

Die deutschen Bürgernetze und der virtuelle lokale Raum

Schmidt, Jan

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schmidt, Jan: Die deutschen Bürgernetze und der virtuelle lokale Raum. In: *kommunikation @ gesellschaft* 4 (2003). 23 pages. URN: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0228-200304046>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Die deutschen Bürgernetze und der virtuelle lokale Raum

Von Jan Schmidt (Bamberg)

1. Einleitung

Seit Mitte der 90er Jahre setzt sich das Internet, das ursprünglich ein Kommunikationsmedium der militärischen und akademischen Forschung und Entwicklung war, mit vergleichsweise hoher Geschwindigkeit in den Bevölkerungen der Industrieländer durch. Insbesondere die beiden Dienste E-Mail und World Wide Web erlauben es, ohne erkennbaren Zeitverlust mit anderen Nutzern zu kommunizieren und sich über nahezu jedes Thema zu informieren. Dazu gewinnt es als Transaktionsmedium an Bedeutung, weil immer mehr Unternehmen, Verwaltungen und andere Organisationen dazu übergehen, onlinebasierte Dienstleistungen anzubieten. Entsprechend weitreichend erscheinen die gesellschaftlichen Konsequenzen der Technologie: Ob Wirtschaft, Politik, Bildungswesen oder soziale Beziehungen – überall wird von weitreichenden, sogar revolutionären Veränderungen gesprochen. Fundierte Aussagen über Ausmaß und Richtung des Wandels können dagegen in vielen Fällen nur mit Verzögerung getroffen werden, denn die wissenschaftlichen Disziplinen hinken mit ihren Diagnosen und Prognosen oft dem Tempo der Entwicklung hinterher. Aus soziologischer Sicht ist dabei eine zentrale Frage, wie sich bestimmte Verwendungsweisen des Internet institutionalisieren, also zu relativ stabilen und vom einzelnen Nutzer oder Anbieter unabhängigen Nutzungs- und Angebotsmustern werden. Auch wenn jede Webseite und jeder Nutzungsvorgang bei genauem Betrachten einzigartig ist, lassen sich doch übergreifende Gemeinsamkeiten erkennen und verallgemeinern. Dieser Aufsatz beschäftigt sich mit der Institutionalisierung eines Teilbereichs des Internets, den ich als „virtueller lokaler Raum“ bezeichne (Abschnitt 2). Im Speziellen analysiere ich die Rolle von Community Networks und ihrer deutschen Variante, den Bürgernetzen, die die gesellschaftliche Verbreitung des Netzes fördern und einen inklusiv-partizipatorischen Ansatz verfolgen (Abschnitt 3). Dazu diskutiere ich auf Befunden einer Befragung unter den Vorständen deutscher Bürgernetze (Abschnitt 4) aufbauend die Rolle, die diese Organisationsform für den virtuellen lokalen Raum spielt (Abschnitt 5).¹

2. Der virtuelle lokale Raum

Das Aufkommen des Internets steht in enger Verbindung mit einem zweiten wichtigen Trend, der seit etwa 20 Jahren unsere Gesellschaft beeinflusst: Die Globalisierung, allgemein verstanden als Zunahme von Handlungsverflechtungen über nationale Grenzen hinweg, verändert ökonomische, politische und kulturelle Rahmenbedingungen des menschlichen Zusammenlebens. Ob es die Zunahme von transnational organisierten Unternehmen, die wachsende Bedeutung von supranationalen politischen Zusammenschlüssen wie der Europäischen Union oder auch die steigende Zahl von Urlaubsreisen zu anderen Kontinenten ist – es finden sich in vielen Bereichen Hinweise darauf, dass menschliches Handeln immer weniger innerhalb der

¹ Die zugrundeliegende Befragung und ihre Ergebnisse sind Teil eines umfassenderen Promotionsprojekts zum Thema „Die Konstitution des lokalen Raums im Internet“. Besonderer Dank gilt den Teilnehmern sowie dem Vorstand des Bürgernetzverbands, insbesondere Herrn Schwedhelm und Herrn Münzmaier, für die Unterstützung bei Vorbereitung und Durchführung der Online-Umfrage.

Grenzen eines Nationalstaats und seiner Gesellschaft stattfindet, sondern diese Grenzen überwindet. Gleichzeitig erkennen wir, dass unser Leben an einem Ort von Geschehnissen an anderen Orten (oft buchstäblich „am anderen Ende der Welt“) abhängig sein kann, wenn es zum Beispiel um Umweltprobleme oder globale Finanzmärkte geht. Das Internet spielt dabei als potenziell globales Kommunikations- und Informationsmedium eine wichtige Rolle, grenzüberschreitende soziale Beziehungen zu ermöglichen und aufrechtzuerhalten.

Dieser Bericht kann auf Ursachen, Formen und Konsequenzen der Globalisierung nicht im Detail eingehen, setzt aber an einem interessanten Befund an: Aus der Zunahme von grenzüberschreitenden Verflechtungen zogen verschiedene Autoren den Schluss, dass zukünftig ortsgebundene Beziehungen an Bedeutung verlieren und Menschen sich nicht mehr auf der Grundlage von räumlicher Nähe organisieren würden. Das Internet spiele hierbei eine besondere Rolle, da geographische Distanzen keine Beschränkungen mehr darstellten, Staaten keine Kontrolle mehr über den exterritorialen Sozialraum des Internets ausüben könnten und im Cyberspace keine materiellen, sondern nur noch virtuelle Objekte und Avatare existierten. Zugespitzt mündeten diese Annahme in Prognosen vom „Death of Distance“ (Cairncross 2001), dem Aufkommen der „Placeless Society“ (Knoke 1996) oder allgemeiner in der These, das Internet sei „raumlos“.

Allerdings sind diese Annahmen nicht haltbar und in verschiedenen Punkten zu kritisieren. Entscheidend im Zusammenhang dieses Aufsatzes ist dabei die Tatsache, dass der lokale Raum weiterhin eine wichtige Rolle spielt. Wie Untersuchungen zu unterschiedlichen Aspekten der Globalisierung zeigen, kann „das Lokale“, allgemein verstanden die Besonderheit eines Ortes oder überschaubaren Raums (z.B. einer Region wie der Fränkischen Schweiz) im Verlauf der Globalisierung sogar an Bedeutung gewinnen. Im ökonomischen Bereich kann zum Beispiel nachgewiesen werden, dass manche Regionen und Städte aufgrund spezifischer institutioneller Konstellationen Wettbewerbsvorteile besitzen und zu Zentren der europäischen oder globalen Wirtschaft werden. In anderen Bereichen erkennen wir, dass lokale Räume ihre kulturellen Besonderheiten herausstellen und sich so gegenüber einer „Weltkultur“ behaupten, die manche als „Einheitsbrei“ amerikanischer Prägung verstehen. Globalisierung bedeutet also nicht notwendigerweise, dass wir auf eine Situation zusteuern, in der Wirtschaft, Politik und Kultur weltweit vereinheitlicht sind. Das Verhältnis von globaler und lokaler Ebene des menschlichen Handelns ist komplexer und nicht auf den einfachen Nenner zu bringen: Global gewinnt, lokal verliert. Der britische Soziologe Robertson (1995) hat daher den Begriff der „Glokalisierung“ geprägt, um auszudrücken, dass globale und lokale Prozesse und Lebensweisen miteinander verschränkt sind.

Der lokale Nahraum, also zum Beispiel der Wohnort oder die Region, wird auch deswegen nicht an Bedeutung verlieren, weil in ihm dem Bedürfnis nach Orientierung und Reduzierung der gesellschaftlichen Komplexität am besten entsprochen werden kann. Der Einzelne findet hier vertraute Umgebungen vor, kann soziale Beziehungen (ob enge Freundschaften oder lose Bekanntschaften) mit gewisser Regelmäßigkeit pflegen und so Routinen aufbauen, die ihm Verhaltenssicherheit gewährleisten. Viele Handlungen im lokalen Aktionsraum sind nicht technisch vermittelt, sondern „face-to-face“-Begegnungen, denen Menschen eine hohe Bedeutung beimessen. Doch auch das Internet wird genutzt, um sich im lokalen Raum zu orientieren, wie zwei empirische Befunde beispielhaft verdeutlichen können.

1. Laut der bevölkerungsrepräsentativen ARD/ZDF-Online-Studie 2002 nutzen 31 Prozent der deutschen Online-Nutzer über 14 Jahren mindestens einmal wöchentlich das Netz, um Veranstaltungshinweise aus der Region abzurufen. 25 Prozent beziehen aktuelle Informationen über ihre Region über das Internet, 14 Prozent studieren Kleinanzeigen oder den Wohnungsmarkt und 9 Prozent nutzen Onlinedienste, um Veranstaltungskarten zu besorgen (vgl. van Eimeren et al. 2002). Auch wenn nicht die Nutzungsintensität der beliebten Dienste wie E-Mail (81%) oder dem zielgerichteten Suchen von allgemeinen Informationen im Netz (55%) erreicht wird, sind lokalbezogene Nutzungsepisoden dennoch recht häufig.
2. Schon 1997 ergab die Evaluation von „Digital Towns“, einem Projekt der Europäischen Union, dass gerade Alltagsbedürfnisse aus verschiedenen Bereichen durch ein lokales Informations- und Kommunikationsnetz befriedigt werden können – zum Beispiel durch einen „Informationspool Schule“, der Informationen zu den verschiedenen Schulen in einer Kommune, Nachhilfeangebote und -gesuche oder schulübergreifende Projekte bündelt (vgl. Preiss 1998). Auch die Diffusion der entsprechenden Technologien kann vor Ort gefördert werden, wenn öffentliche Zugangsorte den Umgang durch Experimentieren und Ausprobieren erlernen helfen. Der lokale Raum ist also auch eine wichtige Ebene, um Projekte und Initiativen durchzuführen, die die Nutzung des Internets unterstützen.

