

***E-Voting im Internet -
Formen, Entwicklungsstand
und Probleme***

Martin Brandt / Bernd Volkert*

Nr. 218 / Juni 2002

Arbeitsbericht

ISBN 3-934629-75-X

ISSN 0945-9553

* ISW der Steinbeis-Stiftung, Stuttgart

***Akademie für Technikfolgenabschätzung
in Baden-Württemberg***

Industriestr. 5, 70565 Stuttgart
Tel.: 0711 • 9063-0, Fax: 0711 • 9063-299
E-Mail: info@ta-akademie.de
Internet: <http://www.ta-akademie.de>

Ansprechpartner: Dr. Gerhard Fuchs
Tel. 0711 • 9063-199
E-Mail: gerhard.fuchs@ta-akademie.de

Die *Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg* gibt in loser Folge Aufsätze und Vorträge von Mitarbeitern sowie ausgewählte Zwischen- und Abschlussberichte von durchgeführten Forschungsprojekten als *Arbeitsberichte der TA-Akademie* heraus. Diese Reihe hat das Ziel, der jeweils interessierten Fachöffentlichkeit und dem breiten Publikum Gelegenheit zu kritischer Würdigung und Begleitung der Arbeit der TA-Akademie zu geben. Anregungen und Kommentare zu den publizierten Arbeiten sind deshalb jederzeit willkommen.

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen

Verfasser/Kontaktadresse

Zusammenfassung

1	Untersuchungsziel und Vorgehensweise	1
2	Der Untersuchungsgegenstand und sein Bezugsfeld.....	2
2.1	Partizipation und politische Partizipation.....	3
2.2	Stufen und Grade von Partizipation	3
2.3	Partizipativ angelegte Entscheidungsverfahren.....	5
2.3.1	Grundlegende Verfahren	5
2.3.2	Wahlssysteme.....	7
2.3.3	Der grundlegende Aufbau von Wahlssystemen.....	8
2.3.4	Der Wahlvorgang als Kern	9
2.3.5	Die wichtigsten Wahlverfahren und ihre Vorteile.....	10
2.4	Ein Ordnungsansatz für Partizipationsformen.....	13
2.5	Öffentlichkeit und die Mittlerrolle technischer Medien	14
2.5.1	Öffentlichkeit und ihre verschiedenen Ausprägungen	14
2.5.2	Die Schaffung von Öffentlichkeit durch technische Medien	16
2.5.2.1	Öffentlichkeit und die zentrale Rolle der traditionellen Massenmedien	16
2.5.2.2	Öffentlichkeit und die mögliche Rolle des Internet/Web.....	17
2.5.3	Öffentlichkeit, Partizipation und E-Angebote.....	18
3	Grundlegendes zum E-Voting	20
3.1	Das Neue an E-Partizipation und E-Voting.....	20
3.2	Mögliche Zielsetzungen von E-Voting-Angeboten.....	21
3.3	Der Angebotszusammenhang im E-Voting.....	23

3.4	Prozess und Design im E-Voting	25
4	Der gegenwärtige Stand im Bereich des E-Voting	28
4.1	Die Systematik der E-Voting-Angebote.....	28
4.2	Die näher analysierten E-Voting-Angebote	32
4.2.1	Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen	32
4.2.2	Abstimmungen _{ies}	37
4.2.2.1	Meinungsumfragen.....	37
4.2.2.2	Verbindliche Abstimmungen.....	54
4.2.3	Wahlen in Politik und Verbänden	55
4.2.4	Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien.....	63
4.2.4.1	Reale Organisationen.....	63
4.2.4.2	Virtuelle/simulierte Organisationen (komplexe Lernsimulationen)68	
4.2.5	Vorgelagerte Stufen.....	72
4.2.5.1	Provider von Organisationstools	72
4.2.5.2	Entwickler und Provider von Softwaretools.....	79
5	Spezifische weitere Erkenntnisse	83
5.1	Die vorfindbaren Ziele	83
5.2	Zielgruppen.....	86
5.3	Erkenntnisse zu den Abstimmungs-/Wahlssystemen	88
5.3.1	Die eingesetzten Wahlverfahren und zugehörigen Software- lösungen.....	90
5.3.2	Aufgefallene Mängel und Probleme.....	91
5.3.3	Weitere Potenziale.....	92
5.4	Die Problematik der Ergebnisvalidität	93
5.4.1	Kernfrage Repräsentativität.....	94
5.4.2	Grundsätzlich mögliche und vorgefundene Verzerrungen.....	94
5.4.2.1	Verzerrungen der 1. Ebene	95
5.4.2.2	Verzerrungen der 2. Ebene	96
5.4.2.3	Bewusste Inkaufnahme oder angestrebte Abbildungsverzerrung der 1. Ebene	97

5.4.2.4	Bewusste Inkaufnahme oder angestrebte Abbildungsverzerrung der 2. Ebene	97
6	Gesamtbewertung	99
6.1	Der gegenwärtige Sachstand	99
6.2	Weitere Potenziale	101
7	Literatur zum Thema und seinem Umfeld	103

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Abgrenzungsraum verschiedener sozialer Entscheidungsverfahren	7
Abbildung 2: Die Hauptbestandteile eines Wahlsystems	9
Abbildung 3: Wichtige Partizipationsformen nach zunehmender Komplexität sowie Involviertheit des Einzelnen	14
Abbildung 4: E-Voting im Gesamtzusammenhang	19
Abbildung 5: Wertschöpfungskette E-Voting: Ebenen und Glieder	25
Abbildung 6: E-Voting-Design: Elemente und Softwareunterstützung	27
Abbildung 7: Typisierung von E-Voting-Angeboten nach der Zugangsmöglichkeit	86

Verfasser

Bernd Volkert,

Diplom-Volkswirt, ist Leiter des ISW der Steinbeis-Stiftung (ISW) in Stuttgart. Seine Schwerpunkte der Forschungs- und Beratungstätigkeit liegen im Bereich der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung, u. a. Markt- bzw. Branchenuntersuchungen, regionalwirtschaftliche Analysen, Fragen der Entstehung und Ausbreitung von Innovationen sowie Studien im Umfeld von Internet und E-Commerce. Einen aktuellen Akzent in der Beratungstätigkeit setzt z. B. die Entwicklung eines gewerbestandörtlichen Leitbilds in Zusammenhang mit der langfristigen Neuausrichtung eines zentralen städtischen Gewerbestandorts.

Martin Brandt,

Diplom-Kaufmann, ist freier Berater und im vorliegenden Projekt freier Mitarbeiter des ISW. Im wissenschaftlichen Bereich liegen seine Schwerpunkte u. a. in empirischen Analysen von Handel und Handwerk.

Beide Autoren beraten aktuell zudem in den Bereichen Logistik und Stadtmarketing. Die von der TA-Akademie herausgegebene Untersuchung zu den Regionalen Online-Märkten (ROM) stammt ebenfalls aus der Feder beider Autoren.

Kontaktadresse

ISW der Steinbeis-Stiftung
Baumreute 12
70199 Stuttgart
Fon: 0711 / 649 84 07
Fax: 0711 / 649 20 40
Mail: iswstw@debitel.net
Web: stw.de/isw

Zusammenfassung

1. Ein essenzielles Merkmal von Gruppen, von der informellen Gesprächsrunde bis hin zur organisierten Gesamtgesellschaft, ist , dass sie sich sowohl bei ihrer Formierung als auch zur Abwicklung ihrer laufenden Aktivitäten wesentlich auf Entscheidungen und damit verbundene Prozesse stützen. Die zugehörigen Entscheidungsverfahren sind heute vielfach partizipativ angelegt. **Den Kern partizipativer Entscheidungsverfahren bilden Wahlen und Abstimmungen: Die Entscheidung wird hier von den Gruppenmitgliedern über ein schematisiertes, reflektiertes und nachvollziehbares Vorgehen herbeigeführt.** Dies findet zunehmend auch unter Nutzung elektronischer Medien statt. In den letzten Jahren spielten hier vor allem die Online-Medien von Internet und World Wide Web eine zentrale Rolle. Die vorliegende Arbeit beschreibt derartige Internet-Angebote - zusammengefasst unter dem Begriff des E-Voting - näher, stellt sie in einen systematischen Zusammenhang und versucht, ihre mögliche Bedeutung bzw. Entwicklungsfähigkeit abzuschätzen.
2. Heute findet sich Partizipation in fast allen gesellschaftlichen Bereichen und zu einer sehr breiten Palette von Themen. Sie umfasst unterschiedliche Stufen und kann zudem in der Intensität merklich variieren. Dieses alles spiegelt sich bereits gegenwärtig auch im E-Voting wider: **E-Voting erstreckt sich auf eine Vielfalt von Ansätzen bzw. Angeboten und hat insgesamt ein sehr viel breiteres Anwendungsfeld als die bisher meist im Zentrum des Interesses stehenden offiziellen politischen Wahlen.**
3. E-Voting findet innerhalb vielfältiger Öffentlichkeiten statt: Neben die allgemeine Öffentlichkeit treten hier vor allem die Teilöffentlichkeiten großer und kleiner sozialer Gruppen. Bemerkenswert am E-Voting ist die **Einfachheit**, mit der in diesen Öffentlichkeiten zu einem Thema **individuelle Meinungsäußerungen** eingeholt oder auch **komplette Abstimmungen** organisiert werden können.
4. Der Angebotszusammenhang bzw. die Wertschöpfungskette im E-Voting stellt sich mehrstufig, aber für einen Online-Anwendungsbereich nicht untypisch dar, wobei auf einer Vorstufe die jeweilige Software entwickelt und teilweise in Form von Tools standardisiert wird. E-Voting-Software kann dabei - dem Prozesscharakter von Partizipation, insbesondere auch von Wahlen/Abstimmungen, entsprechend - auf den einzelnen Stufen des Prozesses in unterschiedlich starkem Maße Unterstützung leisten. **Besonders gut formalisierbar und damit software-affin sind die Abbildung des Wahl-/Abstimmungsmodus, der Abstimmungsvorgang selbst, die Auswertung und die Ergebniswiedergabe.**

5. Die bislang bestehenden **Anwendungsfelder** im E-Voting konnten auf der Grundlage der insgesamt betrachteten und ausgewählten Ansätze bzw. Angebote folgendermaßen **systematisiert** werden:
- a) Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen
 - b) Abstimmungen_{ies} (im engeren Sinn) i) Meinungsumfragen ii) verbindliche Abstimmungen
 - c) Wahlen in Politik und Verbänden
 - d) Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien i) reale Organisationen ii) virtuelle/simulierte Organisationen (komplexe Lernsimulationen)
 - e) Vorgelagerte Stufen i) Provider von Organisationstools ii) Entwickler von Softwaretools

6. Dieser Kategorisierung folgend lassen sich die E-Voting-Angebote folgendermaßen charakterisieren:

a) Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen: Mit den Mitteln des E-Voting (Multiple Choice) lassen sich Tests zur Selbstreflexion in vielen Themenbereichen gestalten, gerade auch zur Präzisierung politischer und gesellschaftlicher Standpunkte. **Die bewusste Unterstützung der Selbstverortung kann durchaus als wichtiger Bestandteil partizipativer Ansätze betrachtet werden.** Hier wird von einigen Angeboten durch die gezielte Nutzung der interaktiven Möglichkeiten bei Frage und Antwort bereits ein neues Niveau erreicht.

b) Abstimmungen_{ies}: Zunächst gibt es das große Feld der **Meinungsumfragen**, die ein kommunikationsverbindliches Bild von den Einstellungen gegenüber einem Thema schaffen. **Hier wurden sehr viele Anwendungsfälle vorgefunden, darunter viele unernste, oft auf sehr niedrigem Niveau.** Den Initiatoren fällt in diesen Fällen häufig schwer, interessante Themen zu finden oder auch nur eine sinnvolle Fragestellung mit ernsthaften Antwortalternativen zu entwerfen. Als Folge ist das Interesse des Publikums an derartigen Sites geringer als erwartet, als Geschäftsmodell oder auch bloß zum Erzeugen von Traffic sind sie wenig erfolgreich.

Auf der anderen Seite existieren bei den elektronischen Meinungsumfragen bereits Anwendungen zu gesellschaftlich relevanten **Themen, die den aktuellen Stand sozialwissenschaftlicher Forschung widerspiegeln und darüber hinaus die interaktiven Möglichkeiten des E-Voting gezielt einsetzen.**

Im Gegensatz zu den im Allgemeinen für jeden zugänglichen Meinungsumfragen werden die Möglichkeiten zu **wirkungsverbindlichen Online-Abstimmungen** primär von klar abgegrenzten Gruppen genutzt. **Der Abstimmungsbedarf solcher Gruppen erstreckt sich typischerweise auf die Auswahl gruppenrelevanter**

ter Themen und Aktivitäten, die Bestimmung der Gruppenregeln, die Absprache von Terminen oder auch auf die Arbeitsverteilung innerhalb der Gruppe. Die grundsätzliche Wirkung besteht in einer Senkung der Transaktionskosten im Vergleich mit einer Vereins- oder Vereinsvorstandssitzung durch Entfallen von Transportkosten, leichten Zutritt zur Online-Plattform, schnelle Kommunikation, weniger Zeitaufwand, Zeitversetztheit der Kommunikation (also höhere Zeitsouveränität).

c) Wahlen in Politik und Verbänden: Die **wirkungsverbindlichen Wahlen** stellen hingegen noch die extreme Ausnahme dar. Dies gilt bislang sowohl für die Politik (Parlamentswahlen) als auch allgemein für Körperschaften und Vereine (Gremienwahlen). In den vorgefundenen Fällen von durchweg noch experimentellem Charakter fällt der teilweise sehr hohe Aufwand auf, der im Vorfeld einer rechtsverbindlichen elektronischen Wahl zu leisten ist und auch geleistet wird. Hier ist aufgrund der besonders anspruchsvollen Voraussetzungen, die sowohl aus der **Komplexität der Verfahren als auch aus den hohen Anforderungen an Datenschutz, Datensicherheit und Funktionssicherheit** resultieren, der Weg zur selbstverständlichen Anwendung noch deutlich weiter als in den anderen beobachteten Fällen.

d) Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien: Über die wirkungsverbindlichen Abstimmungen hinaus können bestimmte Online-Angebote für Gruppen genereller zur **internen Organisation dieser Gruppen** eingesetzt werden (informelle Gruppen, Vereine und Parteien). Hier konnten bereits vielfältige Anwendungen mit Nutzwert für die jeweiligen Gruppenmitglieder festgestellt werden. Dies gilt sowohl für rein virtuelle Gruppen, deren Mitglieder nur über das Internet in Kontakt stehen, als auch für Gruppen mit mehr oder weniger starkem persönlichen Kontakt, die einen Teil ihrer Kommunikation elektronisch regeln. Gerade hier, wo die Anwendungen jetzt schon nutzbringend sind, dürften weitere Entwicklungspotenziale zu finden sein.

Jenseits der Arbeit in wirklich existierenden Gruppen, seien ihre Mitglieder allein online oder auch persönlich in Kontakt, ist es mittlerweile möglich, auch komplexe Simulationen von Gruppen und ihren Prozessen online abzubilden. Diese **Lernsimulationen** erzeugen rein **virtuelle Organisationen**. Eine bekannte derartige Simulation („Democracy Online“), welche den politischen Meinungsstreit zum Gegenstand hat und an der sich eine Vielzahl Teilnehmer beteiligt, hat einen Schwerpunkt auf Wahlen und Abstimmungen zu den unterschiedlichsten Themen und die Simulation erreicht durch ihre Komplexität bereits einen erheblichen Erkenntniswert für die Teilnehmer.

e) Vorgelagerte Stufen: Ein weiterer Bereich des E-Voting erstreckt sich auf vorgelagerte Angebotsstufen, insbesondere auf die **Provider der Organisations-**

tools sowie auf die **Entwickler und Anbieter zugehöriger Softwaretools**. Das Angebot besteht folglich nicht in der Moderation von Online-Diskussionen oder in der Durchführung von Abstimmungen selbst, sondern in der Schaffung der zentralen Voraussetzungen für den Aufbau und die Durchführung solcher partizipativer Prozesse. Mit Blick auf die ganze Breite potenzieller Nutzer, von der informellen Gesprächsrunde bis zum Verein, tut sich hier möglicherweise ein Angebotsfeld auf, das vor allem in Richtung standardisierter Software- und Providing-Lösungen noch Potenziale aufweist.

7. Die untersuchten E-Voting-Angebote sind aus unterschiedlichen Intentionen entstanden und verfolgen dementsprechend **privatgeschäftliche, organisationsbezogene, strategisch-politische, partizipatorische oder auch technisch-entwicklungsbezogene Ziele**. Bei den Zielgruppen ist zwischen offenen und geschlossenen (gruppenbezogenen) E-Voting-Angeboten zu unterscheiden. Insbesondere die vollkommen offenen Angebote lassen in den meisten Fällen eine konkrete Zielgruppenstrategie vermissen.
8. Im Prinzip ermöglicht E-Voting zudem eine vergleichsweise **einfache Implementation sehr unterschiedlicher Abstimmungs-/Wahlverfahren**, sodass man für den jeweiligen Entscheidungsfall zu einer möglichst breiten Basis für die getroffene Entscheidung gelangen kann. Die Möglichkeiten gehen folglich weit über die Feststellung der „einfachen Mehrheit“ hinaus. Voraussetzung ist allerdings ein Bewusstsein dafür, welche Auswirkungen die einzelnen Wahlverfahren jeweils auf das Ergebnis haben.
9. Neben dem Wahlsystem und hier im Speziellen Wahlverfahren/Wahlmodus stellt sich mit den Angeboten zum E-Voting auch die Frage der **Ergebnisvalidität**. Zentral gehört hierzu die Frage der Ergebnisrepräsentativität, namentlich bei den offenen Online-Umfragen und ebenso zugänglichen Ergebniswiedergaben. Hier ist bislang in sehr vielen Fällen von allgemein nicht näher erläuterten **Verzerrungen** auszugehen, die die Gültigkeit der Resultate stark in Frage stellen. Darüber hinaus weist der Aspekt der Verzerrungen in der Repräsentativität aber durchaus Facetten auf, die eine differenziertere Betrachtung erforderlich macht.
10. Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass sehr viele Menschen bereits persönliche Erfahrungen mit einfacheren Anwendungen von E-Voting haben. Bereits diese einfachen Anwendungen weisen sehr vielfältige Formen auf. Gruppen nutzen das Instrumentarium bereits in der Praxis; eine nähere Untersuchung des Nutzerverhaltens sowie der Partizipationsbedürfnisse innerhalb von Gruppen könnte zu noch hilfreicheren Anwendungen führen. Derzeit bleiben aber bei E-Voting-Anwendungen noch etliche Fragen offen. U. a. werden die verwendeten Abstim-

mungs- bzw. Wahlverfahren selten reflektiert und sind daher häufig nicht optimal an das Entscheidungsproblem angepasst. Vor diesem Hintergrund steht neben **Aufklärungsbedarf** auf der Nutzer-, aber auch auf der Anbieterseite sowie der **Notwendigkeit der Überarbeitung und Weiterentwicklung** der bisherigen E-Voting-Ansätze auch weiterer Forschungsbedarf.

1 Untersuchungsziel und Vorgehensweise

Die Anfangseuphorie in Sachen (politische) Online-Wahlen ist zwischenzeitlich einer gewissen Ernüchterung bzw. realistischeren Sicht des tatsächlich kurzfristig Machbaren gewichen. Trotzdem gibt es bis heute etliche Versuche, aber auch etablierte Verfahren auf der Basis von Internet/Web in Richtung Beteiligung im Bereich Abstimmung / Wahlen, wenn auch in aller Regel nicht mit offiziell-politischem Charakter. Die Folge ist eine ziemliche Unübersichtlichkeit über die Vielfalt der Ansätze, ihre Ausgestaltung, Zuordnung, ihre tatsächliche Bedeutung etc.

Auch ist die zentrale, anspruchsvolle, sozial- und politikwissenschaftliche Fragestellung „Wo, auf welche Weise und bis zu welchem Grad wird die Partizipation des Einzelnen, der Menschen, Bürger, Wähler im Bereich politischer oder öffentlich gemeinschaftlicher Belange im Sinne einer weiteren Bewusstwerdung, Verselbständigung und Selbstbewusstheit durch E-Partizipation im Rahmen des E-Voting gestärkt, verbessert, auf eine neue Grundlage gestellt?“ bislang nicht beantwortet, und sie lässt sich auch nicht aus einer einzigen Untersuchung heraus beantworten.

Der vorliegende Beitrag will den bislang stark auf politische Wahlen ausgerichteten Blick auf den gesamten gesellschaftlichen Bereich und die dort insgesamt stattfindenden Abstimmungen erweitern sowie erfassen, was bereits online angeboten wird. Hierbei steht zunächst im Vordergrund, die zentralen, vorhandenen Ansätze herauszuarbeiten, eine neue passende Ordnungssystematik zu entwickeln und die Ansätze zuzuordnen. Sodann geht es darum, die einschlägige Relevanz der vorliegenden Online-Angebote abzuschätzen sowie die erkennbaren Defizite und Schwächen zu benennen. Damit ist das Ziel der Untersuchung umrissen, deren Kontext im Umfeld des Forschungseinzelprojekts „Electronic Government“ der TA-Akademie anzusiedeln ist.

Um Ausgangspunkt und Bezugsfeld des Themas klarer zu fassen, war zunächst etwas mehr grundsätzlich Einordnendes zu Partizipation, Entscheidungsverfahren, insbesondere Wahlen, sowie zu Öffentlichkeit und der Rolle technischer Medien in diesem Kontext vorzuschicken. (Kapitel 2). Es folgen einige Grundlegungen zum E-Voting, in denen kurz auf das Neue eingegangen wird, Ziele von E-Voting-Angeboten und der Aufbau der Wertschöpfungskette dargelegt sowie Einsatzmöglichkeiten von Software-Tools aufgezeigt werden (Kapitel 3).

Ein wesentlicher Arbeitsschritt bestand darin, für die vorgefundenen Anwendungen eine umfassende Ordnungssystematik zu erarbeiten, durch die der Beitrag eines bestimmten Typs zum gesamten Feld des E-Votings sichtbar wird. Die einzelnen Teilbereiche werden darauf aufbauend anhand von empirisch vorgefundenen Beispielen eingehend behandelt. Jeder Fall wird nach den Gesichtspunkten

- Begründung der Aufnahme,
- Beschreibung der Inhalte,
- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus und
- Bewertung des E-Voting-Angebots

dargestellt und analysiert. Zusätzlich werden die Beispiele in einheitlich systematisierten Steckbriefen anhand von über 20 Kriterien dokumentiert (Kapitel 4).

Die Bestandsaufnahme führt zu einer Reihe weiterer Fragestellungen, von denen hier nur ein Teil zusätzlich aufgegriffen werden konnte. Hierbei handelt es sich erstens um Erkenntnisse zu den vorgefundenen Zielen und Zielgruppen, zweitens um Auffälligkeiten und Defizite bei den eingesetzten Wahlverfahren, aber auch um in diesem Zusammenhang erkennbare Potenziale, drittens wurde der Aspekt der Ergebnisvalidität unter Konzentration auf die Frage der Repräsentativität näher erörtert (Kapitel 5). Das abschließende Resümee enthält eine komprimierte Gesamtschau, wesentliche Ergebnisakzente sowie Ansatzpunkte für eine Vorausschau mit den derzeit erkennbaren Potenzialen.

2 Der Untersuchungsgegenstand und sein Bezugsfeld

Die vorliegende Untersuchung setzt sich im Rahmen der verschiedenen Akzente der E-Partizipation mit den

- ◆ Erscheinungsformen,
- ◆ dem Sachstand,
- ◆ und wichtigen Implikationen

des E-Voting auseinander, so wie es sich bislang darstellt.

Der Begriff des „E-Voting“ wird hier als Klammer verwendet, um damit alle elektronischen Einflussnahmen Einzelner im Wege stimmenbezogener Verfahren über das Internet zu adressieren.¹ E-Voting-Anwendungen sind dabei Online-Anwendungen, die vor allem der Herstellung verbindlicher Entscheidungen durch Abstimmung oder Wahl in staatlichen Gemeinwesen, aber auch in zivilgesellschaftlichen Gruppen und wirtschaftlichen Organisationen dienen, darüber hinaus aber

¹ Voranstellungen wie „I(nternet)-“, „Online-“, „digital“, „elektronisch“ usw. sind aus gegenwärtiger Sicht als Varianten für das „E-“ anzusehen und dürften bislang inhaltlich wenig präzise bestimmt worden sein.

auch die Bildung, die Artikulation sowie die Erfassung von Meinungen und Präferenzen unterstützen.

Die Bezeichnung für die hier in Frage stehenden Untersuchungseinheiten oder „Produkte“, die E-Voting-Angebote, insbesondere die Webauftritte mit Abstimmungsmöglichkeiten im weitesten Sinn, ist nicht eindeutig. Nachstehend wird vor allem von E-Voting-Angeboten geschrieben, um das öffentliche Offerieren herauszustellen. Je nach Zusammenhang bzw. Erfordernis können aber auch andere Begriffskombinationen genutzt werden wie „...-Site„...-Anwendungen“, „...-Auftritte“, „...-Plattformen“, „...-Portale“.

2.1 Partizipation und politische Partizipation

Unter den Begriff der Partizipation werden die verschiedenen Formen der einflussnehmenden Beteiligung Einzelner an Themen, Problemen, Fragestellungen etc. und zugehörigen Entscheidungen gefasst, die einer Gruppe, einer größeren Gemeinschaft von Personen oder der Gesamtgesellschaft eigen sind.² Folglich gehört Partizipation unmittelbar in den Kontext der Organisation von Gruppen verschiedener Größe.

Auch ist Partizipation als Phänomen damit weiter gefasst als die in der Politikwissenschaft im Zentrum stehende politische Partizipation, die etwa definiert wird mit: alle freiwilligen Handlungen von Bürgern, die darauf gerichtet sind, verbindliche Entscheidungen in einem Gemeinwesen zu beeinflussen (Kaase 1991, S. 466, zitiert nach Marcinkowsky/Irrgang 1999, S. 25). Politische Partizipation steht im Folgenden auch nicht primär im Vordergrund, auch wenn sie die Ausformung mit der allgemein größten Aufmerksamkeit verkörpert. Das besondere Interesse dieser Arbeit gilt hingegen den allgemeineren Formen als Normalfall gesellschaftlicher Partizipationsprozesse.

2.2 Stufen und Grade von Partizipation

Die Darlegung der möglichen Stufen und Grade der Partizipation macht deutlich, wo Beteiligung relevant wird und wie weit diese grundsätzlich gehen kann. Um hier der Falle des unendlichen Regresses zu entgehen, beziehen wir hier Partizipation allein auf der ersten Metaebene und auf der unmittelbaren Ebene ein. Die Metaebene ist dabei das Vorfeld, die Gestalter-, Beobachter- und Kontrollebene der Partizipation. Die Stufen umfassen dann:

² Begriffe wie Beteiligung, Teilnahme oder Teilhabe werden dabei nicht weiter differenzierend verwendet, sondern weitgehend synonym.

⇒ **auf der Metaebene der Partizipation:**

- die **Information** im strategischen Sinn über Teilhaberechte, Grundelemente und Grundfunktionen der Teilhabeprozesse etc.,
- das **Entwerfen / die Gestaltung und Umsetzung** aller Teilschritte, an denen direkt partizipiert werden kann: also Art der Aufklärung, Informationserzeugung, Verfahren der Entscheidungsvorbereitung, der Entscheidung, Ergebnisermittlung, Ergebniskommunikation, Art der Wirkungsteilhabe, Wege der Erfolgskontrolle / Evaluation.

⇒ **auf der unmittelbaren Ebene der Partizipation:**

- **den Appell zur Teilhabe** (Aufforderung zur Beteiligung; auch, dass diese sich „lohnt“)
- die **Information** i. S v. Informationsverteilung, operativ z. B. über Sachthemen, Personen, Gremien, Kompetenzen ...
- die **Entscheidungsvorbereitung**, im Wesentlichen Diskussion z. B. in Form von Foren, Anhörungen, Wahlkampf ... (hier auch Artikulation und Definition von Themen, Problemen),
- die **Entscheidung** selbst, z. B. via Abstimmungen^{ies}, Wahlen,
- die **Ergebnisermittlung**,
- die **Wirkung** (z. B. auch Programmimplementation), beginnend bei der Teilhabe an den Informationen zu den Entscheidungsergebnissen (Ergebniskommunikation) bis hin zur Beteiligung an fassbaren Wirkungen, z. B. Einkommensverbesserungen, Positionsverbesserungen ...
- die **Erfolgskontrolle** bzw. **die Evaluation des gesamten Prozesses**, Durchführung und entsprechende Ergebnisinformation, Ziehen von Schlussfolgerungen, Einleitung von Änderungen ...

Partizipation beginnt folglich deutlich vor den eigentlichen Entscheidungen und ihren Wirkungen, denn an Entscheidungen kann sinnvoll nur teilnehmen, wer bereits vorher an den Entscheidungsvoraussetzungen beteiligt wurde. Wer z. B. von entscheidungsrelevanten Informationen ausgeschlossen wird, kann nicht wirklich gleichberechtigt an den nachfolgenden Entscheidungsprozessen teilnehmen. Auf der anderen Seite wird das Entscheidungsverhalten durchaus dadurch beeinflusst, wie viele Personen und wer im Einzelnen über die entscheidungsrelevanten Informationen verfügt.

Beteiligung kann sodann auf den aufgeführten Stufen unterschiedlich stark ausfallen. Der Grad der Teilhabe bezieht sich im einfachen Fall auf zwei Abstufungen:

- ⇒ lediglich Information über die Gegebenheiten auf den jeweiligen Stufen (= rein informative, eher passive Teilhabe),
- ⇒ die direkte operative Beteiligung auf der jeweiligen Stufe (= aktive Einbindung).

2.3 Partizipativ angelegte Entscheidungsverfahren

Neben der Abgrenzung grundlegender Verfahren, die eine erste Ordnungsvorstellung liefert, kommt im Folgenden den Wahl- und Abstimmungssystemen besondere Aufmerksamkeit zu, da der Leser die untersuchten E-Voting-Angebote in ihrer abstimmungs- bzw. wahlbezogenen Auslegung mit diesem Vorwissen leichter einzuschätzen vermag.

2.3.1 Grundlegende Verfahren

Im vorliegenden Themenfeld verfügen auch seit langem gebräuchliche Termini wie Wahlen, Abstimmungen, Umfragen, Befragungen und Erhebungen abgrenzungsbezogen über Unschärfen. Diese Bezeichnungen sind hier nicht abschließend zu klären. Vielmehr wird nachstehend so viel an begrifflicher Klarheit geschaffen, wie für die vorliegende Untersuchungsaufgabe erforderlich erscheint.

Im professionellen Feld wird der Begriff der „Wahl“ verwendet, wenn über die Besetzung einer Position/Stelle durch eine Person oder Institution (Kandidaten/Parteien) abgestimmt wird. Wahlen sind also in erster Linie personen- und institutionsbezogen. Der Begriff der „Abstimmung“ bezeichnet hingegen eher eine Entscheidung über eine Sachfrage. Im politischen, aber auch noch im außerpolitischen Raum steht damit die „Wahl“ für indirekte bzw. repräsentative, die „Abstimmung“ für direkte partizipative Entscheidungsverfahren.

Im privaten Bereich wird dagegen der Begriff der „Wahl“ auch allgemeiner im Sinne einer Auswahl aus Alternativen verstanden, z. B. die exklusive Wahl zum „Auto des Jahres“. Das letztgenannte Beispiel zeigt, dass sich der Unterschied zwischen „Wahl“ und „Abstimmung“ hier nicht aus dem Gegenstand, sondern lediglich sprachlich aus der Betrachtungsperspektive ergibt.

Im Folgenden wird sprachlich zweigleisig gemäß folgender Übereinkunft vorgegangen:

1. An vielen Stellen wird es sinnvoll erscheinen, den Begriff der Abstimmung als allgemeinen Oberbegriff zu verwenden.
2. In den übrigen Fällen ist entweder der spezifischere Begriff zu verwenden oder „Abstimmung“ als Begriff „im engeren Sinn“ (= „Abstimmung_{ies}“).

Die Termini „Umfragen“ und „Befragungen“ zählen dabei in den Bereich der Abstimmung_{ies}, weil sie via Stimmabgabe Ergebnisse oder Positionen liefern, die - gerade auch in Internet und WWW - gegenüber den Rezipienten bzw. Nutzern als

kommunikationsverbindlich und grundsätzlich als wirkungsrelevant, wenn auch nicht wirkungsverbindlich anzusehen sind.

Sie werden in der Praxis häufig wenig scharf voneinander getrennt, manchmal auch synonym verwendet. Mit Umfrage verbindet sich begrifflich tendenziell jedoch eher die mehr generell ansetzende Meinungsumfrage zur Gewinnung eines repräsentativen Meinungs- oder auch Stimmungsbildes, z. B. aus der gesamten Bevölkerung, über einen bestimmten Sachverhalt. Mit Internet und WWW hat die Meinungsumfrage zudem in quantitativer Hinsicht völlig neue Dimensionen erreicht, qualitativ vielfach aber stark eingebüßt, sodass es sich häufig lediglich noch um Pseudoumfragen handelt.

Die Befragung im wissenschaftlichen Sinn erstreckt sich demgegenüber regelmäßig auf komplexere Sachverhalte als die reine Umfrage und besitzt insofern eine Nähe zur Erhebung, die als Begriff stärker im amtlich-statistischen Bereich verankert ist. Sie bezeichnet dort vor allem, aber nicht allein die Vollerhebung. Da amtliche Erhebungen sehr hohen Ansprüchen genügen müssen, fußen sie in der Regel auf eigenen (statistik-) gesetzlichen Grundlagen.

Die nachstehende Abbildung 1 liefert eine erste Zuordnung von Entscheidungsverfahren für Gruppen/Gemeinschaften. Die Gemeinsamkeit der Varianten Wahlen, Abstimmungen, Umfragen, Befragungen und Erhebungen in der Abbildung besteht darin, dass es sich um strukturierte und rationalisierte Verfahren zur Entscheidungsfindung handelt³, die eine Mehrzahl von Personen bereits im Vorfeld einbeziehen und sich so klar von anderen Entscheidungsverfahren wie etwa Entscheidung durch Orakel, Erleuchtung, Intuition oder Tradieren abheben.

