Öffentlichkeit anzusprechen. Auf diese Weise könnten sich Nachteile gegenüber ressourcenstarken Organisationen ausgleichen lassen (BARINGHORST 2009: 19; STEIN 2009: 750). Zweitens ermöglicht es die Rückkanalfähigkeit des Internets, interessierte Nutzer nicht nur zu informieren, sondern aktiv in die Kommunikation einzubinden. Für die Nachhaltigkeitskommunikation stellt sich damit die Frage, ob hier neue Darstellungs- und Verbreitungsformen für Inhalte zu Nachhaltiger Entwicklungen entstehen und welche Art von Öffentlichkeit diese erreichen. Darüber hinaus stellt sich mit Blick auf den Partizipationsanspruch des Leitbilds die Frage, inwiefern Internetnutzer bei diesen Aktivitäten mitwirken können und wie sich dadurch das Engagement für Nachhaltige Entwicklung online wie offline verändert. Insbesondere für letzteren Punkt sind tiefgreifende Veränderungen in den bisherigen, auf massenmediale Aufmerksamkeit ausgerichteten Kommunikationsmustern nötig. Welche Rolle das Internet bei derartigen Wandlungsprozessen spielen kann, wird im nächsten Kapitel näher betrachtet.

3 Das Internet und gesellschaftliche Veränderungen

Das Internet als prinzipiell offene technologische Infrastruktur lässt sich für eine Vielzahl unterschiedlicher Kommunikationsformen verwenden, welche die „Eigenschaften von Indivi-

² Das Internet ist nicht als ein homogenes Medium zu sehen, sondern als eine technische Infrastruktur, auf dessen Grundlage sich unterschiedliche Medien ausgebildet haben. Nichtsdestotrotz werden mit dem Begriff bestimmte Eigenschaften verbunden, so dass er hier als Sammelbegriff verwendet wird.

dual-Kommunikationsmedien, Gruppen-Kommunikationsmedien und Massenmedien“ (GRUNWALD et al. 2006: 32) vereinen. Wie bei der Einführung früherer „Neuer Medien“ weckte auch das Internet aufgrund seiner spezifischen Funktionen Erwartungen an große gesellschaftliche Veränderungen im wirtschaftlichen, sozialen und politischen Bereich (KAMPS 1999: 9; DIMAGGIO et al. 2001; MÜNKER & ROESLER 2001, 2002). Neben der potentiell globalen Reichweite und der Verbindung unterschiedlicher Medienformen wurde vor allem der Interaktivität zentrale Bedeutung zugemessen, also der Möglichkeit, vom passiven Empfänger von (massen)medialen Inhalten zum aktiven Sender zu werden, der seine eigenen Inhalte der Öffentlichkeit zugänglich macht. Aufgrund dieses erleichterten, weil räumlich und zeitlich ungebundenem Zugang zu Informationen einerseits (DONGES & JARREN 1999: 86; KAMPS 2007; BENTIVEGNA 2004: 52) und der Aufhebung der strikten Trennung zwischen Sender und Empfänger andererseits (BENTIVEGNA 2004: 51; TAMBINI 1999: 311) wurde von einem aktivierenden Potential der Kommunikationstechnologie ausgegangen. Nach dieser *Mobilisierungsthese* würden die erleichterten Kommunikationsbedingungen zu einer gesteigerten Nachfrage an politischen Informationen und letztlich zu einem erhöhten Interesse und Teilnahme der Bürger am politischen Prozess führen (GRUNWALD et al. 2006: 58). Gleichzeitig würde auch eine qualitative Verbesserung in der Kommunikation stattfinden und den politischen Diskurs revitalisieren (SCHWEITZER 2008: 450). Dieser Optimismus über die Auswirkungen des Internets wurde nicht einhellig geteilt. Vielmehr wurden auch drastische negative Auswirkungen prognostiziert. So wurde eine Fragmentierung der Öffentlichkeit und eine Informationsüberflutung befürchtet, welche zu einer Zersplitterung in kleine Teilöffentlichkeiten und eine Überforderung der Internetnutzer zur Folge haben würde. Trotz ihrer Gegensätzlichkeit ist beiden Positionen häufig ein technischer Determinismus zu eigen, der eine einseitige Wirkung von Technologie auf die gesellschaftlichen Verhältnisse nahe legt. Demgegenüber wurde darauf hingewiesen, dass politische Angebote im Netz nur von den Menschen genutzt werden, die sich ohnehin bereits durch andere Medien informieren und politisch aktiv sind. Nach dieser *Verstärkungsthese* ist das Internet ein komplementärer Kanal der politischen Kommunikation und eröffnet keine grundlegend neuen Kommunikationsmöglichkeiten (GRUNWALD et al. 2006: 59). Vielmehr tritt eine *Normalisierung* ein, in der die politische Kommunikation auch im Web von den bisherigen Strukturen und Taktiken der jeweiligen Akteure geprägt ist (SCHWEITZER 2008: 450). Bisherige empirische Untersuchungen lassen darauf schließen, dass keine dieser Annahmen vollständig zutrifft. Das Internet ruft weder revolutionäre gesellschaftliche Veränderungen hervor noch wird die Verbreitung dieser Kommunikationstechnologie folgenlos bleiben. Das Internet stellt einen Rahmen bereit, aber *„ein neues kommunikationstechnisches Artefakt bewirkt dennoch nicht automatisch eine veränderte Alltagspraxis in der politischen Kommunikation.“* (GRUNWALD et al. 2006: 68). Wie das Potential des Internets ausgeschöpft wird, hängt damit auch von soziokulturellen Veränderungen ab, die sowohl (politische) Institutionen und Organisationen wie auch die Kommunikationspraktiken der Internetnutzer betreffen (NEUBERGER 2005: 75). Diese Veränderungen müssen sich dabei gegen bestehende kulturelle Handlungsmuster durchsetzen, wobei Kultur aufgefasst werden kann als *„die Gesamtheit habitualisierter, alltäglicher Handlungsrepertoires und -strategien (einschließlich der Kommunikations-praktiken) sowie der vergegenständlichten Artefakte [...] – etwa in Form technischer Sachsysteme, mit denen das Leben gestaltet wird.“* (GRUNWALD et al. 2006: 50). Kommunikationspraktiken und Sachsysteme, wie in diesem Fall das Internet, beeinflussen sich dabei wechselseitig in ihrer Entwicklung, denn neue Medientechnologien werden nach und nach in bestehende Kommunikationspraktiken integriert, wobei zunächst Erfahrungen und Erwartungen aus der Nutzung

