

# E-Petitionen als Form politischer Partizipation. Welchen Nutzen generieren digitale Petitions-Plattformen?

Saskia Richter, Tobias Bürger

Die Nutzung von Online-Petitionen auf verschiedenen nationalen und internationalen, privaten oder öffentlich eingerichteten Internet-Plattformen wie Change.org, Avaaz, MoveOn oder Campact boomt. Doch ist der praktische Nutzen dieses Instruments noch wenig erforscht bzw. fraglich. Auf eine Contra-Petition folgen mittlerweile Pro-Petitionen, der politische Protest wird durch das „Dafür“ entwertet. Zudem bleiben Entscheidungen über kontroverse Themen nach wie vor der praktischen Politik überlassen. Der Beitrag von Saskia Richter und Tobias Bürger möchte den Nutzen von politischen Online-Petitionen hinterfragen und einen politikwissenschaftlichen Rahmen zur Analyse vorstellen. Die Forschung zum Thema Online-Petitionen beschränkt sich häufig auf Fallstudien, etwa zu den Themen Altersvorsorge, Unterbringung von Asylbewerbern, Mediengesetzgebung<sup>1</sup> oder das digitale parlamentarische Petitionswesen<sup>2</sup>. Der Beitrag beginnt mit einem Einblick in die Entwicklung des Phänomens sowie einer Darstellung des Forschungsstands. Anschließend wird die Bedeutung des Internets für politische Partizipation dargestellt, um dann einschlägige digitale Petitions-Plattformen im deutsch- und englischsprachigen Bereich vorzustellen. Es folgen ein Vorschlag zur politikwissenschaftlichen Analyse und eine abschließende Zusammenfassung. ■

## Das Phänomen der E-Petition – aktuelle Forschung

Das Angebot von Plattformen, auf denen sich Online-Petitionen erstellen lassen<sup>3</sup>, nimmt mit flächendeckendem Internetzugang sowie der steigenden Nutzung sozialer Netzwerke zu. Die Meinungen über Online-Petitionen gehen weit auseinander: Wird politische Partizipation durch sie sinnvoll gesteigert, sind sie eine andere Art der analogen Petition, oder handelt es sich nur um eine scheinbare Steigerung direkter Demokratie, die zwar den Bürger beruhigt, ihm aber politisch nicht nutzt? Dieter Rucht schreibt dazu pointiert: „Proteste, die sich im Wesentlichen auf Mausclicks beschränken [...], sind kaum dazu angetan, das Publikum und die Adressaten zu beeindrucken. Die Bequemlichkeit dieser Foren der Unterstützung und deren professionelle Handhabung durch Protestorganisationen wie MoveOn.org, Avaaz.org und Campact.de führen zwar zu steigender Beteiligung, aber münden in einer Konkurrenz auf immer höherem Niveau im Kampf um politische Aufmerksamkeit. Hinzu kommt, dass die Gegner von Protestgruppen sich teilweise ebenfalls der Instrumente der Online-Mobilisierung bedienen und damit die Anstren-

gungen auf beiden Seiten weiter in die Höhe schrauben“ (Rucht 2014: 119).

Sigrid Baringhorst untersucht den Zusammenhang zwischen Partizipations-Plattformen und zivilgesellschaftlichen Non-Profit-Organisationen. Über Partizipations-Plattformen könne man „blitzschnell mit wenigen festen Mitarbeitern Millionen potenzieller Unterstützer erreichen und zu einer digitalen Unterschrift“ bewegen (Baringhorst 2014: 100). Anders als bei NGOs (Non-Governmental Organisations, Nichtregierungsorganisationen) sei es dort möglich, ad hoc Themen zu setzen und Kampagnen voranzutreiben, die sowohl von internationalem als auch lokalem Interesse sein können (vgl. ebd.). Die Auswirkungen der neuen digitalen Kampagnenorganisationen auf den gesamten Bereich der NGOs seien jedoch noch wenig erforscht (vgl. ebd.: 101).

Kathrin Voss geht auf die zivilgesellschaftliche Partizipation, die durch Petitions-Plattformen entsteht, ein und beschreibt die Betreiber selbst als Hybridorganisationen, die elektronische Petitionen mobilisieren und diese gleichzeitig mit traditionellen Lobbying-Instrumenten verbinden (vgl. Voss zitiert nach Chadwick 2014: 150ff). MoveOn gelte als Paradebeispiel für eine solche Plattform und wurde nach großen Erfolgen in den USA zum Vorbild für andere Organisationen (vgl. Voss 2014: 151). Hybridorganisationen können auch unter der Kategorie der Sozialunternehmen gefasst werden, wenn sie Plattformen für politische Partizipation bzw. E-Petitionen sind und zugleich Einnahmen generieren, indem sie für NGOs Unterschriften sammeln (vgl. Richter 2013a: 164). Die als gemeinnützige Organisation zertifizierte B-Corporation Change.org ist nach diesem Muster angelegt und hat im Jahr 2012 auf diese Weise einen Umsatz von 15 Millionen Dollar erwirtschaftet (vgl. Geron 2012; Richter 2013b: 44). Der Organisationsgründer Ben Ratray zählt nach dem Magazin TIME 2012 zu den 100 einflussreichsten Menschen der Welt. In der Begründung wird auf den Erfolg einzelner Petitionen verwiesen und das Potenzial der Plattform, auch weltweit politische Entscheidungen zu beeinflussen, betont (vgl. Katchpole 2012).

Andreas Jungherr und Pascal Jürgens haben die Rolle von E-Petitionen in Deutschland im Hinblick auf die Fragestellung untersucht, ob elektronische Petitionen den öffentlichen Diskurs über politische Themen erweitern und zu einer verstärkten politischen Partizipation führen (vgl. Jungherr/Jürgens 2010: 3). Der Fokus liegt hierbei auf dem E-Petition-System, welches der Deutsche Bundestag 2005 eingerichtet hat.<sup>4</sup> Für die Analyse wurden die Bürgerinnen und Bürger, die das System benutzen, in vier Gruppen eingeteilt: neue Lobbyisten, hit and run-Aktivisten, Activism Consumers und Single Issue Stakeholders (vgl. ebd.: 4). Schon durch diese Aufteilung wird deutlich, mit welchen