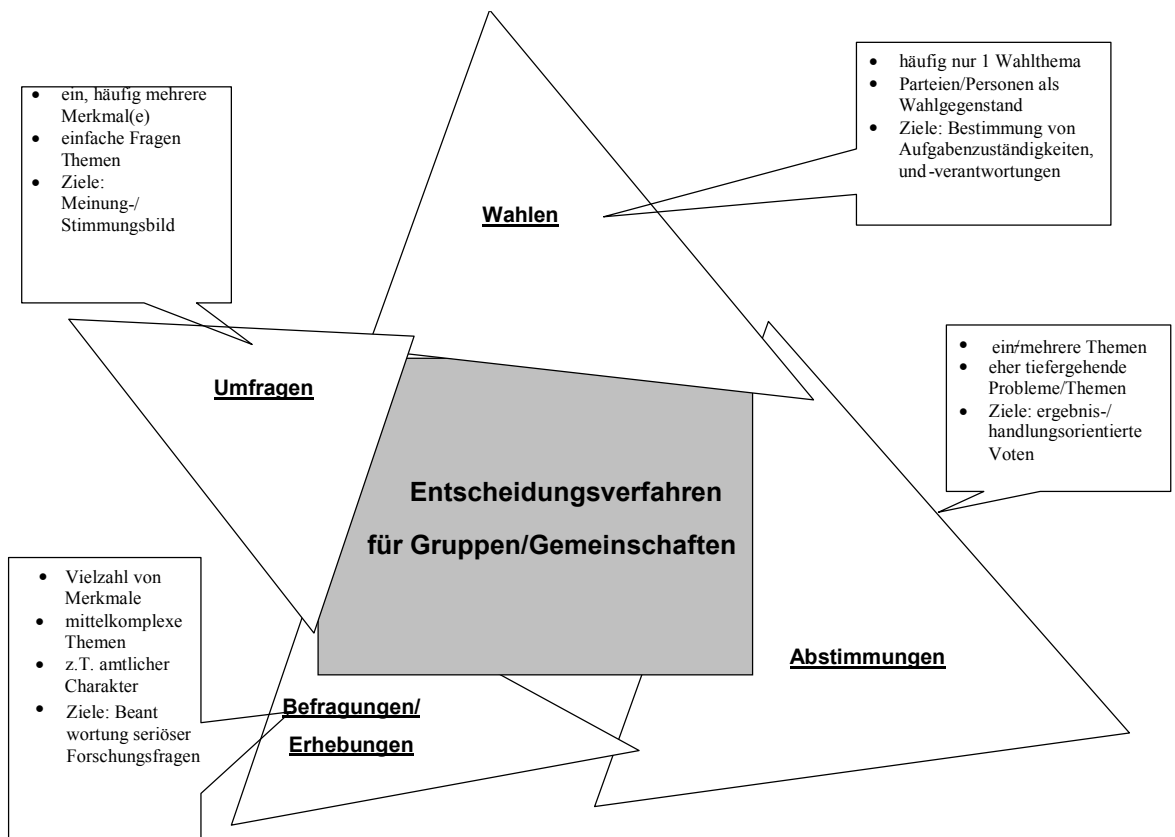
Partizipation im hier verstandenen Sinn und der damit verbundene Prozess bedingt eine Ausgrenzung bestimmter Fälle aus dem Untersuchungsfeld. Die wichtigste Ausgrenzung betrifft die Marktforschung und speziell im vorliegenden Fall die Online-Marktforschung: Ihr eigentliches Ziel ist gerade nicht die Beteiligung der Befragten bei der Herbeiführung einer Entscheidung. Die meisten Marktforschungsfirmen sehen denn auch keine direkte Rückkopplung zum Teilnehmer vor. Ob er die Ergebnisse überhaupt oder etwa nur in Teilen erhält, ist also nicht nur in das Belieben des Anbieters gestellt, der Teilnehmer erhält tatsächlich oft auch keinerlei Rückkopplung zu den Ergebnissen.⁴ Markt- und

³ Hierzu ist grundsätzlich auch das Losverfahren zu rechnen, das im vorliegenden Zusammenhang aber ausgeblendet bleiben kann.

⁴ Ein ergänzender Punkt in diesem Zusammenhang ist, dass die Ergebnisse häufig exklusiv einem Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden. Bei Paneluntersuchungen oder Kohortenbefragungen werden die Teilnehmer zwar durchaus mit bestimmten Vorteilen / Nutzen zur Teilnahme bewegt. Dieser besteht aber im Allgemeinen nicht in einer sachbezogenen Beteiligung, etwa an der Befragungserstellung oder -auswertung.

Meinungsforschung will vor allem eines: Auf keinen Fall die Resultate selbst - etwa durch Partizipation der Befragten - beeinflussen, sei es durch Beteiligung an der Erstellung der Fragen, sei es durch die Ergebnisse der Befragung im Falle von Wiederholungsbefragungen. Oberziel ist die Erreichung von Repräsentativität in Bezug auf ein gegebenes Verhalten oder bestehende Meinungen in einer Grundgesamtheit.

Abbildung 1: Abgrenzungsraum verschiedener sozialer Entscheidungsverfahren



2.3.2 Wahlsysteme

Die in den E-Voting-Angeboten implementierten Abstimmungs- bzw. Wahlsysteme waren vor dem Hintergrund der unterschiedlichen bestehenden Systeme darzulegen. Daher wird hier zunächst einiges über Wahlsysteme generell vorausgeschickt und für den Kern – das Entscheidungsverfahren – ein Systematisierungsansatz vorgestellt. Dies ermöglicht ein leichteres Verständnis nicht nur der vorgefundenen und in Kapi-

tel 5.3 angesprochenen Wahlverfahren an sich, sondern auch ihrer Stärken und Schwächen, die sich nur im Vergleich erschließen.

2.3.3 Der grundlegende Aufbau von Wahlsystemen⁵

Systeme sind im einfachen Fall gekennzeichnet durch ihre Elemente oder Bestandteile und deren wechselseitige Zuordnung bzw. Beziehungen. Ein Wahlsystem ist das umfassende System zur Organisation einer Wahl mit den folgenden drei Hauptelementen oder Stufen: 1. der Vorphase, 2. der Wahldurchführung oder Hauptphase sowie 3. der Nachphase, wobei die Phase 2 mit dem Wahlvorgang den Kern bildet. Die drei Phasen können kurz folgendermaßen markiert werden, wobei hier zunächst nicht zwischen Wähler und Wahlberechtigten unterschieden wird :

⇒ Die Wahlvorphase ist, nachdem die Alternativen definiert sind, mit Vordiskussionen und Wahlkampf durch folgende Wirkungsrichtung oder Zuordnung zwischen Wähler (W) und den/die zu Wählenden (zW - Kandidaten, sinngemäß auch: Sachalternativen und ihre Unterstützer) gekennzeichnet:

$$1) \mathbf{W} \Leftarrow \mathbf{zW}$$

⇒ Die eigentliche Wahl/das Wählen, der Wahlvorgang selbst, bedeutet eine Abbildung vom Wähler auf den zu Wählenden:

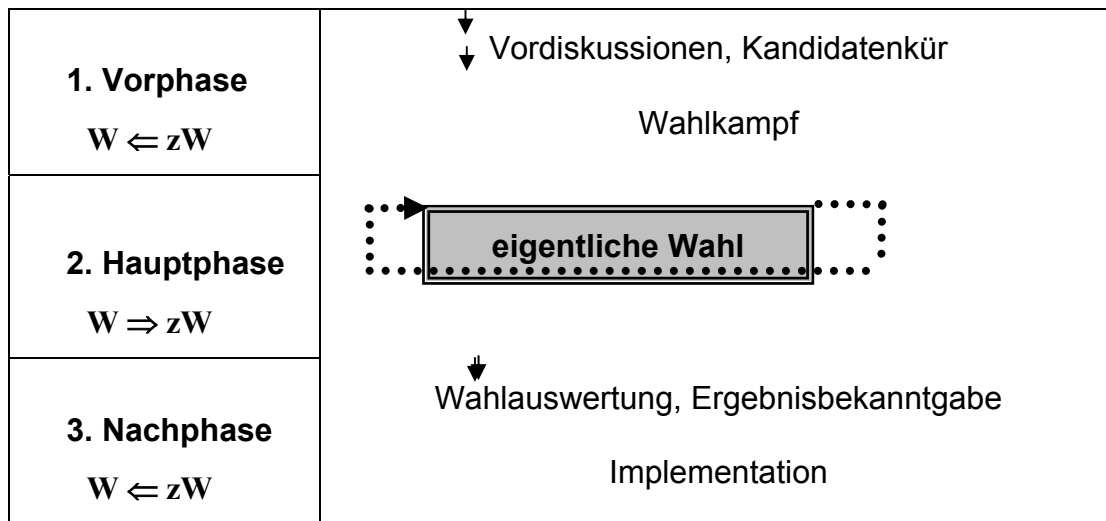
$$2) \mathbf{W} \Rightarrow \mathbf{zW}$$

⇒ Die Wahlnachphase ist, z. B. mit der Implementation von Programmen, wieder durch die umgekehrte Abbildungsrichtung charakterisiert:

$$3) \mathbf{W} \Leftarrow \mathbf{zW}$$

Danach beginnt der Zyklus etwa bei periodisch anstehenden Wahlen von Neuem. Die folgende Abbildung 6 ordnet die Hauptbestandteile auf einfache Weise einander zu.

⁵ In diesem Unterabschnitt wird der Einfachheit halber der Begriff der Wahl auch für den Begriff der Abstimmung verwendet, also Wahlsystem, Wahlmodus ... stehen gleichfalls für Abstimmungssystem, Abstimmungsmodus ...

Abbildung 2: Die Hauptbestandteile eines Wahlsystems

2.3.4 Der Wahlvorgang als Kern

Das Wählen selbst, der Wahlvorgang und seine Organisation, ist nicht nur als Subsystem der Kern eines Wahlsystems, er ist auch die Phase, der beim gegenwärtigen Stand im E-Voting noch die zentrale Aufmerksamkeit zukommt.

Die erforderlichen Elemente dieses Subsystems lassen sich am besten anhand der Fragen, die es für einen Wahlgang zu beantworten gilt, veranschaulichen. Gefragt und vorher beantwortet werden muss insgesamt:

- ⇒ Wer,
 - ⇒ wen oder was,
 - ⇒ wie,
 - ⇒ wie oft,
 - ⇒ wann,
 - ⇒ wie lang,
 - ⇒ wo,
 - ⇒ womit,
 - ⇒ ggf. mit wem,
- wählen darf.

Auf diese Weise können die Elemente für einen Wahlgang benannt werden mit:

- Wahlberechtigte,
- Kandidaten / Themen,

- **Wahlmodus/-verfahren** (getrennt in Abstimmmodus und Auszählmodus, zu trennen vom technischen Verfahren)
- Revidierbarkeit (Annullierung der Stimmabgabe und erneute Stimmabgabe),
- Zeitpunkte (Kalenderzeitpunkte, Tageszeiten),
- Dauer (Gesamtdauer: Beginn und Ende),
- Wahlort (Abstimmungssaal, Wahllokal, Internet-Homepage),
- Hilfsmittel (Abstimmungsblatt, Stimmzettel, Zugangsgesät/Wahlsoftware),
- Hilfspersonen (Wahlhilfe).

Der Wahlvorgang kann darüber hinaus Mehrstufigkeit vorsehen, also mehrere Wahlgänge. Grundsätzlich sind für jeden weiteren Wahlgang dieselben Fragen relevant, auch wenn alles konstant bleibt.

Das Internet schafft dabei für Online-Wahlen bzw. -Abstimmungen durch seine technischen Möglichkeiten eine bislang einzigartige umfassende Plattform für die oben aufgereihten Elemente durch Integration der Bestandteile in eine Homepage: von der Identifizierung der Wahlberechtigten, der Kandidaten-/Themenpräsentation, dem eingebauten Wahlmodus und der zeitlichen Steuerung bis hin zu Wahlort und Hilfsmitteln einschließlich der Erläuterungen zur Stimmabgabe.

2.3.5 Die wichtigsten Wahlverfahren und ihre Vorteile

Wahlverfahren werden häufig über technische Verfahrensmerkmale ihrer Ausgestaltung oder Formalisierung definiert, z.B.: Wahl per Akklamation, per Zuruf oder per Handzeichen (letzteres mit oder ohne „Gegenprobe“ oder genauer Zählung) als „formlose“ Varianten, Hammelsprung (jeder Wähler muss durch eine mit einer Wahlalternative bezeichneten Tür gehen und wird dabei gezählt) als eine formalisierte nichtschriftliche Variante, sowie dann die schriftlichen Varianten, darunter die geheime Wahl, mit ihren weitaus strengeren Formerfordernissen. Die meisten Abstimmungen im vorpolitischen Raum erfolgen formlos.

Diese Einteilung sagt aber wenig über die angewendeten Entscheidungsregeln aus, die gerade bei den wenig formalisierten Verfahren den Beteiligten nicht einmal bewusst sein müssen. E-Voting ist demgegenüber immer formalisiert, mindestens analog zu den schriftlichen Verfahren, wodurch eine Notwendigkeit besteht, die verwendeten Entscheidungsregeln vorab zumindest intern zu explizieren.

Zunächst ist nach dem erforderlichen **Quorum** zu unterscheiden, also der einfachen oder qualifizierten (meist: absoluten) Mehrheit.

Die Akzeptanz von mit einfacher Mehrheit gefällten Entscheidungen erlaubt leicht verständliche Abstimmungen mit einfacher Stimmabgabe und einfacher Auszählung sowie mit Ausnahme von Pattsituationen immer einem eindeutigen und überdies

nachvollziehbaren Ergebnis. Auf der anderen Seite konkurrieren hierbei ähnliche Alternativen miteinander und können im Wettbewerb mit einer deutlich anderen Alternative alle verlieren, auch wenn sie zusammengenommen die größte Anhängerschaft haben.

Die Erfordernis einer qualifizierten Mehrheit (absolute oder noch stärkere Mehrheit) schaltet dieses aus und führt zu einer breiteren Akzeptanz des Ergebnisses. Dem steht aber die Schwierigkeit gegenüber, bei der Auswahl aus mehreren Alternativen überhaupt ein Ergebnis zu erzielen, das dieser Anforderung genügt.

Nachstehend werden wesentliche **alternative Wahlverfahren** und ihre jeweilige Methode der Entscheidungsfindung kurz benannt und stichwortartig in ihren Wirkungen beschrieben.⁶ Dabei werden Verfahren, die auf der Abgabe einer Einzelstimme basieren, von Verfahren mit der Abgabe mehrerer Stimmen unterschieden.

- Verfahren mit Abgabe einer **Einzelstimme**:

Die Abgabe einer Einzelstimme ist einfach zu handhaben, führt aber oft nur zu einfachen Mehrheiten und damit nur zu einer begrenzten Unterstützung für das Ergebnis. Scheint eine breitere Unterstützung und damit ein höheres Quorum notwendig zu sein, müssen in weiteren Wahlrunden zusätzliche Entscheidungskomponenten hinzukommen. Üblich ist hier

- A) ein schrittweises Verfahren mit dem jeweiligen Ausscheiden der in der vorhergehenden Runde am wenigsten angenommenen Alternative (z.B. Auswahl des Austragungsorts der Olympischen Spiele durch das IOC), dieses Verfahren ist sehr aufwändig, führt aber zu einem vergleichsweise breit getragenen Kompromiss aus der bestehenden Alternativenauswahl;
- B) die Reduktion des zweiten Wahlgangs auf die beiden bestplatzierten Alternativen (z.B. französische Präsidentschaftswahl), dies ist eine wesentlich einfachere Variante, sie kann aber, wenn eine an sich mehrheitsfähige Grundposition in zu viele Alternativen aufgespalten ist, dazu führen, dass die im zweiten Wahlgang verbliebenen Alternativen für eine Mehrheit der Abstimmungsberechtigten unbefriedigend sind;
- C) ein Verfahren, bei dem in beliebig vielen Runden immer wieder neue Kompromissvorschläge möglich sind, bis schließlich ein Vorschlag das Quorum erreicht (Bischofswahl der Evangelischen Kirche in Württemberg), dieses u.U. langwierige und aufwändige Verfahren hat den Vorteil, dass ein Kom-

⁶ Wahlverfahren werden üblicherweise jeweils separat beschrieben, teils als theoretische Modelle, teils als in der Praxis vorgefundene Varianten (vgl. u.a. Holubiec/Mercik: Inside Voting Procedures, München 1994). Der von uns verfolgte Gliederungsansatz versucht demgegenüber eine allgemeinere Systematisierung.

promiss schließlich auch außerhalb der ursprünglichen Alternativen gefunden werden kann;

- D) eine Absenkung des Quorums oder ein Verzicht hierauf in weiteren Wahlgängen (Bürgermeisterwahl in Baden-Württemberg mit Erfordernis der absoluten Mehrheit im ersten und relativer Mehrheit im zweiten Wahlgang), dies ermöglicht für den zweiten Wahlgang strategische Allianzen zwischen den Kandidaten bzw. Vertretern von Sachalternativen (Rückzüge, verbunden mit Stimmempfehlung, theoretisch denkbar wäre auch die Aufstellung einer neuen Kompromissalternative für den zweiten Wahlgang).

- Verfahren mit Abgabe mehrerer Stimmen:

Die Abgabe mehrerer Stimmen pro Wähler führt in der Regel dort zu breit getragenen Konsenslösungen, wo die Alternativen weniger grundsätzlicher bzw. einander ausschließender Natur sind. Allerdings kommt es nicht zwingend zu absoluten Mehrheiten. Üblich sind

- a) die Verteilung einer festen Stimmenzahl auf eine Vielzahl von Alternativen (Grundversion), besonders geeignet für einander inhaltlich nicht widersprechende Alternativen, mit dem Vorteil, eher einen Überblick über die Präferenzen in einer Gruppe zu erlauben;
- b) die Abwahl von Alternativen, indem jeder so viele Stimmen hat, wie Alternativen vorhanden sind, sie aber nicht alle zu nutzen braucht, ungewünschte Alternativen also fallen lässt, wie dies im täglichen Leben besonders bei der Auswahl von Terminen angewendet wird und sich aber grundsätzlich auch zur Auswahl von Kandidaten eignet;
- c) die Einführung von Gewichtungen, wobei mehrere Stimmen auf die gleiche Alternative gesetzt werden können („Kumulieren“), wodurch Wähler strategisch entsprechend ihrer Präferenzordnung Kandidaten mit mehreren Stimmen stark oder mit wenigen (ggf. einer) Stimmen schwach unterstützen und damit in besonderem Umfang strategisch wählen können (z.B. Baden-Württembergische Kommunalwahl).

Erscheint ein höheres Quorum erforderlich, ist dies in der Regel in einem Schritt erreichbar, indem Stimmen als Präferenzen abgegeben werden: Die Wähler können außer einer Erstpräferenz auch noch zweite und ggf. weitere Präferenzen angeben. Erreicht bei den Erstpräferenzen keine Alternative das festgesetzte Quorum, werden zweite Präferenzen hinzugezogen, ggf. auch weitere. Die Verfahren unterscheiden sich danach, ob bei den Auszählungsrunden nach und nach weniger gewünschte Alternativen ausscheiden (ICANN, vgl. Kap. 4.2.3) oder nicht, auch gibt es unterschiedliche Ausscheidungsregeln.

Sind in einem Wahlgang mehrere Alternativen gleichzeitig auszuwählen (z.B. ein Parlament zu besetzen), kommt dem **Auszählmodus** bei der Verteilung der Reststimmen besondere Bedeutung zu, insbesondere bei indirekter Wahl mit ihrer Erfordernis einer Verteilung von Listenplätzen auf Parlamentssitze. Die einzelnen mathematischen Verfahren unterscheiden sich hier dadurch, in welcher Weise bei der Verteilung eher die Listen mit größerer oder eher mit kleinerer Stimmenanzahl im Zweifel bevorzugt werden. Eine Diskussion dieser Verfahren geht aber bereits weit über die Erforderlichkeiten im Rahmen einfacher Abstimmungen im vorpolitischen Raum hinaus.⁷

2.4 Ein Ordnungsansatz für Partizipationsformen

Partizipation reicht - wie bereits betont - über die häufig im Zentrum stehenden Entscheidungsverfahren selbst (wie Wahlen, Abstimmungen etc.) hinaus. Die heute bestehenden Formen der Beteiligung lassen sich nach verschiedenen Kriterien ordnen. Partizipatorisch interessant ist z. B. eine Ordnung danach, wie stark der einzelne Beteiligte involviert sein muss bzw. wie komplex dabei die einzelne Form der Beteiligung ist. Der Grad der Komplexität aus Sicht des Einzelnen sinkt hier mit dem Abstand zum jeweils in Frage stehenden Sachverhalt, den die einzelne partizipierende Person haben kann, manchmal auch muss oder soll.

Die nachstehende Abbildung unterscheidet in einem nicht stetigen Intervall vier Formen mit den beiden Extremen jeweils am linken und rechten Ende, wobei Komplexitätsgrad und Grad der Involviertheit von links nach rechts zunehmen.

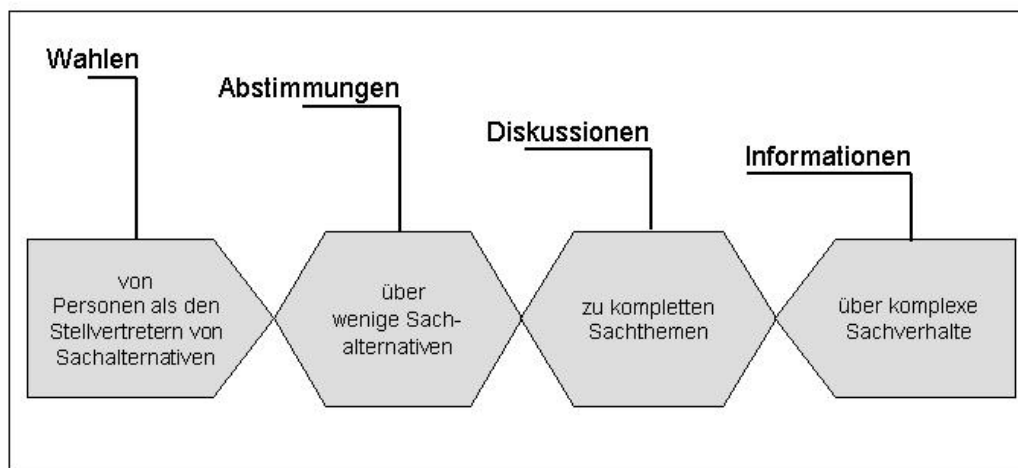
Die vier unterschiedenen Formen der Beteiligung Einzelner lassen sich auf dieser Grundlage in Stichworten folgendermaßen charakterisieren:

- ⇒ Informationen: sachlich in aller Breite möglich; eigenes inhaltliches Involvement des Einzelnen sehr hoch: von der Nutzung angebotener, der Suche nach ergänzenden bis zur Generierung zusätzlicher Informationen durch den Beteiligten;
- ⇒ Diskussionen: sachlich bereits reduziert; eigenes inhaltliches Involvement hoch, aber zeitlich und sachlich begrenzt (z. B. Diskussionsforum);
- ⇒ Abstimmungen_{ieS} (einschl. Befragungen/Umfragen): sachlich weitere Reduktion, Verdichtung zu wenigen überschaubaren Alternativen, die zur Abstimmung stehen; eigenes inhaltliches Involvement verkürzt auf die aufgezeigten „Punktalternativen“;

⁷ Demgegenüber sind die in politischen Wahlen in Deutschland vorfindbaren Systeme in der Regel recht komplexe Kombinationen aus den genannten Elementen, die mit den hier dargestellten Grundvarianten nicht hinreichend beschrieben sind.

⇒ Wahlen: sachlich Verdichtung auf eine Person / Institution als pars pro toto; eigenes inhaltliches Involvement reduziert auf die Auswahl von zur Wahl stehenden Repräsentanten für einen ganzen Set von Sachthemen und möglicherweise Personen.

Abbildung 3: Wichtige Partizipationsformen nach zunehmender Komplexität sowie Involviertheit des Einzelnen



Die Reduktion der Komplexität bei den Partizipationsformen erlaubt im selben Zug also eine Reduktion des persönlichen Involvements eines Großteils der Beteiligten. Die Entwicklung und Einübung dieser Partizipationsformen mit stufenweiser Rückzugsmöglichkeit für den Einzelnen kann als eine zentrale Voraussetzung dafür angesehen werden, dass sich im Lauf der Zeit große partizipativ organisierte Gesellschaften herausbilden konnten.

2.5 Öffentlichkeit und die Mittlerrolle technischer Medien

2.5.1 Öffentlichkeit und ihre verschiedenen Ausprägungen

Öffentlichkeit stellt die gemeinsame, allen zugängliche Plattform einer Gemeinschaft dar, auf deren Grundlage die Mitglieder miteinander kommunizieren, diskutieren, entscheiden und handeln. Öffentlichkeit wird auch mit dem Begriff des Raums verbunden, des öffentlichen Raums, in dem sich eine Gemeinschaft treffen, inhaltlich

kommunizieren und organisieren kann. Öffentlichkeit kann auch als das Fluidum des sozialen Austausches bezeichnet werden, ohne das es keine Partizipation des Einzelnen an Themen und Problemstellungen der Gemeinschaft geben kann.

Doch existiert nicht nur die eine Öffentlichkeit, wie man aufgrund des allgemeinen Sprachgebrauchs meinen könnte: Diese allgemeine Öffentlichkeit ist innerhalb einer Bevölkerung oder Gesellschaft nicht weiter spezifiziert, sie besteht sozusagen für alles und für jeden. Sie ist gefordert, wenn es um die Organisation demokratischer Prozesse und die Verwirklichung demokratischer Teilhaberrechte im gesamten Gemeinwesen geht.

Die Unterscheidung verschiedener Öffentlichkeiten folgt vor allem zwei Kriterien:

1. dem inhaltlichen Kriterium der thematisch-sachlichen Abgrenzung und
2. dem formalen Kriterium der Größe einer Personengesamtheit, auf die sich Öffentlichkeit bezieht.

Spezifische Öffentlichkeiten in sachlicher Differenzierung sind z. B. die politische, die soziale oder die kulturelle Öffentlichkeit. Nach der Größe kann man neben der Gesamtgesellschaft einzelne Teilgesellschaften, Gruppen, Vereine u. ä. unterscheiden. Theoretisch ist der Zwei-Personen-Fall der Grenzfall für Öffentlichkeit.

Einzelne Öffentlichkeiten sind nicht immer einwandfrei voneinander zu trennen. So kann man die politische Öffentlichkeit nur ungefähr eingrenzen auf den Teil einer Gesellschaft, der sich z. B. aktiv mit politischen Themen auseinandersetzt und/oder Träger politischer Rechte ist. Wichtig ist festzuhalten, dass eine einzelne Person Teilnehmer oder Bestandteil mehrerer Öffentlichkeiten sein kann.

Wie schon betont, steht im Folgenden nicht allein die politische Partizipation und die zugehörige Öffentlichkeit im Zentrum. Die „klassischen politischen Aktivitätsformen“ mit Informieren, Diskutieren, Wählen und politische Tätigkeit (Woyke in seiner Einführung zu „Internet und Demokratie“, 1999) beinhalten eine Verengung der Betrachtungsperspektive. Sie kennzeichnen den typischen zeitlichen Ablauf in einer Wahldemokratie, bei der der Wahlprozess die Voraussetzung für das auf eine bestimmte Dauer angelegte politische Aktivwerden der Gewählten bildet.

Für die Einbeziehung von Partizipationsformen innerhalb kleinerer Öffentlichkeiten, etwa von Gruppen, spricht im vorliegenden Fall:

- a. Die Herausbildung neuer Partizipationsformen für den Einzelnen ist gerade nicht allein an die Gesamtöffentlichkeit oder die politische Öffentlichkeit gebunden.
- b. Die neuen gruppenbezogenen Formen können inhaltlich sogar als Vorstufe einer allgemeingültigeren Partizipation gesehen werden. Ihre Herausbildung ist insofern wichtig, um später im größeren „Maßstab“ neue Partizipationsformen in komplexeren Öffentlichkeiten schultern zu können.

- c. In formaler entwicklungsbezogener Hinsicht können sie zudem Test- und Übungsfelder für verschiedene technische, organisatorische und sicherheitsbezogene Lösungen sein.

2.5.2 Die Schaffung von Öffentlichkeit durch technische Medien

Kommunikation zwischen den Beteiligten ist das Mittel, um Öffentlichkeit herzustellen. Für kleinere Gruppen reicht dabei die unmittelbare, direkte Kommunikation mittels persönlicher Ansprache grundsätzlich aus. Das kann das persönliche Gespräch sein, der persönliche Austausch im 1:1-Verhältnis, das kann aber auch noch die persönliche Ansprache ganzer Gruppen bzw. Versammlungen durch Reden oder Vorträge sein.

Die Schaffung und laufende Gewährleistung von Öffentlichkeit wird jedoch mit zunehmender Zahl der Beteiligten, steigender Komplexität der zu handelnden Themen und zunehmender Zahl der Öffentlichkeiten schwieriger. Ab einer bestimmten Mitgliederzahl benötigt die Herstellung von Öffentlichkeit Techniken, die eine Mittlerrolle in der Kommunikation, eine mediale Funktion übernehmen. Entsprechend spricht man hier von Kommunikationsmedien und -techniken. Die so erzeugte Öffentlichkeit kann man als vermittelte Öffentlichkeit bezeichnen.

Die Instrumente des gemittelten Austauschs zwischen Sender(n) und Empfängern zeichnen sich bezüglich der Nachrichten als kommunikativem Hauptgegenstand durch bestimmte Erzeugungs-, Speicherungs-, Übertragungs- bzw. Verteilungs- und Wiedergabeverfahren aus.

2.5.2.1 Öffentlichkeit und die zentrale Rolle der traditionellen Massenmedien

Für die vermittelte Öffentlichkeit und die mittelbare Kommunikation heutiger Prägung spielen die Massenmedien eine ganz zentrale Rolle, die auch verfassungsrechtlich abgesichert ist (Art. 5 (1) GG) sowie im Gefolge die Landesmedien- und Landespressegesetze). Zu den Massenmedien zählen klassisch alle Druckmedien einschließlich Presse sowie heute im Wesentlichen Hörfunk und Fernsehen. Sie kennzeichnet die Fähigkeit, auf relativ einfachem Weg einen großen Teil der Bevölkerung mit Informationen erreichen zu können.

Den Massenmedien ist traditionell gemeinsam, dass sie so genannte Pushmedien sind, also fast ausnahmslos nur die eine Senderichtung hin zum Adressaten bzw.

Kunden kennen⁸. Man spricht hier auch von Pushkanälen im Gegensatz zu den Pullkanälen.

Im Rahmen der demokratischen Verantwortung werden den Massenmedien bestimmte konstruktive Funktionen zugeschrieben. U. a. Harth (1999, S. 9f.) nennt als zentrale politische Funktionen

- ⇒ die Herstellung von Öffentlichkeit als Generalfunktion (auch durch Reduktion von Komplexität),
- ⇒ die Bildungsfunktion (durch Verfügbarmachung von Wissen und Kenntnissen),
- ⇒ die Informationsfunktion (durch informative Aufbereitung aktueller Ereignisse),
- ⇒ die Sozialisationsfunktion (durch Einübung politischen Verhaltens und Internalisierung politischer Normen),
- ⇒ die Artikulationsfunktion (durch Darstellung von Meinungen etc. politisch relevanter Gruppen) sowie
- ⇒ die Kritik- und Kontrollfunktion zu Sachfragen, Personalfragen und Verfahrensfragen.

Die genannten Funktionen sind Idealfunktionen mit den entsprechenden Abweichungen in der Wirklichkeit. Sie gelten im Besonderen, aber doch nicht allein, für den politischen Bereich, sondern letztlich ebenso für die anderen Sachbereiche, die in den Massenmedien eine Spiegelung erfahren werden.

2.5.2.2 Öffentlichkeit und die mögliche Rolle des Internet/Web

Das Internet ist eine neue, inzwischen von der Ausstattung her doch massenhaft verbreitete Kommunikationstechnik, welches in Abhebung von den Massenmedien als Pullmedium charakterisiert wird, das aber sehr wohl auch eine Pushvariante mit mehreren Pushkanälen kennt. Darüber hinaus ist es ein echtes dezentrales Medium der wechselseitigen, gruppenbezogenen Kommunikation unter Gleichen, vor allem auf der Basis von Schrift und Bild, zunehmend aber auch von Ton und Bewegtbild. Mit diesen neuen Möglichkeiten kann die Herstellung von Öffentlichkeit, ihre laufende Gestaltung und die Partizipation der Individuen neue Qualitäten erlangen. Hier liegt ein Potenzial, das - weitgehend nach Harth (ebenda, S. 11) - besonders gesehen wird in

- ⇒ der Vielfalt der produzierten und dem Grunde nach jedem zugänglichen Informationen in Verbindung mit der Aufhebung zeitlicher Restriktionen und der

⁸ Leserbrief, Höreranrufe, -faxe und -E-Mails sind hier nur unzulängliche Surrogate für die andere Kommunikationsrichtung bzw. den Empfang.

- Weitung der Kriterien zum Nachrichtenwert (Stärkung der Bildungs- und Informationsfunktion),
- ⇒ der prinzipiell uneingeschränkten Beteiligung an der Informationsproduktion (Stärkung der Artikulationsfunktion),
 - ⇒ der dem Pullmedium eigenen größeren Wahlfreiheit des Einzelnen hinsichtlich seiner Informations- und Kommunikationsbedürfnisse,
 - ⇒ der Stützung bestehender und der Herstellung neuer, auch internationaler Öffentlichkeiten bzw. Teilöffentlichkeiten auf der Basis verschiedener Austauschformen - von der E-Mail bis zum Live-Chat (Stärkung der kommunikativen Partizipation),
 - ⇒ der hohen Verfügbarkeit und Offenheit der Kommunikationsformen des Internet als gewissem Gegengewicht zur (zunehmenden?) Wirklichkeitskonstruktion traditioneller Massenmedien (Stärkung der Kritik- und Kontrollfunktion),
 - ⇒ markt- und machtpolitisch - mit Blick auf die Konzentrationsprozesse in der Medienlandschaft der dezentrierenden Tendenz dieses jungen Mediums, da es dezentral organisiert und nicht zu besitzen ist⁹,
 - ⇒ der Erleichterung der Meinungsäußerung zu bestimmten Themen durch „Televoten“ (Stärkung der Diskussionspartizipation),
 - ⇒ der Erleichterung von Stimmabgaben bei bestimmten Wahlentscheidungen (Stärkung der Entscheidungspartizipation) sowie
 - ⇒ der Erleichterung der interessengeleiteten gemeinschaftlichen (auch politischen) Aktivierung und des Tätigwerdens durch Vernetzung (leichte Verlinkung/Portalisierung, Versendung von Massenmails ...) (Stärkung der Aktivitätspartizipation).

