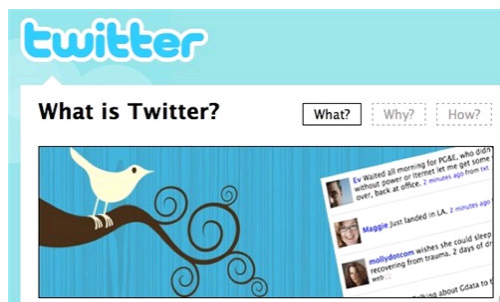


Zwitschern in der Gemeinde

Von Rainer Claßen*

* Der Autor ist Mitarbeiter der Firma NeuroSyn, Leinfelden-Echterdingen.

Prominente tun es, Politiker tun es, *Social Networks*¹ tun es schon lange – sie alle nutzen den zur Zeit angesagten Infodienst im World Wide Web: *Twitter*². Irgendwo zwischen Blogging³ und Instant Messaging⁴ angesiedelt ist der so genannte Microblogging-Dienst spätestens seit dem amerikanischen Wahlkampf in aller Munde. Und auch hierzulande war der Auftakt zum Superwahljahr 2009 von allerlei politischem Gezwitzcher begleitet. Aber taugt das Tool was in der Kommune?



Ursprünglich bietet *Twitter* lediglich die Antwort auf die simple Frage “What are you doing?”. 140 Zeichen müssen reichen, um eine Twitter-Botschaft über das, was man gerade tut, im Netz abzusetzen. Wer will, kann das im Minutentakt tun oder sich in eine Schar so

genannter *Followers* einreihen und die *Tweets* (Nachrichten) anderer Twitter-Nutzer verfolgen, um zu sehen, was die gerade so tun. Sollte das dann eine Anmerkung oder gar ein Abonnement wert sein, kann man öffentlich (oder privat) antworten und wiederum auf die Antworten anderer warten und so weiter.... Und so pfeift es seit fast drei Jahren mehr oder weniger banal und bedeutsam rund um den digitalen Globus.

2006 gegründet, ist *Twitter* nun beinahe erwachsen geworden. Zwar noch ohne Geschäftsmodell ist aus der Plattform für Plaudertaschen fast schon der

¹ Themen- oder methodenorientierte Internetgemeinschaften, die auf eigens eingerichteten Plattformen online Informationen austauschen.

² <http://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>, to tweet (engl.) = zwitschern

³ Führen eines virtuellen Tagebuchs

⁴ Sofortige Nachrichtenübermittlung im *Push-Verfahren*, d.h. Nachrichten werden ohne Abruf übertragen.

Kommunikationskanal einer internationalen Informationselite geworden. Neben Freaks und Selbstdarstellern, die ihr Leben als Live-Stream abbilden, tummeln sich zunehmend Entscheider, professionelle Informationsmakler und Business-Beschleuniger im virtuellen *Twitter*-Universum. Kulturevents und Augenzeugenberichte (wie etwa von dem terroristischen Anschlag in Mumbai im letzten Jahr oder vom notgewässerten Airbus im Hudson River) stehen neben knallharten journalistischen Fakten, die allesamt quasi in Echtzeit gezwitschert werden. Die Größen des Show-Biz und der Politik machen sich *Twitter* als moderne, effiziente und kostengünstige PR-Maschine zu Nutze.

Jüngstes Beispiel: der hessische Landtags-Wahlkampf, der von einem aufgeregten Twitterschwarm begleitet wurde und dem hessischen Abgeordneten und Twitter-Neuling Thorsten Schäfer-Gümbel fast schon Obama-Kultstatus einbrachte. Dass daneben ein paar Spaßvögel den Followern ein Ei ins Twitter-Nest legen, war zu erwarten. Geübte Twitterer hatten im Wahlkampf-Dschungel einen falschen Franz Müntefering entlarvt, ein Dalai Lama wurde neulich zwangsexkommuniziert. Der Popularität der Bewegung tuts aber offensichtlich keinen Abbruch.

