

INHALTSSTOFFE
OFFENLEGEN!

▲ 13.629

LEGALER
HANFANBAU!

▲ 4.395

MÜNZEN STATT
RESTMARKEN!

▲ 4.887

MEHR SCHOKOLADE!

▲ 136

KEINE HÜHNERFABR

▲ 35.910

DEMOKRATIE IM DIGITALEN
ZEITALTER VERTEIDIGEN!

▲ 203.383

KEINE WM IN
KATAR!

▲ 905



Mal eben die Welt retten

Petitionen im Internet sind wie ein Versprechen: Machen nur genügend mit, schützt man Tiere, erkämpft Menschenrechte oder hilft der Umwelt. Doch bewirken die Unterschriftenaktionen tatsächlich etwas?

TEXT Katharina Finke ILLUSTRATION Larissa Hoff

Die Bürger von Waldhufen und Vierkirchen haben es geschafft: Die riesige Hühnerfabrik wird nicht gebaut. Über 37 000 Unterschriften konnten sie in einer Petition sammeln, und das überzeugte die Gemeinderäte schließlich: So eine Anlage schadet der Umwelt, den Menschen, den Hühnern sowieso. Mit 12 von 13 Stimmen hoben im März die Volksvertreter den Aufstellungsbeschluss auf, der den Bebauungsplan besiegelt hätte.

37 000 Stimmen, in einer wenig bewohnten, ländlichen Gegend nahe Görlitz? Die Stimmen kamen zusammen, weil sich die Bürger Unterstützung im Internet suchten: Sie veröffentlichten ihre Petition bei Change.org. Und dort war die Zustimmung für ihren Kampf gegen die Hühnerfarm groß.

Plattformen wie Change.org geben Menschen mit einem Anliegen ein neues, scheinbar mächtiges Werkzeug in die Hand. Und das wollen sie nicht nur benutzen, um regionale Bauvorhaben zu stoppen: Rettet die Orang-Utans, befreit Snowden, schützt den Hebammenberuf – mit wenig Aufwand kann man solche Aufrufe ins Netz stellen und Unterstützer mobilisieren. Die Teilnehmerzahlen sind riesig. Über 50 Millionen angemeldete Nutzer hat Change.org, rund 34 Millionen Avaaz. Die beiden weltgrößten Portale ihrer Art stammen aus den USA, existieren erst seit wenigen Jahren und agieren in rund 200 Ländern. Die führenden deutschen Portale OpenPetition.de und Campact zählen rund 1,7 beziehungsweise 1,3 Millionen Mitglieder.

Sie alle hoffen, dass ihre digitalen Unterschriftenaktionen etwas bewegen.

Doch stimmt das auch? Eines jedenfalls ist allen Portalen gemein: Egal, wie viele Stimmen eine Petition auch sammeln mag, einen direkten Druck auf Unternehmen, Institutionen oder die Politik üben sie erstmal nicht aus. Avaaz forderte 2008 vom chinesischen Staatspräsidenten die Einhaltung der Menschenrechte und sammelte dafür 1,5 Millionen Unterschriften. Ein Jahr später unterzeichneten elf Millionen Menschen eine Petition, in der die Teilnehmer der Klimakonferenz in Kopenhagen aufgefordert wurden, sich zusammenzurufen. Die Ergebnisse sind bekannt.

„Was den einzelnen Mausclick trotzdem politisch relevant macht, ist die technische Möglichkeit, ihn mit vielen anderen zu bündeln“, sagt die Protestforscherin Sigrid Baringhorst von der Universität Siegen. „Denn wenn es darum geht, eine breite öffentliche Aufmerksamkeit rund um den Globus zu erzeugen, gibt es kein besseres Instrument als das Internet.“

Was Öffentlichkeit bewirken kann, zeigt ein Beispiel aus Südafrika. Nachdem eine lesbische Frau vergewaltigt wurde, um sie „heterosexuell zu machen“, startete ihre Freundin bei Change.org eine Petition gegen „korrigierende Vergewaltigungen“. Sie sammelte knapp 200 000 Unterschriften, die Medien weltweit berichteten. Die südafrikanische Regierung sah sich schließlich durch den öffentlichen Druck zu konkreten Maßnahmen veranlasst. „Doch welche Wirkung die Unterschriften allein am Ende konkret hatten, lässt sich nicht klar beurteilen“, sagt Baringhorst.