Die vorstehenden Punkte beschreiben Potenziale; ihre Ausschöpfung erfolgt nicht automatisch, denn „Informations- und Kommunikationsprozesse sind aus der Perspektive der Menschen höchst eigenständige Aneignungsprozesse“ (Jarren 1998, S. 16, nach Harth 1999, S. 13). Und diese sind - so kann man ergänzen - bereits für sich genommen mit Aufwand bzw. Kosten verbunden. Die Annahme bzw. die Nutzung der Potenziale hängt darüber hinaus an Faktoren wie Gewohnheit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen (ebenda).

2.5.3 Öffentlichkeit, Partizipation und E-Angebote

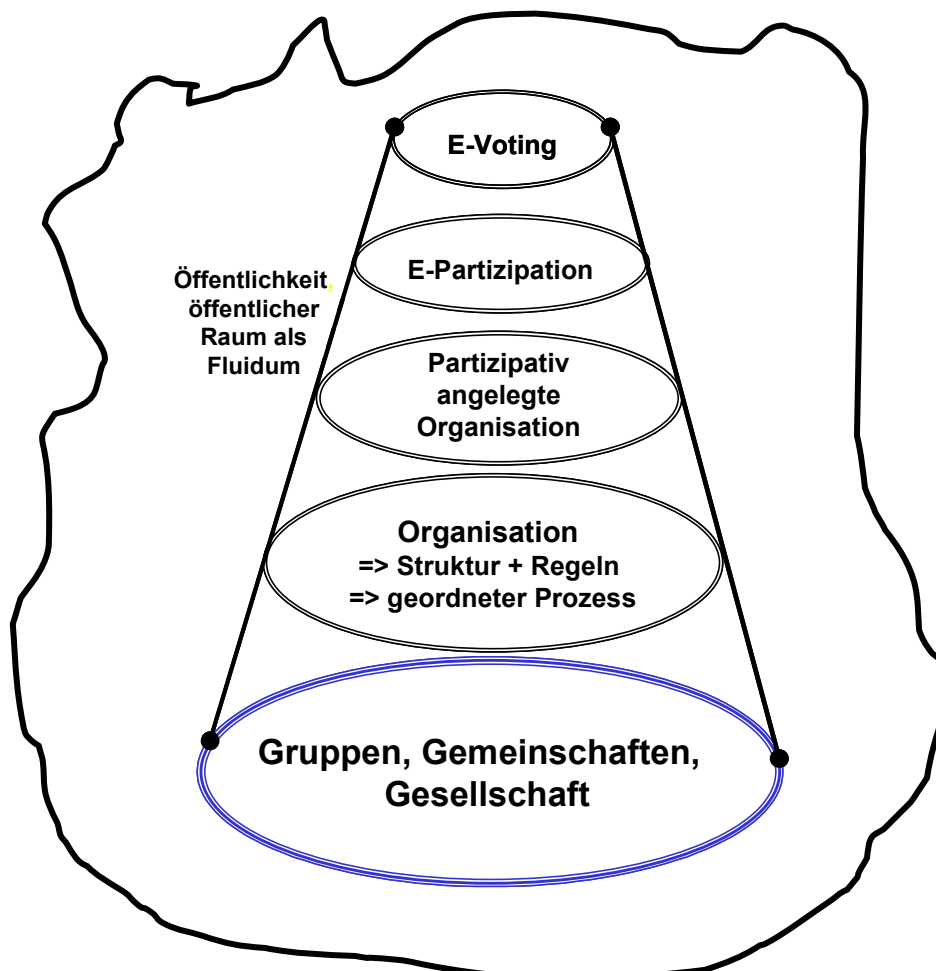
Die Betrachtungen zum Bezugsfeld des Untersuchungsgegenstands „E-Voting“ sollen mit einer Zusammenschau schließen, die wesentliche Komponenten des Bezugs-

⁹ Natürlich ist dieses heute nicht mehr in Reinform zu unterschreiben. Der Tendenz nach kann man diese Aussage aber bestehen lassen.

felds aufführt und zueinander in Beziehung setzt (vgl. Abbildung 4). Der „große Bezug“ des E-Voting ist die einzelne Gruppe, Gemeinschaft oder auch gesamte Gesellschaft. Solche sozialen Vereinigungen benötigen interne Organisation, um lebensfähig zu sein. Grundsätzlich bedarf es einer internen Struktur (Aufbau) und verschiedener Regeln für den Gruppenprozess (Ablauf). Dieses kann sehr unterschiedlich aussehen. Eine für offene Gesellschaften zentrale Möglichkeit besteht darin, die Organisation partizipativ und somit ausgehend von den einzelnen Mitgliedern anzulegen.

Die elektronischen Techniken, insbesondere das Online-Potenzial von Internet und WWW, ermöglichen es, einen Teil der partizipativen Gruppenprozesse bezüglich gemeinsamer Themen, Fragen, Entscheidungen etc. über diese Medien abzuwickeln. E-Partizipation ist gewissermaßen die elektronische Entsprechung von Partizipation allgemein und E-Voting ist E-Partizipation komplett als Teilbereich zugeordnet. Eingebettet ist das Ganze jeweils in eine Öffentlichkeit oder einen öffentlichen Raum, der als Fluidum den Start und die fortgesetzte Organisation von Vereinigungen erst ermöglicht, aber auch fördert.

Abbildung 4: E-Voting im Gesamtzusammenhang



3 Grundlegendes zum E-Voting

3.1 Das Neue an E-Partizipation und E-Voting

Das Aufkommen von Techniken wie E- oder Online-Kommunikation hat zwar nichts oder wenig Prinzipielles an den vorstehend erläuterten Grundformen der Partizipation verändert, wohl aber ergeben sich neue Kombinationen als den E-Techniken inhärente Potenziale sowie weitere „Erleichterungen“ bei der Ausübung von Partizipationsrechten.

Auf der ersten Ebene ist E-Partizipation in Form des E-Voting deshalb eine technische Angelegenheit, die sich in mehr Ansatzpunkten zur Partizipation und in Vereinfachung der Partizipation äußern.

Der Unterschied ist also zunächst ein technischer und im Gefolge natürlich auch ein organisatorischer, denn es gibt keine neue Technik, die nicht auch organisatorische Anpassungen oder Neuerungen erfordert.

Die neuen technischen Möglichkeiten liegen in besserer

- Zugangs- und Kommunikationstechnik für den Einzelnen (Aspekt der direkten Teilnahme),
- Verarbeitungstechnik (Aspekt der Auswertung und Speicherung) und
- Rückkoppelungstechnik (Aspekt der Ergebniskommunikation und Wirkungserzeugung).

Dieses spielt sich dann im Vergleich zum Vorzustand in den summarischen Kategorien

- Σ leichter (niedrigere Hürde),
- Σ billiger (Kosten),
- Σ schneller (Zeit)

ab.

Die Partizipation in Gruppen oder Gemeinschaften lässt sich auf der Basis dieser Techniken einfacher in Gang bringen und laufend organisieren.

Auf der zweiten Ebene erzeugt aber das Aufmerksammachen auf die neuen Möglichkeiten der Online-Partizipation einen eigenen Impuls zur vermehrten Teilhabe durch die Kommunikationsprozesse aufgrund der positiven Werbung für das Neue.

Der zweite Unterschied zur normalen Partizipation ist also das „Nicht-Normale“, das Neue der neuen Partizipationsmöglichkeiten und deren Bewusstmachung. Allerdings

sind dieser Unterschied und der damit verbundene Mobilisierungseffekt eo ipso nicht von Dauer.

Vom Aspekt der Kennzeichnung des Neuen zu trennen ist die Frage, inwieweit das Neue und seine Potenziale von E-Partizipation und E-Voting erkannt, akzeptiert und auch tatsächlich genutzt werden. Die Bestimmungsgründe für die Nutzung sind eine Frage jenseits der vorliegenden Untersuchungsziele, bei der eine ganze Reihe von Faktoren eine Rolle spielen (für den Fall der politischen Partizipation vgl. etwa Gabriel 2002).

3.2 Mögliche Zielsetzungen von E-Voting-Angeboten

Die Palette der möglichen Ziele, die man grundsätzlich mit E-Voting-Angeboten verbinden kann, stellt sich als sehr breit dar. Auch können hinter einem E-Voting-Angebot zugleich mehrere Ziele stehen.

Die genannten Ziele können implizit oder explizit verfolgt werden. Im letzteren Fall sollten sie aus dem Web-Auftritt direkt hervorgehen. Hiervon zu trennen ist die faktische Wirkung der E-Voting-Angebote, wie sie sich beim Betrachter/Nutzer einstellen. Über die faktische Wirkung und mögliche Zielverfehlungen könnten an dieser Stelle allenfalls Mutmaßungen angestellt werden. Eine nähere Befassung damit unterbleibt deshalb.

Grundsätzlich, wenn auch nicht vollkommen überschneidungsfrei, können die möglichen Ziele vier Kategorien zugeordnet werden. Diese fünf Zielkategorien lauten:

- ◆ privatgeschäftlich,
- ◆ organisationsbezogen,
- ◆ strategisch, vor allem politisch strategisch,
- ◆ partizipatorisch sowie
- ◆ technisch-entwicklungsbezogen.

Als allein privatgeschäftliches Ziel ist hier zu nennen:

1. die Verwirklichung eines eigenen Geschäftsmodells (Bezugsstichwort: Geschäftsmodell).

Als privatgeschäftliche, insgesamt aber organisationsbezogene Ziele, die etwa auch von Parteien oder Verbänden verfolgt werden können, einzustufen sind:

2. die Gewinnung und Bindung von Kunden/Mitgliedern/Nutzern durch die Erhöhung des Reizes einer Website (Kundengewinnung),

3. die Erreichung positiver Werbung oder PR für den/die jeweiligen Anbieter (Imagestärkung),
4. als eigenständige Variante: die direkte Nutzung von Stimmabgaben/Einschätzungen für die Bewertung von Produkten und Dienstleistungen des Site-Anbieters, z. B. Einschätzung der Marktchancen eines neuen Produktes oder Beurteilung/Unterstützung von (öffentlichen) Planungsvorhaben (Produkttest).

Als eigenständiges Ziel im strategisch-politischen Sinn kann gelten:

5. der Einsatz/die Nutzung des gewonnenen/erzeugten Abstimmungs-/Meinungsbildes für eigene, z. B. interessenpolitische (Beeinflussungs- oder Gestaltungs-) Ziele in der allgemeinen Öffentlichkeit (Meinungsbeeinflussung).

Als Ziele, die den partizipatorischen Aspekt in der einen oder anderen Weise visieren, sind anzuführen:

6. die Erzeugung von Meinungsbildern zu bestimmten Themen via Abstimmungen (Meinungsbilder),
7. die Unterstützung der Herausbildung und Organisation von privaten/intermediären Gruppen/Communities (Gruppenorganisation),
8. die Verbesserung der Selbsteinstufung/Selbstwahrnehmung/Selbstsicht der Nutzer innerhalb der Gesellschaft oder auch im Zusammenhang mit relevantem Allgemeinwissen (Innensicht),
9. die Verbesserung der Einstufung/Wahrnehmung/Sicht der Gesellschaft / Gemeinschaft durch den Einzelnen (Außensicht),
10. die Ermöglichung neuer/zusätzlicher Partizipation von Nutzern an bestimmten Themen (Themenpartizipation),
11. das Lernziel der Einübung von mehr Demokratie, vor allem demokratisch-politischer Verfahren (Partizipationslernen) sowie
12. generell die Senkung der Zugangsschwelle gerade mit Blick auf Abstimmungen_{ies} und Wahlen (Schwellensenkung).

Als eher technisch-entwicklungsbezogen zu charakterisieren ist schließlich das folgende Ziel:

13. entwicklungsbezogenes Austesten innovativer E-Voting-Methoden und –Ansätze (Lösungstest).

Welche Ziele im Einzelnen vorzufinden waren, wird in Kapitel 5.1 näher dargelegt.

3.3 Der Angebotszusammenhang im E-Voting

Allen vorgefundenen Varianten oder Ansätzen des E-Voting, von denen an späterer Stelle eine systematische Auswahl genauer kategorisiert, kurz beschrieben und analysiert wird, ist gemeinsam, dass sie bislang kein echtes kommerzielles oder institutionell abgesichertes Feld darstellen, sondern eher ein Experimentier- und Einübungsfeld verkörpern bzw. als Ergänzungsangebote innerhalb eines umfangreicheren Online-Angebots dienen.

Dieses bedeutet jedoch nicht, dass sich bislang noch kein Angebotszusammenhang herausgebildet hat, der sich etwa in Form einer Wertschöpfungskette erläutern lässt. E-Voting-Angebote sind nämlich relativ komplexe Produkte und Dienstleistungen, die in verschiedener Hinsicht erhebliche Kosten verursachen können und die eine Arbeitsteilung geradezu nahe legen.

Diese Arbeitsteilung stellt sich dann vergleichbar dem dar, was man bereits von anderen komplexen Internet- bzw. Webangeboten her kennt. Lässt man einzelne Details außer acht, so kann die Wertschöpfungskette als viergliedrig aufgefasst werden. Von links nach rechts sind folgende Stufen der Wertschöpfungskette identifizierbar:

1. die Stufe der technischen Werkzeuge zur Erstellung von E-Voting-Angeboten (\Leftrightarrow Entwicklung und Angebot von Software für Abstimmungen),
2. die Stufe der technisch sicheren Einrichtung und laufenden Vorhaltung von E-Voting-Angeboten (Hosting),
3. die mit Stufe 2 häufig direkt verbundene Angebotsstufe der vor allem softwareseitigen Implementation von E-Voting-Applikationen, also des Aufbaus, der Betreuung und Weiterentwicklung von E-Voting-Applikationen (Providing),
4. die Stufe der eigentlichen Konzeptionierung und inhaltlichen Ausfüllung der einzelnen konkreten E-Voting-Angebote. Erst auf dieser Stufe wird das E-Voting-Angebot konkretisiert und für die Nutzer oder Teilnehmer sichtbar.

Bei Stufe 1 ist davon auszugehen, dass das Bild gegenwärtig eher durch „selbstgestrickte“ Lösungen geprägt ist. Auch dürfte diesem Produktsegment bislang noch nicht der Rang einer lukrativen Nische zukommen.

Über der direkten Produktionsebene liegt sodann eine zweite Schicht, eine Metaebene mit Bezügen zur Produktionsebene. Diese Metaebene ist ihrerseits primär als

Internet- bzw. Online-Ebene realisiert. Auf ihr werden E-Voting-Angebote und verwandte Themen erforscht, diskutiert und kommuniziert.¹⁰

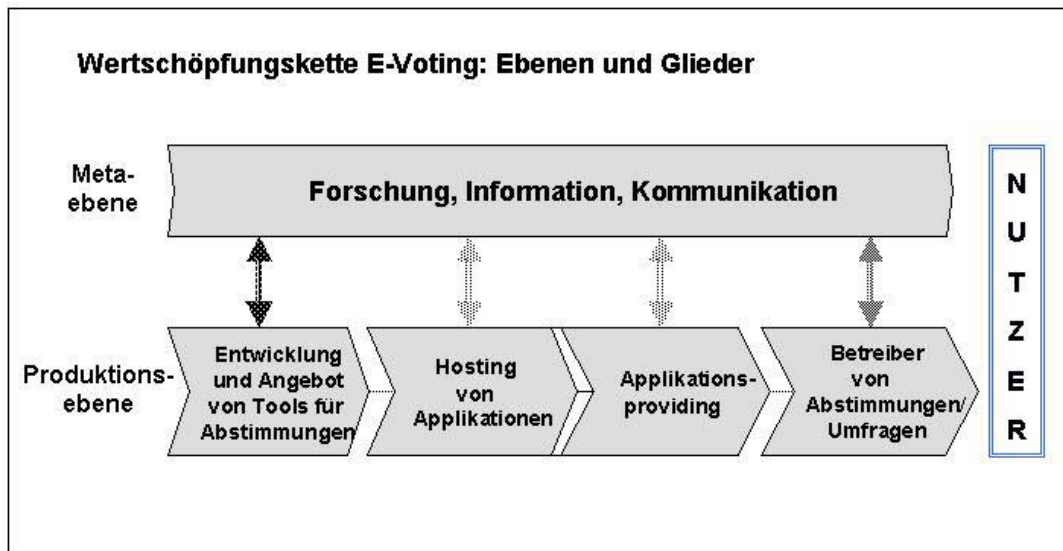
Die Inhalte auf der Metaebene beziehen sich jedoch - dieses ist einschränkend zu betonen - ganz überwiegend auf offizielle politische Partizipationsfragen und in diesem Rahmen auch auf die zugehörigen E-Voting-Angebote. Websites der Metaebene werden denn auch ganz primär von Vertretern politikwissenschaftlicher Fachrichtungen eingerichtet und betreut.

Somit werden E-Voting-Angebote im vor- und außerpolitischen Raum nicht diskutiert.

Das ist nicht allein in systematischer Hinsicht ein Mangel, denn diese Angebote können - wie später deutlich wird - sachlich durchaus als Vorstufe echter Abstimmungen/Wahlen und partizipatorisch als Übungsstufe im Vorfeld anspruchsvollerer Konzepte von Abstimmungsprozessen betrachtet werden. Umgekehrt schaffen die Angebote im vor- und außerpolitischen Raum mit ihren Stärken und Schwächen eine Erwartungshaltung, der sich die politischen Angebote künftig werden stellen müssen.

Bis zu echten politischen Online-Wahlen ist es noch ein weiter Weg - das wird heute allgemein bekannt - und auf diesem Weg dahin braucht es bereits Lern-Angebote auch im nicht direkt politischen Bereich, um an den Umgang mit Technik und Inhalten zu gewöhnen, die Rezeption von Ergebnissen und ihre Einschätzung einzuüben sowie Reaktionen auf die Ergebnisse zu ermöglichen und wiederzugeben. Hierin ist bei den seriösen E-Voting-Angeboten ein Zusatznutzen zu sehen. Die übliche Fokussierung auf die technischen und organisatorischen Potenziale des Web vergisst dagegen allzu gern den Nutzer oder gewünschten Teilnehmer am Ende der Kette, für den die sinnvolle Nutzung neuer Online-Angebote ein Lernprozess ist, der seine Zeit braucht.

¹⁰ Ein prominentes Beispiel bildet hier die von namhaften Partnern unterstützte Site „politikdigital.de“, auf der laufend aktuelle Themen und Probleme zu Netzpolitik und E-Demokratie aufgegriffen werden.

Abbildung 5: Wertschöpfungskette E-Voting: Ebenen und Glieder

3.4 Prozess und Design im E-Voting

Wenn allgemein an Wahlen oder Abstimmungen gedacht wird, dann wird oft verkürzt, statisch bzw. punktuell gedacht, und zwar lediglich an den eigentlichen kurzen Akt und das fertige Ergebnis. Wahlen/Abstimmungen besitzen jedoch - wie an mehreren Stellen bereits deutlich wurde - genuin einen prozessualen Charakter mit verschiedenen zu unterscheidenden, teils optionalen Ablaufphasen.

Dieser Charakter wird jedermann dann offenkundig, wenn er ein Konzept zur Gestaltung einer bestimmten Abstimmung zu erarbeiten hat. Klarheit über den Prozesscharakter ist noch stärker gefordert, wenn die fragliche Abstimmung elektronisch erfolgen soll, denn dann sind sämtliche Phasen, die man für notwendig erachtet, funktionsfähig technisch umzusetzen.

Ein Gesamtkonzept zu einer Abstimmung umfasst normalerweise etwa die folgenden Phasen oder Schritte:

- ↓ die Erarbeitung des technisch-organisatorischen Konzepts für den gesamten Ablauf der Abstimmung/Wahl,
- ↓ die Organisation der Vorphase der Abstimmung (z. B. Information, Diskussion, bei Wahlen auch Kandidatenkür, Wahlkampf einschl. Wahlwerbung),
- ↓ teils bereits parallel die technisch-organisatorische Vorbereitung der Abstimmung selbst einschließlich der Festlegung des Abstimmungsmodus,
- ↓ die Durchführung des Abstimmungsakts/ der Wahlentscheidung,

- ⇓ die Auswertung der Abstimmung, Auszählung der gültig abgegebenen Stimmen,
- ⇓ die Ergebnisaufbereitung,
- ⇓ die Ergebniskommunikation, vor allem die Ergebnisbekanntmachung,
- ⇓ die Voraussetzungen und Frist(en) für eine Ergebnisanfechtung sowie
- ⇓ der Vollzug der Ergebnisse (z. B. Verwerfen und Annahme von Sachalternativen, bei Wahlen Einsetzen von Personen in Ämter ...).

Bei Live-Abstimmungen in Vollversammlungen oder Gremien verschmelzen diese Phasen beinahe zu einem Ganzen, sodass die erforderlichen Teilschritte nicht immer bewusst werden.

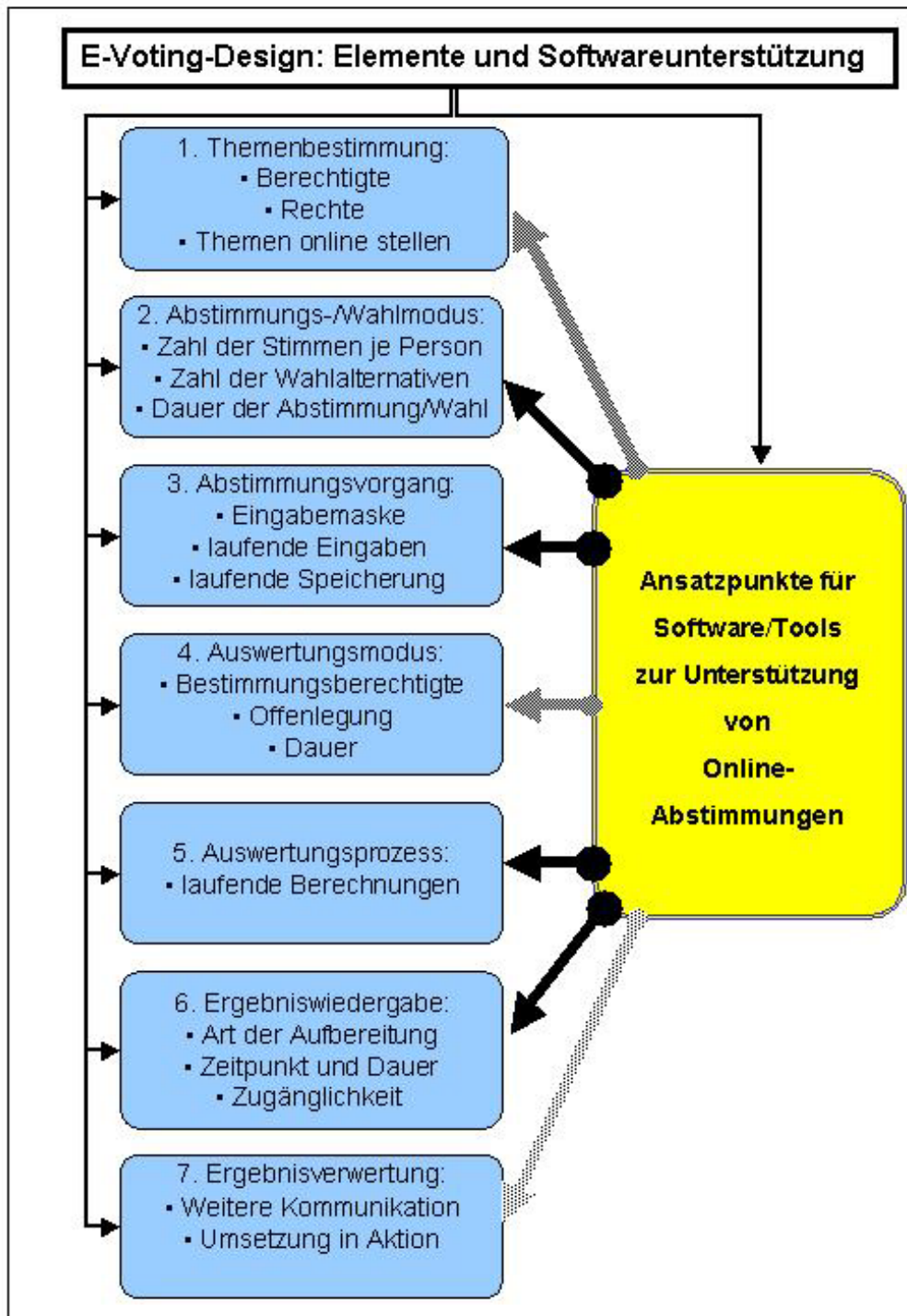
Im Falle von Online-Abstimmungen muss jedoch jeder Schritt zunächst auf seine Erforderlichkeit geprüft werden, er muss also von vornherein den Planenden bewusst sein. Da ein möglichst großer Teil des gesamten Prozesses in Software zu realisieren ist, kann man auch vom Design einer E-Voting-Lösung sprechen (Abstimmungsdesign).

Zentrale Bestandteile eines solchen Online-„Abstimmungsdesigns“ sind in Anlehnung an den obigen Prozessablauf der nachstehenden Abbildung zu entnehmen. Im Wesentlichen zählen dazu:

- die Themenbestimmung (einschließlich der zur Themenauswahl Berechtigten und ihrer Rechte, der Bekanntgabe/des Online-Einstellens der Themen)
- der Abstimmungs-/Wahlmodus (z. B. Zahl der Stimmen je Teilnehmer, Zahl der Abstimmungsalternativen, Dauer der Abstimmung ...),
- der eigentliche Abstimmungsvorgang,
- der Auswertungsmodus (Bestimmungsberechtigte, Offenlegung, Dauer),
- der Auswertungsprozess,
- die Ergebniswiedergabe und
- die Ergebnisverwertung.

Zu den aufgeführten Ablaufschritten ist zu vermerken, dass sich Informationstechnik, namentlich Software, nicht gleichmäßig gut zur Unterstützung der einzelnen Prozessschritte eignet. Diese Tatsache wird in der Abbildung ebenfalls verdeutlicht. Teilprozesse, die besonders gut softwaregestützt implementiert bzw. geführt werden können, sind danach der Abstimmungs-/Wahlmodus, der Abstimmungsprozess selbst, der Auswertungsprozess sowie die Ergebnisaufbereitung und -kommunikation.

Auch ist man noch weit davon entfernt, über Standardsoftwarelösungen zu verfügen. Vielmehr spielt Individualsoftware die Hauptrolle, die von den jeweiligen Anbietern häufig selbst erstellt wurde, teils aber auf vorgelagerter Stufe entwickelt wurde.

Abbildung 6: E-Voting-Design: Elemente und Softwareunterstützung

4 Der gegenwärtige Stand im Bereich des E-Voting

4.1 Die Systematik der E-Voting-Angebote

Im vorliegenden Fall ist es nicht Untersuchungsaufgabe, möglichst alle E-Voting-Angebote oder E-Voting-Websites wiederzugeben. Das wäre angesichts der unüberschaubaren Zahl vor allem trivialer, weitgehend ähnlicher Angebote auch gar nicht sinnvoll leistbar. Vielmehr kam es darauf an, die vorhandenen grundsätzlichen Kategorien herauszuarbeiten und zu systematisieren sowie mindestens ein zentrales Beispiel je Kategorie auf der Grundlage von Steckbriefen und Kommentierungen zu analysieren. Darüber hinaus wurden in den einzelnen Kategorien wichtige Varianten zusätzlich erfasst und dokumentiert. In weniger wichtigen oder sehr ähnlichen Fällen wurde auf weitere nennenswerte Varianten lediglich verwiesen.

Nach Sichtung des gesamten Feldes von E-Voting-Angeboten bzw. -Websites kristallisierten sich fünf Hauptkategorien heraus, die zueinander nicht in einem schlichten eindimensionalen Abgrenzungsverhältnis stehen. Entsprechend unterschiedlich stellen sich auch die Funktionen bzw. die Ziele dar, die mit den Angeboten verfolgt werden. Diese reichen von der bloßen Erzeugung eines Meinungsbildes als einem Mittel der Traffic-Erzeugung über die Herbeiführung gültiger Entscheidungen bis hin zur Idee eines zumindest ansatzweise eigenen Geschäftsfelds.

Insgesamt ließen sich die E-Voting-Angebote folgenden Kategorien zuordnen:

1. Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen
2. Abstimmungen ieS
 - i) Meinungsumfragen
 - ii) verbindliche Abstimmungen
3. Wahlen in Politik und Verbänden
4. Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien
 - i) reale Organisationen
 - ii) virtuelle/simulierte Organisationen (komplexe Lernsimulationen)
5. Vorgelagerte Stufen
 - i) Provider von Organisationstools
 - ii) Entwickler von Softwaretools

Die vorstehende Gliederung enthält in ihrer Abfolge eine doppelte Steigerung, nämlich sowohl des Umfangs der Partizipation als auch der Komplexität der einzelnen Teile der Partizipation jeweils für sich.

Zu 1. Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen

Die Selbstbefragung als eigene Kategorie kommt an erster Stelle, weil ohne eine eigene Verortung, auch wenn sie nicht immer so wie hier explizit zu Stande kommt, keine Partizipation möglich ist. In der Herangehensweise ist diese Kategorie unabhängig von den danach folgenden Punkten.

Angebote zur Selbstbefragung sind nicht völlig neu, sondern eine Weiterentwicklung oder eine Variante der z. B. psychologischen Selbsttests, wie man sie aus einschlägigen Magazinen kennt. Zusätzlich geben die Online-Angebote dem Einzelnen jedoch die Möglichkeit, seinen eigenen Standpunkt in einem Umfeld unterschiedlicher Meinungen zu verorten.

Bei der Realisierung von Online-Selbstbefragungen wird eine technische Eigenschaft des Internet, nämlich sein Potenzial zu individueller Kommunikation, gezielt genutzt. Darüber hinaus ist es mit Hilfe der Interaktivität im Internet auf viel einfachere Weise möglich, dem Nutzer die für ihn nicht relevanten Teile auszublenden, und so bei den relevanten Frageteilen einen höheren Detaillierungsgrad zu erreichen.

Die Darstellung wird hier auf Sites beschränkt, die politische und gesellschaftliche Sachverhalte zum Gegenstand haben. Damit werden insbesondere Fragestellungen aus dem Bereich der Lebenshilfe wie „Welcher Typ passt zu mir?“ ausgeklammert.

Zu 2. Abstimmungen_{ies}

i) Meinungsumfragen

Mit Abstand die weitaus größte Zahl von E-Voting-relevanten Online-Angeboten findet sich im Bereich der Umfragen zur Erzeugung und Abbildung von Meinungsbildern, denn solche Umfragen eignen sich gut als stets aktuelle Zusatzfunktion für Webauftritte mit ansonsten sehr verschiedener Ausrichtung. Dabei kann ein beinahe beliebiges Spektrum von Themen zum Befragungsgegenstand werden. Mittlerweile besteht auch hier eine große Bandbreite von trivialen bis hin zu sehr ernsthaften und komplexen Angeboten.

Im vorliegenden Fall wurden nur Angebote aufgegriffen, die unter dem Gesichtspunkt der Partizipation folgendermaßen zu kennzeichnen sind:

- Die Fragen erstrecken sich explizit auch auf politische oder gesellschaftliche Fragestellungen.
- Die Ergebnisse können allgemein und somit auch vom Teilnehmer eingesehen, teilweise auch kommentiert werden.

Bei Meinungsumfragen kann man von einer Kommunikationsverbindlichkeit in der Weise sprechen, dass die eindeutige Stimmabgabe im Allgemeinen als verbindlich

anzusehen ist und in die Kommunikation des Gesamtergebnisses nach außen einfließen darf. Darüber hinaus entsteht jedoch für den Teilnehmer keine weitere Verpflichtung.

ii) wirkungsverbindliche Abstimmungen

Wirkungsverbindliche Abstimmungen binden demgegenüber den Teilnehmer an das Gesamtergebnis und seine Folgewirkungen. Dies geschieht sowohl innerhalb von offenen als auch von geschlossenen Gruppen. Im einfachsten Fall handelt es sich um eine Abstimmung im Wortsinne: Man stimmt sich untereinander über einen Gegenstand ab, und das Ergebnis dieser Abstimmung ist dann in der Gruppe sozial verbindlich.

Derartige verbindliche Abstimmungen finden zunehmend auch unter Ausnutzung des Web statt. Da es sich hier in der Regel um geschlossene Gruppen handelt, sind sie aber nicht als Web-Angebote sichtbar und daher auch nicht ohne weiteres als Steckbrief fassbar.

Zu 3. Wahlen in Politik und Verbänden

Wie bereits im definatorischen Teil dargelegt, werden hier Wahlen als Wahlen von Personen in bestimmte Positionen verstanden, sei dies durch eine direkte Personewahl oder indirekt durch eine Wahl von Parteien oder Gruppierungen.

Offizielle Wahlen tragen in besonderem Maße wirkungsverbindlichen Charakter. Ihnen gilt derzeit allgemein die Haupt-Aufmerksamkeit, wenn von E-Voting die Rede ist. In der Praxis machen sie allerdings bislang nur einen sehr kleinen Teil aller Abstimmungen aus, die derzeit über das Internet durchgeführt werden. Zudem befinden sie sich meist noch in der Aufbau- bzw. Erprobungsphase.