Das alles klingt nach Politik zum Mitmachen, nach radikaler Demokratisierung und Bürgerdialog. Bislang markierten Hotline, E-Mail und Chat die Disziplinen im modernen Kommunikationsdreikampf, den auch die Kommunen auf ihren Webseiten beherrschten. Nach eingestreuten Videobotschaften und Podcasts⁵ kommt nun der hippe Zwitscherdienst dazu, der dank laufend aktualisierter und neuer Applikationen immer mehr *Gadgets*⁶, Kommunikationsgeräte und Internetanwendungen aufgeschlossener Bürger der Generation YouTube⁷ erreicht. Noch mobiler und *just in time* können sich Twitterer informieren, was in ihrer Stadt gerade passiert. Baden-Württemberg ist auch dabei, seit Weihnachten pfeifen die städtischen Spatzen von den Dächern Freiburgs (<http://www.twitter.com/freiburg>). Ein Blick auf die Inhalte kommunaler Twitterer zeigt jedoch: Die Kommunen nutzen *Twitter* im Moment lediglich als abgespecktes elektronisches Amtsblatt beziehungsweise als

⁵ Podcast = Audio- oder Videodateien, die übers Internet geladen und unabhängig von der Sendezeit konsumiert werden können.

⁶ portable handliche Kommunikationsgeräte mit ‚Spaßfaktor‘, gekennzeichnet durch hohe Funktionalität auf kleinstem Raum

⁷ YouTube = kostenloses Video-Portal für Film-, Fernseh- und Musikvideoclips

flankierende Maßnahme zu den Internet-Veröffentlichungen ihrer Pressereferate: Veränderte Öffnungszeiten der Stadtbibliothek, geänderte Müllabfuhr-Termine – das ist weder „E-Government“ noch „Rathaus 2.0“. Demokratische Partizipation braucht echten Dialog und mehr als 140 Zeichen. Es braucht andere und mehrere virtuelle sowie reale Plattformen wie das Freiburger Beispiel eines „Beteiligungshaushalts 2009/2010“ zeigt.⁸ Hier haben die Stadtväter in sinnvoller Weise Synergien genutzt und Expertenwissen und den Erfahrungsschatz der Bürger in einen Entwicklungsprozess eingebunden, ganz nach dem Motto *Know How meets Wisdom of the Crowds* („Wissen/Weisheit der Massen“).

Bleibt die grundsätzliche Frage: Wieviel Internet braucht die Politik? Gehört der politische Diskurs ins Netz? Politik in die Hände von Bloggern? Microblogging kann da durchaus Antworten bieten. Es kann den politischen Dialog fördern, Informationsflüsse und Prozesse kanalisieren und beschleunigen. Der vergangene Wahlkampf-Hype zeigt: *Twitter* ist in erster Linie ein Mobilisierungs-Medium. Die Inhalte werden an anderer Stelle verhandelt.

Am 7. Juni sind Kommunal- und Europawahlen. Man darf gespannt sein, wie an den äußeren Enden der politischen Bühne gezwitschert wird, welche Impulse von der Bloggergemeinde ausgehen und wie sie sich auf die Qualität des Wahlkampfs und seine Ergebnisse auswirken werden. Eins scheint *Twitter* jedenfalls erreicht zu haben: ein vermehrtes Interesse an Politik ist spürbar – Politikverdrossenheit adé, statt dessen „Yes, we can“.

Veranstaltungs-Tipp:

Fachtagung: *Blogger machen Politik - Zivilgesellschaftliches Engagement im Web 2.0*, Evangelische Akademie Bad Boll, 28. März 2009 (<http://www.ev-akademie-boll.de/index.php?id=142&tagungsid=531109>)

Link-Tipps:

Demokratie ZweiNull – Wahlkampf im Web: <http://demokratiezweinull.de/>

JAMES SUROWIECKI, *The Wisdom of Crowds. Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*, 2004

⁸ <http://www.beteiligungshaushalt.freiburg.de/>