„Oft sind E-Petitionen Teil einer ganzen Kampagne, in der sich viele Akteure um dasselbe Anliegen bemühen und dafür

kooperieren“, sagt Günter Metzges, Mitgründer von Campact. Beispiele sind die Kampagnen zur Unterstützung freiberuflicher Hebammen. Bei Campact unterschrieben für „Hebammen sind unersetzlich!“ knapp 160 000 Menschen. Begleitet wurde die Petition bis zu ihrem Ende von Protesten auf der Straße und von der politischen Lobbyarbeit des Deutschen Heb-

„Wenn es darum geht, breite öffentliche Aufmerksamkeit rund um den Globus zu erzeugen, dann gibt es kein besseres Instrument als das Internet“

ammenverbandes. In der Folge nahm die neue Regierung immerhin den Satz „Wir werden (daher) die Situation der Geburtshilfe und der Hebammen beobachten und für eine angemessene Vergütung sorgen“ in den Koalitionsvertrag auf.

Maximale Aufmerksamkeit erzielt derzeit die Nachfolge-Petition „Rettet unsere Hebammen“. Die Beiträge von freiberuflichen Hebammen zur Berufshaftpflichtversicherung sollen 2015 so stark ansteigen, dass sie die Existenz bedrohen – da nützt auch „eine angemessene Vergütung“ nichts mehr. Der Aufruf bei Change.org startete im Februar und setzte sich ein hohes Ziel: 500 000 virtuelle Unterschriften sollten gesammelt werden. Die Zahl wuchs rasant, das Interesse der Medien auch. Sie

gaben der Initiatorin Bianca Kasting, einer jungen Mutter, die Möglichkeit, über die Hebammen-Problematik zu sprechen. Kasting selbst unterstützte ihre eigene Petition mit Aktionen wie einer medienwirksamen Fahrradtour, zusammen mit drei Freundinnen nebst Kindern. „Wir wollen noch viel mehr Unterschriften sammeln, um unserem Anliegen Nachdruck zu verleihen“, sagte Kasting dazu. Stand bei den Unterschriften Ende Mai: 421 000.

„Online-Petitionen haben dann Potenzial, wenn sie nicht Abschluss, sondern Einstieg zu politischem Engagement sind“

Sind die Unterschriften beisammen, werden oft Aktionen geplant, um sie gebündelt etwa Politikern zu übergeben. Das geht in Deutschland auch direkter und via einer gesetzlich verankerten Beschwerdefunktion: Laut Artikel 17 im Grundgesetz darf jeder Bundesbürger eine Petition einreichen – beim Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages, bei Landesparlamenten und Verwaltungen. Seit 2005 ist das, außer in Hessen, auch via Internet möglich.

Beim Ausschuss eingereichte Petitionen haben rechtliche Wirkung und können in die Gesetzgebung einfließen – doch die Hürden sind hoch. Zum einen werden alle Einreichungen nach verschiedenen Kriterien geprüft, etwa ob sie von allgemeinem Interesse sind oder ob sie in den Zuständigkeitsbereich des Bundestages fallen; derzeit hängen rund 900 in dieser Warteschleife. Zum anderen müssen binnen vier Wochen 50 000 Menschen unterzeichnen. Das schafft nur ein winziger Bruchteil der Petitionen.

