

Fulda setzt auf crossmediale Bürgerbeteiligung

Von Henry Joe Heibutzki

Mit dem neuen komplexen Online-System von Mührmedia kann ein Jeder die Zukunft seiner Region oder Stadt mitgestalten. Zum Einsatz kommt das System in der osthessischen Stadt Fulda (www.fuldabistdu.de). Herausgekommen sind Ideen, Initiativen und Projekte.

Beispiele für die Bürgerbeteiligung in Fulda: Da haben kompetente Bürgerinnen und Bürger über eine kostengünstige und umweltschonende Umgehungsstraße nachgedacht, da finden sich Beiträge und Meinungen zur Ansiedlung einer Seniorenresidenz, es wird ein Hilfsprojekt für traumatisierte Flüchtlingskinder gestartet, eine Firma bietet arbeitslosen Jugendlichen eine Perspektive, ein Kulturprojekt sucht Unterstützer, Fahrgemeinschaften organisieren sich, es werden die Chancen neuer Berufsideen diskutiert ebenso wie die Integration der derzeit fünfhundert Asylsuchenden in der Stadt.

Fakt ist: Ideen – die Begabungen, die sie hervorbringen – und Systeme, in denen sie sich entfalten können, sind die drei Aspekte, die im globalen Wettbewerb von zentraler Bedeutung sind. Und sie sind es ebenso im Wettbewerb der Städ-

te und Regionen – ökonomisch, kulturell und intellektuell.

Beteiligung ist unbezahlbar

Daher wären mit einem virtuoson Beteiligungssystem, das die Vielfalt an Wissen, an Talenten und Denkhaltungen engagierter Bürger vereint, Potentiale zu heben, die kein Kämmerer mit Geld bezahlen könnte. Nun ist die Beteiligung der Öffentlichkeit an politischen oder planerischen Entscheidungen in Deutschland eigentlich nichts Neues. Erst recht nicht, seit das Internet zum aktiven Dialogmedium (Social Media) gereift ist. Eine empirische Studie aus dem Jahr 2011 ergab, dass auf kommunaler Ebene 52 Prozent der befragten 300 größeren Städte ein aktives Angebot haben.

Die Krux ist, dass das Gros der Bürgerbeteiligungsmedien uninspiriert und see-

lenlos als reine Textwüste daher kommt. Technologisch meist kalter Kaffee; Web 1.0, mehr nicht.

Dabei wird oft und gern Willy Brandts Motto von „mehr Demokratie wagen“ zitiert. Doch wagt man sie offensichtlich nicht wirklich. Mitsprache gestattet man in der Regel den Bürgern nur temporär bei Planungsvorhaben, wie beispielsweise beim Bürgerhaushalt oder zum Verkehr.

Da geht es bei dem System schon bunter zu, das der Fuldaer Informatiker Helge Mühr (39) mit seiner Firma Mührmedia nach vierjähriger Entwicklungsarbeit an den Start bringt.

Köpfe und Herzen gewinnen

Sein regionales Pilotprojekt für Osthessen (www.fuldabistdu.de) hebt sich schon optisch und in seiner mul- →



Helge Mühr erklärt das crossmediale Beteiligungsprojekt „FULDA bist du“

timedialen Funktionalität und interaktiven Dramaturgie von den üblichen Bürgerbeteiligungsmedien im Land ab. Das hat viel mit Mühr selber zu tun. Ihm geht es nicht nur um ein Produkt, sondern auch um Geschichten, Gefühle und Werte. „Man muss nicht nur die Köpfe“, sagt er, „sondern auch die Herzen der Bürger gewinnen.“ Nur so entstünde letztlich eine vitale Stadtentwicklung und ein zupackendes Engagement von mündigen Bürgern.

Seine multimediale Arena soll künftig der Ort sein, wo sich die Bürger, ihre Politiker und die kommunale Verwaltung begegnen, aber auch Unternehmen, Organisationen und Vereine mit ihrer sozialen Verantwortung. Wo es um lokale Anliegen und Zukunftsentwürfe geht, um zivilgesellschaftliches Engagement und Lebensqualität. Getragen von einem „un glaublichen Wir-Gefühl“, so Mühr.

Anwendungsvielfalt statt Einfach
Das durchgängig interaktive Medienmodell, im Layout magazinartig aufgemacht, ist als soziales Netzwerk aufgebaut. Es können Fragen und Szenarien, Wünsche und Befindlichkeiten, Mängel und Meldungen diskutiert, regionale und lokale Initiativen und Projekte ins Leben gerufen und gemeinsam Probleme gelöst werden. Es geht um Informationen, Hintergründe und Zusammenhänge, um Teilhabe und Mitsprache der Bürger an Entscheidungsprozessen.

