

Die Bedeutung sozialer Netzwerke im ländlichen Raum



Eine Expertise der Amadeu Antonio Stiftung
im Rahmen des Projektes
Region in Aktion – Kommunikation im ländlichen Raum

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Zusammenhalt
durch Teilhabe

Vorwort

Soziale Netzwerke spielen in der heutigen Zeit eine wichtige Rolle für die Vernetzung von Menschen, den Austausch von Informationen und persönlichen Meinungen. Aber gerade die Fülle von Informationen ist häufig schwer zu sortieren und zu durchdringen und es wird kompliziert, wenn versucht wird, sie einer bestimmten Quelle zuzuordnen. Sich so im Internet zu bewegen, dass seriöse Informationen von unseriösen unterschieden werden können, braucht Übung und Erfahrung.

Rechtsextreme verbreiten ihre menschenverachtende Ideologie massentauglich verpackt (z.B. die Facebook-Gruppe „Keine Gnade für Kinderschänder“) gerne im Internet. Sie versuchen mit gezielten Strategien Diskussionen in Gruppen zu dominieren und schreiben potenziell gleichgesinnte, aber noch nicht aktive, Facebooknutzerinnen und -nutzer direkt an. Neonazis werben gezielt in ländlichen Regionen neue Mitglieder und bedienen sich lokaler Netzwerke wie Jappy oder MV-Spion. Es ist wichtig, ihre Machenschaften zu enttarnen. Das geht jedoch nur, wenn InternetnutzerInnen dazu befähigt werden.

Das Projekt *Region in Aktion – Kommunikation im ländlichen Raum* bietet Initiativen, und interessierten Einzelpersonen die Möglichkeit, sich diese Fähigkeiten anzueignen und sich als digital Souveräne im Internet zu bewegen. Gemeinsam mit schloss bröllin e.V. und Zossen zeigt Gesicht fördert die Amadeu Antonio Stiftung die Kommunikation in Vorpommern und Zossen, macht darüber Initiativen sichtbar und stärkt so die demokratische Kultur in den Regionen. Johannes Baldauf geht in der vorliegenden Expertise insbesondere auf diese beiden Gegenden ein.

Region in Aktion wird gefördert durch das Bundesministerium des Innern im Rahmen des Bundesprogramms *Zusammenhalt durch Teilhabe*.

Die Bedeutung sozialer Netzwerke im ländlichen Raum

Von Johannes Baldauf

Einführung

Das Internet ist das Massenmedium des 21. Jahrhunderts. Es beschleunigt Informationen und macht sie jeder Person jederzeit zugänglich. Teilweise wird schon über ein Grundrecht auf einen Internetzugang diskutiert. Die EU lässt verlauten: "Der Zugang zu [Internetdiensten] betrifft ebenso die Menschenrechte und Grundfreiheiten wie die Ausübung demokratischer Bürgerrechte."¹ Die Ausübung der demokratischen Bürgerrechte wird vor allem durch das Web2.0 ermöglicht, also Internetdiensten, die sich vor

¹ Ihlendorf, Jens: Europarat sieht Grundrecht auf Internetzugang und 1st Council of Europe Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services: Political declaration and resolutions

allem durch Inhalte auszeichnen, die die Nutzer und Nutzerinnen selbst erstellt haben. Web2.0 umfasst also Fotodienste, Blogs, Videoportale und soziale Netzwerke.

Besonders die sozialen Netzwerke setzen sich mehr und mehr im Alltag der Menschen fest und entwickeln sich zu einem wichtigen Organisationsinstrument der sozialen Interaktion. „Das Web 2.0 macht es einfacher, Kontakte zu pflegen und sich schnell über wichtige Veränderungen – privat wie beruflich – zu informieren.“² Wenn die Lebensorganisation und die (Planung) sozialer Interaktion im Internet stattfinden, dann sind jene benachteiligt, die keinen Zugang zum Internet haben. Es kommt zu einer *digitalen Spaltung* (*digital divide*). Der Begriff der digitalen Spaltung oder digitalen Kluft steht auch für die These, dass der Zugang zu modernen Kommunikationsmedien soziale und wirtschaftliche Entwicklungschancen erhöht.

