

Stimmstoff

Das Abstimmungs-Tutorial



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst

Stimmstoff
Das Abstimmungs-Tutorial
Felber Valentin
Dodici 2013
Institut HyperWerk

Vielen Dank für die Unterstützung:

Gabriel Meisel
Sedrik Eichkorn
Nicola Goepfert
Tim Koechlin
Amina Tanner
Elisa Petri
Adrian Demleitner
Dominik Born

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
Aktualität	4
Recherche	5
Die Berichterstattung über eidgenössische Abstimmungen	5
Der «mediale Wandel»	6
Vorbilder von Stimmstoff	7
Der Prozess	8
Erste Recherche und These	8
Die Umsetzung	9
Das Produkt Stimmstoff	10
Der Bezug von Stimmstoff zum Jahresthema	12
Das Ergebnis	13

Einleitung

Die Idee für meine Diplomarbeit ist aus einem persönlichen Bedürfnis heraus entstanden. Wenn ich meine Abstimmungsunterlagen ausfüllen will und mir nicht eine ganze Stunde Zeit nehmen möchte, um das Abstimmungsbüchlein zu lesen, setze ich mich an den Computer und suche im Internet nach Informationen. Dabei wirklich Nützliches zu finden ist enorm schwierig. Es bleibt einem nichts anderes übrig als der Parole der Partei zu folgen, welcher man am meisten vertraut.

In meinem Diplom setzte ich mir also zum Ziel, einen Beitrag zu leisten, damit es einfacher wird, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Das dabei entstandene Produkt Stimmstoff ist ein Online-Format, das über grundlegende Fakten zu eidgenössischen Abstimmungen informiert. Es besteht aus zwei Ebenen: Ein Video bestehend aus erklärender Sprecherstimme und illustrierender Grafik fasst die wichtigsten Fakten in rund vier Minuten zusammen. Umgeben ist das Video von der zweiten Ebene, auf der über Hyperlinks weitere Informationen angeboten werden und in Foren themenspezifisch diskutiert werden kann.

Aktualität

„Die Zukunft ist Online, tägliches Papier wird bald Geschichte sein. (...) Der Konsument entscheidet selber, was er wann konsumieren will. Und wo tut er das immer häufiger? Im Internet.

Das wäre alles gut und recht. Wäre da nicht diese eine Frage (...): Wie verdienen Medien online Geld?“ (TagesWoche, 30.4.2013. Online unter: http://www.tageswoche.ch/de/2013_17/basel/537146/oh-tannenbaum.htm, konsultiert am 24.7.13)

Ein Podiumsgespräch über die Basler Medienlandschaft im April 2013 illustrierte sehr schön, dass wir uns in einer Phase der Transformation weg von den traditionellen Massenmedien hin zu einem individualisierten „Informations-Konsum“ im Internet befinden. Doch fehlt es an kreativen Ideen, um mit diesem

Wandel umzugehen.

Auch die politischen Akteure befinden sich mit Ihrer Kommunikationsstrategie im Wandel.

„Tendenziell setzen Parteien das Internet bislang nur als untergeordnetes Kampagneninstrument und wenig interaktiv ein. Zudem sprechen Parteien mit dem Internet eher Sympathisanten und Journalisten und weniger die Bürger an. Allerdings deuten Studien auch darauf hin, dass Parteien steigende Ressourcen in Online-Kampagnen investieren, (...)“ (Rademacher Patrick (2010). Politische Inhalte im Internet. Köln: Herbert von Harlem Verlag, S.123)

Weiter beweist die Prämierung von politnetz.ch durch den Grimme Online Award 2013, dass die Zeit reif ist, um politische Inhalte über das Internet zugänglich zu

machen. „Die Jury setzt mit diesem Preis ein Zeichen für politische Partizipation im Web.“ (Grimme Online Award. Online unter: <http://www.grimme-institut.de/html/index.php?id=1667#c10924>, konsultiert am 24.7.13).

Solche Phasen der Transformation sind der ideale Zeitpunkt, um neue Ideen einzubringen. In einem ge-

festigten Markt ist es schwierig, neue Ideen zu etablieren. Darum ist heute die Gelegenheit auch günstig für neue journalistische Online-Produkte. Wir befinden uns genau in der Übergangszeit. Es ist der ideale Moment für einen Prozessgestalter, mitzugestalten und erfolgreich innovative Lösungen einzubringen.