alter, bestehender Medien übernommen werden. Gleichzeitig wirken Nutzungserfahrungen und -erwartungen auf die Weiterentwicklung der Technologie (SCHMIDT 2006: 41). Diese Prozesse des Wandels treten insbesondere bei der Einführung von neuen Medientechnologien stark in Erscheinung, denn zu diesem Zeitpunkt ist deren Nutzung noch wenig institutionalisiert. Mit der Einführung eines neuen Mediums ändern sich zudem auch die Nutzungsformen von alten Medien, wie es bei Radio und Fernsehen oder Brief und Email zu beobachten war (HICKETHIER 2003: 46). Das Internet als offene Infrastruktur basiert auf der „Universalmaschine Computer“, die jegliche Art von digitalen Daten verarbeiten kann und mit der sich vielfältige Kommunikationsmodi realisieren lassen. Durch diese Multioptionalität kann mit relativ geringem Aufwand mit neuen (Software-) Funktionen und Kommunikationsformen experimentiert werden (NEUBERGER 2005: 75; CASTELLS & KÖSSLER 2005: 49). Daher finden bis heute dynamische Wandlungsprozesse in Technik und Nutzungsformen statt, die in den letzten Jahren unter den Begriffen „Web 2.0“ bzw. „Social Software“ vgl. (SCHMIDT 2008) diskutiert werden. Mit diesen Leitbegriffen werden neue Nutzungsformen des Internets beschrieben, in denen aktive Nutzer eine bedeutende Rolle einnehmen, indem sie im Internet nicht nur Informationen suchen und abrufen, sondern vermehrt von interaktiven Funktionen Gebrauch machen und so eigene Inhalte im WWW schaffen³. Auf der technischen Ebene ist es einerseits die Verbreitung von schnellen Internetverbindungen, die insbesondere die Nutzung und das Bereitstellen von multimedialen Inhalten erleichtern. Andererseits werden die neuen Interaktionsformen durch die Entwicklung entsprechender Web-Software gefördert, die bestimmte Handlungsweisen der Nutzer erst ermöglichen, wie z.B. das schnelle Veröffentlichen auch multimedialer Inhalte, das Durchsuchen großer Datenmengen, das Weiterleiten von Inhalten, Bewertungssysteme sowie die Vergabe von Schlagworten (SCHMIDT et al. 2009: 50). Dadurch entstehen durch individuelle Handlungen kollektive Strukturen, die der Einzelne nur in geringem Maße beeinflussen kann (SCHMIDT 2008: 27). Auch wenn im Zuge des neuen Webtrends sowohl utopische wie auch dystopische Stimmen wieder aufleben (DIEMAND & MANGOLD 2007: 11), wird vielfach vor allem die Kontinuität der Internetentwicklung betont (SCHMIDT 2008). Netzbasierte Kommunikation dringt dabei in immer mehr Bereiche der Gesellschaft vor, ruft aber nicht „von sich aus“ eine Veränderung der Kommunikationspraktiken hervor. Insofern ist das Augenmerk darauf zu richten *„wie sich in den unterschiedlichen Internetangeboten sowohl neue als auch traditionelle Handlungsmuster verbinden, und (b) wo und wie sich ganz neue kulturelle oder soziale Praktiken finden, die tendenziell erweiterte Partizipations- und Gestaltungsmöglichkeiten oder ganz neue Formen politischer Öffentlichkeit erlauben.“* (GRUNWALD et al. 2006: 51). Im Folgenden wird daher der Forschungsstand zu (politischer) Partizipation im Internet aus dieser Perspektive nachgezeichnet.

