

Weblogs in der politischen Bildung Zwischen Hype und Potenzial

**Vorgelegt von pol-di.net e.V. / www.politik-digital.de
im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung
April 2005**

Inhalt

Einleitung	Seite 3
Kapitel 1: Was ist ein Weblog?	Seite 5
Kapitel 2: Die Geschichte der Weblogs	Seite 10
Kapitel 3: Die Vielfalt wächst – Funktionen von Weblogs	Seite 16
Kapitel 4: Potenzial von Weblogs in der politischen Bildung	Seite 24
Kapitel 5: Politische Bildung in Weblogs findet bereits statt	Seite 29
Kapitel 6: Experten-Interviews	Seite 45
Das Terrain muss rechtzeitig besetzt werden	Seite 47
Interview Jörg Kantel „Der Schockwellenreiter“	
Die Voraussetzung: 'Enabler' sein wollen, nicht 'Broadcaster'	Seite 52
Interview mit Thomas Burg „Randgänge.net“	
Ein besseres Rezept als Spaß gibt es für die Arbeit nicht	Seite 55
Interview mit Don Alfonso „Rebellen ohne Markt“	
Im Bereich der politischen Bildungsblogs gibt es nur eins: „Eine große Lücke“	Seite 60
Interview mit Heiko Hebig „hebig.com“	
Weblogs als Kommunikations- und Koordinationsplattform	Seite 65
Interview Jan Schmidt „Schmidtmitdete“	
Schüler und Lehrer sind gut über Weblogs zu erreichen	Seite 71
Interview Martin Röhl „Das E-Business Weblog“	
Schulfunk-Neuaufgabe im Weblog als Podcasting?	Seite 77
Interview Björn Ognibeni „Artikel-20“	
Impressum, Projektteam, Über pol-di.net e.V.	Seite 81

Weblogs in der politischen Bildung: Zwischen Hype und Potenzial

Sind Weblogs lediglich ein Hype, der sich in wenigen Jahren mit dem Verschwinden des neuen Formats von alleine erledigen wird? Oder stellen Weblogs ein zukunftsweisendes Medienformat dar, das in der politischen Bildung eingesetzt werden kann, ja vielleicht sogar eingesetzt werden muss?

Die Zuwachsraten der Deutschen „Blogosphäre“ sprechen eine deutliche Sprache: Hunderte von neu eingerichteten Weblogs kommen monatlich hinzu, große Blog-Portale dokumentieren tausende Einträge am Tag. Im Vergleich zu den USA ist die deutschsprachige Blogosphäre jedoch noch klein. Auch werden Weblogs in anderen Ländern wie den Niederlanden oder Großbritannien deutlich intensiver für politische Kommunikation eingesetzt. So ist auffällig, dass bislang so gut wie kein Politiker in Deutschland von den neuen Möglichkeiten Gebrauch macht, während in anderen Ländern solche Formate schon fast zum Standard zu gehören scheinen.

Während das Gründungsfieber in anderen Ländern bereits einer Ausdifferenzierung der Szene weicht, steckt die deutschsprachige Blogosphäre also noch in ihren Kinderschuhen. Der Vorteil: In einem immer enger werdenden Zeitkorridor kann hierzulande noch ein First-Mover-Anspruch für Blog-Projekte erhoben werden.

Doch mit dem nahen Ende der Gründerzeiten treten auch kommerzielle Player in der internationalen Blogosphäre auf. Während die Blogs bislang vor allem als spannende Möglichkeit des privaten Publizierens wahrgenommen werden, ist dieses Potenzial bereits wieder bedroht. Seit einiger Zeit häufen sich international die Spam-Attacken auf die bislang verschonten Weblogs. Kommentarfelder werden automatisiert mit Sex-Werbung und Glücksspiel-Angeboten überschwemmt, die Trackback-Funktion verweist auf anrühige und kommerzielle Seiten.

Die Gefahren, die von dieser Entwicklung ausgehen, sind immens. Als im e-Mail-Bereich die Spam-Attacken eine ernst zu nehmende Größe darzustellen begannen, waren Mails bereits so weit verbreitet, dass ein Verzicht zu diesem Zeitpunkt unmöglich erschien. Die Bereitschaft auch von wenig medienkompetenten Nutzern, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, war daher groß.

Ein Weblog zeichnet sich unserer Ansicht nach nur durch drei Merkmale von herkömmlichen Websites ab. Ein Weblog unterscheidet sich zum Ersten durch die **Kommentarfunktion**, durch die die Nutzer auf einzelne Beiträge reagieren können. Zum Zweiten ist die **Trackback-Funktion** eine Besonderheit, die eine Verlinkung untereinander attraktiv werden lässt und zentraler Bestandteil des netzwerkverbindenden Charakters von Weblogs ist. Zum Dritten unterscheiden sich Weblogs von herkömmlichen Websites durch das extrem einfach zu bedienende **Content Management System**, das dem Betreiber eines Weblogs kaum noch Medienkompetenz abverlangt.

Insofern greifen die Spam-Attacken den Kern der Blogosphäre an: Zu beobachten ist bereits, dass die ersten Weblogs auf Kommentar- und Trackbackfunktion zu verzichten beginnen, da sie der Spam-Flut nicht mehr Herr werden können. Damit rauben die Betreiber sich aber freiwillig zwei der drei wichtigsten Merkmale von Weblogs. Was bleibt, ist eine Website, die durch ein einfaches Tool mit neuen Inhalten bestückt werden kann. Werden hier nicht schnell technische Möglichkeiten des Gegensteuerns gefunden, gehen die Autoren davon aus, dass das Format sich in Deutschland nicht langfristig durchsetzen kann und schon im Keim erstickt. Da das Format hier noch unterentwickelt scheint, könnte die neue Entwicklung die Entstehung von neuen Blogs zumindest ernsthaft verlangsamen.

Die vorliegende Studie hat keine Antwort auf diese drängenden technischen Fragen. Versucht wurde vielmehr eine Annäherung an die Frage, welche Bereiche von Weblogs sich für den Einsatz in der politischen Bildung besonders eignen und welche Angebote nachahmenswert zu sein scheinen.

Die Autoren sind dabei in mehreren Schritten vorgegangen, die sich im Aufbau dieser Studie widerspiegeln. Zunächst werden als Grundlage die wichtigsten Funktionen der Weblogs erklärt, um den oben skizzierten Unterschied zu herkömmlichen Websites klar herauszustellen (Kapitel 1). Zudem wurde die Geschichte der Weblogs aufbereitet, um den Handlungsdruck im internationalen Vergleich zu unterstreichen (Kapitel 2). Daraufhin wird – als Kern dieser Studie – eine Rubrizierung von bereits bestehenden Weblogs vorgeschlagen, die sich nicht an den gespiegelten Inhalten, sondern an den Funktionen orientiert, die einzelne Weblogs einzunehmen in der Lage sind (Kapitel 3). Diese Erfahrungen wurden dann auf den Bereich der politischen Bildung übertragen und mit ersten Einsatzbeispielen unterfüttert (Kapitel 4). In einer ausführlichen Netzrecherche wurden daraufhin rund 70 Weblog-Angebote der politischen Bildung identifiziert und durch Kurzbeschreibungen dokumentiert, um einen Einblick in die sich ausdifferenzierende Blogosphäre zu geben (Kapitel 5). In einem letzten Bereich (Kapitel 6) wurden Chat-Live-Interviews mit sieben Experten durchgeführt, die für sich allein bereits einen exzellenten Einstieg in die Materie darstellen.

Diese Studie kann nur erste Hinweise auf mögliche Einsatzfelder von Weblogs in der politischen Bildung geben. Die Autoren legen sich nicht fest, ob die Bundeszentrale für politische Bildung selber in dem Bereich aktiv werden sollte oder nicht. Allerdings ist auffällig, dass alle befragten Experten eine ausbleibende Aktivität als eine ausbleibenden Chance werten, die Blogosphäre mit ihren Millionen Nutzern für die politische Bildung zu nutzen. Diese Hinweise gilt es ernst zu nehmen.

Deutschland allein kann dabei, wegen der noch unterentwickelten Blogosphäre, kein Maßstab sein. Gute Angebote im Bereich der politischen Bildung könnten aber derzeit noch normative Kraft entwickeln, die über Europa hinaus strahlen könnten. Während in den USA Weblogs vor allem als journalistisches Format wahrgenommen werden, hat sich noch kein Land hervorgetan, das das neue Format als Lernvermittlungsinstrument begreift und entwickelt. Strategisch ist zu erwägen, ob dies eine erfolgsversprechende Profilierungsoption für eine Institution wie die bpb sein kann.

Kapitel 1: Was ist ein Weblog?

In den USA wurde der Begriff „Blog“ zum Fachbegriff des Jahres 2004 ausgewählt¹. Aber was ist das überhaupt, ein „Blog“? Ein „Blog“ oder auch „Weblog“ ist die derzeit einfachste Möglichkeit, eine eigene Website ins Internet zu stellen. Nach der zumeist kostenfreien Anmeldung bei einem Webloganbieter kann in wenigen Schritten eine eigene Homepage erstellt werden, die sofort mit Inhalten gefüllt wird.

Weblogs können verschiedene Funktionen erfüllen. Die einen nutzen sie als persönliche Online-Tagebücher, die mehr oder weniger regelmäßig aktualisiert werden. Andere verweisen in ihren Weblogs auf interessante Dokumente, die sie auf ihren Streifzügen durch das Internet gefunden haben. Der Großteil der bereits millionenfach existierenden Weblogs bewegt sich im Rahmen dieser persönlichen Form und der Funktion eines Filters von Inhalten des Internets.

In ihrem Aussehen ähneln sich die meisten Weblogs. Das Layout ist meist zwei- oder dreispaltig angelegt. Im Zentrum der Seite befindet sich ein Textfeld, auf dem im oberen Bereich meist der aktuellste Beitrag zu finden ist. Jeder Beitrag hat seine eigene Internetadresse („Permalink“) und ist daher für den Leser leicht auffindbar.

Nahezu alle Weblogs bieten die Möglichkeit einer Kommentarfunktion. Zudem gibt es die Möglichkeit, einzelne Beiträge unterschiedlicher Weblogs so miteinander zu verknüpfen, dass der Leser eines Weblogbeitrags stets darüber informiert wird, wenn ein anderer Weblogbeitrag sich auf den gerade gelesenen bezieht. Diese Funktion wird „trackbacking“ genannt. Man kann sich das in etwa wie folgt vorstellen: Der Betreiber eines Weblogs liest den Beitrag eines anderen Bloggers. Dann verfasst er zum selben Thema einen eigenen Beitrag oder hat dies bereits getan. Nun kann er – soweit diese Funktion zur Verfügung steht – in dem fremden Weblog durch ein Klick auf „trackbacking“ auf seinen eigenen Beitrag direkt verweisen. Der Ursprungsbeitrag wird durch diese Vorgehensweise direkt mit dem Fremdbeitrag verlinkt.

Weblogs übernehmen Funktionen der etablierten Medien

Weblogs übernehmen zum Teil auch Funktionen, die bisher von den etablierten Medien wahrgenommen wurden. Den etablierten Medien könnte dabei durch die immer größere Gemeinschaft von Menschen, die im Internet Inhalte bereitstellen, eine Konkurrenz entstehen. Diese auf breiter Ebene erfolgende Informationsbereitstellung bietet dabei auch Chancen für eine Ausdifferenzierung der Medienbranche. Auch insbesondere im Bereich der Bildungsarbeit könnte sich dieses Format zu einem wichtigen Faktor der vernetzten Zusammenarbeit entwickeln. Die Möglichkeit einer zweikanaligen Zusammenarbeit, die bisher nur in Workshops, Tagungen und Face-to-Face Treffen realisierbar war, macht Weblogs zum Werkzeug eines selbstorganisierten Diskurses. Dabei gleichen sie anderen Möglichkeiten des Internet wie Foren, Chats oder Wikis. Weblogs können damit als stimulierendes Format diskursiver Kommunikation und Partizipation Verwendung finden. Im Laufe der Zeit können sich aus der Kommunikation

¹ Merriam-Webster's Words of the Year 2004; in: Merriam-Wester-Online; URL= <http://www.merriam-webster.com/info/04words.htm>; überprüft am 11.04.2005

zwischen verschiedenen Weblogs Netzwerkinseln herausbilden, die von Informationssuchenden bewusst angesteuert werden.

Weblogs aus der Sicht des Lesers

Gibt ein Nutzer die Adresse eines Weblogs in einem Browser ein, erscheint auf seinem Bildschirm eine Website, auf der die Mitteilungen des Weblogs zu sehen sind. Aktuelle Einträge stehen meist an oberster Stelle. Ein Weblog wird – wenn es gepflegt wird – in mehr oder weniger regelmäßigen Abständen von seinem Betreiber mit neuen Einträgen versehen. Kommen neue Einträge hinzu, wandern ältere Einträge nach unten und geraten mit der Zeit aus dem Blickfeld des Lesers. Dies wird als umgekehrt chronologische Reihenfolge bezeichnet. In festgelegten Zeiträumen wird der Inhalt der Startseite archiviert und damit auf längere Sicht für den Leser vorgehalten. Der Leser hat dann die Möglichkeit, alte Einträge mittels einer Archivfunktion aufzurufen. Zum Standard eines Weblogs gehört eine Linkliste favorisierter Weblogs anderer Autoren, die auch als ‚Blogroll‘ bezeichnet wird. Dabei nutzen viele Weblogbetreiber die Möglichkeit gerade aktualisierte Blogs besonders zu kennzeichnen.

Die Kommentarfunktion (Entstehung einer öffentlichen Diskussion)

Entscheidend für die Neuartigkeit und den Charakter dieses Formats ist aus Sicht des Rezipienten neben der Trackback-Funktion vor allem die Kommentarfunktion. Fast jedes Weblog bietet dem Nutzer diese Kommentarfunktion an. Hier kann der Leser eines Weblogbeitrags seine Meinung äußern oder auch auf andere Inhalte im Internet verweisen, die mit dem Artikel im Zusammenhang stehen. Die Kommentarfunktion ähnelt dabei einem Forumsbeitrag. Allerdings entstehen kaum ausufernde und unübersichtliche Threads, die Kommentare beziehen sich in der Regel sehr direkt und pointiert auf einen Weblog-Beitrag. Damit bietet die Weblog-Kommentarfunktion spezifische Vor- und Nachteile gegenüber bisher bekannten Foren.

Das RSS-Format

RSS steht für **Rich Site Summary** und wurde entwickelt, um Webinhalte maschinenlesbar zu machen. In einer RSS-Datei werden die Inhalte eines Weblogs oder einer Nachrichtenseite ohne die dazugehörige Formatierung unter einer eigenen Webadresse gespeichert. Dies hat für den Nutzer den Vorteil, dass er ein Programm (beispielsweise einen so genannten RSS-Reader) damit beauftragen kann, die neuesten Inhalte verschiedener Weblogs abzurufen und direkt auf einer anzugebenen Website zu spiegeln. Der Nutzer muss damit die von ihm frequentierten Weblogs nicht mehr einzeln aufrufen, sondern erhält die aktuellen Inhalte auf seinen Rechner zugeschickt. In Weblogs verweisen bestimmte Logos auf die Existenz eines solchen Angebots. Das Logo verweist auf die Internetadresse des Beitrags, die in einen RSS-Reader eingetragen werden kann, so dass dieser in regelmäßigen Abständen automatisiert nach neuen Inhalten des abonnierten Blogs sucht und im Erfolgsfall die neuen Inhalte auf den Rechner, auf dem der Reader installiert ist, ablegt.

Weblogs aus der Sicht des Autors/der Autoren eines Weblogs

Was geschieht wenn ein Autor Texte in ein Weblog einstellt? Der Autor ruft hierzu eine Website auf, die im Normalfall passwortgeschützt ist. Nach der Anmeldung findet der Autor eine Eingabefeld vor, in das er seinen Text eingeben kann. Dieses Eingabefeld ist

ein Texteditor mit mehr oder weniger vielen Möglichkeiten, Einfluss auf die Gestaltung des Textes zu nehmen. Je nach Voreinstellung des Weblog-Administrators kann innerhalb des Texteditors auf viele Gestaltungsbefehle zurückgegriffen werden, so dass an dieser Stelle keine weiteren technischen Kenntnisse notwendig sind. Generell kann aber Text auch direkt ohne gestalterische Vorkenntnisse eingegeben werden. Der Text erscheint dann nach dem Abschicken mit einem vorgegebenen Layout auf der Bildschirmoberfläche des Betrachters. Für die Bespielung eines Weblogs ist damit relativ wenig Medien- und Technikkompetenz vonnöten.

Trackbacks

Ein Weblog unterscheidet sich zunächst kaum von einem einfachen Content Management System. Erst die Kommentarfunktion und die Trackbackfunktion machen das Besondere an Weblogs aus. Trackbacks tragen dazu bei, unterschiedliche Weblogs miteinander zu vernetzen und fördern damit die Entstehung einer Online-Community². Trackbacks wurden ursprünglich von der Firma „Six Apart“ (<http://www.sixapart.com/>) für die Weblogsoftware Movabletype entwickelt und haben eine schnelle Verbreitung gefunden. Die Verwendung eines Trackbacks geht über das bloße Kommentieren und Verlinken eines Weblogbeitrags hinaus. Die Trackbackfunktion ermöglicht es dem Autor eines Beitrags darauf zu verweisen, dass ein anderer Autor sich mit demselben Thema auseinandergesetzt hat. Hierzu müssen bestimmte Voraussetzungen gegeben sein. Beide Weblogbetreiber müssen eine Trackback-Funktion installiert haben. Mittlerweile gehört dies bei vielen Weblogsoftwareanbietern zur Standardausstattung.

Möchte ein Weblogbetreiber in einem anderen Weblog darauf hinweisen, dass er sich auf einem bestimmten Artikel in seinem Weblog bezogen hat, sendet er ein „Ping“ an dieses Weblog. Ein Ping ist ein kurzes Signal, das ausgesendet wird und automatisch im Trackbackprogramm des Empfängers die Generierung eines Links auslöst. Dieser Link verweist dann auf die URL des Beitrags, der sich auf den Ursprungsartikel bezieht. Durch Trackbacks entstehen zu bestimmten Themen Netzwerkinseln durch ein gegenseitiges Referenzsystem. Wird beispielsweise ein Thema zunächst nur von wenigen Bloggern angesprochen, kann die Verlinkung mittels der Trackback-Funktion für Aufmerksamkeit bei anderen Webloggern sorgen. Insbesondere bei kontroversen Themen kann ein Thema dann im nächsten Schritt ausgiebig mittels der Kommentarfunktion diskutiert werden. Andere Blogger reflektieren die Diskussion in ihren eigenen Weblogs und nehmen konträre, zustimmende oder ergänzende Positionen ein. Durch die Trackback-Funktion ist damit dieser Diskurs hochgradig vernetzt. Die starke Verlinkung der Weblogs untereinander führt – quasi als Nebeneffekt – derzeit noch zu einem hohen Ranking in Suchmaschinen, was den diskutierten Themen eine leichtere Auffindbarkeit in den Suchmaschinen und damit hohe Aufmerksamkeit in der Netzwelt und darüber hinaus beschert.

Sinnvoller Einsatz von Trackbacks

Der Empfänger eines Trackbacks hat jederzeit die Möglichkeit, diesen auch wieder zu löschen. Um dem Netzwerkcharakter zu entsprechen sollte daher nur dann ein Trackbackping gesendet werden, wenn der Sender sich auch wirklich auf den Ursprungsartikel beziehen will. Leider werden seit einiger Zeit Trackbackpings (und die

² Eine solche Online-Community wird in diesem Fall als Blogosphäre bezeichnet

Kommentarfelder) auch zur Versendung von Spam genutzt, wie in der Einleitung beschrieben. Dabei werden die für die Nutzer einsehbaren Trackback-Pings mit Internetseiten unterlegt, die auf kommerzielle und oft dubiose Websites führen. Das Verhindern eines solchen Missbrauchs der Trackbackfunktion setzt im Moment noch Kenntnisse voraus, die der Normal-Nutzer nicht hat. Hierdurch könnte der Weblog-Kultur ernsthafte Gefahr drohen, die gar zu einer Diskreditierung dieser neuen Publikationsform führen könnte. Ähnlich wie bei der Debatte um e-Mail-Spam scheinen derzeit nur technische Gegenmaßnahmen zu greifen; gesetzliche Maßnahmen oder netzkulturelle Appelle verhalten wirkungslos. Erforderte der Betrieb von Weblogs langfristig eine zu hohe technische Kompetenz, würde damit das Besondere von Weblogs verschwinden: Dann wäre eine sehr viel höhere Medienkompetenz für den Betrieb eines Weblogs nötig, die das Format für einzelne Nutzer unattraktiv werden ließe. Würden als Konsequenz eines massiven Spambefalls die Trackbackpings und die Kommentarfunktion nicht mehr angeboten, so degradierten sich Weblogs damit zum einfachen Content Management System.

Neue Trends & Weiterentwicklungen

Die Möglichkeit neben Texten auch andere Dateiformate in Weblogs zu integrieren, hat zu verschiedenen Entwicklungen in der Blogosphäre geführt. Neben der „klassischen“ Text-Weblogs werden heute bereits auch Bilder, Videos oder Audiobeiträge distribuiert.

Bilderblogs

Zunehmend finden sich Weblogs, die als Online-Photoalbum dienen. Viele Angebote wenden sich an einen klar begrenzten Nutzerkreis (Familie, Freunde, Verein, etc.), andere haben einen künstlerischen Anspruch. Die Verbreitung von Mobiltelefonen mit Kamerafunktion, kombiniert mit der Möglichkeit, Weblogs via Mobiltelefon direkt zu bestücken, hat hier sicher zu einem Anstieg diese Weblogvariante beigetragen. Wie in der übrigen Netzwelt auch, finden sich hier auch immer mehr Weblogs mit pornographischen Inhalten.

Videoblogging

Kurze Filmsequenzen mit möglichst kleinen Dateigrößen werden meist direkt im Blog in einem Fenster zum Abspielen bereitgestellt. Die Tsunami-Katastrophe in Südostasien wurde von einigen Urlaubern entweder vor Ort oder nach der Rückkehr in ihre Heimatorte in Videoblogs dokumentiert. Viele der ersten Bilder vor Ort, die später auch im Fernsehen zu sehen waren, stammten aus solchen Quellen. Die momentanen Übertragungsraten im Netz erlauben aber nur wenigen Usern kostengünstige und komfortable Downloadzeiten solcher Filmchen. Auch ihre Qualität kann bisher meist noch nicht überzeugen.

Podcasting

Mit Podcasting wird das Einstellen von Audio-Dateien in Weblogs mit RSS-Feed bezeichnet. Meistens handelt es sich bei podcasts um eine Art Radiosendung, die von Privatleuten in ihren Weblogs angeboten werden. Das deutschsprachige Podcast-Portal „Podcast.de“³ erläutert Schritt für Schritt, wie Podcasting funktioniert. Die User können ein solches Podcast-Weblog abonnieren und werden dann regelmäßig und

³ <http://www.podcast.de/>

automatisiert mit den neuesten Audio-Dateien beliefert, ohne hierfür das Weblog besuchen zu müssen. Im Unterschied zum Radio (broadcasting) muss eine Sendung nicht zu einer bestimmten Uhrzeit angehört werden. Sie steht jederzeit „On Demand“ für den User zum Anhören bereit.

Kapitel 2: Die Geschichte der Weblogs

Der Begriff Weblog setzt sich zusammen aus den Begriffen „Web“ und „Logbook“. John Borge soll der Erfinder dieser Wortschöpfung sein. So behaupten es jedenfalls unter anderem die „Welt“, die „Süddeutschen Zeitung“, wie auch die Nachrichtenagentur „agence france press“ (afp). Eine Recherche ergibt jedoch, dass der Name falsch geschrieben wurde. Der richtige Namensgeber des Wortes „Weblog“ heißt Jorn Barger, der 1997 diesen Begriff für seine kommentierte Linkliste mit dem Titel „Robot Wisdom Weblog“ einführte.

Das erste WWW-Dokument war ein Weblog

Jorn Barger schreibt in seinem Robot Wisdom Weblog, ein Weblog sei eine Webseite, auf der ein Weblogger (manchmal auch „Blogger“ oder „Presurfer“ genannt) alle anderen Websites „loggt“, die er als interessant einstuft. Bereits das erste Dokument des World Wide Webs überhaupt entsprach in der Form dem, was Jorn Barger im Dezember 1997 mit dem Begriff „Weblog“ bezeichnete. Dieses erste Dokument wurde von Tim Berners-Lee, dem Erfinder des World Wide Webs, im Januar 1992 ins Netz gestellt und sollte fortan auf alle neu im Netz entstandenen Seiten verweisen. Die zeitlichen Abstände zwischen den einzelnen Einträgen waren damals allerdings noch sehr groß und betrug manchmal einige Monate.

Im September 1993 stellte der Browser-Programmierer Marc Andreessen ebenfalls eine weblogähnliche „What’s New-Site“ auf die Seiten von Netscape ein. Der am längsten existierende noch immer gepflegte Weblog ist nach Angaben von „BlogAll.de“⁴ das Weblog von Dave Winer⁵.

Eine eingeschworene Gemeinde

Im Jahr 1997 entstanden dann in den USA mit „Scripting News“ und „Camworld“ die ersten Weblogcommunities. Die damals aber noch nicht so bezeichnete „Blogosphäre“ bestand zu Beginn des Jahres 1999 aus 23 Weblogs⁶. Jesse James Garrett hatte sich noch bis zum Oktober 2000 die Mühe gemacht, jedes neue Weblog dieser Community zu registrieren, musste aber dieses Unterfangen bald aufgeben, da die Weblog-Gemeinde schnell zu groß geworden war. Die Seite bleibt aber aus „historischen Interesse“⁷ online. Die ersten Weblogs prägten stark das Design aller danach ins Netz gestellten Angebote. Rebecca Blood, eine der Pioniere der Blogosphäre, beschreibt diese ersten Weblogs wie folgt: „Die ersten Weblogger verwiesen entweder auf Websites, die sich in weniger bekannte Ecken des Internets befanden oder eben auf Neuigkeiten, von denen sie der Meinung waren, dass sie es Wert waren, verlinkt zu werden. Weblogger mit dem entsprechenden Fachwissen verwiesen in Kommentaren auf das Besondere oder auf Fehler ihrer Fundstücke. Manchmal steuerten sie auch

⁴ Blogall.de; in: Blogall über Weblogs, Blogs und Blogger...; URL= http://www.blogall.de/fragen_41.php; überprüft am 07.03.2005

⁵ Weblog von Dave Winer; URL: <http://www.scripting.com/>; überprüft am 07.03.2005

⁶ Rebecca Blood; Weblogs: a history and perspective; URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html; überprüft am 07.03.2005

⁷ Jesse James Garrett; the page of only weblogs; URL: <http://www.jjg.net/retired/portal/tpoowl.html>; überprüft am 07.03.2005)

zusätzliche Fakten zu den Inhalten der verlinkten Websites bei.“⁸ Die Kommentare in den Weblogbeiträgen zeichneten sich dabei durch ihrer Bissigkeit und einen oft sarkastischen Ton aus, schreibt die Weblog-Expertin Rebecca Blood in einem Essay über die Geschichte der Weblogs

Die ersten Webloganbieter treten auf den Markt

Das erste „free-build-your-own-weblog-tool“, das auch von Laien bedienbar war, wurde von der Firma „Pitas“ im Juli 1999 zur Verfügung gestellt. Weitere Anbieter folgten. Diese Angebote nehmen den Nutzern die technischen Hindernisse ab und ermöglichen so ein komfortables Einstellen von Inhalten. Der große Vorteil liegt dabei darin, als Nutzer nicht auf technische Kenntnisse angewiesen zu sein, die über das reine Bedienen einer Tastatur und einer Computermaus hinausgehen. Die Eingabe von Texten sowohl für den Weblogbetreiber als auch für seine Leser ist denkbar einfach: In einem Fenster wird der Text mittels Tastatur eingegeben. Mit einem Klick ist der Text sofort für jedermann im Internet lesbar. Diese einfache Handhabung ermöglicht den Erfolg von Weblogs als massentaugliches Medium. Dieser Umstand ermöglichte jedem, unabhängig vom Grad seiner Medienkompetenz, seine Meinung zu veröffentlichen und die Meinungen anderer zu kommentieren oder zu kritisieren.