Zu 4. Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien

Spezielle Online-Angebote ermöglichen die Organisation von Gruppen, bis hin zum gesamten Selbstorganisationsprozess. Dies betrifft zum einen reale Organisationen, darunter auch solche, die sich ausschließlich dieses Mediums bedienen oder doch zumindest über dieses Medium definieren, und zum anderen vollständig virtuelle Organisationen.

i) Reale Organisationen

Die Online-Angebote ermöglichen realen Organisationen das Abwickeln derjenigen Teile ihres Zwecks, die virtuell sein können, also keine gleichzeitige Anwesenheit von Gruppenmitgliedern am gleichen Ort erfordern. Hierzu gehören beispielsweise die Festlegung des Zwecks der Gruppe selbst, die Diskussion von anstehenden Aufgaben und Entscheidungen (also auch die Themenfindung, -artikulation, -definition

sowie die Vorbereitung der Entscheidung) sowie allgemein die Diskussion von und das Fachsimpeln über die Gegenstände, mit denen die Gruppe sich befasst. Häufig ist hiermit bereits der gesamte Zweck abgedeckt; Diskussionsgruppen machen dementsprechend einen erheblichen Teil der online organisierten Gruppen aus.

ii) virtuelle/simulierte Organisationen (komplexe Lernsimulationen)

Jenseits real existierender Gruppen gibt es die Möglichkeit, Gruppen vollständig virtuell zu simulieren, einschließlich der für sie relevanten Umgebung und der Handlungsbezüge mit dieser Umgebung. Ein Beispiel für eine solche Organisation als sehr komplexe Lernsimulation wird vorgestellt.

Zu 5. Vorgelagerte Stufen

i) Provider von Organisationstools

Die Abwicklung von Entscheidungsprozessen zur Organisation von Gruppen ist ein eigenes Geschäftsfeld, dem sich spezialisierte Anbieter widmen. Ihr Angebot wird von einer unüberschaubaren Zahl von Gruppen auch tatsächlich wahrgenommen.

ii) Entwickler von Softwaretools

Spezielle Softwareentwickler sind unumgänglich zur technischen Durchführung der Abstimmungen und Wahlen. Sie bleiben bei der einzelnen Abstimmung in aller Regel im Hintergrund und sind daher an sich ebenso wenig wie ihre jeweilige Software Gegenstand dieser Arbeit. Allerdings treten etliche Entwickler und Händler mit einem (Test-)Angebot von Abstimmungen als einem eigenem Geschäftsmodell hervor. Dadurch wird nicht nur die gesamte Wertschöpfungskette im E-Voting explizit, vielmehr stehen diese neuen Werkzeuge grundsätzlich allen zum Einsatz für ihre Zwecke offen.

Im Folgenden werden die näher analysierten E-Voting-Angebote systematisch in vier Punkten vorgestellt. Es sind dieses

- die Begründung der Aufnahme,
- die Beschreibung der Inhalte,
- die Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus sowie
- die Bewertung des E-Voting-Angebots.

4.2 Die näher analysierten E-Voting-Angebote

4.2.1 Selbstbefragungen/Selbsteinordnungen

Die Angebote, welche auf eine Selbstbefragung oder Selbsteinordnung des Teilnehmers abzielen, sind noch nicht so häufig. Nach Umfang und Komplexität können sie sehr unterschiedlich aufgebaut sein. Im Folgenden werden daher ein einfacheres und ein komplexeres Beispiel für eine Selbsteinschätzung in der parteipolitischen Landschaft dargestellt.

a) RU3?.de

- Begründung der Aufnahme

Die Site wurde als ein besonders einfacher Fall aufgenommen, der zudem von der FDP-Bundespartei und damit von einer offiziellen politischen Institution eingebracht wurde.

- Beschreibung der Inhalte

Abgefragt werden Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber anderen Menschen in gesellschaftlichen Konflikt- und Entscheidungssituationen. Die vorgegebenen Alternativen stellen auf den Grad der Eigeninitiative ab (von vollkommen eigeninitiativer bis zu komplett an den Staat delegierter Problemlösung, parallel wird aber auch Indolenz als eine mögliche Verhaltensweise zur Auswahl gestellt).

Die Site besitzt zwar eine eigene Web-Adresse, ist aber als Sub-Site in die Site der Bundespartei eingebunden.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die Fragen werden nach dem Prinzip des Multiple Choice beantwortet. Die interne Zuordnung der Antworten zu den impliziten Auswertungskategorien „liberal / nicht liberal“ und damit das Zustandekommen der Punktezahl wird nicht offen gelegt. Je nach erreichter Punktezahl wird der Teilnehmer am Ende entweder für hinreichend frei erklärt und als potenzielles Mitglied willkommen geheißen, oder den „staatsgläubigen“ Parteien (zu verstehen als die gesamte politische Konkurrenz) mit der Feststellung zugesprochen: „Für Sie sollte der Staat alles tun. Der freiheitlichen Entfaltung geben Sie keine Chance“.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Das Ergebnis ist, wie bei einem in die offizielle Site der FDP eingebundenen Test nicht anders zu erwarten, stringent im FDP-parteilpolitischen Sinne. Dennoch handelt es sich eher um einen spielerischen Ansatz, wohl auch aus Sicht der FDP selbst.¹¹

<u>Steckbrief</u> Name/Kurztitel: RU3?			
<u>Webadresse:</u> www.fdp-2001.de <u>Postadresse:</u> FDP, Reinhardtstraße 14 10117 Berlin		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u> FDP-Bundesvorstand	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Gewinnung von Sympathisanten für die Grundsätze der FDP (expliziert als „Freiheitstest“)			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Der Test konfrontiert den Teilnehmer mit Aussagen über mögliches Verhalten in gesellschaftlichen Konfliktsituationen, aus denen er eine Auswahl treffen muss, wodurch er sich schließlich als „liberal“ oder „staatstreu“ erweist.			
<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: Übereinstimmung mit FDP-Grundsätzen (Fragen nach der Selbsteinschätzung in Konfliktsituationen)	Permanenz: auf Dauer eingerichtet	Herkunft der Abstimmungsthemen: FDP	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentati- on/Archivierung: keine	Repräsentativi- tät: Nicht relevant	Darstellung der Ergebnis- se: Angabe eines erreichten Punktwerts mit Kurzkommen- tar	Weitere Verwen- dung: Keine
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Implizit liberale deutsche Staatsbürger		Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: offen	

¹¹ Ein weiterer Hinweis darauf ist bereits die Namensgebung „RU3? – Der Freiheitstest der Liberalen“, wobei „RU3?“ wohl – in freier Aussprache – als „Are you free?“ zu verstehen ist.

Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Nicht ersichtlich	Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Keine
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>	
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: Teilnahme beliebig wiederholbar	Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Keine
Einbindung des Nutzers: Bei passendem Resultat Aufforderung zum Eingehen einer FDP-Mitgliedschaft	Weitere Partizipationsformen: In diesem Test keine
<u>Abstimmungsmerkmale</u>	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Multiple Choice mit einander ausschließenden Alternativen	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Ohne Zeitlimit, „zeitlos aktuell“ im Sinne der FDP	
<u>Anmerkungen:</u> Möglicherweise aus dem englischsprachigen Raum übernommen.	
<u>Gesamturteil:</u> Hier handelt es sich eher um einen gezielten Gag als um einen ernsthaften Entscheidungstest	

b) evote.de

- Begründung der Aufnahme

Die Inhalte des Tests umfassen die Bildungsfunktion insgesamt, die für Partizipation Voraussetzung ist, besonders auch für die Artikulation und anschließende Definition von Problemstellungen. Der Test ist wesentlich komplexer und umfassender als das vorhergehende Beispiel. Im politischen Teil ist er im Gegensatz zum Test der FDP parteiübergreifend angelegt, da er von einer führenden parteiunabhängigen Wochenzeitung („Die Zeit“) herausgegeben wird.

- Beschreibung der Inhalte

Auf der Site werden Fragen aus den Gebieten „Politik“, „Wirtschaft“, „Kultur“, „Wissen“ und „Leben“ gestellt, thematisch entsprechend den Rubriken der Wochenzeitung „Die Zeit“. Teils handelt es sich um Wissensfragen, teils auch um Fragen, bei denen Einschätzungen vorgegeben werden, anhand derer sich der Nutzer im gesellschaftlichen Raum verorten kann.

Generell ist es möglich, nach Abschluss des Tests zu allen Antwortalternativen ausführliche Erläuterungen zu erhalten. Bei Wissensfragen können Erläuterungen also nicht nur zu den richtigen, sondern auch zum Kontext der falschen Alternativen ab-

gerufen werden. Zu den thematischen Stellungnahmen ist anschließend zu erfahren, von welcher Partei sie jeweils stammen.

Die Site kann eigenständig genutzt werden und hat auch eine eigene Domain, ist aber erkennbar und gewollt Teil des Internet-Auftritts der Wochenzeitung „Die Zeit“.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die parteipolitische Selbsteinschätzung des Teilnehmers zu einem politischen Thema geschieht durch Auswahl der dem Teilnehmer am meisten zusagenden diesbezüglichen Stellungnahme einer Partei durch Multiple Choice. Die Stellungnahmen sind anonymisiert, aufgeführt werden die Aussagen aller in den deutschen Parlamenten vertretenen Parteien.

Am Ende des Tests erhält der Teilnehmer eine Auswertung, in der ihm mitgeteilt wird, zu welchen Anteilen seine Auswahl auf den Stellungnahmen welcher Parteien beruht. Zudem ist abrufbar, wie viel Prozent Zustimmung jede der Parteien auf Grund ihres Programms in der Summe von den Teilnehmern erfahren hat.

Die Verortung des Individuums im parteipolitischen Raum wird ausschließlich an Hand konkreter programmatischer Wahlkampfaussagen vorgenommen. Ein zusätzlicher Test ordnet Antworten des Teilnehmers den Kategorien „Hierarchist“, „Egalitarrist“ und „Individualist“ zu.

Im Wissenstest ist zu jeder Frage nach dem Multiple-Choice-Prinzip die richtige Antwortalternative zu bestimmen. Im Anschluss an die Bearbeitung eines Fragenkomplexes wird dem Teilnehmer der Anteil richtiger Antworten benannt. Er kann darüber hinaus zu jeder Einzelfrage feststellen, ob er richtig oder falsch geantwortet hat.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Leistung der Ersteller im Bereich der Selbstverortung besteht in ihrer Aufbereitung der Alternativen. Dadurch entsteht ein echter Nutzwert im Sinne eines Wissens- bzw. Erkenntnisgewinns. Die Verortung anhand von Wahlprogrammen ist insoweit richtig, als die Parteien mit diesen Aussagen in der Öffentlichkeit konkurrieren, zugleich bedeutet es aber auch eine gewisse Einengung der Blickweise auf Parteipolitik.

Das Niveau der Erläuterungen ist hoch – erkennbar wird dabei ein erheblicher redaktioneller Aufwand, der nicht ohne weiteres von jeder Redaktion zu leisten ist. Es scheint allerdings, als würde die Site in letzter Zeit nur noch gelegentlich gepflegt.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: eVote			
<u>Webadresse:</u> www.evote.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> Pressehaus, Speersort 1 20079 Hamburg		ZEIT Online-GmbH	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u>			
Public Relations der ZEIT			
<u>Kurzcharakterisierung:</u>			
Im Wesentlichen ermöglicht die Site parteipolitische Selbsteinschätzung sowie Selbstwissenstests zu verschiedenen Themengebieten. (Beispiel für Angebot von Selbsttests bei Politik und Wissen)			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Rubriken Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissen, Leben analog zu den ZEIT-Ressorts	<u>Permanenz:</u> Rubriken auf Dauer eingerichtet; Einzelthemen jeweils aktuell ergänzt aber permanent vorgehalten	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Von Professoren und Redakteuren erarbeitet	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Aggregierte Ergebnisse archiviert, wg. lfd. Prozess kein Endergebnis	<u>Repräsentativität:</u> Nicht relevant	<u>Darstellung der Ergebnisse:</u> Zunächst unkommentiert aggregiertes und individuelles Ergebnis (Balkendiagramme, nur Prozentwerte); sodann kommentierte Auswertung des individuellen Abstimmverhaltens	<u>Weitere Verwendung:</u> Keine explizite externe Verwendung erkennbar
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Politisch und gesellschaftlich interessierte Bürger (potenzielle „ZEIT-Leser“)		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Uneingeschränkt offen	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> Nicht erkennbar		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> Auf der Site keine, möglicherweise in der „ZEIT“ selbst	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
<u>Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen:</u> Pro Durchlauf eine Stimme		<u>Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder:</u> Keine	
<u>Einbindung des Nutzers:</u> keine weitergehende Einbindung		<u>Weitere Partizipationsformen:</u> Nicht ersichtlich	

<u>Abstimmungsmerkmale</u>
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Multiple Choice
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Keine zeitliche Begrenzung
<u>Anmerkungen:</u> Eigentliche Bedeutung der falschen Alternativen wird eingehend erläutert. Im Politikbereich sachlicher Kern, dabei gewisse Einengung der Politik auf Wettbewerb um inhaltliche Positionen.
<u>Gesamturteil:</u> Umfangreicher Versuch mit vergleichsweise hohem Teilnahmereiz und Nutzwert. Aber: Aufgegriffene Themen nicht mehr aktuell.

c) Weitere Varianten

Jenseits der deutschen Parteipolitik bietet eine englische Site (www.politicalcompass.com) die Möglichkeit einer mehrdimensionalen politischen Verortung, die neben dem klassischen parteipolitischen Rechts-Links-Schema dem Teilnehmenden auch eine Einordnung auf einer Skala von libertär bis autoritär ermöglicht. Eine Besonderheit dieser Befragung liegt darin, dass es nur Einzelergebnisse für den jeweiligen Teilnehmer gibt. Ein Vergleich mit einem bisherigen Gesamtergebnis findet also nicht statt. Statt dessen werden ihm zum Vergleich auch die aus öffentlichen Reden destillierten Verortungen bekannter (hier: englischer) Politiker im zweidimensionalen „Fadenkreuz“ (X-Achse und Y-Achse) dargeboten.

Auch die unter den Meinungsumfragen näher besprochene Site „Perspektive-Deutschland“ enthält das Element der politisch-gesellschaftlichen Selbstreflexion: Die Teilnehmer erhalten auf Wunsch ein Kennwort, das ihnen den Zugriff auf eine Auswertung ihrer eigenen Antworten ermöglicht, gemessen an den Antworten der übrigen Teilnehmer.

4.2.2 Abstimmungen_{ies}

4.2.2.1 Meinungsumfragen

Dargestellt wird für Umfragen innerhalb umfangreicherer Sites zunächst ein einfaches, dann ein mittelkomplexes und anschließend ein weiter ausdifferenziertes Beispiel. Anschließend werden selbständigere, umfassendere Ansätze dargestellt: Zwei Sites, die Umfragen in unterschiedlicher Weise als Geschäftsmodell anbieten, sowie eine Site mit einer aufwändigen und ernsthaften einzelnen Umfrage.

a) Stadtkurier.de

- Begründung der Aufnahme

Diese Site wurde aufgenommen als Beispiel für punktuelle, gleichwohl aktuelle Umfragen („Frage der Woche“) in einem regionalen Online-Auftritt (der „Stadtkurier“ ist ein lokales Wochenblatt in Freiburg), die zugleich bereits ein erhebliches Presse-echo erreicht hat.¹²

- Beschreibung der Inhalte

Wöchentlich wird eine Umfrage zur Abstimmung gestellt. Sie bleibt die gesamte Woche im Netz stehen und betrifft in der Regel eine aktuelle Fragestellung aus der Kommunalpolitik oder dem kommunalen Geschehen. So wurden z. B. Fragen nach der Einschätzung der Chance auf Erhalt der Erstklassigkeit des örtlichen Fußballvereins und zu den Wahlchancen der OB-Kandidaten gestellt.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Abgestimmt wird durch einfache Stimmabgabe für eine der angebotenen einander ausschließenden Alternativen. Die Tatsache der Stimmabgabe wird registriert, sodass unter der gleichen IP-Adresse keine Wiederholung der Teilnahme mehr möglich ist. Die Teilnahme an der Abstimmung ist Voraussetzung dafür, dass ein Nutzer den jeweiligen Zwischenstand einsehen kann. Allgemein veröffentlicht wird nur das Endergebnis.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Wie die Site insgesamt, so weisen auch die hier durchgeführten Umfragen durchaus einen Anspruch auf Ernsthaftigkeit auf. In erster Linie dürften die Fragen allerdings dazu dienen, mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen und Traffic für die Site zu gewinnen. Leider erwies sich, dass die Umfragen nicht vor Manipulationen geschützt sind.

¹² Ursache war eine offensichtliche Manipulation bei einer im Vorfeld der OB-Wahl angebotenen Abstimmung zu den Kandidaten.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: Stadtkurier			
<u>Webadresse:</u> www.stadtkurier.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> Bismarckallee 8 79098 Freiburg		Freiburger Stadtkurier Verlagsgesellschaft mbH	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Erhöhte Aufmerksamkeit für den Stadtanzeiger (Anzeigenblatt), Kundenbindung; allenfalls implizit Einfluss auf Stimmungslagen			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Die Site ermöglicht Meinungs-/Stimmungsbilder zu Themen mit kommunalem Bezug. (Beispiel für ein Angebot zu offenen Abstimmungen mit Lokalbezug)			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Lokale Themen aus Kommunalpolitik, Sport und Gesellschaft	<u>Permanenz:</u> Wochenweiser Themenwechsel	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Redaktion; ggf. Nutzer	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Nicht erkennbar	<u>Repräsentativität:</u> Angestrebt, aber nicht gesichert	<u>Darstellung der Ergebnisse:</u> Absolutzahlen und Prozentwerte	<u>Weitere Verwendung:</u> Ggf. publizistische Verwertung
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Freiburger Einwohner		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Faktisch unbegrenzt, nicht auf Stadtgebiet beschränkt	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> Wohl unterer dreistelliger Bereich		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> Gegeben	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
<u>Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen:</u> 1 Stimme je Abstimmungsteilnahme, mit IP-Adresse als Filter, folglich umgehbar		<u>Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder:</u> Keine	
<u>Einbindung des Nutzers:</u> Bei Abstimmungen keine weitergehende Einbindung, aber Möglichkeit der Einreichung interessanter Abstimmungsthemen		<u>Weitere Partizipationsformen:</u> Leserbriefe	

<u>Abstimmungsmerkmale</u>
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Multiple Choice mit in der Regel einander ausschließenden Alternativen
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Jeweils einmalig
<u>Anmerkungen:</u>
In der Vergangenheit haben Offenheit der Teilnahme und damalige Möglichkeit zur Mehrfachteilnahme den Aussagegehalt einer Abstimmung in unvorhergesehener Weise eingeschränkt.
<u>Gesamturteil:</u>
Gutes Anschauungsbeispiel für die Möglichkeit zur Frequenzerzeugung und Einflussnahme im Vorfeld von Entscheidungen.

Hude.de

- Begründung der Aufnahme

Aus dem noch nicht sehr stark besetzten Bereich offizieller kommunaler Angebote wird hier ein Abstimmungsbeispiel aus der kommunalen Site Hude.de auf der Ebene unterhalb offizieller Wahlen dargestellt.

Ein weiteres Beispiel mit einem emotional stärker besetzten Thema (Bewertung der Polizeiarbeit) befindet sich unter www.bremen.de.

- Beschreibung der Inhalte

Im Rahmen des kommunalen Gesamtauftritts von Hude.de wird dem Nutzer die Möglichkeit gegeben, sich an einer Umfrage zu seinem Freizeitverhalten innerhalb eines Geländes im Westen der Gemeinde Hude zu beteiligen. Darüber hinaus werden Wünsche nach Freizeiteinrichtungen abgefragt sowie eine eventuelle grundsätzliche Zahlungsbereitschaft.

Dem Nutzer wird textlich der Zweck der Befragung und ihr Hintergrund erläutert. Wo es sinnvoll erschien, wurde die hinführende Erläuterung durch Karten ergänzt.

Die Befragung ist mittlerweile abgeschlossen.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Der Nutzer wählt zwischen mehreren, inhaltlich gegeneinander abgesetzten Antwortalternativen aus. Teils ist eine, teils sind mehrere Alternativen pro Frage ankreuzbar.

Die Befragung dient der Entscheidungsvorbereitung, eine unmittelbare Entscheidung wird von den Befragten nicht getroffen. Eine Auswertung kann nur Richtung auf die Erzeugung eines Meinungsbildes erfolgen.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Das Angebot dieser Befragung ist Gegenstand einer Diplomarbeit, sodass auf die Erstellung vergleichsweise viel Zeit verwendet werden konnte. Die Hinführung zu den Fragen durch begleitende Texte und Karten ist überlegt, die Antwortalternativen sind einfach und verständlich. Die Befragung ist weder textlich noch thematisch überfrachtet. Obwohl im Einzelfall Verbesserungsmöglichkeiten bestehen (der Raum der sinnvoll möglichen Antwortalternativen ist nicht immer ganz vollständig umrissen), liegt die vorliegende Befragung gerade auch dort, wo sie einfach angelegt erscheint, wirkt die Arbeit durchdacht.

Angebote dieser Komplexität sind derzeit noch relativ selten. Bereits dieses einfache Thema verlangt einen hohen analytischen Aufwand im Vorfeld und einen gewissen Zeitaufwand bei der Bearbeitung. Ausführlichere partizipative Angebote im kommunalen Umfeld sind vielleicht auch deswegen häufiger lediglich als Diskussionsforen ausgestaltet.

Ein Beispiel für eine weit einfachere und mit „Bordmitteln“ gestaltete Variante aus dem kommunalen Bereich ist auf www.Schiltach.de zu finden. Hier geht es darum, ob die Gemeinde künftig Hundeklos aufstellen soll. Die Entscheidung selbst ist dort als einfache Ja/Nein-Alternative formuliert. Die beiden Alternativen werden zunächst aus der Sicht der Stadtverwaltung ausführlich dargestellt. Dabei wird zentral und durchaus über den vorliegenden Einzelfall hinaus gehend das grundsätzliche Entscheidungsproblem diskutiert, wie weit die Verantwortung einer Gemeinde reichen soll, und wie weit die Bürger für die Hinterlassenschaften ihrer Hunde selbst verantwortlich sein sollen.

<h2><u>Steckbrief</u></h2> <p>Name/Kurztitel:</p> <h1>Hude</h1>			
<u>Webadresse:</u> www.hude.de/4000/fragebog1.htm		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u> Gemeinde Hude in Zusammenarbeit mit FH Oldenburg	
<u>Postadresse:</u> Rathaus, Parkstraße 53 27798 Hude			
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Partizipation an der Planung einer Erholungslandschaft; explizit: „Die Zielsetzung dieser Arbeit ist die Konzeption eines planungsbezogenen und bürgerorientierten Informationssystems, das geeignet ist, die Planungen in diesem Gebiet zu begleiten.“ (Sichtbar ist bislang nur die Befragung als erster Schritt)			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Im Kern Befragung zu einem kommunalpolitisch relevanten Thema (Planung einer „Erholungslandschaft“), eingebunden in die Site der Stadt Hude.			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Freizeitverhalten im Untersuchungsgebiet, Freizeitwünsche und diesbezügliche Finanzierungsbereitschaft	<u>Permanenz:</u> Einmalig; Ausweitung als dauerhaftes Informationssystem angestrebt	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Gemeindeverwaltung; Einzelfragen: Diplomand	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Noch nicht ersichtlich; grds. Mindestens im Rahmen der Diplomarbeit	<u>Repräsentativität:</u> Wg. „Online-Bias“ eher nicht gegeben, auch nicht thematisiert	<u>Wiedergabe der Ergebnisse:</u> (Bislang keine)	<u>Weitere Verwendung:</u> Eingang der Ergebnisse in die Politik angestrebt
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Explizit „Bürger der Gemeinde Hude sowie (...) interessierte Personen aus dem Umland, die sich öfter zur Freizeitgestaltung in Hude aufhalten“		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Grundsätzlich völlig offen, allerdings explizit auf eine regionale Zielgruppe zugeschnitten und themenbedingt nur mit Ortskenntnis sinnvoll zu nutzen	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> Derzeit nicht ersichtlich		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> keine	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
<u>Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen:</u>		<u>Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder:</u>	

Grundsätzlich einmalige Teilnahme (Missbrauchsmöglichkeiten wurden nicht getestet)	Nicht expliziert
Einbindung des Nutzers: Durch persönliche Ansprache und Feedback-Frage zur Befragung	Weitere Partizipationsformen: Separate Volltext-Ergänzungen und Anmerkungen sind ausdrücklich erwünscht
<u>Abstimmungsmerkmale</u>	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Befragung als Multiple Choice	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Mehrwöchige Dauer (13.3. bis 30.3.2002)	
<u>Anmerkungen:</u> Die Befragung ist auch bei diesem noch recht einfachen Charakter bereits recht aufwändig in analytischer Vorarbeit, Umsetzung und Auswertung. Hilfreich zur Verdeutlichung der Fragestellung ist die gezielte Verwendung von Landkarten.	
<u>Gesamturteil:</u> Obwohl insbesondere bei der Formulierung der Antwortalternativen Details verbesserungsfähig sind, ist hier ein für die kommunale Praxis der Bürgerpartizipation relevantes und nachahmenswertes Beispiel entstanden.	

c) Berlinonline.de

- Begründung der Aufnahme

Berlin-Online ist ein Beispiel für eine Site, auf der Umfragen zu aktuellen, auch politischen und gesellschaftlichen Themen laufend und in großer Zahl durchgeführt werden, allerdings ebenfalls nur als Nebenthema.

- Beschreibung der Inhalte

Die Site Berlin-Online ist der Online-Auftritt aller mit Berlin-Bezug von Gruner und Jahr herausgegebenen Zeitungen und Zeitschriften. Sie bietet umfangreiche und aktuelle Inhalte und ist damit eine der bedeutenden Berlin-Sites. Innerhalb dieser Site werden Umfragen zu unterschiedlichen, meist aktuellen Themen als fester Bestandteil angeboten. Die Umfragen stellen optisch wie inhaltlich ein Bindeglied zwischen dem allgemein zugänglichen Teil der Site und einer anmeldepflichtigen „Community“ dar.

Zu sieben Rubriken (Tagesabstimmung, Aktuellpolitisch, Markt, Kultur, Sport, Wissen, Special) ist jeweils eine aktuelle Frage gestellt. Zu jedem der sieben Themengebiete können die Ergebnisse der zahlreichen früheren Umfragen abgerufen werden.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Der Teilnehmer hat pro Frage eine Stimme, die er auf eine der vorgegebenen Antwortalternativen setzt und anschließend nicht mehr korrigieren kann. Eine Teilnahme ist jederzeit und für jeden möglich.

Häufig werden die zustimmenden oder ablehnenden Alternativen in der Fragestellung mit Wertungen und Einschätzungen verbunden, ohne dass der Raum der sinnvollen Antwortmöglichkeiten damit immer systematisch abgedeckt würde.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Positiv anerkannt werden muss, dass hier ein thematisch umfassender und laufend aktuell ergänzter Ansatz geschaffen wurde. Qualität und Ernsthaftigkeit der Fragen sowie der Antwortalternativen variieren allerdings sehr stark.

Auffallend ist, dass die eher politischen Fragestellungen zusammen mit Sportfragen jeweils mit durchweg mehreren Hundert Antwortenden die höchsten Teilnahmezahlen aufweisen, wogegen ebenfalls vorhandene Fragen zum Nutzerverhalten selbst („Benutzen Sie Kostenvergleichs-Rechner im Internet“) mit schwacher Beteiligung quittiert werden.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Berlin Online</p>	
<p><u>Webadresse:</u> www.berlinonline.de</p> <p><u>Postadresse:</u> Karl-Liebknecht-Straße 29 10178 Berlin</p>	<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u> G+J BerlinOnline GmbH & Co. KG</p>
<p><u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Traffic erzeugen, Kundenbindung auch an die eigene Community, Nachweis von Internet-Kompetenz</p>	
<p><u>Kurzcharakterisierung:</u> Site ermöglicht im Rahmen einer Community Meinungsäußerungen in Abstimmungsform zu sehr breit angelegten Themenfeldern (Beispiel für das weite Feld der Meinungsumfragen)</p>	

<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: 7 Hauptthemenbereiche: „Tagesabstimmung“, Aktuellpolitisch, Markt, Kultur, Sport, Wissen, Special	Permanenz: Einzelabstimmungen jeweils wechselnd	Herkunft der Abstimmungsthemen: Redakteure	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentation/Archivierung: Alte Abstimmungsergebnisse sind nach Hauptthemenbereichen abrufbar	Repräsentativität: Nicht gegeben	Wiedergabe der Ergebnisse: Balkendiagramme und Prozentwerte, auch laufende Darstellung aktueller Abstimmungen	Weitere Verwendung: Keine explizite externe Verwendung erkennbar
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Implizit Berliner	Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: Nach Anmutung Teil der (an sich anmeldepflichtigen) Community, faktisch aber völlig offen		
Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Stimmabgaben typischerweise im Bereich einiger Hundert	Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Prinzipiell alle Besucher von Berlin-Online		
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: 1 Stimme je Abstimmungsthema; Filter: IP-Adresse, folglich umgehbar	Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Keine Ausführungen		
Einbindung des Nutzers: Bei Abstimmungen keine weitergehende Einbindung	Weitere Partizipationsformen: Community bietet diverse Foren		
<u>Abstimmungsmerkmale</u>			
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Nach Art einfacher Meinungsumfragen mit in der Regel einander ausschließenden Alternativen			
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: jeweils aktuelle Abstimmungen; Dauer nicht expliziert			
<u>Anmerkungen:</u>			
Erreichbar von innerhalb und von außerhalb der Community. Es fällt auf, dass die Qualität der formulierten Frage und der Antwortalternativen gegenüber dem Niveau der beteiligten Printmedien und dem Anspruch „Berlin online“ erheblich abfällt.			
<u>Gesamturteil:</u>			
Die Abstimmungen sind auf Grund der redaktionellen Qualität trivial, dies allerdings am oberen Ende der Skala.			

d) <http://Vote-It.8m.com>

- Begründung der Aufnahme

Bei Vote-it handelt es sich um eine Website, die vollständig dem Thema „Meinungsumfragen“ gewidmet ist. Sie ist komplett deutschsprachig und stellt vom Ansatz her ein eigenes Geschäftsmodell dar.

- Beschreibung der Inhalte

Angeboten werden verschiedene Themenbereiche (Politik, Ökonomie, TV, Sport, ...), in denen jeweils eine Vielzahl von Abstimmungen parallel möglich ist. Die einzelnen Abstimmungen in den verschiedenen Themenbereichen sind von der Redaktion inhaltlich koordiniert. Vorschläge zu weiteren Abstimmungen sind ausdrücklich erwünscht. Die Site enthält darüber hinaus die Ergebnisse (einschließlich der Dokumentation früherer Abstimmungen), sowie ein Diskussionsforum.

In der technischen Ausgestaltung setzt die Site dabei auf einer Grundstruktur von Freevote.com auf.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die Abstimmung selbst erfolgt als Multiple Choice, ggf. als Benotung von Alternativen, in sehr unterschiedlichen und der jeweiligen Fragestellung angepassten Varianten.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Website bietet tatsächlich eine brauchbare Vorstrukturierung, die den Teilnehmer zu einer ihn thematisch interessierenden Abstimmung hinführen kann. Offensichtlich hat aber das Abstimmen über interessante Themen für sich genommen nicht als Geschäftsidee getragen, denn die Site wurde 1999 in Betrieb genommen und nur ca. ein Jahr lang regelmäßig aktualisiert. Seither kommen keine neuen Themen hinzu, die Site ist aber weiterhin noch online.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: VOTE IT			
<u>Webadresse:</u> http://vote-it.8m.com (verbunden mit freevote.com)		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u> Nicht auffindbar, vermutlich eher private Initiative (im Gästebuch lediglich verschiedene Webmaster als Ansprechpartner)	
<u>Postadresse:</u> nicht auffindbar			
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Nicht expliziert, implizit Besucheraufkommen für Werbebanner als Geschäftsmodell			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Site ermöglicht Teilnahme an thematisch vorstrukturierten Abstimmungen zu einem breiten Spektrum von Themen			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> 4 Hauptthemenbereiche: Politik, Ökonomie, TV/Unterhaltung, Sport	<u>Permanenz:</u> Hauptthemenbereiche auf Dauer eingerichtet, Einzelabstimmungen werden/wurden laufend ergänzt	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Redaktion nach aktuellen Vorkommnissen, Newsgroups-Diskussionen, Vorschlägen der Besucher	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Alte Abstimmungsergebnisse sind grundsätzlich abrufbar	<u>Repräsentativität:</u> Nicht gegeben	<u>Wiedergabe der Ergebnisse:</u> Vor allem Balkendiagramme, auch laufende Darstellung aktueller Abstimmungen	<u>Weitere Verwendung:</u> Keine explizite externe Verwendung erkennbar
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Deutschsprachige „Internetgemeinde“, Sitebesucher		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> unbegrenzt	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> Aktuell nicht ermittelbar, alte Zahl der Stimmabgaben im Bereich von 100 bis 400		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> Nicht erkennbar	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
<u>Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen:</u> 1 Stimme je Tag und Abstimmungsthema; Filter: IP-Adresse, folglich umgehbar		<u>Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder:</u> Keine Ausführungen	
<u>Einbindung des Nutzers:</u> Durch Vorschlagsrecht und Diskussionsforum/Gästebuch		<u>Weitere Partizipationsformen:</u> Themenvorschläge der Besucher für Abstimmungen erbeten	

<u>Abstimmungsmerkmale</u>
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Nach Art einfacher Meinungsumfragen mit in der Regel einander ausschließenden Alternativen
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: jeweils aktuelle Abstimmungen von ein bis zwei Wochen Dauer; bei sog. „Sonntagsfrage“ wird die Abstimmung an mehreren Sonntagen wiederholt.
<u>Anmerkungen:</u> Die Site wurde etwa ein Jahr lang bis August 2000 aktuell gepflegt und ist derzeit nur unvollständig zugänglich.
<u>Gesamturteil:</u> Im Ansatz mit sinnvoller Struktur oberhalb des Trivialen angesiedelt, aber als Geschäftsmodell wohl fehlgeschlagen.

e) Freevote.com

- Begründung der Aufnahme

Ziel der Site ist, das Angebot zur Teilnahme an Umfragen und Abstimmungen als eigenes Geschäftsmodell zu etablieren, auch durch Werbeschaltung. Im Gegensatz zu Vote-it bietet das Modell von Freevote mehr Partizipation durch komplett vom Nutzer eingestellte Abstimmungen, und damit in gewisser Hinsicht einen basisdemokratischen Ansatz.

- Beschreibung der Inhalte

Auch Freevote ist eine komplette Website für Abstimmungen. Die Site bietet jedem Besucher die Möglichkeit, allen anderen Besuchern Themen zur Abstimmung zu stellen und selbst an allen angebotenen Abstimmungen teilzunehmen. Thematische Oberbegriffe sind vorgegeben, denen die einzelnen Abstimmungen zugeordnet werden. Die Anzahl der Themen und Abstimmungen ist nahezu unübersehbar.