Aus soziologischer Sicht sind somit nicht nur die potentiell weltweiten Einsatzmöglichkeiten des Internets von Interesse, sondern auch Fragestellungen rund um den Einsatz des Mediums im und für den lokalen Raum. Ich schlage dazu einen Analyserahmen vor, der den „Virtuellen lokalen Raum“ im Mittelpunkt hat (vgl. Abbildung 1). Die Grundannahme ist, dass Nutzer und Anbieter lokalbezogener Internetdienste gemeinsam auf der Grundlage einer lokalen Internet-Infrastruktur den virtuellen lokalen Raum konstituieren, dieser also als Ergebnis von individuellen Handlungen, institutionellen und organisatorischen Konkurrenz- bzw. Kooperationsbeziehungen sowie rahmenden Strukturen entsteht. Allgemein betrachtet kann das Internet für drei unterschiedliche Handlungstypen mit Lokalbezug eingesetzt werden:

- *Informationen* zum lokalen Raum abrufen (z.B. Terminhinweise, Lokalnachrichten),
- *Transaktionen*, die im lokalen Raum anfallen, online abwickeln (z.B. E-Government, E-Commerce),
- Interpersonale (öffentliche) *Kommunikation* mit Lokalbezug betreiben (z.B. Diskussionsforen, politische Partizipation).

Diese Nutzungsmöglichkeiten können prinzipiell auf einem einzigen Webangebot bereitgestellt werden (Stadt- und Regionalportale bemühen sich üblicherweise, die verschiedenen Nutzungsmodi zu integrieren), finden sich aber zumeist auf den Webseiten unterschiedlicher Anbieter. Vier große Angebotsgruppen lassen sich unterscheiden:

- Unter *E-Government* fallen diejenigen Internetangebote öffentlicher Stellen (z.B. Stadt- oder Gemeindeverwaltungen), die die Nutzer (meist, aber nicht notwendigerweise Einzelpersonen) als Bürger einer Kommune ansprechen, ihnen also beispielsweise Auskunft über kommunale Ansprechpartner und Neuigkeiten bieten oder die Abwicklung von Behördenängen über das Netz erlauben.

- *E-Commerce* meint in diesem Zusammenhang die Webangebote, bei denen der Nutzer als Konsument tätig wird, indem er sich zum Beispiel über Preise und Produkte örtlicher Unternehmen informiert, dort Onlinekäufe tätigt oder Online-Banking bei ortsansässigen Kreditinstituten betreibt. Analog zum E-Government kann auch der Nutzer von E-Commerce-Angeboten ein anderes Unternehmen sein (man spricht in diesem Fall auch von „Business-to-Business“ oder „B2B“-E-Commerce).
- *Lokale Massenmedien*, insbesondere lokale Tageszeitungen, stellen vor allem Informationen mit Lokalbezug zur Verfügung, engagieren sich in vielen Fällen aber auch in anderen Bereichen lokaler Internetangebote (wie zum Beispiel regionalen Marktplätzen).
- Schließlich existieren vielerorts „*Community Networks*“, also nicht-kommerzielle Initiativen und Vereine, die durch ehrenamtlich Aktive alternative Informations-, Kommunikations- und Transaktionsangebote bereitstellen. Mit diesem Bestandteil des virtuellen lokalen Raums befassen sich die weiteren Abschnitte dieser Studie.

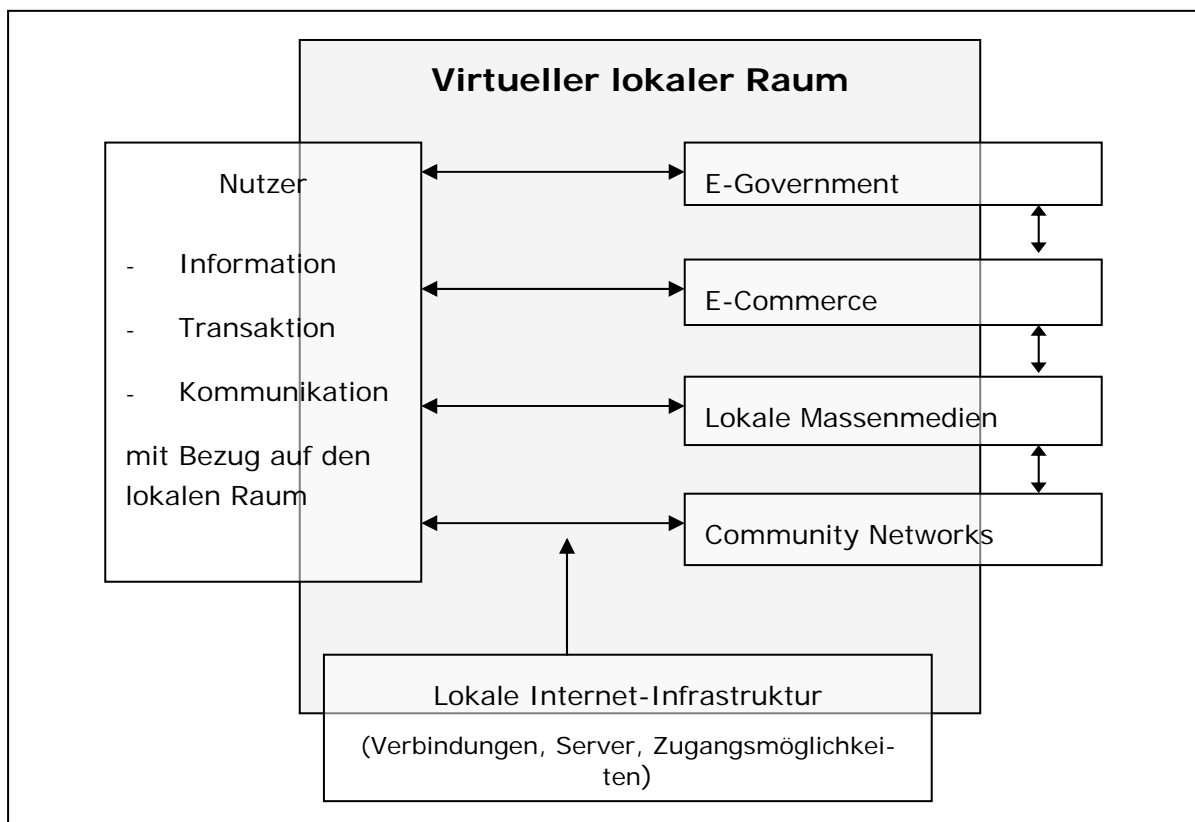


Abbildung 1: Analyse Rahmen zur Beschreibung virtueller lokaler Räume

3. „Internet von unten“: Community Networks und Bürgernetze

Die Anfänge der Computertechnologie wie auch des Internets liegen im wissenschaftlichen Bereich. Die ersten Systeme waren so teuer und erforderten so viel Expertenwissen, dass an einen Einsatz außerhalb der akademischen oder militärischen Labors und Forschungseinrich-

tungen kaum zu denken war. Auch wenn schon in den 70er Jahren in Kalifornien Experimente zum Einsatz von öffentlichen Computerterminals in lokalen Gemeinschaften stattfanden, schuf erst das Aufkommen der Personal Computer eine ausreichende Zahl von Nutzern und Anbietern lokalbezogener Informationen (vgl. Wagner 1998). In den 80er Jahren entstanden eine Vielzahl von Mailboxen oder "Bulletin Board Systems" (BBS), in die sich Computerbesitzer per Modem von zuhause einwählen konnten. 1986 konnte Tom Grundner aus Cleveland dank finanzieller und technischer Förderung durch die örtliche Universität und AT&T seine Mailbox zum "Cleveland Free-Net" ausbauen. Sein Konzept, die Bürger vor Ort zu aktivieren, Informationssammlungen zu verschiedenen Themen zu pflegen und anderen unentgeltlich zur Verfügung zu stellen, wurde in den Folgejahren auch in anderen Städten verwirklicht. 1989 gründete er das "National Public Telecomputing Network" (NPTN), einen Dachverband zur Unterstützung und Koordination der wachsenden Zahl amerikanischer "Free-Nets".

Schätzungen zufolge existierten Mitte der 90er Jahre etwa 300 aktive Free-Nets mit über 500.000 Nutzern (Schuler, 1996; Fallstudien finden sich z.B. bei Cohill & Kavanaugh, 1997 oder Lowenberg, 2000). Etwa zu dieser Zeit gewann das World Wide Web an Popularität und viele Community Networks stellten ihre rein textbasierten Angebote auf die grafischen Möglichkeiten des Webs um. In der Folgezeit haben sich zwar Angebotsumfang und organisatorische Strukturen der Netzwerke deutlich unterschiedlich entwickelt, doch drei gemeinsame Merkmale lassen sich weiterhin identifizieren (vgl. Beamish 1995; Schuler 1996; Wagner 1998; Kubicek/Wagner 1999; Rustema 2001):

1. *Community Networks haben lokalen Bezug.* Community Networks konzentrieren sich explizit auf den lokalen bzw. regionalen Raum, weil dort die Menschen einen Großteil ihrer Zeit arbeiten und leben. Sie bieten lokale Nachrichten und Termine, Jobangebote aus der Region, Informationen zu Öffnungszeiten von Geschäften, Arztpraxen oder öffentlichen Einrichtungen an und helfen so den Nutzern, sich im lokalen Raum zu orientieren. Die Informationspflege und der laufende Betrieb der Community Networks geschieht durch Bewohner der Region für die Bewohner der Region und ist überwiegend ehrenamtlich.
2. *Community Networks sind inklusiv.* Im Kern der Ideologie hinter den Community Networks steht das Leitbild des freien Zugangs zu Informationen, nach dem niemand von potenziell wichtigen Informationen ausgeschlossen sein soll. Dies umfasst zum einen die Möglichkeit, kostenfrei Informationen abrufen zu können, aber auch die Chance, die Informationstechnologien an sich überhaupt nutzen zu können. Viele Community Networks führen daher Initiativen zur Überwindung der "digitalen Spaltung" durch und installieren öffentliche Internet-Zugänge oder vermitteln internetbezogene Kenntnisse. Das Ziel ist, die Technologie und die zu ihrer Nutzung notwendigen Fähigkeiten insbesondere an diejenigen Bevölkerungsgruppen zu vermitteln, die den Anschluss an die Kommunikations- und Informationsgesellschaft zu verlieren drohen.
3. *Community Networks stärken Partizipation.* Die Aktivitäten von Community Networks enden nicht beim Sammeln und Veröffentlichen von lokalbezogenen Informationen, sondern schließen partizipative Elemente mit ein. Sie orientieren sich dabei an deliberativen Demokratiemodellen, nach denen eine Gesellschaft durch den andauernden Diskussionsprozess zwischen informierten Bürgern am gerechtesten und legitimsten gestaltet werden kann. Die Annahme ist, dass das Internet dank seiner interaktiven Möglichkeiten besser

als traditionelle Massenmedien eine lokale Öffentlichkeit herstellen, bürgerschaftliches Engagement unterstützen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern könne. Online-Diskussionen mit Beteiligung von Lokalpolitikern und Experten der Verwaltung gelten z.B. als geeigneter Weg, die Kluft zwischen Politik und Bürger zu überbrücken und Teilhabe an Entscheidungsprozessen zu ermöglichen.