Die Weblog-Gemeinde explodiert

Die starke Vereinfachung der Handhabung führte in den USA ab dem Jahr 2000 zu einem explosionsartigen Anwachsen der Weblog-Community. Zunächst fand die Beliebtheit von Weblogs keinen großen Widerhall in der Offline-Welt. Das änderte sich mit den Terroranschlägen des 11. September 2001 in New York und Pennsylvania schlagartig. Die Server der etablierten Medien brachen schnell unter dem Ansturm der weltweiten Anfragen zusammen und fielen damit für die Berichterstattung aus. Diese Informationslücke wurde von Webloggern aufgefüllt. Weblogger vor allem aus New York berichteten aus persönlicher Sicht schnell und direkt über die Lage in ihrer Stadt. Infolge des „war-against-terror“ und der teilweise regierungskritischen Berichterstattung der etablierten Medien entstanden die so genannten „War-blogs“, die sich der kritischen Berichterstattung über den Kampf gegen den Terror verschrieben hatten. Zeitgleich entstanden aber auch viele patriotische Weblogs, die den US-Präsidenten und seine Politik unterstützten. Damit waren in den USA Weblogs plötzlich in aller Munde. Themen, die in der Blogosphäre einen hohen Verbreitungsgrad aufwiesen, fanden ihren Weg auch in die etablierten Medien. Weblogs gewannen an Bedeutung für und Einfluss auf die politische Agenda. Dementsprechend wurden sie nach und nach auch von der Politik ernst genommen. Vorläufiger Höhepunkt der Anerkennung der Weblogs als Medium: Weblogger wurden neben „echten“ Journalisten auf die Parteiconvents der Demokraten wie auch der Republikaner eingeladen. Im Pressecorps des Weißen Hauses ist zudem inzwischen ein Weblogger in den erlauchten Kreis der ständigen Mitglieder akkreditiert worden.

⁸ Rebecca Blood auf: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html; nachgeprüft am 02.04.2005

Ausdifferenzierung der Weblogs

Die ersten Weblogs hatten die Struktur reiner, zumeist kommentierter Linklisten. Der Zuspruch aus der Blogosphäre veranlasste aber schon bald so manchen Blogger, der Netzwelt seine eigene Sicht der Dinge anzuvertrauen – losgelöst von reinen Link-Kommentaren. Der Großteil der heutigen Weblogs sind private Online-Tagebücher von weiblichen Teenagern, die darin für ein Massenpublikum über ihr Alltagsleben berichten. Dies belegt eine Studie der „Perseus Development Corporation“ in der 3.634 US-amerikanische Weblogs untersucht wurden.⁹ In der Studie wird die Blogosphäre mit einem Eisberg verglichen, in dem sich unterhalb der Wasseroberfläche die Masse der Weblogs befindet, deren Inhalte irrelevant für ein Massenpublikum sind, interessant nur für Familienmitglieder, Freunde und/oder Kollegen. Die bis zu mehrmals am Tag aktualisierten, populäreren Weblogs machten demnach nur die Spitze dieses sehr großen Eisberges aus – für das Publikum deutlich sichtbar, aber nicht charakteristisch für den Eisberg in seiner Gesamtheit. Wie sieht diese Spitze des Eisbergs aus?

Zunächst gibt es die „Special-Interest-Weblogs“, an vorderster Stelle natürlich Weblogs, die sich mit IT-spezifischen Themen auseinandersetzen. Aber auch zu jedem anderen erdenklichen Thema ist ein „Fach“-Blog denkbar. Das Weblog-Portal „Eatonweb“ teilt die auf seinen Seiten gelisteten über 25.000 Weblogs in über hundert Kategorien ein.¹⁰ Im deutschsprachigen Raum ist die Entwicklung zeitversetzt ähnlich, wenn auch bei weitaus geringeren Teilnehmerzahlen sowohl auf Seiten der aktiven Blogger wie auch auf Seiten ihrer Leser.

Welche Formen von Weblogs haben sich bislang durchgesetzt?

Online-Tagebücher und Special-Interest-Angebote machen den Großteil heutiger Weblogs aus. Daneben entstehen aber weitere Formen von Weblogs, wobei sich hier, begründet in der Neuheit dieses Phänomens, die Entwicklung noch im Fluss befindet. Die Perseus-Studie unterscheidet dabei zwischen „Wissens-Weblogs / Knowledge-Weblogs“; journalistischen Weblogs oder Weblogs von Journalisten; Business-Weblogs und Politiker-Weblogs. In dieser Studie wird in der Folge eine andere Rubrizierung eingeführt, die sich stärker an den unterschiedlichen Funktionen verschiedener Weblogs ausrichtet (siehe Kapitel 3). An dieser Stelle soll jedoch die bisherige Einteilung dargestellt werden.

Wissens-Weblogs/Knowledge-Weblogs

Hier sind an erster Stelle die „Knowledge“-Weblogs zu nennen, deren Betreiber in ihrem Fachgebiet eine mehr oder wenige hohe Kompetenz aufzuweisen haben. Sie dienen zumeist dem Austausch unter Kollegen derselben Fachrichtung, sowie der Rezeption durch ein interessiertes Publikum. Hier finden sich IT-Weblogs, aber auch Weblogs von Wissenschaftlern und Forschern, Universitätsprofessoren oder wissenschaftlichen Mitarbeitern.

⁹ siehe auch: <http://www.perseus.com/blogsurvey/>

¹⁰ Perseus; The blogging Iceberg; URL: <http://portal.eatonweb.com/>; überprüft am 09.03.2005

Journalisten-Weblogs / journalistische Weblogs

Immer mehr professionelle Journalisten bedienen sich in unterschiedlicher Weise des Formats Weblog. Einige Journalisten haben ihr privates Weblog neben ihrer beruflichen Arbeit eingerichtet¹¹, andere betreiben ein Weblog im Auftrag ihres Arbeitgebers¹². Einige Journalisten haben sich über das Betreiben ihres Weblogs sogar selbständig und vor allem unabhängig von Dritten gemacht und verdienen mittlerweile Geld damit¹³. In den privaten Weblogs von Journalisten wird zumeist auf die klassische journalistische Vorgehensweise zugunsten eines subjektiveren Blickwinkels verzichtet. Auch in den Auftrags-Weblogs für ihre Arbeitgeber haben Journalisten oft einen größeren Spielraum, als der normalen Redaktionsarbeit. Freie Journalisten können Weblogs als Referenz nutzen, um potenzielle Auftraggeber auf sich aufmerksam zu machen.

Business-Weblogs

Hier ist zu unterscheiden zwischen Weblogs, die sich an den Kunden wenden (extern) und Weblogs, die der Information und Zusammenarbeit der eigenen Mitarbeiter dienen (intern). Intern können Weblogs kollaborativ angelegt sein, so dass mehrere oder sogar alle Mitarbeiter die Weblogs mit Inhalt füllen können („Gruppenblogs“). Sie können aber auch der Information der Mitarbeiter durch die Leitungsebene dienen, wobei mehr oder weniger stark ausgeprägten Partizipationsmöglichkeiten angeboten werden (Kommentare / Trackbacks). Weblogs werden von Unternehmen auch zur Bewerbung ihrer Produkte oder Dienstleistungen genutzt (z.B. Boeing Weblog). Mitglieder der Blogosphäre reagierten auf solche Versuche bisher allerdings eher mit Kritik.

Politiker-Weblogs

Einer der bekanntesten Politiker-Weblogs ist „Blog-for-America“¹⁴, das Weblog des demokratischen Präsidentschaftsbewerbers Howard Dean. Dean selber kommt in diesem Weblog nur sporadisch zu Wort. Das Weblog war eine Kampagnenseite für Howard Dean und hat für eine in der Geschichte der USA noch nie da gewesene Unterstützung des Kandidaten insbesondere aus finanzieller Sicht gesorgt. Die Betreiber von „Blog-For-America“ hatten es verstanden, das Vernetzungspotential der Blogosphäre optimal in ihre Kampagne einzubinden. Die Initiative Howard Deans zog weitere Weblogs amerikanischer Präsidentschaftskandidaten nach sich, die aber nicht an den Erfolg von Dean anknüpfen konnten. Ähnlich sieht es im deutschsprachigen Raum aus. Weblogs sind für Politiker Wahlkampfinstrumente, die meist nach der Wahl wieder eingestellt werden.¹⁵

¹¹ Beispiele hierfür sind:

Das Weblog von Peter Praschl (<http://sofa.digitalien.org/sofablog/what.html>); nachgeprüft am 08.03.2005
Das Weblog von Mario Sixtus (<http://www.sixtus.net/>); nachgeprüft am 08.03.2005

¹² Ein gutes Beispiel hierfür sind die Weblogs der „ZEIT“ (<http://www.zeit.de/blogs/index>); nachgeprüft am 08.03.2005

¹³ Tobias Rabe; Weblogs von Journalisten – Mehr als ein Spielplatz; URL: http://www.onlinejournalismus.de/forschung/weblogs_von_journalisten_haupt2.php; überprüft am 08.03.2005

¹⁴ Siehe: <http://www.blogforamerica.com/>; nachgeprüft am 08.03.2005

¹⁵ So auch das Weblog „MirowfuerHamburg“ der sich sogar in der Namensgebung an Howard Deans Weblog orientiert hatte; siehe: <http://blog.mirowfuerhamburg.de/>; nachgeprüft am 08.03.2005

Derzeit sind zwei Mitglieder des Bundestags bekannt, die einen Weblog betreiben: Der medienpolitische Sprecher der FDP Hans-Joachim Otto¹⁶ und MdB Ulrich Kelber¹⁷ von der SPD. In Österreich hebt sich das Weblog der Wiener Stadtparlamentarierin Marie Ringler¹⁸ hervor, der über die SMS-Funktion ihres Handys von überall aus mit Inhalten gespeist werden kann: Eine SMS der Politikerin wird direkt in webtauglichen Code umgewandelt und automatisch auf die Website eingestellt. Zudem werden die Beiträge durch Handy-Fotos angereichert, die als MMS-Format ebenfalls direkt an ein Content Management System überstellt werden. In anderen Ländern wie den Niederlanden haben auch hochrangige Politiker (Minister) die Möglichkeiten der Blogosphäre erkannt und nutzen dies zur Darstellung ihrer Politik.

Weblogs in der Kritik

Kritische Stimmen hinterfragen die Qualität der in den Weblogs verbreiteten Informationen. Zu ungewiss ist oft die Herkunft und damit verbunden die Glaubwürdigkeit von Nachrichten, die sich in Windeseile verbreiten und auch noch nach Jahren in Winkeln des Netzes wieder gefunden werden können. Das Fehlen journalistischen Standards wie auch eines Codex vergleichbar mit dem Pressecodex des Deutschen Presserats werden ebenso kritisiert wie ein weiteres Ansteigen der Informationsflut. Eines der bekanntesten Weblogs in Deutschland – das Bild-Blog - zeigt täglich, dass auch etablierte Medien diesen journalistischen Standards nicht immer gerecht werden müssen. Das Bild-Blog setzt sich täglich mit den Recherchemethoden der Bildzeitung auseinander und verweist dabei auf zahlreiche Verstöße der Bildzeitung gegen journalistische Grundsätze. Die Qualitätskontrolle und Glaubwürdigkeitsüberprüfung der Inhalte eines Weblogs wird durch die Blogosphäre selbst durchgeführt. Durch die starke Vernetzung werden Fehler mitunter schnell aufgedeckt, kommentiert und wenn möglich wieder bereinigt.

Weblogs als Gegenpol zu den etablierten Medien

Große Teile der Blogosphäre sehen ihre Aufgabe in der Schaffung einer Gegenöffentlichkeit zu den etablierten Medien. Wie auch schon die linksalternative Gegenöffentlichkeit der 60er und 70er Jahre legen Weblogger Wert auf Subjektivität gerade in Abgrenzung zur journalistischen Professionalität der etablierten Medien.

„Die tagebuchähnlichen Aufzeichnungen vermischen bedenkenlos Information und Meinung, überprüfte Tatsachen und Gerüchte, dokumentierte Analysen und fantasievolle Impressionen. Der Hype zeigt, dass viele Leser lieber die bewusst subjektiven und einseitigen Darstellungen der Blogger lesen als die angeblich objektiven Elaborate der großen Tageszeitungen.“¹⁹

Dabei bildeten gute Blogs *„Realität nicht nur ab oder konstruieren sie gemäß der Logik vorgegebener Formate“. Statt dessen argumentieren sie aus der Situation heraus und zielen auf die konkrete Lösung von realen Problemen.“ Darin liege durchaus ein Fortschrittspotenzial*

¹⁶ <http://ottosweblog.blogg.de/>

¹⁷ <http://www.ulrich-kelber.de/blog/>

¹⁸ <http://marieringler.twoday.net/>

¹⁹ Ignacio Ramonet; Auflagenkrisen und Lügengeschichten; <http://www.monde-diplomatique.de/pm/2005/01/14.mondeText.artikel.a0065.idx.28>; deutsche Übersetzung des Originals; <http://www.monde-diplomatique.fr/2005/01/RAMONET/11796>; Original und Übersetzung überprüft am 09.03.2005

für die demokratischen Formen globaler Öffentlichkeit²⁰ behauptet die „Süddeutsche Zeitung“.

Ein Beispiel aus den USA zeigen, dass Nachrichten, die sich in der Blogosphäre verbreiten, durchaus erheblichen Einfluss auf die Realität haben können. Der CBS-Moderator Dan Rather hatte behauptet, dass US-Präsident George W. Bush nicht nur auf „fragwürdige Weise“ vom Militärdienst in Vietnam befreit gewesen sei, sondern auch seinem Ersatzdienst nur unregelmäßig nachgekommen sei. Konservative Blogger aus den USA stellten die Echtheit der Dokumente auf die sich Rather berief in Zweifel und verbreiteten dies in ihren Netzwerken. Am Ende dieser Kampagne musste Rather seinen Posten bei CBS räumen.²¹

„Aber wenn sich ein Schwarm formiert, wenn Nachrichten nahezu ohne Verzögerung um den Erdball schwirren, wenn sie auf unzähligen Blogseiten querverbunden, kommentiert, ergänzt werden, im Minutentakt in automatisch aktualisierten Nachrichtensammel-Programmen auflaufen, wenn sich per trackback die blogs untereinander zu einem Thema auf dem Laufenden halten, dann kann durch die schiere Masse eine Dynamik entstehen, die von der virtuellen in die reale Welt hinüberschwappt.“²²

Dieser Einfluss, den die Weblogs zumindest in den USA bereits haben, stellt die gängigen Mechanismen des professionellen Journalismus in Frage. Was geschieht, wenn die zum großen Teil aus unbezahlten Laien-Journalisten bestehende Blogosphäre vom Publikum bei der Nachrichtenrezeption mit genutzt wird? Welchen Einfluss hat diese Art der Informationsgenerierung auf den etablierten Journalismus? Ist sich der Nutzer bewusst darüber, dass Informationen in einem Weblog nicht vergleichbar sind mit professionell aufgearbeiteten journalistischen Angeboten?

Die politische Bedeutung von Weblogs

In der westlichen Welt werden Weblogs derzeit größtenteils entweder zur Selbstverwirklichung einzelner Personen eingesetzt oder als neues journalistisches Format genutzt. Ganz anders sieht dies in Ländern aus, in denen der Meinungsfreiheit weniger Bedeutung beigemessen wird. Im Iran oder in China könnten Weblogs eine Unterstützung für Demokratisierungsprozesse bieten. Je mehr Bürger eines Landes dazu in der Lage sind Informationen kostengünstig und ohne technische Barrieren ins Netz zu stellen und lesen zu können, um so schwerer haben es autoritäre Staaten, die veröffentlichte Meinung zu kontrollieren. Für Demokratisierungsprozesse könnten Weblogs so ein Initialzündler werden oder sind es bereits, wie das Beispiel Süd-Korea zeigt.²³

²⁰ Helmut Martin-Jung; Die große Bühne der Einsamen; <http://www.sueddeutsche.de/computer/artikel/950/47903/>; überprüft am 09.03.2005

²¹ Helmut Martin-Jung; Die große Bühne der Einsamen; <http://www.sueddeutsche.de/computer/artikel/950/47903/>; überprüft am 09.03.2005

²² Ebenda

²³ Dr. Eun-Jeung Lee: e-Democracy in Südkorea. In: politik-digital.de, 12.1.2005, http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/edemocracy_in_skorea101.shtml

Kapitel 3: Die Vielfalt wächst – Funktionen von Weblogs

Weltweit existieren fast 8 Millionen Weblogs²⁴. Das <http://portal.eatonweb.com/> hat davon 25611 Weblogs (Stand 21/03/05) in seinem Portal registriert. Das Portal nimmt zudem eine Kategorisierung vor. Über 100 verschiedene Kategorien werden aufgelistet, um eine Einteilung der Blogs zu erleichtern. Die Gruppierung erfolgt hier nach den Gesichtspunkten „Inhalt“, „Sprache“, „Länder“, „Alphabet“ und nach „Funktion“.

Auch immer mehr deutsche Blog-Provider versuchen, eine übergeordnete Ebene in die bei ihnen gehosteten Weblogs einzuziehen, um eine Übersicht zu ermöglichen und das Auffinden bestimmter Weblogs zu vereinfachen. blogg.de etwa nutzt eine andere Einteilung von Weblogs. Der Blog-Provider hat das so genannte Tagging der Weblogs – eine von Nutzer vorgenommene Kategorisierung – eingeführt. Dabei kann jeder Weblogger sein Weblog einem bereits vorhandenen Themenlabel zuweisen (‚taggen‘) oder ein neues Themenlabel einführen. Das ‚Tagging‘ erfolgt hier über thematisch/ inhaltliche Zuweisungen des jeweiligen Weblogs. Nachteil: Jeder Nutzer kann eine eigene Rubrik gründen. Erst langfristig wird sich dabei eine nachvollziehbare Systematisierung ergeben. Weblogs lassen sich also nach unterschiedlichen Gesichtspunkten sortieren.

Von den bekannten Unterteilungskriterien gilt es ein sinnvolles Raster zu extrahieren um eine Aufteilung der bestehenden Weblogs zu ermöglichen. Dazu muss im ersten Schritt geklärt werden, welche Kategorisierungskriterien für die Bundeszentrale für politische Bildung als interessant und nützlich gelten können. Ausgehend von der Fragestellung dieser Studie nach dem Potenzial für Weblogs als Instrument für die politische Bildung im Internet, bietet sich aus Sicht der Autoren eine Einteilung nach Einsatzmöglichkeiten oder **Funktionen** an, die die Weblogs erfüllen können.

Die Entscheidung Weblogs nach Funktionen einzuteilen folgt dabei dem Ziel, verschiedene Einsatzfelder von Weblogs in der politischen Bildung zu identifizieren. Letztlich soll herausgefunden werden, ob Weblogs in der Lage sind, unterschiedliche Funktionen der politischen Bildung zu übernehmen.

Um die verschiedenen Möglichkeiten von Weblogs zu untersuchen, wurde eine Auswahl von über 70 Weblogs vorgenommen, die im weitesten Sinn dem Bereich politischer Bildung zugeordnet werden können. Diese Liste gilt als exemplarisch und nicht als repräsentativ. Alle Weblogs dieser Liste²⁵ kommen aus dem englisch- und deutschsprachigen Raum und stellen nur einen kleinen Ausschnitt aus der weitaus breiter angelegten „Bildungs-Blogosphäre“ dar.

Nach der Zuordnung der Weblogs zu einzelnen funktionalen Bereichen ergab sich ein Schema, in das alle Weblogs gruppiert werden konnten.

Es bleibt darauf hinzuweisen, dass eine eindeutige und trennscharfe Zuordnung der Weblogs nicht immer möglich ist. So ist es möglich, dass ein Weblog zwei oder mehr Funktionen aufweist. Dies ist zunächst nicht weiter hinderlich, soll doch an dieser Stelle

²⁴ http://blog.aperto.de/blog/aperto/2005/03/23/Technorati_und_der_Zustand_der_Blogosphäre.html

²⁵ Siehe Kapitel 5

zunächst der Blick auf verschiedene Einsatzmöglichkeiten gelenkt werden. Als Ergebnis haben wir eine Einteilung mit insgesamt neun Kategorien erhalten, die wie folgt aussieht:

1. Selbsthilfe / Ratgeber

Weblogs, die als Ratgeber funktionieren, bieten Hilfestellung bei Problemen oder dienen den Erfahrungsaustausch bestimmter Zielgruppen. Die Hilfestellung erfolgt durch den oder die Autoren des Weblogs und richtet sich an die Leser des Weblogs. Dabei kann das Weblog auch als Help-Yourself-Forum fungieren: Über die Kommentarfunktion geben Nutzer ihr Wissen weiter, das zur Antwort auf eine gestellte Frage dient. Ein Musterbeispiel für diese Kategorie ist das Weblog „Lehrerfreund“²⁶. Lehrer berichten in diesem Weblog beispielsweise über Ihre Erfahrungen mit Schülern und Unterricht. Über diese Selbsthilfefunktion erlangen die User einen wesentlichen Nutzen und Motivation, die zum Mitmachen anregt und die Community im eigenen Interesse zur Mitarbeit bewegt. Weitere Beispiele sind Hilfestellungen bei der Bewältigung von Krankheiten oder der Erfahrungsaustausch von Studenten. Eine von vielen weiteren Spielarten ist die persönliche, aber öffentliche Empfehlung von potenziellen Mitarbeitern und Jobsuchenden durch Weblogger mit hoher Glaubwürdigkeit (wie etwa Martin Röhl es betreibt²⁷). Doch die Selbsthilfefunktion von Weblogs kann auch für den Austausch von Strickmustern oder Abziehbildern genutzt werden.



Good Practice: **Der Lehrerfreund** ist ein Ratgeber/Selbsthilfe-Weblog von einem Lehrer für Lehrer. Das Weblog-Format entwickelte sich aus einer Linkliste zur Unterrichtsvorbereitung für die Fächer Deutsch und Geschichte. Das Spektrum wurde im Lauf der Zeit um die Fächer Gemeinschaftskunde und Politik erweitert. Auch Fragen zur Pädagogik werden aufgeworfen. Mehrmals wöchentlich werden kommentierte Links zu Internetseiten mit Tipps für

Lehrende sowie Unterrichtsmaterialien für die Praxis veröffentlicht. Zudem sind Neuigkeiten und Berichte zu Bildung und Bildungspolitik sowie unterrichtsrelevantem Weltgeschehen ein zentrales Thema. Alle Beiträge werden chronologisch aufgelistet, können aber auch nach Fächern sortiert abgerufen werden. Die Nutzer des Lehrerfreunds werden aufgerufen, das Weblog aktiv mitzugestalten. Tafelbilder, Stundenentwürfe, Arbeitsblätter, methodische Erfahrungsberichte und alles, was für andere Lehrpersonen interessant sein könnte, kann eingeschickt werden. Zusätzlich erhalten alle Abonnenten des Newsletters die besten Beiträge als monatliche Zusammenfassung. Auffällig ist, dass das Weblog stark frequentiert wird. Die Beiträge werden im Durchschnitt 2.000 bis 3.000 Mal gelesen.

URL: <http://www.lehrerfreund.de/>

²⁶ <http://www.lehrerfreund.de>

²⁷ <http://www.roell.net/weblog/>

2. Entertainment

Zur Gruppe der Unterhaltungsweblogs gehören Geschichten und non-fiktionale Unterhaltungsangebote. Die Funktion ist einfach: Kurzweilige, multimediale Unterhaltung soll den Nutzern die Zeit vertreiben. Von der Oscar-Verleihung bis zum neusten Werbespot oder Fortsetzungsroman ist hier alles zu beobachten – nur keine focussierte Auseinandersetzung mit Politik. Andererseits: Als Einstieg in politische Themen hat der Entertainment-Bereich durchaus seine Berechtigung. Denn Politik steckt in allem.

3. Selbstentäußerung

Der größte Teil der Weblogs besteht aus Tagebüchern, die veröffentlicht werden. Hier werden Themen der privaten Lebenswelt veröffentlicht. Themen aus den alltäglichen Geschehnissen in Studium oder Schule oder persönliche Berichte aus vergangenen Zeiten finden sich beispielsweise in dem Weblog „Livejournal“, das derzeit mit mehreren Millionen Klicks eines der führenden Blog-Portale ist.²⁸ Die persönliche und private Perspektive des Berichterstatters und die damit zusammenhängende thematische Fokussierung charakterisieren Weblogs dieser Kategorie. Ein weiteres Merkmal ist die zeitlich begrenzte Aktualität des Inhalts. So weist der Inhalt zum Veröffentlichungszeitpunkt eine Aktualität auf, die mit fortschreitender Zeit verblasst. Beispiele aus gesellschaftspolitisch relevanten Bereichen wäre die Blog-Kultur in Folge der Anschläge auf das World Trade Center oder der Tsunami Ende 2004: Viele Zeitzeugen berichteten in Weblogs von ihren persönlichen Erfahrungen und nutzten die Weblogs teilweise auch zur öffentlichen Bewältigung des Erlebten.