Geprüft wird bei Change.org nicht, wohl einer der Gründe für die hohen Nutzerzahlen. Auch, dass jedes denkbare Thema aufgegriffen wird und nicht alle die nötige Ernsthaftigkeit aufweisen, tragen dazu bei. Hier fordert einer Wolfgang Lippert als Nachfolger für Markus Lanz, dort wollen Schüler Boris Becker als Sportlehrer

– sie sind Teil der 25 000 Petitionen, die wöchentlich bei Change.org eingestellt werden. „Das Ziel ist, eine Welt zu schaffen, in der kein Mensch ohne Stimme ist“, sagt Paula Hannemann, Deutschland-Chefin der Plattform.

Organisiert ist Change.org als Social Business. „Wir finanzieren unsere Dienstleistung durch den Verkauf von Anzeigen an Organisationen wie Amnesty International, PETA oder Oxfam. Gewinne werden reinvestiert,“ sagt Hannemann.

Avaaaz dagegen ist eine NGO, die auf Spendenbasis arbeitet. Und anders als bei Change.org werden zunächst 10 000 Nutzer stichpunktartig per E-Mail befragt, ob eine Petition grundsätzliches Wirkungspotenzial hat. Erst dann wird sie ins Netz gestellt. Entsprechend wenige laufende Petitionen findet man auf der Seite von Avaaaz, in Deutschland sind es in der Regel rund 25.

So macht es auch die NGO Campact, allerdings mit nur 5000 E-Mails. „Eine Petition hat nur dann Potential, wenn sie nicht Abschluss, sondern Einstieg zu politischem Engagement ist“, sagt Günter Metzges zu den Kriterien. Campact war auch an der Gründung von Openpetition.de beteiligt. Hier allerdings legen die Nutzer die Inhalte ihrer Aufrufe frei fest, einen Check gibt es nicht. Der Nutzer muss sich also, wie bei Change.org, auch durch einige eher nicht ernst gemeinte Petitionen klicken.

Ein weiteres Problem: Bei der Flut von Plattformen und Petitionen verliert man leicht den Überblick. „Umso wichtiger ist daher, dass Anliegen klar formuliert und richtig adressiert sind“, sagt Paula Hannemann. „Das Thema sollte zudem gut recherchiert sein und sich möglichst auf eine anstehende politische Entscheidung beziehen“, ergänzt Günter Metzges.

Am wirkungsvollsten sind E-Petitionen allerdings auf lokaler Ebene, das zeigt nicht nur die Hühnerfabrik bei Görlitz. Kinos, Clubs oder Theater konnten schon gerettet werden, sogar Aufenthaltsgenehmigungen für Asylbewerber wurden erstritten. „Es ist auf lokaler Ebene leichter, etwas zu verändern, weil man besser an die Entscheidungsträger herankommt“, erklärt Paula Hannemann. Und Günter Metzges sagt: „Menschen lassen sich eher mobilisieren, wenn sie direkt von einem Thema betrof-

fen sind und sie sehen, dass sie selbst zu einer anderen Politik beitragen können.“

Das erklärt auch, warum Verbraucherthemen bei E-Petitionen beliebt sind. Wenn sich Aufrufe von Konsumenten direkt an Unternehmen richten, zeigen sie manchmal sogar ohne begleitende Aktionen Wirkung – große Firmen scheuen eben negative Schlagzeilen. So hat die Petition einer Berliner Mutter den Konzern Johnson & Johnson dazu gebracht, auf hormonwirksame Substanzen in Babycremes zu verzichten.

Die US-Schülerin Sarah Kavanagh brachte sogar Coca-Cola und PepsiCo durch Petitionen dazu, auf bromiertes Pflanzenöl (BVO) in je einem ihrer Drinks zu verzichten. Der gesundheitlich bedenkliche Inhaltsstoff ist ein Brandentschleuniger, in der EU ist er in Lebensmitteln längst verboten.

Anders als die Industrie scheint die Politik kaum um ein schlechtes Image besorgt. Hier sind E-Petitionen nur in Kombination mit Zusatzaktionen wirksam. Die Protestforscherin Baringhorst sieht sie darum „viel mehr als Erweiterung, denn als Ersatz traditioneller Kampagnenarbeit.“ /