Community Networks und Freenets sind in den USA entstanden, doch die zugrundeliegenden Ideen fassten auch in anderen Ländern Fuß. Eines der frühesten und bekanntesten europäischen Beispiele ist "De Digitale Stad" (DDS), die 1994 aus einem experimentellen Informations- und Kommunikationsnetzwerk in Amsterdam hervorging (vgl. Rustema 2001). Sie bot infrastrukturelle Leistungen wie Internet-Zugang und Webspace für Nutzer, aber auch Partizipations- und Diskussionsmöglichkeiten bei Themen mit lokalem oder regionalem Bezug. In der zweiten Hälfte der 90er Jahre erlebte die DDS ihre Hochzeit, doch wachsende Konkurrenz von anderen (oft kommerziellen) Anbietern führte zur Abwanderung der Nutzer und letztendlich zum Ende des Angebots im Jahr 2001. Eine andere und bis heute überdauernde Variante der Community-Network-Idee stellen dagegen die bayrischen Bürgernetze dar.²

Die bayerische Staatsregierung legte 1995 das Programm „Bayern Online“ auf, um Infrastruktur und Anwendungen der Telekommunikation zu fördern. Verschiedene Netzwerke und Dienste sollten über die Basis-Infrastruktur des „Bayernetzes“ (auch: BayNet), einem leistungsfähigen Hochgeschwindigkeits-Backbone zwischen den bayrischen Hochschulstandorten, miteinander verbunden werden.³ Um auch anderen Städte und Regionen den Zugang zum Bayernnetz und damit auch zum Internet zu ermöglichen, wurde ein Netz von regionalen Einwahlknoten konzipiert. Ein mögliches Vorbild war das „Free-Net Erlangen-Nürnberg-Fürth“ (FEN), das schon 1993 auf Initiative des „Instituts für Fernstudien im Medienverbund“ (FIM) der Universität Erlangen gegründet worden war und sich stark am Vorbild der amerikanischen FreeNets orientierte, deren textbasierte Zugangssoftware „Freeport“ es anfangs auch verwendete. Da Mitte 1995 aber absehbar war, dass sich das grafisch ansprechendere World Wide Web durchsetzen würde, und eine zu enge Anbindung an einzelne Universitäten nicht gewünscht war, wurde eine andere Organisationsform gewählt: In den einzelnen Städten und Regionen formierten sich „Bürgernetzvereine“, die jeweils lokal den Internetzugang sicherstellen und gleichzeitig als „Volksverein“ bzw. im Sinne der „Volksbildung“ tätig sein sollten. Aus steuerlichen Gründen bestanden sie aus zwei verschiedenen Vereinen: Einem Trägerverein, der für seine Mitglieder den Internetzugang bereitstellt, und einem (gemeinnützigen) Förderverein, der die Bildungs- und Schulungsaufgaben übernimmt. Das ursprünglich formulierte Leitbild sah vor, die Bürgernetze als „Spiegel der lokalen Gesellschaft“ aufzubauen und möglichst alle lokal relevanten Gruppen und Organisationen, von den Vereinen über Schulen und Kirchen bis zur Verwaltung, einzubinden.

Die Bürgernetz-Idee verbreitete sich nach der Aufnahme in die „Bayern Online“-Initiative recht schnell, und schon Ende 1995 gründeten 16 Bürgernetzvereine den „Bürgernetzverband

² Die Darstellung stützt sich auf folgende Quellen: Leitfadeninterview mit dem damaligen Verbandsvorsitzenden Gebauer im Juli 2002, Webseiten des Verbands (www.buerger.net - Stand Sommer 2002), Webseite zu „Bayern Online“ (<http://www.bayern.de/Wirtschaftsstandort/High-Tech-Offensive/BayernOnline/> - Stand Juli 2003).

³ Die Bandbreite der Verbindungen betrug bis zu 155 Mbit/Sekunde, was für Ende der 90er Jahre ein durchaus ambitionierter Wert war.

e.V.“, um die weitere Verbreitung der Bürgernetz-Idee zu koordinieren und als Lobbyorganisation gegenüber Politik und Verwaltung zu fördern. Es wurde darauf geachtet, dass die Bürgernetzvereine jeweils bestimmte geographische Gebiete abdeckten, sodass einerseits ein flächendeckendes Angebot an Einwahlmöglichkeiten zum Ortstarif bereitstand, andererseits die Vereine sich aber nicht untereinander Konkurrenz machten. Da die Bürgernetze in ihren Regionen zunächst meist konkurrenzlose Anbieter preisgünstiger Internetzugänge waren, stieg die Zahl ihrer Mitglieder rasch an; der Höchststand betrug Ende der 90er Jahre etwa 145.000 Mitglieder in über 80 Vereinen. Nahezu die gesamte bayrische Bevölkerung konnte so potenziell zum Ortstarif das Internet nutzen.

Der Verband wie die einzelnen lokalen Vereine profitierten in dieser Aufbauphase von der Förderung durch die bayerische Staatsregierung: Die Bürgernetze konnten bis Ende 1998 den Anschluss an das Bayernnetz nutzen und dadurch Kosten für den Datentransfer sparen. Personell zeigte sich die Verbindung zur Staatsregierung darin, dass Rudolf Klinger, ein Staatssekretär im Kultusministerium, zu Anfang als 1. Vorsitzender des Bürgernetzverbands fungierte; auch Bertram Gebauer, sein Nachfolger, war für die Aufgaben im Verband zunächst von seiner Tätigkeit im Kultusministerium freigestellt. Die politische Förderung des Bürgernetzgedanken wurde durch ihn jedoch durchaus kritisch gesehen: Sie habe zwar geholfen, die Ideen einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln, doch die Vereine würden gerade außerhalb von Bayern als „Anhängsel der bayerischen Staatsregierung, als Lederhosenbayern“ gesehen, was für die weitere Verbreitung der Idee eher hinderlich gewesen sei.

Die technische Unterstützung fiel zum 1. Januar 1999 weg und die Vereine mussten sich neue Zugangsmöglichkeiten zum Internet suchen. Der Verband verlor dadurch die Funktion, ein Bindeglied zwischen den einzelnen Vereinen und der Staatsregierung zu sein, und damit einen wichtigen Aspekt seiner Legitimierung. Mit der rasanten Diffusion der Internetnutzung und der Öffnung des Telekommunikationsmarktes war den Bürgernetzen zudem in beiden Kerntätigkeiten, dem Internetzugang und der Schulung bzw. Weiterbildung zu Online-Themen, kommerzielle Konkurrenz entstanden. Die veränderte organisatorische Umwelt stellte die Bürgernetze immer stärker vor die Wahl, ob sie sich als lokale Anbieter von Internetdienstleistungen (insbesondere Internetzugang und E-Commerce) positionieren und damit eine stärker kommerzielle Ausrichtung einschlagen sollten, oder ob sie sich weiterhin als Vertreter der lokalen Zivilgesellschaft verstehen und lokalgebundene Informationen frei zugänglich zur Verfügung stellen sollten. Zusammen mit dem Mitgliederschwund in den Vereinen äußerten sich diese Probleme in einer „Identitätskrise des Verbands“ (so der damalige Vorsitzende Gebauer über den Zustand im Jahr 2002). Er hat Mitte 2003 noch insgesamt 60 Mitgliedsvereine (überwiegend in Bayern beheimatet), in denen noch etwa 50.000 Personen organisiert sind. Da er den Begriff „Bürgernetz“ nicht als Markenname hat schützen lassen (anders als die amerikanische Dachorganisation NPTN den Begriff „Free-Net“), existieren weitere Initiativen mit diesem Namen, die nicht (mehr) im Verband organisiert sind, aber einen vergleichbaren Aufbau und Ziele besitzen.⁴

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Entwicklung von Community-Network- und Bürgernetzidee in den USA und Deutschland verstehe ich Bürgernetze im Folgenden als nicht-

⁴ Vgl. dazu die Liste der Bürgernetze auf der Homepage <http://www.uni-bamberg.de/split/kowi/fonk/buerger-netze.html>

kommerzielle und öffentlich zugängliche elektronische Netzwerke, die vorrangig im World Wide Web Möglichkeiten zur lokalbezogenen Information, Kommunikation und Partizipation bereitstellen und so den lokalen bzw. regionalen sozialen Zusammenhalt fördern. Durch diese Definition grenze ich eine Gruppe von Vereinen und Zusammenschlüsse aus der Analyse aus, die auch die Bezeichnung „Bürgernetz“ im Namen oder im Selbstverständnis führen: Initiativen wie der „Verein zur Förderung des öffentlichen bewegten und unbewegten Datenverkehrs“ (FoeBuD) in Bielefeld oder Mailboxen, die sich im CL-Netz zusammengeschlossen haben, haben ebenfalls den Anspruch, nicht-kommerzielle Informations- und Kommunikationsdienstleistungen auf der Basis der Online-Technologien bereitzustellen (vgl. Hoofacker 1998, Albert o.J.). Allerdings stellen sie meist keinen direkten Lokalbezug in ihrer Arbeit und ihren Zielen her, sondern sind thematisch strukturiert (z.B. durch Diskussionsforen zu Umwelt-, Menschenrechts- oder Gewerkschaftsfragen).⁵

Die Studie setzt zwar an den Erfahrungen der bayrischen Bürgernetze an, bezieht aber auch Organisationen aus anderen Bundesländern mit ein, deren Aktivitäten und Ziele unter die genannte Definition fallen. Weil in der Befragung die bayerischen Bürgernetze die Mehrheit darstellen, können bei den vorgenommenen statistischen Analysen mögliche Besonderheiten anderer Regionen überdeckt werden – genauso wie aber auch lokale Besonderheiten innerhalb der bayrischen Organisationen nicht angemessen berücksichtigt werden können. Es handelt sich hierbei um ein grundsätzliches Problem der statistisch-quantitativen Analyse auf der Grundlage standardisierter Fragebögen, die nur breite Tendenzen erkennen lässt. Eine differenzierte Analyse erfordert dagegen stärker auf die jeweiligen Bürgernetze zugeschnittene Befragungen und ausführliche Experteninterviews (wie zum Beispiel bei der Fallstudie zum Bürgernetz Bamberg, vgl. Schmidt 2002a).