Grundsätzlich sind Abstimmungen in beliebigen Sprachen möglich und vorhanden. Die ganz überwiegende Mehrzahl der Abstimmungen findet aber auf Englisch und dort zu spezifisch amerikanischen, oft sehr speziellen Fragestellungen statt. Alle Abstimmungen sind im Prinzip gleichgewichtig, aber eine implizite Priorisierung entsteht durch die Auflistung in alphabetischer Reihenfolge.¹³

¹³ So nutzen einige Fragesteller die Reihenfolge der ASCII-Sonderzeichen aus, um ihre Frage ganz vorn zu platzieren.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die Antwort erfolgt per Multiple Choice. Die Teilnahme ist vollkommen offen. Die Teilnehmer, welche anderen Teilnehmern eine Frage zur Abstimmung stellen wollen, formulieren die Frage und die Antwortalternativen selbst. Zusätzlich sind Kommentare der Fragesteller und der Antwortenden möglich. Die Abstimmungsdauer ist vorab durch den Fragesteller einstellbar. Entsprechend der unübersehbar hohen Zahl gleichzeitig zur Abstimmung stehender Themen ist die durchschnittliche Zahl der Teilnehmer pro Abstimmung vergleichsweise gering (typischerweise wurden zweistellige Teilnehmerzahlen aufgefunden).

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Website ist durch die Vielzahl der angebotenen Abstimmungen trotz vorhandener Kategorien völlig unübersichtlich. Das Rangfolgeproblem ist nicht gelöst und damit generell die Frage nach dem Auffinden der interessantesten oder gar für ein bestimmtes Thema maßgeblichen Abstimmung. In der gegenwärtigen Form wirkt es wie eine Teenager-Spielwiese.

Offenbar ist der Reiz sehr hoch, die eigene Lieblingsfrage selbst zur Abstimmung zu stellen und sich selbst als Fragesteller zu produzieren. Demgegenüber scheint es für Besucher der Site vergleichsweise unattraktiv zu sein, nach einem bereits gestellten Thema zu suchen und sich dort an einer bestehenden Abstimmung zu beteiligen. Ein irgendwie repräsentatives Meinungsbild kommt so nicht zu Stande, es ist u. U. durch das Geschäftsmodell auch gar nicht beabsichtigt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Site nicht sinnvoll als Instrument der Meinungsbildung handhabbar ist, die Umfragen dementsprechend keinen ernsthaften Charakter haben können.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Freevote</p>	
<p><u>Webadresse:</u> www.freevote.com</p> <p><u>Postadresse:</u> Ausschließlich E-Mail-Kontakt vorgesehen</p>	<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u></p> <p>Nicht näher spezifiziert</p>

<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u>			
Ermöglichung von Abstimmungen von und für jedermann. Durch Traffic attraktives Werbeumfeld erzeugen.			
<u>Kurzcharakterisierung:</u>			
Die Site erlaubt Teilnahme an einer Vielzahl von Abstimmungen sowie das Einstellen eigener Abstimmungsthemen.			
<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: 15 Hauptthemenbereiche, darunter „Animals“, „Business“, „Colleges & Universities“, ...	Permanenz: Hauptthemenbereiche permanent, Einzelabstimmungen jeweils wechselnd	Herkunft der Abstimmungsthemen: Registrierte Teilnehmer	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentation/Archivierung: Alte Abstimmungsergebnisse sind nicht ersichtlich	Repräsentativität: Nicht gegeben	Wiedergabe der Ergebnisse: Prozentwerte, auch laufende Darstellung aktueller Abstimmungen	Weitere Verwendung: Keine explizite externe Verwendung erkennbar
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Weltweite Internet-Gemeinde		Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: völlig offen	
Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Stimmabgaben typischerweise im zweistelligen Bereich, bei unüberschaubarer Zahl von Abstimmungen		Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Nicht erkennbar	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: 1 Stimme pro Teilnahme an einer Abstimmung, Mehrfachteilnahme möglich		Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Angebot diverser kostenloser Internet-Dienste	
Einbindung des Nutzers: Möglichkeit der Kommentierung sowie der Bewertung der Abstimmung		Weitere Partizipationsformen: Partizipation insbesondere über die eigenständige Gestaltung von Abstimmungen	
<u>Abstimmungsmerkmale</u>			
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Meist nach Art einfacher Meinungsumfragen mit in der Regel einander ausschließenden Alternativen			
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: jeweils aktuelle Abstimmungen; Dauer unterschiedlich			
<u>Anmerkungen:</u>			
Einstieg wahlweise auch deutschsprachig. Themen können in allen Sprachen zur Abstimmung gestellt werden, hiervon wird in gewissem Umfang auch Gebrauch gemacht.			
<u>Gesamturteil:</u>			
Die Site ist auf Grund der unüberschaubaren Vielzahl disperser Abstimmungen in dieser Form für die Schaffung repräsentativer Meinungsbilder ungeeignet; dieses Ziel wird aber offensichtlich auch nicht verfolgt.			

f) Perspektive-Deutschland.de

- Begründung der Aufnahme

„Perspektive Deutschland“ ist eine Site, die ausschließlich der Abwicklung einer einzelnen Umfrage dient. Diese Umfrage ist ernsthaft, eigenständig und komplex. Sie richtet sich an Nutzer in ganz Deutschland und hat eine hohe Beteiligung erreicht. Mit dem Ergebnis ist eine aktuelle publizistische und anschließend eine gesellschaftspolitische Wirkung beabsichtigt. Zur Absicherung der Repräsentativität der Ergebnisse fand parallel zur Online-Befragung als „Verzerrungs-Check“ offline eine repräsentative herkömmliche Befragung statt.

- Beschreibung der Inhalte

Es handelt sich um eine sehr umfassende Umfrage zu den gesellschaftspolitischen Vorstellungen der Deutschen. Sie steht unter der Schirmherrschaft von Lothar Späth und wird durch Grußadressen u.a. prominenter Politiker aller im Bundestag vertretenen Parteien unterstützt. Die hinter der Umfrage stehende Initiative strebt explizit an, dass die Umfrageergebnisse die Politik beeinflussen.

Gegenstand der Umfrage sind diejenigen politischen und gesellschaftlichen Fragen, die nach Auffassung der Initiative entscheidende Weichenstellungen für die Zukunft der Gesellschaft darstellen. Viele Fragen betreffen die Zuordnung von Eigeninitiative und gesamtgesellschaftlicher Verantwortung zu den einzelnen Themenbereichen. Zu den Fragenkomplexen wird parallel auch die Selbsteinschätzung der aktuellen persönlichen Situation des Teilnehmers und seine Bereitschaft zur Übernahme von Eigeninitiative bzw. Tragen von Risiko erfragt.

Die Befragung war einmalig, lief über drei Monate und wurde Ende 2001 abgeschlossen. Eine möglichst hohe Teilnehmerzahl wurde angestrebt, weshalb die Initiative dazu aufrief, von anderen Sites einen Link auf die Homepage von Perspektive Deutschland zu verweisen.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Befragt wurde nach dem Multiple-Choice-Verfahren. Die Auswahl der einzelnen Frage erfolgte interaktiv. Zum einen wurden dadurch Fragen gar nicht erst gestellt, die ausweislich der vorhergehenden Antworten im Einzelfall nicht relevant waren. Zum anderen erhielt nicht jeder Teilnehmer automatisch alle Fragenblöcke des Vertiefungsteils, sondern zunächst per Zufallsgenerator nur einen, aber mit der freiwilligen Option auf zusätzliche Beantwortung weiterer Blöcke. Dies ermöglichte einen sehr umfangreichen Fragenkatalog, ohne die einzelnen Teilnehmer allzu lange zu beanspruchen.

Die Teilnehmer erhielten unmittelbar im Anschluss an die Teilnahme ein erstes Feedback, in dem die eigenen Positionen gegen die Positionen der bisherigen Teilnehmer gespiegelt wurden. Über eine Kennziffer können sie nunmehr nach Abschluss der Befragung weitere Auswertungen abfordern.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Mit der Befragung wurde eine große Publizität erreicht, sowohl in der Befragung selbst als auch in der anschließenden Ergebniskommunikation. Sie kann daher als erstes Beispiel für eine Online-Befragung als öffentliches Ereignis angesehen werden. Die außerordentlich hohe Teilnehmerzahl von annähernd 170.000 Personen zeigt, dass das Ziel einer Befassung der allgemeinen Öffentlichkeit mit gesellschaftlichen Fragen in ungewöhnlichem Maß erreicht worden ist.

Mit Bezug auf das Partizipationsziel positiv zu bewerten ist zunächst die Offenlegung der Ziele. Gleiches gilt nicht nur für den thematisch umfassenden Ansatz, sondern auch für die Fragen, welche auf die Situation des Teilnehmers in Bezug auf das Thema zielen. Derartige Fragen wirken allerdings steuernd, indem sie auf der einen Seite die Ernsthaftigkeit verstärken, auf der anderen Seite die Antworten in einer Weise beeinflussen, dass sie nicht mehr die tatsächliche Erwartungshaltung der Teilnehmer an die Politik wiedergeben.

Im Vergleich mit den meisten anderen betrachteten Sites sind Fragestellung und Benutzerführung durch besondere Überlegung gekennzeichnet, dies gilt auch für die Nutzbarmachung der Interaktivität des Mediums. Dabei wird zugleich deutlich, welcher Aufwand für eine derart ernsthafte Befragung erforderlich ist, einschließlich der erforderlichen werbenden Begleitung durch Medien und die Vielzahl in unterschiedlicher Weise tätigen Unterstützer.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Perspektive Deutschland</p>	
<p><u>Webadresse:</u> www.perspektive-deutschland.de</p> <p><u>Postadresse:</u> McKinsey & Company Prinzregentenstraße 22, 80538 München</p>	<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u> „Eine Initiative von McKinsey, Stern.de und T-Online“</p>

<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u>			
Explizit: Partizipation, Erzeugung eines Meinungsbildes zur gesellschaftlichen Verantwortung und zur Aufteilung zwischen der Rolle des Staates und des Individuums, öffentliche Einflussnahme, implizit wohl auch: PR für die beteiligten Unternehmen.			
<u>Kurzcharakterisierung:</u>			
Breit angelegte Meinungsumfrage zu gesellschaftlichen und politischen Themen mit systematischer Auswertung und publizistischer Verwertung.			
<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: Lebensqualität, Wohnort, Sozialstaat, (gesellschaftliches) Engagement, Bildung, Arbeit, Sparen	Permanenz: einmalig	Herkunft der Abstimmungsthemen: McKinsey in Zusammenarbeit mit Gesellschaftswissenschaftlern	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentation/Archivierung: Ausführliche Dokumentation der Ergebnisse	Repräsentativität: „Online-Bias“ durch Offline-Parallelbefragung eliminiert	Wiedergabe der Ergebnisse: Wissenschaftliche Auswertung und Aufbereitung, zu den einzelnen Fragen abrufbar	Weitere Verwendung: Publizistische Auswertung, Eingang der Ergebnisse in die Politik angestrebt
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Implizit deutsche Staatsbürger		Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: Grundsätzlich völlig offen, allerdings begrenzt durch nicht unbedeutenden Zeitaufwand beim Ausfüllen	
Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): 169.128 zumindest teilweise ausgefüllte Fragebögen		Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Setzen von Links auf diese Site wurde ausdrücklich ermuntert	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: Einmal pro Teilnahme (Missbrauch, sofern möglich, durch hohen Aufwand für Teilnahme und hohe Teilnehmerzahl unbedeutend)		Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Recht auf individuelle Auswertung („Wo stehe ich im Vergleich zu meinen Mitbürgern?“)	
Einbindung des Nutzers: Verlosungsteilnahme (Hauptpreis: Ein Tag mit Bundeskanzler Schröder)		Weitere Partizipationsformen: keine	
<u>Abstimmungsmerkmale</u>			
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Umfrage als Multiple Choice, mit teilweise individualisierter Fragestellung			
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Mehrmonatige Dauer			

Anmerkungen:

Systematik und Qualität von Befragung und Auswertung sind fachlich auf dem gehobenen Niveau klassischer Umfragen, methodisch durch die erweiterten interaktiven Möglichkeiten der Online-Befragung ergänzt.

Gesamturteil:

Befragung setzt Maßstäbe, allerdings auch beim Aufwand.

4.2.2.2 Verbindliche Abstimmungen

In diesem Unterkapitel werden keine Beispiele vorgestellt, da die betroffenen Gruppen in der Regel nicht ohne weiteres öffentlich zugänglich sind. Die einzige Möglichkeit der Erkenntnisgewinnung bestand in der teilnehmenden Beobachtung.

- Begründung der Aufnahme

Wie oben bereits betont, haben Gruppen über das Web die Möglichkeit, ihren Abstimmungsbedarf wirkungsverbindlich zu regeln. Das Web eröffnet hierzu eine neue, dezentrale Möglichkeit, die mittlerweile in einer großen Zahl von Gruppen auch praktisch wahrgenommen wird. Web-Abstimmungen ergänzen, ersetzen und erweitern damit Einzelentscheidungen und Vorstandsbeschlüsse in Sachfragen.

- Beschreibung der Inhalte

Gruppen aller Art zeichnen sich durch einen Bedarf an wirkungsverbindlichen Entscheidungsverfahren aus. Beispiele für zu entscheidende Themenfelder sind:

- Abstimmungen über gruppenrelevante Themen,
- Abstimmungen über Gruppenregeln,
- terminliche Absprachen,
- Arbeitsverteilung.

Die Gruppen können sehr informell sein, es kann sich aber auch um klassische Vereine, Arbeitsgemeinschaften etc. handeln, sowohl im politischen als auch im vor- und außerpolitischen Bereich. Neu ist die grundsätzliche Möglichkeit, derartige Gruppen online und damit auch ohne räumlichen Zusammenhang zu führen.¹⁴

¹⁴ Unter den 20 bei Schenk/Wolf im Jahr 2000 meistgenannten „wichtigen Internet-Aktivitäten“ ist die Organisation von Gruppen noch nicht vertreten – Gruppenaktivitäten sind nur implizit unter „Chat-ten“ erfasst. Vgl. Schenk/Wolf: Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce, S. 20.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Typischer Modus bei Online-Abstimmungen innerhalb von Gruppen ist entweder die Auswahl einer oder ggf. mehrerer zusagender Alternativen, oder die Abstimmung über eine Fragestellung nach Ja/Nein/Enthaltung, aber auch durch selbst formulierte eindeutige Stimmabgaben. Ein von der Gruppe akzeptierter Moderator wertet die Stimmabgaben aus und ist häufig auch für die Formulierung der Fragestellungen verantwortlich.

Auffallend ist eine Tendenz zur deutlichen Erweiterung der zur Auswahl stehenden Alternativen. Die sonst latent vorhandenen Abstimmungsvarianten („vielleicht“, „weiß nicht“, „interessiert mich nicht“, „ja, aber“) werden dadurch explizit. Dies macht die Entscheidungsfindung schwieriger, aber die Entscheidungslage auch transparenter. Jenseits der sozialen Verbindlichkeit ist der Status der auf diese Weise gewonnenen Ergebnisse allerdings bei den meisten beobachteten Diskussionsgruppen nicht explizit geklärt.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Eine Bewertung von Einzelfällen ist nicht möglich. Die grundsätzliche Wirkung besteht in einer Senkung der Transaktionskosten im Vergleich mit einer Vereins- oder Vereinsvorstandssitzung durch Entfallen von Transportkosten, leichten Zutritt zur Online-Plattform, schnelle Kommunikation, weniger Zeitaufwand, Zeitversetztheit der Kommunikation (also höhere Zeitsouveränität). Grundsätzlich neu ist die höhere Teilbarkeit der Partizipation. Es ist möglich, sich themenweise statt sitzungsweise zu engagieren. Der Ansatz ist damit insgesamt individueller. Online-Abstimmungen dieser Art sind als neue Möglichkeit zu begrüßen, allerdings besteht noch erheblicher Bedarf an Standardisierung, sowohl beim Verfahren als auch beim Grad der Verbindlichkeit.

4.2.3 Wahlen in Politik und Verbänden

Offizielle, rechtsverbindliche Wahlen sind komplexe Prozesse. Die Stimmabgabe ist von Organisation und Wahlkampf getrennt.

a) Jugendgemeinderat Esslingen

- Begründung der Aufnahme

Die Wahl zum Jugendgemeinderat der Stadt Esslingen wurde als Beispiel für eine elektronisch und teilweise über das Internet abgewickelte rechtswirksame öffentliche Wahl aufgenommen.

- Beschreibung der Inhalte

Der Jugendgemeinderat ist ein offizielles öffentliches Gremium der Stadt Esslingen mit beratender Funktion.

Die Wahl basiert auf einer komplexen Technologie. Sie fand vom 9. bis 12. Juli 2001 statt, teilweise über die Nutzung des Internet. Hierbei wurden Signaturkarten eingesetzt, mit denen Wähler sich identifizieren konnten, um anschließend elektronisch ihre Stimme abzugeben. Es handelt sich weltweit um den ersten Einsatz dieser Technologie bei einer Wahl zu einem öffentlichen Gremium.

Die Site enthält Einzelheiten zum Ablauf der Wahl und zu den Ergebnissen, sowie Informationen zum Jugendgemeinderat selbst und zu den einzelnen Kandidaten.¹⁵

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die 4845 in der Stadt Esslingen wahlberechtigten Jugendlichen im Alter von 14 bis unter 20 Jahren hatten die Wahl unter 31 Kandidaten für den 20 Sitze umfassenden Jugendgemeinderat. Jeder Jugendliche besaß 20 Stimmen. Häufelung war unzulässig, es waren mindestens 7 Bewerber zu kennzeichnen. Der Wahlmodus selbst ist also eine direkte Abbildung des Modus bisheriger Offline-Wahlen zum Jugendgemeinderat (direkte Umsetzung der vorhandenen Wahlordnung).

Die Stimmabgabe konnte auf drei verschiedenen Wegen erfolgen:

- „Internet-Briefwahl“ vom eigenen PC unter Verwendung der Signaturkarte, während der gesamten Zeit vom 9. bis 12. Juli.
- „Internet-Briefwahl“ an einem von neun öffentlichen, zu diesem Zweck in Jugendhäusern, Schulen etc. vorgehaltenen PCs, wiederum

¹⁵ Die Wahl wurde im Rahmen des Projekts „MediaKomm“ vom Steinbeis-Transferzentrum MediaKomm begleitet, das anschließend einen umfassenden und über obige Site abrufbaren Erfahrungsbericht veröffentlicht hat.

unter Verwendung der Signaturkarte, vom 9. bis 12. Juli, jeweils zu den Öffnungszeiten der Einrichtungen, in denen der PC stand.

- „Elektronische Präsenzwahl“ am 12. Juli von 18 bis 21 Uhr in einer Diskothek. Die Wahl selbst erfolgte hier ebenfalls elektronisch, jeweils nach Abgleich mit dem ebenfalls elektronisch geführten Wählerregister.

Insgesamt nahmen nur 271 der wahlberechtigten Jugendlichen aktiv an der Wahl teil, davon 237 an der Präsenzwahl und nur 34 an den beiden Formen der Internet-Briefwahl.

Im Kern bestand das Problem darin, die jugendlichen Wähler zu bewegen, sich Signaturkarten und Lesegeräte anzuschaffen. Dies verlangte zunächst eine Kampagne, die sowohl für den in Esslingen vergleichsweise wenig verwurzelten Jugendgemeinderat und dessen Wahl werben musste, als auch parallel für die Benutzung eines sehr speziellen, nur mit einigem Aufwand zu erlangenden (und mit jährlichen Folgekosten von 50 DM für die eventuelle künftige Nutzung verbundenen) Geräts. Auch Marketerspezialisten stehen hier vor keiner leichten Aufgabe.¹⁶

110 Jugendliche bekundeten daraufhin die grundsätzliche Bereitschaft zum Einsatz der Signaturkarte, 70 beantragten sie und 34 erhielten sie letztlich auch, einschließlich beider Teile der persönlichen PIN.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Wahl stellte einen ersten Prototyp dar, weshalb noch keine Gesamtbewertung abgegeben werden kann. Hervorzuheben sind die folgenden Punkte:

Faktisch hat aufgrund der erforderlichen rechtsverbindlichen Beantragung eine Beschränkung der Briefwahl auf die älteren Jugendlichen stattgefunden, sowie durch eine sehr unterschiedliche Umwerbung der einzelnen Wahlberechtigten in der Tendenz eine Ungleichbehandlung.

Zwar haben die Sicherheitsmechanismen sowie die technische Abwicklung funktioniert, doch ist insgesamt die eingesetzte Technologie noch zu aufwändig. Zusätzlich

¹⁶ Hingegen gelang es, vorab einen Sponsor für die Lesegeräte und Signaturkarten zu finden (bis zu maximal 300 Stück). Aus rechtlichen Gründen (die Jugendlichen waren mit der Nutzung Vertragspartner der Deutsche Post Signtrust GmbH) war der Einsatz der Geräte auf Jugendliche ab 16 Jahre beschränkt. Aus diesem Personenkreis ist ein gewisser Teil persönlich angeschrieben worden, um ihn für diese Technik zu gewinnen. Wegen der Begrenzung der Gerätezahl konnte das Angebot allerdings nicht allen in Frage kommenden Jugendlichen gemacht werden. Weiter steht die Frage im Raum, was passiert wäre, wenn die Teilnahmebereitschaft größer gewesen wäre als das gesponsorte Kontingent von 300 Lesegeräten und Signaturkarten. Auch wenn davon auszugehen ist, dass eine Kommune im Einzelfall hier „unbürokratisch“ eine Lösung finden kann, wird das Problem bei einer möglichen Ausweitung des Wahlsystems akut.

hat der erforderliche Aufwand für die organisatorische Vorbereitung, nicht zuletzt auf Seiten der Wähler, dazu beigetragen, dass die Teilnahme gering war.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: Jugendgemeinderat Esslingen			
<u>Webadresse:</u> www.jgrwahl.esslingen.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> Martinstraße 42-44 73728 Esslingen		Steinbeis-Transferzentrum MediaKomm, Esslingen	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Wahl des Jugendgemeinderats, Funktionsnachweis für Online-Wahltechnik			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Die Site enthält Informationen zur Jugendgemeinderatswahl Esslingen, den Kandidaten, dem Ablauf und den Ergebnissen.			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Wahl von 20 Jugendgemeinderäten aus 31 Kandidaten	<u>Permanenz:</u> Grundsätzlich an Wahlperiode gebunden, im Testfall aber faktisch wie eine einmalige Wahl aufbereitet	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Gemeinderat der Stadt Esslingen beschließt JGR-Wahl	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Abstimmungsergebnisse sind abrufbar	<u>Repräsentativität:</u> In Bezug auf Wahlberechtigte wg. geringer Beteiligung nicht gegeben, wohl aber in Bezug auf Wähler	<u>Wiedergabe der Ergebnisse:</u> Abschneiden der Kandidaten mit Stimmzahlen, Portraits der gewählten Kandidaten.	<u>Weitere Verwendung:</u> Auswertung als Prototyp von Online-Wahlen
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Esslinger Jugendliche		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> An sich für alle Jugendlichen offen, aber entweder mit Präsenzpflcht oder mit recht aufwändiger Installation von Technik verbunden.	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> 271 von 4845 Wahlberechtigten, davon 34 über Internet		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> Parallele Pressearbeit und Kommunikation der Ergebnisse	

Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers	
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: Mindestens 7, maximal 20 Stimmen, da 20 Kandidaten zu wählen waren. Verifizierung der über Internet abgegebenen Stimmen durch elektronische Signatur.	Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Aktives und passives Wahlrecht; die erfolgreichen Kandidaten haben zusätzlich Rechte und Pflichten als Jugendgemeinderäte.
Einbindung des Nutzers: Grundsätzlich weitere Nutzungsmöglichkeiten für die Signaturkarte möglich.	Weitere Partizipationsformen: Im Rahmen der Wahl: keine
Abstimmungsmerkmale	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Rechtsverbindliche Wahl zu einem öffentlichen Gremium. Variante über Internet rechtlich als Briefwahl ausgestaltet.	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Internet-Briefwahl über mehrere Tage, zusätzlich Präsenzwahl über mehrere Stunden.	
<u>Anmerkungen:</u> Die Wahlbeteiligung war auch bei der vorhergegangenen, traditionellen Wahl enttäuschend gering. Sie veränderte sich durch die Einführung der Online-Variante nicht wesentlich.	
Gesamturteil: Mit dieser Wahl ist ein erster technischer Nachweis für die Funktionsfähigkeit von signaturkartengestützten Online-Wahlen erbracht. Für einen flächendeckenden Einsatz ist der Aufwand für die Wähler derzeit allerdings noch prohibitiv hoch.	

b) Icann

- Begründung der Aufnahme

Die Zuwahl in den Vorstand der Icann (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) wurde aufgenommen, weil der Vorstand über echte Handlungsrechte verfügt, die Wahl international angelegt war und mit einer sehr deutlich fünfstelligen Teilnehmerzahl sowie begleitender publizistischer Verwertung tatsächlich eine breitere Öffentlichkeit erreicht hat. Zudem waren in Vorbereitung und Durchführung der Wahl online-spezifische innovative Ansätze erkennbar.¹⁷

¹⁷ Mittlerweile hat Icann entschieden, dass künftig keine weiteren Zuwahlen von Vorstandsmitgliedern aus der allgemeinen Öffentlichkeit heraus stattfinden sollen. Begründet wird dies u.a. mit der im Vergleich zur Bedeutung einer Vorstandsposition zu geringen Beteiligung der Öffentlichkeit.

- Beschreibung der Inhalte

Ein Teil der Direktoren von Icanm wird von der interessierten Öffentlichkeit in den Vorstand gewählt. Derartige Wahlen haben bislang einmal stattgefunden (Herbst 2000).

Ausgestaltung der Wahlen, Diskussionsforen zur Ausgestaltung und zu den Kandidaten, begleitende Newsletter, die Wahl selbst und die Aufbereitung der Ergebnisse umfassten mehrere Sites. Neben die offiziellen Sites traten auch freie Diskussionsforen.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Durch die allgemeine Öffentlichkeit wurden fünf Mitglieder des Vorstands direkt gewählt. Der Abstimmungsmodus war nicht ganz einfach und zeugt von intensiver Befassung mit der Theorie von Abstimmungen und Wahlen. Er teilt sich in die Vorwahlen und die eigentlichen Wahlen. Die Welt wurde hierzu in fünf Regionen unterteilt. Aus jeder Region war ein Repräsentant zu wählen.

Die Abstimmung war grundsätzlich für alle Internet-Nutzer offen. Zur aktiven Teilnahme an der Wahl war allerdings zunächst eine Registrierung als Mitglied erforderlich. Diese verband sich mit der Ausgabe einer individuellen PIN. Auf diese Weise wurde Missbrauch zwar nicht ausgeschlossen, aber immerhin erheblich erschwert.

Um offiziell als Kandidat zugelassen zu werden, war für einen Bewerber in der Vorwahl ein Quorum von 2% der Stimmberechtigten der jeweiligen Region, also des Kontinents, als Unterstützer erforderlich. Hierbei besteht eine Besonderheit darin, dass die Unterstützungsstimme bis zum Schluss rückgängig gemacht und neu auf einen anderen Bewerber gesetzt werden konnte. In der Praxis kann dies von Bedeutung sein, wenn sich abzeichnet, dass ein bestimmter Bewerber das Quorum sicher nicht erreichen wird und Stimmberechtigte sich entscheiden, statt die Stimme voraussehbar verfallen zu lassen, sie lieber einem möglicherweise noch chancenreichen Bewerber im Grenzbereich des Quorums zu geben.

Der eigentliche Wahlkampf erscheint als durchaus zeitaufwändig. Die Kandidaten stellten sich mit Lebensläufen und Programmen in diversen internen Foren den Wählern vor.

Die Wahl fand vom 1. bis 10. Oktober 2000 statt. Die Wähler konnten aus den zur Verfügung stehenden Kandidaten beliebig viele auswählen und mit einer Rangfolgeziffer versehen („1“ für „Erstpräferenz“, „2“ für „Zweitpräferenz“, usw.).

Um gewählt zu werden, war die absolute Mehrheit der abgegebenen Stimmen erforderlich, wobei zunächst nur die erste Präferenz gewertet wurde. Hatte in einer Region kein Kandidat die absolute Mehrheit erhalten, schied der Kandidat aus, welcher die geringste Zahl Erstpräferenzen erhalten hatte. Die mit diesen ausgeschiedenen

Erstpräferenzen verbundenen Zweitpräferenzen wurden auf die übrig gebliebenen Kandidaten neu verteilt. Anschließend wurde neu ausgezählt. Kam wieder keine absolute Mehrheit zustande, wurde der Vorgang wiederholt. Für Nordamerika ergab sich auf diese Weise in der sechsten Runde eine absolute Mehrheit für einen Kandidaten, während in allen anderen Regionen jeweils ein Kandidat bereits in der Erstauszählung die absolute Mehrheit erreichte.

- Bewertung des Angebots

Insgesamt handelt es sich um einen der ernsthaftesten und zumindest im formalen Sinn erfolgreichsten Ansätze zu echtem E-Voting. Die Wahl war jedenfalls in Deutschland auch außerhalb der Internet-Community von einem vergleichsweise erheblichen Presseecho begleitet. Ein ähnliches Verfahren wird bei der Auswahl der die Olympischen Spiele ausrichtenden Stadt verwendet, dort allerdings als konventionelle Abstimmung in mehreren Runden.

Darüber hinaus wird deutlich, dass um die eigentliche Wahl herum eine sehr ernsthafte inhaltliche Diskussion insbesondere zum Wahlrecht geführt wird, sowohl in eigens eingerichteten Diskussionsforen als auch in einer virtuellen Zeitschrift „Cyber-Federalist“. Wenn das aktuelle Ergebnis auch ist, keine weiteren derartigen Abstimmungen bei Icannt durchzuführen, liegt das nicht am Modus, sondern an unterschiedlichen grundsätzlichen Widerständen gegen eine allgemeine Zuwahl von Vorständen.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Icann</p>	
<p><u>Webadresse:</u> www.icann.org</p> <p><u>Postadresse:</u> bewusst nicht kommuniziert</p>	<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u></p> <p>Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN); Agentur, durch die weltweit die Domain-Namen des WWW verwaltet werden</p>

<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u>			
Gewinnung von Vorstandsmitgliedern als Vertreter der Allgemeinheit; Wahl als Demonstration für die demokratische Offenheit und das Nutzungspotenzial des Internet			
<u>Kurzcharakterisierung:</u>			
Im Rahmen des Gesamtauftritts von Icanng angebotene Wahlplattform, mit dezentral geführter Diskussion zu Abstimmungsmodus und Kandidaten (Beispiel für verbindliche Wahl von Entscheidungsträgern)			
<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: Echte Wahl von stimmberechtigten Repräsentanten der Öffentlichkeit in den Vorstand der Icanng	Permanenz: Wahlen für Wahlperiode, Wahlsystem ursprünglich auf Dauer angelegt	Herkunft der Abstimmungsthemen: Personen stellen sich zur Vorwahl und ggf. zur Wahl	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentation/Archivierung: Alte Abstimmungsergebnisse sind abrufbar	Repräsentativität: in Bezug auf Wähler gegeben, in Bezug auf Internetnutzer nicht erreichbar	Darstellung der Ergebnisse: Stimmzahlen der Kandidaten	Weitere Verwendung: Wahl führt zur Besetzung der Position
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Internet-AktivistInnen weltweit		Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: Grundsätzlich offen, allerdings dauerhafte Anmeldung für Community mit Rückbestätigung und PIN erforderlich; Internet-Zugang zwingend erforderlich	
Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Weltweit hoher fünfstelliger Bereich		Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Public-Relation-Arbeit der Icanng und der gewählten Vorstandsmitglieder	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: Eine Stimme pro Teilnehmer; Mehrfach-Stimmabgabe wird durch PIN weitgehend ausgeschlossen		Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Keine Ausführungen, faktisch wohl einiger unumgehbarer Informationsaufwand	
Einbindung des Nutzers: Bei Abstimmungen keine weitergehende Einbindung		Weitere Partizipationsformen: Icanng bietet diverse Foren, auch und gerade reflexiv zur internen Demokratie	
<u>Abstimmungsmerkmale</u>			
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Echte Online-Wahl mit personellen Alternativen, Vorwahlen, Wahlkampf und gewissem Missbrauchsschutz; getrennte Wahlen nach Kontinenten			
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Mehrwöchige Vorwahlen (2-%-Klausel), Wahlkampf, kurzer Abstimmungszeitraum			

Anmerkungen:

Tatsache und Art der Zuwahl von Vertretern der Allgemeinheit in den Vorstand ist bei Ican intern stark umstritten. Durchdachtheit des Modus, Niveau der Diskussion und Intensität der Promotion haben für das Internet Vorbildcharakter.

Gesamturteil:

Im Prinzip echte politische Zuwahl von „Volkstribunen“

4.2.4 Organisieren von Gruppen, Vereinen, Parteien

4.2.4.1 Reale Organisationen

Die laufende Organisation von Gruppen aller Art einschließlich der Entscheidungsfindung ist als partizipativer Prozess wesentlich umfassender als in formalen Abstimmungen deutlich wird. Große Teile dieses Prozesses lassen sich mittlerweile über das Web abwickeln.

a) Gruppen

- Begründung der Aufnahme

Gruppen nutzen häufig ein Web-gestütztes Forum für unterschiedliche Formen der partizipativen Selbstorganisation, zu der auch im Besonderen Umfragen oder Abstimmungen zählen. Diese Form der online-gestützten Organisation des Gruppenprozesses ist relativ jung, bislang auf Minderheiten beschränkt und birgt so vermutlich noch weiteres Potenzial.

- Beschreibung der Inhalte

Bei den Gruppen kann es sich um lose, kurzzeitige oder um dauerhaft etablierte Zusammenschlüsse handeln. Diese können dann auch in Form eines Vereins nach innen und außen auftreten. Die Gruppen finden zudem häufig – aber keineswegs immer – mehr oder weniger stark auch durch persönlichen Kontakt zusammen.