Good Practice: **Abi05** ist ein Community-Weblog, der jedem interessierten Nutzer zur Teilnahme offen steht. In der Regel posten Schüler, die sich in der Abiturphase befinden. Thematisch werden aus diesem Grund vor allem schulspezifische Beiträge verfasst. Das Weblog dient sowohl der Selbstentäußerung der Nutzer als auch dem Austausch von Erfahrungen rund um das Thema Schule und Abitur. Häufig werden Fragen wie „Soll das Motto des Abi-Jahrgangs

demokratisch gewählt werden?“ oder „Wie rechne ich meine Punkte eigentlich zusammen?“ gestellt.

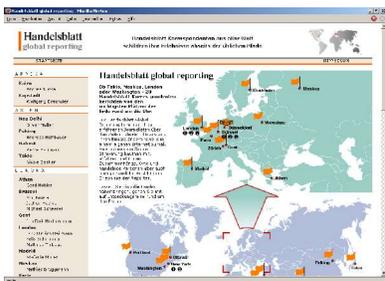
URL: http://www.livejournal.com/community/abi_05/

4. Journalistischen Berichterstattung

Weblogs, die sich der Funktion „journalistische Berichterstattung“ zuordnen lassen, verbreiten subjektive oder objektive Informationen im journalistischen Stil. Die Professionalität der Berichterstattung ist dabei nicht ausschlaggebend für Weblogs der journalistischen Berichterstattung. Thematisch sind Weblogs nicht fest definiert. Es ist allenfalls eine inhaltliche Fokussierung auf bestimmte Themen, wie beispielsweise beim

²⁸ <http://www.livejournal.com>.

Weblog der von tagesschau.de²⁹, dem Metablocker³⁰ von politik-digital.de oder beim Weblog³¹ der Wochenzeitung „Die Zeit“ zu beobachten. Weitere Good Practice-Beispiele für Weblogs der journalistischen Berichterstattung sind das Weblog³² des Handelsblatt und das Weblog Menschenrechte³³. Charakteristisch für die Weblogs der „journalistischen Berichterstattung“ sind die Akteure, die diese Weblogs betreiben. Sie sind mehrheitlich institutionalisiert und befassen sich mit Themen, die das Interesse einer großen Leserschaft zu befriedigen trachten und einen entsprechenden Nachrichtenwert aufweisen. Journalisten großer Institutionen müssen dabei eine Gratwanderung beschreiten: Einerseits muss das Weblog persönlich genug sein, um das Format zu rechtfertigen. Andererseits kann eine über die offizielle Berichterstattung hinausgehende Informationsdarbietung zu Konflikten mit dem Arbeitgeber führen.



Good Practice: **Handelsblatt – global reporting.**

Nicht mit einem, sondern gleich mit 28 Weblogs wartet das Handelsblatt seit März 2005 auf. Jedes Weblog wird von einem Korrespondenten der Zeitung geführt, es handelt sich folglich um professionelle Journalistenblogs. Ob aus Tokio, Moskau, Kapstadt oder Washington – der Leser wird rund um die Uhr mit Neuigkeiten aus aller Welt versorgt. Auf der Startseite gibt eine Weltkarte einen Überblick über die einzelnen

Standorte der Journalisten. Darunter werden diese mit Namen und Bild vorgestellt. In den jeweiligen Weblogs der Korrespondenten erfährt der Leser Näheres zur Biografie und den Hobbys. Neben der politischen Berichterstattung wird auch Auskunft über Land und Leute, Bräuche und Traditionen gegeben. So erfährt man zum Beispiel von Klaus Ehringfeld aus Mexico City, dass Künstler dort bereits seit einem halben Jahrhundert ihre Steuerschuld mit eigenen Werken begleichen können. "Pago en Especie" (Zahlung in Naturalien) heißt das Programm. Unter der Überschrift „Ich will hier weg“ klagt Matthias Brüggmann aus Moskau den Lesern sein Leid. Sein gelber Benetton-Schal bringe ihn immer wieder in Verdacht, Anhänger der Revolutionäre in Kirgistan zu sein, so der Journalist.

URL: <http://services.handelsblatt.de/global-reporting/default.asp>

5. (Gegen-) Öffentlichkeit: Kampagnen

Die „(Gegen-) Öffentlichkeitsweblogs“ werden in der Blogosphäre auch „Watchblogs“ genannt und bezeichnet Weblogs, die etablierte Medien oder Politikfelder beobachten. Diese Weblogs werden genutzt, um die Inhalte der beobachteten Medien zu kritisieren und zu kommentieren. Ein anschauliches Beispiel liefern die Weblogs BILDBlog³⁴ und Factcheck³⁵. Zu diesen kritischen Weblogs, die sich inhaltlich auf einen Zeitpunkt

²⁹ <http://blog.tagesschau.de/>

³⁰ <http://www.politik-digital.de/metablocker/>

³¹ <http://www.zeit.de/blogs/index>

³² <http://blog.handelsblatt.de>

³³ <http://menschenrechte.blogg.de>

³⁴ <http://www.bildblog.de>

³⁵ <http://www.factcheck.org>

beziehen und mit fortschreitender Zeit an Aktualität verlieren, gehören auch die Protest- und Kampagnenweblogs. Eines von vielen anschaulichen Beispielen für eine Protest- und Kampagnenweblog ist das Weblog gegen Studiengebühren und Bildungsabbau in Hessen³⁶.



Good Practice: **BILDblog** ist ein Watch-Blog, das „Notizen über eine große deutsche Boulevardzeitung“ veröffentlicht. Vier Journalisten um Christoph Schultheis recherchieren Artikel der Bild-Zeitung nach und halten Ungereimtheiten und Fehler für alle interessierten Leser fest. Ziel ist es, der Masse an Bild-Zeitungslesern eine Öffentlichkeit gegenüberzustellen. Das Motiv: „Wir finden: Eine Zeitung, die eine solche Aufmerksamkeit erhält, hat eine besondere

Verantwortung, insbesondere ihren Lesern gegenüber. Dieser Verantwortung kommen die Bild-Macher häufig nicht nach.“ Mit Hilfe von Lesern, die Hinweise an die Redaktion schicken, erscheinen fast täglich ein bis zwei neue Beiträge. Zum Beispiel wird enthüllt, wie es zu der Titel-Schlagzeile „Feuerameisen überfallen Europa“ kam. Die einfache Wahrheit dahinter: Forscher haben herausgefunden, dass die in tropischen Feuchtgebieten heimische Feuerameise theoretisch auch in Mittelmeer-Regionen überleben könnten. Der BILDBlog wurde im Jahr 2004 von der „Deutschen Welle“ als „best journalistic Blog German“ bei den „Best of the Blogs-Awards“ ausgezeichnet. URL: <http://www.bildblog.de/>

6. Service-Blogs

Einige Weblogs verfolgen die Funktion, Hinweise auf Veranstaltungen oder sonstige Termine zu verbreiten – die Serviceblogs. Das Ziel dieser Blogs ist auf die Weitergabe von Informationen focussiert. Gerade bei häufig wiederkehrenden oder schnell zu aktualisierenden Terminen, die auch eine Kommentarfunktion rechtfertigen, bietet das Weblog eine Alternative oder eine Ergänzung zu herkömmlichen Möglichkeiten, diese Informationen zu veröffentlichen (Website, Newsletter, Printflyer etc). In der Kommentarfunktion könnte unter anderem die Möglichkeit gegeben werden, den Veranstaltern Hinweise, Tipps und Fragen bereits im Vorfeld einer Veranstaltung zu kommunizieren. Durch die Trackback-Funktion besteht eine Möglichkeit, die Termine innerhalb der breiten Blogosphäre angemessen zu verbreiten. In der Regel wird die Service-Funktion ergänzend zu anderen Funktionen eines Weblogs betrieben.

7. Marketing-/PR-Weblogs

Marketing-/PR-Weblogs verfolgen eine gezielte Informations- und Meinungsverbreitung im Sinne ihrer Auftraggeber. Dies sind häufig Weblogs von Politikern, Unternehmen, Unternehmern oder Weblogs von PR-Agenturen. Marketing-Weblogs versuchen durch persönlichen Touch ein Produkt zu verkaufen und interessanter zu machen. Sensibel eingesetzt, bietet die Kommentarfunktion den Absendern eine Möglichkeit, die Haltung der Konsumenten kennen zu lernen und auf mögliche Potenziale und Schwächen in

³⁶ <http://protest.blogger.de/>

der eigenen PR-Arbeit Aufmerksam zu werden. Voraussetzung für den Betrieb eines Marketing-Blogs ist entweder, dass der Kontakt zur Blogosphäre gesucht werden soll, oder die Überzeugung, dass die Produktionsformationen so interessant für die Nutzer sind, dass mit Kritik gut umgegangen werden kann. Viele Marketing-Weblogs verzichten auf die Kommentarfunktion; in einigen Fällen ist daher streitbar, ob es sich um eine klassische Website oder tatsächlich einen Weblog handelt.



Good Practice: **GM FastLane Blog** ist ein Weblog, das von Bob Lutz, Vize-Präsident von General Motors, marketingunterstützend für das Unternehmen eingesetzt wird. Das Themenspektrum beschränkt sich daher auf die Berichterstattung rund um General Motors. Im Mittelpunkt steht die Präsentation neuer Produkte und neuer technischer Entwicklungen. Es werden Artikel aufgegriffen, die sich mit den Produkten auseinandersetzen und deren Nach- vor allem aber

Vorteile diskutieren. Zudem wird das Weblog für Kritik an den Medien genutzt. Kritische Stimmen zur Firmenpolitik von General Motors werden beanstandet, um das Unternehmen in ein gutes Licht zu stellen. So kritisiert der Betreiber des Weblogs, dass die Medien Fakten manipulieren, um „Schlagzeilen“ schreiben zu können. Gerüchte, General Motors werde die Sparten Buick und Pontiac schließen, werden dementiert. Auch Personalentscheidungen des Unternehmens werden durch das Weblog bekanntgegeben. Neben Bob Lutz posten zwei weitere Spitzenvertreter von General Motors Beiträge. Auffällig am FastLane Blog ist die hohe Anzahl an Kommentaren, durchschnittlich werden 100 Kommentare zu einem Beitrag gepostet.

URL: <http://fastlane.gmblogs.com/>

8. Info-Filter

Die ursprüngliche Funktion von Weblogs war es, Nutzer auf Fundstücke im Internet hinzuweisen, einen Link zur Verfügung zu stellen und damit das Internet leichter navigierbar zu machen. Die Informationsfilter-Weblogs bündeln meist Informationen zu bestimmten Themen oder aus einem bestimmten Blickwinkel. Als Beispiel dienen etwa Medienspiegel oder kommentierte Linklisten. Die gebündelten Informationen werden aus fremden Medien extrahiert und thematisch fokussiert aufbereitet. Dabei werden nicht nur Quellen aus dem Internet genutzt; vielmehr bieten die Info-Filter die Möglichkeit, auch auf Quellen und Diskurse hinzuweisen, die nicht im Netz dokumentiert werden, aber aus Sicht des Weblog-Betreibers eine breite Aufmerksamkeit verdienen. Die Funktion erinnert an eine Boje oder einen Leuchtturm: Gute Info-Filter weisen fachliches Know-How, Medienkompetenz und thematisches Urteilsvermögen auf und können einen hohen Grad an Glaubwürdigkeit erlangen. Institutionen, die bereits über ein ausreichendes Maß an Glaubwürdigkeit verfügen, können sich diese Themenkompetenz gerade in Info-Filtern zu nutze machen.

Good Practice: **BildungsBlog** ist ein Info-Filter zum Thema Bildung, Lernen und Lehren. Verlinkt wird hauptsächlich auf andere Weblogs und Internetseiten, die sich mit dem Thema Bildung auseinandersetzen. Im Gegensatz zu anderen Weblog-Formaten



werden Zeitungsartikel oder tagesaktuelle Medien nur begrenzt aufgegriffen. Das BildungsBlog richtet sich an alle Lehrenden - ob an der Schule, der Hochschule, im Bereich eLearning oder Erwachsenenbildung. In den einzelnen Kategorien werden zahlreiche Beispiele für die Unterrichtsgestaltung bereitgestellt. Vor allem der Einsatz neuer Medien und Formate steht im Mittelpunkt. In der Rubrik „EduBlogging“ findet der Nutzer sowohl Terminhinweise zu Veranstaltungen als

auch Studien, Broschüren und Software für den Einsatz von Weblogs in der Lehre. Das BildungsBlog ist ein Community-Weblog, jeder registrierte Nutzer ist aufgefordert, Beiträge zu verfassen und Kommentare zu schreiben – egal ob es sich um einen eigenen Text, die Beschreibung eines Projektes, einen Link zu einem guten Artikel oder einfach nur um eine Idee oder eine Frage handelt. Das Ziel ist, möglichst viele verschiedene Stimmen zu Wort kommen zu lassen.

URL: <http://bildung.twoday.net/>

9. Bildungsweblogs

Eine letzte aufzuführende Funktion von Weblogs ist die Unterstützung bestehender Bildungsangebote durch Netzwerkunterstützung und Wissensteilung. Dabei funktionieren solche Blogs oft als Projektmanagement-Tool innerhalb einer unterschiedlich großen Gruppe von Nutzern. Sie können etwa Forschungsarbeiten unterstützen, indem sie Forschungsergebnisse wiedergeben oder sich auf Forschungsergebnisse beziehen und diese diskutieren bzw. kommentieren. Seminare können auch zwischen den Offline-Terminen durch weitere Informationen wie Literaturhinweise, aktuelle Veröffentlichungen oder der Diskussion von Forschungsständen bereichert werden. Neben der Darstellung und Generierung von Forschungsergebnissen wirken sie auch wissenserhaltend als Knowledge- oder Wissensdatenbank („Knowledge Management“). Das KnowHow einer ganzen Gruppe kann hier über die Kommentarfunktion gesammelt und dokumentiert werden, Doppelarbeit und Abstimmungsprobleme können reduziert oder verhindert werden. Eine weitere Spielart von Bildungsblogs sind Weblogs, die im weitesten Sinne der Völkerverständigung dienen. Hierzu zählen Vernetzungsversuche etwa von Schülern in verschiedenen Schulen oder Nationen, Teilnehmer internationaler Austauschprogramme oder Organisatoren von internationalen Veranstaltungen. Als Management-Tool mit zentraler Webadresse und dezentraler Teilnehmerstruktur kann ein Weblog Gruppenorganisation dabei entscheidend verbessern und ist bisherigen Formaten wie Foren oder Mailinglisten erheblich überlegen.

Good Practice: **Belegblog** ist ein Weblog, das im Netzwerk mit drei weiteren Weblogs zur Unterstützung der Lehrveranstaltung „Collabor“ eingesetzt wurde. Collabor wurde während des Wintersemesters 2003/2004 von der FHTW-Berlin in Zusammenarbeit mit der Universität Linz und der Universität Salzburg unter der Leitung von Prof. Hans Mittendorfer abgehalten. Die Weblog-Plattform wurde im Rahmen der Veranstaltung auf- und ausgebaut und besteht aus den vier Weblogs zur Chronologie der Vorlesung, den audiovisuellen Vortragsinhalten, den Kurzbeschreibungen der



Seminararbeiten und zu den Anmerkungen des Dozenten. In dem Weblog zur Chronologie der Vorlesung stehen organisatorische Aspekte sowie Veranstaltungshinweise im Mittelpunkt. Zusätzlich werden Folien und Lehrmaterial aus der Vorlesung zur Verfügung gestellt. Die wichtigsten Vorträge wurden im zweiten Weblog audiovisuell aufgearbeitet und sind dort zum nochmaligen Anschauen abrufbar. Der Belegblog wird von den Studenten genutzt, um

Kurzfassungen ihrer Seminararbeiten einzustellen und auf das eigene Weblog zu verlinken. Zudem können Fragen an den Dozenten oder andere Teilnehmer gestellt werden. Der Dozent informiert auf seinem Weblog über Termine, Prüfungsthemen und den Fortgang der Korrektur der Arbeiten.

URL: <http://collabor.f4.fhtw-berlin.de:8080/antville/belege>

Die hier dargestellten Funktionen von Weblogs stellen eine angemessene Betrachtung verschiedener Einsatzfelder von Weblogs dar. Viele Weblogs verfolgen dabei mehr als eine Funktion. Die Bedeutung einzelner Funktionen innerhalb der Blogosphäre ist dabei heute nicht immer abzusehen – so kann derzeit keine Aussage darüber getroffen werden, ob sich netzwerkunterstützende Bildungsblogs als seminarbegleitende Maßnahme im wissenschaftlichen Bereich durchsetzen werden oder ob im Bereich Entertainment-Blogs weitere multimediale Anwendungen wie Video- oder Audioberichterstattung zum Einsatz kommen werden. Im Folgenden soll nun geprüft werden, welche der genannten Funktionen im Bereich der politischen Bildung relevant sein können.

Kapitel 4: Potenzial von Weblogs in der politischen Bildung

Die Einteilung möglicher Weblog-Formate nach verschiedenen Funktionen, wie im vorhergehenden Kapitel dargelegt, kann auch für den Einsatz von Weblogs im Bereich der politischen Bildung nutzbar gemacht werden. An dieser Stelle können lediglich einige Hinweise aus der Erhebung von Weblogs im Bereich der Politischen Bildung (Kapitel 5) und Hinweise aus den Experteninterviews mit eigenen Überlegungen verknüpft werden. Die nun zu skizzierenden möglichen Einsatzfelder von Weblogs im Bereich der politischen Bildung liefern dabei zunächst Richtungsmöglichkeiten. Mit Hilfe der entwickelten Anregungen sollen mögliche Handlungsoptionen aufgezeigt werden. Eine Konkretisierung der Ideen muss an dieser Stelle aber ausbleiben.

Zunächst ist auffällig, dass die befragten Experten uneins waren, ob eine Institution der politischen Bildung wie die bpb bessere Chancen hat, als direkter **Absender** eigener Weblogs aufzutreten, oder ob es aus Sicht eines großen Anbieters von politischer Bildung angebrachter wäre, lediglich als **Infrastrukturanbieter** für verschiedene Weblogs aufzutreten. Als direkter Absender müsste die Institution die redaktionelle Hauptarbeit leisten, Autoren identifizieren oder betreuen, Schulungen anbieten und redaktionelle und inhaltliche Konzepte entwickeln, die einen Mehrwert für den Leser oder Konsument der Weblogs versprechen. Als Anbieter einer Weblog-Infrastruktur wäre die Rolle der Institution eine gänzlich andere: Die Weblogs würden von mehr oder weniger betreuten Individuen oder Gruppen erstellt, eine redaktionelle Betreuung wäre nur in Grenzen möglich. Dafür aber böte die bpb das Umfeld für eine Blogosphäre, in der politische Bildung durch Beteiligung betrieben werden könnte. Als Infrastrukturförderer würde die bpb eher als netzwerkfördernde Institution wahrgenommen; die Aktivität der Weblogs könnte zum Beispiel als eine Vorstufe zur Beschäftigung mit politischen Themen gewertet werden.

Alle Experten waren sich einig, dass die bpb als Marke ein extrem interessanter und glaubwürdiger Akteur in der Blogosphäre sein würde. Grund sind die mit dem Namen der bpb verbundenen Merkmale wie „inhaltliche Qualität“ und „politische Neutralität“. Eine generelle Aussage, welcher der beiden skizzierten Wege – inhaltlicher Absender oder Infrastruktur-Bereitsteller – ein zielführender sein kann, ist aber nicht zu treffen. Deutlich ist, dass das Format Weblog projektgebunden und nicht generalisiert eingesetzt werden kann: „Der“ bpb-Weblog kann bei der Vielzahl von Themen, Projekten und Zielgruppen nicht konzipiert werden. Bei genauerer Betrachtung verschiedener Formate fallen aber einzelne potenzielle Einsatzmöglichkeiten auf, die es zu registrieren gilt.

Dabei bietet sich ein Abgleich mit der im vorhergehenden Kapitel erarbeiteten Unterscheidung nach Funktionen an.

Selbsthilfe / Ratgeber

Zur Vernetzung verschiedener Gruppen ist das Format Weblog durchaus einsetzbar, wie im vorhergehenden Kapitel gezeigt wurde. Im Bereich der Zielgruppe Schüler böte sich etwa ein Weblog an, der die Erfahrungen bei Schüleraustauschen sammelt und regional interessierte Nutzer zusammenführt. Auch zur Vernetzung von Partnerschulen

wäre ein solches Weblog von Interesse. Auch für vernetzungsinteressierte Lehrer sind Blogs denkbar und werden, wie das Beispiel des Blogs <http://lehrerfreund.de/> bereits gezeigt hat, erfolgreich eingesetzt.

Solche Formate, für die eine Institution der politischen Bildung zunächst nur den Rahmen (Infrastruktur) anbieten müsste, hätten den Charakter der „Help Yourself“-Organisation. Die Nutzer würden von gemachten Erfahrungen anderer profitieren und ihr gemeinsames Wissen abgleichen können. Ähnliche Formate sind bei zeitlich, regional oder thematisch begrenzten Projekten denkbar, in denen die Nutzer ihre Erfahrungen zum Wohl eines Projekts einbringen können und sollten.

Entertainment

Communities wie Dol2Day³⁷ haben bewiesen, dass der Zugang zu politischer Betätigung im Internet durchaus auch über politikfremde Themen geschehen kann. Die bpb hat dies ebenfalls erkannt und vermischt z.B. im Wahl-O-Mat spielerische Elemente mit politischer Bildung. Weblogs böten eine Gelegenheit, neben anderen Themen auch politikferne Angebote zu machen, die einzig das Ziel verfolgen, den Nutzern eine langsame Annäherung an Themen der politischen Bildung zu ermöglichen. Zudem steckt die Politik ja in Vielem – auch die Diskussion um das neuste Siemens-Handy kann zu einer Auseinandersetzung von wirtschaftlichen Zusammenhängen dienen, die Oscar-Verleihung zur Auseinandersetzung mit dem Film „Der Untergang“ ermuntern. Das Potenzial von Weblogs in diesem Bereich wurde in der vorliegenden Studie nur wenig ausgeleuchtet, da hier zunächst die politische Bildung bereit sein müsste, eine entsprechend offene Definition von „politischer Bildung“ vorzunehmen. Klar ist aber, dass ein Entertainment-Weblog alleinstehend keinen Mehrwert an sich für die politische Bildung verspräche.

Selbstentäußerung

Auch in der politischen Bildung wird die Selbstentäußerung von Einzelpersonen eingesetzt. Vor allem im Bereich „Geschichtsaufarbeitung“ kommt etwa den Berichten von Zeitzeugen eine große Bedeutung zu. Diese Zeitzeugen berichten in Büchern, Veranstaltungen, Lesungen oder Diskussionsrunden über ihre Erfahrungen – warum nicht auch in einem eigens eingerichteten Weblog, der von weitaus mehr Menschen gleichzeitig wahrgenommen werden kann? Gerade bei Themen, in denen nur noch wenige Zeitzeugen leben (z.B. Deserteure der Wehrmacht) oder weit entfernt wohnen (z.B. Emigranten, die vor dem Nationalsozialismus geflüchtet sind) böte sich eine Ergänzung der Zeitzeugen-Berichte durch ein Weblog-Format an. Durch die Kommentarfunktion kann die Diskussion auch Online stimuliert werden. Auch zeitlich begrenzte Weblogs sind dabei ohne weiteres denkbar.

Aber auch in aktuellen Themenbereichen, wie etwa der Demokratisierung einzelner Staaten wird häufig mit persönlichen Berichten Betroffener gearbeitet. Ein Weblog von Oppositionellen in anderen Ländern könnte einen unmittelbaren Eindruck von aktuellem politischen Geschehen in fernen Ländern geben; die Autoren könnten, falls gewünscht, aus einer anonymen Position heraus schreiben, um sich zu schützen (ähnlich dem

³⁷ <http://www.dol2day.com>

irakischen Blogger der ersten Stunde, „Salam Pax“³⁸). In Zeiten von Wahlkämpfen könnten wahlkampfbegleitende Projekte durch Politiker, Medienwissenschaftler oder Journalisten ergänzt werden.

Doch selbst in historischen Projekten könne Selbstentäußerungs-Weblogs als begleitende Maßnahme eingesetzt werden. Der z.B. in dem bpb-Projekt <http://www.chronik-der-mauer.de> dargestellte Zeitverlauf kann in die Struktur eines Weblogs überführt werden. Jeden Tag wird, analog zu dem Geschehen genau xx Jahre zuvor, einer der vorliegenden Texte eingestellt – die Vortäuschung einer Zeitreise. Einzelne Geschehnisse können so für einen Tag in das Zentrum des Interesses der Weblog-Leser gerückt werden, Nutzer können sich fortlaufend durch regelmäßiges Lesen „quasi nebenbei“ weiterbilden und mit Kommentaren oder Fragen auf einzelne Einträge reagieren. Entscheidend wäre dabei aber die weitergehende Begleitung durch einen Wissenschaftler oder Zeitzeugen, der das Weblog und die Nutzereinträge sachlich oder persönlich kommentiert und damit wieder lebendiger macht. Ähnlich der Formate „tagesschau vor 20 Jahren“ würde ein Rückblick geschaffen, der aber formatspezifisch durch Kommentare und Fragen der Nutzer und Betreuung durch einen Experten ergänzt würde – ein echter Mehrwert gegenüber bisher bekannten Formaten. Ein weiteres Beispiel wäre, Veröffentlichungen wie das Tagebuch der Anne Frank fortlaufend im Weblog-Format anzubieten. Dies wäre auch übertragbar auf die literarische Gattung des „Tagebuch-Romans“ wie z.B. „Die Leiden des jungen Werther“; hier verspricht ein Einsatz im schulischen Bereich ebenfalls noch viel ungenutztes Potenzial.

Journalistische Berichterstattung

In der politischen Bildung wird immer mehr auch mit aktueller, themenbezogener Berichterstattung gearbeitet (z.B. „fluter“). Der Einsatz eines Weblogs in diesem Bereich muss allerdings einen Mehrwert versprechen, der nicht zu erheblichen neuen Aufwänden führt. Denkbar ist aber, einzelne journalistische Formate wie Kurzmeldungen von vorne herein als Weblog anzubieten, um die Beteiligung der Nutzer jenseits von eventuell angeschlossenen Foren zu gewährleisten. Der Vorteil läge in einem leichter zu bedienenden Content Management System, in der strukturierteren Kommentar-Möglichkeit und in dem zusätzlichen Marketing innerhalb des Internet durch die Trackback-Funktion.

(Gegen-) Öffentlichkeit erzeugen

Anbieter politischer Bildung haben in der Regel die Aufgabe, politisches Bewusstsein anzuregen oder Grundlagen für politisches Handeln zu schaffen. Weblogs, die das Ziel verfolgen, (Gegen-) Öffentlichkeit zu erzeugen, sind meist stark interessengeleitet und kollidieren dabei vermutlich mit einem Anspruch der Überparteilichkeit. Jedoch sind Internetangebote wie etwa „BBC iCan“ (eine Website, auf der die Nutzer eigene Kampagnen unter dem Dach der BBC erstellen und nach Mitstreitern suchen können³⁹) auch im Bereich der politischen Bildung denkbar. Weblogs könnten einen ersten Schritt oder eine Ergänzung zu solchen Bürger-Enablings-Seiten darstellen.

