

## **Blogs als Methode digitaler Beteiligung und Kommunikation**

### **Das Beispiel Josefstadt**

#### **Kontext**

Der Blog der Agenda Josefstadt (<http://agendajosefstadt.wordpress.com>) ist seit Beginn des Agendaprozesses (Nov. 2008) online. Es können Texte, Bilder, Audio- und Videodateien schnell und unkompliziert vom Agendateam veröffentlicht werden. User/innen kommunizierten über die Plattform mit Agendaaktiven bzw. dem Agendateam und bringen ihre Sichtweisen ein. Der Blog wird vom Agendateam betreut und moderiert. Anregungen und Kommentare wurden entweder an die Agendagruppen weitergeleitet oder vom Team beantwortet. Der Blog ist mit dem Twitter Account und den Newslettern verlinkt.

Auch den Agendagruppen wurden eigene Blogs zu ihren jeweiligen Anliegen und Projekten eingerichtet. Ziel war, dass diese Blogs von den Mitgliedern der Agendagruppen als offene Diskussionsplattformen selbst betreut werden.

Um bereits im Internet aktive Dialoggruppen zu erreichen, wurde über Verlinkungen versucht User/innen auf den Agenda-Blog zu führen.

#### **Erkenntnisse**

Mit dem Blog wurde ein neuer Beteiligungs-Kanal erschlossen, der den knappen Zeitbudgets von Menschen mit familiären oder beruflichen Verpflichtungen Rechnung trägt bzw. auch anonyme Kommentare und punktuelle Beteiligung ermöglicht. Das Angebot wurde vor allem in Zusammenhang mit größeren Events und Aktivitäten (Josefstädter Sommer) von User/innen für Kritik und Diskussion genutzt. Einzelne Bewohner/innen nutzten den Blog auch als öffentlichen Briefkasten, um Vorschläge einzubringen – ohne sich selbst weiter zu beteiligen.

Die Vernetzung mit anderen Foren im Netz brachte zwar punktuell erhöhte Zugriffszahlen – vermochte jedoch nicht dauerhaft die Blog-Aktivitäten zu steigern. Die Erfahrung zeigt auch, dass die 90-9-1 Regel für die Nutzung des Web 2.0 auch in dem konkreten Beispiel zutrifft: 90 % der Nutzer/innen lesen und schauen zu, 9 % der Nutzer/innen beteiligen sich von Zeit zu Zeit und nur 1 % der Nutzer/innen tragen proaktiv Content bei - von ihnen stammen die meisten Beiträge. Das bedeutet für den kommunalen Bereich, dass bei 1000 Einwohner/innen etwa 10 Mitbürger/innen das System aktiv tragen.

Das Angebot an die Agendagruppen eigene Blogs zu betreiben wurde kaum genutzt, da die meisten der bereits aktiven Agendagruppenmitglieder über wenig zusätzliche Zeitressourcen verfügen oder nur wenig Web 2.0 affin sind. Digitale Kommunikation erfolgte außerhalb der Treffen in den Agendagruppen vor allem mittels Emails. Auch die Bezirkspolitiker/innen (wie auch die Politiker/innen in Österreich insgesamt) sind kaum auf Twitter oder facebook aktiv.

## Fazit

Die Stärken eines Blogs sind die schnelle Kommunizierbarkeit von Inhalten sowie die Möglichkeit sich punktuell und zeitunabhängig zu beteiligen. Die Anonymität senkt die Zugangsschwelle weiter – birgt jedoch zugleich die Gefahr einer schwankenden Qualität der Beiträge.

Ein Blog ermöglicht darüber hinaus eine einfache Dokumentation von Prozessen und Projekten. Wird diese regelmäßig durchgeführt, erleichtert sie für Interessierte den Einstieg in aktuelle Aktivitäten und bietet damit zusätzliche Andockmöglichkeiten.

Die Erfahrung zeigt aber, dass eine Kommunikation in „Echtzeit“ ausreichend Zeitressourcen benötigt und gut in den Alltag integriert sein muss. Es ist daher auch ein Lernprozess, der eines spielerischen Umgangs mit den neuen Medien bedarf. Schließlich sind die Fähigkeiten zur Nutzung des Web 2.0 noch ungleich verteilt. Für die Zukunft kann es daher auch eine Aufgabe der LA21 Plus sein, verstärkt Bildungsangebote in dem Bereich bereit zu stellen.

Zuletzt ist es wichtig realistisch mit den Erwartungen an Web 2.0-Tools umzugehen. Wie die 90-9-1 Regel zeigt, bedarf es vieler Menschen, um eine hohe Dynamik und Aktivität zu erreichen. Der Vorteil ist jedoch, dass Anwendungen wie Blogs schnell eingerichtet sind und daher leicht ausprobiert werden können. Auch hier zählt der spielerische und experimentelle Umgang!