unterschiedlichen Motiven politische Partizipation auf Petitions-Plattformen stattfindet und wie vielschichtig diese ist. Petitionstypen sind Einzelpetitionen, Massenpetitionen und Sammelpetitionen, wobei sich letztere dadurch unterscheiden, dass Massenpetitionen ein Thema sowie einzelne Unterstützer haben und Sammelpetitionen von mehreren Unterzeichnern eingereicht werden. Bei einer positiven Sichtweise auf das elektronische Sammeln von Unterschriften im Rahmen der E-Petitionen kommen Jungheer und Jürgens zu dem Ergebnis: „e-petitions in Germany prove to be a tool that allows activists to use network effects to marshal fast support for their campaigns and with high supporter numbers get their issue heard before the parliament“ (ebd.: 24). Sie plädieren für eine ausgewogene Betrachtung der Eigenschaften und Möglichkeiten von E-Petitionen, auch wenn der Klick vom gemütlichen Sofa aus gemacht werden könne (vgl. ebd.). Das wichtigste Ergebnis sei, dass mit E-Petitionen und elektronischen Kampagnen Themen der Bürgerinnen und Bürger erfolgreich auf die öffentliche Agenda gesetzt werden könnten (vgl. ebd.: 24, 25). Kathrin Voss fügt die Bedeutung des richtigen Moments hinzu: Um erfolgreich Einfluss auf den politischen Prozess nehmen zu können, sei ein Gelegenheitsfenster oder „policy window“ nötig (vgl. Voss 2014: 152). Zu unterscheiden sei daher zwischen einzelnen Initiatoren einer Kampagne und strategisch ausgerichteten kampagnenähnlichen Petitionen, die von NGOs initiiert werden (vgl. ebd.). Am Grad der Professionalisierung wird deutlich, wie zentral auch für digitale Petitionen bestimmte Fähigkeiten der Nutzerinnen und Nutzer sind und dass der „digital divide“ oder sozialstrukturelle Unterschiede im Internet

ebenso ausschlaggebend sein können wie in der analogen Politik und Zivilgesellschaft (vgl. hier zudem di Gennaro 2006).

Als sicher gilt, dass die Verbreitung von Themen durch das Internet sowie Verkehrssprachen wie Englisch oder Spanisch die transnationale Kommunikation erleichtern und Menschen mit ähnlichen Interessen darüber verbinden können (vgl. di Gennaro 2006: 313). Dennoch wurde die Hoffnung, das Internet könne in den Gesellschaften des 21. Jahrhunderts zu mehr Deliberation führen und diese in Basisdemokratien verwandeln, bisher enttäuscht (vgl. Seebohm 2013: 129). Zudem wird sich in Zukunft noch zeigen, wie sich die Macht von Internetkonzernen, die vor allem auf dem Sammeln, Speichern und Verknüpfen von Daten basiert, auf die digitale politische Partizipation auswirken wird (vgl. Lobo 2014). Fraglich bleibt zudem, wie und ob sich die Gestaltung nationaler und internationaler Politik durch neue, digitale Instrumente politischer Partizipation verändert und welche Schlüsse daraus zu ziehen sind oder ob die digitale Partizipation lediglich eine Ergänzung der altbewährten politischen Instrumente ist (vgl. Roleff 2012). Diskutiert werden sollte außerdem, wie die Petitions-Plattform der Europäischen Bürgerinitiative<sup>5</sup> – mit welcher eine Million Bürgerinnen und Bürger aus verschiedenen Mitgliedstaaten die Europäische Kommission auffordern können, neue politische Vorschläge zu unterbreiten – digital unterstützt werden kann.

Ein Realschullehrer aus Baden-Württemberg initiierte Anfang des Jahres die Online-Petition „Kein Bildungsplan 2015 unter der Ideologie des Regenbogens“. Die kontrovers diskutierte Petition kritisierte die Pläne des Kultusministeriums, das Thema sexuelle Vielfalt in den neuen Bildungsplan aufzunehmen. Den über 192.000 Online-Befürwortern stehen ca. 210.000 Gegenstimmen, wiederum online abgegeben, gegenüber: Auf eine Contra-Petition folgten Pro-Petitionen, die den politischen Protest relativierten.

picture alliance/dpa



## Politische Partizipation, Protest und das Internet

Die Merkmale elektronischer Medien, wie Gleichzeitigkeit, Unmittelbarkeit, Ortsungebundenheit und Anonymität, fördern entscheidend die Möglichkeiten der politischen Partizipation. Das Internet bietet „soziotechnische Tools, um Informationen über Normverletzungen zu gewinnen, alternative Deutungsmuster zu verbreiten und auch jenseits nationaler Grenzen Protestnetzwerke aufzubauen und zur Teilnahme an Protestaktionen zu mobilisieren“ (Baringhorst 2009: 630). Politische Proteste als Widerspruchskommunikation jenseits konventioneller Partizipation – beispielsweise Demonstrationen, die Unterzeichnung von Petitionen oder Blockaden – haben sich von ehemals unkonventionellen Formen politischer Partizipation zu einem festen Bestandteil der politischen Kultur in westlichen Demokratien entwickelt. Die digitalen Kommunikationsplattformen erlauben die Thematisierung und Formulierung von Kritik und erzeugen nicht zuletzt Resonanz bei den politischen Machtehten. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive betrachtet, können Petitions-Plattformen nicht nur nach politischen, sondern auch nach Gesichtspunkten der medialen Partizipation bewertet werden, denn die von den Plattformen vorgegebenen Partizipationspfade erlauben den Nutzerinnen und Nutzern unterschiedliche Grade der medialen und politischen Mitgestaltung und -bestimmung (vgl. Bürger/Dorn-Fellermann 2014). Die Anzahl transnationaler Proteste, die sich mittels computervermittelter Kommunikation entwickeln konnten, hat in den letzten Jahren immens zugenommen. Hierdurch bietet sich die Möglichkeit der Etablierung einer transnationalen zivilgesellschaftlichen Öffentlichkeit, die nicht durch nationalstaatliche massenmediale Systeme, sondern durch dezentrierte Teilöffentlichkeiten geprägt ist (vgl. Dahlgren 2009: 192; Baringhorst 2014: 91 ff). Moderne Kommunikationsplattformen, die über das Internet erreichbar sind, bieten hierbei verschiedene Möglichkeiten, etwa logistische Funktionen, wie die Distribution von E-Mails und Newslettern, oder kognitive Funktionen der Wissensproduktion mittels Blogs und Wikis (vgl. Baringhorst 2009: 612ff). Die geringen Transaktionskosten können so besonders ressourcenarme Akteure zur Partizipation anregen und Protestmobilisierung fördern oder die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an zivilgesellschaftlichen Organisationen vereinfachen (vgl. Reiser 2011: 162). Längst nutzen transnationale Organisationen und Bewegungen wie die Indignados-Proteste in Spanien oder die Occupy Wall Street-Bewegung Möglichkeiten der Verbreitung ihrer gesellschaftspolitischen Themen mittels einer Kombination von Social Media Plattformen und „traditionellen“ digitalen Möglichkeiten der Themenanwaltschaft, wie etwa E-Mails an Abgeordnete oder auch Online-Petitionen (vgl. Bennett/Seegerberg 2012; Karpf 2010).

