

Geographisches Institut der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Exposé zur Bachelorarbeit
Verfasser: Felix Herrmann
Matrikelnr.: 2482541
e-Mail: s6feherr@uni-bonn.de
Betreuer: Prof. Dr. Claus-C. Wiegandt

Immer nur dagegen? Bürgerengagement im Internet - das Beispiel Bonn Viktoriakarree

1. Forschungsstand und Hintergrund

Neue Medien wurden in der Vergangenheit immer wieder mit einem Wandel der politischen Beteiligung in Verbindung gebracht. Angefangen beim Buchdruck, über Radio und Fernsehen bis hin zum Internet mit dem sogenannten Web 2.0. Das Internet gilt aktuell als großer Hoffnungsträger um „die kränkelnde Demokratie zu kurieren“ (FRIESS 2013). Dabei scheinen rückblickend die Bürger einen Schritt weiter zu sein und nutzen die Infrastruktur des Internets schon länger und intensiver. Wobei der Vorteil des Internets bei seiner dezentralen Organisationsstruktur liegt, was zeit- und ortsunabhängiges Zusammenfinden ermöglicht (HART u. PFLÜGER 2004). Dadurch können auch schwächer organisierte Gruppen ihre Anliegen kommunizieren und für Aktivitäten in der realen Welt mobilisieren. Der Internetnutzer hat nicht nur die Rolle des Rezipienten (der Massenmedien), sondern tritt auch verstärkt als Autor in Erscheinung (GRUNWALD ET AL. 2006), wobei Social Media, wie bspw. Facebook oder Twitter den Wandel vom Informationskonsumenten zum Informationsproduzenten verstärken (BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG 2013). Gleichzeitig fragt KLEMME (2011) nach dem Innovationspotenzial von Social-Media im Vergleich zu älteren Methoden und sieht eindeutig noch Forschungsbedarf in Hinblick auf onlinegestützte Partizipation.

Seit den 1970er Jahren nimmt die Bedeutung der Rolle des Bürgers bei der Stadt- und Gemeindeentwicklung zu. Man spricht bei einer positiven, auf die Zukunft ausgerichteten Zusammenarbeit zwischen Staat, Bürgern und Wirtschaft von *Good Urban Governance*. Dabei agiert der Bürger innerhalb der Kommune als Kunde, Partner und Koproduzent (SINNING 2006).

Durch das Internet bieten sich für die Kommunen neue Möglichkeiten die Bürger zu informieren sowie sich deren Ansichten zu bestimmten Projekten einzuholen. So wurde 2012 durch die Stadt Bonn eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die Leitlinien und einen verbindlichen Rahmen für mehr Partizipation schaffen sollte. Dort waren 23 Personen tätig, die sich zu in etwa gleichen Teilen aus Bürgern, Ratsmitglieder und Mitarbeitern der Verwaltung zusammensetzte und von der Stiftung Mitarbeit moderiert und begleitet wurde. Im Februar 2014 beendete die AG ihre Arbeit und die erarbeiteten Leitlinien flossen in eine Verwaltungsvorschrift ein (STADT BONN).

Die Stadt Bonn geht davon aus, dass die neuen Formen der Kommunikation und des Austauschs die Beteiligungsprozesse bereichern und erklärt, dass die Bürgerbeteiligung das Fundament einer lebhaften Demokratie ist. Auch Bürgerbegehren und -entscheide als Verfahren direkter Demokratie sollen dort ihren Platz finden. Dazu wurde das Beteiligungsverfahren *Bonn-macht-mit* gestartet (STADT BONN).

Unterstützt wird die städtische Argumentation u.a. von FRIESS (2013), der einen Anstieg von demokratischen Eigenschaften und Fähigkeiten in Bezug auf fairen Umgang miteinander bei den Bürgern sieht. Gleichzeitig prognostiziert er, dass es durch mehr Beteiligung zu einer größeren Bandbreite an Perspektiven und Ideen kommt, die wiederum zu einer höheren Qualität der getroffenen Entscheidungen führen.