4 Zum Stand der politischen Partizipation im Internet

Wie bereits eingangs angeklungen ist, umfasst der Begriff „Partizipation“ eine Vielzahl von Aktivitäten, und auch wenn in fast jedem Anwendungsbereich bereits internetgestützte Verfahren zum Einsatz kommen, so konzentriert sich dieser Artikel auf Prozesse, die der (Netz-)Öffentlichkeit zuzuordnen sind. Das heißt, entscheidungsorientierte Verfahren oder auch Wahlen (E-Voting) sind hier ausgeklammert. Netzöffentlichkeit wird dabei verstanden als ein Kommunikationsraum, der neben die massenmediale Öffentlichkeit (ebenso wie neben

³ Die bekanntesten Beispiele dürften sicherlich Wikipedia, YouTube, Facebook oder das StudiVZ sein.

Straßen- und Versammlungsöffentlichkeiten) tritt und mit diesen auch in Wechselwirkung steht, ohne jedoch diese anderen Formen der Öffentlichkeit grundlegend in Frage zu stellen. Die Massenmedien bleiben weiterhin verantwortlich für die Herstellung einer allgemeinen, gesellschaftsweiten Öffentlichkeit. Die Netzöffentlichkeit ermöglicht aber aufgrund der geringeren Zugangsbarrieren die Formierung von Teilöffentlichkeiten, auch im Bereich von gesellschaftlich relevanten Themen, wie denen der Nachhaltigen Entwicklung. Diese Kommunikationsräume stellen etwa für soziale Bewegungen eine alternative Öffentlichkeit dar, in der sie ihre Opposition gegen Machtstrukturen ausdrücken und die demokratischer organisiert sind: *the study of alternative media is largely concerned with how social movements use media to debate, formulate, articulate, disseminate and sustain an oppositional culture and politics.* (STEIN 2009: 751). Dabei entstehen diese Öffentlichkeiten entgegen den frühen radikal basisdemokratischen Annahmen über die Internetkommunikation in der Regel nicht spontan durch den virtuellen Zusammenschluss vieler zuvor getrennter Individuen. Vielmehr braucht es weiterhin professioneller Akteure, welche die Funktion einer Re-Intermediarisierung übernehmen, also *„der reflexiven und vermittelnden Tätigkeit zivilgesellschaftlicher Organisationen, um netzöffentliche Räume zu konstituieren und dadurch einer Privatisierung und Individualisierung der User entgegenzuwirken“* (BARINGHORST et al. 2010: 395). Diese betrifft sowohl die inhaltliche Arbeit, etwa bei der Sichtung und Bewertung von Informationen und der Moderation von Kommunikationsprozessen, als auch die technische und ästhetische Umsetzung, die gerade bei komplexen Web 2.0 Anwendungen nur durch professionelle Unterstützung geleistet werden kann. Dementsprechend kann man weiterhin Anbieter und Teilnehmer web-gestützter Partizipationsangebote unterscheiden. Zudem wird damit erneut deutlich, dass Internettechnologie nicht von sich aus demokratisch ist, sondern *„es bietet sowohl neue Möglichkeiten der politischen Teilhabe der Bürger als auch neue Optionen für die strategische soziale, politische und kulturelle Meinungsbeeinflussung durch das Marketing und die PR etablierter ressourcenstarker Akteure, seien es politische Parteien oder kommerzielle Großunternehmen.“* (BARINGHORST et al. 2010: 393).

Nichtsdestotrotz waren es vor allem in der Anfangszeit die kleineren sozialen Bewegungen und zivilgesellschaftlichen Gruppen, die in der Regel keinen leichten Zugang zu Massenmedien haben, die sich der neuen Kommunikationsmöglichkeiten bedient haben (STEIN 2009: 750). Eines der prominentesten Beispiele für den erfolgreichen Einsatz des Internets ist die Zapatisten-Bewegung (VAN LAER & VAN AELST 2010: 1147). Bereits Mitte der 90er Jahre nutzten vor allem Unterstützer in den USA und Europa das Internet, um weltweit auf die Anliegen der indigenen Bevölkerung im mexikanischen Chiapas aufmerksam zu machen und internationale Unterstützung zu gewinnen (CLEAVER 1998: 628). Diese transnationale Mobilisierung von Protest war so erfolgreich, dass von einem „Zapatista Effect“ (CLEAVER 1998: 622) gesprochen wurde. Ein weiteres häufig genanntes Beispiel für die Mobilisierung via Internet sind die Proteste zum WTO Gipfel in Seattle 1999 (KAHN & KELLNER 2004: 87). Beide Fälle haben exemplarisch gezeigt, wie das Internet von sozialen Bewegungen zur internationalen Vernetzung genutzt wurde, wobei auch hier nicht das Internet von sich aus die Transnationalisierung „bewirkt“ hat, sondern diese Ausrichtung auch durch das zunehmende Auftreten von Multinationalen Konzernen und Internationalen Gipfeln im Rahmen von Globalisierungsprozessen angetrieben wurde (VAN LAER & VAN AELST 2010: 1150).

