

Web 2.0-Technologien in politischen Meinungsbildungsprozessen von Parteien: Ein Beispiel aus der Praxis

(Extended Abstract¹)

Stefan Christmann¹, Johannes Melcher², Svenja Hagenhoff¹,
Scott Stock Gissendanner², Wolfgang Krumbein²

Institut für Wirtschaftsinformatik¹ / Seminar für Politikwissenschaft²
Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen
{schrist | jmelche | shagenh | wkrumbe}@uni-goettingen.de,
scott.gissendanner@sowi.uni-goettingen.de

Abstract: Nach den US-amerikanischen Erfolgen, das World Wide Web für Wahlkampfzwecke zu nutzen [Gr09], suchen auch deutsche Politiker und Politologen nach den richtigen Werkzeugen, um dieses Medium in Deutschland sinnvoll zu verwenden [Sc09]. Ein Teilbereich politischer Kommunikation, welcher sich durch das WWW unterstützen lässt, ist die politische Meinungsfindung. Im Rahmen des Neuorientierungsprozesses einer deutschen Partei wurden Elemente des so genannten Web 2.0 genutzt, um Meinungen zu bündeln und zu bewerten. Dieser Beitrag stellt - ergänzend zur Bewertung der Unterstützung dieses speziellen politischen Prozesses - die verwendeten Technologien vor und gibt Empfehlungen für zukünftige Projekte dieser Art.

1 Politik im World Wide Web

Politische Parteien in Deutschland nutzen das Internet in aller Regel bisher nur zur Verbreitung statischer Informationen über die Partei, ihre Gremien und ihre Akteure. Neuere Entwicklungen beinhalten die Informationsverbreitung über Newsletter, die Möglichkeit, online beizutreten und vereinzelt sozialer Netzwerke, die aufgrund ihrer Spezialausrichtung aber nicht mit generellen Sozialnetzwerken wie z. B. Facebook mithalten können. Darüber hinaus sind einzelne Pilotprojekte wie Wiki-basierte Diskussionen oder virtuelle Parteitage zu finden [We07]. Mit Interesse blicken deutsche Politiker auf die Entwicklungen in den Vereinigten Staaten, wo es Politikern gelingt, mit Hilfe des World Wide Webs Unterstützerkreise zu generieren, zu informieren und so Wähler und Multiplikatoren zu binden [Fe08][Sc09]. Bestes Beispiel hierfür ist Barack Obama, der auch als erster Internet-Präsident gilt [Gr09] und der eine völlig neue Art der direkten Kommunikation einführte [Mo09].

¹ Die vollständige Fassung findet sich in den digitalen Proceedings.

2 Projektkonzeption

Im Sommer 2009 befand sich die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) in einer politischen Neuausrichtungsphase. Nach der Bundestagswahl im selben Jahr, in dem die Partei ihren niedrigsten Stimmenanteil seit Gründung der Bundesrepublik erreichte, begannen parteiintern umfangreiche Debatten über die politische Ausrichtung der Partei und ihre interne Organisation und Arbeitsweise. In dieser Situation wurde das Projekt „starkebasis.de“ gestartet, mit dem diese Diskussion bundesweit kanalisiert und die Ergebnisse in Hinblick auf den Bundesparteitag im November 2009 in Dresden gebündelt wurden. Die Plattform diente somit sowohl als Meinungsfindungsinstrument, war aber auch eine Möglichkeit, neuere Technologien im Rahmen des World Wide Webs in der Praxis zu untersuchen.

2.1 Fachliche Konzeption

Das zentrale Ziel des Projekts war die Sammlung von Meinungen zur Partei und ihrer inhaltlichen Ausrichtung. Dementsprechend konnten auf der Internetseite kurze Meinungsäußerungen (maximal 800 Zeichen) hinterlegt werden. Dies war unter Angabe des eigenen Namens oder eines Pseudonyms möglich. Genauso wurde die Kommentierung von Beiträgen ermöglicht, so dass sich zu einzelnen Themengebieten Diskussionen entwickeln konnten. Um die Zustimmung zu einzelnen Thesen messen zu können, konnten Besucher der Seite auf einfache Art und Weise durch Anklicken eines Links signalisieren, ob sie einer Meinung zustimmen, oder nicht. Gleichsam konnten Sie mit diesen Links angeben, ob sie Parteimitglied sind. So ließen sich Meinungsbilder von Mitgliedern und Externen getrennt erheben. Die Bewertung der Beiträge war ebenfalls Ausgangspunkt der Sortierung auf den Internetseiten: Beiträge die viele Bewertungen (sowohl negative als auch positive) erhalten haben, wurden als wichtiger bewertet, als solche mit wenigen Bewertungen. Ergänzend wurde jedoch auch der Zugriff auf die neuesten Beiträge in Form einer Liste sowie über eine Suchfunktion und über Schlagwörter in Form einer Tag Cloud [ALG08] möglich gemacht.