Von insgesamt 87 angeschriebenen Bürgernetzen nahmen 53 an der Online-Befragung im Mai 2003 teil, dies entspricht einer Rücklaufquote von 61 Prozent. Die Antworten stammen größtenteils von Vorstandsmitgliedern der Träger- oder Fördervereine (insgesamt 81 Prozent), überwiegend sogar direkt von den jeweiligen Vorsitzenden (57%).

Die Befragung verfolgte zwei Ziele:

- a) Eine Bestandsaufnahme der deutschen Bürgernetze, ihrer Mitgliederzahl, Aktivitäten und Einbettung im lokalen Raum zu erstellen sowie
- b) die mittelfristig anstehenden Ziele und Vorhaben der Bürgernetze zu erkunden.

Im folgenden Kapitel 4 werden ausgewählte Ergebnisse einzelner Fragen tabellarisch dargestellt und kurz beschrieben. Bei der Auswertung wurden zunächst die Antworten aller Befragten auf die einzelnen Fragen betrachtet. In einem zweiten Schritt wurde für einige Fragen (z.B. die Einschätzung von aktuellen und zukünftigen Zielen) geprüft, ob sich Unterschiede zwischen verschiedenen Teilgruppen finden lassen.⁶ Im anschließenden Kapitel 5 werden die Befunde näher diskutiert und in den oben vorgestellten Analyserahmen eingepasst.

⁵ Den Anstoß zu dieser Differenzierung verdanke ich einem pointiertem Kommentar von padeluun, der im Bielefelder Verein „FoeBuD e.V.“ aktiv ist.

⁶ Dazu wurden folgende Variablen einbezogen: Alter des Bürgernetzes (bis 1995 vs. nach 1995 gegründet), Mitgliederzahl (bis 400 vs. über 400 Mitglieder), Mitgliedschaft im Verband (ja vs. nein) sowie Grad der Ver-

4. Ergebnisse der Befragung

4.1. Allgemeine Merkmale der Bürgernetze

Das „typische Bürgernetz“, geht es nach den häufigst genannten Antworten, besteht seit dem Jahr 1996 und hat um die 400 Mitglieder, von denen sich unter 2% ehrenamtlich in der Organisation engagieren.

Mit Beginn der Förderung durch den bayrischen Staat entstanden die Mehrzahl der Bürgernetze (74%) zwischen 1995 und 1997. Die Mitgliederzahl reicht von 17 Mitgliedern beim kleinsten (dem Bürgernetz für Schleswig-Holstein) und 3000 beim größten Bürgernetz (dem Bürgernetz Hof). 100, 400 und 800 Mitglieder sind Schwellen für jeweils etwa ein Viertel der Bürgernetze. Zwischen dem Alter und der Mitgliederzahl besteht ein schwacher negativer Zusammenhang: Je älter das Bürgernetz, desto mehr Mitglieder hat es auch.

Die Anzahl der ehrenamtlich oder gegen eine Unkostenpauschale tätigen Mitgliedern reicht von einer bis zu 50 Personen. Ins Verhältnis zur Anzahl der Mitglieder gesetzt, ergeben sich Anteile zwischen 0,3 und 40 Prozent (letzteres im Bürgernetz Hamburg, das allerdings nur 25 Mitglieder hat). Drei Viertel aller Bürgernetze (77%) haben weniger als zehn Prozent Aktive in ihren Reihen. Der Anteil der Aktiven ist stark von der Mitgliederzahl abhängig – bei größeren Bürgernetzen steigt die absolute Anzahl der Aktiven nicht im gleichen Maße wie die Mitgliederzahl, sodass ihr Anteil geringer wird.

4.2. Leistungen der Bürgernetze

Die Bürgernetze stellen in unterschiedlichem Umfang Leistungen für ihre Mitglieder und die lokale Bevölkerung bereit. Neben einer eigenen Webseite, die von nahezu allen Bürgernetzen betrieben wird, sind Webspaces, technische Unterstützung und regelmäßige Treffen der Mitglieder die häufigst genannten Angebote. Eine deutliche Mehrheit der Bürgernetze veranstaltet auch Schulungen (meist zu Grundlagen-, seltener auch zu fortgeschrittenen Themen) und empfiehlt den Mitgliedern eine spezielle Einwahlnummer für den Zugang zum Internet. Etwa 80 Prozent der Bürgernetze kooperieren dazu mit lokalen Providern (42%) oder stellen die Einwahlserverselber zur Verfügung (36%). Eine Geschäftsstelle oder ein öffentlicher Internet-Zugangsort wird noch von 48 bzw. 40 Prozent unterhalten. Einzelne Bürgernetze bieten darüber hinaus weitere Leistungen, vor allem im Bereich der Technik (zum Beispiel virengeprüfte Email-Konten oder Zugang per Funknetz) sowie der Förderung von Projekten mit Schulen oder Senioren.

Tabelle 1: Leistungen des Bürgernetzes (Mehrfachantworten möglich)

Leistung (N=52)	Prozent
Betreibt eigene Webseite	98
Stellt Mitgliedern Webspaces für private oder (klein-)gewerbliche Homepages zur Verfügung	85
Bietet technischen Support für Mitglieder (Hotline/Email-Service)	85

netzung im lokalen Raum (vgl. dazu die Anmerkung in Abschnitt 4.3). Auf ein Markieren von statistisch signifikanten Unterschieden wurde verzichtet, da aufgrund der teilweise recht geringen Fallzahlen nach einer Aufteilung in Gruppen die Berechnung von Signifikanzen nicht sinnvoll möglich war.

Veranstaltet Stammtisch/Mitgliederabende	81
Veranstaltet Schulungen und Kurse	71
Mitglieder können über spezielle Einwahlnummer (BN-eigen oder fremder Provider) online gehen	64
Betreibt eigene Geschäftsstelle, die persönliche Anfragen ermöglicht	48
Betreibt oder unterstützt öffentliche Internet-Zugänge (z.B. Internet-Cafe, Computerraum in Gemeindezentrum oder Bibliothek, etc.)	40
Ist als "Lobbyorganisation" gegenüber lokalen oder überregionalen Organisationen tätig	21
Sonstige Leistungen	37

Unter den Inhalten, die auf den Bürgernetz-Webseiten angeboten werden, kristallisiert sich ein Kern von Themen heraus: Aktuelle Informationen zum Bürgernetz, Technische Hinweise und Tipps sowie ein Verzeichnis der Mitglieder-Homepages gehören bei mehr als drei Vierteln zum Angebot. Weitere Inhalte sind dagegen nur bei jeweils weniger als der Hälfte der Bürgernetze vorhanden, seien es Flohmarkt, Veranstaltungskalender oder Diskussionsforen zu lokalpolitischen Themen. Unter den sonstigen Antworten wurden häufig Webcams und allgemeine Foren erwähnt.

Tabelle 2: [nur BN mit Webseite] Angebotene Inhalte (Mehrfachantworten möglich)

Inhalt Webseite (N=50)	Prozent
Aktuelle Informationen aus dem Bürgernetz	96
Technische Hinweise, FAQs, Tipps & Tricks	82
Verzeichnis der Homepages von Mitgliedern	78
Flohmarkt/Pinnwand für private Kleinanzeigen	48
Veranstaltungskalender mit lokalen Themen	42
Virtueller Marktplatz mit Informationen lokaler Unternehmen & Gewerbe	34
Chat	28
Aktuelle lokale oder regionale Nachrichten	26
Allgemeine lokale oder regionale Nachrichten	26
Diskussionsforen zu lokalpolitischen Themen	22
Informationen aus Stadt-/Gemeindeverwaltung	18
Sonstiges	24

Zwei Ziele dominieren die gegenwärtige Arbeit der Bürgernetze: Etwa 90 Prozent halten es für wichtig, gesellschaftliche Gruppen ohne Online-Erfahrung an das Medium heranzuführen, annähernd drei Viertel betonen, Betreuung bei computertechnischen Problemen zu leisten. Unabhängige lokale Nachrichten zur Verfügung zu stellen und über entsprechende Themen online zu diskutieren, halten dagegen deutlich weniger als ein Drittel der Bürgernetze für wichtig; bei diesen Zielen ist der Anteil derjenigen Organisationen höher, die sie für unwichtig halten.

Tabelle 3: Einschätzung von Zielen des Bürgernetzes (in %)

Ziel (N=49)	Sehr / eher wichtig
Gesellschaftliche Gruppen ohne Online-Erfahrung mit dem Internet vertraut machen.	90
Betreuung bei computertechnischen Problemen bieten.	74
Interessen der Mitglieder gegenüber anderen lokalen Interessensgruppen (Verwaltung, Lokalpolitik, Unternehmen, etc.) vertreten.	47

Mitgliedern einen kostengünstigen Internet-Zugang bereitstellen.	41
Im Internet unabhängig über lokale regionale Neuigkeiten und Vorgänge berichten.	38
Zu wichtigen Themen mit Lokalbezug Diskussionsforen und (Experten-) Chats anbieten.	20

Die zugrundeliegende Skala reichte von 1 („sehr wichtig“) bis 5 („Völlig unwichtig“)

Größe und Gründungsjahr eines Bürgernetzes wirken sich teilweise auf die Einschätzung der Ziele aus. Ältere Organisationen (die vor 1996 gegründet wurden), befürworten ohne Ausnahme die Vermittlung von Internet-Kenntnissen und geben häufiger an, dass es ein wichtiges Ziel ist, einen kostengünstigen Zugang zur Verfügung zu stellen. Bürgernetze mit Gründungsdatum nach 1996 wie auch die kleineren Vereine betonen im Vergleich dagegen deutlich stärker die Lobbytätigkeit als wichtiges Ziel. Die technische Betreuung und eine unabhängige lokale Berichterstattung ist für eine größere Zahl der mitgliederstarken Bürgernetze wichtig.