Auch in der Anti-Kriegsbewegung nach den Anschlägen vom 11. September 2001 spielte das Internet eine bedeutende Rolle (KAHN & KELLNER 2004: 88). Insbesondere Organisationen wie MoveOn, die als „grassroots virtual community“ (CARTY 2010: 156) organisiert sind,

zeigen, wie Bürger durch kreativen Einsatz des Internets in Prozesse politischer Partizipation involviert werden können. Ähnlich verhält es sich mit der Web-Kommunikation der etablierteren politischen Akteure. Insbesondere zu Zeiten von Wahlkämpfen unternehmen Parteien große Anstrengungen, um Unterstützer und Wähler zu gewinnen. Die Kampagne von Barack Obama steht exemplarisch für diese Entwicklung. Auch im Angebot staatlicher Onlineforen konnten positive Erfahrungen mit dialogorientierten Angeboten gemacht werden. (GRUNWALD et al. 2006: 229).

Trotz dieser beeindruckenden Beispiele ist festzuhalten, dass es sich bei diesen und ähnlichen Beispielen um spektakuläre Einzelfälle handelt, die besondere wissenschaftliche Aufmerksamkeit hervorgerufen haben. Es existieren allerdings nur wenige Studien, welche die Nutzung des Internets eines größeren Spektrums von Organisationen erfassen (STEIN 2009: 751). Erste Untersuchungen zeigen hier, dass etwa Social Movement Organisationen in den USA das Netz bisher nicht in seinem vollen Potential ausschöpfen, vor allem was den Einsatz Angeboten zur Interaktion und Dialog angeht (STEIN 2009: 762). Auch die Analyse von Parteien-Webseiten in Wahlkämpfen zeigt, dass hier nur zögerlich interaktive Web-Anwendungen eingesetzt werden, wie sich in niedrigen Werten früher Untersuchungen zeigt (GIBSON & WARD 2000: 305). Es spricht einiges dafür, dass es sich im Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation ähnlich verhält. So kommt eine Untersuchung von deutschen und US-amerikanischen Webpräsenzen von Umwelt-NGOs zu dem Schluss, dass auch hier das Potential von partizipativen Web 2.0-Präsenzen nur wenig genutzt wird (VOSS 2008: 232), Befund, der auch in der Nachhaltigkeitskommunikation festgestellt wurde (BARTH 2005; WALK 2008: 245). Bei einer Studie der deutschen Parteien-Websites in den Wahlkämpfen der Jahre 2002 und 2005 konnte festgestellt werden, dass zwar sowohl das Informationsangebot als auch das technische Niveau (Sophistication) der Websites in 2005 im Vergleich zu 2002 gestiegen ist, dass interaktive Funktionen jedoch weiterhin kaum eingesetzt wurden (SCHWEITZER 2008: 456). Hier lässt sich zudem feststellen, dass es vor allem die im Parlament vertretenen Parteien sind, die einen höheren Innovationsgrad auf ihrer Website haben (SCHWEITZER 2008: 457). Auch wenn hier ein teilweiser Innovationsprozess beobachtet wird, zeigt eine inhaltliche Analyse, dass dieser Innovationsprozess sich zwar auf der strukturellen Ebene niederschlägt, dass sich die Kommunikationsinhalte aber größtenteils an die Formen der Offline-Kampagnen angleicht (SCHWEITZER 2008: 466). Dies lässt vermuten, dass zum Teil Web 2.0 Formate angeboten werden, ohne dass sich die Form der Kommunikation ändert bzw. die Anwendungen als Teil einer PR-Strategie angesehen werden, den es braucht, um sich ein modernes Image zu geben. Insgesamt überwiegt damit die Nutzung des Internets als *„Medium der Selbstdarstellung und der öffentlichen politischen Stellungnahme“* (GRUNWALD et al. 2006: 229). Die Untersuchung von konsumkritischen Kampagnen (BARINGHORST et al. 2010) konnte zeigen, dass zwar die Bedeutung des Internets zum Bereitstellen von Hintergrundinformationen sehr hoch ist. Für weitergehende Aktivitäten bleiben jedoch die Offline-Beziehungen der wesentliche Faktor, welche von Internetkommunikation ergänzt werden können: *„Als übergreifendes Ergebnis lässt sich feststellen, dass die Kombination von Techniken der Online-/ Offline-Vernetzung mit denen der Koproduktion ein Schlüssel zur erfolgreichen Generierung von virtuellen Identitäten darstellt“* (BARINGHORST et al. 2010: 217). Formen des Online-Protests haben vor allem dann Aussicht auf Erfolg, wenn sie mit geringem Aufwand verbunden sind (BARINGHORST et al. 2010: 259). *„So bleibt die Annahme bestehen, dass eine Demokratisierung durch vereinfachte Mitbestimmungsmöglichkeiten kaum alleinig durch den Einsatz von Internettechnologien gefördert wird. Vielmehr kann das Internet bereits bestehende offene Strukturen unterstützen und abbilden und so auch*

Hemmschwellen bei den Basisaktivisten abbauen, etwa wenn Kritik anonym online und nicht bei einem Gruppentreffen geäußert werden kann.“ (BARINGHORST et al. 2010: 260).