Seit einiger Zeit steigen besonders Online-Petitionen als eine Form von E-Demokratie in der Popularität der Bürger. Prinzipiell ermöglicht E-Demokratie „gänzlich neue Möglichkeiten der politischen Beteiligung wie z. B. Blogs, Bürgerjournalismus, Online-Petitionen, auch subversive Protestaktionen (wie Flashmobs) und virtuelle Sabotage mit politischer Zielrichtung“ (Schulz 2011: 34; vgl. zudem Kneuer 2013). Die Nutzung von Online-Petitionen steht jedoch auch häufig in der Nähe der beiden, vornehmlich negativ besetzten, Begriffe *Slackivism* und *Clicktivism*. *Slackivism* „refers to political activities that have no impact on

reallife political outcomes, but only serve to increase the feel-good factor of the participants“ (Henrik Serup Christensen 2011). Das Gefühl des Nutzers, etwas Gutes getan zu haben, steht hierbei im Vordergrund. Zu den Ausprägungen von *Slackivism* zählt etwa das Tragen von politischen Botschaften auf der eigenen Kleidung, Boykotte von Warenketten und Geschäften oder das Beitreten zu politischen Facebook-Gruppen. Nach dieser Definition ermöglicht *Slackivism* prinzipiell keinen Einfluss auf Offline-Politik und ist somit eine wenig effektive Form des politischen Online-Aktivismus. Politische Partizipation und deren erfolgreiche Einflussnahme auf Politik – im Sinne eines politischen Wandels – sind nach dieser Definition schwer vorherseh- oder beeinflussbar. *Clicktivism* hingegen bezeichnet u. a. die Unterzeichnung von Online-Petitionen. Dies würde im Normalfall, wäre es eine schriftliche Unterzeichnung in Papierform, als Form politischer Partizipation gesehen. Doch die Nutzung von Online-Petitionen impliziert in gewissem Sinne die Verwendung einer neoliberalen Marktideologie, mit welcher der gesellschaftliche Wandel erkauf werden soll, wie der britische Journalist Micah White formuliert: „A battle is raging for the soul of activism. It is a struggle between digital activists, who have adopted the logic of the marketplace, and those organizers who vehemently oppose the marketization of social change. At stake is the possibility of an emancipatory revolution in our lifetimes“ (White 2010).

Das Argument, wer online politisch partizipiere, würde sicherlich nicht häufiger bei etablierten, konventionellen politischen Beteiligungsformen zu finden sein, greift in Bezug



Der Screenshot zeigt das Internetportal des Petitionsausschusses des Deutschen Bundestages. Die Anzahl der über die Petitions-Plattform eingereichten Petitionen stieg seit der Inbetriebnahme kontinuierlich an. So wurden 2011 – dem Jahresbericht des Petitionsausschusses zufolge – allein 35 Prozent der insgesamt 16.948 Petitionen online eingereicht.

picture alliance/dpa

auf die Rolle politischer Online-Partizipation zu kurz. Eine von Forscherinnen und Forschern der Georgetown University durchgeführte Studie zur politischen Partizipation online und offline etwa konnte keine Abnahme konventioneller Formen politischer Partizipation bei einer gleichzeitigen politischen Online-Partizipation feststellen – ganz im Gegenteil (vgl. Center for Social Impact Communication 2012). Den Forschern nach nähmen Personen, die eine Form der politischen Partizipation online ausübten, auch offline öfter an politischen Veranstaltungen wie Protestmärschen oder Petitionen teil und versuchten zudem Personen, die bisher noch nicht involviert waren, für ihre politische Idee zu gewinnen. Diese Personen sind ebenfalls der Meinung, dass die Teilnahme in sozialen Netzwerken wie Facebook die Sichtbarkeit einer politischen Idee erhöht. Im Vergleich dazu: Die Bereitschaft zur politischen Partizipation offline lag bei Personen, die nicht online partizipieren, nur halb so hoch, wie bei denjenigen, die bereits online politisch aktiv waren.

## Digitale Petitions-Plattformen im deutsch- und englischsprachigen Raum – eine Übersicht

Bereits seit dem 1. September 2005 existierte ein Pilotprojekt vom Ausschuss des Deutschen Bundestages, Petitionen auch online mitzuzeichnen (vgl. Toncar 2007: 230). Seit Oktober 2008 befindet sich die Plattform im regulären Betrieb (vgl. Jungherr/Jürgens 2011). Bis dato war es durch gesetzliche Einschränkungen in Artikel 17 des Grundgesetz-

zes nur möglich, Beschwerden und Bitten handschriftlich zu unterzeichnen. Bereits 2007 wurden im Deutschen Bundestag rund zehn Prozent der Petitionen online eingereicht. Die Hälfte dieser Petitionen stammt von Personen im Alter von 40 bis 65 Jahren (vgl. Toncar 2007: 230). Eine Neuerung im Petitionenwesen des Deutschen Bundestags sind die *öffentlichen* Petitionen. Diese müssen von allgemeinem Interesse sein und können, im Anschluss an die Zulassung durch den Ausschuss, in der Zeichnungsfrist von sechs Wochen von der Öffentlichkeit kommentiert und mitgezeichnet werden. Der Anteil der online eingereichten Petitionen stieg von 17 Prozent in 2006 auf bereits 36 Prozent im Jahr 2010 (vgl. Riehm et al. 2011: 3). Bis Ende 2010 wurden insgesamt mehr als drei Millionen Mitzeichnungen für rund 2.100 öffentliche Petitionen gezählt, zusätzlich wurden im selben Zeitraum über 100.000 ergänzende Diskussionsbeiträge verfasst (ebd.). Generell können bei Petitionen drei Typen unterschieden werden: (1) elektronisch eingereichte, (2) öffentliche elektronische und (3) öffentliche elektronische Petitionen mit kommunikativen und partizipativen Elementen. Vor allem die kommunikativen und partizipativen Elemente – „die Mitzeichnung einer Petition im Internet, die elektronische ‚Werbung‘ für eine Petition, die Kontaktaufnahme mit dem oder der Petentin oder die öffentliche Diskussion von Petitionen in Onlineforen“ (ebd.: 6) – sind hier hervorzuheben.

Die Anzahl der über die Petitions-Plattform des Deutschen Bundestages eingereichten Petitionen stieg seit 2010 kontinuierlich. Nach dem Jahresbericht des Petitionsausschusses wurden 2011 insgesamt 16.948 Petitionen eingereicht – allein 35 Prozent davon über das Portal [epetitionen.bundestag.de](http://epetitionen.bundestag.de) (vgl. Deutscher Bundestag 2011: 6). Entsprechend lässt sich auch das gewandelte Selbstverständnis des Petitionsausschusses verstehen. Denn dieser sieht sich vom „Kummerkasten der Nation“ zum „Seismograf“ (ebenda: 11), einem zentralen Instrument der E-Demokratie, verwandelt. Damit eine Petition „Erfolg“ hat, müssen mindestens 50.000 Unterstützer die Petition innerhalb der ersten drei Wochen nach deren Einreichung unterzeichnen, denn erst dann muss der Petitionsausschuss die Petenten zu einer öffentlichen Sitzung einladen, was dem Thema der Petition die gewünschte mediale Aufmerksamkeit ermöglichen kann (vgl. Jungherr/Jürgens 2011). Wie Jungherr und Jürgens feststellen, ist die Anzahl der Petitionen, die es innerhalb dieser Zeitspanne schaffen, die benötigten Unterschriften zu erreichen, sehr gering. Die überwiegende Zahl der Petitionen schafft den Sprung über die Grenze von 50.000 Unterzeichnerinnen und Unterzeichnern innerhalb von drei Wochen nicht (ebd.). Dennoch ist der Trend, dass Bürgerinnen und Bürger verstärkt Petitionen einreichen und mitzeichnen, nicht nur in Deutschland zu beobachten, sondern beispielweise auch in Großbritannien. Hier konnten die Bürgerinnen und Bürger zeitweise über eine von der Regierung initiierte Petitions-Plattform [number10.gov.uk](http://number10.gov.uk) Petitionen einreichen; Petitionen mit über 500 Mitzeichnungen erhielten von der Regierung zumindest eine offizielle Stellungnahme (vgl. Hale u. a. 2013). Neben dem schnellen Zugang zu Petitionen und Informationen bietet das neue Petitionsverfahren in Deutschland für Bürgerinnen und Bürger einen Zuwachs an Transparenz