Zusätzlich zur Webkampagne, wurden Informationen außerhalb des Internets verbreitet. So wurden diverse Gliederungen der Partei und seiner Jugendorganisation kontaktiert und um Unterstützung gebeten. Darüber hinaus wurden z. B. auch Aktionen in Fußgängerzonen und Mensen organisiert, um eine Real-Life-Verschränkung sicherzustellen. Das Projekt wurde zudem in sozialen Netzwerken beworben und Nachrichten über aktuelle Projektthesen wurden über solche Kommunikationsplattformen kontinuierlich automatisch verbreitet. Dies war notwendig um schnell eine hohe Aufmerksamkeit für das Projekt zu generieren und aufrecht zu erhalten, da der Projektzeitraum auf vier Wochen – vom Projektstart bis zum Bundesparteitag – beschränkt war. Anders als in den in der Politik mittlerweile verbreiteten Blogs verblieb den Betreibern des Projekts keine herausragende Stellung in der Diskussion. Über Inhalte und deren Wertigkeit wurde von der Gesamtzahl der Besucher entschieden, weshalb im Wesentlichen der Umfang an der Gesamtbeteiligung zum Kriterium für Einflussnahme auf das Projekt wurde.

2.2 Technische Konzeption

Das Projekt wurde als Webanwendung auf Basis der Skriptsprache PHP, der Datenbank MySQL und des Webserver Apache realisiert. Die Anwendung nutzte XHTML und CSS zur Darstellung und verwendete zur einfachen Nutzbarkeit JavaScript, XML und Elemente von DHTML und AJAX [Ga05]. Eine zentrale Anforderung des Projekts war, dass die Webanwendung eine leichte Interaktion ermöglicht. Dies stellte die erste Projekthürde da. Für die Veröffentlichung von Beiträgen und Kommentaren sowie die Bewertung von Beiträgen sollte keine Registrierung nötig sein. Dies ist ein Widerspruch zu weiteren Projektzielen, insbesondere dem Interesse, sich vor Manipulationsversuchen oder der Veröffentlichung von strafrechtlich relevanten Inhalten zu schützen. Gelöst wurde dies durch eine zeitnahe Überprüfung aller eingegangenen Beiträge und Kommentare durch Projektmitglieder sowie eine Begrenzung der Beiträge und Bewertungen pro IP-Adresse. Diese technische Begrenzung ist nicht unproblematisch da sie zum Einen beispielsweise durch Proxyserver wie das TOR-Netzwerk [Ku10] umgangen werden kann und zum Anderen große Netzwerke, die Network Address Translation (NAT) nutzen und unter einer einzigen externen IP-Adresse auftreten, benachteiligt. Für dieses Projekt hat sich diese Kombination aus Schutzmaßnahmen jedoch als ausreichend erwiesen.

Für die Beteiligung der Nutzer wurden Technologien und Funktionen integriert, die im Allgemeinen als Web 2.0-Technologien und -Vorgehensweisen bekannt sind [OR05]. Sie ermöglichen, dass der Nutzer nicht länger nur Konsument, sondern auch selbst Produzent wird („Prosumer-Ansatz“, [To80]). Niedrige Zugangshürden und eine einfache Nutzbarkeit der Anwendung waren nötig, da sie die Nutzungswahrscheinlichkeit substanziell erhöhen [VPS10]. Beiträge und Kommentare konnten ohne Registrierung über ein minimalistisches Webformular übermittelt werden, welches ergänzend zum Text nur einen Namen sowie die ggf. vorhandene Parteimitgliedschaft abfragte. Gleichsam konnten Bewertungen von Beiträgen über einen simplen Klick auf einen Link abgegeben werden, der sich daraufhin ausblendete, um direkte Mehrfachbewertungen zu verhindern.