Damit erhält das Internet eine besonders wichtige Rolle für die als strukturschwach geltenden ländlichen Räume. Der Begriff ländlicher Raum ist nicht einfach zu definieren. Je nach Fokus spielen wirtschaftliche, soziologische, demographische, administrative oder landschaftliche Kriterien eine Rolle bei der Begriffsbestimmung. *Den* ländlichen Raum gibt es nicht. Wohl aber kann festgestellt werden, dass er das Gegenstück zum urbanen Raum darstellt. Der urbane Raum zeichnet sich vor allem durch eine hohe Bevölkerungsdichte und - in diesem Fall – durch ein gutes und ausgebautes Breitbandnetz aus. Der ländliche Raum wird hingegen mit hoher Arbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit assoziiert, die zum Wegzug der dort lebenden Menschen führt.³ Der Fokus der Untersuchung liegt dabei auf den Bundesländern Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern, da sie auch im Fokus der Arbeit des Projekts *„Region in Aktion - Kommunikation im ländlichen Raum“* stehen. Vor allem aber ist Mecklenburg-Vorpommern das am dünnsten besiedelte Bundesland, direkt gefolgt von Brandenburg. Damit stellen beide Bundesländer den größtmöglichen Gegensatz zum oben beschriebenen urbanen Raum dar.

Digital Divide

Die Behandlung des Begriffs *digital divide* orientiert sich an der Einteilung von Gerhard W. Loub.⁴ Er unterscheidet zwischen primärem, sekundärem und tertiärem *digital divide*.

² Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011. S. 24.

³ Vgl. Plieninger, Tobias; Bens, Oliver; Hüttl, Reinhard F.: Zukunftsorientierte Nutzung ländlicher Räume. Sozioökonomischer und naturräumlicher Wandel, Innovationspotenziale und politische Steuerung am Beispiel des Landes Brandenburg. Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften, Berlin 2005. S. 7.

⁴ Siehe dazu: Loub, Gerhard W.: „Web 2.0 und digital divide“.

- Der *primäre digital divide* bezeichnet den Unterschied zwischen Menschen, die einen Internetzugang haben (Onliner) und denjenigen, die keinen haben (Offline-ner).
- Der *sekundäre digital divide* unterscheidet die Onliner in Nutzer mit (schnellem) Breitbandzugang und (langsamen) Schmalbandzugang. Ein Breitbandzugang gilt als Voraussetzung für die Nutzung der Web2.0-Inhalte.
- Der *tertiäre digital divide* bezieht sich auf die Internet-Kompetenz des Onliners. Der Onliner ist in der Lage die Gefahren und Möglichkeiten des Internets zu erfassen und zu handhaben.⁵

Primärer digital divide / Internetnutzung in Deutschland

Nach dem (N)Onliner Atlas 2011 sind knapp 74,7% der deutschen Bevölkerung Onliner. Die Zahl der Internetnutzer nimmt zu. In der Altersgruppe der 14-29-Jährigen zählen 97,3% zu den Onlinern, bei den 30-49-Jährigen sind es 89,7% und in der Gruppe der Menschen über 50 Jahre sind 52,5%.

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung (ab 14) liegt bei 47,4 Jahren. Das Durchschnittsalter des Onliners ist hingegen 41,5 Jahre. Die Zahlen zeigen, dass vor allem junge Menschen für den Zuwachs an Onlinern sorgen und Offline-ner immer mehr aus der Gruppe der Alten stammen. Ein Blick auf die tägliche Nutzungszeit der Medien verdeutlicht den Onliner-Trend bei den Jüngeren:

Das zeitlich am intensivsten genutzte Medium ist das Fernsehen.⁶ Doch die Nutzung klassischer Medien verändert sich. Während die tägliche Nutzungsdauer des Hörfunks sich stetig verringert (205 Minuten im Jahr 2000 auf 192 Minuten im Jahr 2011), ist die tägliche Zeit vor dem Fernseher bis 2010 gestiegen. Von durchschnittlich 203 Minuten im Jahr 2000 auf 244 Minuten im Jahr 2010. 2011 ist die Nutzungsdauer erstmals mit 229 Minuten rückläufig gegenüber dem Vorjahr.

Die tägliche Nutzungsdauer des Internets hat sich von durchschnittlichen 17 Minuten im Jahr 2000 auf 80 Minuten in 2011 mehr als vervierfacht.

Nach Altersgruppen aufgeschlüsselt zeigt sich ein deutliches Gefälle. Je älter die Person, desto mehr Zeit wendet diese täglich für das Fernsehen auf und desto weniger für das Internet:

- Die Gruppe der 14 – 29-Jährigen nutzt täglich die meiste Zeit (147 Min.) für das Internet, gefolgt vom Fernsehen (146Min.) und dem Radio (145 Min.). Für Zeitungen (10 Min.) und Zeitschriften (4 Min.) wird sehr wenig Zeit aufgewendet.

⁵ Vgl. Loub, Gerhard W.: „Web 2.0 und digital divide“. S. 5.

⁶ Die verwendeten Zahlen stammen aus der ARD/ZDF Onlinestudie 2011.