³⁸ http://dear_raed.blogspot.com/

³⁹ <http://www.bbc.co.uk/dna/ican/>

Die Rolle der Institution, die politische Bildung betreiben will, könnte sich dabei auf die Bereitstellung einer technischen Infrastruktur beschränken. Denkbar ist etwa ein Weblog-Portal, in dem einzelne Weblogs von Schüler-Kampagnen gestartet werden können. Ein Weblog könnte etwa für eine Schulklasse gestartet werden, die eine Kampagne „gegen Bildungsabbau“ durchführt oder die ein experimentelles Projekt durchgeführt hat, dass auch für andere Schüler nachahmenswert ist (z.B. eine Schulklasse, die die Reaktionen der Bevölkerung testet, wenn ein vermeintlicher Rechtsextremer vermeintliche Ausländer in der Fußgängerzone zusammenschlägt). Hürde zur Einrichtung eines solchen Weblogs durch die bpb könnten sein: Die Projekte müssen übertragbar und nachahmenswert sein; sie müssen von mindestens einer Klasse über einen zu definierenden Zeitraum bespielt werden; ein Lehrer müsste ebenfalls Pate sein; sie müssen eine Verknüpfung von Online- und Offline-Aktivitäten erlauben. Die Schulklassen müssten somit die Patenschaft für einen solchen Weblog unter dem Dach der bpb übernehmen und dort von Ihren Erfahrungen ebenso berichten wie potenziellen Nachahmern Tipps und Anregungen für die Projektdurchführung geben.

Theoretisch kann dies auch zu einem Austausch verschiedener Schulen führen, der dann in der Offline-Welt fortgesetzt werden kann. Entstehen würde eine Art Projektdatenbank mit Berichten von neuartigen und niedrigschwelligen Projektformen, die auch die bpb für ihre Themenplanung nutzen könnte. Einer der Vorteile ist, dass die Weblogs auch lediglich über einen kurzen Zeitraum geführt werden könnten und dennoch Mehrwert versprechen würden.

Service-Blogs

Service-Blogs böten die Möglichkeit, eine selbstpflegende Struktur für Veranstaltungskalender oder Termine aufzubauen, die allerdings von der ausrichtenden Institution redaktionell geordnet werden müssten, um eine sinnvolle Struktur zu erhalten. In einem gemeinsamen Weblog könnten etwa alle Landeszentrale der politischen Bildung sowie die Bundeszentrale ihre aktuellen Termine veröffentlichen oder über geplante oder startende Projekte informieren. Das Weblog würde als zentraler Ort wahrgenommen, an dem zusammenhängende Terminhinweise sinnvoll gebündelt und verfügbar gemacht werden. Eine Sortierung nach Regionen oder Zielgruppen (Angebote für Schüler, Lehrer etc.) oder Themenschwerpunkten böte sich dabei an. Durch die Trackback-Fuktion und Kommentarfunktion kann ein solches Weblog mehr Nutzer erreichen als einfache Websites oder unterschiedliche Newsletter. Teilweise könnten Terminwebsites oder Terminnewsletter langfristig sogar in ihrer Bedeutung hinter einen Terminweblog zurückfallen, würden sich vermutlich aber nicht gänzlich überflüssig machen.

Marketingunterstützend

Ein weiterer Service ist für neuveröffentlichte Bücher denkbar: Kurzbeschreibungen von neuen Büchern könnten mit Bestellfunktion versehen werden, die Nutzer könnten ihre Fragen an das Buch („Gibt es weitere Veröffentlichungen zum Thema? Ich habe das Buch gelesen und finde es sinnvoll, weil ... etc.) direkt stellen.

Marketingunterstützende Blogs, die von einzelnen Personen betrieben werden, lassen sich vor allem als Tätigkeitsbericht von Mitarbeitern der Institution denken. Hierbei ist es von der Persönlichkeit, dem Engagement, der Offenheit des Autors und der

empfundenen Relevanz der angesprochenen Themen abhängig, ob ein Weblog auf Interesse stößt.

Die bpb könnte aber, erneut in der Rolle als Plattform (und nicht als Redaktion), die Funktion von Marketingblogs für die eigenen Zwecke nutzen. Denkbar ist etwa, dass jeder Politiker die Möglichkeit erhält, einen eigenen Weblog unter dem Dach der Bundeszentrale zu führen. Das Angebot könnte Hunderten von Politikern gemacht werden, die damit zum einen an eine interessante Zielgruppe herantreten könnten, zum anderen mit mehr Aufmerksamkeit rechnen können, als wenn sie diesen Service auf ihrer privaten Homepage anböten. Zudem würden die Politiker eventuell von den Lesern in einen Dialog gezogen, der andere Strukturen verfolgt als der herkömmliche Austausch zwischen Politikern und Wahlvolk. Aktive Politik-Blogger könnten sich in einer jungen Wählerschicht durch ihr Handeln einen Namen machen und für ihre Ziele werben. Politiker, die bisher kein Weblog haben, würden unter Druck gesetzt, weitere Diskussionsmöglichkeiten mit dem Wahlvolk anzubieten. Junge Menschen würden ermutigt, sich unter dem Dach der bpb mit Politikern und ihren Aussagen auseinanderzusetzen.

Denkbar ist dabei auch, Schülergruppen (Klassen) aufzufordern, zeitlich begrenzt Patenschaften für das Weblog eines Politikers in ihrem Wahlkreis zu übernehmen, dem Politiker die Vorzüge eines solchen Formats in einem persönlichen Gespräch zu verdeutlichen und per Kommentarfunktion in einen öffentlichen Diskurs einzutreten. Nebenbei würde dabei auf lokaler Ebene die (Offline-) Vernetzung von jungen Menschen mit Politikern gefördert.

Info-Filter

Beabsichtigt eine Institution der politischen Bildung, selbst redaktionell als Weblogger tätig zu werden, bietet sich vor allem an, die eigene Themenkompetenz unter Beweis zu stellen. Ausgehend von den Themen wie z.B. „der 11. September und die Folgen“ könnte eine tägliche Presseschau oder Netzfundstücke in einem Weblog präsentiert werden – dies lehnt sich eng an die Ursprungsfunktion von Weblogs an, als Weblogs vor allem zur besseren Darstellung von Netz-Fundstücken diene. Hintergründige Themendossiers würden als ergänzende Materialien verlinkt, im Vordergrund stünden aber aktuelle Hinweise auf Diskurse innerhalb des Netzes. Dies bietet sich auch für zeitlich begrenzte Vorkommnisse wie z.B. die Papstwahl an. Hintergrundinformationen und Autoren sind bei größeren Institutionen der politischen Bildung vorhanden, so dass in kürzester Zeit aktuelle Fundstücke präsentiert und mit den bereits vorhandenen Informationen gekoppelt werden könnten. Nutzer hätten die Möglichkeit, Ihre Meinung zu den genannten Quellen als Kommentar darzustellen. Die ausrichtende Institution würde innerhalb des Netzes durch Trackback-Verlinkung in breiten Kreisen ihre Themenkompetenz streuen können.

Bildung

Ebenso ist der Einsatz bei der Vernetzung von Partnerstädten oder Partnerschulen denkbar, das von verschiedenen Standorten bedient werden kann und vor allem dem Zweck des halböffentlichen gegenseitigen Austausches dienen würde. Eine weitere Einsatzmöglichkeit von Weblogs liegt in der Vor- und Nachbereitung von Seminaren, Konferenzen und Veranstaltungen, wie sie auch im wissenschaftlichen Bereich

eingesetzt werden. Materialien könnten einer Gruppe zur Verfügung gestellt werden, Themen vorgestellt oder gemeinsam evaluiert werden.

Bei Großprojekten wie „Projekt P“ oder „Wahlgäng“ könnte ein Gruppenweblog der Projektmacher die interne Kommunikation fördern und Vernetzung erleichtern. Extern ausgerichtete Weblogs dieser Projekte könnten für einen begrenzten Zeitraum verschiedenste Aufgaben übernehmen; von der Organisation der Anfahrt zu einer Großveranstaltung (Projekt P) bis hin zur Darstellung von öffentlichkeitswirksamen Aktionen (Wahlgäng) sind viele Formate vorstellbar, die auch für eine breitere Nutzerschaft gerade durch die Kommentar- und Trackbackfunktion interessant werden und von den Autoren als sinnvolle Ergänzung der eigenen Öffentlichkeitsarbeit oder thematischen Auseinandersetzung genutzt werden könnten. Bei Weblogs, die sich an eine breite Öffentlichkeit zu richten trachten, scheint allerdings eine Themenfocussierung sinnvoll, etwa „Beispiele von Jugendpartizipation“ (Projekt P) oder „Warum die Erstwähler-Wahlbeteiligung so schlecht ist“ (Wahlgäng).

An dieser Stelle konnten lediglich erste Ideen für den Einsatz von Weblogs in der politischen Bildung gesammelt werden. Deutlich wurde aber, dass das neue Format strategisch sinnvoll mit der Bildungsarbeit verknüpft werden kann. Deutlich wurde auch, dass sich der redaktionelle Aufwand beim Betrieb eines Weblogs gut eingrenzen lässt. Grundvoraussetzung ist aber eine offene Haltung gegenüber eventuell kritischen Nutzer-Kommentaren; die Formulierung von Kritik müsste dabei als Chance, und nicht als institutionelle Bedrohung wahrgenommen werden. Nur in einem solchen Freiraum sind Weblogs denkbar, die das bereits erreichte Maß an institutioneller Glaubwürdigkeit, das die bpb bereits erreicht hat, noch übersteigen würden.

Kapitel 5: Politische Bildung in Weblogs findet bereits statt

Im Folgenden wurden rund 70 Weblogs identifiziert, deren Inhalte und Struktur bereits auf eine Nutzung der Weblogs im Dienste der politischen Bildung hinweisen. Diese Auswahl kann zunächst lediglich einen kurzen Einblick in die Vielfalt der beobachteten Bildungs-Blogosphäre bieten. Dennoch wurde die Zusammenstellung erarbeitet, da von der möglichen Nutzbarmachung der Beispiele ausgegangen wird. Auch zur Identifizierung von Kooperationspartnern und zur Darstellung der Themenbreite soll die Zusammenstellung genutzt werden können. Gleichzeitig kann mit dieser Liste kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden.



Anonymer Netzplatz. Ein privates Weblog mit einem relativ engen Fokus. Thema ist Datensicherheit und Datenschutz. Der Autor beschickt seinen Blog mit Links und Kommentaren zu diesem Thema. Er gliedert sich damit in die lange Reihe der im Bereich Bürgerrechte engagierten Weblogs ein. <http://anonym.trumpkin.de/>



AkadNet versteht sich als News-Portal und Netzwerk. Das Gründungs- und Betreibersteam will Akademikern aller Fachrichtung die Möglichkeit zum Wissens- und Erfahrungsaustausch geben. Zudem wird über Veranstaltungen und Neuigkeiten aus der Welt der Wissenschaften berichtet. In Zukunft soll das Networking per Weblog durch tatsächliche Treffen ergänzt werden. <http://akadnews.twoday.net/>



Archivalia ist ein privates, nichtgewerbliches Gemeinschafts-Weblog von Dr. Klaus Graf. Laut Selbstausskunft findet all jenes, was mit der Berufspraxis von Archivaren und den Informationswünschen von Archivbenutzern zu tun hat, hier statt. Dieses Weblog ragt durch seine hohe Qualität, seine Informationsdichte und ein breites Spektrum an Rubriken weit aus der Masse der Weblogs heraus. <http://archiv.twoday.net/>



attac Agrarnetz. Dieses mehrsprachige Weblog berichtet mit journalistischen Beiträgen aus verschiedenen Ländern zu Themen rund um Landwirtschaft und Ernährung. Wichtigste Themen sind EU-Agrarpolitik, Gentechnik und WTO. Wie viele Weblogs hat auch dieses kein Impressum, so bleiben auch hier Autoren und Interessen im Dunkeln. <http://agrarnetz.blogg.de/>



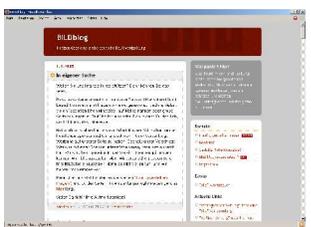
Axel Schäfer. Endlich ein Weblog eines Politikers. Hier informiert der Bundestagsabgeordnete Axel Schäfer über seine Arbeit als Politiker und über Themen die ihn interessieren oder mit dem Netz zu tun haben. Leider hat das Weblog weder eine Kommentar- noch eine Trackbackfunktion. Damit bleiben als Unterschiede zu einer normalen Website nur noch technische Aspekte und die zentrale Textrolle.
<http://www.axelschaefermdb.de/>



Behindertenparkplatz von Christiane Link ist ein Themenblog zum Thema Behindertenrechte und Gleichstellung. In dreizehn Kategorien werden Artikel und Kommentare rund um dieses Thema veröffentlicht. Ziel ist, eine größere Öffentlichkeit für das Thema herzustellen und die Gleichstellung der Menschen voranzubringen.
<http://www.ortegalink.com/blog/>



Belegblog. Das Belegblog war ein seminarbegleitendes Weblog eines Verbundseminars der Universitäten Linz, Salzburg und der FHTW Berlin. Zur Veranstaltung gab es mehrere Blogs (siehe **collabor**). Dieser diente der Koordination von Studienarbeiten mit dem Professor und der Studenten untereinander.
<http://collabor.f4.fhtw-berlin.de:8080/antville/belege>



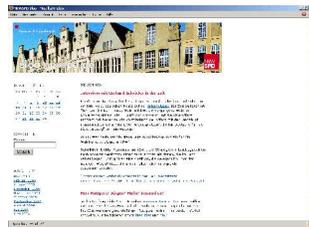
BILDblog ist ein Watch-Blog mit „Notizen über eine große deutsche Boulevardzeitung“. Vier Menschen um den Journalisten Christoph Schultheis recherchieren Artikel der Bild-Zeitung nach und halten Ungereimtheiten und Fehler für alle interessierten Leser fest. Das Motiv: „Eine Zeitung, die eine solche Aufmerksamkeit erhält, hat eine besondere Verantwortung. Dieser Verantwortung kommen die Bild-Macher häufig nicht nach.“
<http://www.bildblog.de/>



Bildung. Dieses Weblog ist ein gutes Beispiel für das Potential und die Motivationschwierigkeiten die sich mit Weblogs verbinden. Das Weblog heißt Bildung, der erste Eintrag handelt von der IT-Ausstattung deutscher Schulen. Daraus könnte ein gutes Watchblog oder Journalistenblog werden. Leider ist es bei diesem ersten Eintrag geblieben.
<http://bildung.blogg.de/>



Bildungsblog.de bezeichnet sich als Community-Weblog rund um Bildung, Lernen und Lehren. Das Blog bietet allen interessierten Menschen die Möglichkeit, Informationen über Veranstaltungen und Themen selbst zu informieren und informiert zu werden. <http://bildung.twoday.net/>



blog.nrwspd.de. Dieses Parteienblog ist ein reines Marketing-Instrument, welches der SPD ein junges Image verpassen soll. Es funktioniert auch als Wahlkampfplattform und Kommunikationsinstrument von SPD-Mitgliedern und SPD-Interessierten. <http://blog.nrwspd.de/>



Blogspatzen. Die fünf Betreiber dieses Weblogs verstehen sich als sozialdemokratische, politikinteressierte Bürger Nordrhein-Westfalens und wenden sich an den politisch interessierten Mitbürger ihres Bundeslandes und darüber hinaus. Das Weblog ist sowohl Info-Filter als auch (Gruppen-) Service-Blog. Dem Selbstverständnis entsprechend überwiegen sozialdemokratische Themen. <http://www.blogspatzen.de/>



blog.tagesschau.de. Auch die tagesschau hatte ihr eigenes Blog. Hier wurde mit den Möglichkeiten schnell, persönlich und direkt, professionellen, teilweise auch privaten Journalismus betreiben zu können experimentiert. Der letzte Eintrag datiert vom 20.01.2005. <http://blog.tagesschau.de/>



Buchblogger. Im Weblog der Fachautorin und Journalistin Carola Heine dreht sich alles um Bücher. Wie man sie schreibt, wo man sie finden kann, welche Bücher lesenswert sind, usw. Die Funktion ihres Weblogs bewegt sich zwischen Info-Filter- und Service-Weblog. <http://www.buchblogger.de/index>



Buchmenschen. In diesem Weblog kommentiert der Autor Philip Steffan Nachrichten und Ereignisse rund um das Thema digitales Wissen. Das Motto lautet: „Ein Weblog über freies Wissen“. Neben den Kategorien Wissen, Kunst und Recht wird der Schwerpunkt auf das Thema Creative Commons gelegt. <http://www.buchmenschen.de/>



Bremer Jugendring Mit diesem Weblog informiert der Bremer Jugendring e.V. über seine Arbeit und veröffentlicht Artikel zu Themen, die Jugendliche interessieren. Gleichzeitig werden Termine veröffentlicht und es wird der Versuch unternommen, Jugendgruppen zu vernetzen. <http://www.ev-jugend.de/bjr/>



[btp] Die Buddhistische TagesPresse wird von Werner Liegl betrieben. Es handelt sich um ein nicht-professionelles, journalistisches Weblog. Gesammelt werden aktuelle Meldungen aus Online-Tageszeitungen rund um das Thema Buddhismus. So zum Beispiel die Kondolenzbotschaft des Dalai Lama zum Tod von Papst Johannes Paul II. <http://www.buddhistische-tagespresse.de/>



collabor kooperatives lernen. Dieses Weblog war ein seminarbegleitender Weblog eines Verbundseminars der Universitäten Linz, Salzburg und der FHTW Berlin (siehe **Belegblog**). Das Weblog diente der Kommunikation und Information der Kursteilnehmer untereinander sowie des Seminarleiters. Blogbeiträge waren Bestandteil des Seminars. <http://collabor.f4.fhtw-berlin.de:8080/antville/course/>



Das Blog zu Werner Stangls Arbeitsblättern. Das Weblog von Werner Stangl, Professor an der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Johannes Kepler Universität Linz, befasst sich insbesondere mit den Gebieten Lehren und Lernen, der pädagogischen Psychologie und der Entwicklungspsychologie. Es wendet sich vor allem an Studenten, aber auch an alle interessierten User. Im Weblog wird auf externe und eigene Quellen zum Thema verwiesen. Stangl verweist auf Außergewöhnliches und Kurioses in seinem Fachgebiet und kommentiert seine Fundstücke fachkundig. <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/blog/default.shtml>



Das Bürgerportal ist ein offenes Blog. Hier kann jeder Mitglied werden und eigene Beiträge zu politischen Themen eintragen. Thematisch wird ein weiter Bogen von der Pisa-Studie über Hartz IV bis zur Visa-Affäre gespannt. Bewußt werden jüngere Menschen angesprochen. <http://www.buergerportal.de/>



Das E-Business Weblog. Die Selbstbeschreibung lautet: „Internet, IT, Management, Zukunft. Die Welt aus Sicht eines Consultants“. Dieses Weblog ist ein Weblog im ursprünglichen Sinne - ein Arbeitstagebuch. Hier kann nachgelesen werden, womit sich der Autor beschäftigt und woran er arbeitet. Da sich bei ihm beruflich alles um das Internet dreht, ist das Weblog kompetent und spannend. <http://www.roell.net/weblog/>



Demokratischer Blog. Dieses neue Weblog hat sich mehrere Dinge vorgenommen: über demokratische Entwicklungen zu berichten, eine Medienrundschau anzubieten, Demokratietheorien vorzustellen und Gastautoren zu Wort kommen zu lassen. Diskussionen sollen so angeregt und forciert werden. <http://demokratischer.blogg.de/>



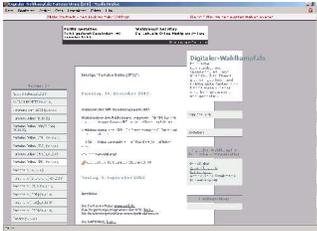
Der Lehrerfreund ist ein Ratgeber-/Selbsthilfe-Weblog von einem Lehrer für Lehrer. Mehrmals wöchentlich werden kommentierte Links zu Seiten mit Materialien und Tipps, Unterrichtsmaterialien aus der Praxis und News zu Bildung (-spolitik) und unterrichtsrelevantem Weltgeschehen veröffentlicht. Zusätzlich erhalten alle Abonnenten des Newsletters die besten Beiträge als monatliche Zusammenfassung. <http://www.lehrerfreund.de/>



Der Spindoktor ist ein investigatives Weblog welches versucht „den Spin hinter den Nachrichten“ aufzudecken. Dabei soll Politikern und PR-Agenturen auf die Finger geschaut werden. Dieses semiprofessionelle Weblog wird von Stefan Krempf und Daniel Delhaes, zwei Journalisten, herausgegeben und gehört in die Kategorien Gegenöffentlichkeit und Journalismus. <http://www.spindoktor.de/>



Die Webthemen. Wiederum ein Weblog aus der Kategorie nichtprofessionelle Berichterstattung. Neben den „Links der Woche“ kann man in 14 Rupriken wie etwa Netzwelt, Politik, Weblogs oder Mozilla nachlesen, was der Autor so alles im Netz gefunden hat und für kommentarwürdig hält. Ein schönes Beispiel für private Weblogs. <http://www.webthemen.de/>



digitaler Wahlkampf. Dieses Weblog ist als Versuch zu werten, die Internetauftritte der Parteien zum Bundestagswahlkampf 2002 kommentierend zu begleiten. Politischer Kommunikation sollte hier ein Forum gegeben werden. Nur sehr selten werden Links gesetzt.

<http://digitalerwahlkampf.20six.de/>



DJO Blog. Ein Notizbuch zu Politik, Medien und Beratung – so die Selbstbeschreibung des Weblogs von Dirk Johannes Oestreich. Das Blog diente ursprünglich dazu, Wissenswertes aus diesen Bereichen jedermann zugänglich zu machen. Das Weblog ist auch als Selbsterfahrungsinstrument des Politikstudenten gedacht.

<http://www.djo4.de/blog/>



e-Literate. Michael Feldstein arbeite seit 1996 im eLearning-Bereich und möchte nach eigenem Bekunden in seinem Weblog die Geschichte darüber erzählen, was er über Online-Learning in seinem Leben gelernt hat. Der Autor wendet sich vor allem an Menschen, die selber im Netz veröffentlichen wollen und bietet hierfür zahlreiche Tipps, die über das rein Technische hinausgehen. Das Weblog bewegt sich zwischen Info-Filter-Blog, Bildungsblog und Service-Blog. Der Inhalt dreht sich zum Großteil um das Thema eLearning.

<http://mfeldstein.com/>



Europhonie. Das Weblog von Dietmar Schulz ist ein Medienfilter mit persönlichen Kommentaren des Autors. Zielgruppe ist die politisch interessierte Öffentlichkeit. Inhaltlich bewegt sich das Weblog nach Eigenangabe vor allem im politischen und wirtschaftlichen Bereich. Kommentiert wird vor allem das aktuelle Tagesgeschehen.

<http://europhonie.blogg.de/>



Exactly 2 C worth. Ein Weblog aus dem englischen Sprachraum. Hier schreibt David Warlick gelegentlich Gedanken zu den Themen Bildung, Lehren und Lernen auf. Dieses Weblog erzählt aus dem Alltag eines Lehrers und über die Probleme einer modernen Gesellschaft.