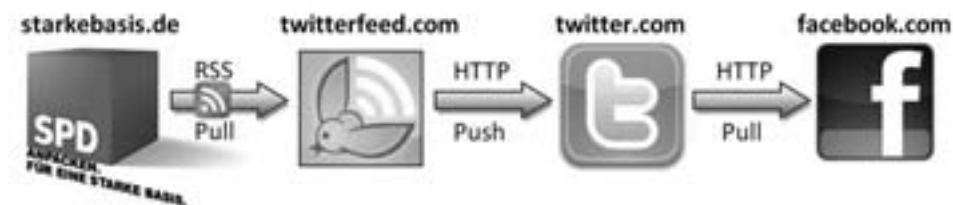


Abbildung 1: Automatische Verbreitungskette bei neuen Beiträgen

Alle Beiträge wurden zum Einen nach Wichtigkeit sortiert bereitgestellt, gleichzeitig aber auch nach Datum rückwärts sortiert präsentiert (Blog-Darstellung [Br08]). Diese Ansicht war auch in Form eines Really Simple Syndication-Feeds (RSS) verfügbar, so dass die neuesten Beiträge jeweils mit einem FeedReader auch außerhalb der Website eingesehen werden konnten. Der RSS-Feed war zudem Ausgangspunkt für eine

automatische Produktionskette in soziale Netzwerke: Über den Dienst Twitterfeed wurde alle zwei Stunden der neueste Beitrag über Twitter und im direkten Anschluss über Facebook publiziert (siehe Abbildung 1). Als Herausforderung stellte sich der Zugriff auf den wachsenden Datenbestand von Meinungen heraus. Ergänzend zur Sortierung nach Wichtigkeit und Neuigkeit, wurden daher zwei weitere Funktionen implementiert. Zum Einen konnten Benutzer eine Volltextsuche über alle Beiträge durchführen und so entsprechende, für den Nutzer interessante Beiträge auffinden. Zum Anderen wurden klassische Data-Mining-Tools genutzt: Nachts wurden alle Wörter der Beiträge extrahiert und gegen eine Stop-Wort-Liste gefiltert. Die Anzahl der Verwendung wurde ermittelt und die wichtigsten dreißig Begriffe in Form einer Wortwolke präsentiert, die gleichsam die Wichtigkeit der einzelnen Begriffe durch die Schriftgröße signalisierte.

3 Ergebnisse und Lessons Learned

Insgesamt sind im vierwöchigen Projektzeitraum 186 Meinungen und 118 Kommentare abgegeben worden. 9390 Bewertungen gingen ein, 7645 von Parteimitgliedern, 1745 von Externen. Die Projektwebsite erzeugte zirka 200.000 Hits und 11.500 Visits. Die inhaltliche Spannweite reichte von internen Organisationsfragen (21 %), über die inhaltliche Ausrichtung (44 %) bis hin zu Fragen des politischen Vorgehens (35 %). Wichtigste Themen der internen Organisation waren die Mitbestimmung in der Partei und der Umgang miteinander, in den inhaltlichen Fragestellungen dominierten die Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik. Am wichtigsten bei politischen Vorgehensweisen waren eine inhaltliche Kontinuität und Fragen zu Koalitionen und Kooperationen.

Eine beispielhafte Aussage zeigt Abbildung 2. Diese Ergebnisse wurden auf dem SPD-Bundesparteitag 2009 allen Parteitagsdelegierten als Tischvorlage ausgeteilt und der Parteiführung zur Verfügung gestellt. Reaktionen auf die Stimmungslage und gewünschte politische Kurskorrekturen in der Partei sind in der innerparteilichen Organisation und bei politischen Konzepten mittlerweile sichtbar.