„Ideen, die vielleicht im wahren Leben ignoriert werden, finden hier Aufmerksamkeit. Erhalten hier ein Feedback, Bestätigung – und ein Gesicht. Denn ob Bürgern, Vereinen, Organisationen oder Abgeordneten, Bürgermeistern und kommunalen Verwaltern, ihnen allen stehen Benutzer- und Persönlichkeitsprofile zur Verfügung. So lernt man die

Akteure kennen, ihre Zuständigkeiten, Talente, Interessen – und hat konkrete Ansprechpartner.

Keine Frage, die Technik eröffnet mit ihren Funktionen, Verknüpfungen und Algorithmen völlig neue Möglichkeitsräume. So verfügt die ausgefeilte Community-Software von Mührmedia über relevante Filter- und Bewertungsmechanismen. Beiträge und Initiativen können zudem in einer Karte verortet werden.

Problematischen Entscheidungen vorbeugen

Da dieses System zugleich ein Stimmungsbarometer ist, oder als Abstimmungsinstrument genutzt werden kann, hilft es, frühzeitig aufkommendem Unmut und problematischen Entscheidungen vorzubeugen. Stuttgart 21 hätte es wohl so nie gegeben. →

Mühr spricht von kommunalem oder regionalem „Community Building und Community Organizing“, seiner Ansicht nach ein Alleinstellungsmerkmal seines Systems. Auch übers Handy. Wer über eine regionale Community interessierter und engagierter Bürger verfüge, glaube er, könne das vielseitige Wissen und die Kreativität einer breiten Bürgerschaft dauerhaft in die Gestaltung ihres urbanen Lebensraums mit einbinden.

Dauerhaft, das ist für ihn das Schlüsselwort. Dauerhafte Beziehungen zwischen den Interessen der Bürger, der Politik und Verwaltung zu organisieren. Dauerhaft die Intelligenz und das Commitment einer breiten Bevölkerungsschicht effizient nutzbar und Information und Kommunikation zu einem ständigen Kollektiverlebnis zu machen.

Ein stetiger Beteiligungsprozess jedoch benötige permanent neue Impulse, Aktivitäten und Resonanzen, weiß Mühr. „Wenn nichts passiert, sind die User schnell wieder verschwunden.“ Deshalb müssten immer wieder neue Aktionen und emotionale Events auch im öffentlichen Raum geschaffen werden. Nach dem ehernen Marketinggesetz: „Wer die Emotionen gewinnt, gewinnt die Menschen.“

Man muss für sein Projekt werben – virtuell und atmosphärisch

Dass man für sein Projekt werben muss – nicht nur virtuell, auch atmosphärisch – bewies der Entwickler einmal mehr bei seinem Referenzprojekt „Der Jugend-



dialog“, das er in Zusammenarbeit mit der Stadt Fulda und gefördert von der Robert Bosch Stiftung über www.fuldabistdu.de/Jugenddialog gerade durchführt. Über 80 Prozent der Schüler und Jugendlichen in der Barockstadt konnten für dieses bundesweit einmalige Modellprojekt motiviert werden.

Bei dieser Initiative werden die Phantasie und die schöpferische Energie der Jugendlichen mobilisiert. Und nebenbei Kompetenzen wie Soziale Intelligenz, Initiative, Verantwortungsbewusstsein, Vorbildfunktion, Teamfähigkeit trainieren. Und Werte wie Respekt, Toleranz, Gemeinsinn, Hingabe erfahren.

Dafür ließ Mühr in den Schulen, Jugendtreffs und Jugendorganisationen sowie an öffentlichen Plätzen in Fulda Ideen-Pinnwände und Wunsch-Boxen aufstellen, wo sich ein Jeder mit seinen Ideen einbringen konnte, präsentierte sein Konzept vor Multiplikatoren und der lokalen Presse, und war mit einer groß angelegten Plakataktion im Stadtgebiet

präsent, wo er mit emotionalen Motiven und Sprüchen den Start seiner Partizipationsplattform publik machte.

Für die „allgemeine Mobilmachung“ hat er einen erfahrenen Strategen an seine Seite geholt. Mit ihm baut er zudem einen Service auf, der zu seiner in Lizenz zu übernehmenden Software ein mediales Sortiment anbietet, von kompletten Präsentations- und Werbematerialien über diverse Marketingimpulse bis hin zu Presstexten.

Mit diesem Angebot will Mührmedia jenen Leaderregionen und Kommunalberatern Arbeit abnehmen, die sich für dieses System entschieden haben und die im Hinblick auf ihre personellen Marketingkompetenzen limitiert sind.

Später will Mühr mit seinem Beteiligungssystem die Deutschlandkarte über die Eingabe der Postleitzahl und GPS-Lokalisierung möglichst lückenlos füllen. Was mit seiner Communit-Software technisch heute bereits möglich wäre. ■