**Tabelle 1: Petitions-Plattformen<sup>6</sup> mit nationaler und internationaler Reichweite**

Plattform	Gründung	Organisationsform	Hintergrund	Verbreitung und Ausrichtung	Analyse und Wirkung
<b>Avaaz.org</b>	2007	501(c) Organization, Foundation	Vorbild für die Gründung war die Internetinitiative MoveOn	Petitionen, aber auch die Unterstützung von Bürgerjournalismus und Krisenregionen; Themen: Korruption, Menschenrechte und Klimawandel	Fallstudien auf <a href="http://avaaz.org">avaaz.org</a> sollen die Wirkung der Kampagnen belegen
<b>Campact.de</b>	2004	Gemeinnütziger Verein, e.V.	Förderung von politischem Aktivismus. Vorbild war das amerikanische Netzwerk MoveOn	Campact.de operiert hauptsächlich in Deutschland, mittlerweile aber auch in Europa; thematisch teils große Bandbreite politischer Themen; Campact Team setzt Themen	(Medienwirksame) Übergabe an Politiker; Fallstudien sollen die Wirkung der Kampagnen belegen; Erfolgsaussichten werden durch Sampling getestet
<b>Change.org</b>	2007 Ben Rattray und Marc Dimas	Change.org, Inc. (Social Business)	Ben Rattray gründete Change.org mit persönlicher Motivation; Menschen sollen gemeinsame Aktionen initiieren können	Change.org ermöglicht ausschließlich die Erstellung kostenfreier Online-Petitionen; keine thematischen Schwerpunkte	Petitionen werden teils medienwirksam an Akteure übergeben; Fallstudien sollen die Wirkung der Kampagnen belegen
<b>MoveOn.org</b>	1998 Joan Blades, Wes Boyd	501(c) (4) Organization	MoveOn lässt sich in eine politisches und eine bürgerschaftliches Engagement unterstützende Organisation unterteilen	MoveOn fokussiert besonders Bildungsinitiativen und politische Themenanwaltschaft	-
<b>OpenPetition.de</b>	2010 Jörg Mitzlaff	Gemeinnützige GmbH	Weiterentwicklung von Instrumenten der partizipativen Demokratie; Ziel ist die Information von Bürgerinnen und Bürgern über politische Entscheidungsprozesse und die Förderung des Engagements	openPetition hat keinen thematischen Schwerpunkt; Petitionen richten sich nach eigenen Angaben an die lokale, regionale und nationale Ebene	Fallstudien sollen die Wirkung erläutern; Statistiken und Diskussion ergänzen die Petitionen; es gibt eine konkrete Aussage zur erfolgreichen Umsetzung der Petition

Quelle: Eigene Darstellung

und für den Ausschuss ein genaueres Bild vom vorgetragenen Anliegen (vgl. Toncar 2007: 232f). Für die Massenmedien war die Teilnahme an Online-Petitionen lange nicht hinreichend aufmerksamkeitsgenerierend (vgl. Baringhorst 2009: 616). Doch dieser Trend scheint sich so nicht fortzusetzen. Im Zusammenfall mit politischem Protest, wie es etwa im Februar 2012 bei den Demonstrationen gegen die Unterzeichnung des ACTA-Abkommens geschehen ist, erfuhr Online-Petitionen eine erhöhte Aufmerksamkeit und fanden Eingang in traditionelle Massenmedien. Hier ist allerdings noch weiterführende Forschung nötig, um Tendenzen in der Medienberichterstattung über (Online-)Petitionen in den deutschen Medien ausmachen zu können. Die Teilnahme und Verbreitung der Proteste auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene ermöglichen nicht unmittelbar an parlamentarische Gremien angeschlossene Petitions-Plattformen wie beispielsweise [petitiononline.com](http://petitiononline.com), [MoveOn.org](http://MoveOn.org) oder [Avaaz.org](http://Avaaz.org). Im Unterschied zu Petitionen, die im Rahmen der Europäischen Bürgerinitiative oder über das Portal des Deutschen Bundestages initiiert werden, sind dabei die Portale [Change.org](http://Change.org), [Avaaz.org](http://Avaaz.org), etc. im Bereich der Zivilgesellschaft einzuordnen.

Neben der Möglichkeit, Petitionen zu unterzeichnen, sollen Mitzeichnerinnen und Mitzeichner häufig motiviert werden, an Veranstaltungen teilzunehmen. Das Portal [Avaaz.org](http://Avaaz.org) wurde 2007 von Ricken Patel nach dem Vorbild der US-amerikanischen, progressiven Internetinitiative

[MoveOn.org](http://MoveOn.org), die demokratische Kandidaten unterstützte, gegründet und ist mittlerweile in 15 Sprachen weltweit tätig. Der Sitz ist New York (USA) (vgl. u. a. Schmitz 2010; Anthony 2013). [Avaaz.org](http://Avaaz.org) bezeichnet sich selbst als Bewegung und sieht seine Mission darin, „Bürgerinnen und Bürger weltweit zu mobilisieren, um gemeinsam die Lücke zwischen der Welt, die wir haben, und der Welt, die sich die meisten Menschen überall wünschen, zu schließen“ ([Avaaz.org](http://Avaaz.org)).<sup>7</sup> Hierbei organisiert die Petitions-Plattform Kampagnen und unterstützt Aktivistinnen und Aktivisten, indem sie für diese verschiedene Aufgaben übernimmt: das Mitzeichnen von Petitionen, die Finanzierung von Anzeigenkampagnen oder auch die Vermittlung von Kontakten zu Regierungsvertretern per E-Mail oder Telefon. Die gesellschaftliche Wirkung soll durch die professionelle Organisation langfristiger sein als der Einfluss einer sozialen Bewegung, die sich ad hoc und als Netzwerk organisiert. Dennoch bleibt die Hauptaufgabe der Plattform die Vernetzung verschiedener Akteure und Gruppierungen sowie die Sammlung von Spenden: „The ambitions reach beyond the typical slacktivist portrayal of diminishing political engagement to effortless and to some extent meaningless activities. Nevertheless, the core of the project exists in sending newsletters on ongoing petition signings and trying to collect funding for the causes“ (Henrik Serup Christensen 2011). [Avaaz.org](http://Avaaz.org) etwa verknüpft bewusst seine Website mit Social Media-Kanälen wie MySpace, Facebook oder

YouTube, um Menschen zu einem Thema zusammenzubringen, eine Gruppenidentität auszuprägen und somit transnationalen Aktivismus zu ermöglichen (vgl. Kavada 2012). Das Portal Avaaz.org wird zumindest von internationalen Medienvertretern als einflussreich in Bezug auf politische Meinungsbildungsprozesse wahrgenommen (vgl. Cadwalladr 2013).