Recherche

Die Berichterstattung über eidgenössische Abstimmungen

Im Vorfeld eidgenössischer Abstimmungen ist die Dichte an Berichten in den Medien sehr gross. Es wird hauptsächlich über die drei Kanäle Radio, Fernsehen und Zeitung berichtet. Dazu kommen noch die Online-Angebote der verschiedenen Medienhäuser. Für diese wird in der Regel kein eigener Inhalt produziert, sondern es werden die Angebote aus dem jeweiligen Hauptmedium zusätzlich online verbreitet. Inhaltlich „beziehen sich die Medien vor allem auf die entsprechenden Äusserungen der politischen Akteure, indem sie diese thematisieren und gegebenenfalls kommentieren“ (Rademacher Patrick (2010). Politische Inhalte im Internet. Köln: Herbert von Harlem Verlag, S.59). Nur sehr selten werden in einem Bericht die grundlegenden Informationen einer Abstimmung erläutert.

Gründe dafür kann man in der Struktur der Medien finden. Beiträge zu Abstimmungen kann man in zwei Kategorien aufteilen. Einerseits wird in den News-Bereichen tagesaktuell in kurzen Beiträgen berichtet. Dabei brauchen die Redaktionen jeweils einen Aufhänger, um das Thema senden zu können. Dieser kommt naturgemäss nicht von dem Monate vor der Abstimmung festgelegten Gesetzestext, der zur Abstimmung steht, sondern von Exponenten aus der

Politik. An Ihnen wird die Meldung aufgehängt. Informationen zur eigentlichen Abstimmung werden nur infofern mit in den Beitrag gepackt, als diese zur Erklärung der aktuellen Geschichte notwendig sind. Die Zweite Kategorie sind Beiträge, die sich speziell mit dem Thema der Abstimmung beschäftigen, beispielsweise Leitartikel in den Zeitungen oder Talk- und Magazin-Sendungen in Radio und Fernsehen. Vor allem in den audiovisuellen Medien wird sehr diskursiv berichtet. Es werden die Meinungen von Politikern oder auch Experten indirekt (in Beiträgen) oder direkt (in Talksendungen) einander gegenüber gestellt. Auch dabei werden nur sehr selten die grundlegenden Informationen von der Redaktion dargelegt. (nach Rademacher Patrick (2010). Politische Inhalte im Internet. Köln: Herbert von Harlem Verlag)

Wenn man heutzutage etwas nicht weiss, dann sucht man im Internet nach Informationen. Versucht man mit einer Google-Suche Informationen zu Abstimmungsinhalten zu finden, landet man als erstes in Onlinedossiers von Medienhäusern. Diese Dossiers sind meist reine Auflistungen der erschienenen Beiträge in chronologischer Reihenfolge. Sich in diesen Berichten über das grundlegende zu informieren, ist aus

oben genannten Gründen schwierig.

Weiter verweist einen Google auf die diversen Seiten des Bundes. Diese sind wenig benutzerfreundlich gestaltet und können ebenfalls als Dossiers bezeichnet werden. Sehr oberflächliche Informationen wie Videos von Pressekonferenzen werden auf der gleichen Ebene angeboten wie 100 Seiten starke Dokumente über die Beratung in den Räten oder der Gesetzesartikel zu den Vorlagen.

Weiter gibt es die Internetseiten der verschiedenen Komitees. Diese sind verständlicherweise sehr einseitig gestaltet und nicht darauf ausgelegt, Informationen zur freien Meinungsbildung zu liefern.

Das Ziel der freien Meinungsbildung verfolgen einige

wenige unabhängige Plattformen. Vimentis.ch oder easyvote.ch stellen beispielsweise einen erklärenden linearen Text über die Abstimmung zur Verfügung. Ebenfalls einen erklärenden Text zu Abstimmungen gibt es in der offiziellen „Erläuterung des Bundesrates“ (Abstimmungsbüchlein). Darin werden die grundlegenden Fakten sowie die Argumente von Gegnern und Befürwortern erläutert.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der grosse und einfach zugängliche Teil der Informationen sich mit den Meinungen und Äusserungen politischer Exponenten befasst. Informationen über grundlegende Fakten gibt es weniger und sie sind schwieriger zu finden.

Der «mediale Wandel»

Die Zugänglichkeit ist der wohl wichtigste Grund, warum Wikipedia heute so viel erfolgreicher ist als die gedruckte Ausgabe einer Brockhaus-Enzyklopädie. Nur einfach zugängliche Informationen werden wirklich genutzt. Auch zu eidgenössischen Abstimmungen stehen der Bevölkerung die bereits genannten Informationen zur Verfügung. Wie ebenfalls schon beschrieben sind die grundlegenden Informationen, um sich eine eigene, unabhängige Meinung zu bilden, schwer zu finden.