Die Gründe für die zum Teil zögerliche Umsetzung interaktiver Angebote liegen in den Zielen und Strategien der Organisationen sowie in deren Ressourcen (STEIN 2009: 767). Dies zeigt sich zum Beispiel an der zunehmenden Lücke zwischen großen und kleinen Parteien (SCHWEITZER 2008: 464). Zudem liegen häufig schlechte Erfahrungen vor, und nicht zuletzt besteht bei größeren NGOs mit einer professionellen massenmedialen Ausrichtung die Befürchtung, durch den Einsatz von Web 2.0 Formaten die Kontrolle über ihre Kommunikationsinhalte zu verlieren (SCHWEITZER 2008: 456; VOSS 2008: 232).

Diese Befunde zeigen ein sehr ambivalentes Bild bei dem jetzigen Stand der politischen Partizipation im Netz. Im Folgenden soll daher ein erster Blick auf die in der Einleitung angesprochenen Webformate zu Nachhaltiger Entwicklung geworfen werden, um einen Eindruck davon zu bekommen, inwiefern sich hier neue Potentiale für eine partizipative Nachhaltigkeitskommunikation ergeben.

5 Web-Partizipationsformate zu Nachhaltiger Entwicklung

Zu Beginn wurde die Frage aufgeworfen, welche Veränderungen sich durch das Aufkommen von partizipativen Webformaten für das Engagement im Kontext von Nachhaltiger Entwicklung abzeichnen. Auch wenn fundierte empirische Untersuchungen bisher ausstehen, so bestehen doch beträchtliche Erwartungen an die Potentiale dieser neuen Technologien. Dies ist besonders relevant angesichts der Tatsache, dass Partizipation einen wesentlichen Beitrag dazu leisten soll, die Gesellschaft auf den Weg in Richtung einer Nachhaltigen Entwicklung zu bringen. Der Nachhaltigkeitskommunikation als ein Verständigungs- und Aushandlungsprozess für eine Nachhaltige Entwicklung wird hier die Aufgabe zugemessen, das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung nicht nur zu vermitteln, sondern Bürgerinnen und Bürger aktiv einzubeziehen. Als Initiatoren von Nachhaltigkeitskommunikation treten dabei unterschiedliche Akteure, von Individuen über Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und staatliche Einrichtungen oder politische Akteure, in Erscheinung. Mit dem Internet öffnet sich für diese Akteure eine neue Arena für partizipative Kommunikation, die im Gegensatz zu den Massenmedien mehr Freiheiten für Nachhaltige Themen erkennen lassen. Stand bisher auf Webangeboten der Nachhaltigkeitskommunikation die Informationsfunktion im Vordergrund (BARTH 2005), so werden nun zunehmend die interaktiven Möglichkeiten des Web 2.0 genutzt. Eine erste Sichtung zeigt, dass sich in diesem Bereich neben zahlreichen Kampagnen, die auf die Einbindung unterschiedlicher Nutzer zielen, auch eine ganze Reihe von Formaten etabliert haben, die sich an den Vorbildern von sozialen Netzwerkseiten, wie Facebook oder StudiVZ, orientieren⁴, dabei aber einen thematischen Fokus vorgeben. In der Regel lassen sich hier projekt- oder personenbezogene Profile anlegen und zahlreiche Vernetzungs- und Kommunikationsfunktionen nutzen. Gleichzeitig ist zu beobachten, dass die Vernetzung und Kommunikation nicht auf das Webangebot im engeren Sinne beschränkt bleibt, sondern dass zusätzliche Plattformen, wie Facebook, YouTube und Twitter, als Kommunikationskanäle genutzt werden. In der Folge entsteht eine Infrastruktur, die es den Nutzern ermöglicht, Projekte, Anliegen und Informationen zu veröffentlichen. Die Anbieter stellen damit einen öffentlichen Kommunikationsraum zur Verfügung, der nicht wie bei den

⁴ Dazu gehören unter anderem: www.greenaction.de, www.reset.to, www.wwf-jugend.de, bewegung.taz.de, www.savemynature.com, www.utopia.de, www.avaaz.org, www.mitreden-u.de und www.campact.de.

bisher analysierten Kampagnen in erster Linie auf die Generierung von Unterstützung „in eigener Sache“ aus ist, sondern die Partizipation in der Netzöffentlichkeit gezielt fördert.