MoveOn.org Civic Action geht auf eine im September 1998 von den Amerikanern Joan Blades und Wes Boyd per E-Mail initiierte Petition – „Censure President Clinton and MoveOn to Pressing Issues Facing the Nation“ – zurück, die innerhalb weniger Tage von tausenden von Menschen unterzeichnet wurde (vgl. MoveOn.org).<sup>8</sup> Diese Nonprofit Educational and Advocacy Organization wurde 2001 aufgesetzt. Die Petitions-Plattform hat eine progressive politische Ausrichtung und gilt als Vorbild für Avaaz.org und Change.org. Mittlerweile liegen auch einige Publikationen dazu vor.<sup>9</sup> Die Süddeutsche Zeitung nennt MoveOn eine Empörungsmaschine und bezeichnete die Plattform 2010 gar als die mächtigste Protestorganisation der USA (vgl. Moorstedt 2010). Mit den Petitionen setze und kritisiere das Political Action Committee von MoveOn zugleich Themen und politische Institutionen. Gleichzeitig gehören die Gründer selbst einer amerikanischen, politischen Elite an. Innerhalb der Organisation werden Adressen, Lebensumstände und Präferenzen der Mitglieder verwaltet. So könne analysiert werden, welche Themen vermutlich greifen. Das von Voss beschriebene günstige Zeitfenster für die Beeinflussung und politische Umsetzung von Entscheidungen, das Politikerinnen und Politiker in der Geschichte bisher eher zufällig bedienen konnten, kann so mit sozialwissenschaftlichen Methoden präziser bestimmt werden.

Change.org wurde 2007 von Ben Rattray in San Francisco gegründet. In den USA ist die Plattform als gemeinnützige B-Corporation registriert, die als Sozialunternehmen Einnahmen mit den Petitionen generiert. Dennoch ist die Plattform für jede Bürgerin bzw. jeden Bürger zugänglich; Nutzerinnen und Nutzer können Petitionen kostenlos einstellen. NGOs, die Change.org für sogenannte „gesponserte Petitionen“ und auch zur Generierung von Adressen nutzen, zahlen dafür eine Gebühr.<sup>10</sup> Nach eigenen Angaben ist Change.org die größte Petitions-Plattform der Welt, die derzeit von über 70 Millionen Menschen in 196 Ländern genutzt werde und in elf Sprachen verfügbar sei.<sup>11</sup> Der Gründer bezeichnet sich selbst eher als sozialen Aktivist, denn als sozialen Unternehmer (vgl. Schmitz 2012). Die Frage des Selbstverständnisses wird bei der Weiterentwicklung der mittlerweile weltweit sehr einflussreichen Organisation von Bedeutung sein. Ziel der Plattform ist es – wie bei einer sozialen Bewegung – sozialen Wandel zu generieren. Dafür, dass keine ungewünschten Petitionen eingestellt werden, sorgen die 150 fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In den inhaltlichen Standards, die als Community-Richtlinien formuliert sind, bezeichnen sich die Betreiber als „große Fans der freien Meinungsäußerung“.<sup>12</sup> Jeder habe das Recht, seinen Standpunkt auf der Plattform zu vertreten, auch wenn dieser unpopulär sei. Jedoch seien Aufstachelungen zu Hass und jegliche Diskriminierung nicht erlaubt. Um die gesellschaftliche und politische Wirkung der Plattform zu demonstrieren, werden auf der Website Change.org Petitionen aufgeführt, die nicht nur zur Thematisierung, sondern auch zur Lösung eines Problems geführt haben. Externe Statistiken über die

Nachhaltigkeit der Petitionen liegen unseres Wissens derzeit nicht vor.

Campact wurde bereits 2004 gegründet und ist ein eingetragener gemeinnütziger Verein, der sich nach eigenen Angaben vor allem für mehr Transparenz in der Politik einsetzt (vgl. campact.de).<sup>13</sup> Erklärtes Ziel von Campact ist es, „die demokratischen Teilhaberechte der Bürger/innen in unserer repräsentativen Demokratie“ auszubauen (campact.de)<sup>14</sup>, was unter anderem durch zusätzliche thematische Schwerpunktsetzungen im Zusammenhang mit Bürgerrechten in einer digitalen Gesellschaft erreicht werden soll. Petitionen, etwa zu den Themen Energiewende, Freihandelsabkommen (TTIP/Transatlantic Trade and Investment Partnership) oder Fracking, werden dabei nicht nur als Unterschriftenlisten verstanden: Campact sieht sich vielmehr als ein stetig wachsendes Unterstützernetzwerk, das sich sowohl aus Bürgerinnen und Bürgern als auch themenspezifischen Partnerorganisationen wie dem BUND, Attac oder Oxfam zusammensetzt (campact.de).<sup>15</sup> Über E-Mail-Newsletter, Veranstaltungen, Proteste und Aktionen sowie die Verbreitung von Informationen zu Themen via soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Google+ organisiert und mobilisiert Campact Unterstützer. Somit legt Campact einen Schwerpunkt auf die Kampagnenführung und adressiert gezielt Politikerinnen und Politiker, die für die jeweiligen Themen verantwortlich sind (vgl. Reißmann, 2014).

OpenPetition stellt eine weitere deutschsprachige Petitions-Plattform dar, über die sich Petitionen erstellen und verbreiten lassen. Bis Juli 2014 wurden auf openPetition bereits über 9.000 Petitionen erstellt und mehr als elf Millionen Unterschriften geleistet.<sup>16</sup> Neben der Unterzeichnung und Verbreitung durch soziale Netzwerke bietet openPetition zudem die Möglichkeit, zu den einzelnen Petitionen über ein Pro und Contra der Argumente gemeinsam auf der Plattform zu diskutieren, wodurch sich rund um die Themen eine teils lebhafte Diskussion ergibt. Entscheidungshilfen, wie der Zeichn-O-Mat oder die online abrufbaren Statistiken zu den laufenden Petitionen, mit Informationen zu der Frage, wie viele Menschen aus welcher Region in Deutschland wann unterschrieben haben, machen die Partizipation der Menschen an den Themen sichtbar.

### **Petitions-Plattformen als Advocacy Networks: Erfolgskriterien und ein politikwissenschaftlicher Analyserahmen**

Wie sind die Petitions-Plattformen nun in Bezug auf ihre Funktionen und Erfolgskriterien einzuordnen? Sie sind ökonomisch gesehen Hybridorganisationen und Sozialunternehmen, nach Eigen- und Fremdbeschreibung Bürgerbewegungen und Aktivistennetzwerke und in zivilgesellschaftlicher Perspektive Non-Profit-Organisationen oder Political Action Committees. Auf der Wikipedia-Seite über MoveOn fällt der Begriff der Public Policy Advocacy Group.<sup>17</sup> Es liegt daher nahe, anhand der internationalen Forschung über soziale Bewegungen zu überprüfen, mit welchen Begriffen hier gearbeitet wird. Margaret Keck und Kathryn Sikkink etwa verwenden den Begriff der