<http://davidwarlick.com/blog/>



Gegen Studienabbau und Bildungsabbau in Hessen. Das Protest-Blog ist ein Kampagnen-Weblog von Studierenden für Studierende. Themenschwerpunkt sind Proteste gegen Studiengebühren und Bildungsabbau in Deutschland. Das Weblog dient auch der Vernetzung der Hochschulen verschiedener Städte. <http://protest.blogger.de/>



Geschichten aus dem Bundestag erzählt der fiktive Bundestagsabgeordnete Jakob Maria Mierscheid in seinem Weblog. Dabei geht es weniger um große Politik, sondern vielmehr um die kleinen Ereignisse am Rande: z.B. der Grünen-Abgeordneten Christian S., der sein Fahrrad vor dem Bundestag aus dem Kofferraum holt; oder eine Abgeordnete aus Oldenburg, die über Nacht die Polizei auf Trab hält. <http://parlament.blogg.de/>



Greenpeace ist ein Weblog, das von der Umweltschutzorganisation Greenpeace marketingunterstützt eingesetzt wird. Die Beiträge sind in englischer Sprache verfasst. Im Mittelpunkt stehen Reportagen über Aktionen und Kampagnen der Umweltschützer. Themen sind zum Beispiel die Rettung der Delphine, der Nordsee und des Sámi Reindeer Forests. <http://weblog.greenpeace.org/>



Infodienst der Stadtbücherei Altena. Das Blog der Stadtbücherei Altena ist ein reiner Service-Blog und wendet sich an das enge Umfeld der Offline-Nutzer der Stadtbibliothek. Es wird auf Veranstaltungen der Bibliothek, Öffnungszeiten und Vergleichbares hingewiesen. <http://stadtbuechereialtena.twoday.net/>



Infoklick.ch. Dieses Weblog der Kinder- und Jugendförderung Schweiz schreibt über Themen, die Jugendliche interessieren oder interessieren sollten. Es wird etwa über den „Tag des Kindes“ oder über eine neue Skateranlage in Zug berichtet. In über 30 Kategorien besteht ein reicher Fundus an journalistischem Content. <http://www.klicknet.ch/wordpress/index.php?cat=7>



JOB Arbeitslos? Tipps und Informationen. Dieses Blog gibt Tipps aus der Praxis für all jene, die auf der Suche nach Arbeit sind. Tagesaktuell wird über Arbeitsangebote, Fortbildungen und Seminare aus der Region rund um Wien informiert. Das Blog könnte zur Schaffung einer Arbeitslosenlobby beitragen. <http://arbeitslos.twoday.net/>



Jugendserver Schleswig-Holstein. Der Landesjugendring Schleswig-Holstein informiert hier über eigene Aktivitäten und jugendrelevante Veranstaltungen. Gleichzeitig werden aber auch historische oder politische Themen mit aktuellem Bezug (etwa die Bonn-Kopenhagener Erklärung) aufgegriffen und erklärt. <http://www.jugendserver-sh.de/index.php>



Justbox dreht sich um das Thema Bücher. Christian Renner stellt neue Bücher vor, verlinkt zu Rezensionen in Tageszeitungen und Online-Medien und verweist auf Veranstaltungen wie die Vorlesungen der freien Autorin Monika Maron zum Thema Schreiben. In der Kategorie „Autoren“ gibt es Informationen über Schriftsteller. <http://justbox.blogg.de/>



Klick-nach-rechts.de hat einen eigenen Presseschau-Weblog eingerichtet. Hier werden gezielt Pressestimmen zum Thema Rechtsextremismus gesammelt, veröffentlicht und kommentiert. Das Weblog ist dabei ein Nebenprodukt des großen Klick-nach-rechts.de Portals. <http://www.klick-nach-rechts.de/presse/ps/index.php>



Landesweit-gegen-Studiengebühren. Für Kampagnenweblogs ist dieses Weblog ein typisches Beispiel. Studenten haben sich hier zusammengeschlossen um für ein bestimmtes Ziel („Keine Studiengebühren“) Koordination und Öffentlichkeit herzustellen. Beim Erreichen seiner Ziele kann das Weblog beendet werden. <http://www.gegen-studien-gebuehren.de/>



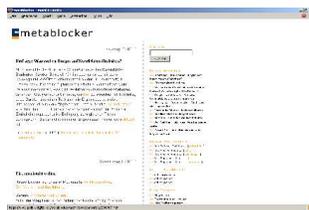
law blog. Dieses Blog von Udo Vetter berichtet aus dem Alltag eines Rechtsanwalts. Witzige Anekdoten über den Juristenalltag und Kommentare zum Tagesgeschehen wechseln sich ab. Dieser persönliche Blog besticht vor allem durch seine juristische Sachkompetenz. <http://www.lawblog.de/>



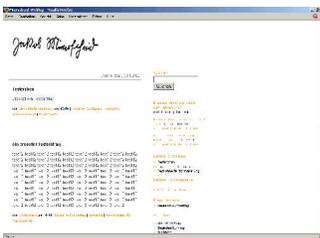
Lernpfade. Der Autor dieses Blogs nennt sich Pit. Das Weblog hat es sich in seinem Selbstverständnis zur Aufgabe gemacht, „Lernpfade durch den eLearning-Dschungel“ zu schlagen und wendet sich an alle am Thema Interessierten. Das Weblog ist ein Informationsfilter mit ausführlichen persönlichen Kommentaren. <http://elch.blogs.com/lernpfade/>



Marie goes sms cam ist das Weblog der österreichischen Grünen-Politikerin Marie Ringler. Sie dokumentiert und kommentiert alles, was ihr in ihrem politischen Alltag unter die Linse ihrer Handy-Kamera kommt. Das Weblog wird per MMS und SMS bespielt. <http://mariegoessmscam.twoday.net/>



Metablocker. Hier wird mit hoher Frequenz Interessantes aus den Themengebieten eDemokratie, eGovernment, der Netzwelt und dem Arbeitsalltag eines Internetmagazins gebloggt. Das Weblog wird von den Redakteuren und einigen Gastautoren von politik-digital.de betrieben. Es handelt sich beim Metablocker um eine Mischung aus Marketing-Instrument und journalistischen Kurzmeldungen. <http://www.politik-digital.de/metablocker/>



Mierscheid-Blog. Jakob Maria Mierscheid ist ein von der SPD erfundener SPD- Bundestagsabgeordneter. politik-digital.de erreichte in seinem Namen einen Weblog, um Politikern vor Augen zu führen, wie eine alternative Politikberichterstattung aus dem Bundestag per Weblog aussehen könnte. Nutzer erhalten personalisierte Einblicke in das Alltagsleben des Bundestags. <http://www.politik-digital.de/mierscheid/>



my blog ist das Tagebuch-Weblog der Vizepräsidentin der Europäischen Kommission, Margot Wallström. Hier erzählt sie von ihren zahlreichen Reisen und Begegnungen mit Menschen. Aber auch Ereignisse wie der Tag des In-Kraft-Tretens des Kyoto-Protokolls oder der Weltfrauentag werden von Margot Wallström aufgegriffen und in einem persönlichen Ton kommentiert. Das Weblog enthält viele Bilder. <http://weblog.jrc.cec.eu.int/page/wallstrom>



Netbib. Dies ist der kleine Bruder von **Archivalia**. Hier tauschen sich die Mitglieder der Bibliotheksszene untereinander aus und verbreiten Neuigkeiten. Zusammen mit **Archivalia** kann der Weblog-Verbund ein mächtiges Werkzeug sein, um eine Wissenschaftsgemeinschaft zusammenzuhalten. <http://log.netbib.de/>



Netzlernen. Yvonne Vignoli und Miriam Fischer betreiben gemeinschaftlich dieses Weblog, in dem sie Notizen zum Thema „Cyberlearning“ einstellen. Yvonne Vignoli hebt die Bedeutung der Blogosphäre als Wissensnetzwerk hervor. Die beiden Frauen stellen eigene Themen aus dem Bereich eLearning vor und verweisen dabei auf zahlreiche Quellen im Netz. Die Seite ist ein Info-Filter mit starkem eigenrecherchierten Anteil. Zielgruppe sind Lehrer, Studenten und am Thema Interessierte. <http://netzlernen.kaywa.ch/>



Netzpolitik.org ist ein klassischer Vertreter des privaten Journalistenblogs. Markus Beckedahl schreibt hier über alles, was die Netzgemeinde bewegt oder noch bewegen könnte. Dabei ist der Name Programm. Das Weblog hat einen strengen Fokus auf Freie Software und alles, was mit Informationsalternativen und Informationsgesellschaft zu tun hat. <http://www.netzpolitik.org/>



Nordenhamerbücherei. Das Weblog der Stadtbücherei Nordenham ist ein Service-Blog, der auch Info-Filter-Funktionen übernimmt. Neben Hinweisen auf neue Bücher und Organisatorisches wird auf Veranstaltungen der Bücherei aber auch der Stadt Nordham hingewiesen. Zielgruppe sind die Bürger der Stadt. <http://nordenhamerbuecherei.twoday.net/>



Pickings.de. Dies ist eine subjektive Presseschau im Weblogformat einer kleinen Redaktion. Ziel ist es, schöne Texte aus Tageszeitungen zu veröffentlichen und so nach und nach ein öffentliches Archiv aufzubauen und den Menschen im Informationsdschungel ein wenig an die Hand zu nehmen. <http://www.pickings.de/>



Pisa – Das Bildungsweblog. Der Betreiber von Pisa hat es sich zur Aufgabe gemacht, die kleinen Bildungslücken, die jeder hat, zu schließen. Aus diesem Grund werden Informationen zu zahlreichen Themen, wie Erdkunde, Literatur, Politik, Geschichte, Chemie und Biologie angeboten. „So kann man jeden Tag ein bißchen dazu lernen“, heißt es in der Selbstbeschreibung. Und tatsächlich sind die Beiträge sehr aufschlussreich. <http://www.blogigo.de/pisa>



Polis. Laut Selbstbeschreibung bietet das Blog „politics, media and more“. Wiederum ein Weblog der nichtprofessionellen Journalismus-Kategorie. Der Autor bloggt hier über Weltanschaulichkeiten und bietet Kommentare zum Weltgeschehen. Wie üblich werden auch Fundstücke aus dem Netz verlinkt und kommentiert. <http://polis.kaywa.ch/>



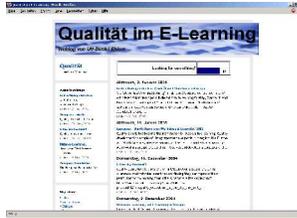
Politik Blog. Hierbei handelt es sich um ein Weblog der Kategorie Gegenöffentlichkeit. Hier wird über klassische linke Themen berichtet wie Hartz IV, Nazis und Polizeigewalt. Mit den spärlichen Einträgen wird auch eine Presseschau erstellt, die zumeist auf indymedia verlinkt. <http://www.politik-blog.de/>



Politikvisuell beschäftigt sich mit der visuellen Seite von Politik. Christian Hochhuth greift politische Karikaturen, Fotomontagen und Bilder von Politikern auf, um mit Hilfe dieser das politische Geschehen zu kommentieren. Es soll deutlich gemacht werden, wie stark die Politik nicht nur von Inhalten, sondern auch vom Bildlichen abhängig ist. <http://politikvisuell.twoday.net/>



Publizistik in Berlin ist ein studentisches, nicht-kommerzielles Projekt, das von Alexander Koenitz und Holger Dieterich betrieben wird. Jeder, der sich als Journalist oder Weblogger fühlt, ist aufgefordert, sich an diesem Weblog zu beteiligen. Das Themenspektrum umfasst alles, was mit Journalismus, Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit zu tun hat. Zudem werden Lernhilfen angeboten. <http://publizistik-in-berlin.de/>



Qualität im E-Learning. Dieses Weblog von Ulf Daniel Ehlers ist zweisprachig. Hier veröffentlicht der Autor Artikel in loser Folge zum Thema eLearning, manchmal auch Interviews mit sich selbst. <http://www.lernqualitaet.de/>



Rechtsextremismus. Der freie Journalist und Publizist Volker A. Gäng wendet sich mit seinem Weblog an alle am Thema Interessierten. Das Weblog ist eine Mischung aus einem Info-Filter- und einem Service-Weblog. Es findet eine tägliche kommentierte Medienrundschau zum Thema Rechtsextremismus statt und es wird auf Veranstaltungen im deutschsprachigen Raum verwiesen. <http://rechtsextremismus.blogspot.com>



Res Publica. Das Weblog „Res-Publica“ ersetzt die Informationsseite www.Respublica.de, die seit 1998 im Netz stand. Der Betreiber „Kiwi“ wendet sich an die politisch interessierte Öffentlichkeit und verlinkt und kommentiert zur aktuellen Berichterstattung über Politik in Deutschland, Europa und der Welt. Seine Funktion ist die eines Info-Filters mit teilweise ausführlichen Kommentaren. <http://www.blogigo.de/res-publica>



Rhein-Main Weblog für das Rhein-Main-Gebiet. Ein Weblog von vielen regionalen Weblogs der opus forum online community. Hier werden Informationen rund um die Region veröffentlicht, zumeist jedoch ausführliche Veranstaltungshinweise wie etwa das Rheingau-Festival oder politisches, etwa über den Besuch von George W. Bush in Mainz. <http://www.opusforum.org/weblogs/rhein-main/>



Sowa ist ein deutsch-polnisches Weblog das in beiden Sprachen über aktuelle und historische Ereignisse berichtet. Themenschwerpunkte sind die deutsch-polnischen Beziehungen und alles, was durch das Leben im jeweiligen Nachbarland zum Thema wird. <http://sowa.blogg.de/>



Sozialinformatik Weblog. Dieses Weblog wendet sich nach eigenen Angaben an Fachleute aus dem Bereich Sozialinformatik. Betreiber ist Reto Eugster, Leiter des Studiums Sozialinformatik an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Soziale Arbeit St. Gallen. Die Funktion des Weblogs bewegt sich zwischen Info-Filter und Bildungsblog. Inhaltlich deckt das Weblog die Bereiche Medienpädagogik und Informatik ab.
<http://sozialinformatik.ch/>



Stauferkreisbibs. Das Weblog für Bibliothekare des Stauferkreises dient neben dem Informationsaustausch der Bibliotheken des Landkreises auch als Info-Filter für eine größere Öffentlichkeit. Neben spezifischen Inhalten zu den Bibliotheken wird auch auf interessante Inhalte im Internet aus dem Themenfeld der Bibliothek hingewiesen.
<http://stauferkreisbibs.blogg.de/>



The Fundamental Principles of the European Constitution. Dieses mehrsprachige Weblog thematisiert alles rund um die Europäische Union. Autoren aus ganz Europa veröffentlichen und diskutieren hier Neuigkeiten und Hintergründe über Themen, die in ihren Ländern gerade auf der Europa-Tagesordnung stehen, wie etwa das mögliche französische Nein zur EU-Verfassung.
<http://blogs.unige.ch/droit/ceje/dotclear/index.php/>



Unfrisierte Gedanken. Das persönliche Weblog von Marco Kaltz beschäftigt sich hauptsächlich mit den Themen e-Learning, Bildungstechnologie und Mediendidaktik. Persönliche Gedanken und Erlebnisse werden bewußt eingebaut.
<http://blog.marcokaltz.de/>



Vertretbar Weblawg ist das Ratgeber-Weblog von Sascha Kremer zum Thema Recht. Das Motto lautet: „Gedanken, Meldungen & Rechtsprechung zum Informations-, Zivil- und Wirtschaftsrecht.“ Die Kategorien sind unter anderem Arbeitsrecht, Handelsrecht, Rechtsgeschichte und Urheberrecht. Zudem findet sich eine umfassende Linkliste mit Weblogs zum Thema Rechtswissenschaft und Justiz.
<http://weblawg.saschakremer.de/>



Webloginfo. Wie der Name dieses Weblogs verrät, wird hier über die neuesten Möglichkeiten von Weblogs berichtet. Der Fokus liegt auf E-Learning, Bildung und Wissensmanagement. So werden zum Beispiel eine umstrittene Weblogstudie oder die neuen Möglichkeiten von Content-Management-Systemen besprochen. <http://www.webloginfo.de/>



Weblog Menschenrechte. Im Weblog Menschenrechte greift Claudia Kilian tagesaktuelle Nachrichten zum Thema Menschenrechte auf. Die Kategorien sind unter anderem Folter, Kinderrechte, Frauenrechte, Rassismus und Todesstrafe. In der Kategorie „Erklärung der Menschenrechte“ sind die 30 Artikel der Allgemeinen Erklärung für Menschenrechte zum Nachlesen aufgelistet.



Weiterbildungsblog. Dieses Weblog ist ein Weblog von Weiterbildungern für Weiterbildungler. Jochen Robes, der Autor, ist auf diesem Gebiet tätig und veröffentlicht hier Termine, Arbeitsberichte und Wissenswertes aus seinem Alltag und dem Kosmos Weiterbildung. <http://www.weiterbildungsblog.de>



Whoswho Weblog. Ein Weblog rund um E-Learning. Das Weblog ist ein Weblog der „who is“ Suchmaschine. Man kann das Weblog daher als reines Marketing-Instrument klassifizieren. Die Berichterstattung ist überdurchschnittlich gut. <http://www.digitale-transformationen.de/blog/>



Wortfeld. Ein privates Weblog eines Journalisten vom Norddeutschen Rundfunk, welches der ursprünglichen Idee der Linkliste noch recht nahe kommt. Links aus den Bereichen Medien- und Netzpolitik, die auf Fundstücke im Netz verweisen, überwiegen den redaktionellen Anteil deutlich. <http://www.wortfeld.de/>



Zeit Blogger Salon. Die Wochenzeitung „Die Zeit“ bloggt ebenfalls. Zwar ist die Veröffentlichungsfrequenz recht niedrig, doch kann man den Zeit Blog mit Recht als einen Metablog betrachten. Hier wird fast ausschließlich über andere Blogs gebloggt. <http://blogg.zeit.de/salon/>



zmi. Das Zentrum für Medien und Interaktivität der Uni Giessen hat laut Selbstbeschreibung ein eigenes Weblog. Hier wird über ZMI-spezifische Inhalte, aber selbstverständlich auch über alles rund um Blogs und Internet gebloggt. Leider fehlen Kommentar und Trackback Funktionen, so dass unklar ist, ob es sich hierbei noch um ein Weblog handelt. http://www.zmi.uni-giessen.de/home/alle_blog.php

Kapitel 6: Experten-Interviews

Zur Überprüfung der in dieser Studie vorgestellten Schematisierung nach Funktionen von Weblogs haben die Autoren mehrere Experteninterviews durchgeführt. In eigens eingerichteten Chaträumen wurden die Experten in ein- bis zweistündigen Live-Chats nach Ihrer Meinung zu verschiedenen Themengebieten befragt. Als Grundlage der Gespräche diente ein Leitfragebogen, der die Bereiche

- „normative Fragen“
- „Qualitätskriterien und Zielgruppen“
- „Politische Bildung“
- „Visionen“

abdeckte. Die Interviews sind als lesenswerter Bestandteil dieser Studie dokumentiert. An dieser Stelle werden einige wenige Aussagen in eine vergleichende Perspektive gestellt.

Die Interviewpartner sind aus Sicht der Autoren einige der wichtigsten Weblog-Experten aus dem politischen Bereich im deutschsprachigen Internet. Die Experten sind alle aktive Blogger und treten innerhalb der Blogosphäre als Experten auf.

Jörg Kantel

Jörg Kantel, Jahrgang 1953, betreibt den Weblog [Schockwellenreiter](http://www.schockwellenreiter.de) (www.schockwellenreiter.de) und ist seit Mai 1994 EDV-Leiter am Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte.

Jan Schmidt

Der Wissenschaftler Jan Schmidt (www.schmidtmitdete.de/) forscht zu mediensoziologischen Themen (Institutionalisierung von Weblogs, Blog-Praktiken) und setzte Weblogs bereits zur Begleitung von Seminaren ein. Er promovierte über das Thema „Internet im lokalen Raum“.

Thomas N. Burg

Der Wiener Thomas Burg, Jahrgang 1964, betreibt den Weblog „Randgänge“ (www.randgaenge.de) und ist seit September 1997 Leiter des Zentrums für Neue Medien (früher: "Zentrum für Publishing und Media Management") an der Abteilung für Telekommunikation, Information und Medien an der Donau-Universität Krems.

Martin Röhl

Martin Röhl ist einer der bekanntesten Blogger im Bereich eBusiness (www.roell.net/weblog) und bietet hauptberuflich Beratungen zu Weblogs in der Unternehmenskommunikation an.

Don Alphonso

Don Alphonso (Pseudonym) ist Autor des Buches „Blogs“ und führt mit seinem Weblog (www.rebellmarkt.blogger.de) seine Aktivitäten in dem Bereich weiter, die er als der führende Informant der Website Dotcomtod.com begonnen hatte.

Björn Ognibeni

Björn Ognibeni betreibt das Weblog Artikel 20 (<http://blog.artikel-20.de/>). In seinem erfolgreichen und nicht kommerziellen Weblog kommentiert er politisches Geschehen. Leitmotto ist Artikel 20, Grundgesetz: „Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus“

Heiko Hebig

Der Hamburger Heiko Hebig arbeitete als Berater bei verschiedenen Internetfirmen und beschäftigt sich unter anderem damit, deutsche Versionen von MovableType und Typepad zu erstellen. Sein Weblog (<http://hebig.com/>) beschäftigt sich mit aktuellen Trends der Blogosphäre.

Im folgenden werden nur wenige Schlaglichter aus den Interviews aufgegriffen. Für eine generelle Übersicht empfiehlt sich die Lektüre der gewinnbringenden Gespräche.

Fast alle Experten stimmten in den Interviews überein, dass eine Einteilung von Weblogs nach ihren Funktionen sinnvoll erscheine. Ergänzend wurde weiterer Definitionsbedarf für den Begriff Bildungsblog eingefordert, ein Experte machte einen abweichenden Vorschlag für eine Einteilung.

Alle Experten sind überzeugt, dass vor allem die Zielgruppe der Schüler leicht über Blogs angesprochen werden kann, die als „ideale Zielgruppe“ beschrieben werden. Doch auch Lehrer werden als potenzielle Zielgruppe durchaus wahrgenommen. „Hier müsste vermutlich noch Schulungs- und Überzeugungsarbeit geleistet werden“, glaubt Jörg Kantel.

Allerdings drängen einige Experten zu schnellem Handeln. Es gelte „rechtzeitig ein Terrain zu besetzen“, sagt etwa Jörg Kantel. Der First-Mover-Status im Bereich der Weblogs sei nicht mehr lange einnehmbar, da die Zuwachsraten im Bereich Weblogs eine baldige Sättigung des Marktes vermuten ließen. „Der Augenblick ist jetzt richtig, wenn man in Deutschland mit Weblogs experimentieren will“, ergänzt Heiko Hebig.

Breiten Raum nahm in den Gesprächen die Frage ein, ob eine Institution der politischen Bildung eher als Absender oder Plattform-Anbieter im Bereich Weblogs auftreten solle. „Interessant wäre, wenn man sich als Enabler im Bereich Politik verstünde, und nicht als bloßer Broadcaster“, formulierte Thomas Burg.

Gleichzeitig wird hervorgehoben, dass das Bloggen als bloße „Pflichtübung“ nicht erfolgversprechend wäre. Vielmehr müssten engagierte Autoren gewonnen werden, die sich für das neue Format persönlich begeistern ließen. Der Autor müsse „mit Herz und Seele dahinter“ stehen, schreibt Don Alphonso. Viele Experten gehen davon aus, dass die bpb auch als Weblog-Plattform erfolgreich sein könnte, indem sie potenziellen Bloggern eine Infrastruktur zur Verfügung stellt und Themen vorgibt. Auch der Einsatz von projektbegleitenden Blogs wird wiederholt und in verschiedenster Spielart als Option angeführt.

Das Terrain muss rechtzeitig besetzt werden

Interview mit Jörg Kantel „Der Schockwellenreiter“

Uli Heimann: Halten Sie den Einsatz von Weblogs in der politischen Bildung für sinnvoll?

Jörg Kantel: Weblogs sind in erster Linie erst einmal ein Format. Weblogs konstituieren sich meiner Meinung nach durch den Link, d.h. sie verweisen auf etwas, das außerhalb des Weblogs liegt. Damit sind Weblogs ein nichtlineares Medium. Ob Weblogs in der politischen Bildung eingesetzt werden sollen? Da ist zunächst zu fragen: Sollen Weblogs als Teil einer „Social Software“ eingesetzt werden oder ist das Weblog als eine Publikationsplattform gedacht, eine Art „Schülerzeitung“ mit anderen Mitteln? „Social Software“ halte ich persönlich erst einmal für einen Hype, für ein Buzzword, das erst noch mit Leben gefüllt werden muß. Für die zweite Alternative, also Weblogs als Publikationsplattform, könnte ich mich schon eher begeistern. Erst einmal eröffnet das die Möglichkeit, schnell und unmittelbar zu berichten. Zweitens sind die Kosten minimal: Es gibt weder eine Abhängigkeit von einem Besitzer der Druckerpresse noch eine Abhängigkeit von jemanden, der das Geld für den Postversand oder Ähnliches hat. Drittens ist es „einfach“, etwas zu veröffentlichen – es stehen also keine Hürden irgendeiner technischen Art vor der Veröffentlichung. Da ist dann allerdings die Frage, ob Weblog-Software unbedingt das richtige Tool dafür ist. Es gibt auch „ausgefuchstere“ Open Source CMS, die da durchaus ihre Berechtigung hätten (Type 3, Drupal, Plone... um nur einige zu nennen). Man muss sich also zunächst die Frage stellen, warum ausgerechnet Weblogs eingesetzt werden sollen.

Normative Fragen

Uli Heimann: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (z.B. Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-) Öffentlichkeit erzeugen (z.B. BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeing-Chef etc.)
- Selbsthilfe/Ratgeberweblogs (z.B. Lehrer helfen Lehrern)
- Serviceweblogs (z.B. Terminhinweise etc.)
- Entertainment-Weblogs (z.B. fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsweblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Jörg Kantel: Grundsätzlich ja, nur der Begriff „Bildungsw weblog“ paßt irgendwie nicht in diese Kategorien. Darunter kann man alles und nichts verstehen. Letztendlich ist das ja gerade das, was erreicht werden soll. In diesem Bereich sollte man also Weblogs auch

als Terminkalender oder als Trouble-Ticket berücksichtigen oder unter Service-Weblogs subsummieren. Der Begriff Trouble-Ticket wird bei uns in der EDV eingesetzt: Die User tippen ihre Fehlermeldung ein und die Service-Abteilung bearbeitet diese und hält die Ergebnisse in den Kommentaren zum Beitrag fest. Auf diese Weise haben die Nutzer immer einen Überblick, wo ihr Service-Call steht. Zum anderen erhoffe ich mir davon eine Art Knowledge-Base über die häufigsten Fehlerarten und häufige Fragen.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Uli Heimann: Woran erkennt man Ihrer Meinung nach ein gutes Weblog?

Jörg Kantel: Einerseits ist das eine einfache Antwort: Weblogs sind wie jede andere Publikation auch. Die Qualität wird durch den Autor oder die Autoren bestimmt. Andererseits ist es eine schwere Antwort: Das Weblog muß gut geschrieben sein, es muß regelmäßig erscheinen, man muß das „Herzblut“ dahinter spüren und den Spaß, denn der Autor beim Verfassen seines Weblogs hat. Weblogs als Pflichtübung funktionieren ebensowenig wie Weblogs, die man schreibt, weil alle jetzt so ein Weblog haben.

Uli Heimann: Also auf jeden Fall eine individuelle Person und nicht beispielsweise eine Institution als Autor?

Jörg Kantel: Ich kann mir durchaus ein Autoren-Kollektiv vorstellen, allerdings schwer eine Institution.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die Aktualität eines Weblogs für den Erfolg?

Jörg Kantel: Das ist schwer zu sagen. Ein Weblog wie der Schockwellenreiter lebt von der Aktualität. Ich kann mir aber Weblogs vorstellen, bei denen die Aktualität keine so große Rolle spielt. Man könnte z.B. ein Weblog führen, das in regelmäßigen Abständen Bilder aus Museen aussucht und diese kommentiert, sozusagen ein kunsthistorisches Weblog. Bei einem solchen Weblog spielte die Aktualität vermutlich kaum eine Rolle. Etwas in der Art ist zum Beispiel das Weblog des „Kunstspaziergängers“, das Kunst im öffentlichen Raum Berlins vorstellt.⁴⁰

Uli Heimann: Welche Rolle spielen die Frequenz der Veröffentlichungen und die Relevanz des Inhaltes für die Nutzer?

Jörg Kantel: Die Frequenz der Veröffentlichung spielt in meinen Augen eine Schlüsselrolle. Nur Weblogs, die ein regelmäßiges Update erfahren, werden auch regelmäßig besucht – trotz RSS-Feed. Und zur Relevanz des Inhaltes für die Nutzer: Wenn der Inhalt für die Nutzer nicht relevant wäre, würden sie dann das Weblog besuchen?

Uli Heimann: Spielt die Technik für die Qualität eines Weblogs Ihrer Meinung nach

⁴⁰<http://radio.weblogs.com/0109045/>

eine Rolle?

Jörg Kantel: Nein, die Technik ist völlig irrelevant. Das macht ja gerade die Weblog-Software aus, daß sie einfach ist und dem Benutzer von den „Mühen der Technik“ befreit. Es gibt natürlich Geekblogs, da spielt die Technik schon eine zentrale Rolle. Allerdings betrifft das ja nur den oder die Macher und nicht die Leser des Blogs. Ich zum Beispiel spiele auch gerne mit der Technik – ich benutze aber keine Weblogsoftware, sondern ein selbstgeschriebenes Tool. Aber das interessiert mich, weniger die Leser meines Blogs.