Tabelle 4: Einschätzung gegenwärtiger Zielen nach Alter/Größe des Bürgernetzes (in %)

Ziel	Mitgliederzahl		Gründungsjahr	
	Bis 400 (N=23)	Über 400 (N=28)	Bis ´95 (N=17)	Nach ´95 (N=36)
Vermittlung von Internet-Kenntnissen	86	93	100	86
Betreuung bei technischen Problemen	59	85	79	71
Kostengünstiger Internet-Zugang	41	41	50	37
Lokale Interessensvertretung	64	33	36	51
Unabhängige lokale Berichterstattung	18	37	29	29
Lokalbezogene Diskussionsforen & Chats	23	19	14	23

Anggeben sind die Anteile derjenigen Befragten, die das Ziel als eher oder sehr wichtig einstufen.

Für die zukünftige Arbeit der Bürgernetz hat vor allem die Mitgliederwerbung hohe Bedeutung; eine große Mehrheit schätzt dieses Ziel als eher oder sehr wichtig ein. Auch der Ausbau des Schulungsangebots und der technischen Infrastruktur werden von über der Hälfte als wichtig angesehen. Verstärkt lokalbezogene Informationen anzubieten und die Erweiterung der Infrastruktur um den Funk-Zugang durch „Wireless LAN“-Netze erzielen etwa zur Hälfte Zustimmung und zu einem Drittel Ablehnung. Der Ausbau von Transaktions- oder Partizipationsmöglichkeiten ist dagegen für etwa die Hälfte der Bürgernetz eher oder sehr unwichtig.

Tabelle 5: Einschätzung zukünftiger Ziele des Bürgernetzes (in %)

Ziel (N=49)	Sehr / eher wichtig
Mitglieder werben	84
Schulungsangebot ausbauen	67
Technische Infrastruktur ausbauen	55
Lokalbezogene Informationen auf der Webseite des Bürgernetzes ausbauen	47
"Wireless LAN" vor Ort anbieten	47
Transaktionsmöglichkeiten (z.B. im Bereich von E-Government oder E-Commerce) auf der Webseite des Bürgernetzes ausbauen	24
Lokalpolitische Partizipations- und Kommunikationsangebote auf der Webseite des Bürgernetzes ausbauen	20

Die zugrundeliegende Skala reichte von 1 („sehr wichtig“) bis 5 („Völlig unwichtig“)

4.3. Kooperationen & Konkurrenz

Nur 12 Prozent der Bürgernetze geben an, keine regelmäßigen oder projektbezogenen Kooperationen mit anderen Organisationen oder Gruppen aus dem lokalen Raum einzugehen. Die häufigst genannten Kooperationspartner sind Volkshochschulen und Schulen; dazu kommen andere Einrichtungen des Bildungswesens (Akademien oder Hochschulen), die unter den sonstigen Antworten genannt wurden. Auch mit örtlichen Vereinen und nicht-kommerziellen Organisationen sowie der kommunalen Verwaltung arbeiten etwa die Hälfte der Bürgernetze zusammen. Örtliche Unternehmen wurden dagegen nur von etwas mehr als einem Drittel genannt, und die Lokalzeitung ist nur für etwa jedes zehnte Bürgernetz ein Kooperationspartner.

Tabelle 6: Derzeitige Kooperationspartner (regelmäßig oder projektbezogen)

Kooperationspartner (N=49)	Prozent
Volkshochschule	61
Schulen	57
Örtliche Vereine und nicht-kommerzielle Organisationen	55
Stadt-/Gemeindeverwaltung	49
Örtliche Unternehmen	37
Seniorenzentren	25
Politische Parteien	22
Andere Lokalmedien	16
Kirchen	14
Lokalzeitung	12
Sonstige Organisationen/Einrichtungen	18
Keine dieser Organisationen	12

Eine Mehrheit von etwa 60 Prozent der Bürgernetze gibt an, keine anderen Organisationen als Konkurrenten anzusehen. Etwa ein Fünftel nennt die lokale Tageszeitung, einige sonstige Nennungen entfallen auf die Volkshochschulen sowie auf überregionale Portale oder Marktplätze wie das VRWeb der Volks- und Raiffeisenbanken.

Tabelle 7: Konkurrenten für Bürgernetz (Mehrfachantworten möglich)

Organisation (N=49)	Prozent
Keine dieser Organisationen	59
Lokale Tageszeitung	20
Sonstige Organisationen	16
Ortsansässige Unternehmen/Sparkassen	14
Stadt-/Gemeindeverwaltung	8
Andere Lokalmedien	4

Zukünftige Kooperationen mit anderen Akteuren werden unterschiedlich, im großen und ganzen aber als wichtig bewertet. Mit Unternehmen wollen etwa zwei Drittel der Bürgernetze stärker kooperieren, mit kommunalen Verwaltungen oder anderen lokalen Internet-Angeboten ebenfalls mehr als die Hälfte. Die mitgliederstärkeren Bürgernetze schätzen vor allem Kooperationen mit der Verwaltung häufiger als wichtig ein während ein deutlich höherer Anteil der jüngeren Bürgernetze die Zusammenarbeit mit anderen lokalbezogenen Angeboten befürwortet.

Tabelle 8: Bedeutung des Ausbaus von Kooperationen als zukünftiges Ziel (in %)

Kooperationspartner (N=49)	Eher /sehr wichtig
Lokale Unternehmen	66
Stadtverwaltung	58
Andere Internetangebote mit Lokalbezug	55
Lokalzeitung/andere Lokalmedien	43

Aus den Angaben zu bestehenden Kooperationen lässt sich der Grad der lokalen Vernetzung bestimmen, der als zusätzliches Unterscheidungsmerkmal dienen kann. Die Bürgernetze werden dazu nach der Anzahl ihrer Kooperationspartner in „gering lokal vernetzt“ (drei oder weniger Kooperationen; 47%) und „hochgradig lokal vernetzt“ (mehr als drei Kooperationen; 53%) unterteilt. Alter und Größe stehen in einem Zusammenhang mit dem Grad der Vernetzung: Ältere und/oder kleinere Bürgernetze sind tendenziell eher gering, jüngere und/oder größere Bürgernetze dagegen eher höher vernetzt.

Tabelle 9: Grad der lokalen Vernetzung nach Merkmalen des Bürgernetzes (in %)

	Lokale Vernetzung	
	Gering (N=23)	Hoch (N=26)
Gründung bis 1995	64	36
Gründung nach 1995	40	60
Bis 400 Mitglieder	59	41
Über 400 Mitglieder	37	63

Unter den stark lokal vernetzte Bürgernetze ist der Anteil, der die zukünftigen Ziele als sehr oder eher wichtig einstuft (Ausnahme: Ausbau der technischen Infrastruktur), durchgehend höher. Die Unterschiede sind teilweise nur gering (Ausbau von Schulungsangeboten oder Transaktionsmöglichkeiten), in manchen Fällen aber sehr deutlich (Ausbau von Wireless LAN, Partizipations- und Kommunikationsmöglichkeiten). Auch verstärkte Kooperationen mit anderen Organisationen des lokalen Raums werden von verhältnismäßig mehr der stark vernetzten Bürgernetze befürwortet.

Tabelle 10: Zukünftige Ziele der Bürgernetze nach Grad der lokalen Vernetzung (in %)

	Lokale Vernetzung	
	Gering (N=23)	Hoch (N=26)
Mitglieder werben	74	92
Schulungsangebote ausbauen	65	69
Technische Infrastruktur ausbauen	57	54
Lokalbezogene Informationen anbieten	44	50
Wireless LAN anbieten	39	54
Partizipationsangebote ausbauen	13	27
Kooperation mit lokalen Unternehmen ausbauen	57	73
Kooperation mit Stadtverwaltung ausbauen	52	61
Kooperation mit anderen lokalbezogenen Internet-angeboten ausbauen	44	65
Kooperation mit Lokalzeitung/anderen Lokalmedien ausbauen	30	54

Angegeben sind die Anteile derjenigen Befragten, die das Ziel als eher oder sehr wichtig einstufen.

5. Diskussion der Ergebnisse

Welche Schlüsse auf die Situation und zukünftige Entwicklung der deutschen Bürgernetze erlauben die dargestellten Befragungsergebnisse? Anhand der drei in Kapitel 3 skizzierten Merkmale von Community Networks können sie interpretiert und diskutiert werden.

5.1. Lokalbezug der Bürgernetz-Aktivitäten

Bürgernetze sind im lokalen Raum aktiv und verfolgen in unterschiedlichem Umfang und mit unterschiedlichen Maßnahmen die Zielsetzung, internetbezogene Dienstleistungen und Angebote für die lokale Bevölkerung bereitzustellen. Wichtige Aktivitäten sind hierbei, Komponenten der Internet-Infrastruktur bereitzustellen, Schulungen und technische Betreuung anzubieten sowie im Internet Inhalte mit Lokalbezug zu veröffentlichen.

1. Bestandteile der Internet-Infrastruktur, die von den Bürgernetzen betreut werden, sind Zugangsmöglichkeiten zum Netz (entweder per Einwahlnummer, über öffentlich zugängliche Terminals oder über WLAN-Netze) sowie Webspaces, damit Mitglieder eigene Inhalte veröffentlichen können. Die Bedeutung von Einwahlmöglichkeiten hat sich in den letzten Jahren verschoben: Zu Beginn der bayerischen Initiative stand das Ziel, den Bürgern flächendeckend Einwahlmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Inzwischen existieren eine Vielzahl von lokalen und überregionalen Zugangsprovidern, mit denen das Bürgernetz vor Ort um Kunden bzw. Mitglieder konkurriert. Etwa ein Drittel der befragten Organisationen bietet daher diese Möglichkeit nicht mehr an und nur knapp die Hälfte hält das Ziel, kostengünstigen Internet-Zugang anzubieten, für wichtig. Diese Haltung ist durchaus gerechtfertigt, da die Bedürfnisse der Bürger von anderen, oft preisgünstigeren Anbietern gedeckt werden können. Dennoch sind Betreuung und Ausbau der technischen Infrastruktur für eine Mehrheit der Bürgernetze ein wichtiges Ziel; durch technologische Neuerungen eröffnet sich vor allem bei lokalen Funkzugängen (W-LAN) ein neues Feld für Aktivitäten. Während sich dieses Angebot (zumindest beim jetzigen Stand der Technik) eher an erfahrene Computernutzer wendet, sind die Zielgruppen von öffentlichen Internet-Terminals meist Personen mit geringeren Kenntnissen, oft auch ohne eigenen priva-

ten Internetzugang. In vielen Fällen sollen öffentliche Zugangsorte dazu beitragen, die „digitale Spaltung“ zu überwinden, also bisher internetferne Personen und Gruppen an das Medium heranzuführen. Sie sind daher in enger Verbindung mit Schulungen und Kursen zu sehen, in denen der Umgang mit dem Computer und Internet vermittelt wird.