- Betrachtet man die Untergruppe der 14 -19-Jährigen, so zeigt sich ein stärkeres Gefälle hin zur Internetnutzung. Dafür werden 125 Minuten täglich investiert, während dem Fernsehen 114 Minuten gewidmet werden.
- Bei den 30 – 49-Jährigen dominiert das Fernsehen mit 226 Minuten. Dem Hörfunk wird mit 207 Minuten doppelt so viel Zeit eingeräumt, wie der Internetnutzung (100 Minuten).
- In der Altersgruppe ab 50 Jahren liegt die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer des Internets bei 34 Minuten. Das Fernsehen wird dafür mit 300 Minuten bedacht. Bemerkenswert ist auch, dass die Nutzungsdauer von Zeitungen mit der des Internets identisch ist.

Neben dem Saarland haben die neuen Bundesländer den niedrigsten Onliner-Anteil. Während in Berlin der Onliner-Anteil im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen ist, verzeichnet Brandenburg die geringste Zunahme von Onlinern. Betrachtet man die Bundesländer einzeln, so liegen Bremen und Berlin mit jeweils 80,2% und 79,3% an der Spitze der Onliner. Die neuen Bundesländer bilden mit einem Onliner-Anteil von 64 – 71% das Schlusslicht. Die Anzahl der Onliner bleibt in den neuen Bundesländern unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Dennoch ist eine Steigerung des Onliner-Anteils zu verzeichnen, die je nach Bundesland unterschiedlich stark ausfällt.

Brandenburg

Fläche 29.481,95 km²

Einwohner 2.511.525

85 Einwohner je km²

Onliner-Anteil 68,4% (Vorjahr 67,8%)

Mecklenburg-Vorpommern

Fläche 23.188,98 km²

Einwohner 1.651.216

71 Einwohner je km²

Onliner-Anteil 67,9% (Vorjahr 62,7%)

Auch wenn die Schere zwischen Ost und West noch auszumachen ist, so schließt diese sich langsam aber stetig. Der Onliner-Anteil nimmt auch in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu. Die Durchdringung des Alltags durch das Internet findet auch im ländlichen Raum statt, wenn auch langsamer.

Sekundärer digital divide / Web2.0

Egal ob man Videoportale, Fotodienste oder soziale Netzwerke nutzt: das Web2.0 ist datenintensiv. Breitbandverbindungen bieten die notwendigen technischen Voraussetzungen für eine Nutzung dieser Netzinhalte.

Der Anteil der Breitbandnutzer liegt aktuell bei 52,5% der Bevölkerung in Deutschland. Im Vorjahr lag der Anteil bei 49,6%. Schmalbandzugänge werden noch von 15,9% der Deutschen verwendet.

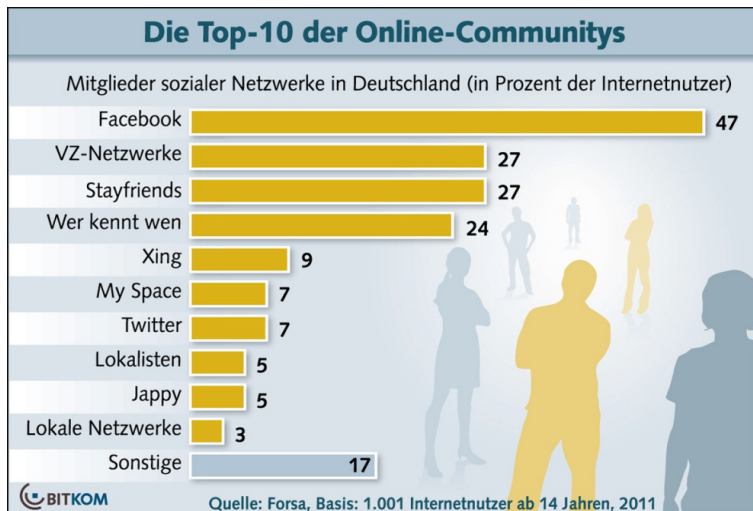


Abbildung 1 (Quelle: http://www.bitkom.org/files/documents/BIT_Netzwerke_Download.jpg)

In den Bundesländern Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern ist das Breitbandnetz noch nicht flächendeckend ausgebaut. Doch ist dieser strukturelle Nachteil der einzige Grund für den geringen Onliner-Anteil? Vermutlich nicht, denn die Verbreitung des mobilen Internets hebt die Notwendigkeit eines Breitbandnetzausbaus aus und sorgt so für einen soliden Netzzugriff unabhängig der lokalen Kabelinfrastruktur.

Allerdings fehlt es an regionalspezifischen Angeboten. Dieser Mangel könnte zusammen mit dem hohen Altersdurchschnitt beider Bundesländer eine Ursache für den niedrigeren Onlineranteil darstellen.