Uli Heimann: Noch einmal ein kleiner Exkurs zur Institution. Welche Rolle spielt institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Jörg Kantel: Das ist schwer zu sagen. Die Glaubwürdigkeit des Blogs hängt vermutlich von der Glaubwürdigkeit der Institution selber ab. Die bpb hat – wenn ich mich noch an meine Schulzeit korrekt erinnere – eine recht hohe Glaubwürdigkeit. Das könnte auf ein hypothetisches Blog abfärben. Ähnlich ist es ja vermutlich auch mit den Blogs der „Zeit“. Die haben ein entsprechendes Renomme, das dem Renomme der Zeit geschuldet ist. Die Zeit verfährt dabei zweigleisig. Einmal bietet sie ihren Redakteuren die Möglichkeit, eigene Weblogs zu führen und auf der anderen Seite führt sie selber eines.

Uli Heimann: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Sollte man das überhaupt tun?

Jörg Kantel: Marketing für Weblogs ist unnötig. Neue Weblogs werden in der sogenannten Blogosphere recht schnell wahrgenommen und erhalten dadurch eine initiale Popularität. Dann ist es Sache der Autoren, was sie daraus machen. Wenn das Blog gut ist, wird es weiter verlinkt, zitiert und damit populärer und populärer. Marketing schadet vermutlich eher der Glaubwürdigkeit.

Uli Heimann: Die Standardnutzer der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppe mit Weblogs überhaupt erreichen?

Jörg Kantel: Schüler sind eine ideale Zielgruppe für Weblogs, wenn man sich mal das Gros der Weblog-Nutzer ansieht – das sind sehr junge Menschen. Lesen sie doch mal einen halben Tag die „Neuerscheinungen“ bei blogg.de mit, vorzugsweise am frühen Nachmittag. Da stehen dann solche Sätze wie: „Mathearbeit vergeigt“, „der Lehrer kann mich nicht leiden“ usw. Lehrer dagegen sollten neugierig sein. Meine eigene Erfahrung ist, das viele Lehrer immer noch Angst vor der Computertechnik haben oder sie schlicht und einfach nicht damit umgehen können. Oder sie betrachten so eine Anwendung wie ein Weblog als „trivial“. Hier müßte vermutlich Schulungs- und Überzeugungsarbeit geleistet werden.

Uli Heimann: Welche weiteren Zielgruppen könnte die bpb mit Weblogs erreichen und wie?

Jörg Kantel: Mittelfristig erreicht ein gut gemachtes Weblog „jeden“ Webanwender, wobei vermutlich das Gros der heutigen Webnutzer aus jüngeren, technikaffinen Menschen besteht. Aber hier gilt es, rechtzeitig ein Terrain zu besetzen. Weblogs könnten so etwas wie die „Killerapplikation“ des Webs werden, dann wird das Lesen und Führen von Weblogs zur Pflicht. ;-)

Politische Bildung

Uli Heimann: Welche guten Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind Ihnen bekannt?

Jörg Kantel: Puh... eigentlich keine... Ich kenne natürlich die bpb aus meiner Schulzeit noch (die ist etwa 35 Jahre her), aber sonst...

Uli Heimann: Wie schätzen Sie die Akzeptanz von Weblog-Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

Jörg Kantel: Da gilt das weiter oben Gesagte: Wenn das Angebot gut ist, wird die Akzeptanz auch groß sein. Und ich kann mir wirklich auch gut gemachte Weblogs dafür vorstellen. Sie könnten auf politische Gedenktage hinweisen, aktuelle Ereignisse kommentieren und das ganze natürlich mit einer Unmenge von Links untermauern. Und wenn dann noch zum Beispiel Material von den Landesbildstellen eingesetzt wird (Photos, Filme), dann wäre das vermutlich so attraktiv, dass nicht nur die Schüler danach klicken würden. Allerdings sollte man sich vor einem multimedialen Overkill hüten: Zappeln und Flash auf jeder Seite, lange Ladezeiten und das Austoben einer Designermafia schrecken nur ab. Weblogs haben nicht umsonst meist ein eher minimalistisches Design. Das ist eine Gegenreaktion auf das „Klicki-Bunti“ kommerzieller Webseiten.

Uli Heimann: Sollte die bpb inhaltlicher Absender oder nur Technik-Bereitsteller für Themen-Weblogs sein?

Jörg Kantel: Ich kenne die Struktur der bpb nicht. Vorstellen könnte ich mir beides. Es hängt natürlich davon ab, ob sie entsprechende Autoren im Hause hat oder ob sie eher auf externe Autoren setzt.

Uli Heimann: Die bpb erstellt Bücher, Websites, macht Themenschwerpunkte, wissenschaftliche Untersuchungen etc. Können Sie sich vorstellen, dass das Format Weblog an eines der bestehenden Formate der bpb als Ergänzung angegliedert werden könnte oder sollte? Wenn ja, an welche?

Jörg Kantel: An die Websites durchaus, an die Bücher wohl schwer... ;-). Aber auch begleitende Weblogs zu Ausstellungen könnte ich mir gut vorstellen. Was ich selbst immer schon mal ausprobieren wollte ist zum Beispiel ein Weblog als Begleitung zu einer wissenschaftlichen Arbeit.

Vision

Uli Heimann: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft (nicht nur politisch)? Welche technischen weitergehenden Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting etc) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Jörg Kantel: Das ist ja gerade das Schöne an Weblogs: Sie können sich mit allen Themen beschäftigen. Zum zweiten Teil der Frage: Weblogs werden mit zunehmender Bandbreite auch bei den Home-Usern vermutlich mehr und mehr audiovisuelle Inhalte haben. Speziell glaube ich, dass sich eher Video- denn Audio-Angebote durchsetzen. Ich halte das Podcasting daher mehr für eine Übergangslösung zum Videocasting. Dem gehört vermutlich die Zukunft.

Uli Heimann: Eine letzte Frage zu Ihrem Weblog: Wieviel Zeit verbringen Sie täglich damit, Ihr Weblog zu bespielen?

Jörg Kantel: Zwei bis drei Stunden pro Tag (ohne die technischen Spielereien, die ich so liebe ;-); die können schon mal eine ganze Nacht kosten.

Die Voraussetzung: 'Enabler' sein wollen, nicht 'Broadcaster'

Interview mit Thomas Burg „Randgänge.net“

Uli Heimann: Alle Experten bekommen Fragen aus einem vorher festgelegten Leitfaden gestellt; wir wollen aber offen genug sein, uns in diesem Interview mit Ihnen über Bereiche ausführlicher zu unterhalten, die Sie als ihren Themenschwerpunkt bezeichnen. Können Sie vielleicht zunächst stichwortartig sagen, welche Themen dies bei Ihnen sein könnten?

Thomas Burg: Meine Themen sind „Social Software“, Informations-Architektur und Anwendungen im betrieblichen Kontext. Weblogs sind für mich eine Unterfunktion von Social Software.

Uli Heimann: Was wären die Möglichkeiten für die Bundeszentrale für politische Bildung, eine Weblog-Community aufzubauen?

Thomas Burg: Da ist zunächst mal die Frage zu klären, welches Ziel verfolgt wird. Weblogs sind „means to an end, not an end“. Da Weblogs vor allem „personal publishing tools“ sind, ist die Frage nach dem Aufbau einer Community(!) ein kritische. Warum? Weil es dann darum geht, wie man Menschen in einen Verbund holt, die sich gerade mit den Personal Publishing Tools emanzipieren können.

normative Fragen

Uli Heimann: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (z.B. Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-)Öffentlichkeit erzeugen (z.B. BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeing-Chef etc.)
- Selbsthilfe/Ratgeberweblogs (z.B. Lehrer helfen Lehrer)
- Serviceweblogs (z.B. Terminhinweise etc.)
- Entertainment-Weblogs (z.B. fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsweblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Thomas Burg: Also ich denke ich würde den Gattungen in der Weise nicht zustimmen. Meine Taxonomie (!) wäre eine andere, einfachere:

- Weblog, die nach aussen verlinken vs. solcher ohne oder nur mit vereinzelt Links
- Weblogs mit einer homogenen vs. einer heterogenen Ziel- / Lesergruppe
- Weblogs mit explizit kommerziellem Interesse
- Weblogs als Broadcasting-Medien
- Weblogs mit Group-forming-Networks (GFN)-Perspektiven

Darunter täte ich dann auffächern.

Uli Heimann: Kommen wir doch noch einmal zurück zu unserer Kategorisierung. Welche dieser Funktionen sind aus Ihrer Sicht für die politische Bildung besonders interessant und warum?

Thomas Burg: Ein zentrales Element der Demokratie ist der Austausch von Meinungen und Haltungen. Insofern sind Tools und Apparate welche dies unterstützen positiv. Dazu kommt die Netzwerkbildung. Das Vernetzen wird quasi visualisiert und erhält damit eine neuen Qualität. Der Mensch nimmt sich paradoxer Weise stärker als Einzelner war. Weblogs sind eine neue Kommunikationsform, die das Potenzial des Internet nutzt, um die Kommunikationsfrequenz und Qualität zu erhöhen. Zudem kann es zu einer interessanten Vermischung von lokalen/regionalen/globalen Ebenen kommen.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Uli Heimann: Woran erkennt man ein gutes Weblog?

Thomas Burg: Hah, das ist eine gute Frage. Das wird wohl die Zielgruppe einerseits entscheiden und dann gibt es womöglich ein paar formale Kriterien.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Thomas Burg: In Weblogs geht es um die Stimme eines Menschen. Diese Stimme muss authentisch sein. Eine Institution kann aus meiner Sicht kein Weblog führen, nur eine Person dieser Institution.

Uli Heimann: Gibt es ihnen bekannte Untersuchungen, welche Zielgruppen man mit einem Weblog erreichen kann, welche Zielgruppen besonders Blog-Aktiv sind?

Thomas Burg: Es gibt kaum politische Stimmen in der deutschen Blogosphäre, das wäre eine Untersuchung wert. Aber es gibt unter anderem eine Studie zu den politischen Blogs im Zuge der US-Wahlen.⁴¹

Politische Bildung

Uli Heimann: Welche guten Weblog-Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind Ihnen bekannt?

Thomas Burg: Keine!

⁴¹(<http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlogWWW.pdf>)

Uli Heimann: Wie schätzen Sie die Akzeptanz von Weblog-Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

Thomas Burg: Ich denke das ist abhängig von den Personen/Stimmen. Ein Weblog ist wie eine Kolumne, nur anders ;-). Vielversprechende Strategien wären die der „Seeded Discussions“ und des viralen Marketing und Mundpropaganda.

Uli Heimann: Wie müssten diese Angebote aussehen?

Thomas Burg: Angeboten werden müssten Stimmen, die pointiert sind, die auf einander Bezug nehmen oder die Communities (unterschiedlicher Art) binden können. Am besten entstehen diese Angebote aus den Communities heraus. Ich würde sagen, dass die Bundeszentrale für politische Bildung Trendscouts braucht. Die bpb könnte sehr wohl ein Weblog betreiben, es müsste aber über die „Aktuelles“-Schiene hinausgehen. Dabei geht es um aktuelle Themen und Diskussionen die die Leute sonst im Wirtshaus führen. Interessant wäre, wenn man sich als „Enabler“ im Bereich Politik verstünde, und nicht als bloßer „Broadcaster“.

Uli Heimann: Sollte die bpb inhaltlicher Absender oder nur Technik-Bereitsteller für Themen-Weblogs sein?

Thomas Burg: Wenn eine starke inhaltliche Stimme existiert, dann ist das etwas Vielversprechendes. Provider hingegen gibt es viele. Andererseits – wenn die bpb eine exzellenten Service gratis zur Verfügung stellen würde, wäre das exzellent.

Vision

Uli Heimann: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft, nicht nur politisch? Welche technischen weitergehenden Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting etc) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Thomas Burg: Ich glaube, dass vor allem lokale Themen in Weblogs Zukunft haben. Auch die Re-Territorialisierung ist ein Thema, also die Verbindung von Ort/Raum und Virtualität. Ich meine damit zum Beispiel den Prozess des „sozialen Taggings“ (Beschlusswortens) an realen Orten: Stellen sie sich vor, sie kommen als Tourist an einem Ort vorbei und können dort Spuren oder Erfahrungen anderer Menschen als Kommentare nachvollziehen. Möglich wäre das ja über mobile Devices. Bei den Formaten erscheinen mir Wikis und Videoblogs besonders interessant.

Uli Heimann: Technik: Wie kann man es schaffen, dass bei einem Weblog-Projekt der bpb die Attraktivität/Nutzerbindung gewährleistet wird?

Thomas Burg: Nötig ist eine originäre Stimme und seeded Discussions und was es sonst noch für Tricks gibt. Online facilitation nennt man das auch.

Ein besseres Rezept als Spaß gibt es für die Arbeit nicht

Interview mit Don Alfonso „Rebellen ohne Markt“

Uli Heimann: Alle Experten bekommen Fragen aus einem vorher festgelegten Leitfaden gestellt; wir wollen aber offen genug sein, uns in diesem Interview mit Ihnen über Bereiche ausführlicher zu unterhalten, die Sie als ihren Themenschwerpunkt bezeichnen. Können Sie vielleicht zunächst stichwortartig sagen, welche Themen dies bei Ihnen sein könnten?

Don Alfonso: Ich beschäftige mich mit soziokulturellen Aspekten und dem Einfluss auf den Journalismus.

Uli Heimann: Wir haben unsere Fragen in fünf Schwerpunkte aufgeteilt, den ersten Schwerpunkt haben wir "normative Fragen" genannt: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (zum Beispiel Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-)Öffentlichkeit erzeugen (zum Beispiel das BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (das Weblog des Boeing-Chef, et cetera)
- Selbsthilfe- / Ratgeberweblogs (zum Beispiel Lehrer helfen Lehrer)
- Serviceweblogs (zum Beispiel Terminhinweise, et cetera)
- Entertainment-Weblogs (zum Beispiel fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsweblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Don Alfonso: Nach meiner persönlichen Erfahrung ist es sehr schwer, einen Stil immer zu 100 Prozent durchzuhalten. Da gibt es viele Mischformen und nur sehr wenige Reinformen.

Uli Heimann: Uns ist bewußt, dass ein Weblog durchaus auch mehr als eine Funktion haben kann. Es geht uns um eine funktionelle Einteilung. Welche weiteren Funktionen von Weblogs fallen Ihnen ein?

Don Alfonso: Bloggen hat sehr viel mit Spaß zu tun, mit der Freiheit des Publizierens, und ich sehe nicht, dass man beim Bloggen groß über Funktionen nachdenkt. Es gibt diese Einteilung, aber sie wird vielen Blogs einfach nicht gerecht.

Uli Heimann: Was für eine Kategorisierung würden Sie vornehmen, wenn Sie an unserer Stelle wären? Freie/nicht Freie Blogs?

Don Alfonso: Das ist ein undankbarer Job. Ich denke, jedes gute Blog ist so individuell wie seine Autoren – wenn es gut ist. Bloggen unter Zwang funktioniert nicht. Aber „zweckgebunden“ und „frei“ sind sicher entscheidende Kriterien.

Uli Heimann: Trotzdem erfüllen Weblogs doch auch Funktionen. Welche Funktionen eines Weblogs sind aus Ihrer Sicht für die politische Bildung besonders interessant und warum?

Don Alfonso: Generell finde ich erst einmal den Umgang mit Sprache spannend. Das ist in unserer Anime/Klingelton/Reality-Show-Zeit enorm wichtig. Die Leute üben in Weblogs die Kommunikation, auf der unsere Gesellschaft aufgebaut ist. Dann ist da noch die Möglichkeit, sich freier zu informieren und auszutauschen als das in klassischen Medien möglich ist. Man hat nicht irgendwo einen Journalisten als Bindeglied, der den Nutzer mit Informationen füttert; man kommt viel leichter an die entscheidenden Leute persönlich ran. Des Weiteren kann man sich frei als Individuum entfalten – man lernt mit dem Grundrecht auf freie Meinungsäußerung umzugehen. Ich sehe also die Funktionen von Weblogs vor allem darin, sich mit dem Kern unserer Gesellschaft zu beschäftigen – alles andere baut dann zwangsläufig darauf auf, egal ob ich für Wirtschaftsliberalismus eintrete oder die Weltrevolution will.

Uli Heimann: Warum kommt man Ihrer Meinung nach leichter an die entscheidenden Leute heran?

Don Alfonso: Wenn sie ein Blog haben, kann ich dort kommentieren. Ich muss nicht über den Schreibtisch ihrer Sekretärin, sondern kann an ihrem Blog partizipieren. Greenpeace macht das ja mit einigem Erfolg vor, Politiker werden im großen Stil folgen.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Uli Heimann: Woran erkennt man ein gutes Weblog?

Don Alfonso: Daran, dass der Autor mit Herz und Seele dahinter steht. Prinzipiell halte ich aber jede Kommunikation erst mal für gut, wichtig und richtig. Wenn etwas veröffentlicht wird, was mich anspricht, so rau und ungeschliffen es auch sein mag, oder wenn der Autor ein Gefühl für sein Thema hat, dann ist es gut.

Uli Heimann: Wie schaffe ich es als Betreiber, die Nutzer bei der Stange zu halten?

Don Alfonso: Indem Sie kontinuierlich und spannend schreiben, die Leser ernst nehmen, offen für andere Thesen sind und über den Tellerrand schauen, am besten mit Links zu anderen Bloggern.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt dabei die Aktualität des Weblogs?

Don Alfonso: Blog ist eine Kurzform von „Web logbook“, also das Logbuch, das Blog. Blogs sind sehr schnell, aber das ist eher eine Bestätigung, ein Thrill für den Autor, denn Ausdruck von Qualität. Natürlich ist es gut, zeitnah berichten zu können, aber Qualität entsteht auch durch die Vertiefung wichtiger Themen jenseits des Nachrichtengeschäfts. Hier können Blogs ausführlicher arbeiten als Medien unter ihrem Kosten- und Aktualitätsdruck.

Uli Heimann: Und welche Rolle spielt die Frequenz der Veröffentlichungen Ihrer Meinung nach?

Don Alfonso: Keine allzu große. Es ist besser, einmal etwas Schlaues gesagt als 50 Mal schnell Unsinn verbreitet zu haben.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Don Alfonso: Ich denke, es ist ok, wenn man sagt, wer man ist und warum man es tut. Nur anlügen sollte man seine Leser nie. Blogs sind subjektiv, also warum sollte eine Organisation ihre eigene Subjektivität nicht auch bloggen sollen? Die bpb sollte sich vielleicht ein gutes Konzept einfallen lassen, damit es cool ist, bei ihr zu bloggen – dann kann das eine spannende Sache werden.

Uli Heimann: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Und: Sollte man das überhaupt tun?

Don Alfonso: Ein Blog ist nur eine Website. Wenn es mit der herkömmlichen Kommunikation nicht klappt, wird auch ein Blog nichts bringen – abgesehen von der Arbeit und vielleicht sogar noch der Haue aus einer Szene, die da skeptisch ist.

Uli Heimann: Die Standardnutzer der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppe mit Weblogs überhaupt erreichen?

Don Alfonso: Die Zuwachsraten von zehn Prozent im Monat sagen ganz klar: Ja. Blogs sind witzig, partizipativ, offen, man kann viel Spaß damit haben. Und ein besseres Rezept als Spaß gibt es für die Arbeit nicht.

Uli Heimann: Welche weiteren Zielgruppen könnte die bpb mit Weblogs erreichen und wie?

Don Alfonso: Das hängt davon ab, wie weit man das Themenspektrum auffächert. Je mehr Möglichkeiten und interessante Debatten es gibt, desto mehr Menschen werden mitmachen. Nur sollte dabei halt ein lockerer Stil gewählt werden, den Leuten angemessen und nicht belehrend.

Politische Bildung

Uli Heimann: Welche guten Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind Ihnen bekannt?

Don Alfonso: Das BildungsBlog⁴² oder das Omega-News-Blog⁴³.

⁴²<http://bildung.twoday.net/>

⁴³<http://omega.twoday.net/>

Uli Heimann: Wie schätzen Sie die Akzeptanz von Weblog-Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

Don Alfonso: Nach meinen Erfahrungen sind die entsprechenden Organisationen, etwa in Bayern, etwas verschnarcht. Da gibt es eben oft ein gewisses Funktionärstum, das immer noch auf Broschüren setzt. Aber es ist klar: Die Jugendkultur verändert sich extrem schnell und da ist es schwer mitzuhalten. Das kann aber keine Entschuldigung sein. Also sollte man es ruhig mit Blogs versuchen.

Uli Heimann: Wie müssten diese Angebote Ihrem Empfinden nach aussehen?

Don Alfonso: Die Jugendkultur ist extrem aufgesplittet. Es wird schwer, einen Gothic-Freak und jemanden aus der Emocore-Szene gleichermaßen anzusprechen. Vielleicht wäre das auch zu viel verlangt. Aber man sollte zumindest etwas nach Geschlecht, Alter und Interessengruppen unterscheiden. Also beispielsweise Soziales, Schule, Frieden, Alternativmusik.

Uli Heimann: Sollte die bpb inhaltlicher Absender oder nur Technik-Bereitsteller für Themen-Weblogs sein?

Don Alfonso: Vielleicht könnte die Bundeszentrale für politische Bildung die Rolle des Initiators übernehmen, der den Anstoß gibt und zeigt, wie es geht. Und dann die Nutzer selbst tun lassen. Dabei würde die bpb als Moderator auftreten, mehr nicht.

Uli Heimann: Die bpb erstellt Bücher, Websites, macht Themenschwerpunkte, wissenschaftliche Untersuchungen, et cetera. Können Sie sich vorstellen, dass das Format Weblog an eines der bestehenden Formate der bpb als Ergänzung angegliedert werden könnte oder sollte? An welche?

Don Alfonso: Wenn man wirklich Nutzer ansprechen will, muss man den umgekehrten Weg gehen. Das Blog wäre also der Einstieg, die anderen Angebote kämen später. Die Leute müssten dort abgeholt werden, wo sie sind. Wenn sie mitziehen, kann man sie individuell für andere Aspekte ansprechen. Man sollte nie zu viel auf einmal versuchen, sonst verliert man die Nutzer.

Uli Heimann: Was ist der spezifische Vorteil eines Weblogs gegenüber bestehenden Formaten (zum Beispiel Websites) im Bereich politischer Bildung?

Don Alfonso: Verlinkbarkeit, Schnelligkeit, Offenheit, Kommentare, Trackbacks, RSS-Abos, Multi-User-Angebote.

Vision

Uli Heimann: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft - nicht nur politisch?

Don Alfonso: Blogs sind nur eine technische Basis. Jedes Thema kann als Weblog stattfinden, und das wird auch so geschehen. Das Tolle an dem Format ist die

Kommunikation an sich, und das wird das große Ding: Man kann alles, man muss nichts - so ist das gut.

Uli Heimann: Welche weitergehenden technischen Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting, et cetera) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Don Alfonso: Keine. Alles, was Bandbreite frisst und teuer ist, hat keine Zukunft. Der Text wird noch lange das entscheidende Kriterium sein, und das ist auch gut so. Eine politische Debatte in 160 Zeichen einer SMS braucht kein Mensch, und was ich podcaste, kann ich auch aufschreiben.

Im Bereich der politischen Bildungsblogs gibt es nur eins: „Eine große Lücke“

Interview mit Heiko Hebig „hebig.com“

Normative Fragen

Christoph Dowe: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (z.B. Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-)Öffentlichkeit erzeugen (z.B. BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeingchef etc.)
- Selbsthilfe- / Ratgeberweblogs (z.B. Lehrer helfen Lehrer)
- Serviceweblogs (z.B. Terminhinweise etc.)
- Entertainment-Weblogs (z.B. fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Heiko Hebig: Grundsätzlich ja, allerdings lassen sich viele Weblogs nicht eindeutig in Kategorien einteilen. Beispiele wie das bildblog sind eher eine Ausnahme, die meisten Weblogs sind Mischformen. Auf den ersten Blick fehlt aber nichts, 90 % der Weblogs sollten so irgendwie abgedeckt sein.

Christoph Dowe: Welche dieser Funktionen sind aus Ihrer Sicht für die politische Bildung besonders interessant und warum?

Heiko Hebig: Ich denke das wären vor allem die Informationsfilter, journalistische Weblogs und persönlichkeitsbezogene Angebote. Informationsfilter sind als Navigator durch den politischen Dschungel interessant. Journalistische Weblogs sind interessant, um eine gewisse Qualität zu liefern. Und dann sind Weblogs in der Regel immer getrieben von starken Persönlichkeiten mit klaren Meinungen zu bestimmten Themen, die sie besetzen. Von dieser Polarisierung leben Weblogs.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Christoph Dowe: Woran erkennt man ein gutes Weblog?

Heiko Hebig: Ein gutes Weblog ist schwer zu greifen. Ein gutes Weblog erfüllt die Erwartungen der Zielgruppe, manchmal überrascht es. Ein gutes Weblogs ist authentisch. Ein gutes Weblog lebt (auch) vom Feedback der Leser. Ein gutes Weblog ist im ständigen Dialog und ein gutes Weblog liefert Informationen, die ich auf diese Weise woanders nicht bekomme oder liefert interessante Blickwinkel auf bekannte Inhalte.

Christoph Dowe: Wie halte ich Nutzer bei der Stange?

Antwort des Experte: Durch Kontinuität. Das heisst nicht, dass ich täglich zehn Stories posten muss. Aber ich muss über einen längeren Zeitraum durch Qualität, Witz oder interessante Informationen eine Leserschaft aufbauen. Am besten ist immer eine gute Mischung daraus. Weblogs sind keine Pressemitteilungen. Weblogs „leben“ oft von echten Emotionen, auch oder gerade in der Politik.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt die Aktualität eines Weblogs? Und gleichzeitig die Frage: Welche Rolle spielt die Frequenz der Veröffentlichungen?

Heiko Hebig: Die Aktualität ist sehr wichtig. Das ist allerdings abhängig vom Anspruch des Weblogs. Wenn das Blog eher Hintergrundinfos liefern will, muss die Aktualität nicht im Vordergrund stehen. Was die Frequenz betrifft: Dem Leser sollte vermittelt werden, wie oft neue Inhalte zu erwarten sind. Man sollte nicht in der ersten Woche täglich zehn News posten und dann drei Wochen gar nichts.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt die Relevanz des Inhaltes?

Heiko Hebig: Eine gewisse Regelmässigkeit ist nicht unwichtig. Die Kernfrage ist: Wer ist die Zielgruppe? Interessiert sich meine Zielgruppe für Blödsinn? Dann macht Blödsinn durchaus Sinn. Ansonsten sollte, gerade in der politischen Bildung, der Schwerpunkt darauf liegen, als Filter zu fungieren.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Heiko Hebig: Ja sicherlich. Ich glaube, das wäre sehr interessant. Allerdings schreibt eine Institution kein gutes Weblog – zumindest in der Regel nicht. Das Weblog sollte von einem oder mehreren identifizierbaren Mitarbeiter der Institution geschrieben werden: Herr Müller bei der bpb. Wichtig ist, dass Institutionen verstehen, dass ein Weblog oft 'spontan' ist. Bei einem Weblog braucht man keine „Freigabestufen“, „workflows“ und so weiter. Wer das nicht versteht, braucht kein Weblog.