Ist nun also eine Nachhaltigkeitsrevolution von unten zu erwarten, indem die Bürger über das Internet Nachhaltige Themen in die öffentliche Diskussion einbringen und sich online organisieren, um für einen gesellschaftlichen Wandel einzutreten? Die Befunde in der politischen Kommunikation haben deutlich gemacht, dass die Webkommunikation durchaus Potentiale zu innovativen Engagementpraktiken bietet, auch wenn diese von der Mehrzahl der Akteure nur zögerlich genutzt werden. Zudem existieren Beharrungskräfte innerhalb von Organisationen, die einen revolutionären Wandel von Kommunikationsmustern verhindern. Eine erste Sichtung zeigt, dass unterschiedliche Akteure der Nachhaltigkeitskommunikation mit den Möglichkeiten interaktiver Angebote experimentieren. Es stellt sich damit die Frage, ob hier innovative Webformate entstehen in dem Sinne, dass neue Praktiken der Webnutzung entstehen, die das Repertoire an Engagementmöglichkeiten erweitern. Welche Funktionen erfüllen sie für die unterschiedlichen Akteure? Welche Rolle nimmt etwa die NGO Greenpeace als Anbieter des Portals Greenaction ein? Inwiefern bilden sich hier Reintermediarisierungsinstanzen, die durch Moderation und inhaltliche Bündelung die Netzöffentlichkeit strukturieren? Welche Bedeutung haben diese Partizipationsangebote auf der anderen Seite für deren Nutzer? Suchen sie dort Informationen, nutzen sie die Vernetzungsfunktionen, werden inhaltliche Diskussionen geführt oder dient es der Selbstdarstellung? Inwiefern wird das Engagement dadurch gestärkt bzw. tragen die neuen Kommunikationsmöglichkeiten zu einer höheren Effizienz der Engagement-Tätigkeiten bei?

Ausgehend von diesem ersten Eindruck lassen sich vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeitskommunikation und der Forschung zu Kampagnen und der Webnutzung von NGOs erste Vermutungen anstellen, welche die weitere Untersuchung dieser Fragestellung leiten können:

1. Professionelle Akteure, wie etwa NGOs, staatliche Akteure oder auch Unternehmen, werden (weiterhin) eine zentrale Rolle bei der Gestaltung von Webangeboten einnehmen, aber diese Rolle wird sich verändern, bzw. es kommen neue Aufgaben hinzu, die mit veränderten Partizipationserwartungen der Nutzer zusammenhängen. Die Grenzen zwischen Nutzern und Anbietern von Partizipation werden dabei ebenso verschwimmen wie die Begrenzung der Kommunikation auf eine zentrale Webpräsenz.

2. Die Informationsfunktion spielt auch im Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation im Netz eine große Rolle. Aufgrund des integrativen und offenen Charakters des Leitbilds der Nachhaltigen Entwicklung und der damit verbundenen Heterogenität an Akteuren gewinnen verständigungsorientierte und kooperative Kommunikationsformen an Bedeutung. Für die Analyse wie für die Gestaltung der Kommunikation scheint es daher sinnvoll, Befunde über Partizipationsmechanismen aus entscheidungsorientierten Verfahren einzubeziehen (ROWE & FREWER 2005).

3. Insgesamt erweitert sich das Repertoire an Engagementformen sowohl in Form von innovativen Online-Aktivitäten, die maßgeblich durch das Paradigma des Web 2.0 geprägt sind, als auch durch neue Verbindungen zwischen Online- und Offline-Aktivitäten.

Für die weitere Untersuchung ist dabei zu beachten, dass die Nutzung von Webkommunikation eingebettet ist in gesellschaftliche Kommunikations- und Handlungsmuster. Damit ist die Netzöffentlichkeit stark geprägt von den Zielen, Strategien und den etablierten Kommunikationsformen der beteiligten Akteure. Für das *„Engagementfeld Umwelt und Klima“* (WALK 2008: 201) bzw. das Feld der Nachhaltigkeitskommunikation ergeben sich hier

besondere Kommunikationsbedingungen, die sich im Spannungsfeld zwischen Konflikt und Kooperation bewegen. Andererseits hat die Webkommunikation auch einen prägenden Einfluss auf die Handlungsmuster. Zur Analyse der genannten Veränderungen im Engagement bietet sich daher eine Unterscheidung zwischen den *Kommunikationsprozessen* auf der einen und den *Funktionen*, die diese Kommunikation einnimmt, auf der anderen Seite an. Durch diese analytische Trennung kann sowohl technisch-kommunikative Innovation auf Ebene der Webangebote als auch eine Veränderung von Praktiken innerhalb des gesellschaftlichen Kontexts erfasst werden. Das Konzept der Praktiken bezieht sich auf übergreifende Handlungsmuster, die durch das Web verändert bzw. erweitert werden. Damit lassen sich im Vergleich Aussagen darüber anstellen, inwiefern die Nutzung des Internets die Effektivität der unterschiedlichen Partizipationsformen steigert. Die weitere Forschung kann so dazu beitragen, die Potentiale des Internets in Zeiten des Web 2.0 für die Nachhaltigkeitskommunikation besser beurteilen zu können.