Die Trends weisen einen steigenden Onlineranteil in beiden Bundesländern aus. Und neben der Nutzung von Email-Diensten und Suchmaschinen sind Web 2.0 – Anwendungen (und dort vorzugsweise soziale Netzwerke) ein wichtiger Bestandteil der Internetnutzung. Gerade die Gruppe der 14 – 29jährigen nutzt das Netz hauptsächlich für das Flirten und die Pflege von Kontakten⁷, also Diensten, die sie in sozialen Netzwerken wiederfinden.

Das größte soziale Netzwerk in Deutschland ist Facebook mit aktuell 22.123.660 aktiven Nutzern.⁸ Facebook ist es auch, welches die größte mediale Aufmerksamkeit erhält. Sei es in Fragen des Datenschutzes, der Mitgliederaktivitäten oder der Neuerungen auf der Plattform.

Waren vor einigen Jahren die VZ-Netzwerke noch Marktführer in Deutschland, so hat sich das Bild mittlerweile gewandelt. Die Grafik zeigt deutlich den Vorsprung von Facebook vor anderen Plattformen im deutschsprachigen Raum. Facebook baut seine Vormachtstellung stetig weiter aus, weshalb einige Netzwerke ihren Fokus auf bestimmte Regionen gelegt und dort eine besondere Bedeutung erlangt haben. Für das Projekt *Region in Aktion - Kommunikation im ländlichen Raum* ist also nicht nur Facebook mit seiner großen Reichweite interessant, sondern auch jene Netzwerke, die ihren Fokus auf die Regionen Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern gelegt haben.

⁷ AGOF e.V.: internet facts 2011-09. S. 15.

⁸ Quelle: <http://allfacebook.de/userdata/> (Stand: 20.12.11)

Geht man nach den am häufigsten gesuchten sozialen Netzwerken bei Google aus, und schränkt diese Suche auf einzelne Bundesländer ein, so zeigt sich, dass in Brandenburg Jappy die bevorzugte Plattform ist. In Mecklenburg-Vorpommern firmiert neben Facebook das Netzwerk NB-Town als bevorzugtes Netzwerk. NB-Town gehört zu den sogenannten lokalen Netzwerken, also soziale Netzwerke, die nur eine bestimmte Region im Fokus haben. Eine kurze Untersuchung der Netzwerke soll aufzeigen, ob diese für die Bedürfnisse des Projekts *Region in Aktion* geeignet scheinen.

Beide Netzwerke weisen vergleichbare Strukturen auf. Während in großen (internationalen) Netzwerken wie Facebook und Google+ die Angabe des Klarnamens deutlich erwünscht ist, ist es bei NB-Town üblich sich mit einem Fantasienamen (Nickname) anzumelden. Zusätzlich gibt die Plattform automatisch Alter und Geschlecht neben dem Nickname an. Bei Jappy ist es ebenfalls unüblich mit dem Klarnamen zu operieren. Auf beiden Plattformen haben Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit ihre eigene Profilseite zu individualisieren. Dabei kann der Hintergrund neu gestaltet und Text oder Bilder eingebunden werden. Profile auf Jappy sind oft in zeitintensiver Arbeit zusammengestellt worden, wirken auf den ersten Blick jedoch unübersichtlich und chaotisch. Ebenso unübersichtlich geben sich die Profile auf NB-Town, da die Neugestaltung des Hintergrunds für eine schlechte Lesbarkeit der Profilinformatoren sorgt. Damit unterscheiden sich beide Plattformen deutlich von Facebook oder Google+, die vor allem ein minimalistisches Design aufweisen und für einen Informationsaustausch zwischen den Mitgliedern konstruiert sind. Das Design der lokalen Netzwerke verhindert also eine zielgerichtete Ansprache der Nutzer: zwar ist es möglich zielgruppengerechte Werbung zu schalten, doch als Kommunikationsplattform außerhalb eines Gesprächs zwischen zwei Personen, erscheinen die Plattformen ungeeignet.

Nach Selbstangabe hat NB-Town aktuell 142.664 Nutzer. Zusätzlich bietet die Plattform Informationen über das Geschlecht der Nutzerinnen und Nutzer, sowie die Zahl der „Singles in der Community“. Die Statistiken spiegeln dabei teilweise die reale Welt wider: 49% der Nutzer sind männlich, 41% weiblich. 49% der Singles sind männlich und 31% weiblich, wobei nur ca. 1/3 der Nutzer überhaupt Singles sind.⁹

Jappy weist aktuell 1.717.927 Nutzer aus. Die Betreiber machen ebenfalls Angaben über das Geschlechterverhältnis auf der Plattform: 52% männlich und 48% weiblich. Das Durchschnittsalter liegt bei 29 Jahren. Jappy gibt an im ganzen Bundesgebiet verbreitet zu sein, sich dabei aber auf Ballungszentren zu konzentrieren.¹⁰ Die Plattform ist spielerisch aufgebaut. Nutzer und Nutzerinnen bekommen Punkte gutgeschrieben, wenn sie regelmäßig auf der Plattform aktiv sind. Mit diesen Punkten kann man Gegenstände erwerben, die man anderen Nutzern schenken kann. Die Geschenke sind in der Regel klei-

⁹ Quelle: <http://www.nb-town.de/?jump=stats&part=userstats>

¹⁰ Quelle: <http://www.jappy.de/infos/pressFactsheet>

ne animierte Grafiken. Dadurch wird die Community der Plattform zum regelmäßigen Besuch aufgefordert.