Christoph Dowe: Können Sie sich vorstellen, dass externe Autoren im Auftrag der bpb dieses Weblog bespielen oder dass die bpb eine Plattform für Weblog-Schreiber sein könnte?

Heiko Hebig: Ja, beides kann ich mir gut vorstellen. Der Plattformgedanke ist sehr interessant. Die „LeMonde“ betreibt das in Frankreich ja inzwischen recht erfolgreich, und Leser können unter dem Dach der „LeMonde“ eigene Weblogs schreiben. Die Frage gerade im Bezug auf die bpb ist aber wohl: Wie gewährleiste ich Qualität? Vermutlich nur so, dass Mitarbeiter/Mitschreiber ausgewählt werden, von denen Qualität erwartet werden darf. Das ist wie bei der Einstellung eines Journalisten oder eines Mitarbeiters.

Christoph Dowe: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Sollte man das tun?

Heiko Hebig: Die bpb hat viele Publikationen. Diese könnten Weblogs aktiv einbeziehen. Wichtig ist, gerade bei Weblogs, die Mund-zu-Mund-Propaganda. Aber auch über Schulen könnten hier vielleicht interessante Konzepte erdacht werden. Es könnten auch guidelines erstellt werden, an denen sich „Mitblogger“ orientieren können. Zu sehr sollten Weblogs aber nicht reglementiert werden. Wenn das Weblog gut ist, kommen die Leser von selbst. Da ist es egal, ob es ein Weblog ist oder nicht.

Christoph Dowe: Die Standardnutzer der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppe mit Weblogs überhaupt erreichen?

Heiko Hebig: Aber auf jeden Fall! Viele Schulen tragen zum Beispiel aktiv dazu bei, wikipedia mit Informationen zu füttern. Weblogs passen gut in dieses Spektrum. Wir haben alleine sechs Millionen LiveJournal-Nutzer, die sind im Schnitt zwischen 14 und 18 und weiblich.⁴⁴ Weblogs schreiben ist einfach. Weblogs konsumieren ist einfach. Die bpb könnte auch anbieten, dass Lehrer oder Schüler newsfeeds zu bestimmten Themen abonnieren können. Wenn ich als Lehrer zum Beispiel an Materialien zum Dritten Reich interessiert bin, könnte mich das „Dritte Reich“-Weblog der bpb mit Infos versorgen und neue Quellen besprechen. Ich glaube, das wäre ein gute Dienstleistung.

Christoph Dowe: Was fällt Ihnen noch so ein?

Heiko Hebig: Als Schüler fand ich immer die „Hefte zur politischen Bildung“ mit bestimmten Themenschwerpunkten ganz toll, die teilweise aktualisiert wurden. Mit Weblogs könnte man diese Hefte zwischen zwei Terminen „am Leben halten“, gleichzeitig zur Diskussion anregen, die Nutzer mit Zusatzinfos versorgen oder anreichern. Und vielleicht auch mal erzählen, welche infos NICHT im Heft veröffentlicht worden sind und warum.

Christoph Dowe: Was hielten Sie von einem Weblog des Chefs der bpb, Thomas Krüger? Kann soetwas authentisch sein?

Heiko Hebig: Wenn er das wirklich selbst schreibt und interessante Sachen zu berichten hat, bestimmt. Wie war das Essen in der Kantine? Wie war das Treffen mit der Kultusministerin? Das sind Themen für ein Weblog.

Christoph Dowe: Welche weiteren Zielgruppen könnte die bpb mit Weblogs erreichen und wie?

Heiko Hebig: Das hängt von der Ansprache ab. Duze ich meine Leser? Bin ich eher formell? Verwende ich ein Fachsprache, die weite Teile ausgrenzt? Bewusst? Oder erkläre ich Zusammenhänge für den Durchschnittsleser? Da ist ein Weblog nicht anders als eine Zeitschrift. „Bravo“ und die „Zeit“ finden beide ihre Leser.

⁴⁴<http://www.livejournal.com/stats.bml>

Politische Bildung

Christoph Dowe: Welche guten Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind ihnen bekannt? Bezogen auf Weblogs, natürlich.

Heiko Hebig: Uff. Also Weblogs mit einem gewissen „Bildungsanspruch“ sind mir eigentlich gar nicht bekannt, abgesehen vielleicht vom „Bildungsblog“. Es gibt zudem einige gute Weblogs auf dem Umfeld der Politik, inzwischen auch von Politikern.⁴⁵ In Frankreich oder Großbritannien ist man da weiter. So findet die nächste grosse internationale Konferenz zu Weblogs in Frankreich im Senat statt.⁴⁶

Christoph Dowe: Wie schätzen Sie die Akzeptanz von Weblog-Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

Heiko Hebig: Wenn es gut gemacht ist – sehr hoch.

Christoph Dowe: Sollte die bpb inhaltlicher Absender oder nur Technik-Bereitsteller für Themen-Weblogs sein?

Heiko Hebig: Gute Frage. Ich würde mich freuen, wenn die bpb auch inhaltlicher Absender wäre.

Christoph Dowe: Die bpb erstellt Bücher, Websites, macht Themenschwerpunkte, wissenschaftliche Untersuchungen et cetera. Können Sie sich vorstellen, dass das Format Weblog an eines der bestehenden Formate der bpb als Ergänzung angegliedert werden könnte oder sollte? An welche?

Heiko Hebig: Einige Autoren haben in letzter Zeit sehr gute Erfahrung damit gemacht, während der Entstehungsphase eines Projektes ein Weblog projektbegleitend zu führen. Das Wissen, mit dem beispielsweise ein Buch von Dritten mit Hilfe eines Weblog angereichert werden kann, ist nicht zu unterschätzen.

Christoph Dowe: Wo gibt es aus Ihrer Sicht auffällige thematische Angebotslücken im Bereich der politischen Bildungsblogs?

Heiko Hebig: Da gibt es nur eins: Eine große Lücke.

Christoph Dowe: Was ist der spezifische Vorteil eines Weblogs gegenüber bestehenden Formaten (z.B. Websites)?

Heiko Hebig: Hat ein Haus aus Stein gegenüber einem Haus aus Lehm Vorteile? Es kommt drauf an, in welcher Region ich lebe, wie warm es ist, und wie oft Erdbeben

⁴⁵<http://dsk.typepad.com/http://weblog.jrc.cec.eu.int/page/wallstrom>, in Deutschland: <http://www.axelschaefermdb.de/>

⁴⁶http://www.socialtext.net/loicwiki/index.cgi?internet_2_0

stattfinden. Ein Weblog ist nicht auf alle Problemstellungen die Antwort. Aber mit Weblogs lassen sich bestimmte Themen bestimmt interessanter aufbereiten.

Christoph Dowe: Gibt es Themenbereiche oder Weblog-Formate, von denen Sie richtiggehend abraten würden – generell und im Hinblick auf politische Bildung?

Heiko Hebig: Nein überhaupt nicht. Je kontroverser das Thema, desto besser.

Visionen

Christoph Dowe: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft, nicht nur politisch?

Heiko Hebig: Gerade in Deutschland ist die Gesamtzahl der Weblogs noch so klein, dass alle Themen eine Zukunft haben, sogar Weblogs zur atonalen Musik. Je besser der Schreibstil, je besser der Autor, desto größer wird der Erfolg sein. Der Augenblick ist jetzt richtig, wenn man in Deutschland mit Weblogs experimentieren will. Ich hätte nie erwartet, wie toll zum Beispiel der Shopblogger ist.⁴⁷

Christoph Dowe: Welche technischen weitergehenden Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting etc) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Heiko Hebig: Podcasting könnte, gerade für die politische Bildung, sehr interessant werden, denke ich.

Christoph Dowe: Sehen Sie rechtliche Schwierigkeiten, wenn die bpb nur eine Plattform für Blogger ist, auf denen diese dann unmoderiert veröffentlichen können?

Heiko Hebig: Nein, überhaupt nicht, da der Autor für die Inhalte verantwortlich ist. Die bpb muss nur reagieren, wenn sie auf Rechtsverstöße aufmerksam gemacht wird, eventuell Gegendarstellungen zulassen, et cetera. Ist der Autor allerdings Angestellter der bpb, dann sollte man erwarten dürfen, dass die Inhalte OK sind. Aber ich bin kein Rechtsanwalt.

⁴⁷<http://www.shopblogger.de/blog/>

Weblogs als Kommunikations- und Koordinationsplattform

Interview mit Jan Schmidt
www.schmidtmitdete.de

Christoph Dowe: Lieber Herr Schmidt, hallo nach Wien! Wir haben Sie angeschrieben, weil wir eine Studie über das Thema Weblogs als Medium der politischen Bildung erstellen. Mein Name ist Christoph Dowe. Vielen Dank, dass Sie mitmachen!

Christoph Dowe: Alle Experten bekommen Fragen aus einem vorher festgelegten Leitfaden gestellt; wir wollen aber offen genug sein, uns in diesem Interview mit Ihnen über Bereiche ausführlicher zu unterhalten, die Sie als ihren Themenschwerpunkt bezeichnen. Können Sie vielleicht zunächst stichwortartig sagen, welche Themen dies bei Ihnen sein könnten?

Jan Schmidt: Mich interessiert die mediensoziologische Perspektive, und dabei besonders Themen wie die Institutionalisierung von Weblogs und Blogging-Praktiken. Zudem interessiere ich mich für der Einsatz des Internet für politische Zwecke im Allgemeinen. Ich habe über „Internet im lokalen Raum promoviert“, daher interessiert mich zudem die „Lokalisierung“ von Blogs.

Normative Fragen

Christoph Dowe: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (z.B. Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-)Öffentlichkeit erzeugen (z.B. BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeing-Chef et cetera)
- Selbsthilfe/Ratgeberweblogs (z.B. Lehrer helfen Lehrer)
- Serviceweblogs (z.B. Terminhinweise et cetera)
- Entertainment-Weblogs (z.B. fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Jan Schmidt: Ja, wobei mir gerade der letzte Punkt (Bildungsblogs) noch unklar ist. Geht es um „Vermittlungsblogs“ (wenn zum Beispiel ein Dozent mit seinen Studierenden kommuniziert) oder um „Reflexionsblogs“ (also zum Beispiel das Diplomarbeits-Management eines Studies?). Oder ist beides in diese Definition eingeschlossen?

Christoph Dowe: Ja, wir würden beides unter diese Definition fassen. Unter Bildungsblogs fassen wir research- oder seminarunterstützende Blogs, Knowledge-Blogs oder Angebote wie grenzüberschreitende „Völkerverständigungsblogs“. Welche

weiteren Funktionen von Weblogs fallen Ihnen ein?

Jan Schmidt: Mir würden noch „organisationsinterne Blogs“ einfallen, die sich z.B. an eine Projektgruppe (evtl. auch über organisationale Grenzen hinaus) richtet. Das sind Weblogs, in denen Ressourcen geteilt werden, Knowledge Management betrieben wird, Deadlines verhandelt werden, et cetera. Diese Weblogs werden dann wie ein Projektmanagement-Tool genutzt. Solche Angebote könnte man auch unter Informationsfilter stufen, aber ich denke, dass diese Weblogs eine Kategorie für sich sind. Aber die Grenzen zwischen den Funktionen sind natürlich fließend. Ein Weblog kann ja durchaus zwei oder mehr Funktionen haben. Insofern geht die oben genannte Einteilung als eine Art „ad hoc“-Klassifizierung sicher auch in Ordnung.

Christoph Dowe: Welche dieser Funktionen sind aus Ihrer Sicht für die politische Bildung besonders interessant und warum?

Jan Schmidt: Informationsfilter könnten interessant sein, wenn sie thematisch auf relevante Themen der politischen Bildung zugeschnitten sind. Das könnte zum Beispiel ein Info-Filter-Blog zu politischer Bildung selber sein, oder zu spezielleren Themen wie, sagen wir, Rassismus. Bildungsblogs sind für die Begleitung von Seminaren et cetera geeignet. Persönliche Blogs wären als Lerntagebuch denkbar. Generell sind aber sicher alle anderen Typen ebenso interessant – weniger im „Bildungsprozess“ selber, sondern eher als „kommunikative“ Umwelt. Bestimmte Blogtypen sind sicher näher am „Herz“ der politischen Bildung (was auch immer das ist), andere gehören zum „medialen Grundrauschen“.

Christoph Dowe: Verstehe ich richtig: Sie beschreiben Weblogs vor allem als begleitende Medienformate für bestehende Formate?

Jan Schmidt: Im Bereich der Bildungsblogs habe ich das so gemeint, ja – so wie man zum Beispiel Weblogs als Kommunikations- und Koordinationsplattform zu Uni-Seminaren einsetzen kann. Ich habe zum Beispiel letztes Semester in Bamberg einen entsprechenden Kurs gemacht.⁴⁸

Christoph Dowe: Das Weblog als Intranet-Community?

Jan Schmidt: Ja. Ob das Sinn hat, würde ein wenig vom Charakter der Bildungseinrichtung oder des spezifischen Bildungsangebots abhängen. Wenn die Ebert-Stiftung zum Beispiel ein Wochen-Seminar zu Arbeitnehmerrechten macht, könnte ein Weblog die Vor- und Nachbereitung des Seminars unterstützen und zum Beispiel dazu dienen, dass die Seminargruppe noch eine Anlaufstelle hat – also in diesem Fall als Gruppenblog. Andere Einrichtungen wollen vielleicht kontinuierlich politische Bildung im Bereich Rassismus betreiben und sollten ihr Blog dann öffnen.

Christoph Dowe: Was wäre denn das Besondere, wenn eine Institution wie die bpb einen Info-Filter anbieten würde? Engagierte Privatpersonen können doch ebenso

⁴⁸<http://blog.permalink.info/21/>

wiki: http://141.13.22.238/mediawiki/index.php/Seminar_Vernetzte_Kommunikation

filtern? Oder wäre die bpb interessant, weil sie mit ihrem Namen für eine gewisse Qualität bürgen würde?

Jan Schmidt: Die bpb bietet jetzt ja schon im Netz Ressourcen zur politischen Bildung sowie Meta-Informationen an. Ein Blog wäre da eine Ergänzung der verschiedenen Kanäle. Das können Privatpersonen auch, aber als Institution oder „Marke“ steht die bpb natürlich für eine gewisse Qualität. Zudem hat sie die institutionelle Absicherung, dass so ein Blog dann auch über einen längeren Zeitraum geführt werden könnte.

Christoph Dowe: Eine Institution wie die bpb verfügt natürlich auch nur über begrenzte Ressourcen. Wie kann man damit umgehen und dennoch in dem Bereich aktiv werden?

Jan Schmidt: Am besten ist sicher, wenn es eine/n Enthusiast/in bei der bpb gäbe, der/die die Möglichkeiten von Weblogs kennt und das pusht. Alternativ könnte man einen Gruppenweblog einrichten, in dem der Content von einer ausgewählten Gruppe von Experten aus dem Bereich kommt – wobei diese Autoren auch wieder motiviert bzw. vermutlich auch erst „geschult“ werden müssten. Generell finde ich Gruppenblogs für Informationsfilter bzw. thematische Blogs nicht schlecht. Mein Lieblingsblog in dem Bereich ist „many2many“, wo fünf oder sechs Leute aus dem Bereich „social software“ genau darüber schreiben und immer mal wieder auch untereinander diskutieren.⁴⁹

Als Organisationssoziologe denke ich allerdings, dass die Organisation, die ein Weblog einführt, von der Einführung eines Blogs profitieren muss, es muss ihr etwas bringen – sei es zur internen oder externen Kommunikation. Im Fall der bpb kenne ich die Mission, Aufgabenzuschnitte, Stakeholder etc. nicht gut genug, aber nehmen wir mal zwei Szenarien an: Szenario 1: Weblogs werden als „Bildungsblogs“ eingesetzt – hier müsste man experimentieren, ob für bestimmte Veranstaltungsformen die Teilnehmer ein Blog als hilfreich, unterstützend, lernerfolgsfördernd, etc. evaluieren. Szenario 2: Weblogs werden als „Informationsfilter“ eingesetzt – ein Vorteil wäre eventuell, dass Weblogs schneller und effizienter als andere CMS-Systeme sind.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Christoph Dowe: Woran erkennt man ein gutes Weblog?

Jan Schmidt: Das erkennt man zunächst an der Zahl der Leser. Gute Weblogs werden gelesen und weiterempfohlen/verlinkt – unabhängig davon, ob gute Geschichten angeboten werden oder im Weblog relevante Infos für eine Expertencommunity geboten werden (siehe Martin Roell, Jörg Kantel). Das Problem dabei ist, dass die „Leser“ nicht sichtbar sind, solange sie nicht kommentieren. Der Blogger selber hat zwar vielleicht Zugriff auf Statistiken, aber dennoch „fließen einem die lurker so zwischen den Fingern durch“. Die Qualität lässt sich in meinen Augen nur sehr schwer objektivieren, da Weblogs ja gerade von der Subjektivität der Autoren leben. Wobei man da sicher nochmal nach den einzelnen Blog-Typen differenzieren müsste.

⁴⁹<http://www.corante.com/many/>

Christoph Dowe: Wie halte ich Nutzer bei der Stange?

Jan Schmidt: Indem man a) regelmässig postet und b) die Community pflegt. Das heißt zum Beispiel, dass gute Kommentare gelobt werden oder Trolle, wenn sie denn auftauchen, sanktioniert werden. Nach einer gewissen Zeit routinisiert sich das bloggen (egal ob als Autor oder als Leser). Dabei bilden sich Erwartungen heraus: Erwartungen des Lesers an den Autor (Stil, Thema, Frequenz des Postens), aber auch Erwartungen des Autors an die Leser (Kommentare, ziviles und freundliches Verhalten, etc.). Die Nutzer bei der Stange halten kann man am besten, wenn man die wechselseitigen Erwartungen erfüllt.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt Aktualität der Themen in einem Weblog? Und: Welche Rolle spielt die Frequenz der Veröffentlichungen?

Jan Schmidt: Die Frequenz der Veröffentlichungen spielt eine große Rolle, wobei nicht unbedingt „je öfter desto besser“ gelten muss. Wenn ich alle paar Tage einen guten Eintrag lese, ist das besser, als drei schrottige Einträge jeden Tag zu lesen. Zur Aktualität: Das hängt vom Blog-Typ ab. Von manchen Blogs erwarten die Leser hohe Aktualität (quasi-journalistische Blogs, Info-Filter). In diesen Blogs gibt es schon die „Regel“, möglichst „frische Sachen“ zu posten. Bei einem Bildungsblog ist es dagegen vielleicht stärker von Interesse, die „relevanten“ Inhalte zu selektieren. Wenn das der Adorno-Artikel von 1962 ist, der einflussreich geblieben ist, dann sollte dieser eben auch genannt werden.

Christoph Dowe: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Sollte man das tun?

Jan Schmidt: Ja und Nein. Sicherlich ist es notwendig und auch gut möglich, Marketing im Sinne von „bekannt machen“ zu betreiben, etwa indem man sich in anderen Weblogs tummelt, gegebenenfalls selber kommentiert, (maßvoll) auf die eigene Seite hinweist. Für eine Organisation wie die bpb wäre sicher auch relevant, dass in anderen Medien/Kanälen drauf hingewiesen würde. Marketing im Sinne von „sich selber anpreisen“ ist eher eine gefährliche Sache. Aber die Grenze zwischen den beiden Möglichkeiten ist sicher fließend und hängt vom Inhalt des Blogs bzw. dem Autor ab.

Christoph Dowe: Gibt es ihnen bekannte Untersuchungen, welche Zielgruppen besonders Blog-Aktiv sind?

Jan Schmidt: Tagebücher wie „livejournal“ sind eher bei Teens angesagt, Expertenblogs eher bei älteren Nutzern, wobei die genaue Zusammensetzung dann vom Feld abhängt. So sind IT-Blogs vermutlich noch immer stark male-geeky dominiert. Ich würde schätzen, dass sich die soziodemographischen Merkmale mit der Verbreitung der Blogs auch „normalisieren“. Allerdings kann ich nicht absehen, inwieweit in zwei Jahren bestimmte Gruppen beim bloggen geblieben sein werden, und andere es nach einer Experimentierphase wieder abgebrochen haben werden, weil es ihnen nichts bringt.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Jan Schmidt: Mitentscheidend bei dem Erfolg eines Weblogs ist die wahrgenommene Authentizität der Beiträge. Die bpb hätte da ja mehrere Möglichkeiten: Sie könnte ein „organisationsszentriertes“ Blog aufmachen, das zum Beispiel als Informationsfilter fungiert. In einem solchen Fall kann sie, denke ich, das Vertrauen in die „Marke bpb“ auch auf das Weblog übertragen. Eine andere Option wäre, ein „persönliches“ Blog anzubieten, in dem ein oder mehrere Autoren Hintergründe, Erlebnisse, Stories aus dem Tätigkeitsfeld der politischen Bildung zusammentragen. Das könnte vermutlich spannend werden. Allerdings steht dem (möglicherweise) die institutionelle Bindung der bpb als „offizielles Quasi-Staatsorgan“ entgegen.

Christoph Dowe: Sollte die bpb inhaltlicher Absender oder nur Technik-Bereitsteller für Themen-Weblogs sein?

Jan Schmidt: Wenn sie alles, was ihre Kooperationspartner liefern, unter ihrem „Dach“ anbietet, sollte sie das, denke ich, weiter fortführen – gegebenenfalls wie oben geschildert in Form eines Gruppenblogs mit ausgewählten Experten.

Christoph Dowe: Die Standardnutzer der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppen mit Weblogs überhaupt erreichen?

Jan Schmidt: Prinzipiell schon, weil Weblogs ja zunächst mal nur ein weiterer Kommunikationskanal sind (mit einigen Spezifika). Für Lehrer wäre ein Info-Filter-Blog interessant, um etwa über Neuigkeiten zu berichten. Idealerweise haben dann die Lehrer auch alle RSS-Reader... ;-). Bei Schülern wäre es dann vielleicht eher themenspezifischer. Ich könnte mir zum Beispiel vorstellen, dass man das Tagebuch von Anne Frank als Weblog bereitstellen könnte. Es gibt soetwas ähnliches mit den „pepys diaries“ aus dem London des 17. Jahrhundert, was ich ganz interessant gemacht finde.⁵⁰ Bei Schülern kann man auf jeden Fall in wachsendem Maße davon ausgehen, dass sie Weblogs aus ihrer eigenen Praxis kennen - sicher noch längst nicht alle, aber vermutlich mehr als die Lehrer.

politische Bildung

Christoph Dowe: Welche guten Weblog-Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind Ihnen bekannt?

Jan Schmidt: Das Angebot der Friedrich Naumann Stiftung („virtuelle Akademie“) ist ganz gut, aber meines Wissens nach noch ohne Weblogs.

Christoph Dowe: Wie schätzen Sie die öffentliche Akzeptanz von Weblog-Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

⁵⁰ <http://www.pepysdiary.com/>

Jan Schmidt: Ich glaube, da kommen derzeit noch zwei Sachen zusammen: Zum einen kennen bislang nur wenige Menschen das Format Weblog, und zum anderen interessiert sich nur eine Minderheit der Nutzer für politische Bildung. Dadurch ist das Wissen um Weblogs und die Akzeptanz in diese Bereich sicher gering. Gesamt gesehen schätze ich die potenzielle Akzeptanz aber als nicht schlecht ein. Man muss Weblog-Funktionalitäten ja auch nicht unbedingt als Weblog anpreisen, sondern kann zum Beispiel alternativ eher Assoziationen mit Tagebüchern wecken.

Christoph Dowe: Die bpb erstellt Bücher, Websites, macht Themenschwerpunkte, wissenschaftliche Untersuchungen etc. Können Sie sich vorstellen, dass das Format Weblog an eines der bestehenden Formate der bpb als Ergänzung angegliedert werden könnte oder sollte? An welche?

Jan Schmidt: Ja, das könnte man sicher tun. Bei den thematischen Schwerpunkten würden sich thematische (Experten-) Blogs anbieten. Bei wissenschaftlichen Untersuchungen könnten Blogs als internes Koordinations- und Kollaborationstool eingesetzt werden. Zudem könnten Weblogs als Kanal der Außendarstellung auf Websites eingesetzt werden oder man könnte in bestimmten Themenbereichen Nutzer an der Erstellung von Inhalten beteiligen.

Christoph Dowe: Sie kennen sich in der Blogosphäre gut aus, auch wenn wohl niemand alles kennt. Dennoch: Wo gibt es thematische Angebotslücken im Bereich der politischen Bildungsblogs?

Jan Schmidt: Mir ist generell kein politisches Bildungsblog bekannt, das als eine Art Übersicht fungieren würde. Ein solches Weblog wäre als ergänzende Anlaufstelle zu anderen Infoquellen sicher nicht verkehrt. Zu jedem Thema der politischen Bildung können Blogs als Alternative und komplementäre Quelle wertvoll sein.

Visionen

Christoph Dowe: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft - nicht nur politisch?

Jan Schmidt: Ich glaube nicht, dass Weblogs nur in bestimmten Themenbereichen funktionieren werden – ich sehe eher den Trend, dass in Zukunft mehr Blogs für geschlossene Communities eingesetzt werden. Das könnten dann Freundeskreise, Projektteams oder organisatorische Einheiten sein.

Christoph Dowe: Welche technischen weitergehenden Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting etc.) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Jan Schmidt: Sicher werden Moblogs im Sinne von „ich kann auf dem Handy Blogs lesen, kommentieren, posten“ als ein neuer „Zugangsweg“ zu Weblogs an Bedeutung gewinnen. Mittelfristig dürften Multimedia-Inhalte (Interviews und O-töne, Videos, ...) wichtiger werden, aber generell denke ich, dass der überwiegende Teil von Weblogs textbasiert bleiben wird.

Schüler und Lehrer sind gut über Weblogs zu erreichen

Interview mit Martin Röhl „Das E-Business Weblog“

Christoph Dowe: Alle Experten bekommen Fragen aus einem vorher festgelegten Leitfaden gestellt; wir wollen aber offen genug sein, uns in diesem Interview mit Ihnen über Bereiche ausführlicher zu unterhalten, die Sie als ihren Themenschwerpunkt bezeichnen. Können Sie vielleicht zunächst stichwortartig sagen, welche Themen dies bei Ihnen sein könnten?