2. Neben der Technik an sich sind Kenntnisse über Funktionsweise und Nutzungsmöglichkeiten des Internets die zweite wichtige Voraussetzung, um seine Möglichkeiten nutzen zu können. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass hier ein Schwerpunkt der Bürgernetz-Arbeit liegt, sowohl im Hinblick auf alle Aktivitäten, auf die gegenwärtige Einschätzung von Zielen der eigenen Arbeit wie auch auf zukünftige Vorhaben. Der technische Support, der meist telefonisch und/oder per Email, in manchen Fällen auch durch persönliche Beratung vor Ort oder in einer Geschäftsstelle geleistet wird, wendet sich vor allem an die eigenen Mitglieder. Er wird auf den meisten Bürgernetz-Webseiten durch Hinweise zu technischen Fragen ergänzt. Die Schulungen sollen hingegen auch Nicht-Mitglieder ansprechen; hier überwiegen grundlegende Kurse zum Internet, Datensicherheit und dem Design eigener Homepages. Eine Mehrheit der Bürgernetze kooperiert dabei mit den örtlichen Volkshochschulen.
3. Nahezu alle Bürgernetze betreiben eine eigene Webseite, veröffentlichen aber in unterschiedlichem Umfang lokalbezogene Informationen und Nachrichten, die über Neuigkeiten aus dem Bürgernetz selber hinausgehen. Selbst die häufigsten Kategorien (private Kleinanzeigen sowie Termine und Veranstaltungsankündigungen) werden von weniger als der Hälfte aller Bürgernetze angeboten; andere Informationen zu lokalen Unternehmen, aktuellen Themen oder aus der Kommunalverwaltung sind noch seltener vertreten. Eine kontinuierliche Pflege aktueller Inhalte erfordert einen relativ hohen zeitlichen Einsatz, der oft von ehrenamtlich Aktiven nicht im selben Maße wie von professionellen Kräften in Online-Redaktionen oder Verwaltungen geleistet werden kann. Diese Organisationen erscheinen dem Nutzer meist auch als „natürlichere“ Anlaufstelle, um lokalbezogene Informationen abzurufen, weswegen viele Bürgernetze mit ihnen kooperieren und deren Kompetenzen mit dem eigenen Angebot koppeln.
Momentan bewerten weniger als ein Drittel der Bürgernetze das Ziel, unabhängige lokale Berichterstattung zu leisten, als wichtig; eine Mehrheit schätzt es derzeit als unwichtig ein. Aber als zukünftiges Ziel genießt der Ausbau des lokalbezogenen Informationsangebots höhere Priorität; auch die Kooperationen mit anderen Partnern des lokalen Raums soll vorangetrieben werden. Die Rolle lokaler Tageszeitungen, die bisher das Medium mit der höchsten Akzeptanz für aktuelle lokale Informationen sind, erscheint dabei kontrovers: Zur Zeit kooperiert nur eine Minderheit der Bürgernetze mit den örtlichen Zeitungen; ein Fünftel sieht sie dagegen als Konkurrenz für die eigene Arbeit an. Auch wenn über 40 Prozent eine zukünftige Zusammenarbeit befürworten, ist das Verhältnis zwischen Bürgernetzen und Lokalzeitungen in vielen Fällen schwieriger als zum Beispiel zur Kommunalverwaltung. Ein Grund liegt darin, dass das Internet die Lokalzeitungen vor eine grundlegend veränderte Situation stellt, was publizistische und unternehmerische Konzepte betrifft, und ihnen auf verschiedenen Märkten neue Konkurrenten erwachsen (vgl. Schmidt 2002b). Auch wenn die Bürgernetze als nicht-kommerzielle Organisationen auftreten, können sie als potenzielle Anbieter unabhängiger lokaler Informationen in einen bisherigen Kernbereich der Tageszeitungen einbrechen.

Über diesen Spezialfall hinaus ergeben die Ergebnisse der Studie ein erstes (wenn auch grobes) Bild der Kooperations- und Konkurrenzbeziehungen von Organisationen des virtuellen lokalen Raums. Die Mehrzahl der Bürgernetze arbeitet mit anderen nicht-kommerziellen Einrichtungen, vor allem aus dem Bildungsbereich, zusammen. Die Kommunalverwaltung und örtliche Unternehmen sind weitere wichtige Kooperationspartner, deren Bedeutung in Zukunft wohl auch noch zunehmen wird. Etwa die Hälfte der Bürgernetze ist zum jetzigen Zeitpunkt schon mit mehreren anderen Organisationen des lokalen Raums durch Kooperationen verbunden.

5.2. Inklusion und digitale Spaltung

Die Bedeutung von Schulungen und technischer Unterstützung für die Arbeit der Bürgernetze ist oben schon angedeutet worden. Diese Angebote werden vor allem von der Absicht getragen, möglichst breiten Bevölkerungsschichten die Teilhabe am Internet und damit letztlich an der modernen Informations- und Kommunikationsgesellschaft zu ermöglichen. Das Internet hat zwar weiterhin hohe jährliche Zuwachsraten bei den Nutzern und erreicht inzwischen eine Verbreitungsrate von etwa 45% in der deutschen Bevölkerung (vgl. van Eimeren et al. 2002). Im Umkehrschluss bedeutet das aber auch, dass über die Hälfte der deutschen Bevölkerung das Internet nicht nutzt. Eine nähere Untersuchung dieser „Offliner“, unter denen Frauen und ältere Personen überrepräsentiert sind, bringt verschiedene Motive für die Internet-Abstinenz ans Licht, auf die Bürgernetze unterschiedlich reagieren können (vgl. Gerhards/Mende 2002):

- Für einen Teil der Offliner (tendenziell eher jüngere Personen) sind die *Kosten* für technische Ausstattung und Online-Dienste der Haupthinderungsgrund, das Internet zu nutzen. Für sie können öffentliche Internetzugänge eine sinnvolle Möglichkeit darstellen, dennoch an der Entwicklung des Mediums teilzuhaben. Etwa 40 Prozent der Bürgernetze bieten derzeit diese Möglichkeit an.
- Alle Offliner begründen ihre Online-Abstinenz (unter anderem) mit der *komplizierten technischen Bedienung* des Mediums, das vor allem gegenüber klassischen Massenmedien deutlich höhere Kompetenzen voraussetzt. Schulungen zu Grundlagen der Bedienung von Computern und dem Internet müssen die Situation dieser Gruppe berücksichtigen und können so die Hemmschwelle für den Gebrauch des Mediums heruntersetzen.
- Allerdings zeigen verschiedene Studien, dass die technischen Kompetenzen alleine nicht genügen, sondern zusätzlich auch *Nützlichkeit und Mehrwert des Internets*, auch im Vergleich zu anderen Medien, deutlich werden muss. In diesem Zusammenhang sind also vor allem attraktive Inhalte und Dienste gefragt. Bürgernetze können hier durch den Ausbau ihrer lokalbezogenen Informationen einen Beitrag leisten, um Personen für das Internet zu interessieren.
- Eine vierte Gruppe besitzt *grundlegende Bedenken* gegenüber dem Internet und lehnt – oft undifferenziert – Computertechnologien ab. Diese Personen werden nur schwer durch Maßnahmen zu erreichen sein.

Evaluationen bestehender Projekte zur Überwindung der „digitalen Spaltung“ zeigen, dass vor allem niederschwellige Angebote, die den alltäglichen Nutzungswert des Internet gegenüber anderen Medien betonen, zu Erfolgen führen. Lokale Initiativen, die möglichst viele Or-

ganisationen und Gruppen vor Ort vernetzen und ihre Angebote koordinieren, haben große Fortschritte erzielt; Bürgernetze können hier eine wichtige Rolle einnehmen. Um ihren Beitrag angemessen zu beurteilen, reichen die in dieser Studie erhobenen Daten jedoch nicht aus. Der Anteil der Bürgernetze, die Schulungen, zielgruppenspezifische Angebote oder öffentliche Internet-Zugänge anbietet, gibt zwar grobe Anhaltspunkte zum Umfang der Maßnahmen, sagt aber nichts über deren tatsächlichen Erfolg aus. Hierzu sind detailliertere Untersuchungen erforderlich, die einzelne Kurse evaluieren, die Nutzer der öffentlichen Zugangsterminals beschreiben oder auch die soziodemographische Zusammensetzung der Bürgernetz-Mitglieder analysieren.

Veränderungen in der Größe von Bürgernetzen lassen ebenfalls keinen Aufschluss auf Erfolg oder Misserfolg bei der Vermittlung von Internet-Kenntnissen zu, da die soziodemographische Struktur der Mitglieder mit der der allgemeinen Nutzerschaft nicht übereinstimmen muss. Die Mitgliederbefragung des Bürgernetzes Bamberg (vgl. Schmidt 2002a) hat beispielsweise ergeben, dass dort Männer mittleren Alters und hoher formaler Bildung im Vergleich zu allen deutschen Internet-Nutzern deutlich überrepräsentiert sind. Sie nehmen zu einem großen Teil die Schulungen oder den technischen Support nicht in Anspruch, weil sie über genügend Kompetenz im Umgang mit der Technologie verfolgen. Dennoch bewerten sie das Ziel, Kenntnisse an internetferne Gruppen zu vermitteln, als sehr wichtig. Hier wie beim ehrenamtlichen Engagement allgemein liegt also eine Art „altruistisches Handeln“ nach dem Motto vor: „Ich bräuchte die Schulungen zwar nicht, aber ich finde es wichtig, dass es sie gibt.“

Mitglieder zu werben, für die große Mehrheit der Bürgernetze die wichtigste Aufgabe in den nächsten Jahren, ist also eher indirekt im Hinblick auf die „Digitale Spaltung“ von Bedeutung: Die Bürgernetze werden sicherlich nicht in großem Umfang unter bisher internetfernen Bevölkerungsgruppen Mitglieder gewinnen, aber sie können durch einen Zuwachs nichtsdestotrotz ihre finanziellen und personellen Ressourcen aufstocken und so ihre Aufgaben besser erfüllen.