**Tabelle 2: Erfolgskriterien von Petitions-Plattformen**

Kriterium	Kategorien
Anzahl der Unterstützer auf der Petitions-Plattform in einem bestimmten Zeitraum	Internes Kriterium 1
Ökonomischer Erfolg der Organisation	Internes Kriterium 2
Gesellschaftlicher Erfolg der Organisation	Internes Kriterium 3
Medienberichterstattung über die Petition/das Thema in einem bestimmten Zeitraum (mediale Thematisierung)	Externes Kriterium 1 (Agenda-Setting/Öffentlichkeit)
Diskussion des Themas durch politische Entscheidungsträger (politische Thematisierung)	Externes Kriterium 2 (Agenda-Setting/Politik)
Erreichung des Ziels der realen Problemlösung	Externes Kriterium 3 (Politische Umsetzung)

Quelle: Eigene Darstellung

„Transnational Advocacy Networks“ (Keck/Sikkink 1998: 1), mit dem Akteure beschrieben werden, die mit Staaten und internationalen Organisationen interagieren und ebenso Aktivisten, Wissenschaftler oder auch ökonomische Akteure sein können. Diese Advocacy Networks seien sowohl lokal als auch transnational vertreten – wie es bei den Petitionsplattformen der Fall ist. Auch Akteure und Zielgruppen können, wie zuvor beschrieben, in der Bandbreite von Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit sehr unterschiedlich sein. Advocacy Networks besetzen Themen, denen gegenüber die gesellschaftliche Haltung unsicher ist, oder Bereiche, die von Staaten oder Organisationen zu einer Kursänderung bewegt werden sollen. Es geht also um das Element des sozialen Wandels durch Verhaltensänderungen. Die Netzwerke bringen neue Ideen, Normen und Diskurse in die Öffentlichkeit (vgl. ebd.: 3). Nach dieser Beschreibung können die Petitions-Plattformen mit ihren Kampagnen und den damit verbundenen Nutzern als Public Policy Advocacy Networks bezeichnet werden.

Tabelle 2 stellt die aus der Literatur entwickelten internen und externen Erfolgskriterien von Petitions-Plattformen dar, mit welchen Petitionen oder Kampagnen der Plattformen bewertet werden können. In Tabelle 3 folgt ein Vor-

schlag für einen systematischen Analyserahmen, der verschiedene Kriterien und deren Merkmalsausprägungen anführt, um die Petitions-Plattformen, die einfache Internetseite oder als Organisationen gar finanzkräftige Unternehmen sein können, zu analysieren.

### Zusammenfassung und Ausblick

Unkonventionelle Partizipationsmöglichkeiten können das Engagement in politischen Institutionen nicht ersetzen. Dennoch können die Petitions-Plattformen ein Beispiel dafür sein, wie der Prozess politischer Willensbildung von Fall zu Fall ergänzt werden kann. Möglicherweise wäre es auch für Parteien sinnvoll, das Instrument der Online-Petition und Vorgehensweisen der Organisationen für die eigene Themensetzung zu nutzen, etwa indem systematisch aufgezeigt wird, welche auf Online-Petitions-Plattformen verhandelten Themen für Parteimitglieder oder -anhänger von Interesse sind. Aus Sicht von Aktivistinnen und Aktivisten ist die bloße Bereitstellung kommunikativer Partizipationsmöglichkeiten für eine aktive Teilnahme am politischen Prozess nicht ausreichend, wie Günter Metzges feststellt: „Es reicht nicht, Kommunikationswege zur Politik bereitzu-

**Tabelle 3: Systematischer Analyserahmen für Petitions-Plattformen**

Kriterium	Nachweis
Organisationsform	Rechtsform, Selbstbeschreibung, Fremdbeschreibung
Gründung	Jahr, Initiatoren, Einrichtung der Plattform
Nationale/internationale bzw. transnationale Ausrichtung; Sprache(n)	Sprachen, regionale Reichweite
Initiatoren der Petitionen und Zugangshürden	Personen, Organisationen; privat/zivilgesellschaftlich
Auswahlkriterien (Sachkriterien), Auswahl-Komitee (Personen)	Transparenz der Kriterien, Durchführung der Auswahl
Themen	Policy-Felder; Bewertung der Themen
Organisation gesellschaftlicher Zeitfenster (Aussage über Grad der Professionalität)	Wissenschaftliche Datenanalyse
Ziele der Petitionen (Agenda-Setting oder Kampagnenführung; zivilgesellschaftliche Akteure oder politische Institutionen)	Erfolgskriterien (s. o.); Thematisierung in der Öffentlichkeit bis hin zur Umsetzung durch politische Institutionen (Gesetzesänderungen)
Verbindung zwischen Online und Offline-Elementen	Integration der Petitions-Plattformen in Zivilgesellschaft
Erfolg der Organisationen (finanziell, gesellschaftlich)	Umsatz, Medienberichterstattung, Integration der angestrebten Veränderungen in Gesellschaft und Politik

Quelle: Eigene Darstellung

stellen, es muss auch dafür gesorgt werden, dass die Beiträge dort aufgenommen werden und sichtbar in reale politische Entscheidungen einfließen“ (Metzges 2007: 229). Anschließend an diesen ersten, systematischen Blick auf Petitions-Plattformen und Online-Petitionen sollte der Erfolg einzelner Petitionen und Kampagnen untersucht werden, um Informationen über Prozesse des Agenda-Settings der Public Policy Advocacy Networks zu gewinnen. Zudem wird es an dieser Stelle zielführend sein, Online-Instrumente und traditionelle Kommunikationsmöglichkeiten in der Öffentlichkeit, wie beispielsweise meinungsbildende Zeitungen, in ihrer wechselseitigen Beziehung zu betrachten. Nicht außer Acht gelassen werden sollte ebenfalls der ökonomische Aspekt der Advocacy Networks. Zivilgesellschaftliche Beteiligung verstärkt mit Blick auf Sozialstrukturen gesellschaftliche Ungleichheiten, da sich auch hier sozial gewandtere Gruppen besser beteiligen können. Das Internet mit der These des „digital divide“<sup>19</sup>, der sowohl aus einer technologischen als auch aus einer nutzerspezifischen Sichtweise betrachtet werden kann, ebenso wie der ökonomische Aspekt von Petitions-Plattformen wie Change.org und MoveOn, können dieses Ungleichgewicht verstärken und müssen ebenfalls in das Blickfeld genommen werden. Zudem sind Vorgehensweisen der Organisationen selbst zu betrachten: Change.org beispielsweise nutzt die Möglichkeit der Adressweitergabe an Dritte sowie die Möglichkeit, Petitionen mit Geld zu bewerben. Das Thema Datenschutz sollte auch bei den Petitions-Plattformen von Beginn an kritisch aus Nutzerinnen- und Nutzerperspektive betrachtet werden. Dennoch ist positiv hervorzuheben, dass E-Petitionen Nutzerinnen und Nutzern einen breiten Zugang zu einer medial aufbereiteten Form von politischer Beteiligung bieten, welche das Ideal politisch gut informierter Bürgerinnen und Bürger und ihrer Partizipation im politischen Meinungsbildungsprozess prinzipiell befördert. Doch eine Analyse des gesellschaftlichen und politischen Wandlungspotenzials von Online-Petitionen wird erst unter Berücksichtigung der hier vorgestellten, unterschiedlich zu gewichtenden Kriterien zu belastbaren Resultaten führen, welche eine systematische Bewertung von Online-Petitions-Plattformen wie Avaaz, Campact oder Change.org jenseits von Internet-Euphorie und Netz-Pessimismus zulassen.