Martin Röhl: Ich beschäftige mich vor allem mit den Einsatzmöglichkeiten von Weblogs für Unternehmen und anderen Organisationen. So habe ich zum Beispiel in einem Projekt Weblogs bei der Gewerkschaft verdi eingeführt. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Bildung von Netzwerken über das Internet. Ich beschäftige mich mit der Frage, wie Menschen das Internet/Weblogs nutzen können, um mit anderen Menschen in Kontakt zu treten. Außerdem interessieren mich die Anwendungsmöglichkeiten von Weblogs im Wissensmanagement und E-Learning.

Normative Fragen

Christoph Dowe: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (z.B. Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-) Öffentlichkeit erzeugen (z.B. BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeing-Chef etc.)
- Selbsthilfe/Ratgeberweblogs (z.B. Lehrer helfen Lehrern)
- Serviceweblogs (z.B. Terminhinweise etc.)
- Entertainment-Weblogs (z.B. fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsweblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu? Welche weiteren Funktionen von Weblogs fallen Ihnen ein?

Martin Röhl: Das ist schon ziemlich treffend. Allerdings ist wichtig zu sehen, dass die meisten Weblogs sich nicht klar einer Kategorie zuordnen lassen. Ein großer Teil der Weblogs sind mal Informationsfilter, mal Tagebuch, mal Ratgeber, mal Journalismus. Was meiner Meinung nach in der Auflistung fehlt, sind „Lernjournale“. Die Rubrizierung fokussiert zudem sehr auf „Publizieren“, also „vom Schreiber zum Leser“. Viele Weblogs sind so aber nicht ausgerichtet: Sie werden nicht für eine Zielgruppe geschrieben. Sie starten als persönliche Weblogs, bei denen der Leser noch keine Rolle spielt. Dann kommen aber Leser und das verändert auch die Art, wie das Weblog geschrieben wird.

Christoph Dowe: Bitte erklären Sie uns, was Sie unter „Lernjournalen“ verstehen?

Martin Röhl: Lernjournale sind die Weblogs, die genutzt werden, um Material aus dem Web festzuhalten, durchsuchbar abzulegen, zu kommentieren, zu reflektieren und zu diskutieren. Sie haben Elemente von Informationsfiltern, Journalismus und Tagebüchern. Das Weblog von Lilia Efimova⁵¹ ist ein gutes Beispiel. Der Autor hält Information für sich fest, er reflektiert sie, er verknüpft sie. Er nutzt das Blog als Medium für das Lernen. Wobei es aber für den Leser so wirken kann, als lese er einen Informationsfilter.

Christoph Dowe: Für sein eigenes Lernen?

Martin Röhl: Aber ja.

Christoph Dowe: Aber ja auch gleichzeitig für das Lernen der anderen! Oder sehe ich das falsch?

Martin Röhl: Der Autor schreibt zunächst für sich selbst. Dass die anderen daraus auch lernen können, ist eher ein Nebeneffekt. Diese Art von Weblogs erläutere ich auch ausführlich in meiner Publikation „Distributed KM“.⁵² Das ist ein Arbeitsschwerpunkt von mir: Weblogs für das Lernen, beziehungsweise Weblogs als Wissensmanagement-Instrument.

Christoph Dowe: Welche dieser oben genannten Funktionen sind aus Ihrer Sicht für die politische Bildung besonders interessant und warum?

Martin Röhl: Interessant sind natürlich vor allem die journalistischen Weblogs und die „Gegenöffentlichkeits“-Weblogs (die ähnlich sind). Also Weblogs, die aktuelles Geschehen oder aktuelle Nachrichten kommentieren. Sie können genutzt werden, um zusätzlich zu den Angeboten der etablierten Medien Meinungen und Kommentare zu erhalten. Dadurch wird deutlich, dass es zu einer Geschichte meistens viele unterschiedliche Perspektiven gibt.

Christoph Dowe: Könnte es nicht auch Aufgabe der politischen Bildung sein, "Räume" zur Verfügung zu stellen, die im Sinne der Lernjournale funktionieren? Also nur ein Infrastruktur-Helfer?

Martin Röhl: Da bin ich mir nicht sicher: Die Weblog-Infrastruktur existiert ja schon. Wer ein Weblog starten will, kann das an vielen Stellen kostenlos tun. Die politische Bildung könnte diesen Trend aber unterstützen, indem sie zum Beispiel bei der Vernetzung hilft. Es ist zum Beispiel zur Zeit sehr schwer, gut politische Weblogs zu finden. Eine Institution wie die BPB könnte danach suchen und sie vernetzen. Und dann damit auch diesen Weblogs Leser zuführen, Nutzer auf interessante Weblogs hinweisen und dafür sorgen, dass insgesamt mehr Menschen bloggen.

⁵¹<http://blog.mathemagenic.com/>

⁵²<http://www.roell.net/publikationen>
<http://www.roell.net/publikationen/distributedkm.shtml>
<http://www.roell.net/publikationen/weblogs-exploratory-learning-celda04.shtml>

Christoph Dowe: Der Nachteil von journalistischen Weblogs ist doch für die politische Bildung vermutlich, dass in Weblogs stark kommentierend gearbeitet wird, sonst sind sie nicht interessant. Kann die politische Bildung, zumal wenn staatlich finanziert, diese Kommentare denn riskieren? Das kann doch auch negative Folgen für die Institution haben? Eine politische Kampagne zu unterstützen, ist für die bpb vermutlich immer schwierig, weil sie einer gewissen Neutralität verpflichtet ist. Wenn sie selbst redaktionell Kampagnen unterstützt, dann dürfte das Probleme geben.

Martin Röhl: Die Bundeszentrale müsste ja keine Kampagne unterstützen. Sie könnte aber Menschen helfen, Zugang zu freien Informationen zu bekommen und sich selber frei ausdrücken zu können. Die bpb bliebe in einer solchen Konstellation völlig neutral. Ich denke, dass es zur Zeit für einen normalen Internetnutzer sehr schwer ist, die Blogosphäre wirklich also Ort der politischen Bildung zu nutzen. Sie ist zu unübersichtlich. Die Rolle der bpb könnte sein, Menschen beim Zugang zur Blogosphäre zu unterstützen.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Christoph Dowe: Woran erkennt man ein gutes Weblog?

Martin Röhl: Gar nicht. Definieren Sie „gut“ – aber dann geben Sie sich die Antwort schon selbst. Jeder Nutzer hat andere Qualitätskriterien. Dazu gab es übrigens gerade eine große Diskussion bei mir im Weblog.⁵³

Christoph Dowe: Wie halte ich Leser bei der Stange?

Martin Röhl: Indem man interessante Sachen schreibt! Indem man immer ehrlich ist und man sich selbst bleibt! Und indem man nett zu den Lesern ist und auf e-Mails antwortet.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt Aktualität eines Weblogs?

Martin Röhl: Das kommt darauf an: Bei manchen Weblogs ist die Aktualität sehr wichtig, gerade wenn es um aktuelle Diskussionen geht. Bei anderen Autoren gibt es keine „Aktualität“ im eigentlichen Sinne. Sie schreiben eben über das, was dem Autor gerade wichtig ist. Das kann dann auch mal einen Tag oder eine Woche länger dauern und es ist nicht schlimm, wenn das Blog nicht jeden Tag etwas Aktuelles zu bieten hat.

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt denn die Frequenz der Veröffentlichungen?

Martin Röhl: Bei manchen Blogs, gerade zum Beispiel bei den Informationsfiltern, ist die Frequenz wichtig. Sie müssen ständig neue, aktuelle Dinge liefern. Bei anderen, tagebuchartigen zum Beispiel oder speziellen Fach-Blogs ist die Frequenz aber nicht so wichtig. Dadurch, dass Weblogs ja vor allem über RSS gelesen werden, ist es ohne

⁵³http://www.roell.net/weblog/archiv/2005/02/21/weblogs_qualitaet_und_eisberge.shtml

weiteres möglich, nur selten zu veröffentlichen und trotzdem viele treue Leser zu haben. Es gibt da auch, glaube ich, einen aktuellen Trend, weniger zu schreiben (also weniger Einträge, geringere Frequenz), aber dafür in einer besseren Qualität. Die Autoren bloggen also nicht mehr einfach alles, was ihnen vor die Tastatur kommt, sondern fragen sich gezielt: „Was ist eigentlich das Besondere, das nur ich kann? Warum lesen die Leute ausgerechnet *mein* Blog“?

Christoph Dowe: Ist die Frequenz sehr wichtig für die Vermarktung des Weblogs durch die regelmäßigen Einträge / RRS Feeds in Blog-Portalen wie blogg.de, die ja viele Nutzer haben?

Martin Röhl: Nein, gar nicht. Den traffic bekommt man nicht über die Blog-Portale.

Christoph Dowe: Aber eine Anfangsaufmerksamkeit generiert sich doch schon darüber, oder?

Martin Röhl: Ich glaube nicht. Ich kenne keinen Blogger, der seine ersten Leser über ein Weblogportal bekommen hätte.

Christoph Dowe: Welche Blogs funktionieren denn besser: Solche, die eher expansiv angelegt sind oder solche, die ein recht klares Netzwerk bedienen und eine begrenzte Zielgruppe erreichen?

Martin Röhl: Die Frage ist: Was will man mit dem Blog erreichen? Will man berühmt werden und viel traffic bekommen? Dann muss man expansiv arbeiten. Oder will man einen intensiven fachlichen Austausch? Oder ist das Ziel, in einer kleinen Community zu kommunizieren? Es gibt da keinen generellen Rat. Es kommt eben auf das Ziel des Bloggers an. Generell kann man aber sagen, dass es immer schwieriger wird, „expansive“ Blogs zu schreiben. Im Markt ist nur Platz für eine bestimmte Anzahl „A-List“ Blogs. Clay Shirky hat dazu einen berühmten Aufsatz geschrieben, der noch immer Gültigkeit hat.⁵⁴

Christoph Dowe: Welche Rolle spielt die institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogbetreibers für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Martin Röhl: Wenn die Institution glaubwürdig ist, kann auch ihr Weblog glaubwürdig sein, das ist gar kein Problem. Ob die bpb „ausreichend neutral“ ist? Aber sicher!

Christoph Dowe: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Sollte man das tun?

Martin Röhl: Genauso, wie man Marketing für alles machen kann. Beim Marketing *für* Weblogs, sehe ich keine großen Unterschiede zu anderen Formen des Marketings.

Christoph Dowe: Warum steht das Boeing-Weblog zur Zeit so stark in der Kritik?

⁵⁴http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html

Martin Röhl: Der Boeing-Chef schimpft über die Konkurrenz, hat aber zum Beispiel keine Kommentarfunktion, so dass man darauf reagieren könnte. Weblogs ohne Kommentarfunktion sind natürlich schlecht. Sie kommunizieren „hier rede ich! Was Ihr dazu sagt, interessiert mich nicht“.

Christoph Dowe: Gibt es Ihnen bekannte Untersuchungen, welche Zielgruppen man mit einem Weblog erreichen kann, welche Zielgruppen besonders Blog-Aktiv sind?

Martin Röhl: Ja. die Perseus-Studie und für den deutschen Markt die Studie von Berlecon⁵⁵

Christoph Dowe: Die wichtigste Zielgruppe der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppe mit Weblogs überhaupt erreichen?

Martin Röhl: Klar! Die meisten Weblogs werden ja von Schülern geschrieben! Und auch Lehrer-Blogs gibt es schon eine ganze Reihe. Ich weiss auch, dass mein Weblog von vielen Lehrern gelesen wird.⁵⁶

Politische Bildung

Christoph Dowe: Welche guten Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind ihnen bekannt?

Martin Röhl: Da bin ich kein Experte. Wenn es spezifisch um Weblogs gehen soll, dann würde ich natürlich zunächst auf die Gewerkschafts-Weblogs hinweisen, auf die Weblogs von Parteien und auf die wichtigsten privaten Weblogs, die politisch kommentieren.

Christoph Dowe: Wie könnten Weblog-Angebote im Bereich der politischen Bildung aussehen?

Martin Röhl: Man könnte verschiedene Formate andenken. Zum Beispiel ein politisches Meta-Weblog, das auf aktuelle politische Diskussionen in der Blogosphäre verweist. Oder einen politischen Weblog-Monitor. Oder ein Blog-Verzeichnis. Das nur als Anfang ... ;-)

Christoph Dowe: Die bpb erstellt Bücher, Websites, macht Themenschwerpunkte, wissenschaftliche Untersuchungen et cetera. Können Sie sich vorstellen, dass das Format Weblog an eines der bestehenden Formate der bpb als Ergänzung angegliedert werden könnte oder sollte? An welche?

Martin Röhl: Die einfachste Anwendung ist natürlich, ein Weblog zu verwenden um auf neue Arbeiten (Bücher, Websites, andere Produkte) hinzuweisen. Das wäre ein

⁵⁵<http://www.perseus.com/blogsurvey>
http://www.berlecon.de/output/studien.php?we_objectID=191/)

⁵⁶<http://www.roell.net/weblog>

„offizielles“ Weblog der bpb. Interessant wären auch persönliche Weblogs von Mitarbeitern, die darüber erzählen, was die bpb macht, woran sie arbeitet etc.

Christoph Dowe: Wo gibt es thematische Angebotslücken im Bereich der politischen Bildungsblogs?

Martin Röhl: Überall. Es gibt einfach insgesamt zu wenig politische Weblogs. Das ist aber ganz normal: Die deutsche Blogosphäre ist noch sehr jung.

Christoph Dowe: Wagen Sie eine Schätzung, wieviel Prozent der Weblogs sich auch mit Politik beschäftigen?

Martin Röhl: Ich denke, fast jedes Weblog beschäftigt sich irgendwann auch einmal mit politischen Themen. Das bleibt einfach nicht aus. Aber wirklich intensiv oder öfter über Politik schreiben vielleicht nur 1% oder weniger. Dabei muss man aber beachten, dass 90% aller Weblogs private Tagebücher sind!

Visionen

Christoph Dowe: Welche Themen in Weblogs haben Zukunft – nicht nur politisch?

Martin Röhl: Alle. :-) In jedem Thema ist noch Platz für gute Blogger.

Christoph Dowe: Welche technischen weitergehenden Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting etc.) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung?

Martin Röhl: Podcasting ist definitiv ein interessantes Format, da es komplexe Ausdrucksmöglichkeiten ermöglicht. Bloggen ist aber grundsätzlich ein soziales Phänomen, kein technisches.

Technik und Aufwand

Christoph Dowe: Die bpb muss den Aufwand für die Einführung und Unterhaltung eines Formats wie ein neues Weblog realistisch einschätzen. Sie könnte also entweder selbst redaktionell Weblogs schreiben, andere in ihrem Auftrag dies tun lassen, eine technische Infrastruktur bereit stellen oder eine Plattform redaktionell administrieren. Wozu würden Sie raten?

Martin Röhl: Die Technik bereitzustellen macht aus meiner Sicht keinen Sinn. In diesem Bereich gibt es Dienstleister, die das viel besser können. Die BPB sollte sich auf das konzentrieren, was sie kann. Sie sollte selber bloggen und sie könnte auch, wenn sie will, mit einer Plattform andere Weblogs vernetzen.

Christoph Dowe: Lieber Martin Röhl, herzlichen Dank für die Zeit, die Sie geopfert haben.

Martin Röhl: Vielen Dank für das Gespräch!

Schulfunk-Neuaufgabe im Weblog als Podcasting?

Interview mit Björn Ognibeni „Artikel-20“

Normative Fragen

Uli Heimann: Wir haben uns Gedanken gemacht, welche verschiedenen thematischen Funktionen Weblogs übernehmen können. Dabei sind wir auf folgende Rubrizierung gekommen:

- Selbstentäußerungsblogs (zum Beispiel Tagebuchblogs)
- Weblogs journalistischer Berichterstattung
- Weblogs, die eine (Gegen-)Öffentlichkeit erzeugen (zum Beispiel das BildBlog)
- marketingunterstützende Weblogs (Weblog vom Boeing-Chef, et cetera)
- Selbsthilfe/Ratgeberweblogs (zum Beispiel Lehrer helfen Lehrer)
- Serviceweblogs (zum Beispiel Terminhinweise, et cetera)
- Entertainment-Weblogs (zum Beispiel fiktive Geschichten)
- Informations-Filter (Weblog fokussiert ein bestimmtes Thema)
- Bildungsweblogs

Dabei gibt es natürlich auch viele Unterbereiche, die wir jetzt nicht auflisten. Stimmen Sie dieser Einteilung grundsätzlich zu?

Bjoern Ognibeni: Im Großen und Ganzen vermutlich schon, obwohl teilweise die Trennungen vielleicht etwas unscharf sind.

Uli Heimann: Welche weiteren Funktionen von Weblogs fallen Ihnen ein? Wie könnte man diese Trennungen Ihrer Meinung nach besser hinbekommen?

Bjoern Ognibeni: Es gibt in einem Weblog eine ganz gute Systematisierung für Biz-Blogs⁵⁷. Sicher sind in der Liste schon die meisten Funktionen erwähnt. Es gibt aber eben teilweise Schnittmengen.

Qualitätskriterien und Zielgruppen

Uli Heimann: Woran erkennt man ein gutes Weblog? Was sind Ihre Qualitätskriterien für ein Weblog?

Bjoern Ognibeni: Sehr wichtig ist auf jeden Fall das Design. Die Gestaltung wird als Erstes wahrgenommen und bestimmt damit den ersten Eindruck. Dann sind natürlich die Inhalte wichtig. Zudem die technische Ebene und die Bedeutung in der Blogosphäre.

Uli Heimann: Was könnte das in Bezug auf die bpb bedeuten? Auch inhaltlich?

Bjoern Ognibeni: Bei der Gestaltung sollte das Blog zwar optisch zur bpb passen, aber nicht eins zu eins übernommen werden. Es sollte eine gewisse Eigenständigkeit

⁵⁷<http://www.corporateblogging.info/2004/11/free-corporate-blogging-primer.asp>

erkennbar sein und inhaltlich einen klaren Fokus haben. Dafür muss man vorher die Zielgruppe genau kennen.

Uli Heimann: Wie erlangt man denn Ihrer Meinung nach Bedeutung in der Blogosphäre?

Bjoern Ognibeni: Indem man auch in anderen Blogs aktiv ist, zum Beispiel über Kommentare und Trackbacks.

Uli Heimann: Wie hält man die Nutzer bei der Stange, sobald man ein Weblog etabliert hat?

Bjoern Ognibeni: Vor allem über den RSS-feed. Wer den abonniert hat, bekommt neue Beiträge auch dann, wenn man eine Weile nichts geschrieben hat.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die Aktualität eines Weblogs für dessen Erfolg?

Bjoern Ognibeni: Das kommt auf das Thema an, würde ich sagen. Wenn ich in meinem Blog aktuelle Themen kommentiere, liefere ich Hintergrundinformationen oder Geschichtliches. Da spielt die Aktualität sicher eine weniger ausgeprägte Rolle.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die Frequenz der Veröffentlichungen dabei?

Bjoern Ognibeni: Auch das ist von den Themen abhängig. Generell würde ich sagen: Entweder viele und kurze Beiträge oder wenige und längere Texte.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die Technik für die Qualität eines Weblogs?

Bjoern Ognibeni: Solange die Basics (insbesondere Kommentare, Trackbacks, Pinging) vorhanden sind und alles läuft, spielt die Technik keine allzu große Rolle. Allerdings ist die Technik z.B. bei der Verhinderung von Spam sehr wichtig.

Uli Heimann: Welche Rolle spielt die institutionelle Unabhängigkeit eines Weblogs für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz? Soll eine Institution wie die bpb überhaupt Weblogs anbieten?

Bjoern Ognibeni: Grundsätzlich spricht nichts dagegen. Allerdings hat es vielleicht Sinn, wenn das Weblog sehr personenbezogen ist und diese Person dort vorgestellt wird.

Uli Heimann: Also ein individueller Weblog von einer bestimmten Person, da man sich von einer Institution kein Bild machen kann? Habe ich Sie da richtig verstanden?

Bjoern Ognibeni: So etwa. Es können aber auch mehrere Personen ein Blog bespielen, etwa als Gruppenblog. Institutionen bloggen ja nicht, sondern die Menschen darin.

Uli Heimann: Ja, klar. Aber es kommt ja immer darauf an, wie man es vermittelt. Den Newsletter vom BMI schreibt auch eine Person. Aber er ist trotzdem nicht individuell.

Bjoern Ognibeni: Die Frage ist aber: Wie stark wird der Newsletter wirklich gelesen? Weblogs werden dann interessant, wenn man im Lauf der Zeit die Person dahinter „kennenlernt“ und wenn diese Person dann auch bei mir liest und kommentiert. Weblogs sind ja im Idealfall eher Gespräche, weniger top-down-Monologe.

Uli Heimann: Wie kann man Marketing für Weblogs machen? Und: Sollte man das tun?

Bjoern Ognibeni: Zunächst einmal sollte man die bestehenden Möglichkeiten der Blogosphäre nutzen, also pingern, kommentieren, trackbacken und verlinken. Das sorgt auch für ein höheres Ranking bei Google und ist alles kostenlos. Eventuell bieten sich Google-Anzeigen für bestimmte Stichwörter an.

Uli Heimann: Die Standardnutzer der bpb sind Lehrer und Schüler. Kann man diese Zielgruppe mit Weblogs überhaupt erreichen?

Bjoern Ognibeni: Sicher! Weblogs sind ja erst einmal nur eine Medienform. "A blog is no more a diary than an empty notebook is a diary. Blogs become a diary when people use them to publish diary entries in the same way that a notebook becomes a diary when you write a diary entry in it. But an empty notebook can also be a sketch book, a novel, an exercise book, a dictionary, or an infinite variety of other things, depending entirely on content. Equally, a blog can also be a tool for disseminating important news, or a project log, or a team building tool, or a marketing tool, or whatever its user chooses to make it."⁵⁸ Ein recht schönes Zitat zum Thema Blogs zum Bereich Tagebücher, passt aber generell. Die Frage ist halt, ob Gestaltung, Konzeption und Inhalte für die Zielgruppe interessant sind.

Uli Heimann: Welche weiteren Zielgruppen könnte die bpb mit Weblogs erreichen und wie?

Bjoern Ognibeni: Ich denke, dass vielleicht Journalisten als Zielgruppe in Frage kommen. Grundsätzlich sind Blogs sicher auch aus Eigen-PR-Gründen für die bpb interessant.

Politische Bildung

Uli Heimann: Welche guten Angebote aus dem Bereich der politischen Bildung sind Ihnen bekannt?

Bjoern Ognibeni: So spontan fallen mir da keine ein.

⁵⁸http://www.corante.com/strange/archives/exploding_the_diary_myth.php

Uli Heimann: Wie schätzen Sie die Akzeptanz von Weblog Angeboten im Bereich der politischen Bildung ein?

Bjoern Ognibeni: Bildung ist nicht so mein Thema. Quellen für politische Informationen schon eher. Wie gesagt: Es kommt auf die Konzeption an. Hat die bpb zur Zeit einen transparenten Feedback-Kanal? Grundsätzlich besteht über die Kommentare die Möglichkeit zum Dialog. Wird das wirklich genutzt, bringt das häufig auch eine hohe Akzeptanz mit sich.

Visionen

Uli Heimann: Welche weitergehenden technischen Weblog-Formate (MoBlogs, Podcasting, et cetera) sehen Sie in der Zukunft als potenziell interessant für den Bereich der politischen Bildung an?

Bjoern Ognibeni: Auf jeden Fall Podcasting. Da kann man sich Dinge ausdenken wie den NDR3 Schulfunk, den es so vor 20 Jahren mal gab. Das halte ich für sehr spannend.

Als Ergänzung sind diese Links vielleicht noch ganz interessant:

http://www.whatsnextblog.com/archives/2005/01/how_to_write_ki.asp

http://www.leaveitbehind.com/home/2005/01/building_a_bett.html

<http://www.dvorak.org/blog/primer/blogprimer1.htm>

<http://blogforfunandprofit.blogware.com/blog/HowToBlog101>

<http://www.marketingprofs.com/print.asp?source=%2F4%2Fochman7%2Easp>

Impressum

Diese Studie wurde im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung durch „pol-di.net für eine demokratische und digitale Entwicklung der europäischen Informationsgesellschaft“ (politik-digital.de) e.V. erstellt.

An der Erstellung dieser Studie waren beteiligt:
Christoph Dowe, Projektleitung, Konzept
Uli Heimann, Redaktionelle Leitung, Konzept
Volker Agüeras Gäng, Research
Kilian Beutel, Assistenz
Sonja Ostermann, Assistenz
Constantin Riepe, Assistenz

pol-di.net e.V.
Oranienburger Straße 17
10178 Berlin
030-97004879

Über pol-di.net e.V.

politik-digital.de wurde im Jahr 2001 mit dem „Grimme-Online-Award Medienkompetenz“ ausgezeichnet. politik-digital.de erhielt zudem den „Alternativen Medienpreis 2003“ in der Sparte „Internet“. In den Jahren 2001 und 2003 wurde politik-digital.de vom amerikanischen Internetdienst „PoliticsOnline“ zu den „25 Who Are Changing the World of Internet and Politics“ gezählt.

pol-di.net e.V. ist ein digitaler Think-Tank in der europäischen Informationsgesellschaft. Als europaweiter Verein konstituiert, betreibt pol-di.net seit dem Jahr 1998 unter der Adresse www.politik-digital.de Deutschlands führende unabhängige Informations- und Kommunikationsplattform zum Thema Internet und Politik. Zudem initiierte und finanzierte pol-di.net die Gründung der inzwischen unabhängigen Plattform www.europa-digital.de für die Begleitung des europäischen Integrationsprozesses im Jahr 2001. Das Büro befindet sich in Berlin. In Abstimmung mit den deutschen Initiatoren haben sich Schwesterangebote in Frankreich (www.politique-digitale.fr), der Schweiz (www.politik-digital.ch) und den Niederlanden (www.politiek-digitaal.nl) gegründet.

Wissenschaftliche Arbeiten wurden unter anderem in Kooperation mit oder im Auftrag von der Bertelsmann-Stiftung, Accenture Unternehmensberatung, der Bundeszentrale für politische Bildung, dem Zentrum für Medien und Interaktivität an der Universität Gießen, dem Hessischen Rundfunk oder der Initiative D21 gefertigt. Letztes Projekt war eine Studie für das Technikfolgenabschätzungsbüro beim Deutschen Bundestag, Thema: Die Debatte über Copyright und Urheberrecht im Internet.

Darüber hinaus erstellt politik-digital.de seit 1998 Benchmarkings innovativer Websiteprojekte, so zuletzt einen Vergleich der eGovernment-Aktivitäten deutscher Großstädte ("eTown", im Auftrag der Initiative D21), einen Vergleich der Internetseiten von Kandidaten für den Bundestag („eCandidates“ in Kooperation mit emnid@emind), ein Vergleich der internationalen Marketingstrategien deutscher Hochschulen („Glob@lma Mater“ im Auftrag des DAAD) oder ein Vergleich der Internetpräsenzen deutscher Landesparlamente.