Der Fokus von Jappy und NB-Town liegt eher auf dem Flirten der Nutzer, denn auf dem Vernetzen untereinander. Diese Funktion scheint die Bedürfnisse der Nutzer in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern besser zu treffen, als der Aufbau überregional bzw. global operierender Netzwerke wie Facebook oder Google+. Dies bedeutet im Umkehrschluss aber auch, dass das Web2.0-Interesse junger Nutzer und Nutzerinnen in den beiden Bundesländern nicht im Informationsaustausch oder dem Aufbau informeller Netzwerke liegt. Zum Erreichen dieser Nutzer im Sinne einer Informationsplattform erscheinen diese Plattformen ungeeignet.

Dies zeigt auch das Beispiel der in den ländlichen Räumen stark aktiven, rechtsextremen NPD, die die Möglichkeiten des Web2.0 und vor allem der sozialen Netzwerke erkannt hat und nun gewinnbringend zu nutzen sucht. Vertreten ist sie hauptsächlich auf Facebook, aber nicht auf Jappy oder NB-Town. Dies liegt vermutlich zum Teil daran, dass Facebook ein ursprünglich aus den USA stammendes Netzwerk ist und daher ein anderes Verständnis von freier Meinungsäußerung besitzt, als Plattformen, die aus Deutschland kommen und damit (theoretisch) wesentlich strikter bei rechtsextremen Themen und Aktivitäten agieren.

Auf der anderen Seite ist aber vermutlich auch klar, dass das Mobilisierungspotential auf Facebook wesentlich größer ist, als auf den beiden Plattformen Jappy und NB-Town.

Tertiärer digital divide / Digitale Souveräne

Die Initiative D21 unterscheidet Onliner in verschiedenen Gruppen. Relevant für die Einteilung ist die Nutzungskompetenz der Onliner. Hier tut sich eine Kluft zwischen denjenigen auf, die das Netz kaum und mit nur wenigen Anwendungen, wie z.B. E-mails, verwenden, bis hin zu jenen, die täglich längere Zeit online sind und dort nicht nur Informationen einholen, sondern auch selbst Inhalte produzieren und verbreiten. Letztere werden *digital Souveräne* genannt. Sie sind in der Lage Netzinhalte auf ihre Relevanz und Glaubwürdigkeit hin zu überprüfen, kennen die Gefahren des Web2.0, aber auch die entsprechenden Gegenmaßnahmen und wissen sich entsprechend im Netz zu bewegen.¹¹

Digital Souveräne sind jung und gut gebildet. Sie sind es auch, die sich im Internet über Politik und Wirtschaft informieren. Dabei kann der Informationsfluss nach den individuellen Bedürfnissen gesteuert werden – anders als z.B. beim Fernsehen. Dadurch avanciert das Internet zu einer der wichtigsten Informationsquellen. Bei den Unter-30-Jährigen geben 50% das Internet als wichtigste Quelle über aktuelles Geschehen an. Für

¹¹ Vgl. dazu: Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011. S. 24.

die Über-45-Jährigen sind Tageszeitungen und Fernsehen noch immer der wichtigste Informationsgeber.

Es erscheint sinnvoll davon auszugehen, dass neue Onliner eher zur Gruppe der *digital wenig Erreichten* gehören, denn zu den *digital Souveränen*. Doch es sind die *digital Souveränen*, die das Internet nicht nur als Kommunikationsplattform nutzen, sondern auch als Instrument der Teilhabe und Meinungsbildung. Eben jene Voraussetzungen, die für ein Bürgerengagement notwendig sind.

Wenn man es schaffen kann die jungen Nutzer im ländlichen Raum zu *digitalen Souveränen* zu formen, kann dies durch niedrige Barrieren im Internet zu einer besseren politischen Teilhabe und Meinungsbildung führen. Die *digital Souveränen* stellen damit einen Zielpunkt für die Arbeit des Projekts *Region in Aktion* dar. Zum einen, weil die *digital Souveränen* die Bedingungen für ein zivilgesellschaftliches Engagement im Netz mitbringen und zum anderen, weil es das Ziel des Projekts sein muss die Menschen in ihrer kommunikativen Handlungsfähigkeit zu verbessern. Und das bedeutet für den Bereich Internet, dass die Menschen in die Richtung der digitalen Souveränität gebracht werden müssen.