5.3. Partizipation an lokalen Angelegenheiten

Das Internet bietet eine technische Infrastruktur, auf der unterschiedliche Möglichkeiten der politischen Teilhabe implementiert werden können. Sie reichen vom Abruf relevanter Informationen über Transaktionen mit öffentlichen Stellen bis hin zur Einflussnahme auf politische Entscheidungen. Unter dem Stichwort „E-Government“ werden diese Einsatzmöglichkeiten seit einigen Jahren breit diskutiert und von verschiedenen Institutionen im Internet realisiert. Öffentliche Einrichtungen und Verwaltungen konzentrieren sich dabei darauf, Informationen aus ihrem Arbeitsbereich zur Verfügung zu stellen und darauf aufbauend Transaktionen zu ermöglichen („E-Administration“). Das Internet kann dadurch andere Kontaktformen zwischen Bürgern und Verwaltung (wie den Amtsgang, telefonische Anfragen oder postalisch gestellte Anträge) teils ergänzen, teils ersetzen. E-Administration ist Gegenstand verschiedener politischer Initiativen auf europäischer, nationaler oder regionaler Ebene (vgl. Friedrichs et al. 2002).

Das Ziel der Community-Network-Bewegung ist demgegenüber stärker im Bereich der „E-Democracy“ angesiedelt: Zu relevanten Informationen sollen Partizipationsmöglichkeiten

treten, die sich der interaktiven Potenziale des Internets bedienen. Interessierte Bürger können dann im Internet-Foren über bestimmte Themen untereinander und mit Experten aus Politik, Verwaltung und Wissenschaft diskutieren. Nach ambitionierten Vorstellungen soll auch die Möglichkeit zur elektronischen Abstimmungen zu bestimmten Themen und langfristig sogar die Teilnahme an Wahlen möglich sein. Im lokalen Bereich wird dieser Form der politischen Teilhabe eine besondere Bedeutung beigemessen, weil viele Entscheidungen hier direkt in die alltägliche Lebenswelt der Bürger eingreifen und daher die Bereitschaft zum eigenen Engagement höher eingeschätzt wird. Bürgernetze können als Sammelpunkt von basisdemokratischen Initiativen dienen und mit geeigneten Webangeboten die Diskussionen der Bürger zu lokalpolitischen Themen unterstützen.

Die Ergebnisse der Studie zeigen allerdings, dass dieses (durchaus ambitionierte) Ziel bisher nur in Ansätzen verwirklicht ist. Weniger als ein Viertel der Bürgernetze bietet lokalpolitische Diskussionsforen an, und über die Hälfte hält dies derzeit für unwichtig. Auch für die zukünftige Arbeit ist dieses Ziel eher nebensächlich und nur für 20 Prozent der Bürgernetze wichtig; selbst unter den lokal stark vernetzten Bürgernetzen beträgt der Anteil der Befürworter nur knapp über einem Viertel. Der Ausbau von Partizipationsmöglichkeiten im lokalen Raum ist gegenüber den anderen, oben beschriebenen Tätigkeitsbereichen von deutlich geringerer Relevanz für die Aktivitäten der Bürgernetze. Dies kann verschiedene Gründe haben, denn neben grundsätzlichen technischen und rechtlichen Hürden, die auf dem Weg zu einer vollständig funktionierenden E-Democracy aus dem Weg zu räumen sind, lebt Online-Partizipation in sehr starkem Maße vom Engagement der Bürger selber. Wie verschiedene Analysen zeigen (vgl. z.B. Leggewie/Bieber 2001, Hoecker 2002), erfordern Onlineforen neben einer funktionierenden Softwarelösung eine kritische Masse von Nutzern und einen thematischen Fokus, möglichst unter Einbezug von entsprechenden Experten bzw. politisch Verantwortlichen, um die Ergebnisse in Entscheidungsprozesse einzubinden. Um die Diskussion anzustoßen und in akzeptablen Bahnen ablaufen zu lassen, bedarf es der Moderation und Pflege des Forums. Das Ziel, eine lokale Online-Öffentlichkeit zu schaffen, ist somit durchaus voraussetzungsvoll und oft nur auf spezifische Themen bezogen zu erreichen.

Dennoch sind die Bürgernetze – besser als andere Institutionen des virtuellen lokalen Raums – prinzipiell in der Lage, dieses Ziel zu verwirklichen. Weil sie parteipolitisch neutral und nicht von den Kommunalverwaltungen abhängig sind, aber auch keine kommerziellen Interessen verfolgen, stellen sie akzeptable Moderatoren lokalpolitischer Diskurse dar. Die schon bestehenden oder aufzubauenden Kontakte zu anderen lokalen Organisationen können daher genutzt werden, um unterschiedliche Experten und gesellschaftlichen Gruppen (Bürger- und Stadtteilinitiativen, Kirchen, Ortsgruppen und Fraktionen der Parteien, etc.) einzubeziehen und die Online-Diskussionen so auf eine breite Basis zu stellen. Dabei ist aber zu beachten, dass auch auf Seiten der Lokalpolitik und der kommunalen Verwaltung ein Ausbau der Bürgerbeteiligung oft skeptisch gesehen wird, weil diese (in unterschiedlichem Ausmaß) in die bisherige Arbeitsweise von Mandatsträgern oder Verwaltungsmitarbeitern eingreift. Die Legitimation von Ergebnissen der Online-Diskussionen muss sich daran messen lassen, in welchem Umfang auch Bevölkerungsgruppen an ihnen teilhaben können, die keinen privaten Internet-Zugang haben. Hier berühren sich die Ziele der Partizipation und der Inklusion.

5.4. Zukunft der Bürgernetze als Teil des virtuellen lokalen Raums

Nach dem oben skizzierten Analyserahmen bildet sich der virtuelle lokale Raum aus individuellen Nutzungsepisoden, die als Nutzungsmuster und Anbieterorganisationen institutionalisiert sind. Als Teil des virtuellen lokalen Raums machen die Bürgernetze diesen Institutionalierungsprozess durch und wachsen in Kooperations- und Konkurrenzbeziehungen zu anderen Anbietern hinein. Noch nicht einmal zehn Jahre nach der Gründung der meisten Bürgernetze haben sich inzwischen die Rahmenbedingungen für ihre Arbeit grundlegend gewandelt.

Die Bürgernetze sollten einen organisatorischen Rahmen bilden, um vor Ort die Diffusion des Internets zu unterstützen, die lokale Zivilgesellschaft ins Netz zu bringen und zumindest die beiden Handlungsmodi „Information“ und „Partizipation“ zu integrieren. Diese Institutionalisierung der Bürgernetz-Idee wurde durch die Initiative der bayerischen Staatsregierung stark gefördert, die ein flächendeckendes Angebot an Internetzugängen mit dem Aufbau virtueller lokaler Gemeinschaften verbinden wollte. Deutliche Unterschiede in Umfang und Tiefe von Informations- im Vergleich zu Partizipationsangeboten machen aber deutlich, dass das ehrgeizige Ziel, über die Bürgernetze eine virtuelle lokale Öffentlichkeit zu unterstützen, nicht vollständig realisiert werden konnte. Dazu kommt, dass nach einer sehr erfolgreichen Anfangsphase, in der Zahl und Mitgliedschaft der Bürgernetze rasant wuchsen, seit einigen Jahren wieder ein Rückgang zu beobachten ist. Das Ziel, zukünftig Mitglieder zu werben, ist daher für die meisten Bürgernetze von großer Bedeutung, um finanziell und personell weiterhin handlungsfähig zu sein.

Neben einem möglichen Erlahmen des ehrenamtlichen Engagements von „Aktiven der ersten Stunde“ ist für die ungewisse Zukunft der Bürgernetze vor allem die wachsende Konkurrenz unterschiedlicher Anbieter im lokalen Raum verantwortlich. Sie erwächst nicht nur durch kommerzielle Anbieter von Schulungen und Internetzugang, sondern in gleichem Maße auch durch lokalbezogene Inhalte, die in Stadtportalen, regionalen Marktplätzen oder Online-Zeitungen von anderen Organisationen getragen werden. Die unterschiedlichen Nutzungsorientierungen Information, Transaktion und Partizipation werden in unterschiedlicher Form und von unterschiedlichen Anbietern abgedeckt. Aus der Gesamtperspektive erscheinen die ablaufenden Institutionalierungsprozesse simultan als Ausdifferenzierung von Anbieterorganisationen wie als Re-Integration entsprechender Angebote auf umfangreichen Stadt- oder Regionalportalen (vgl. Koch 2003). Die Institutionalisierung des virtuellen lokalen Raums ist also keineswegs abgeschlossen, sondern wir können zur Zeit beobachten, wie verschiedene Akteure in Beziehung zueinander versuchen, stabile Nutzungs- und Angebotsmuster zu schaffen. Aus Sicht der Bürgernetze sind dabei verschiedene Entwicklungspfade denkbar, die ich abschließend skizziere:⁷

1. „Spezialisierte Isolation“: Bürgernetze, die diesen Weg wählen, werden sich weiterhin darauf konzentrieren, technische Dienstleistungen (Einwahl, Webespace, Support) und Schulungen anzubieten. Dazu ist keine weit reichende Kooperation mit anderen Anbietern nötig, sondern die Aufgaben können bis zu einem gewissen Grad durch ehrenamtlich ak-

⁷ Die Entwicklungspfade sind hier zugespitzt formuliert, um klare Alternativen deutlich zu machen. In der Realität werden weitere Mischformen und Sonderfälle vorkommen, die von den lokalen Gegebenheiten und institutionellen Strukturen abhängen.

tive Mitglieder (evtl. in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen oder lokalen Providern) geleistet werden. Dennoch müssen die Angebote in regelmäßigen Abständen überprüft werden, um zum Beispiel Veränderungen im Bedarf der Zielgruppen von Schulungen oder dem Stand der Technik zu berücksichtigen. Die relativ hohe Zustimmung zum Ziel „Ausbau von Wireless LAN“ ist ein Indiz dafür, dass Bürgernetze technische Innovationen aufgreifen und vor Ort umsetzen. Beim Ausbau des Angebots kann allerdings ein Professionalisierungsdruck entstehen, weil zum Beispiel bestimmte Leistungen (Betrieb eines öffentlichen Internetzugangs oder eines Zugangsproviders) nicht mehr von Vereinen zu leisten sind, sondern in andere Organisationsformen wie GmbHs überführt werden müssen. Letztlich wird es bei dieser Strategie darauf ankommen, ob örtlich eine Marktnische besteht, die nicht von anderen kommerziellen Anbietern besetzt wird.

