Partizipation – Von top down zu bottom up

Josephine Hofmann · Michael Mörike

Eingegangen: 17. Oktober 2014 / Angenommen: 22. Oktober 2014
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Partizipation – Teilhabe – Beteiligung – Mitdiskutieren und Mitmachen. Alle genannten Begriffe adressieren fundamentale Umwälzungen und Innovationen durch die umfassende Vernetzung auf Basis des Internet und der in ihm gebotenen Möglichkeiten für jeden einzelnen, sich zu informieren, selber Informationen bereit zu stellen, sich zu äußern und zu verlinken.

Möglich wird somit eine ganz neue Dimension von Interaktion und Kommunikation, die bisher vorherrschende Prinzipien der zentralisierten Planung und Disposition genauso ablösen kann, wie sie neue Formen der informationellen Beteiligung von Menschen an Planungs- und Veränderungsprozessen unterstützt. Nicht von ungefähr stützen sich umfassende soziale und politische Veränderungsimpulse wie der arabisches Frühling auf die Mobilisierungsmacht und Dezentralität sozialer Medien – und sie befeuern und unterstützen gesellschaftspolitische Trends, die ein deutliches Mehr an Beteiligung und Mitsprache in lokaler Politik (am Beispiel lokaler Großprojekte wie Stuttgart 21), aber auch in unternehmerischen Betätigungsfeldern, fordern. Aus der Perspektive von Wirtschaftsunternehmen eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten der Interaktion mit Kunden im Sinne der Co-Creation unter Nutzung der Ideen und Kenntnisse dieser Kunden für das Unternehmen.

Die beiden folgenden Beiträge adressieren beide Anwendungsbereiche:

Andreas Meier und Andreas Ladner geben einen umfänglichen Überblick über Ansätze und Entwicklungspotenziale der politischen Partizipation. Als Schweizer Wirtschaftsinformatiker bzw. Politikwissenschaftler sind sie dafür geradezu prädes-

J. Hofmann (✉)
Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12,
70569 Stuttgart, Deutschland
E-Mail: josephine.hofmann@iao.fraunhofer.de

M. Mörike
Herausgeberkreis der HMD,
Vor dem Kreuzberg 28,
72070 Tübingen, Deutschland

tiert, stellt doch die Schweiz schon immer nicht nur ein hochinteressantes „Real-labor“ direkter Demokratieformen dar, sondern repräsentiert auch ein Land, in dem schon seit vielen Jahren in sehr systematischer Form die Anwendungsmöglichkeiten der digitalen politischen Partizipation angewendet und evaluiert werden. Der Beitrag leistet überdies einen hochinteressanten Ausblick in mögliche Weiterentwicklungen, aber auch Risiken, auf dem Weg in die Demokratie 3.0.

Angela Roth, Albrecht Fritzsche, Julia Jonas, Frank Danzinger und Kathrin Möslin setzen sich dagegen mit den Anwendungsgebieten der Partizipation im Sinne der Interaktion zwischen Kunden und anbietenden Unternehmen auseinander. Sie stellen sich die Frage, wie die Idee der kundenindividualisierten bzw. vom Kunden mit gestalteten Produktentwicklung und -erstellung in Zukunft aussehen wird. Dabei gehen sie vor allem auf die Frage ein, welche „Online-Offline“ bzw. „Online-Onsite“-Mischung der hierfür nutzbaren Plattformen eigentlich produktadäquat ist und wie mögliche Realisierungsformen aussehen können. Denn: eine Realisierung allein im virtuellen Raum ist weder aus produktseitiger Sicht noch aus der Perspektive menschlicher Kommunikationsbedürfnisse in jedem Fall das Mittel der Wahl. Die Darstellung erfolgt am Beispiel der Erfahrungen der Service-Manufaktur JOSEPHS.

Wir dürfen gespannt sein auf die weiteren Entwicklungen.

Josephine Hofmann