Die Erfolge der Piraten-Partei deuten nicht nur an, dass das Thema Internet eine immer zentralere Rolle in der Politik spielt, sondern auch, dass die Wege der Politik sich tendenziell mehr ins Netz verlagern werden. Nicht nur der Onliner-Anteil steigt stetig, sondern auch die Gruppe der *digital Souveränen* wächst kontinuierlich. Wenn in absehbarer Zeit jede Bürgerin und jeder Bürger Onliner sein wird, dann werden auch die Politik und das Bürgerengagement verstärkt dort stattfinden. Oliver Bruttel und Renate Köcher stellen in ihrer Infosys-Studie fest, dass dies eine Veränderung des Informationsflusses mit sich bringen wird:

„Dadurch wachsen die Herausforderungen für alle Institutionen, die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Informationen an die Bevölkerung herantragen wollen. Absender von Informationen müssen heute minutiös analysieren, auf welche Interessenslagen sie aufbauen können, welche Ereignisse und Entwicklungen besonders geeignet sind, das Interesse weiter Bevölkerungskreise zu erregen und wie es insbesondere gelingen kann, die junge Generation in der Breite und auch über das bestehende Interessenspektrum hinaus zu informieren.“¹²

Doch damit dies möglich wird, müssen die Onliner auch *digitale Souveräne* werden, das gilt nicht nur für den teilhabenden und mitgestaltenden Bürger bzw. die Bürgerin, sondern gleichfalls auch für die Politikerin bzw. den Politiker. Doch nicht nur die politische

¹² Köcher, Renate; Bruttel, Oliver. Institut für Demoskopie Allensbach: 1. Infosys-Studie. Social Media, IT & Society 2011. S. 22.

Teilhabe muss sich verändern. Auch die Kommunikation zwischen Bürgern und Behörden kann sich in den Online-Bereich verlagern und tut es teilweise auch schon.

Problemfeld Rechtsextremismus

Die größte Gruppe auf NB-Town trägt den Titel „Alle_gegen_Kinderschänder“ und hat 11767 Nutzer. Das sind knapp 10% der NB-Town-Nutzer. Der Gruppentitel adaptiert den NPD-Slogan „Keine Gnade für Kinderschänder“. Diese Kampagne wird dazu genutzt ein Identifikationspotential mit der rechtsextremen Partei herzustellen, weil diese angeblich die einzige Partei sei, die sich um dieses Thema kümmere. Dabei wird nicht nur mit den Ängsten von Eltern vor dem sexuellen Missbrauch ihrer Kinder gespielt, sondern es werden auch gleichzeitig die etablierten Parteien diffamiert. Gruppen die sich diesem Thema widmen geben sich meist einen eher unpolitischen Habitus und scheinen sich vordergründig nur dem sexuellen Missbrauch von Kindern zuzuwenden. Dabei wird schon mit dem Gruppennamen der Täter entmenschlicht und dämonisiert. Aus einem Sexualstraftäter wird ein Kinderschänder. Und der Ruf nach „keiner Gnade“ ist ein Synonym für die Forderung nach der Todesstrafe (der eigentliche Kampagnentitel lautet auch „Todesstrafe für Kinderschänder“). Damit verschiebt die NPD den Sprachgebrauch.

Gruppen mit diesen Forderungen finden sich in allen sozialen Netzwerken. Die NPD hat das Potential der sozialen Netzwerke erkannt und agiert entsprechend auf den Plattformen. Das Engagement der rechtsextremen Partei erstreckt sich allein auf Facebook über dutzende Profile und Seiten und erreicht dadurch zehntausende Menschen. Und auch wenn die NPD nicht offiziell auf NB-Town oder Jappy zu finden ist, thematisch vertreten ist sie durchaus. Dabei stellt die Partei nur die Spitze des Eisberges dar. Rechtsextreme die nicht parteilich gebunden sind, also Kameradschaften und andere Gruppen, sind ebenso auf allen Plattformen zu finden. Das Engagement gegen rechtsextreme Aktivitäten ist vor allem auf Facebook spürbar, nicht nur weil dort die vermeintlich aufgeklärtesten Nutzer aktiv sind, sondern auch, weil die mediale Aufmerksamkeit wesentlich höher ist, als in Bezug auf kleinere Plattformen.

Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Rechtsextreme regional operierende Plattformen, also lokale Netzwerke, relativ unbehelligt für ihre örtliche Organisation nutzen können. Dies aufzuzeigen oder gar zu verhindern bedarf eines sehr hohen Arbeitsaufwands seitens der Plattformbetreiber, denen oft die Mittel dafür fehlen, und eines hohen medialen Drucks, der gerade für ländliche Regionen eher gering ist.