Aus technischer Sicht bestanden einige Herausforderungen. Zum einen musste die Internetseite innerhalb eines Zeitraums bekannt gemacht werden, der zu gering war, um die Seite innerhalb der Indizes großer Suchmaschinen zu verankern. Somit helfen Verlinkungen von bestehenden Internetseiten der Partei nur bedingt weiter. Es hat sich hierbei als erfolgreich erwiesen, die Projektadresse in großen Internetseiten wie Facebook zu publizieren, da diese beispielsweise einen hohen Google PageRank haben und somit hoch gelistet und zudem häufig reindiziert werden [LMF08]. Auf Facebook ist eine solche Eintragung beispielsweise durch die Erzeugung eines öffentlichen Einrichtungsprofils möglich. Dies ist zudem interessant, da Personen sich als Fans dieser „Einrichtung“ registrieren können und die Empfehlung somit durch bestehende Freundeskreise diffundiert. Bei Registrierung als „Fan“ werden automatisch die Nachrichten einer Einrichtung abonniert und es kann durch die in Kapitel 2 benannte automatische Produktionskette eine dauerhafte Aufmerksamkeit für das Projekt sichergestellt werden. Marketing in sozialen Netzwerken kann also ein wichtiges Glied für eine erfolgreiche Kurzfriskampagne sein.

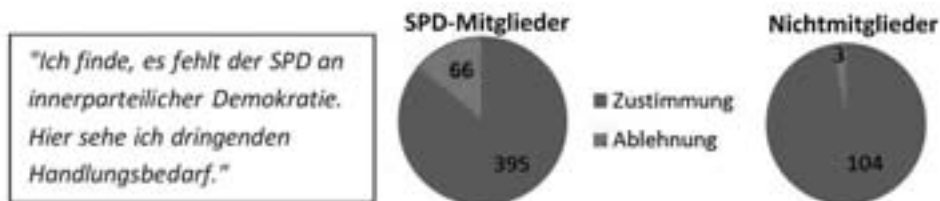


Abbildung 2: Beispielhafte Aussage mit Bewertung

Eine weitere Herausforderung waren die möglichst niedrigen Zutrittsbarrieren zur Website. Die nicht notwendige Registrierung öffnete an sich dem Missbrauch Tür und Tor und wurde durch eine zeitnahe Begutachtung der Beiträge und eine Limitierung der Beiträge pro IP-Adresse ersetzt. Beiträge wurden hierzu mit Löschlinks an eine Mailingliste versandt, die sie an die Projektmitglieder zur manuellen Prüfung weiterleitete. Dies führte zwischendurch zu einem extrem hohen eMail-Aufkommen, welches die Qualität der inhaltlichen Prüfung verringerte. Die einfache Eintragung von Beiträgen und Kommentaren sowie problemlose Bewertung wurde durch AJAX und DHTML-Elemente realisiert. Sie ermöglichten benutzerfreundliche Oberflächen und luden zusammen mit einer flachen Informationsstruktur zur Generierung von Beiträgen ein. Eine Verbesserungsmöglichkeit könnte die Nutzung von Single Sign-On-Systemen (SSO) wie z. B. URL-based Identities sein [PM03]. Somit könnte ein Login verwendet werden, ohne dass ein Nutzer diesen nur für ein einzelnes Projekt anlegen müsste. Zudem könnte die manuelle Inhaltsprüfung, bei der alle Projektmitglieder alle Beiträge geprüft haben, durch eine automatische Textanalyse oder eine Verteilung der Beiträge an die einzelnen Projektmitglieder verbessert werden.

Ein dritter Punkt war der Zugriff auf schnell wachsende Informationsbestände. Je mehr Beiträge in der Plattform verfügbar waren, umso schlechter waren diese auffindbar und umso weniger Aufmerksamkeit kam einzelnen Beiträgen zu teil: „A wealth of information creates a poverty of attention“ [SV99]. Innerhalb der Web-Anwendung hat sich das Durchblättern in Listenform als unpraktisch erwiesen. Eine Volltextsuche und eine durch Data Mining generierte Wortwolke konnten Abhilfe schaffen, führten jedoch dennoch nicht zu optimalen Ergebnissen. In zukünftigen Projekten wären hier weitere Werkzeuge wie die Verschlagwortung in Benutzersprache (Tagging), Text-Mining mit Verfahren wie der Kookurenzanalyse, Topic Models oder der Named Entity Recognition [SZ10], eine Kategorisierung in Themengebiete oder eine Personalisierung mit Hilfe von Kategorien oder Collaborative Filtering zu prüfen [KDH05]. Letzteres wäre jedoch nur bei Zuhilfenahme eines Logins, beispielsweise via SSO, sinnvoll zu realisieren.