Literaturverzeichnis

- Adomßent, M. & Godemann, J., 2005: Umwelt-, Risiko-, Wissenschafts- und Nachhaltigkeitskommunikation: Eine Verortung. S. 42–52 in: G. Michelsen & J. Godemann (Hrsg.), Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. München: Oekom-Verl.
- Ausschuss für Bildung, F.u.T., 2005: Internet und Demokratie. Abschlussbericht zum TA-Projekt „Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten“. Drucksache 15/6015.
- Baringhorst, S., 2009: Introduction: Political Campaigning in Changing Media Cultures – Typological and Historical Approaches. S. 9–30 in: S. Baringhorst; V. Kneip & J. Niesyto (Hrsg.), Political campaigning on the web. Bielefeld: transcript.
- Baringhorst, S.; Kneip, V.; März, A. & Niesyto, J., 2010: Unternehmenskritische Kampagnen. Politischer Protest im Zeichen digitaler Kommunikation. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Barth, M., 2005: Internetbasierte Nachhaltigkeitskommunikation. S. 263–273 in: G. Michelsen & J. Godemann (Hrsg.), Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. München: Oekom-Verl.
- Bentivegna, S., 2004: Politics and New Media. S. 50–61 in: L.A. Lievrouw & S. Livingstone (Hrsg.), Handbook of new media. Social shaping and consequences of ICTs. London: SAGE.
- Bode, I. & Frantz, C., 2009: Die Profis der Zivilgesellschaft. Hauptamtliche in NGOs zwischen Strategie und Commitment. S. 172–192 in: I. Bode; A. Evers & A. Klein (Hrsg.), Bürgergesellschaft als Projekt. Eine Bestandsaufnahme zu Entwicklung und Förderung zivilgesellschaftlicher Potenziale in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bundesumweltministerium (BMU) (Hrsg.), 1992: Agenda 21. Rio de Janeiro: Bundesumweltministerium.
- Carty, V., 2010: NEW INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND GRASSROOTS MOBILIZATION. Information, Communication & Society 13: 155–173.
- Castells, M. & Köbler, R., 2005: Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Cleaver, H.M., 1998: The Zapatista effect: The Internet and the rise of an alternative political fabric. Journal of International Affairs 51: 621.
- Dahlgren, P., 2009: Media and political engagement. Citizens, communication, and democracy. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Deth, J.W., 2009: Politische Partizipation. S. 141–161 in: V. Kaina & A. Römmele (Hrsg.), Politische Soziologie.
- Diemand, V. & Mangold, M., 2007: Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen. S. 3–18 in: V. Diemand (Hrsg.), Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen. Hannover: Heise.
- DiMaggio, P.; Hargittai, E.; Neuman, W.R. & Robinson, J.P., 2001: Social Implications of the Internet. Annual Review of Sociology 27: 307–336.