Ausblick

Wenn der primäre und der sekundäre *Digital Divide* überwunden sind, also alle technischen Schwierigkeiten beseitigt wurden, stellt der tertiäre *Digital Divide* die größte Herausforderung dar. Er ist kein logistisch-technisches Problem, sondern eine Bildungsaufgabe für die es kein strukturiertes Bildungsangebot gibt. Diese Lücke bietet einen An-

satzpunkt für zivilgesellschaftliche Initiativen. Wenn sie die Aufgabe übernehmen die (neuen) Onliner in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu *digitalen Souveränen* auszubilden, so können sie dabei gleichzeitig das demokratische Bewusstsein und Handeln der Menschen stärken.

Digitale Souveräne sind es auch, die hauptsächlich in sozialen Netzwerken aktiv sind und dabei vor allem auf Facebook.¹³ Doch nicht jede Facebook-Nutzerin und jeder Facebook-Nutzer ist damit automatisch ein *digitaler Souverän*. Die Probleme im Umgang mit Datenschutz und sicherer Handhabung der Angebote bleiben bestehen. Es reicht nicht, sich lediglich ein Profil in einem sozialen Netzwerk zuzulegen. Die Gefahrenquellen wachsen eher, als das sie dadurch schwinden würden. Dies verschreckt neue Onliner eher, als dass es sie ermutigen würde selbstständig den Schritt über den tertiären *Digital Divide* zu wagen. Angebote des Projekts *Region in Aktion* müssen diese Ängste und Vorurteile auffangen und entkräften, um den Menschen die Vorbehalte gegenüber dem Internet nehmen zu können.

Fazit

Menschen vernetzen, Kommunikation erleichtern. Die Möglichkeiten des Internets liegen auf der Hand. Gerade soziale Netzwerke stellen ein eigentlich perfektes Angebot für den ländlichen Raum dar: schnellere Kontakte und leichtere Pflege dieser, die durch die Entfernungen und oft mangelnden Verkehrsverbindungen wesentlich schwerer zu unterhalten sind als in urbanen Gebieten. Weiter ist der Informationszugriff wesentlich leichter. Die Menschen haben durch den Zugang zum Internet mehr Impulse ihr Leben zu gestalten und zu verbessern. Dies gilt nicht nur für den sozialen, sondern auch für den beruflichen Bereich. Eine Perspektive, die in Bezug auf den ländlichen Raum eine besondere Erwähnung verdient. Ob dieses Angebot angenommen wird, wird sich erst im Laufe der nächsten Jahre zeigen. Die Infrastruktur ist vorhanden oder wird aktuell ausgebaut, aber die Menschen müssen von alleine den Schritt in die digitale Welt unternehmen. Aber der Mangel an lokalspezifischen Angeboten könnte sich für diese Entwicklung als ebenso hinderlich erweisen, wie der hohe Altersdurchschnitt.

Doch letztlich bleibt die Frage, wer angesprochen werden soll. Die vorgestellten Zahlen zeigen, dass vor allem bei jüngeren Menschen die Möglichkeit bietet sie über das Internet zu erreichen und anzusprechen.

Doch Onliner ist nicht gleich Onliner und das Alter (und die damit verbundene Affinität zum Internet) allein reicht als Kriterium nicht aus.

Möchte man nun also die 14 bis 29jährigen in Mecklenburg-Vorpommern erreichen, so könnte man theoretisch NB-Town dazu nutzen. Doch bietet diese Plattform eine andere

¹³ Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011. S. 24.

Infrastruktur, die eine Kommunikation Einzelner mit vielen Rezipienten nicht vorsieht. Gleiches gilt für Jappy.

Soziale Netzwerke sind wirtschaftliche Unternehmen, denen es am Ende um Gewinn geht. Die Möglichkeiten zur politischen Teilhabe in sozialen Netzwerken sind ein Nebenprodukt, nicht der *raison d'être* der Netzwerke. Phänomene wie der Arabische Frühling, der seine Wirkung erst durch Dienste wie Twitter und Facebook entfalten konnte, werden gerne angeführt, wenn es um die Wirkungsmacht des Web2.0 auf die physikalische Welt geht. Doch wird dabei übersehen, dass es am Ende die Nutzer waren, die die Dienste sinnvoll zu nutzen wussten; sich also zu den *digital Souveränen* zählen durften.

Und gleiches gilt für den ländlichen Raum, für Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Die Möglichkeiten und Potentiale durch die verschiedenen Dienste des Web2.0 sind vorhanden. Es sind die Bürgerinnen und Bürger, die diese richtig anwenden müssen.