Bei Betrachtung der insgesamt eingegangenen Rückmeldungen auf „starkebasis.de“ lassen sich zwei Rückschlüsse ziehen, die für das Projekt hinsichtlich der Konzeption hemmend wirkten: Die Kampagne fand zu einem ungünstigen Zeitpunkt statt, direkt im Anschluss an die Bundestagswahl. Dieser Wahl widmen Parteien in Deutschland in aller Regel ihre größte Aufmerksamkeit, Mitglieder, Funktionsträger und Hauptamtliche sind dabei intensiv eingebunden und mit vielfältigen Aufgaben betraut. Die Partei befand sich nach dem Wahlkampf in einer Art Erschöpfungszustand. Wahlkampfbedingte Urlaubssperren waren aufgehoben, in mehreren Bundesländern fielen die Herbstferien in

den Projektzeitraum. Zumindest ein Teil der im Rahmen des Projekts angesprochenen Funktionsträger und Hauptamtlichen befand sich zu der fraglichen Zeit im Urlaub, so dass Entscheidungsprozesse über eine Beteiligung an dem Projekt zumindest teilweise nicht rechtzeitig eingeleitet werden konnten. Vielen politischen Entscheidungsträgern fehlt es an Erfahrungen mit partizipativen Onlineangeboten. Dieses trug teilweise zu einem abwartenden Verhalten bei, bei dem eine Entscheidung zugunsten des Projekts von der Beteiligung gewichtiger Gliederungen abhängig gemacht wurde. Einige Funktionsträger hatten grundsätzliche Probleme, den Aufbau der Kampagne nachzuvollziehen.

Literaturverzeichnis

- [ALG08] Aouiche, K., Lemire, D., Godin, R: Web 2.0 OLAP: From Data Cubes to Tag Clouds. In WEBIST 2008, Proceedings of the 4th International Conference on Web Information Systems and Technologies, Funchal, Portugal, 2008.
- [Br08] Bruns, A: Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage, Peter Lang Publishing Group, 2008.
- [Fe08] Feldmer, S: Bloggen statt Ortsverein. Süddeutsche Zeitung, 19. April 2008.
- [Ga05] Garrett, JJ: Ajax: A New Approach to Web Applications. <http://www.adaptivepath.com/ideas/essays/archives/000385.php>. 2005, Abruf am 28-02-2010.
- [Gr09] Greengard, S: The First Internet President. In Communications of the ACM 52(2), 2009.
- [HKS03] Heib, R., Kruppe, H., Scheer, A.-W: E-Government: Prozessoptimierung in der öffentlichen Verwaltung. Springer: 2003.
- [KDH05] Kaspar, C., Diekmann, T., Hagenhoff, S: Kontextadaptive Systeme. In WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 34 (2005), 2005.
- [Ku10] Kubieziel, J: Anonym im Netz: Wie Sie sich und Ihre Daten schützen. 2. Aufl., Open Source Presse, 2010.
- [LMF08] Langville, A.N., Meyer, C.D., Fernández, P: Google's pagerank and beyond: The science of search engine rankings. In The Mathematical Intelligencer; 30(1), 2008.
- [Mo09] Moorstedt, T: Ich bin es, Dein Anführer. Süddeutsche Zeitung, 18. Februar 2009.
- [OR05] O'Reilly, T: What Is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. 2005, Abruf am 28-02-2010.
- [PM03] Pashalidis, A., Mitchel C.J.: A Taxonomy of Single Sign-On Systems. In Information Security and Privacy, LNCS 2727, Springer: 2003.
- [Sc09] Schutzmann, I: Wahlkampf 2.0. In Internet World Business 3/2009, Seite 11, 2009.
- [SV99] Shapiro, C., Varian, H.R: Information Rules. Harvard Business School: 1999.
- [SZ10] Schneider, G., Zimmermann, H: Text-Mining-Methoden im Semantic Web. In HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik 271, S. 35-46, 2010.
- [To80] Toffler, A: The third wave. Bantam: 1980.
- [VPS10] Veit, D., Parasie, N., Schoppé, F: Lässt sich politische Beteiligung durch E-Participation Anwendungen verbessern? In Proceedings der Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2010, Universitätsverlag Göttingen: 2010.
- [We07] Westermann, T: Politische Wiki-Nutzung zwischen Groupware und Text-Event – diskutiert an Fallbeispielen aus dem Umfeld von Bündnis 90/Die Grünen. In kommunikation@gesellschaft, Sonderausgabe: Wikis - Diskurse, Theorien und Anwendungen, 2007.