Benötigte Elemente für den partizipativen Prozess sind z. B.:

- ◆ Website mit den dauerhaften Inhalten der Gruppe (Abbildung des Gegenstands der Gruppenaktivität),
- ◆ Diskussionsforum zum Austausch über die laufenden Themen,
- ◆ Abstimmungstool zur formalen Herstellung von Meinungsbildern, u.U. auch direkt zur Herbeiführung von Entscheidungen,

- ◆ Moderation,
- ◆ Archiv.

Darüber hinaus kommunizieren Gruppenmitglieder auch außerhalb der für die Gruppe insgesamt bestehenden Foren. Hierzu gehören einzelne E-Mails zwischen den Mitgliedern ebenso wie herkömmliche telefonische oder schriftliche Kontakte und persönliche Treffen.

Für die Organisation der gemeinsamen kommunikativen Aktivitäten gibt es mittlerweile standardisierte Angebote, wie etwa bei Yahoogroups oder Forumromanum. Die Plattformen für die jeweilige interne Kommunikation werden hierbei ebenfalls „Gruppe“ genannt.¹⁸ Bei einigen Anbietern können derartige Gruppen nach Belieben gegründet werden.

Andere Anbieter (AOL) bieten zu jedem ihnen wichtig erscheinenden Thema eine von ihnen moderierte Diskussionsgruppe an. Eine Zwischenstellung nimmt hier Usenet ein: Grundsätzlich soll ein Thema nur jeweils in einer Gruppe diskutiert werden, allerdings entscheiden die Mitglieder über die Einrichtung neuer Gruppen zu weiteren Themen, ggf. auch über thematisch parallele Gruppen. Damit sind diese Angebote für die in der Gesellschaft bereits bestehenden Gruppen nur beschränkt nutzbar.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Typisch ist hier die Nutzung der Abstimmung zur Entscheidungsvorbereitung; die Entscheidung selbst fällt erst anschließend als separater Akt. Dem entspricht gerade nicht die parlamentarische Abstimmung mit Ja/Nein/Enthaltung, sondern eher die Möglichkeit, Alternativen bewerten oder Prioritäten setzen zu können. Damit ist der typische Abstimmungsmodus durch eine Vielzahl möglicher Alternativen gekennzeichnet, sodass das Abstimmungsergebnis interpretationsbedürftig bleibt.

- Bewertung des Angebots

Wie unter 3.2.2.2 ist auch hier keine Einzelfallbewertung möglich. Zusammengekommen handelt es sich um eine neue Form echter Partizipation von erheblicher praktischer Relevanz, obwohl die Komplexität und die technischen Voraussetzungen sie bislang nur einer (immerhin umfangreichen) Minderheit zugänglich machen.

Den Moderatoren der Gruppen wird ein Organisationswerkzeug an die Hand gegeben, das in seinen Strukturen technisch und somit formaler ist sowie einen anderen Dokumentationscharakter bietet als die bisherigen (Offline-) Organisationsmittel für frei gegründete Gruppen.

¹⁸ Ursächlich hierfür ist die ursprüngliche Vorstellung, dass sich bei diesen Anbietern völlig neue und ausschließlich elektronisch kommunizierende (Diskussions-)Gruppen zusammenfinden würden. In der Praxis wird das Angebot mittlerweile aber ebenso von konventionellen Gruppen genutzt.

b) Größere Gruppierungen / Parteien

- Begründung der Aufnahme

Der virtuelle Parteitag der Grünen in Schleswig-Holstein vom März 2002 ist das jüngste Beispiel für die zeitlich begrenzte Abbildung komplexer Organisationsaufgaben einer größeren Gruppierung mit wirkungsverbindlichen Entscheidungen auf der Grundlage des Internet. Die Durchführung baut auf den Erfahrungen mit einem virtuellen Parteitag des Landesverbandes Baden-Württemberg auf (Ende 2000), für den als vermutlich welterstem virtuellen Parteitag eine Teilnehmeruntersuchung durch Bubeck/Fuchs vorliegt.¹⁹

- Beschreibung der Inhalte

Gegenstand der Site ist die virtuelle Abwicklung eines Landesparteitags der Schleswig-Holsteinischen Grünen. Diese umfasst:

- ◆ Verwaltung der Delegierten und ihrer Zugangsberechtigungen,
- ◆ Verwaltung der teilnehmenden Besucher und ihrer Zugangsberechtigungen,
- ◆ Darstellung von Geschäftsordnung und Verfahrensfragen,
- ◆ Dokumentation des Ablaufs,
- ◆ Darstellung der Anträge,
- ◆ Antragsstellung und –bearbeitung
- ◆ Diskussionsforum zu den Anträgen,
- ◆ Abstimmungen zu den Anträgen,
- ◆ Dokumentation der Zwischenstände bzw. Ergebnisse.

Damit ist tatsächlich der gesamte Parteitag virtualisiert worden. Allerdings ist anzunehmen, dass – wie auf herkömmlichen Parteitagen auch – parallel informelle Diskussionen zu den Anträgen direkt zwischen einzelnen Personen stattgefunden haben, sei es über E-Mail oder über andere Kanäle.²⁰

¹⁹ Bubeck, Bernhard; Fuchs, Gerhard: Auf dem Weg in die digitale Politik. Eine Untersuchung zum Virtuellen Parteitag von Bündnis 90/Die Grünen Baden-Württemberg. Stuttgart 2001.

²⁰ Ähnlich Bubeck und Fuchs zum virtuellen Parteitag von Bündnis 90 / Die Grünen in Baden-Württemberg, jedoch ergab die dortige Befragung im Gesamturteil einen Mangel an persönlicher informeller Kommunikation sowie auch an verbindender und belebender Live-Atmosphäre (2001, S. 41).

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Anträge konnten als Dringlichkeitsanträge auch noch während des Parteitags formuliert werden. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, zu bestehenden Anträgen Änderungsanträge zu stellen. Wie im politischen Geschäft üblich, konnten (bzw. sollten) auch hier Anträge explizit mit einer Begründung versehen werden.

Die Anträge wurden zunächst veröffentlicht, und zwar für mindestens 24 Stunden. Anschließend wurden sie jeweils einer Abstimmungsrunde zugeordnet. Deren Dauer betrug 24 Stunden. Während dieser Zeit konnten die Delegierten ebenso wie die registrierten Besucher über die Anträge online abstimmen.

Die Auswertung erfolgte getrennt nach Delegierten und teilnehmenden Besuchern. Das Delegiertenvotum war wirkungsverbindlich, das Besuchervotum wurde parallel erfasst und besaß keine Verbindlichkeit.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Zunächst ist der prinzipielle Beweis geführt, dass auch komplexere Versammlungen zum Zweck grundlegender Abstimmungsprozesse von Organisationen auch durch ein virtuelles Treffen ersetzt werden können. Dies ermöglichte zudem eine Öffnung für die Teilnahme von interessierten Besuchern. Die Teilnahme von ca. 500 registrierten Besuchern beim Parteitag in Schleswig-Holstein lag deutlich über den 190 registrierten Besuchern in Baden-Württemberg²¹, obgleich Schleswig-Holstein nur ein Viertel der Einwohnerzahl Baden-Württembergs aufweist. Die Attraktivität scheint also zugenommen zu haben. Bereits für Baden-Württemberg weisen Bubeck/Fuchs²² zudem nach, dass sich auf dem virtuellen Parteitag ein erheblich höherer Anteil der Delegierten an der (schriftlichen) Debatte beteiligt als dies für Redebeiträge auf konventionellen Parteitagen festgestellt werden kann.

Interessant ist auch die Fortentwicklung des Abstimmungsmodus in Richtung Abstimmungsrunden und längere Zeiträume für Abstimmungen. Auf einem herkömmlichen Parteitag finden Abstimmungen hingegen einerseits laufend, andererseits als Momentaufnahme statt.

Zu vermuten ist, dass der typische gruppensdynamische Prozess eines Parteitags, der letztlich auf eine Radikalisierung, damit aber auch auf eine Schärfung des Profils bzw. ggf. auch Zuspitzung des Konflikts hinausläuft, nicht in der gleichen Schärfe zustande kommt. Ob dies ein Vorteil oder ein Nachteil ist, kann nicht ohne weiteres entschieden werden.

²¹ Vgl. Bubeck/Fuchs S.18

²² a. a. O., vgl. S. 23.

Ein wesentliches, wenn auch selten offen formuliertes Ziel von Parteitag ist das gegenseitige persönliche Kennenlernen von aktiven Mitgliedern. Dies kann ein virtueller Parteitag naturgemäß nicht erreichen. Dennoch wird auch bei einer derart umfassenden Abbildung der Parteitagsprozesse, wie der vorliegenden, die übliche, hinter den Kulissen stattfindende Absprache bei der Antragsformulierung mit Sicherheit auch weiterhin außerhalb der offiziell geschaffenen Kanäle stattfinden und so weiterhin auf die Nutzung persönlicher Kontakte gestützt bleiben, für die andere möglicherweise inoffizielle Anlässe genutzt werden.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: Grüner Parteitag			
<u>Webadresse:</u> www.gruener-parteitag.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> (bewusst nicht angegeben, Kontakt per E-Mail)		Bündnis90/Die Grünen, Landesverband Schleswig-Holstein	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u>			
Verbindliche Entscheidung über die dem Parteitag vorliegenden Anträge, zusätzlich Besuchervotum als Meinungsbild			
<u>Kurzcharakterisierung:</u>			
Die Site enthält die zur virtuellen Abwicklung eines Landesparteitags erforderlichen Informationen und Tools.			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Themen aus dem politischen Spektrum der Grünen Schleswig-Holsteins	<u>Permanenz:</u> einmalig, aber Wiederholung angestrebt	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Landesvorstand, Delegierte, Parteimitglieder, Besucher	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/ Archivierung:</u> Alte Abstimmungsergebnisse sind abrufbar	<u>Repräsentativität:</u> Landespartei wird satzungsgemäß von den Delegierten repräsentiert, Besuchervotum nicht repräsentativ	<u>Darstellung der Ergebnisse:</u> Stimmzahlen und Prozentwerte	<u>Weitere Verwendung:</u> Ergebnisse sind Grundlage für die politische Arbeit der Landespartei
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Landesdelegierte sowie interessierte politische Öffentlichkeit		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Für jeden zugänglich, aber zur aktiven Teilnahme Registrierungspflicht.	

Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Neben den Delegierten ca. 500 teilnehmende Besucher	Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Systematische Pressearbeit
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>	
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: 1 Stimme je Antrag; Filter: Anmeldung, folglich in Grenzen umgehbar	Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Antragsrecht, Recht zur Teilnahme an Abstimmungen, implizit Pflicht zur Akzeptanz der Grundpositionen der Partei.
Einbindung des Nutzers: Durch Information, Stimmrecht, Diskussionsforum.	Weitere Partizipationsformen: Zusätzliche Rechte als Mitglied oder Delegierter.
<u>Abstimmungsmerkmale</u>	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Abstimmungen parlamentarisch (Ja/Nein/Enthaltung)	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Abstimmungsrunden von jeweils 24 Stunden Dauer, Zuordnung des Antrags zu einer Runde frühestens 24 Stunden nach seiner Veröffentlichung.	
<u>Anmerkungen:</u> Aufbau der Site und Geschäftsordnung spiegeln intensive Befassung mit der neuartigen Entscheidungssituation wider.	
<u>Gesamturteil:</u> Umfassende und wohl auch erfolgreiche Virtualisierung eines Parteitags und damit der grundsätzlichen Entscheidungsfindung in einer komplexen öffentlichen Organisation.	

4.2.4.2 Virtuelle/simulierte Organisationen (komplexe Lernsimulationen)

Die Fähigkeit des Internet zur vollständigen Virtualisierung kommunikativer Prozesse und zugleich zur zeitsensiblen Interaktivität bietet es auch im Bereich von E-Voting und E-Partizipation an, zu Übungszwecken Organisationen auch insgesamt zu simulieren. Hier gibt es mittlerweile Beispiele, die komplexe Partizipationsformen ermöglichen, einschließlich vielfältiger Abstimmungen.

Die hier vorgestellten virtuellen Organisationen unterscheiden sich in ihrem reinen Simulationscharakter deutlich von den zusätzlichen virtuellen Beteiligungsmöglichkeiten in realen Organisationen, also etwa virtuellen Ortsvereinen oder Landesverbänden von Parteien.

a) Democracy online (DOL)

- Begründung der Aufnahme

Das Konzept von DOL bietet ein wohl als typisch einzustufendes Lehrbeispiel für eine komplexe Simulation von politischen Prozessen, wie sie in westlichen Demokratien vorzufinden sind.

- Beschreibung der Inhalte

Die Site beruht auf einem Softwaresystem, das in der Lage ist, ein politisches System mit virtuellen Parteien zu simulieren. Es ist den westlichen Werten verpflichtet und weist formale Abläufe analog zu einer repräsentativen Demokratie auf, insbesondere Abstimmungen. Nachgebildet wurden dabei schwerpunktmäßig die vielfältigen Organisations- und Abstimmungsprozesse, aber auch der Prozess der Meinungsbildung. Sowohl die Gründung von Parteien als auch die Erarbeitung von inhaltlichen Standpunkten der Parteien erfolgt durch Diskussionen und Abstimmungen. Ferner werden Führungspositionen in den virtuellen Parteien besetzt und schließlich wird alle drei Monate für das Gesamtsystem ein „Internet-Kanzler“ gewählt. Hinter allen gewählten Figuren stehen reale Teilnehmer.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Mitspieler müssen sich anmelden, um zur Teilnahme an Wahlen und Abstimmungen zugelassen zu werden. Sie haben dann auch die Möglichkeit, sich an Meinungsumfragen zu beteiligen und eigene Umfragen zu erstellen. Die aktive wie passive Teilnahme an diesen Umfragen wie generell die aktive Teilnahme an der Simulation wird mit der virtuellen Währung „Bimbes“ belohnt. Besitzer von ausreichend Bimbes können Parteien gründen und sich eine Anhängerschaft sichern, bis hin zur Wahl zum Internet-Kanzler. Dadurch gibt es hier neben mehr oder weniger ähnlichen Nachbildungen der in Deutschland real bestehenden Parteien eine Vielzahl von mehr oder weniger ernsthaften virtuellen Parteien.

Die Abstimmungen selbst erfolgen als Multiple Choice und nicht immer im „parlamentarischen“ Stil: Soweit bei Umfragen Meinungsbilder erhoben werden, machen die Teilnehmer, welche die Umfrage erstellt haben, weitgehend von der Möglichkeit Gebrauch, Antworten mit erweiterten Alternativen und vorgefertigten Begründungen vorzuformulieren.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Simulation auf der Site ist sehr lebendig. Sie ist gekennzeichnet durch eine Ausrichtung aller Vorgänge auf offene Wahlen und Abstimmungen. Die Teilnehmer sind ausweislich ihrer Beiträge in der Regel wohl im Alter der Jugendgruppen-Aktivisten der realen Parteien und rekrutieren sich zu einem erheblichen Teil auch aus diesem Kreis. Insoweit wird der Konkurrenzkampf der politischen Parteien in Deutschland hier nicht nur abgebildet, sondern findet auch real eine zusätzliche Bühne, wodurch die Simulation eine Bedeutung erhält, die über das Spielerische hinausgeht.

Eine gewisse Radikalisierung in der Denk- und Ausdrucksweise der Aktiven, wie sie für die Jugendorganisationen der Parteien ohnehin traditionell charakteristisch ist, kann auch hier festgestellt werden. Dem scheint Vorschub zu leisten, dass es sich um eine Simulation handelt und daher eine reale Umsetzung der Programme nicht angestrebt wird und werden kann. Das bloß Simulative, also nicht Verbindliche führt so zu einer Reduktion der Ernsthaftigkeit, öffnet aber zugleich Freiräume für Äußerungen und ggf. auch Initiativen.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Democracy Online</p>	
<p><u>Webadresse:</u> www.dol2day.de</p> <p><u>Postadresse:</u> Harscampstraße 3 52062 Aachen</p>	<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u></p> <p>GbR Hau- ser/Specht/Plodowski/Yalpani/Marek</p>
<p><u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u></p> <p>Einübung von demokratischen Prozessen, insbesondere Entscheidungsfindung innerhalb und zwischen simulierten politischen Gruppierungen, virtuelle Regierungsbildung</p>	
<p><u>Kurzcharakterisierung:</u></p> <p>Die Site liefert eine detaillierte Simulation von Meinungsbildung und – darauf aufbauend – Regierungsbildung in einem demokratischen politischen System analog zur Bundesrepublik Deutschland (Parteien, Programme, Wahlen)</p>	

<u>Themen</u>			
Abstimmungsthemen: Sachthemen zur inhaltlichen Koordination innerhalb virtueller politischer Gruppen, Meinungsäußerungen zu Sachthemen, Wahlen in Parteivorstände und Internet-Regierung	Permanenz: Simulationsprozess auf Dauer eingerichtet, Wahlen und Abstimmungen jeweils aktuell	Herkunft der Abstimmungsthemen: Sachthemen der Abstimmungen von Teilnehmern eingebracht, Wahlen entsprechend Satzung bzw. Wahlperiode	
<u>Ergebnisse</u>			
Dokumentation/ Archivierung: Alte Abstimmungsergebnisse sind abrufbar	Repräsentativität: Innerhalb der Community an sich jeweils vom Beteiligungsgrad abhängig. Aber: Bei Wahlen zählen gezielt nur die aktiven Wähler.	Darstellung der Ergebnisse: Abstimmungen: Balkendiagramme und Prozentwerte, Wahlen: Zusätzlich Präsentation der Gewählten	Weitere Verwendung: Keine explizite externe Verwendung erkennbar
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
Zielgruppe(n): Im Internet aktive Bürger, die an politischen Prozessen und simulativen Gruppenprozessen interessiert sind		Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots: Für jeden zugänglich, aber Anmeldepflicht sowie Erfordernis, ein recht komplexes Regelwerk zu beherrschen und sich durch eigene Aktivitäten zu profilieren	
Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale): Über 10.000		Ansprache der weiteren Öffentlichkeit: Systematische Pressearbeit	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: 1 Stimme je Abstimmungsthema oder Wahl; Filter: Anmeldung, folglich in Grenzen umgehbar		Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Mit höherer Aktivität zunehmende Rechte durch „Bimbes“-Erwerb; Pflicht zur Einhaltung der Spielregeln.	
Einbindung des Nutzers: Mitgestaltungsmöglichkeiten bei Demokratiesimulation, teils abhängig von Punkteerwerb durch Aktivitäten: Aktive und passive Teilnahme an Wahlen und Abstimmungen führt zum Erwerb von „Bimbes“, dessen Besitz teilweise Voraussetzung für weitere Partizipation ist.		Weitere Partizipationsformen: Insgesamt vielfältige Partizipationsmöglichkeiten: Virtuelle Parteigründung, Sprecherfunktionen etc.	
<u>Abstimmungsmerkmale</u>			
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Abstimmungen zu Sachthemen nach Art einfacher Umfragen mit in der Regel einander ausschließenden Alternativen; Wahlen zum Internet-Kanzler als Persönlichkeitswahl			
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Abstimmungen jeweils erkennbar aktuell und kurzfristig; Wahlen zu festgelegten Terminen			

Anmerkungen:

Die Simulation ist sehr komplex und daher wohl sehr aufwändig in Entwicklung und laufender Pflege.

Gesamturteil:

Als Simulation durchaus realitätsnah. Der Aspekt der Gewaltenteilung wird allerdings vernachlässigt: Legislative und Exekutive sind vermischt, meist in Händen der „Regierung“, aber auch bei den Mitspielern, ein Parlament existiert nicht. Trotz Virtualität handelt es sich um eine interessante Einführung in reale politische Prozesse.

b) Varianten

Parallel zu „Democracy Online“ hat die CDU im Frühjahr 2002 mit Bezug zum Bundestagswahlkampf 2002 ein im Aufbau sehr ähnliches Simulationsspiel unter „www.Wahlkreis300.de“ gestartet, das zum Zeitpunkt der Untersuchung als Beta-Test zugänglich war. Ziel der Simulation ist, am Wahltag parallel eine Wahl im virtuellen Wahlkreis des Internets durchzuführen.

Bei diesem Spiel wurden in der Beta-Version im Gegensatz zu „Democracy Online“ die bestehenden Parteien simuliert und zunächst auch echte Parteisymbole verwendet, wobei Parteiprogramme und -slogans nichtsdestoweniger von den Teilnehmern beeinflusst werden. Die Online-Simulation steht insgesamt unter Oberaufsicht der CDU-Bundeszentrale. Ein weiterer Unterschied besteht in den Aufstiegsmöglichkeiten. Bei „Wahlkreis300“ ist jede Partei in hierarchisch vorgegebene Stufen gegliedert, deren Bezeichnungen einen gewissen Sarkasmus offenbaren. Danach ist jedes Parteimitglied – entsprechend seiner Einflussmöglichkeiten – „Plakat-Kleber“, „Sommerfest-Beauftragter“, „Canvassing-Chef“, „Beisitzer“, „Vorstandsmitglied“, „Image-Berater“, „Spin-Doctor“, oder einer der drei „Junior-Advisoren“ bzw. zwei „Senior-Advisoren“. Insgesamt ist die Simulation zumindest in der Beta-Version deutlich weniger komplex als bei „Democracy Online“.

4.2.5 Vorgelagerte Stufen**4.2.5.1 Provider von Organisationstools**

Im Bereich der Online-Netze hat das Providing von Zugängen und ergänzenden Dienstleistungen bereits eine gewisse Tradition. Ein spezielles Geschäftsmodell oder Teilgeschäftsmodell widmet sich dem Providing für bestimmte Nutzergruppen. Hier besteht die Leistung in der technischen Entwicklung von Tools, ihrer Bereitstellung und der dauerhaften Gewährleistung des Betriebs sowie des Angebots eines Grundsupports. Bis heute bilden Einnahmen aus der Schaltung von Online-Werbung im Wesentlichen die finanzielle Grundlage für solche Providing-Angebote.

a) Yahoogroups.de

- Begründung der Aufnahme

Dieses Angebot von Yahoo ist das Paradebeispiel für einen Anbieter, der einer Vielzahl von Gruppen ein Werkzeug zur Organisation der Gruppenprozesse einschließlich der Generierung von Abstimmungen zur Verfügung stellt.

- Beschreibung der Inhalte

Nutzer sind hier die einzelnen „Yahoogroups“ („Y! Groups“), die als offene oder geschlossene Diskussionsforen zu jedem legalen Thema gebildet werden können. Der Hauptzweck des Gesamtsystems von Yahoogroups besteht darin, Gruppen jeder Art eine Diskussionsplattform zu bieten. Dies geschieht über E-Mail, wobei jedes für eine bestimmte Gruppe eingetragene Mitglied automatisch alle Mails aller übrigen Mitglieder erhält. Zu den Kommunikationsinstrumenten gehört ein recht umfangreiches Tool für die Generierung von Umfragen.

Zu den vom Betreiber angedachten Verwendungsmöglichkeiten der Umfragefunktion finden sich nur kurze Hinweise im von Yahoo bereitgestellten Hilfemenü. Vier nur partiell systematische Beispiele für die Aspekte der Diskussionslenkung und des Feedback werden immerhin genannt:

1. Herausfinden der die Mitglieder der Y! Group interessierenden Themen (Themenfindung/-artikulation),
2. Sammlung von Meinungen zu den Themen im eigenen Newsletter (Themenbewertung),
3. Einholung von Meinungen zu einem vorgegebenen aktuellen Ereignis oder einem aktuellen Problem (Ereignis-/Problembewertung),
4. Wahl des Y! Group-Mitglieds des Monats.

In diesen Beispielen zeigt sich (noch) sehr stark die ursprüngliche Vorstellung der Branche von Newsgroups als eher virtuelle Gruppen, die mit dem Internet als alleinigem Medium ein bestimmtes Thema diskutieren. In der Praxis dienen jedoch viele dieser Foren der internen Kommunikation und Organisation von nicht nur virtuell existierenden Gruppierungen, aber auch als Mailing lists für Push Channels.

Darüber hinaus erläutert das Hilfemenü lediglich den technischen Umgang mit den vorhandenen Funktionen. Darüber hinaus werden keine Hinweise gegeben, insbesondere nicht zum möglichen Umgang mit denkbaren Ergebnissen und den Folgen für die Gruppe.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Das angebotene Tool zu den Abstimmungsmöglichkeiten ist sehr vielfältig angelegt. Auf dieser Grundlage können Abstimmungen entweder von allen oder nur von bestimmten Mitgliedern einer Gruppe (typischerweise dem Moderator) entworfen und den Mitgliedern zur Teilnahme unterbreitet werden. Die Formulierung der Frage und der Antwortalternativen kann frei gewählt werden. Als Abstimmungstechnik wird die Alternativenauswahl im Sinne des Multiple Choice angeboten. Dabei kann der Abstimmungsmodus von demjenigen, der die Abstimmung entwirft, an die Bedürfnisse seiner Fragestellung angepasst werden.

Das Tool lässt sodann folgende Einstellungen zu:

- eine oder mehrere Antworten pro Frage,
- Darstellung des Zwischenergebnisses laufend oder nur Gesamtergebnis nach Abschluss der Umfrage,
- Angabe der abgekürzten und damit nicht missbrauchbaren Adresse jedes Wählers bei der von ihm gewählten Alternative oder nicht,
- festgelegte Laufzeit mit automatischem Abschluss oder manuelle Beendigung der Umfrage,
- automatische Übermittlung des Ergebnisses an alle Newsgroup-Mitglieder oder nur an den Moderator.

Die Anzahl der maximal möglichen Antwortalternativen ist mit 25 sehr hoch, sodass die sinnvolle Ausnutzung einiges Geschick verlangt.

Wenn der Teilnehmer während der Laufzeit einer Abstimmung seine Meinung ändert, kann er die Stimme beliebig oft zurücknehmen und neu auf eine andere Alternative setzen.

Zwischenstände sind für die Teilnehmer grundsätzlich sichtbar, allerdings immer erst nach eigener Stimmabgabe. Die Wiedergabe der Ergebnisse beinhaltet absolute Stimmenzahlen, Prozentwerte und zugehörige Balkendiagramme.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Das Angebot von Yahoo bietet der Arbeit mit und in Gruppen durch die vielfältigen Möglichkeiten, darunter die Abstimmungsfunktion, einen echten Nutzwert. Diese und vergleichbare Providing-Angebote wie etwa von „Forumromanum.de“, sind für tatsächliche Anwendungen relevant. Sie eröffnen ein neues Feld der Partizipation an selbstgewählten Themen und gruppenrelevanten Vorgängen, auch wenn die Hinführung auf die vielfältigen Möglichkeiten bei Yahoo aus heutiger Sicht zu wünschen übrig lässt. Jedoch waren Selbstbestimmtheit und Selbstlernen von Anfang an wohl eine Grundannahme des Geschäftsmodells.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: Yahoogroups			
<u>Webadresse:</u> www.yahoogroups.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> Holzstraße 30 80469 München		Yahoo! inc.	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Nicht direkt expliziert; die Möglichkeit, Abstimmungen („Umfragen“) zu erstellen, wird dem Moderator einer Newsgroup als Führungsinstrument an die Hand gegeben.			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Die Site ist Teil des Providing-Angebots von Yahoo und bietet Gruppen eine Diskussionsplattform, zu der auch ein Angebot von Abstimmungsmöglichkeiten gehört (Beispiel für ein Angebot zur kommunikativen Koordinierung von Gruppen).			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Themenfindung ist Aufgabe des Moderators und ggf. der Gruppenmitglieder; können sowohl Sachthemen als auch Gruppenprozesse betreffen.		<u>Permanenz:</u> In der Regel kurzfristig, Dauer kann vom Moderator vorgegeben werden.	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Moderator oder Gruppenmitglied; auch aus dem Gruppenprozess
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Alte Abstimmungsergebnisse können abrufbar bleiben.	<u>Repräsentativität:</u> Umfassende Repräsentativität nicht relevant; innerhalb der Gruppen nicht gesichert	<u>Wiedergabe der Ergebnisse:</u> Balkendiagramme, zugeordnete Prozentwerte und Stimmzahlen; nach Teilnahme auch Zwischenergebnisse aktueller Abstimmungen	<u>Weitere Verwendung:</u> Sache der Newsgroup
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Newsgroup-Teilnehmer und Moderatoren		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Unterschiedlich; wird von jeweiliger Newsgroup selbst bestimmt	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl/-merkmale):</u> Variiert stark, meist wohl zweistellig		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> Aus den Gruppen heraus keine	

Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers	
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: Gleiches Gewicht je Teilnehmer; Filter: IP-Adresse, folglich prinzipiell umgehbar (aber wenig relevant)	Bindung der Teilnehmer/Mitglieder: Im Fall offener Stimmabgabe faktisch Verbindlichkeit gegeben
Einbindung des Nutzers: In der Regel durch geschlossene Gruppe gegeben	Weitere Partizipationsformen: Die einzelnen Newsgroups sind häufig selbst auf Partizipation, zumindest auf Diskussion angelegt
Abstimmungsmerkmale	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Sehr weitgehende Gestaltungsmöglichkeiten; grds. Multiple Choice	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Unterschiedlich, je nach Bedarf	
Anmerkungen: Das Angebot dieser Plattform erlaubt es, gruppen- bzw. vereinsinterne Abstimmungsprozesse zu ergänzen oder gar zu ersetzen.	
Gesamturteil: Bei Yahoogroups handelt es sich um eine umfassende Plattform, die sich im Umfrage- und Abstimmungsbereich mit echtem Nutzwert verbindet, der durch die Vielzahl der teilnehmenden Gruppen dokumentiert wird.	

b) Usenet (dana.de)

- Begründung der Aufnahme

Das Angebot wurde aufgenommen, weil es eine weitere, gewissermaßen „höhere“ Ebene der Partizipation durch Abstimmungen darstellt: Hier entscheidet die Gesamtheit der Usenet-Aktiven über die Grundlagen der einzelnen Usenet-Newsgroups. Das Ziel besteht darin, ein Netz von Diskussionsgruppen inhaltlich schlüssig aufeinander abzustimmen und damit basisdemokratisch eine einheitliche Community zu schaffen.

- Beschreibung der Inhalte

Abgestimmt wird über Einrichtung, Auflösung und Satzung von einzelnen Newsgroups im Bereich der deutschen Usenet-Community. Die Site enthält zudem Hinweise zu den Themen und dem Prozedere der internen Abstimmungen zur Organisation der deutschen Usenet-Gruppen für alle interessierten Usenet-Mitglieder. Hingegen finden die einzelnen sich hieraus ergebenden Abstimmungen der Subebene separat über E-Mail statt. Providing als Angebotsmodell ist auf dieser Ebene folglich kein zentrales Thema.

Zusätzlich ermöglicht die Site die Vermittlung von erfahrenen Helfern (Mentoren), die Initiatoren von Abstimmungen während des Verfahrens zur Seite stehen.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Ein Thema wird zunächst provisorisch formuliert und zur Diskussion gestellt. Diese dient dem Überblick über die möglichen Ansichten zum Thema, also der Präzisierung der Fragestellung und der Antwortalternativen (Themenartikulation und -definition). Im Anschluss an die Diskussion wird die Abstimmung endgültig formuliert. Sie erfolgt dann mehrere Wochen lang in parlamentarischer Form (Zustimmung/Ablehnung/Enthaltung) über eine eigens geschaltete E-Mail-Adresse.

Dabei sind nur minimale Formvorschriften einzuhalten: Die Stimmabgabe muss eindeutig sein und per E-Mail gegenüber der eigens eingerichteten Adresse abgegeben werden. Während es möglich ist, für die Abstimmung auf ein vorgegebenes Formular zu verweisen, ist eine Stimmabgabe nicht allein deshalb ungültig, weil ein derartiges Formular nicht benutzt wurde.

Auch in anderen Ländern arbeitet die jeweilige Usenet-Organisation vergleichbar, wobei die Vorgehensweise jeweils von der regionalen Organisation selbst bestimmt wird und daher in Details (z. B. einzuhaltende Fristen) abweicht.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Es handelt sich um einen sehr ernsthaften inhaltlichen Ansatz zur Partizipation bereits in der Vorphase zu bzw. auf der Metaebene von Abstimmungen, der auch praktische Relevanz aufweist; er ist aber eher etwas für Freaks und Insider. Komplexität und erforderlicher Zeitaufwand stellen ebenso wie die verwendete Terminologie eine nicht unerhebliche Zugangsbarriere dar. Zu beobachten ist, dass die Komplexität des Abstimmungsmodus in der Vergangenheit zugenommen hat.

<p><u>Steckbrief</u></p> <p>Name/Kurztitel:</p> <p>Usenet Gruppeneinrichtung</p>			
<p><u>Webadresse:</u> www.dana.de</p> <p><u>Postadresse:</u> keine, die Kommunikation wird ausdrücklich auf E-Mail verwiesen</p>		<p><u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u></p> <p>Rechenzentrum der FU Berlin</p>	
<p><u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u></p> <p>Entscheidungen über Einrichtung, Betrieb und Auflösung der Newsgroups innerhalb von Usenet.de, insbesondere zur Vermeidung der Zersplitterung des Angebots in parallele Foren mit gleichen Themen.</p>			
<p><u>Kurzcharakterisierung:</u></p> <p>Site umfasst alle Informationen über die Meta-Ebene der deutschsprachigen usenet-Newsgroups (u.a. Netiquette, Einrichtungsregeln, Regeln für Newsgruppennamen, Entscheidungsregeln, Hinweise auf Software)</p>			
<p><u>Themen</u></p>			
<p><u>Abstimmungsthemen:</u></p> <p>Einrichtung/Entfernung einer Gruppe, „Attribute“ (Name, Kurzbeschreibung, Charta, Status (moderiert/unmoderiert), ggf. Moderator)</p>	<p><u>Permanenz:</u></p> <p>Fallweise Einzelabstimmungen</p>	<p><u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u></p> <p>Teilnehmer an Usenet, die zu einzelnen Newsgroups Entscheidungsbedarf sehen</p>	
<p><u>Ergebnisse</u></p>			
<p><u>Dokumentation/Archivierung:</u></p> <p>Alte Ergebnisse nicht erkennbar</p>	<p><u>Repräsentativität:</u></p> <p>Eher nicht gegeben, aber Mindeststandard durch Quorum</p>	<p><u>Wiedergabe der Ergebnisse:</u></p> <p>aktuelle Verfahrensstände und Ergebnisse im „Statusreport“</p>	<p><u>Weitere Verwendung:</u></p> <p>Ergebnis ist Entscheidungsgrundlage für die Moderatoren</p>
<p><u>Besucher/Teilnehmer</u></p>			
<p><u>Zielgruppe(n):</u></p> <p>Interessierte Teilnehmer an Usenet-Newsgroups</p>		<p><u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u></p> <p>Offen; wahlberechtigt sind natürliche Personen, die in der Lage sind, per E-Mail abzustimmen</p>	
<p><u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u></p> <p>nicht ermittelbar; usenet.de hat ca. 20.000 „aktive“ Gruppen</p>		<p><u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u></p> <p>Für den Wahlakt: Keine</p>	

Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers	
Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen: 1 Stimme je Teilnehmer	Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder: Teilnehmer müssen sich identifizieren, Entscheidung ist sozial bindend, aber nicht rechtlich
Einbindung des Nutzers: Bei diesem eher basisdemokratischen Ansatz werden die Nutzer nicht eingebunden, sondern ihre Teilnahmebereitschaft ist Voraussetzung	Weitere Partizipationsformen: Mitarbeit als „Mentor“ bei Vorbereitung und Durchführung von Wahlverfahren
Abstimmungsmerkmale	
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Namentliche Abstimmung nach Ja/Nein/Enthaltung	
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: Mehrere Wochen Diskussion, dann mehrere Wochen Wahlzeitraum	
<u>Anmerkungen:</u> Das Prozedere bei Wahlen und Abstimmungen ist weitgehend festgelegt und nicht ganz einfach; hierzu existieren Hilfsangebote durch Mentoren	
Gesamturteil: Die Abstimmungen und Wahlen innerhalb von usenet sind ein recht weit entwickelter und aufwändiger Demokratisierungsansatz für einen Ausschnitt des Internets. Komplexität und erforderlicher Zeitaufwand dürften die faktischen Teilnahmemöglichkeiten deutlich begrenzen.	

