

## **Masse statt Klasse oder Masse und Klasse? Wie Online-Beteiligung und Bürgerräte voneinander profitieren können**

Kann eine breite Online-Beteiligung einen Bürgerrat besser machen, etwa indem sie die Qualität der Politikempfehlungen steigert, indem sie in den Medien beachtet wird und die Chance auf eine Umsetzung der Empfehlungen erhöht? Kommt es dabei auf eine hohe Anzahl von Online-Teilnehmenden an oder ist eine vielfältige Zusammensetzung der Online-Teilnehmenden wichtiger?

Am Thementisch diskutierten die Teilnehmenden diese Fragen anhand der Evaluationsergebnisse und Erfahrungen des Projektes „Forum gegen Fakes. Gemeinsam für eine starke Demokratie“ der Bertelsmann Stiftung. In dem Projekt wurde eine Online-Massenbeteiligung mit einem klassischen Bürgerrat verknüpft. Der sozio-demographisch divers zusammengesetzte Bürgerrat hat 15 Politikempfehlungen und 28 Maßnahmen zum besseren Umgang mit Desinformation erarbeitet, u. a. auf Basis einer dreistufigen Online-Beteiligung, an der 424.000 Teilnehmende rund 1.500.000-mal abstimmten und 3.300 Kommentare und Vorschläge erstellten.

Bei der Kombination der Formate Bürgerrat und Online-Beteiligung nutzte das Projekt die Stärken der Formate und die spezifischen Kommunikationsformen: Wissensaufbau und intensive deliberative Diskussionen mit Unterstützung von Expertinnen und Experten im Bürgerrat sowie individuelle Meinungsäußerungen und einfache Abstimmungen bei der Online-Beteiligung. Die Ergebnisse der Online-Beteiligung nutzte der Bürgerrat für die Festlegung der Themenschwerpunkte, die Ideenentwicklung und die Erarbeitung der finalen Empfehlungen.

Um eine hohe Zahl von Online-Teilnehmende zu gewinnen wurden vielfältige Ressourcen eingesetzt: umfangreiche Werbekampagnen mit dem Schalten von Anzeigen in Sozialen Medien, die Nutzung von Newslettern und Mailing-Listen der involvierten Organisationen, die direkte Verlinkung über Widgets in Artikeln des Online-Nachrichtenportals T-Online sowie das Bespielen von Bildschirmen im öffentlichen Räumen und Pressearbeit.

Die Erfahrungen des Projekts und die Ergebnisse der Evaluation zeigen:

- Reichweitenstarke Organisatoren bzw. Projektpartner sind entscheidend für die Gewinnung von Online-Teilnehmende. Eine wichtige Rolle spielte in „Forum gegen Fakes“ die direkte Verlinkung über Widgets in Artikeln des Online-Nachrichtenportals T-Online.
- Die Kosten für Werbekampagnen für die Sozialen Medien 2024 schwankten zwischen durchschnittlich 0,18 Euro bis 1,57 Euro pro Abstimmung. Die Kosten sind u.a. abhängig von den angestrebten Zielgruppen: tendenziell ist es schwerer und teurer junge und weibliche Menschen zu erreichen.
- Beide Formate haben voneinander profitiert: Der Bürgerrat hat sehr wertvolle Inputs von den Online-Teilnehmenden bekommen. Besonders hilfreich war das Feedback der Online-Teilnehmenden zu den fünf vorläufigen Ideen für die Ausarbeitung der finalen Handlungsempfehlungen. Die Arbeit des Bürgerrates hat sehr viele Menschen motiviert und für das Thema Desinformation sensibilisiert.
- Stakeholder und Akteure aus der Politik vergeben die Schulnote 1,8 für die inhaltliche Qualität der Ergebnisse. 61% sind zuversichtlich bzw. sehr zuversichtlich, dass die Politikempfehlungen umgesetzt werden.
- Aktuell arbeiten unterschiedliche Akteure an der Umsetzung der Politikempfehlungen. Drei Empfehlungen aus dem Bürgergutachten haben Eingang in den Koalitionsvertrag 2025 gefunden. Das Bundesministerium des Innern erstellt ein Monitoring-Instrument zur Dokumentation des Nachfolgeprozesses und plant für 2025 Veranstaltungen mit Technologie-Unternehmen, Plattformbetreibern, Medien und Zivilgesellschaft zur Umsetzung der Empfehlungen sowie eine Feedback-Veranstaltung mit Bürgerinnen und Bürgern.

Fazit des Thementisches zur Frage nach der Bedeutung der vielfältigen Zusammensetzung der Online-Teilnehmenden: Durch die Kombination mit dem Bürgerrat ist gewährleistet, dass die unterschiedlichen Perspektiven und vielfältigen Einschätzungen der Bevölkerung bei der Erarbeitung der Handlungsempfehlungen einfließen. Deshalb ist eine vielfältige Zusammensetzung der Online-Teilnehmenden nach sozio-demografischen Kriterien weniger relevant. Wichtiger ist eine hohe

Online-Beteiligung, eine Massenbeteiligung, u.a. auch um eine hohe mediale Aufmerksamkeit zu erzielen.

Anna Renkamp

Weitere Informationen: <https://forum-gegen-fakes.de/de/start>