## LITERATUR

- Anthony, Andrew (2013): Ricken Patel. The Global Leader of Online Protest. In: *The Observer*, 17.03.2013. URL: <http://www.theguardian.com/theobserver/2013/mar/17/ricken-patel-online-activism-leader-avaaz/print> [09.07.2014].
- Baringhorst, Sigrid (2009): Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation. In: Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (Hrsg.): *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden, S. 609–634.
- Baringhorst, Sigrid (2014): Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsspektoren. Ein Überblick. In: Voss, Kathrin (Hrsg.): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Wiesbaden, S. 91–113.
- Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra (2012): The Logic of Connective Action. In: *Information, Communication & Society*, 5/2012, S. 739–768.
- Böhle, Knut/Riehm, Ulrich (2013): E-Petition Systems and Political Participation: About Institutional Challenges and Democratic Opportunities. In: *First Monday*, 7/2013. URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/article/view/4220> [28.07.2014].
- Bürger, Tobias/Dorn-Fellermann, Esther (2014): Interaktion oder Partizipation – wo beginnt politische Partizipation im Netz? In: Thimm, Caja/Dang-Anh, Mark/Einspänner-Pflock, Jessica (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*. (Bonner Reihe zur Onlineforschung, Band 4). Münster, S. 41–62.
- Cadwalladr, Carole (2013): Inside Avaaz – Can Online Activism Really Change the World? In: *The Observer*, 17.11.2013. URL: <http://www.theguardian.com/technology/2013/nov/17/avaaz-online-activism-can-it-change-the-world> [09.07.2014].
- Center for Social Impact Communication (2012): Dynamics of Cause Engagement. Center for Social Impact Communication. URL: <http://csic.georgetown.edu/research/215767.html> [08.03.2012].
- Christensen, Henrik Serup (2011): Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means? In: *First Monday*; Number 2–7/2011. URL: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3336/2767>.
- Dahlgren, Peter (2009): *Media and Political Engagement*. New York.
- Deutscher Bundestag (2011): Der Jahresbericht des Petitionsausschusses. Ausgabe 2011. Hrsg. v. Deutscher Bundestag. Berlin. Online verfügbar. URL: <https://www.btg-bestellservice.de/pdf/20460000.pdf>.
- Di Gennaro, Corinna (2006): The Internet and the Public. Online and Offline Political Participation. In: *Parliamentary Affairs*, 2/2006, S. 299–313.
- Geron, Tomio (2012): The Business Behind Change.org's Activist Petitions. In: *Forbes* 05.11.2012. URL: <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2012/10/17/activism-for-profit-change-org-makes-an-impact-and-makes-money/print/> [08.07.2014].
- Guckelberger, Annette (2011): Aktuelle Entwicklungen des parlamentarischen Petitionswesens. Online-Petitionen, Öffentliche Petitionen, Landrecht. Baden-Baden.
- Hale, Scott A./Margretts, Helen/Yasseri, Taha (2013): Petition Growth and Success Rates on the UK No. 10 Downing Street Website. *Proceedings of WebSci'13*. Paris, France, 01.05.2013.
- Jungherr, Andreas/Jürgens, Pascal (2010): The Political Click. Political Participation through e-Petitions in Germany. Paper Presented at the Conference „Internet, Politics, Policy 2010. An Impact Assessment“, September 2010.
- Jungherr, Andreas/Jürgens, Pascal (2011): E-Petitionen in Deutschland: Zwischen niedrigschwelligem Partizipationsangebot und quasi-plebiszitärer Nutzung. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 1/2011, S. 521–534.
- Karpf, David (2010): Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism. In: *Policy & Internet*, 2/2010, S. 7–41.
- Katchpole, Molly (2012): Time 100. Ben Rattray, 18.04.2012. URL: [http://content.time.com/time/specials/packages/printout/0,29239,2111975\\_2111976\\_2111946,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/printout/0,29239,2111975_2111976_2111946,00.html) [08.07.2014].
- Kavada, Anastasia (2012): Engagement, Bonding, and Identity Across Multiple Platforms: Avaaz on Facebook, YouTube, and MySpace. In: *Mediekultur*, 52/2012, S. 28–48.
- Keck, Margaret E./Sikkink, Kathryn (1998): *Activists Beyond Borders. Advocacy Networks in International Politics*. London.
- Kneuer, Marianne (2013): Das Internet. Bereicherung oder Stressfaktor für die Demokratie? Baden Baden.
- Lobo, Sascha (2014): Die digitale Kränkung des Menschen. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.01.2014. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/abschied-von-der-utopie-die-digitale-kraenkung-des-menschen-12747258.html> [08.07.2014].
- Metzges, Günter (2007): Online-Bürgernetzwerke. Eine neue Organisationsform jenseits von Parteien, NGOs und Medien. In: *Stiftung MITARBEIT* (Hrsg.): *E-Partizipation. Teilnehmungsprojekte im Internet*. Unter Mitarbeit von Christoph Okupe. Bonn, S. 214–230.
- Moorstedt, Tobias (2010): Die Empörungsmaschine. In: *Süddeutsche Zeitung online*, 17.05.2010. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/usa-wahl-im-internet-die-empuerungsmaschine-1.600307> [09.07.2014].
- Reißmann, Ole (2014): Online-Kampagnen: Wie Campact mit Klicks die Welt verändern will. In: *Spiegel Online*, 9.1.2014. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/online-kampagnen-wie-campact-mit-klicks-die-welt-veraendern-will-a-942394.html> [10.07.2014].
- Riehm, Ulrich/Böhle, Knud/Lindner, Ralf (2011): Elektronische Petitionen und Modernisierung des Petitionswesens in Europa. Arbeitsbericht Nr. 146. Hrsg. v. Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. Online verfügbar. URL: [http://www.bundestag.de/bundestag/ausschuesse17/a02/Docs/AB146\\_Zusammenfassung.pdf](http://www.bundestag.de/bundestag/ausschuesse17/a02/Docs/AB146_Zusammenfassung.pdf).
- Richter, Saskia (2013a): Politische Partizipation in sich wandelnden Gesellschaften. Von Bürgerinitiativen zu Online-Netzwerken. In: Kneuer, Marianne: *Das Internet. Bereicherung oder Stressfaktor für die Demokratie?*, Baden Baden, S. 145–171.
- Richter, Saskia (2013b): Social Entrepreneurship – Nachhaltige Bürgerbeteiligung durch soziales Unternehmertum. In: *One Stop Europe. Angewandte Bürgerbeteiligung. Dokumentation der internationalen Hochschulkonferenz*, Ludwigsburg, S. 42–45.
- Roleff, Daniel (2012): Digitale Politik und Partizipation. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 7/2012, S. 14–20.