Gleiches gilt für das Thema Rechtsextremismus im Web2.0. Denn dort findet der *Kampf um die Köpfe* ebenso statt wie auch in der physikalischen Welt. Die NPD und andere rechtsextreme Kräfte ködern gerade junge Nutzerinnen und Nutzer mit Inhalten und zivilgesellschaftliche Kräfte suchen dies zu verhindern. *Digitale Souveräne* sind durch ihr Informationshandling und -management theoretisch besser in der Lage rechtsextremen Inhalten zu widerstehen bzw. diese zu entlarven.

Eine Handlungsempfehlung für *Region in Aktion*:

Gemäß den Zielen des Projekts sollen die Menschen auch digital vernetzt werden um einen Ersatz für fehlende physikalische Strukturen vor Ort zu bieten. Allerdings müssen die Menschen dort abgeholt werden, wo sie stehen. Lokale Akteure gehören meist nicht zur jungen, extrem netzaffinen Generation, weshalb diverse Angebote in den für die Region bedeutenden sozialen Netzwerke zwar möglich, aber nicht zwingend wirkmächtig sind. Die technischen Voraussetzungen und auch die kommunikativen Gewohnheiten der lokalen Akteure müssen ermittelt werden, um dann ein passendes Kommunikationsangebot zu schaffen. So könnte es theoretisch schon ausreichend sein einen E-mail-Verteiler einzurichten. Unabhängig von der schließlich gewählten Lösung ist es am Wichtigsten, dass die lokalen Akteure der Region sich miteinander vernetzen und austauschen. Das beste Angebot ist sinnlos, wenn es nicht genutzt wird. Zusätzlich sollte eine lokal bekannte und akzeptierte Institution, wie zum Beispiel eine regionale Zeitung, als Kommunikationspartner gewonnen werden.¹⁴ Über eine regionale Zeitung können Veranstaltungen, Zwischenergebnisse und Fortschritte an die Menschen der Region kommuniziert werden. Aber auch die überregionale Kommunikation sollte beachtet

¹⁴ *Region in Aktion* konnte den Nordkurier als Kommunikationspartner gewinnen. Gemeinsam realisiert man das Projekt: *HeldInnen der Region*.

werden. Dies bedeutet, dass das Projekt z.B. eine eigene Präsenz auf Facebook haben könnte, die regelmäßig gepflegt wird. Diese Präsenz soll vor allem einen Anlaufpunkt bieten, über den auch Neuigkeiten mitgeteilt werden können. Dabei geht es aber vor allem um die Außendarstellung des Projekts und später auch der lokalen Akteure. Zusätzlich wird eine Gruppe mit Zugangsbeschränkung eröffnet, die exklusiv für Menschen aus den Regionen besteht. In der Gruppe können Ideen und Erfahrungen ausgetauscht werden, ohne dass störende Kommentare „von außen“ den Input unterbrechen.

Die Nutzerstatistiken zeigen, dass auch Präsenzen auf Jappy, NB-Town und MV-Spion sinnvoll sein könnten. Auch hier würden Gruppen eröffnet werden. Die Praxis wird zeigen, ob und wie die jeweiligen Präsenzen bzw. Gruppen angenommen werden, doch macht dies erst in einer späteren Phase des Projekts Sinn, um den Bekanntheitsgrad und damit auch Zulauf und Akzeptanz von *Region in Aktion* weiter zu steigern. Dies gilt allerdings nur dann, wenn die Plattformbetreiber als Kommunikationspartner gewonnen werden und die entsprechenden Gruppen ihrer Plattform unterstützen. Die Betreuung der Profile und Gruppen auf mehreren Plattformen wird sehr zeitintensiv, weshalb die Bündelung auf eine einzige Plattform erstrebenswert erscheint. Allerdings muss dazu erst beobachtet werden, wie gut welche Profile und Gruppen auf den einzelnen Plattformen angenommen werden.

Inhaltlich sollten Vernetzungsangebote, wie zum Beispiel die Seite „Vorpommern. Welt-offen, demokratisch, bunt“¹⁵, vorhanden sein. Es sollte also nicht nur die Möglichkeit geben, dass die Nutzer sich innerhalb der Gruppen kennenlernen können, sondern auch entsprechende Links zur lokalen zivilgesellschaftlichen Initiative angeboten werden.

Parallel bietet das Projekt Workshops für interessierte Nutzer an, um ihnen zum einen den Schritt in die digitale Welt (und die damit verbundenen Vernetzungsmöglichkeiten) zu ermöglichen und zum anderen, um sie zu digital Souveränen auszubilden, damit sie selbst aktiv werden können.

¹⁵ <http://www.vorpommern-weltoffen-demokratisch-bunt.eu/wp/> oder auf Facebook: <http://www.facebook.com/vorpommern.weltoffen-demokratisch.bunt>