Am 18.06.2015 hat der Bonner Stadtrat unter dem damaligen Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch (SPD) beschlossen, die städtischen Grundstücke im Viktoriaviertel an die *Bonn.Viktoria-Karree Immobilien GmbH & Co. KG*, einer Tochtergesellschaft der *Signa Development Deutschland GmbH* zu verkaufen und ihr das Baurecht für eine Shopping-Mall mit dem Namen *Kaufhaus Viktoria* zu erteilen. Das Areal liegt an den Straßen Rathausgasse, Belderberg, Stockenstraße und Franziskanerstraße. Es beheimatet das 2010 geschlossene Viktoria Hallenbad, Geschäfte und 70 Wohneinheiten.

Im Vorfeld wurde durch den Stadtrat eine Bürgerbeteiligung an den Planungsvorgaben beschlossen, welche allerdings aufgrund der „Verpflichtung zur Geheimhaltung bei der Annahme und Öffnung von Bauangeboten“ von der städtischen Verwaltung nicht durchgeführt wurde.

Die am 31.07. ins Leben gerufene Initiative *Viva-Viktoria!* befürchtet durch die Shopping-Mall u.a. ein Aussterben kleinerer Geschäfte und dadurch auch eine Abwertung der gesamten Innenstadt. Das Ziel ist es, durch ein Bürgerbegehren den Ratsbeschluss und den damit einher gegangenen Verkauf rückgängig zu machen. Dazu wurde vom 05.09.2015 bis zum 02.10.2015 eine Unterschriftensammlung durchgeführt. Für das geplante Bürgerbegehren waren knapp 10.000 Unterschriften notwendig, 18.400 wurden gesammelt und an die Stadtverwaltung übergeben. Zusätzlich wurde über das Internet zu anstehenden Demonstrationen und Kundgebungen informiert. Zwischenzeitlich wurde bei der Wahl am 13.09.2015 Ashok-Alexander Sridharan (CDU) zum neuen Bürgermeister gewählt.

Der Stadtrat hat aktuell die Wahl sich dem Bürgerbegehren anzuschließen, was zur Folge hätte, dass der Ratsbeschluss und somit auch der Verkauf zurückgenommen würde. Oder der Rat stellt sich gegen das Bürgerbegehren, wodurch es zu einem Bürgerentscheid kommen würde, in dem alle wahlberechtigten Bonner mit ihrer Stimme über das zur Diskussion stehende Projekt entscheiden können.

Seit dem 25.05.2014 regiert in Bonn eine Koalition aus CDU, FDP und den Grünen, wobei letztere sich neben der Linkspartei für das Bürgerbegehren aussprechen. Die SPD zeigt sich offiziell unentschieden und CDU und FDP positionieren sich gegen das Begehren. Am 30.11.2015 soll in einer Sondersitzung über die Zulässigkeit des Bürgerbegehrens entschieden werden.

Grundsätzlich wird bei Partizipation zwischen Top-Down und Bottom-Up initiierten Aktionen unterschieden (FRIESS 2013). Die Initiative *Viva-Viktoria!* ist in Bottom-Up zu kategorisieren, da sie von den Bürgern ausgeht. Das von der Regierung ins Leben gerufene Beteiligungsportal *Bonn-macht-mit* entspricht demnach einem Top-Down-Prozess.

2. Zielsetzung und Methodik

Ziel der Arbeit soll es sein, Bürgerengagement über das Internet und Social Media anhand des Beispiels Viktoriaviertel zu untersuchen. Dabei stehen die Facebookgruppe (<https://www.facebook.com/groups/viktoriakarree/>), der Twitteraccount (https://twitter.com/_VivaViktoria) sowie die allgemeine Website (<http://www.viva-viktoria.de/>) der Initiative im Vordergrund. Des Weiteren soll erforscht werden, ob Shopping-Mall-Befürworter sich ebenfalls in ähnlicher Weise engagieren. Ein Fokus soll auch darauf gelegt werden, wer dort wie argumentiert und diskutiert. Sind es bspw. immer die gleichen Personen, wie sehen die vorgelegten Informationen aus, wie vollständig sind sie?

Neben der Literatur- und Internetrecherche bieten sich Experteninterviews an. Zum einen mit aktiven Personen von *Viva-Viktoria!*, zum anderen mit für Bürgerbeteiligung zuständigen Mitarbeitern der Stadt Bonn oder bspw. auch mit der Stiftung Mitarbeit, welche sich mit online gestützter Bürgerbeteiligung beschäftigt. Sollte es eine Pro-Shopping-Mall-Bewegung geben, können Vertreter dieser ebenfalls interviewt werden.