- Rucht, Dieter (2014): Die Bedeutung von Online-Mobilisierung für Offline-Proteste. In: Voss, Kathrin (2014) (Hrsg.): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet. Wiesbaden, S. 115–128.
- Schmitz, Gregor Peter (2012): Die Kraft des Klicks. In: Der Spiegel, 10.09.2012. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-88137193.html> [14.07.2014].
- Schmitz, Gregor Peter (2010): Per Mausclick zur besseren Welt. In: Spiegel online, 16.01.2010. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/politik-netzwerk-avaaz-per-mausclick-zur-besseren-welt-a-672017.html> [22.02.2013].
- Schulz, Winfried (2011): Medienwandel und Medialisierung der Politik. In: Schulz, Winfried (Hrsg.): Politische Kommunikation. Wiesbaden, S. 19–41.
- Toncar, Florian (2007): Der Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages und die E-Demokratie. In: Stiftung MITARBEIT (Hrsg.): E-Partizipation. Beteiligungsprojekte im Internet. Unter Mitarbeit von Christoph Okupe. Bonn, S. 230–235.
- Voss, Kathrin (2014): Grassrootkampagnen und E-Petitionen als Mittel zivilgesellschaftlicher Partizipation. In: dies. (Hrsg.): Internet und Partizipation.

- Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet. Wiesbaden, S. 149–169.
- White, Micah (2010): Clicktivism is Ruining Leftist Activism. Reducing Activism to Online Petitions, this Breed of Marketeering Technocrats Damage Every Political Movement they Touch. URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/aug/12/clicktivism-ruining-leftist-activism> [08.03.2012].

## INTERNETSEITEN

- <https://epetitionen.bundestag.de/>  
<http://www.avaaz.org/de/>  
<http://www.change.org/>  
<https://www.campact.de/>  
<http://front.moveon.org>  
<http://www.openpetition.de>

## ANMERKUNGEN

- o. V.: „Selbstständige werden nicht in eine Altersvorsorge gezwungen“ – Eine Online-Petition von über 80.000 Unterstützern war erfolgreich. In: Wege zur Sozialversicherung, 9/2013, S. 248–249; o. V.: Online-Petition gegen Eröffnung des Asylknastes am BER. In: Politische Berichte, 7/2012, S. 10; o. V.: DJV startet Online-Petition gegen ungarisches Mediengesetz. „International Partnership Mission“: Gesetz höhlt Meinungsfreiheit aus. In: EPD-Medien, 47/2011, S. 24–25.
- Guckelberger, Annette: Aktuelle Entwicklungen des parlamentarischen Petitionswesens. Online-Petitionen, Öffentliche Petitionen, Landesrecht. Baden-Baden 2011.
- Die Begriffe Online-Petition, E-Petition und digitale bzw. elektronische Petition werden synonym verwendet.
- Deutscher Bundestag/Petitionen; URL: <https://epetitionen.bundestag.de/> [15.07.2014].
- Europäische Kommission/Die europäische Bürgerinitiative. URL: <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome?lg=de> [15.07.2014].
- Zur Analyse und Entwicklung des Petitionswesens siehe auch: Riehm, Ulrich/Böhle, Knud/Lindner, Ralf (2013): Elektronische Petitionssysteme. Analysen zur Modernisierung des parlamentarischen Petitionswesens in Deutschland und Europa (Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung, Bd. 35). Berlin. Online verfügbar; URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/buecher/riehm-et-al-2013-146.pdf>.
- Neben den hier vorgestellten Petitions-Plattformen mit internationaler Reichweite existiert eine Vielzahl kleinerer, teils themenspezifischer Plattformen. Hierzu zählt Petitionbuzz (<http://www.petitionbuzz.com>), Ipetitions.com (<http://www.ipetitions.com>), epetitions.net (<http://epetitions.net>), petitiononline.co.uk ([http://www.activism.com/en\\_GB/petitiononline.co.uk](http://www.activism.com/en_GB/petitiononline.co.uk)) und PetitionSpot (<http://www.petitionspot.com>).
- Avaaz.org/Über uns; URL: <http://www.avaaz.org/de/about.php> [09.07.2014].
- MoveOn/A short history; URL: <http://front.moveon.org/about/#.U70YhWKBMs> [09.07.2014].
- Siehe hierzu auch Carty, Victoria (2011): Wired and Mobilizing. Social Movements, New Technology, and Electoral Politics, New York; Carty, Victoria (2011): Multi-Issue, Internet-Mediated Interest Organizations and their Implications for US Politics: A Case of MoveOn.org. In: Social Movement Studies, 3/2011, S. 265–283; Ragas, Matthew (2010): Intermedia Agenda-Setting and Political Activism: MoveOn.org and the 2008 Presidential Election. In: Mass Communication & Society, 5/2010, S. 560–584.
- Change.org/Finanzierungsmodell; URL: <https://www.change.org/de/%C3%9Cber-uns/Finanzierungsmodell> [10.07.2014].
- Change.org/Über uns; URL: <https://www.change.org/de/%C3%9Cber-uns> [10.07.2014].
- Change.org/Community-Richtlinien; URL: <https://www.change.org/de/%C3%9Cber-uns/Community-Richtlinien> [10.07.2014].
- Campact.de/Campact: Der Verein und seine Strukturen; URL: <https://www.campact.de/campact/ueber-campact/der-verein/> [10.07.2014].
- Campact.de/Die Positionen; URL: <https://www.campact.de/campact/ueber-campact/die-positionen/> [10.07.2014].
- Campact.de/Über Campact; URL: <https://www.campact.de/campact/ueber-campact/campact-im-ueberblick/> [10.07.2014].
- openPetition; URL: <https://www.openpetition.de/> [10.07.2014].
- Wikipedia/MoveOn; URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/MoveOn.org> [09.07.2014].
- Zur Bereitstellung von Petitions-Plattformen im europäischen Vergleich siehe auch: Böhle, Knut/Riehm, Ulrich (2013): E-Petition Systems and Political Participation: About Institutional Challenges and Democratic Opportunities. In: First Monday, 7/2013; URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/article/view/4220> [28.07.2014].

## UNSERE AUTOREN



Dr. Saskia Richter ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Hildesheim. 2009 hat sie mit der Biografie „Die Aktivistin. Das Leben der Petra Kelly“ an der Georg-August-Universität Göttingen promoviert. Zwischen 2008 und 2010 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Freien Universität Berlin, 2010 bis 2012 Projektkoordinatorin im „Mercator Forschungsnetzwerk Social Entrepreneurship“ an der Zeppelin Universität. Derzeit beschäftigt sie sich mit dem Einfluss von Social Media auf soziale Bewegungen und ist Co-Leiterin des Projekts „Globale Krisen – nationale Proteste. Empörungsbewegungen nach dem Zusammenbruch der Finanzmärkte und die Rolle des Internets“.



Tobias Bürger ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsprojekt „Deliberation im Netz: Formen und Funktionen des digitalen Diskurses am Beispiel des Microbloggingsystems Twitter“ (DFG-Schwerpunktprogramm 1505 „Medialisierte Welten“). Er hat Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie vergleichende Literatur- und Kulturwissenschaft an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und der University of Liverpool (UK) studiert. Von März bis August 2013 war er Social Media Fellow der Stiftung Mercator. Er promoviert an der Northumbria University zu Beziehungen zwischen Stiftungen, Politik und Zivilgesellschaft.