4.2.5.2 Entwickler und Provider von Softwaretools

Der Vertrieb professioneller Software im Bereich des E-Voting ist an sich nicht Teil der Untersuchung. Für verbindliche Wahlen und Abstimmungen im öffentlichen Raum wird ohnehin jeweils spezifisch eine Lösung gesucht werden müssen, die weit über das hinausgeht, was vorgefertigt auf einer Site angeboten werden kann.

In etlichen Fällen hat sich aber gezeigt, dass über die Sites, welche Abstimmungen anbieten, auch das Instrument selbst zu erwerben oder zu nutzen ist.

a) Webpolls.de

- Begründung der Aufnahme

Webpolls wurde als Beispiel für eine Site aufgenommen, die als vorläufigen Ansatz im Bereich des E-Voting kostenlose Tools für die Homepages anderer Nutzer anbietet, diese Tools aber selbst hostet und weiterentwickelt.

- Beschreibung der Inhalte

Die Selbstbeschreibung der Site lautet: „webpolls.de – kostenlose Tools für ihre (sic!) Homepage“. Hierzu gehört die Möglichkeit, auf der Site von Webpolls vom Teilnehmer selbst formulierte Umfragen in die eigene Homepage einzubinden. Dementsprechend stehen Umfragen im Mittelpunkt des Auftritts.

Die Teilnehmer können in verschiedene thematische Rubriken eigene Abstimmungen einbringen, wobei sie Frage und Antwortalternativen selbst formulieren. Eine redaktionelle Bearbeitung der Abstimmungen durch den Betreiber der Site erfolgt nicht. Als Besonderheit weisen die Abstimmungen in der Regel einen Link zur privaten Homepage des jeweiligen Fragestellers auf. Dort können sich weitere Informationen zur Abstimmung befinden.

- Beschreibung des Abstimmungsmodus/Testmodus

Die Fragestellung ist frei formulierbar, es sind bis zu 25 vom Fragesteller frei formulierbare Antwortalternativen möglich. Der Fragesteller kann eine oder unbeschränkt viele Antworten zulassen. Im Ergebnis bilden die Antworten vielfach überlappende und inkonsistente Kategorien, verbunden mit laienhaftem Unernst.

Zusätzlich ist durch jeden Teilnehmer an einer Abstimmung eine Bewertung der jeweiligen Umfrage insgesamt möglich.

Das Ergebnis wird mit Balkengrafik, absoluter Stimmenzahl und Prozentwerten präsentiert.

- Bewertung des E-Voting-Angebots

Die Site ist im Grundaufbau überlegter gestaltet als etliche andere vorgefundene Angebote, die Abstimmungs-Tools verkaufen wollen. Sie wird aber nicht ernsthaft genutzt und ist in dieser nicht moderierten Form wohl auch nicht ernsthaft nutzbar, zumal es sich bei Entwickler und Webmaster um einen Einzelkämpfer handelt (Student), der die Nutzer/„Kunden“ im „Ich“-Stil anspricht und sich aktive Mitwirkung, z. B. bei der Fehlersuche und -behebung wünscht.

<u>Steckbrief</u>			
Name/Kurztitel: Webpolls			
<u>Webadresse:</u> www.webpolls.de		<u>Betreiber/Anbieter/Veranstalter:</u>	
<u>Postadresse:</u> Ernst-Lemmer-Ring 139 14165 Berlin		Adam/Jung GbR	
<u>Abstimmungsbezogene Ziele:</u> Angebot von Abstimmungsmöglichkeiten zu allgemein interessierenden Themenbereichen			
<u>Kurzcharakterisierung:</u> Website mit weit über 1000 von Nutzern erstellten Umfragen als Basis des Ansatzes „kostenlose Tools für ihre Homepage“			
<u>Themen</u>			
<u>Abstimmungsthemen:</u> Bereiche Computer&Internet, Lifestyle&Gesellschaft, Freizeit&Unterhaltung, Homepages, Sport, Kunst&Kultur	<u>Permanenz:</u> Bereiche auf Dauer eingerichtet, bei Abstimmungen keine zeitl. Begrenzung ersichtlich	<u>Herkunft der Abstimmungsthemen:</u> Registrierte Teilnehmer	
<u>Ergebnisse</u>			
<u>Dokumentation/Archivierung:</u> Nicht aufgefunden	<u>Repräsentativität:</u> Nicht gegeben	<u>Darstellung der Ergebnisse:</u> Balkendiagramme, Absolutzahlen und Prozentwerte	<u>Weitere Verwendung:</u> Keine explizite externe Verwendung erkennbar.
<u>Besucher/Teilnehmer</u>			
<u>Zielgruppe(n):</u> Im Internet aktive Bürger, faktisch wohl eher Leute um die 20		<u>Zugänglichkeit/Offenheit des Angebots:</u> Für jeden zugänglich, Anmeldepflicht bei der Formulierung eigener Abstimmungen	
<u>Teilnehmerzahl (Mitgliederzahl /-merkmale):</u> täglich oberer zweistelliger Bereich, mit dreistelliger Zahl bei den Abstimmungsteilnahmen		<u>Ansprache der weiteren Öffentlichkeit:</u> keine	
<u>Beteiligung und Einbindung des Teilnehmers</u>			
<u>Partizipations- / Stimmengewicht des Einzelnen:</u> 1 Stimme je Abstimmungsthema; Filter: IP-Adresse, folglich umgehbar		<u>Rechte/Pflichten der Teilnehmer/Mitglieder:</u> Keine weiteren Verpflichtungen	
<u>Einbindung des Nutzers:</u> Bewertung der Abstimmung durch den Nutzer		<u>Weitere Partizipationsformen:</u> Diskussionsforum	

<u>Abstimmungsmerkmale</u>
Charakterisierung des Abstimmungstyps: Multiple Choice mit frei festgelegten Antwortalternativen, häufig nicht trennscharf
Zeitprofil der Abstimmungen / Wahlen: laufend neue Abstimmungen, keine Zeitbegrenzung erkennbar.
<u>Anmerkungen:</u> Service und Weiterentwicklung des Dienstleistungsansatzes teils unstet, sprunghaft, da beides von einem studentischem Einzelkämpfer geleistet wird.
<u>Gesamturteil:</u> Mangel an allgemein interessierenden Abstimmungsthemen und Themenstellung durch Laien führen auch hier zu Niveauverlust.

b) Varianten

Im Zuge der Internet-Euphorie entstand bereits um das Jahr 1999 eine größere Anzahl von Angeboten in diesem Bereich. Eine Reihe der vorgefundenen Angebote basierten auf einem etwas anderen Geschäftsmodell: Die Umfragen werden vom Betreiber der Website seinen Besuchern vorformuliert präsentiert. Die Besucher können sich auf der Site an den Umfragen beteiligen, oder sie können die komplette Umfrage kostenfrei in die eigene Site einbinden, als „Highlight“ wiederum für deren Besucher. Die Auszählung erfolgt wiederum zentral über alle gleichlautenden Umfragen auf unterschiedlichen Sites, sodass für den Teilnehmer (dem Zwischenergebnisse präsentiert werden) der Eindruck hohen Traffics und möglicherweise auch von Repräsentativität entsteht.

Dieses kostenlose Angebot dient dazu, die Aufmerksamkeit auf die kostenpflichtigen Angebote zu lenken. Dabei handelt es sich um Umfragen mit vom Nutzer selbst formulierten Fragen sowie Tools für das eigenständige Erstellen selbstformulierter Umfragen für die eigene Homepage, einschließlich deren Gestaltung.

Die aufgefundenen Angebote diesen Typs hatten im kostenfreien Teil durchweg erkennbar Mühe mit dem Auffinden attraktiver Fragestellungen, oft auch bereits mit der sinnvollen Formulierung von Frage und Antwortalternativen. Die Sites erschienen wenig lebendig, wobei allerdings über den Erfolg der kostenpflichtigen Angebote hier nichts ausgesagt werden kann.

Darüber hinaus wird Software für Online-Abstimmungen auch von spezialisierten Anbietern vertrieben, die nicht mit selbst initiierten Abstimmungen an die Öffentlichkeit treten und die deshalb auch nicht Gegenstand der Untersuchung sind.

5 Spezifische weitere Erkenntnisse

Über die Systematisierung, Beschreibung und Analyse des im E-Voting bislang im Einzelnen Vorfindbaren hinausgehend werden nunmehr ausgewählte Einzelaspekte, die die Angebote kennzeichnen, summarisch dargelegt.

5.1 Die vorfindbaren Ziele

Die möglichen 13 Ziele von E-Voting-Angeboten, wie sie in Kapitel 3 benannt wurden, sind die eine Seite, die tatsächlich vorgefundenen bzw. erkennbaren Zielsetzungen die andere. Dabei ist zunächst festzuhalten, dass - etwa im Vergleich zu Online-Märkten - die Zielsetzungen überhaupt kaum je offen auf den Sites thematisiert werden.

Gleichwohl lassen sich aus den E-Voting-Angeboten implizit Ziele ableiten. Die Zuordnungen stammen stets aus dem unmittelbar bei der Analyse gewonnenen Eindruck. Dabei lässt sich kaum ein Angebot ausschließlich einem einzigen Ziel zuordnen. Deshalb wird im Folgenden nicht immer auf ein Ziel allein, sondern auf vorhandene Zielkombinationen bei den E-Voting-Angeboten Bezug genommen bzw. - wo angebracht - auf wichtige weitere Zielaspekte eingegangen.

Zu 2) Kundengewinnung und 6) Meinungsbilder:

Die Zielvarianten 2) und 6) sind sehr häufig, und oft nicht voneinander trennbar anzutreffen. Die Website wird also im Wege einer Abstimmung mit einem Zusatzdienst „aufgepeppt“, und zugleich wird dabei vielfach mit einem zur Abstimmung gestellten Thema ein Meinungsbild erzeugt. Die Wahl des Themas (z. B. möglichst allgemeine Betroffenheit) sowie die laufende Erneuerung/Aktualisierung der Abstimmungsthemen soll dabei für permanente Aufmerksamkeit sorgen.

Hier wird auch immer wieder die individuelle Neigung zum „Meinung sagen“ oder „Dampf ablassen“ genutzt, um Sitebesucher zu binden. Die kurzfristig ins Netz einstellbare Online-Abstimmung einschließlich der laufend geschalteten Gesamtergebnisse sind ein zumindest teilweise wirksames Mittel, um Ärger, z. B. über politische, namentlich auch gesellschafts- und familienpolitische Probleme und Lösungen, loszuwerden.

Zu 1) Geschäftsmodell und 6) Meinungsbilder:

Reine Abstimmungs-Sites, die sich zudem mit dem zusätzlichen Ziel der Realisierung eines eigenen Geschäftsmodells zu verbinden scheinen, sind dagegen weit weniger häufig anzutreffen. Der originäre Zusatznutzen der Teilnahme an Umfragen

und der Spiegelung der zugehörigen Ergebnisse reicht wohl als eigene Geschäftsba-
sis nicht aus.

Hier machten denn auch viele vorgefundenen Beispiele keinen sehr lebendigen Ein-
druck mehr. Tendenziell bereits Ende der 90er Jahre aufgekommen, sind heute keine
bzw. kaum Hinweise auf Aktualisierungen mehr zu finden.

Zu 3) Imagestärkung:

Für das Ziel der Werbung oder PR kommen in erster Linie Websites in Frage, die
überwiegend von bereits prominenten Anbietern betrieben werden und auf denen E-
Voting nicht als Nebensache, sondern als Hauptsache beworben wird. Allerdings
sind hier die Beispiele wohl noch nicht zahlreich. Die große McKinsey-Umfrage
„Perspektive Deutschland“ etwa ist an dieser Stelle aufzuführen. An ihr haben sich
ferner „Namensgrößen“ wie Stern.de und T-Online beteiligt.

Zu 4) Produkttest:

E-Voting-Angebote, die sich offiziell und damit erkennbar diesem Einschätzungsziel
widmen, wurden nicht gefunden. Das bedeutet aber nicht, dass es nicht doch bereits
solche Angebote geben mag, die vermutlich unmittelbar integriert sind in die jewei-
ligen Websites etwa einzelner Unternehmen. Als neuer partizipatorischer und
zugleich absatzstrategischer Ansatz gegenüber Kunden / Konsumenten wird dieser
Aspekt jedenfalls bereits seit längerem diskutiert.

In einer fast unmerklichen Form tauchten immerhin in einzelnen geprüften, umfas-
senderen Meinungsumfragen bereits Einschätzungsfragen zu ganz bestimmten Pro-
dukten auf.

Im kommunalen Bereich kann die Online-Umfrage zu einzelnen Freizeitbedarfen auf
der Site von Hude.de als ein Ansatz betrachtet werden, die Dienstleistung der kom-
munalen Planung – hier der Planung für ein Freizeitgelände – zu unterstützen und
Hinweise auf die Relevanz dieser konkreten Planung zu erhalten.

Zu 5) Meinungsbeeinflussung:

E-Voting-Websites, die das Ziel der Meinungsbeeinflussung verfolgen, sind (noch)
selten. Dieses liegt nicht zuletzt an dem im Allgemeinen sehr hohen Aufwand, der zu
treiben ist, wenn man wirklich „Meinung machen“ will.

Zumindest kann man auch hier die groß angelegte, bislang aber wohl einmalige Mc-
Kinsey-Umfrage „Perspektive Deutschland“ hineinzählen.

Zu 7) Gruppenorganisation und 1) Geschäftsmodell:

Das gruppenbezogene Ziel verfolgen letztlich alle großen Newsgroups etc.-Anbieter,
wie etwa auch der in dieser Arbeit herangezogene Anbieter Yahoo. Dabei ist dieses
Online-Providing-Produkt inzwischen akzeptiert und etabliert. Es ist Teil des jewei-
ligen Geschäftsmodells, bot und bietet aber den jeweiligen Gruppen und ihren Mode-

ratoren Freiräume, sodass hier eine gewisse Eigenentwicklung möglich war, die so wohl nicht vorhergesehen wurde.

Zu 8) Innensicht und 9) Außensicht:

Die Spiegelung eigener Meinungen bzw. ihre Verortung in einem bestimmten Spektrum, aber auch die Beurteilung des eigenen Wissenstandes mit Blick auf ein Thema spielt bislang nur in wenigen Websites eine explizite Rolle. Es ist gewissermaßen ein neues Lernwerkzeug, dessen wirkliches Potenzial noch nicht ganz absehbar ist. Zu denken ist dabei nicht nur an politische Verortungen im Parteienspektrum o. ä., sondern auch an den zu vielen Themen denkbaren privaten Selbsttest.

Tests auf politische/partecipolitische Selbsteinschätzungen wurden im Wesentlichen im liberalen Umfeld vorgefunden. Dies korreliert mit dem liberalen Selbstverständnis, wonach zum Prozess der politischen Bewusstwerdung die freie Verortung im Raum der gesellschaftlichen Alternativen gehört.

Das Erkenntnisziel der besseren Einschätzung der vorherrschenden Meinungen in der gesamten Gesellschaft 9) ist quasi automatisch auch Sites wie denen unter 8) zu Eigen. Ähnliches gilt ferner für die vielen Angebote zu Online-Abstimmungen, bei denen das Ergebnis laufend oder am Ende als Gesamtergebnis vom Teilnehmer, manchmal auch von jedem Besucher abgerufen werden kann.

Zu 10) Themenpartizipation:

Dieses Partizipationsziel wird kaum irgendwo ausdrücklich genannt, es schwingt aber doch bei etlichen Angeboten mit, etwa bei „Perspektive Deutschland“ und „VOTE IT“, auch wenn die Ansprache des potenziellen Abstimmenden in diesem Fall mit „Hier zählt ihre Stimme noch was.“ weder sonderlich präzise noch überzeugend in der Bewerbung ausfällt.

Zu 11) Partizipationslernen:

Das Einüben demokratischer Spielregeln und zugehörigen Verhaltens geht weit über das Ziel unter 10) hinaus und setzt deshalb einen relativ anspruchsvollen und gut ausgearbeiteten Ansatz zum E-Voting voraus. So kann es nicht erstaunen, dass es bislang nur wenige Angebote dieser Art gibt, z. B. democracy online today und gewissermaßen als Folgemodell „Wahlkreis 300“.

Zu 12) Schwellensenkung:

Alle online angebotenen Umfragen, wirkungsverbindlichen Abstimmungen und Wahlen tragen grundsätzlich zum Ziel der Schwellensenkung bei. Dabei ist nicht der technische Aspekt (Ausrüstung und Bedienungswissen) gemeint, sondern etwa die leichte Zugänglichkeit von zu Hause aus, die Unmerklichkeit der Stimmabgabe und die Schnelligkeit von Abstimmung und Ergebnisverfügbarkeit.

Zu 13) Lösungstest:

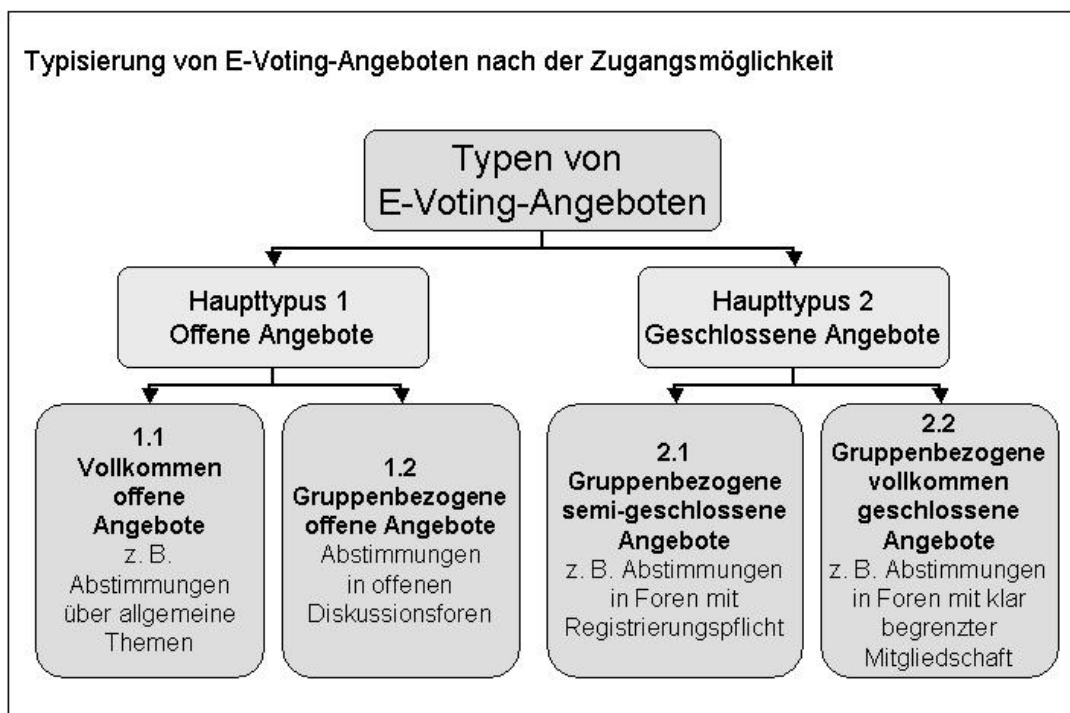
Der technische Testaspekt ist ein Ziel einer eigenen Ebene, die sich nicht direkt auf den Nutzer oder Kunden bezieht. Bei keinem der untersuchten Angebote ist dies das allein ausschlaggebende Ziel. Auch wird dieser Punkt wohl nur bei komplexen anspruchsvollen Ansätzen ausdrücklich zum Tragen kommen, vor allem etwa bei Versuchen zu Online-Wahlen. Bei der letzten Wahl zum Jugendgemeinderat der Stadt Esslingen hatten technische Ziele denn auch einiges Gewicht.

Alles zusammengenommen tritt der Aspekt der Zielsetzung nur bei wenigen Angeboten wirklich deutlich hervor, insbesondere wird sie meistens nicht ausdrücklich benannt oder gar beworben.

5.2 Zielgruppen

E-Voting zeichnet sich mit Blick auf Zielgruppen durch die Besonderheit aus, dass es unter den Angeboten im Internet offene und geschlossene, d. h. auf eine bestimmte Gemeinschaft oder Gruppe bezogene Angebote gibt. Diese beiden Haupttypen lassen sich - wie in der nachstehenden Abbildung 7 geschehen - insgesamt in vier Untergruppen differenzieren.

Abbildung 7: Typisierung von E-Voting-Angeboten nach der Zugangsmöglichkeit



Neben der Tatsache, dass die Unterteilung fließende Übergänge der Klarheit wegen außer Acht lässt, ist zur aufgeführten vierfachen Differenzierung jeweils Folgendes festzuhalten.

⇒ Zu 1.1: Vollkommen offene Angebote:

Die uneingeschränkte Offenheit gilt bezogen auf die Angebotsseite, sie kann jedoch auf der Seite des Nutzers eingeschränkt sein, namentlich durch seine technische Ausstattung (Zugang zu Internet/Web, Schnelligkeit des Zugangs) sowie durch seine Fähigkeiten zur Nutzung des Zugangs.

⇒ Zu 1.2 Gruppenbezogene offene Angebote:

Die meist thematische Gruppenorientierung sorgt hier gewissermaßen automatisch für eine leichte Einschränkung der Offenheit, die auch vom Anbieter intendiert ist. Die Größe und Zusammensetzung der Gruppe kann aber ohne weiteres variieren.

⇒ Zu 2.1: Gruppenbezogene semi-geschlossene Angebote:

In diesem Fall besteht bereits eine erste echte Zugangshürde durch die Akzeptanz und den Prozess der Registrierung. Auch können die vom Anbieter gesetzten und/oder der Gruppe selbst vereinbarten Gruppenregeln den meist nachträglichen Ausschluss eines Teilnehmers etwa durch einen Moderator vorsehen. Teilnehmer semi-geschlossener Angebote verstehen sich bereits relativ stark als Gruppe.

⇒ Zu 2.2: Gruppenbezogene vollkommen geschlossene Angebote:

Auf der letzten Stufe handelt es sich um Angebote für echte Insidergruppen, denen nicht unbedingt an der Gewinnung weiterer Mitglieder gelegen ist. Die Gruppe hält dann eine Zugangsbeschränkung aufrecht oder sieht zumindest einen echten Prüfprozess für neue Mitglieder vor. Damit ist aber – über die Zeit betrachtet - auch eine solche Gruppe eher nur temporär geschlossen. Es sei denn, sie ist in Konsequenz zur Auflösung bereit.

Geschlossene oder semi-geschlossene Angebote haben nicht nur automatisch eine ganz bestimmte Zielgruppe im Auge, sie erreichen diese im Allgemeinen auch laufend. Die Zielgruppe findet sich - z. B. über die Artikulierung eines gemeinsamen Themas oder Problems - gewissermaßen selbst oder - bei fehlendem Interesse - eben auch nicht. Neben vielen sehr lebendigen Gruppen unterschiedlicher Größe sind dementsprechend auch massenhaft Gruppen eingerichtet (herkömmlich: Karteileichen), die nie einen Take-off geschafft haben.

Die offenen E-Voting-Angebote haben dagegen weit eher den Aspekt der adäquaten Zielgruppe zu fixieren, da diese Angebote meist nicht Selbstzweck sind, sondern wie

oben gesehen weitere Ziele verfolgen. Explizites, also etwa eine direkte Ansprache der Zielgruppe, war nur bei wenigen untersuchten E-Voting-Fällen vorzufinden. Vielmehr scheinen sich viele Angebote an alle zu richten, z. B. an alle, die Lust zur Teilnahme verspüren. Damit offenbart sich der Mangel einer fühlbaren genauer angelegten Zielgruppenstrategie ebenso in diesem Teilbereich der Web-Welt.

Gleichfalls schwierig ist die Ermittlung der faktischen Zielgruppen im E-Voting-Bereich, also der tatsächlichen Nutzerstruktur. Die Einschätzung leidet hier unter dem Mangel an verfügbaren Daten. Seitens der Betreiber bzw. Anbieter werden fast ausnahmslos keine aggregierten Angaben zu den Besuchern gemacht bzw. online gestellt. Dieses hat sicher auch den Hintergrund, das einmal gewonnene Vertrauen der Nutzer nicht unnötig zu belasten. Es ist aber bei manchen Anbietern sicherlich auch ein Zeichen mangelnder Bewusstheit.

Über die erreichten Zielgruppen lässt sich also allenfalls das sagen, was aus der Analyse der Angebote unmittelbar ersichtlich war (und was über die Nutzung des Internet allgemein bekannt ist). Auf dieser Grundlage lassen sich folgende Momente gewinnen:

1. Die politischen und gesellschaftlichen Themen sprechen vor allem Erwachsene an.
2. Im Übrigen hat man es sicherlich - dieses kann man auch den Beiträgen in den Foren entnehmen - mit einem vergleichsweise jungen Publikum zu tun.
3. Bei Abstimmungen, die in den Augen der Nutzer an sich wirkungslos bleiben, dürfte zudem mit zunehmendem Alter, aber wohl auch mit wachsender Teilnahmeerfahrung die Teilnahmeneigung merklich sinken.
4. Der prozentuale Anteil von Teilnehmerinnen und Teilnehmern wird mit den Themen variieren. Grundsätzlich dürften aber die männlichen Teilnehmer weit überwiegen.

Aufgrund der dargelegten Mängel bleibt sowohl eine nähere Erfassung der tatsächlichen Nutzer und ihrer Eigenheiten als auch die weiter reichende analytische Aufgabe eines Abgleichs zwischen der durch den Anbieter anvisierten Zielgruppe und der tatsächlichen Nutzerstruktur eine Aufgabe für die Zukunft.

5.3 Erkenntnisse zu den Abstimmungs-/Wahlssystemen

In Kapitel 2.3 wurden einige elementare Erläuterungen zu Wahl- bzw. Abstimmungssystemen gegeben, da man es im Bereich des E-Voting grundsätzlich mit in Software zu manifestierenden Verfahren zu tun hat, also mit stets in Einzelheiten geklärten Vorgängen. Dieses gilt allerdings nur im Prinzip.

In der großen Mehrheit der Fälle scheint nämlich gegenwärtig im E-Voting der Reflex auf das einzubindende bzw. zugrunde zu legende Wahlsystem sowie seinen zugehörigen Komponenten nicht sonderlich ausgeprägt zu sein.

Ausnahmen sind hier E-Voting-Ansätze zu offiziellen Wahlen wie bei der Icanv oder die simulativen E-Plattformen wie Democracy Online. Eine nähere Beschäftigung mit dem Gesamtsystem erfolgt denn auch am ehesten dort, wo die Virtualisierung des Verfahrens eine neue Herangehensweise verlangt. So muss z. B. bei virtuellen Abstimmungsverfahren berücksichtigt werden, dass die Abstimmungsberechtigten in der Regel nicht alle gleichzeitig online sind, weshalb Abstimmungszeitpunkte durch Abstimmungszeiträume ersetzt werden müssen (z. B. auf dem virtuellen Parteitag der Schleswig-Holsteinischen Grünen). Allerdings ändert dies am verwendeten Entscheidungsverfahren nichts.

Insbesondere zeigte sich bei den vorgefundenen Abstimmungen kein expliziter Bezug auf das gewählte Abstimmungsverfahren. Dies erstaunt insofern, als der verwendete Abstimmungsmodus erheblichen Einfluss auf das Ergebnis hat. Für die fehlende Reflexion lassen sich folgende Gründe ausmachen:

- ⇒ Die Trivialität des Gegenstandes (bei einfachen Umfragen) lässt eine ernsthafte Befassung mit dem Wahlmodus entbehrlich erscheinen.
- ⇒ Der Modus ist vorgegeben (z. B. bei der Virtualisierung politischer Wahlen) und lässt daher eine Diskussion nicht zu.
- ⇒ Das Verfahren liegt dem E-Voting-Anbieter in einer Softwarelösung fertig vor und ist deshalb nicht weiter beeinflussbar.
- ⇒ Die E-Voting-Anbieter verfügen nicht über das nötige Wissen, um insbesondere den Wahlmodus souverän bestimmen und so auch thematisieren zu können.

Daneben mag wirken, dass sich die Wahlforschung eher mit dem Sonderfall der politischen Wahlen beschäftigt, während die Vielzahl der (auch formalen) Abstimmungen in Gruppen und Vereinen in der Regel nicht thematisiert wird. Im Rahmen echter Partizipationsforschung muss dieses als empfindlicher Mangel betrachtet werden.

Eine explizite Befassung mit dem verwendeten Wahlmodus, sowohl die Frage der entscheidungstheoretischen Fundierung der Alternativenauswahl als auch das organisatorische Verfahren betreffend, ist allerdings bei den Icanv-Zuwahlen von Direktoren erkennbar sowie bei den Grundsatzentscheidungen zu Usenet-Newsgroups, im letzteren Fall besonders explizit bei dem in Großbritannien angewendeten Verfahren.

5.3.1 Die eingesetzten Wahlverfahren und zugehörigen Softwarelösungen

Insgesamt werden entsprechend der Vielzahl existierender Wahlverfahren auch für E-Voting sehr unterschiedliche Verfahren verwendet. Auf der einen Seite finden sich sehr einfache Modelle, bestehend aus einer Frage und einer Anzahl an Antwortalternativen (im Extremfall auf „Ja“ und „Nein“ beschränkt), auf der anderen Seite existieren bereits so komplexe Systeme wie die bei der Zuwahl der Ican-Direktoren verwendeten, mit Vorwahl der Kandidaten und der Möglichkeit, bei der endgültigen Wahl nicht einfach nur Kandidaten zu wählen, sondern sie mit Präferenzen zu versehen, welche dann auch bei der Auswertung berücksichtigt werden.

In etlichen untersuchten Fällen, in denen ein Anbieter eine Vielzahl von Abstimmungen präsentiert, kann auf die Möglichkeiten der Software nur indirekt geschlossen werden. Wo dem E-Voting-Anbieter oder Nutzer aus Online-Gruppen ein mehr oder weniger anpassbarer Rahmen zur Erstellung von eigenen Abstimmungen zur Verfügung gestellt wird, sind die vorhandenen Möglichkeiten hingegen deutlich sichtbar und werden vom Anbieter auch herausgestellt. Im Nachstehenden wird auf diese Software insbesondere wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Organisation von Gruppenprozessen rekuriert.

Erwartbar bestehen die für den anspruchsvollen Einzelfall speziell hergestellten oder adaptierten Softwarelösungen aus komplexen Wahl-, Diskussions- und Organisationsmodulen (ICANN-Wahl, Grünen-Parteitag). Hingegen beschränkt sich die allgemein für Abstimmungen nutzbare Software auf die Abbildung eines kleineren Teils der zur Durchführung einer Wahl erforderlichen Schritte, namentlich die Formulierung der Frage und der Antwortalternativen, die Ergebnisberechnung und -darstellung.

Die für eigene Abstimmungen zur Verfügung gestellten Standardsysteme sind durchweg auf einstufige Verfahren und auf die Abstimmung mit anschließender Auswertung beschränkt. Die Fragestellung und die Antwortalternativen sind ohne Ausnahme frei wählbar. Darüber hinaus ist in einigen Fällen auswählbar, ob

- die Abstimmung offen oder geheim sein soll,
- eine oder beliebig viele Antworten möglich sein sollen,
- Zwischenergebnisse einsehbar sein sollen,
- die Stimmabgabe während der Abstimmung korrigierbar sein soll,
- wer die Ergebnisse einsehen kann, und
- wie lange die Abstimmung dauern soll.

5.3.2 Aufgefallene Mängel und Probleme

Alles in allem können die Teilnehmer, z. B. von Gruppen, zwar auf ein vergleichsweise umfangreiches Instrumentarium zurückgreifen, damit sind aber letztlich die Ergebnisse nur in eine Rangfolge gebracht.²³ Zur Erzielung eines eindeutigen Ergebnisses reicht das folglich nicht (z. B. „Reicht eine einfache Mehrheit?“).

Als Resultat fehlender Überlegung in der Vorbereitungsphase zur Abstimmung kann beobachtet werden, dass

- während der Laufzeit einer ersten Abstimmung in einer Gruppe häufig eine Problemdiskussion entsteht und die Abstimmung dann erneut formuliert wird,
- die Verbindlichkeit des Ergebnisses von der Gruppe nicht definiert oder nachträglich angezweifelt wird,
- keine klare Mehrheit erkennbar ist.

Hierzu gehört auch die Frage des Umgangs mit den Alternativen „Enthaltung“ und „Nichtteilnahme“ sowie der Umgang mit „ähnlichen“, d.h. in die gleiche Richtung tendierenden Alternativen.