- Donges, P. & Jarren, O., 1999: Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation? S. 85–108 in: K. Kamps (Hrsg.), *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen: Westdt. Verl.
- Feindt, P.H. & Kleinschmitt, D., 2005: Medienöffentlichkeit und Partizipation. Zentrum und Peripherie, Sektor- und Allgemeininteressen am Beispiel der Zeitungsberichterstattung über BSE 2000/2001. S. 135–162 in: P.H. Feindt & J. Newig (Hrsg.), *Partizipation, Öffentlichkeitsbeteiligung, Nachhaltigkeit. Perspektiven der politischen Ökonomie*. Marburg: Metropolis-Verl.
- Gibson, R. & Ward, S., 2000: A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites. *Social Science Computer Review* 18: 301–319.
- Glathe, C., 2010: *Kommunikation von Nachhaltigkeit in Fernsehen und Web 2.0*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Grunwald, A.; Banse, G.; Coenen, C. & Hennen, L., 2006: *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie. Tendenzen politischer Kommunikation im Internet*. Berlin: Ed. Sigma.
- Hamelink, C.J., 2006: Rethinking ICTs: ICTs on a Human Scale. *European Journal of Communication* 21: 389–396.
- Heinrichs, H., 2005a: Herausforderung Nachhaltigkeit. Transformation durch Partizipation? S. 43–63 in: P.H. Feindt & J. Newig (Hrsg.), *Partizipation, Öffentlichkeitsbeteiligung, Nachhaltigkeit. Perspektiven der politischen Ökonomie*. Marburg: Metropolis-Verl.
- Heinrichs, H., 2005b: Kultur-Evolution: Partizipation und Nachhaltigkeit. S. 709–720 in: G. Michelsen & J. Godemann (Hrsg.), *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis*. München: Oekom-Verl.
- Hickethier, K., 2003: Gibt es ein medientechnisches Apriorie? Technikdeterminismus und Medienkonfiguration in historischen Prozessen. S. 39–52 in: M. Behmer; F. Krotz & C. Winter (Hrsg.), *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*. Wiesbaden: Westdt. Verl.
- Kahn, R. & Kellner, D., 2004: New media and internet activism: from the "Battle of Seattle" to blogging. *New Media & Society*: 87–95.
- Kamps, K., 1999: Perspektiven elektronischer Demokratie. S. 7–18 in: K. Kamps (Hrsg.), *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen: Westdt. Verl.
- Kamps, K., 2007: *Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lange, H., 2008: Radikaler Wandel? Drei Schwierigkeiten im Umgang mit einem Sozialwissenschaftlichen Kernthema. S. 13–42 in: H. Lange (Hrsg.), *Nachhaltigkeit als radikaler Wandel. Die Quadratur des Kreises?* Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Leggewie, C. & Welzer, H., 2009: APO 2.0. Für die Revolutionierung des Alltags wider die Klimakrise. *Blätter für deutsche und internationale Politik* 54: 33–44.
- Michelsen, G., 2005: Nachhaltigkeitskommunikation. Verständnis – Entwicklung – Perspektiven. S. 25–41 in: G. Michelsen & J. Godemann (Hrsg.), *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis*. München: Oekom-Verl.
- Münker, S. & Roesler, A. (Hrsg.), 2002: *Praxis Internet. Kulturtechniken der vernetzten Welt*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Münker, S. & Roesler, A. (Hrsg.), 2001: *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neuberger, C., 2005: Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus – Ergebnisse einer explorativen Anbieterbefragung. *Medien und Kommunikationswissenschaft* 53: 73–92.
- Newig, J. & Fritsch, O., 2009: Der Beitrag zivilgesellschaftlicher Partizipation zur Effektivitätssteigerung von Governance. Eine Analyse umweltpolitischer Beteiligungsverfahren im transatlantischen Vergleich. S. 214–239 in: I. Bode; A. Evers & A. Klein (Hrsg.), *Bürgergesellschaft als Projekt. Eine Bestandsaufnahme zu Entwicklung und Förderung zivilgesellschaftlicher Potenziale in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Newig, J.; Haberl, H.; Pahl-Wostl, C. & Rothman, D., 2009: Formalised and Non-Formalised Methods in Resource Management—Knowledge and Social Learning in Participatory Processes: An Introduction. *Systemic Practice and Action Research* 22: 125–125.

- Norris, P., 2002: Democratic phoenix. Reinventing political activism. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Pratt, N.; Hoffhaus, M. & Lubjuhn, S., 2009: Wie kommen Nachhaltige Themen verstärkt in die Medien?
- Rowe, G. & Frewer, L.J., 2005: A Typology of Public Engagement Mechanisms. *Science, Technology, & Human Values* 30: 251–290.
- Rucht, D., 1994: Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. Sonderheft. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*: 337–358.
- Schmidt, J., 2006: Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Schmidt, J., 2008: Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen. S. 18–37 in: A. Zerfaß; M. Welker & J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum*. Köln: Halem.
- Schmidt, J.; Frees, B. & Fisch, M., 2009: Themenscan im Web 2.0. Neue Öffentlichkeiten in Weblogs und Social-News-Plattformen. *Media Perspektiven*: 50–59.
- Schweitzer, E.J., 2008: Innovation or Normalization in E-Campaigning? *European Journal of Communication* 23: 449–470.
- Seitz, K., 2005: Empowerment für eine zukunftsfähige Entwicklung. S. 308–319 in: G. Michelsen & J. Godemann (Hrsg.), *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis*. München: Oekom-Verl.
- Steffen, A. & Gore, A., 2008: *WorldChanging. Das Handbuch der Ideen für eine bessere Zukunft*. München: Kneesebeck.
- Stein, L., 2009: Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement websites. *New Media Society* 11: 749–771.
- Tambini, D., 1999: New Media and Democracy: The Civic Networking Movement. *New Media Society* 1: 305–329.
- Van Laer, J. & van Aelst, P., 2010: INTERNET AND SOCIAL MOVEMENT ACTION REPERTOIRES -- Opportunities and limitations. *Information, Communication & Society* 13: 1146–1171.
- Voss, K., 2008: Nichtregierungsorganisationen und das Social Web: Mittel der Zukunft oder Bedrohung? S. 231–247 in: A. Zerfaß; M. Welker & J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik*. Köln: Halem.
- Walk, H., 2008: *Partizipative Governance. Beteiligungsformen und Beteiligungsrechte im Mehrebenensystem der Klimapolitik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Webler, T. & Renn, O., 1995: A Brief Primer on Participation: Philosophy and Practice. S. 17–33 in: O. Renn; T. Webler & P.M. Wiedemann (Hrsg.), *Fairness and competence in citizen participation. Evaluating models for environmental discourse*. Dordrecht: Kluwer Academic.