

**Workshop: Aktivieren in der individualisierten Gesellschaft
- Möglichkeiten und Grenzen neuer Medien**

Moderation: Ralf Elsässer, CivixX – Werkstatt für Zivilgesellschaft

**Referat Internetgestützte Beteiligungsverfahren - Beispiele und
Erfahrungen**

Referent Dr. Oliver Märker
Institution Zebralog | medienübergreifende Dialoge
Funktion Geschäftsführer
E-Mail maerker@zebralog.de
Telefon 0228 2619461
Fax 030 - 200 540 26 -99
Internet <http://www.zebralog.de>
Postadresse Adolfstraße 39; 53111 Bonn

Weitere Angaben zur Institution

Zebralog bietet Lösungen im Bereich elektronischer Partizipation auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene an. Im Auftrag von Bundes- und Landesministerien, Kommunen und Kreisen, sowie Stiftungen und zivilgesellschaftlichen Verbänden realisiert Zebralog elektronisch unterstützte Beteiligungsverfahren (E-Partizipation). Zebralog kooperiert mit Technikpartnern und wissenschaftlichen Einrichtungen. Schwerpunkte sind die Entwicklung von Verfahrenskonzepten, die Planung, Inbetriebnahme und Moderation von Beteiligungsplattformen für Genehmigungsverfahren, Stadt- und Regionalplanung, Haushaltsplanung (elektronische Bürgerhaushalte) und Bürgereingabesystem (Elektronische Petitionen) oder Verfahren zur Gesetzesfolgenabschätzung (E-Konsultation).

Schwerpunkte / Thesen des Vortrags

Ideen und Programme nachhaltiger Entwicklung gibt es bekanntermaßen viele. Man weiß bereits heute relativ genau, was zu tun wäre, um zum Beispiel dem Klimawandel entgegenzuwirken. Die Probleme und Herausforderungen liegen deshalb auch mehr in der Frage der Umsetzung und Akzeptanz geeigneter Verbraucherkonzepte, politischer Initiativen und geeigneter Technologien. Viele Maßnahmen werden von Expertenkreisen vorbereitet und entwickelt und anschließend von der Politik entweder dem Bürger oder der Industrie verordnet oder aber sie werden über finanzielle Anreizsysteme beworben. Viele dieser Maßnahmen scheitern dann daran, dass sie von den Adressaten nicht angenommen bzw. umgangen werden. Lösungen können nicht von oben nach unten verordnet werden. Aus diesem Grunde empfehlen sich solche Verfahren, die die Adressaten von Nachhaltigkeitsinitiativen und -programmen stärker einbeziehen. Und zwar nicht nur die Unternehmen, Verbände und andere Interessensvertreter, sondern auch die einzelnen Bürgerinnen und Bürger. Es bedarf daher verbindlicher und institutionalisierter Bürgerbeteiligungsverfahren, durch die die Bürgerexpertisen und -perspektiven in die Programmentwicklung und -umsetzungsstrategien einfließen, um diese alltagsfähig und damit anschlussfähig zu machen. In meinem Vortrag werde ich an Beispiel internet-unterstützter Bürgerbeteiligung (Elektronische Partizipation, oder kurz: E-Partizipation) Verfahren vorstellen, in dem versucht wird, Bürgerinnen und Bürger als Alltagsexperten in politisch-administrative Entscheidungsprozesse, weg von der Zuschauerrolle hin zur Rolle als Ratgeber, einzubeziehen. Dabei wird einmal die These vertreten, dass auch diese elektronischen Verfahren – "sozusagen als inhaltliche Wegbereiter" – selbst so "alltagsnah" gestaltet werden müssen, dass sie die Bürger/innen in die Lage versetzen, sich als Alltagsexperten einfach einzubringen. Zum anderen wird die These vertreten, dass Bürgernähe alleine nicht ausreichend ist, da Verfahren auch verwaltungsnah gestaltet werden müssen, also so, dass sie die Entscheidungsvorbereiter und -träger in die Lage versetzen, den Bürgerinput zu verarbeiten und in ihre Überlegungen und Programme integrieren zu können.

Referat Interaktive Kampagnenarbeit - das Beispiel co2online

Referent Tanja Loitz
Institution co2online gemeinnützige GmbH
Funktion Geschäftsführerin
E-Mail manja.weber@co2online.de
Telefon 030-76768510
Fax 030-76768511
Internet www.co2online.de / www.klima-sucht-schutz.de / www. heizspiegel.de /
 www.energiesparclub.de
Postadresse Hochkirchstraße 9, 10829 Berlin

Weitere Angaben zur Institution

Als gemeinnützige Beratungsgesellschaft engagiert sich co2online seit 2003 für den Klimaschutz. Verschiedene co2online-Projekte richten sich an private Haushalte, die informiert und gleichzeitig motiviert werden, ihren persönlichen Heizenergie- und Stromverbrauch zu senken und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu reduzieren. Verbraucher profitieren zusätzlich von eingesparten Energiekosten. Das Themenspektrum reicht von der wärmetechnischen Modernisierung von Gebäuden bis hin zum Stromsparen im Alltag. Dafür hat co2online gemeinsam mit dem Partner SEnerCon GmbH Online-Beratungswerkzeuge entwickelt, die sie kontinuierlich auf aktuelle Bedingungen anpassen und erweitern. Mit verschiedenen Ratgebern können Verbraucher schnell und effizient herausfinden, ob ihr Energieverbrauch die Umwelt unnötig belastet und welche individuellen Schritte sie zum Energiesparen unternehmen können. Das Energiesparclub begleitet seine Mitglieder langfristig beim Energiesparen und zeigt die erreichten Erfolge auf.

Schwerpunkte / Thesen des Vortrags

Das Internet wird zunehmend zum wichtigsten Medium für die Kampagnenarbeit. Es ermöglicht eine kosteneffiziente und dialogbasierte Kommunikation mit sehr unterschiedlichen Zielgruppen gleichzeitig. Aber die Potenziale werden noch zu selten genutzt. Zu oft wird der Versuchung der technischen Möglichkeiten erlegen oder mit veralteten "Sendegewohnheiten" am Nutzer vorbei kommuniziert. Für jede erfolgreiche Kampagnenarbeit im Internet steht am Anfang die Frage: Wer ist meine Zielgruppe und mit welchen Angeboten im Netz kann ich sie zu welcher Maßnahme motivieren? Anhand von verschiedenen Fallbeispielen aus der Kampagnenarbeit von co2online sollen verschiedene Ansätze gezeigt werden, die zu einer erfolgreichen Kampagnenarbeit geführt haben.