2. „*Vollständige Integration*“: Das Gegenstück zur Isolation stellt ein Bürgernetz dar, das mit dem Angebot anderer Organisationen in einem umfassenden Regionalportal aufgeht. An vielen Orten treiben die Stadtverwaltungen diese Pläne mehr oder weniger ehrgeizig voran. Einerseits erkennen sie, dass ein umfangreiches Internetangebot den Bürgerservice deutlich verbessern kann, andererseits erhofft man sich (insgeheim oder offen) Einsparpotenziale in der öffentlichen Verwaltung. Ungelöst ist bisher noch die Frage der Finanzierung; in größeren Kommunen entscheidet man sich oft für sogenannte „Public-Private-Partnerships“, also Kooperationen zwischen öffentlichen Stellen und privaten (kommerziellen) Anbietern. Den Bürgernetzen bliebe in einer solchen Konstellation nur die Rolle, das „zivilgesellschaftliche“ Element zu verkörpern und die Bürger, ihre Vereine, Stadtteilgruppen und sonstigen Zusammenschlüsse in Netz zu bringen. Als eigenständiges Angebot würde es aber nicht mehr wahrgenommen, weswegen dieser Entwicklungspfad für die Mehrheit der Bürgernetze unwahrscheinlich scheint.
3. „*Partielle Kooperation*“: Schon mehrfach wurde angedeutet, dass für viele Bürgernetze die punktuelle Zusammenarbeit mit anderen Organisationen bedeutsam ist. In unterschiedlichem Ausmaß können Kooperationen mit Bildungseinrichtungen (für Schulungen), Kommunalverwaltungen (für lokalpolitische Diskussionen), Unternehmen (beim Aufbau regionaler Marktplätze) oder Lokalzeitungen (für lokale Informationsangebote) im Handeln der einzelnen Bürgernetze Gewicht besitzen. Dies wäre jeweils im Einzelfall zu überprüfen, doch generell kann dieses Vorgehen die Bürgernetzidee auch zukünftig stärken. Stark lokal vernetzte Bürgernetze, die tendenziell auch mehr Mitglieder haben, schätzen die Bedeutung mittelfristiger Ziele durchgängig höher ein; selbst wenn daraus nicht direkt auf die tatsächlich geleistete Arbeit geschlossen werden kann, wird sich die bessere personelle und finanzielle Ausgangssituation positiv auswirken. In Anbetracht der Kompetenzen von Bürgernetzen wie auch der anderen Anbieter des virtuellen lokalen Raums erscheint es trotz der oben angeführten Probleme sinnvoll, partizipatorische Projekte mittelfristig in Angriff zu nehmen und dazu mit geeigneten Partnern vor Ort zu kooperieren.

6. Fazit

Diese Studie sollte einen Einblick in die derzeitige Struktur der deutschen Bürgernetzbewegung geben und dazu beitragen, die Veränderungen des virtuellen lokalen Raums besser zu verstehen. Dieser Bereich des „Cyberspace“ besitzt trotz der potenziell globalen Reichweite des Mediums große Bedeutung, die mit der weiteren Veralltäglichen des Internets in Zukunft noch steigen wird. Die Bürgernetze spielten bei der Verbreitung des Mediums „vor Ort“ eine wichtige Rolle, müssen sich aber mit den Veränderungen des dynamischen Online-Umfelds auseinandersetzen.

Derzeit lässt sich das Bild einer „Aufgabenhierarchie“ erkennen: Das wichtigste Betätigungsfeld der Bürgernetze ist, der lokalen Bevölkerung technische Infrastruktur anzubieten und in Schulungen und über Support entsprechende Nutzungskompetenzen zu vermitteln. Dem folgt die Aufgabe, weitergehende Informationsangebote zur Verfügung zu stellen, während die Partizipation an lokalen Entscheidungen ein ambitioniertes, momentan aber noch nicht flächendeckend verfolgtes Ziel ist. Für die Diskussion um die zukünftige Ausrichtung und Strategie der Bürgernetzbewegung als ganze wie auch der einzelnen Bürgernetze ist zu beachten, dass die eigene Entwicklung nicht losgelöst von anderen Organisationen gesehen werden kann, die vielfach als potenzielle Kooperationspartner, gelegentlich aber auch als Konkurrenten auftreten. Entscheidend sind in diesem Zusammenhang aber auch die Erwartungen und Wünsche der Mitglieder und Nutzer von Bürgernetzen, die jeweils im Einzelfall erhoben werden müssen. Dadurch gelangt man letztlich zu einem umfassenderen Bild des virtuellen lokalen Raums, das weitere, aus dem vorgestellten Analyserahmen abgeleitete Forschungsfragen ergänzen sollten:

- Komparative Studien zu den anderen Institutionen des lokalen Raums, beispielsweise zu regionalen Marktplätzen oder Online-Tageszeitungen, geben Aufschluss über unterschiedliche Institutionalisierungsverläufe, Angebots- und Nutzerstrukturen.
- Die Reichweite der Analyse kann durch einen Vergleich unterschiedlicher virtueller lokaler Räume in ihrer Gesamtheit erweitert werden. Interessante Kontrastfälle ergeben sich zum Beispiel durch Städte und Regionen unterschiedlicher Größe oder aus unterschiedlichen Ländern.
- Schließlich kann durch einen Vergleich von virtuellen lokalen Räumen mit anderen virtuellen Umgebungen, wie beispielsweise den „Massive Multi-Player Role-Playing Games“ (MMPRPG), herausgearbeitet werden, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen verschiedenen virtuellen Räumen bestehen.

7. Literatur

- Albert, Bernhard, o.J., Die Welt der BürgerInnenetze. Zum Hintergrund und zur gesellschaftlichen Bedeutung von BürgerInnenetzen. Online abrufbar: <http://www.hgdoe.de/pol/albert.htm> (25.6.2003)
- Beamish, Anne, 1995, Communities On-Line: Community-Based Computer Networks. Master's thesis, submitted to the Dep. of Urban Studies and Planning at the Massachusetts Institute of Technology. Online abrufbar: <http://sap.mit.edu/anneb/cn-thesis/> (25.6.2003)

- Cairncross, Frances, 2001, The Death of Distance. How the Communications Revolution is Changing Our Lives. Boston: Harvard Business School Press.
- Cohill, Andrew, und Andrea Kavanaugh, (Hg.), 1997, Community Networks: Lessons from Blacksburg, Virginia. Norwood: Artech House.
- Friedrichs, Stefan; Thomas Hart; Oliver Schmidt (Hg.), 2002, E-Government. Effizient verwalten – demokratisch regieren. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Gerhards, Maria, und Anette Mende, 2002, ARD/ZDF-Offline-Studie 2002: Kern von Internetverweigerern?, Media-Perspektiven, Nr. 8: 363-375.
- Hoecker, Beate, 2002, Mehr Demokratie via Internet? Die Potenziale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand, Aus Politik und Zeitgeschichte B39-40: 37-45.
- Hooffacker, Gabriele, 1998, Bürgernetze und aktive Demokratie. Beitrag zum Kongreß "Machtfragen der Informationsgesellschaft", Frankfurt. Online abrufbar: <http://www.hgdoe.de/pol/hooffac.htm> (25.6.2003)
- Knoke, William, 1996, Kühne neue Welt. Leben in der "placeless society" des 21. Jahrhunderts. Wien: Signum.
- Koch, Matthias (2003): Regionalportale im Internet. Cottbus. Online verfügbar: http://www.local-ecommerce.de/portal/5_download/Ausw_1_PB-Befragung_Bericht.pdf [Abrufdatum: 11.7.2003]
- Kubicek, Herbert und Heiderose Wagner, 1999, Drei Generationen Community Networks. Der Wandel eines elektronischen Mediums in 25 Jahren. Bremen: University of Bremen.
- Leggewie, Claus, und Christoph Bieber, 2001, Interaktive Demokratie. Politische Online-Kommunikation und digitale Politikprozesse, Aus Politik und Zeitgeschichte 41-42: 37-45.
- Lowenberg, Richard, 2000, Davis Community Network (DCN): A Regional Community Networking Initiative in North-Central California. S. 179-193, in: Ishida, Toru / Katherine Isbister, (Eds.), Digital Cities. Heidelberg: Springer.
- Preiss, Ilse, 1998, Weben am lokalen Netz. Untersuchungen zur Diffusion von Informations- und Kommunikations-Anwendungen auf lokaler Ebene am Beispiel von Weinstadt. Diskussionsbeiträge des Instituts für Geographie der Universität Stuttgart, Nr. 10.
- Robertson, Roland, 1995, Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. S. 25-44, in: Featherstone, Mike / Scott Lash / Roland Robertson, (Eds.): Global Modernities. London: Sage.
- Rustema, Reinder, 2001, The Rise and Fall of DDS. Evaluating the ambitions of Amsterdam's Digital City. Amsterdam. Online abrufbar: <http://reinder.rustema.nl/dds/> (25.6.2003).
- Schmidt, Jan , 2002a, Der Bürgernetzverein Bamberg. Ergebnisse einer Onlinebefragung 2002. Bamberg. <http://www.uni-bamberg.de/split/kowi/fonk/pdf/bnvbericht.pdf> (27.6.2003)

- Schmidt, Jan, 2002b, Internet-Strategien von Tageszeitungsverlagen. Informations- und Kooperationsbedarf im dynamischen Onlinegeschäft. S. 41-48, in: Fantapié Altobelli, Claudia (Hg.): Print contra Online? Verlage im Internetzeitalter. München: Fischer.
- Schuler, Douglas, 1996, New community networks. Wired for change. New York: ACM Press.
- van Eimeren, Beate; Heinz Gerhard; Beate Frees, 2002, Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland: Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude. ARD/ZDF-Online-Studie 2002, Media-Perspektiven, Nr. 8: 346-362.
- Wagner, Heiderose, 1998, Community Networks in den USA. Von der Counterculture zum Mainstream? Hamburg: LIT.

Kontakt zum Autor:

Dipl. Soz. Jan Schmidt

jan.schmidt@split.uni-bamberg.de

Der Autor ist an der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ der Universität Bamberg beschäftigt (An der Universität 9/501, 96049 Bamberg,). Nähere Informationen sind im Internet unter www.uni-bamberg.de/split/kowi/fonk/index.html abzurufen.