Grundsätzlich entstehen derartige Probleme auch bei herkömmlichen Abstimmungen in einer versammelten Gruppe. Online-Abstimmungen sind aber eo ipso formalisiertere Prozesse und bedürfen deshalb einer weiter reichenden Vorarbeit und Umsetzung in Software. Zudem können durch die Interaktivität den Beteiligten gezielte Hilfestellungen an die Hand gegeben werden.

Der Ersteller von Abstimmungen erhält bei den ausgereifteren Systemen immerhin zwar eine brauchbare technische Hilfe, die ihn in die Lage versetzt, eine Fragestellung und Antwortalternativen zur Abstimmung zu stellen. In inhaltlicher Hinsicht sind die Ersteller aber bisher bei der Entscheidung für die Formulierung einer Frage, die Auswahl der einen oder anderen Alternative sowie des Wahlmodus noch weitgehend auf eigene Überlegungen und das bei ihnen vorhandene Erfahrungswissen angewiesen.

Auch ist etwa die Entscheidung über die Frage, in welchen Situationen eine Abstimmung offen oder geheim sein soll, in der Praxis keineswegs banal und daher eine Unterstützung durch allgemeine Anmerkungen im Hilfsmenü wert. Das Gleiche gilt

²³ Letztlich dokumentiert sich hier eine Unschärfe bzw. eine mangelhafte Durchdachtheit, die auch in der häufigeren Verwendung des Begriffs „Umfragetool“ im Vergleich zu „Abstimmungstool“ zum Ausdruck kommen dürfte.

für die Frage, ob während der Abstimmungsdauer Zwischenergebnisse einsehbar und die Voten korrigierbar sein sollen.²⁴

Insgesamt verwundert es daher nicht, wenn doch charakteristische Defizite auszumachen waren. Hierzu gehören:

- insgesamt unklare Fragestellungen,
- die Unvollständigkeit der Antwortalternativen,
- die mangelnde Trennschärfe der Alternativen sowie auch
- das Thema verfehlende Fragestellungen.

Ohne eine inhaltliche Hilfestellung kann folglich wohl selbst die derzeit mögliche Komplexität kaum genutzt werden.

5.3.3 Weitere Potenziale

Grundsätzlich sind alle bestehenden Wahlsysteme in Software abbildbar und auch online nutzbar zu machen. Damit wäre es - in Erweiterung der bislang bestehenden Möglichkeiten - möglich, durch Standard-Software und begleitende Hilfestellungen auch wesentlich komplexere Wahlverfahren für weniger wichtige Entscheidungssituationen einzusetzen.

Derartige Verfahren, wie sie in ihren Grundformen oben dargestellt wurden, können zu Ergebnissen führen, die von einem größeren Teil der Abstimmenden akzeptiert werden als etwa die simple Entscheidung nach einfacher Mehrheit.

Hier kann Software, vor allem die Verfügbarkeit von Standardsoftware, die Realisierbarkeit enorm voranbringen, denn die Anwendung der komplexeren Verfahren war bislang in der Regel deswegen problematisch, weil sie ein mehrfaches Auszählen der Stimmen und/oder einen aufwändigen Alternativenvergleich erfordern, der bei manuellen Auszählungen kaum zu leisten ist, schon gar nicht während Gruppentreffen.

Wünschenswert wäre demnach eine Ausdifferenzierung der vorhandenen Entscheidungsregeln nach den gängigen Wahlverfahren. Eine solche aufwändige Erweiterung des typischen Instrumentariums setzt allerdings bestimmte Zahlungsbereitschaften, z. B. aus den begünstigten Gruppen, voraus, um realisierbar zu erscheinen. Dieses umso mehr, da solche Verfahren in Anwendung und Folgen nicht immer leicht zu

²⁴ Ist der jeweilige Zwischenstand öffentlich sichtbar und wird offen abgestimmt, bildet sich in der Praxis bei kleineren Gruppen mit ihren einander persönlich bekannten Mitgliedern dadurch in der beobachteten Praxis häufig iterativ eine mit großer Mehrheit akzeptierte Variante heraus.

verstehen sind und folglich für das werbefinanzierte Massengeschäft nur bedingt geeignet sein dürften.

Unterhalb eines solchen Anspruchs könnten denkbare sinnvolle Möglichkeiten, die über die während der Untersuchung angetroffenen Varianten hinausgehen, sein:

- Vorgabe einer Stimmenzahl (etwa „Sie haben drei Stimmen“),
- Ermöglichung von Stimmenkumulation,
- Vorgabe von Präferenzen (z.B. Angabe von bevorzugter und zweitbesten Alternative),
- generell der Einsatz von zwei- und mehrstufigen Verfahren (mit „Vorwahlen“).

Die Möglichkeiten einer sinnvollen Erweiterung sind demnach derzeit noch lange nicht ausgereizt, obwohl auch die bisherigen Alternativen bereits echten Nutzwert ermöglichen.

5.4 Die Problematik der Ergebnisvalidität

Neben Wahlsystem und im Speziellen Wahlverfahren/Wahlmodus stellt sich mit den Angeboten zum E-Voting auch die Frage der Ergebnisvalidität²⁵. Diese ist zunächst formal relevant, weil – mit Ausnahme der wenigen offiziellen Wahlsätze – in der weit überwiegenden Mehrzahl der Fälle im Rahmen von Abstimmungen^{ies} auf den Websites „Stellvertreterergebnisse“ generiert werden, also etwa Meinungsbilder, die - quantitativ präsentiert und öffentlich gestellt - für eine häufig nicht näher eingegrenzte Gesamtheit von Personen stehen.

Sie ist zweitens inhaltlich relevant, weil die so produzierten Resultate allgemein zugänglich sind und mit Kommunikationsverbindlichkeit²⁶ im öffentlichen Raum stehen, wenn auch nicht gepusht werden. Diese Ergebniswirkung gilt vor allem für den von außen kommenden Nutzer der E-Voting-Angebote.

Nicht zuletzt von der erzielten Validität hängt es ab, ob die Angebote und Möglichkeiten zur Teilnahme vom Publikum, den potenziellen Nutzern, ernst genommen und in dieser Hinsicht positiv beleumundet werden.

Im Folgenden können Fragen der Ergebnisvalidität nicht in allen Details angegangen werden. Einige Akzente sollen jedoch gesetzt werden.

²⁵ Der Begriff der Validität wird unterschiedlich, teils sehr spezifisch gefasst. Im vorliegenden Fall wird Ergebnisvalidität umfassend im Sinn von Gültigkeit des erzeugten Ergebnisses verwendet.

²⁶ Es kann hier offen bleiben, ob Kommunikationsverbindlichkeit stets auch im streng formaljuristischen Sinn vorliegt, sie ist aber faktisch gegeben.

5.4.1 Kernfrage Repräsentativität

Ein Aspekt von Ergebnisvalidität erstreckt sich auf die Frage, ob das Messinstrument das zu Messende hinreichend korrekt abbildet, also in den meisten vorliegenden Fällen, ob die jeweiligen Sachthemen durch den jeweiligen Fragebogen, die Formulierung der Fragen etc. richtig erfasst werden. Dieser Punkt ist auch beim E-Voting relevant und die Analyse der bisherigen Angebote legt doch nahe, dass hier einiges im Argen liegt, wobei dieses Problem den Erstellern von Abstimmungen^{ieS} häufig gar nicht bewusst sein dürfte. Auf diesen Problemaspekt der Ergebnisgültigkeit sei im vorliegenden Zusammenhang jedoch lediglich verwiesen. Im Übrigen wären die damit zusammenhängenden Fragen eine eigene eingehendere Betrachtung wert.

Zur Ergebnisvalidität zählt grundsätzlich ferner das korrekte Auszählen und Wiedergeben der abgegebenen Stimmen nach einer Abstimmung. Dieser Punkt wird nicht weiter problematisiert.²⁷ Dass dieses für alle Anbieter ein Ziel ist und dass dieses auch erreicht wird, wird hier schlicht vorausgesetzt, selbst wenn Fehler von außen nicht leicht aufzudecken sind und so eine gewisse Unsicherheit bleibt.

Zentral gehört zur Ergebnisvalidität die Frage der Gültigkeit mit Blick auf die Merkmale, Meinungen oder auch Verhaltensweisen einer abzubildenden Zielgruppe/Grundgesamtheit, z. B. der gesamten Bevölkerung eines Landes, folglich die Frage der Ergebnisrepräsentativität.

Repräsentativität ist dabei relativ, auch wenn man ohne Weiteres an „alle“ denkt. Sie kann sich ebenso lediglich auf einen bestimmten Bevölkerungsteil (z. B. Wahlberechtigte) oder eine kleine Gruppe beziehen.

Sie kann grundsätzlich auf zweierlei Weise erreicht werden: entweder direkt 1:1, d. h. durch Vollerhebung bzw. im vorliegenden Fall durch Vollteilnahme an einer Abstimmung, oder aber durch Ziehen einer Zufallsstichprobe, die in sich noch zu schichten ist, wenn sich die zu untersuchende Grundgesamtheit in Teilgesamtheiten mit signifikant ergebnisrelevanten Merkmalen unterteilt.

5.4.2 Grundsätzlich mögliche und vorgefundene Verzerrungen

Gelingt eine Abbildung auf eine bestimmte Grundgesamtheit zu 100 %, so spricht man von gegebener Repräsentativität bzw. von einem repräsentativen Resultat. Repräsentativität kann dagegen im Falle von Stimmabgaben im E-Voting merklich verfehlt werden

²⁷ Bei offiziellen demokratischen Wahlen existiert normalerweise ein ausgefeiltes Regelwerk für die Ermittlung der Ergebnisse und den zugehörigen Ermittlungsprozess, während die meisten der hier untersuchten Fälle lediglich der (freiwilligen) Selbstkontrolle durch den Anbieter unterliegen.

- ⇒ erstens durch eine verfälschte Zusammensetzung der stimmberechtigten Personen (Abbildungsverzerrung der 1. Ebene) und
- ⇒ zweitens durch eine verfälschte Zusammensetzung der Stimmen selbst, etwa durch unberechtigtes Mehrfachabstimmen einzelner Personen (Abbildungsverzerrung der 2. Ebene).

Repräsentativität bedarf folglich einer korrekten Abstimmung sowohl je Abstimmenden als auch bezüglich der Gruppe der Abstimmenden mit Blick auf die in Frage stehende Grundgesamtheit.

Heute ist die Gewährleistung demokratischer gleicher Abstimmrechte zu einer solchen Selbstverständlichkeit geworden, dass man die Regel gleiche Stimmzahl für jede abstimmungsberechtigte Person und gleiches Gewicht je Stimme kaum noch bewusst reflektiert. Eine einfache Grundvariante dieses Prinzips ist hierbei die Regel eine Stimme je Person mit dem Gewicht 1, also gewissermaßen 1 zu 1, z. B. bei Personenwahlen. Das Internet hat in dieser Hinsicht eine Öffnung der Situation, aber auch eine „Verwilderung“ gebracht, sodass es tatsächlich sinnvoll ist, sich die Grundlagen von Abstimmungen und Wahlen wieder in Erinnerung zu rufen und die entstehenden Chancen und Risiken neu zu bestimmen.

5.4.2.1 Verzerrungen der 1. Ebene

Allgemein ist bekannt, dass Internet und Web auch gegenwärtig noch nicht so von der Bevölkerung genutzt wird, wie es mit Blick auf verschiedene Bevölkerungsteile proportionsgemäß notwendig wäre. Eine Grundverzerrung in der Repräsentativität ist also schon prinzipiell nicht auszuschließen. Mit dieser Tatsache müssen alle Ansätze zum E-Voting bislang leben. Die Teilnahme wird nicht nur niemals 100 % sein, sondern auch nicht den Charakter einer Zufallsstichprobe annehmen, solange die Teilnahme vollkommen freiwillig ist und nicht durch Stichprobendesign gezielt gestaltet wird.

Damit ist allerdings nicht von vornherein ausgeschlossen, dass mit Online-Abstimmungen nicht auch repräsentative Ergebnisse zu erzielen sind. Im Einzelfall kommt es auf die tatsächlich erreichte Zielgruppe an.

Eine Überprüfung durch eine zufällig ausgewählte Kontrollgruppe kann hier ein Ansatz sein, um den Grad der Repräsentativität bei einzelnen Fragen etwa durch Abweichungsmaße zu bestimmen.

5.4.2.2 Verzerrungen der 2. Ebene

Auch für die Gleichgewichtigkeit der Stimmen bringen Internet und E-Voting neue Möglichkeiten, allerdings vor allem die der Verletzung. Normalerweise wird in den vorgefundenen Online-Abstimmungen eine Stimme pro Person vergeben bzw. zugestanden. Eine abweichende Gewichtung der einzelnen Stimme erfolgt in aller Regel ebenfalls nicht.

Inwieweit die jeweils dargelegten Regeln durch den Betreiber der E-Voting-Site selbst, also auf der Angebotsseite, etwa bei der Auswertung, eingehalten werden, ist kaum überprüfbar und somit eine Frage des Vertrauens bzw. der Selbstverpflichtung der Anbieter. Jedenfalls sind hier externe Kontrollmechanismen noch wenig entwickelt. Im Moment sind nur Plausibilitätskontrollen möglich.

Eine andere Frage ist, inwieweit gezielte Versuche der unberechtigten Stimmenan-eignung auf der Seite der Nutzer, also durch einzelne Abstimmungsteilnehmer, verhindert oder sogar zugelassen werden.

In den untersuchten E-Voting-Angeboten waren vielfach, bei den ernsthaften Angeboten durchgehend Missbrauchsschutzmaßnahmen vorgesehen und auch implementiert. Allerdings waren diese – die kleine Zahl offizieller Wahlen ausgenommen - mit wenig Aufwand noch umgehbar und können auf keinen Fall strengen Maßstäben, wie sie beispielsweise bei offiziellen politischen Wahlen anzulegen sind, genügen.

Verletzungen des Gleichheitsgrundsatzes sind bei E-Voting-Angeboten immer wieder festzustellen. Einzelne Fälle waren so eklatant, dass sie - wie schon angemerkt - regelrecht publik und von der Presse gern weitertransportiert wurden. Die teilweise starken Verzerrungen einiger Ergebnisse lassen auch darauf schließen, dass wohl unter Nutzung des Online-Weges E-Mail Freunde und Bekannte zur massenhaften Stimmabgabe in bestimmter Richtung direkt aufgefordert wurden.²⁸

Neben der Verfälschung durch - soweit möglich - mehrfache Stimmabgabe je Person ist hier zudem zu fragen, ob ein solches Vorgehen noch dem Grundsatz der freien und geheimen Wahl entspricht. Denn immerhin findet die Aufforderung zu einer bestimmten Stimmabgabe und das Abstimmen in demselben Medium statt und können unmittelbar aufeinander folgen (etwa als Spontanreaktion). Gleichzeitig ist bei Online-Abstimmungen als Phänomen zu beachten, dass die Abstimmungsdauer einen bestimmten Zeitraum umfassen kann, z. B. mehrere Tage, währenddessen wechselseitige Kommunikation weiterhin möglich ist, sodass der Grundsatz der klaren Trennung von Wahlkampf und Wahl möglicherweise nicht mehr gewahrt werden kann.

²⁸ Ein solcher Rundbrief, der eine nur leicht verklausulierte Aufforderung zum „Umdrehen“ des Ergebnisses einer thematischen Umfrage eines politischen Gegners enthält, liegt den Verfassern vor.

5.4.2.3 Bewusste Inkaufnahme oder angestrebte Abbildungsverzerrung der 1. Ebene

Eine Verfehlung der Repräsentativität im Sinne der Abbildungsverzerrung der 1. Ebene wird heute in einer Vielzahl von Fällen bewusst in Kauf genommen. Dieses gilt gerade bei offiziellen Abstimmungen oder Wahlen im öffentlichen wie im privaten Bereich, da aufgrund der garantierten sanktionsfreien Freiwilligkeit weder eine hundertprozentige noch eine proportionsgemäße Beteiligung sicher erreichbar ist. Die relevante Grundgesamtheit wird also von der Zahl der Abstimmenden/Wählenden gebildet und damit bewusst weder von der Gesamtbevölkerung noch von der Zahl der Wahlberechtigten.

Die Frage der Repräsentativität mit Blick auf die zugrunde liegende Gesamtheit wird in diesem Bereich folglich nicht gestellt bzw. sie hat - soweit sie im öffentlichen Raum gestellt wird - keinerlei Ergebnisrelevanz.

Auch für Abstimmungen in traditionellen Gruppen, etwa bei der Arbeit in Versammlungen oder Gremien, wird Repräsentativität weder durch Vollteilnahme noch durch eine Stichprobe hergestellt. Im Allgemeinen ist sie auf die Anwesenden beschränkt. Um zu große Verzerrungen zu vermeiden, wird häufig mit einem Quorum zur Beschlussfähigkeit gearbeitet.

Darüber hinaus ist aber vorstellbar, dass bei E-Voting-Angeboten durchaus mit Verzerrungen bewusst kalkuliert wird, etwa, wenn eine ganz bestimmte Stimmung oder Meinung verstärkt kommuniziert werden soll. Eine echte Wirkung erzielen die in diesem Zusammenhang erzeugten Ergebnisse aber nur, wenn sie implizit nahelegen oder explizit vorgeben, repräsentativ zu sein oder doch zumindest einen relevanten Teil der Grundgesamtheit abzubilden. Man hat es also mit Täuschungsversuchen zu tun. Um die Frage der Repräsentativität kommen jedoch Täuschungsversuche gerade nicht herum, sollen sie gezielt gelingen.

5.4.2.4 Bewusste Inkaufnahme oder angestrebte Abbildungsverzerrung der 2. Ebene

In etlichen Fällen wird heute zudem eine Verfehlung der Repräsentativität im Sinne der Abbildungsverzerrung der 2. Ebene bewusst in Kauf genommen. Für die Ungleichbehandlung der je Person abgegebenen Stimmen und damit nicht demokratische Abstimmungsverfahren existiert etwa das prominente Beispiel der Abstimmung in einer rechtsfähigen Gesellschaft, bei der sich das Stimmengewicht des Einzelnen nach dem Kapitalanteil der Eigner richtet. Hier liegt die Äquivalenz der Stimme nicht in der mit gleichen Grundrechten ausgestatteten Person an sich, sondern im investierten Kapital des Eigners, also in einem Zusatzmerkmal, das sehr stark zwischen den Individuen streut.

Darüber hinaus könnte die ungleiche Gewichtung einer Stimme z. B. die Wichtigkeit oder die Intensität eines Wunsches oder einer Ablehnung beim Votierenden ausdrücken. Dieses könnte in den Fällen sinnvoll sein, in denen z. B. in einer wenig formal gefassten Gruppe viele Mitglieder keine Meinung zu einem Punkt haben, während einige wenige klar für eine bestimmte Lösung votieren. Ein jedem geläufiges Beispiel sind hier Schulklassen, in denen z. B. über ein bestimmtes Ausflugsziel abgestimmt wird und sich zunächst nur wenige Schüler - allerdings durch frühes und/oder lautes und/oder häufiges Votieren - melden und das Meinungsbild dann stark in ihre Richtung beeinflussen. Dabei kann es um einen Entwicklungsprozess der Entscheidung gehen, etwa so, dass sich die Unentschiedenen am Ende häufig dem Hauptvotum anschließen, sodass am Ende tatsächlich so etwas wie eine Mehrheitsentscheidung zustande kommt. Dieses betrifft allerdings nur offene Live-Abstimmungen, wie man sie auch aus Vereinssitzungen kennt. Dieses Beispiel rekuriert letztlich auf mehrstufige Entscheidungsverfahren, die im Internet noch selten sind, obwohl sie sich via Softwarelösungen formalisieren ließen.

Eine Zwischenlösung besteht wie schon betont in der Variante, in der die Abstimmungsberechtigten ganz offiziell mehrere, alle aber gleich viele Stimmen haben und diese auf verschiedene Alternativen so verteilen können, dass für den Einzelnen die Stärke seines Votums für eine oder mehrere Alternativen zum Ausdruck kommen kann. Diese Variante findet z. B. ihre formale Entsprechung im süddeutschen Kommunalwahlrecht.

Im Bereich des E-Voting wurden allerdings keine bewussten Ungleichverteilungen von Stimmenzahl oder Stimmengewicht zwischen den Nutzern vorgefunden. Sie würden die Abstimmungsansätze auch eher unterminieren bzw. ihren Sinn in Frage stellen.

Insgesamt zeigen die bisherigen E-Voting-Angebote die Problematik der Ergebnisvalidität in verschiedener Hinsicht deutlich auf und in Zukunft ist zu hoffen, dass ein bewussterer Umgang mit dieser Problematik gerade von Anbieterseite her erfolgt.

Denn auch in diesem Punkt kann solchen Angeboten die häufig ungewollte Funktion einer Vorstufe oder Teststufe mit Aufklärungscharakter für z. B. offizielle rechtsverbindliche Wahlen zugesprochen werden. Dieses gilt in besonderem Maße, wenn erkannte Verzerrungen allgemein öffentlich gemacht werden und so bewusst diskutiert werden können. Eine solche differenzierte Diskussion wird dann auch dazu beitragen, dass Online-Ansätze nicht allein schon durch bloßes Aufgreifen der erzeugten Verzerrung durch die öffentliche Presse faktisch bereits in summa diskreditiert werden.

6 Gesamtbewertung

6.1 Der gegenwärtige Sachstand

Die aus den insgesamt vorgefundenen E-Voting-Angeboten ausgewählten Beispiele, ihre Zuordnung und Bewertung in Kapitel 4 und 5 bieten einen Überblick über die gegenwärtig existierenden Bereiche des E-Voting und geben ein Bild von der Gesamtsituation.²⁹

Dazu ist zu betonen, dass neben einem weiten Bereich teils laienhafter, teils irrelevanter und vielfach banaler Umfragen bereits erste sehr ernsthafte E-Voting-Angebote existieren, die die interaktiven Möglichkeiten des neuen Mediums erfolgreich zur Erkenntnisgewinnung einsetzen.

Dies gilt im Besonderen innerhalb geschlossener Gruppen, für die ein wirklich neues Partizipationsinstrument mit wirkungsverbindlichen Abstimmungen entstanden ist. Dieses Instrumentarium wird bereits vielfach genutzt, wenn auch bislang nur von einer Minderheit aller im Internet Aktiven. Damit geht die tatsächliche Beteiligung an E-Voting deutlich über die Nutzung der wenigen bisherigen rechtlich verbindlichen Abstimmungen und Wahlen hinaus.

Resümierend sind zu den Angeboten folgende Punkte mit übergreifendem Charakter herauszuheben:

- Die technische Entwicklung ermöglicht bereits sinnvolle Anwendungen. Diese entwickeln sich aber – wenn man von den Testläufen zu offiziellen Wahlen absieht – abseits der Aufmerksamkeit der großen Anbieter und weitgehend unbenutzt von der breiteren Öffentlichkeit. Es scheint, als seien insbesondere die Provider von Angeboten für online geführte Gruppen sich der Möglichkeiten ihres Instrumentariums gar nicht bewusst.
- Die Mehrzahl der vorgefundenen Angebote ist jedoch trivial. Dies liegt augenscheinlich weniger an einer gezielten Strategie der Anbieter, sondern im Gegenteil am Fehlen einer solchen Strategie.
- Dabei scheinen die Anbieter auch davon überrascht worden zu sein, wie wenig Themenfelder sowohl allgemeines Interesse wecken als auch zur Generierung von Abstimmungen geeignet sind.
- Dazu passend sind die verfolgten Zielsetzungen nur bei wenigen Angeboten wirklich explizit erkennbar. Selbst bei groß angelegten, d. h. mit erheblicher PR umgebenen Befragungen etwa zu politischen und gesellschaftlichen Themen ist

²⁹ Partizipative Angebote von Unternehmen für ihre Mitarbeiter blieben hierbei unberücksichtigt. Sie sind nicht öffentlich und bedürfen für Forschungszwecke eines gesonderten Zugangs.

die eigentliche Zielsetzung nicht immer klar. Allerdings gilt das Gesagte nicht für den großen Bereich der online geführten Gruppen, da sich Gruppe ihre Ziele stets ausdrücklich setzen.

- Analog ist für den Zielgruppenaspekt im E-Voting festzuhalten, dass es einerseits Angebote gibt, die sich an niemanden konkret bzw. unspezifisch an alle richten sowie vollkommen offen sind. Hier fehlt eine nähere von außen erkennbare Vorstellung über den gewünschten Nutzerkreis. Andererseits existieren mehr oder weniger geschlossene gruppenbezogene Angebote, bei denen die Zielgruppenansprache spezifisch ist und für die sich entweder passende Interessenten finden oder nicht.
- Es scheint zudem so, dass in online geführten oder unterstützten Gruppen Einzelentscheidungen in höherem Maß durch Befragungen und Abstimmungen herbeigeführt werden als in konventionellen Gruppen, die Entscheidungen eher delegieren.
- Methodisch sind die Umfragen und Abstimmungen vielfach nicht so durchgearbeitet, dass eine wirkliche Entscheidung unter relevanten Alternativen möglich wäre. Gegenüber den mittlerweile vergleichsweise einfach zu beherrschenden technischen Voraussetzungen erweisen sich die Fragestellungen selbst als wesentlich schwieriger handhabbar. Hier fehlt nicht nur bei Nutzern, sondern auch bei Anbietern bislang weitgehend das notwendige Erfahrungswissen im Umgang mit formalisierten Entscheidungen.
- Das vergleichsweise neue Angebot des Online-Tests auf politische/parteilpolitische Selbsteinschätzungen wurden im Wesentlichen im liberalen Umfeld vorgefunden. Dies korreliert mit dem liberalen Selbstverständnis, wonach zum Prozess der politischen Bewusstwerdung die freie Verortung im Raum der gesellschaftlichen Alternativen gehört.
- Auf der Ergebnisseite stellt sich die Frage der Ergebnisvalidität in mehrfacher Hinsicht. Dabei ist die Frage der Repräsentativität der Resultate ein zentraler Punkt. Bei den allermeisten offenen Abstimmungen kann nämlich in keiner Weise von repräsentativen Ergebnissen ausgegangen werden. Trotzdem stehen Abstimmungsergebnisse unkommentiert online und erzeugen so zunächst eine ungebrochene Kommunikationsverbindlichkeit zumindest gegenüber dem unvoreingenommenen Nutzer.
- Die Teilnahme an Online-Abstimmungen verlangt neben technischen Voraussetzungen auch erhebliche persönliche Fertigkeiten. Dies gilt verstärkt bei der eigenständigen Formulierung und Einbringung eigener Abstimmungen. Hier stellt sich ein bereits bekanntes Problem der Chancengleichheit und gleichberechtigten Partizipation erneut, und zwar in verschärfter Form.
- Gleichzeitig kann davon ausgegangen werden, dass ein großer Teil gerade der jüngeren Internet-Nutzer sich zumindest gelegentlich an unverbindlichen Stimmabgaben beteiligt und damit bereits einen persönlichen Erfahrungshintergrund zu

Online-Abstimmungen besitzt. Abstimmungen innerhalb von Gruppen dürften demgegenüber etwas weniger verbreitet sein.

- Blickt man auf der Kalkulationsseite der E-Voting-Projekte, so dürfte auch im Bereich des E-Voting der erforderliche Aufwand für die Erstellung und laufende Pflege solcher Angebote sehr häufig unterschätzt worden sein. Zusammengekommen fand sich viel Wohlmeinendes, mit Hoffnungen Behaftetes und zugleich ein Mangel an Nutzenorientierung bzw. in der Nutzenabschätzung.

6.2 Weitere Potenziale

Alles in allem erscheint die Entwicklung sinnvoller Anwendungen als noch nicht abgeschlossen. Zudem wird der Diffusionsprozess z. B. für bestimmte Abstimmungsangebote sicher noch weitergehen. Auch ist das Entstehen weiterer Formen nicht wahrscheinlich. Dagegen dürfte die bereits weit verbreitete Trivial-Umfrage ihren Höhepunkt möglicherweise bereits hinter sich haben.

Aufklärungsbedarf und weitere Entwicklungspotenziale werden in folgenden Punkten gesehen:

1. Mangelnde Nutzenorientierung in Verbindung mit dem häufigen Fehlen einer Angebotsstrategie im E-Voting lassen vermuten, dass ein systematischeres Vorgehen hier zur Erschließung zusätzlicher Nutzer durchaus noch beitragen kann.
2. Aufgrund der dargelegten Mängel bleibt dabei sowohl eine nähere Erfassung und Analyse der tatsächlichen Nutzer von E-Voting-Angeboten und ihrer Eigenheiten als auch die weiter reichende analytische Aufgabe eines Abgleichs zwischen der durch den Anbieter anvisierten Zielgruppe und der tatsächlichen Nutzerstruktur eine Aufgabe für die Zukunft. Aus der Kenntnis der Nutzer und ihrer Interessen sind dann Schlüsse für eine entsprechende Verbesserung des E-Voting-Angebots zu ziehen.
3. Da E-Voting-Angebote jenseits des ambitionierten politischen Bereichs nicht von professionellen Markt- oder Wahlforschern konzipiert werden, wäre vor allem methodisch erhebliche Aufklärungsarbeit zu leisten. Gegenstand müsste etwa der mögliche und systematische Aufbau von Umfragen und Abstimmungssystemen sein, da hier noch vieles im Argen liegt. Gleiches gilt aber auch für die Gewährleistung einer akzeptablen Ergebnisvalidität in ihren verschiedenen Facetten und für die adäquate Verwendung, insbesondere Kommunikation, der Ergebnisse.
4. Zu wenig forschungsseitig thematisiert ist bislang die Vielzahl der (auch formalen) Abstimmungen in Gruppen und Vereinen. Hier mag wirken, dass sich die Wahlforschung eher mit dem aufmerksamkeitszentralen Spezialfall der politi-

schen Wahlen beschäftigt. Im Rahmen echter Partizipationsforschung muss dieses als empfindlicher Mangel betrachtet werden.

5. Im Bereich der E-Voting-Angebote und Abstimmungstools, die sich für Gruppen und Vereine eignen, scheint zudem noch weiteres Entwicklungspotenzial zu liegen.

Dieses Potenzial liegt softwaretechnisch zum Teil bereits vor, nur wird es nicht adäquat genutzt. Hier kann Aufklärung und konkrete Hilfestellung zur Erschließung dieses nicht ausgeschöpften Potenzials beitragen.

Andererseits lassen sich auch auf der softwaretechnischen Instrumentenseite weitere Entwicklungspotenziale erschließen, denn grundsätzlich sind alle bestehenden Wahlsysteme in Software abbildbar. Folglich könnten durch Standard-Software und begleitende Hilfestellungen auch wesentlich komplexere Wahlverfahren für weniger wichtige Entscheidungssituationen eingesetzt werden. Insbesondere eine Ausdifferenzierung der Angebote nach den gängigen Wahlverfahren könnte namentlich Online-Gruppen neue Möglichkeiten eröffnen. Grundsätzlich ist hier E-Voting bei der Entscheidungsfindung konventionellen Verfahren überlegen, da es die einfache Anwendung ausgefeilterer Verfahren sowohl in der Implementation als auch im Auszählungsprozess ermöglicht.

Gruppenorientierte E-Voting-Angebote mit ihren Tools könnten zudem so genutzt bzw. gezielt erweitert werden, dass sie auch offiziell die partizipativ angelegte Selbstorganisation von Vereinen oder weniger formal gefassten Engagiertengemeinschaften und Foren etwa im Bereich des Bürgerengagements in vielem unterstützen und erleichtern könnten.

7 Literatur zum Thema und seinem Umfeld

- Ahlert, Christian (2001): ICANN als Paradigma demokratischer internationaler Politik?, Internetregulierung zwischen Technik und Demokratie, in: Holznagel/Grünwald/ Hanßmann (Hg.): Elektronische Demokratie? Bürgerbeteiligung per Internet zwischen Wissenschaft und Praxis, München, S. 44 - 51.
- Bieber, Christoph (1999): Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit, Frankfurt/New York.
- Bubeck, Bernhard / Fuchs, Gerhard (2001): Auf dem Weg in die digitale Politik. Eine Untersuchung zum Virtuellen Parteitag von Bündnis 90/Die Grünen Baden-Württemberg, Arbeitsbericht der Akademie für Technikfolgenabschätzung Nr. 198.
- Donath, Matthias (2001): Demokratie und Internet. Neue Modelle der Bürgerbeteiligung an der Kommunalpolitik - Beispiele aus den USA, Frankfurt/New York.
- Fluhrer, Margret (1994): Ansätze einer ökonomischen Theorie der Wahlen - Systematische Darstellung der Entwicklungslinien, Rezeption und Kritik, Köln.
- Gabriel, Oscar W. (2002): E-Partizipation, in: Kubicek, Herbert; Klumpp, Dieter; Fuchs, Gerhard; Rossnagel, Alexander (Hg.): Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft 2002 (im Erscheinen).
- Harth, Thilo (1999): Internet und Demokratie - neue Wege politischer Partizipation: Überblick, Potential, Perspektiven, in: Woyke, Wichard (Hg.): Internet und Demokratie, Schwalbach/Ts.: 8-25.
- Holznagel, Bernd / Grünwald, Andreas / Hanssmann, Anika (2001): Elektronische Demokratie. Bürgerbeteiligung per Internet zwischen Wissenschaft und Praxis, München.
- Holubiec, Jerzy W. / Mercik, Janik W. (1994): Inside Voting Procedures, Munich (urspr. polnische Ausgabe: Warsaw 1992)
- Kamps, Kalus (2001): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation, Opladen/Wiesbaden.
- Köhler, Ute (2001): „Das ist völlig Banane“ – Umfrage zur Freiburger OB-Wahl ist wohl manipuliert worden. In: Stuttgarter Zeitung, 13.12.2001.
- Kuhlen, Rainer (1998): Die Mondlandung des Internet. Die Bundestagswahl 1998 in den elektronischen Kommunikationsforen, Konstanz.
- Nassmacher, Hiltrud (2002): Politikwissenschaft, 4. Aufl., München, Wien.

Schenk, Michael / Wolf, Malthe (2000): Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce, Arbeitsbericht der Akademie für Technikfolgenabschätzung Nr. 171.

Steinbeis-Transferzentrum MediaKomm (2001): Erfahrungsbericht (Online-) Jugendgemeinderatswahl in Esslingen am Neckar, 09. bis 12. Juli 2001, Esslingen.

Woyke, Wichard (Hrsg.) (1999): Internet und Demokratie, Schwalbach/Ts.