Bereits 1998 sagte Jürgen Rüttgers (Deutscher Zukunftsminister):

„Information erhält ihre menschliche Dimension und damit ihre gesellschaftliche Bedeutung erst dann, wenn sie von Menschen aufgenommen wird, wenn die Information zu Wissen wird. Wissen macht handlungsfähig.“ (Deutscher Bundestag: Drucksache 13/11004, 22.06.1998. Online unter: <http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/13/110/1311004.asc>, konsultiert am 19.8.13)

Um Information in nutzbare Information zu verwan-

deln muss auch im 21. Jahrhundert eine „redaktionelle“ Leistung erbracht werden. Es reicht nicht, sie einfach chronologisch aufzureihen. Der durchschnittlich interessierte Nutzer muss in der Lage sein, innert nützlicher Zeit auf brauchbare Informationen zugreifen zu können.

Als im 20. Jahrhundert noch die Schrift das dominierende Medium war, fasste das „Abstimmungsbüchlein“ des Bundesrates die vielen verschiedenen Informationen aus Zeitungen, Radio und Fernsehen mit den der damaligen Zeit entsprechenden medialen Mitteln zusammen. Inzwischen ging die „Gutenberg-Galaxis“ zu Ende, die mediale Welt hat sich verändert. Das Internet hat die Zahl der zur Verfügung stehenden Informationen explodieren lassen. Damit diese Informationen zu Wissen werden können, müssen sie von einem Rezipienten aufgenommen werden. Aleida Assman sagt dazu in einem Vortrag: „Im Informationszeitalter, wo die Produktion von Informationen ins Gigantische wächst, wird das, was Informationen einen

Wert zuweist, immer knapper und wichtiger, nämlich: Aufmerksamkeit.“ (wirtschaftsarchiv.de, 22.06.1998. Online unter: http://www.wirtschaftsarchive.de/vdw/veroeffentlichungen/zeitschrift/weitere-hefte/aufsatz_Assmann.pdf, konsultiert am 19.8.13)

In diesem Wettbewerb um Aufmerksamkeit schneidet der lineare Text des „Abstimmungsbüchleins“ schlecht ab. Doch auch die Alternativen im Internet stehen nicht viel besser da. Auch sie sind meist auf linearen Text beschränkt. In einer heutigen medialen Welt müssen neue Lösungen gefunden werden, wie man im Kampf um Aufmerksamkeit bestehen kann. Lineare Texte verlieren auch oder gerade online diesen Wettbewerb klar. (nach wirtschaftsarchiv.de. Online unter: http://www.wirtschaftsarchive.de/vdw/veroeffentlichungen/zeitschrift/weitere-hefte/aufsatz_Assmann.pdf, konsultiert am 19.8.13)

Online ist es der Nutzer gewöhnt, selbständig zu entscheiden, wie viel er von was erfahren will. Dies ermöglicht der Hypertext. Dieser ist ein „über Links verbundenes Netz aus Text-, Bild- und Dateneinheiten, in dem sich die Nutzer je nach Interesse bewegen können“ (Duden. Online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Hypertext>, konsultiert am 19.8.13). Diese Interaktivität steigert die Attraktivität von Hy-

pertexten im Vergleich zu linearen Texten enorm und verschafft dem Hypertext im Wettbewerb um Aufmerksamkeit einen Vorteil.

Das Ende der „Gutenberg-Galaxis“ hat auch die Sprache verändert. Schreiben auf Papier hatte etwas endgültiges, das geschriebene war etwas, das man der Nachwelt hinterliess, man erschuf damit ein Denkmal. Dementsprechend schaute man genau was und wie man etwas schrieb, denn das Wort wog schwer.

Heute, in Zeiten des Computers, wiegt das einzelne Wort weniger. Die Kommunikation über beispielsweise Chats ist wieder oraler geworden. Man spricht dabei von sekundärer Oralität. Das Medium ist zwar schriftlich, die Art zu schreiben und zu formulieren jedoch von mündlichen Wendungen geprägt. Die Lesegewohnheiten der heutigen Rezipienten sind immer mehr geprägt von dieser sekundären Oralität. (nach wirtschaftsarchiv.de. Online unter: http://www.wirtschaftsarchive.de/vdw/veroeffentlichungen/zeitschrift/weitere-hefte/aufsatz_Assmann.pdf, konsultiert am 19.8.13)

Man könnte also schliessen, dass Informationen attraktiv sind, wenn sie interaktiv gestaltet und in oraler Sprache formuliert sind.

Vorbilder von Stimmstoff

Ziel von Stimmstoff ist es, grundlegende Informationen aufzubereiten und zur freien Meinungsbildung zur Verfügung zu stellen. Im politischen Bereich gibt es dabei eine ganze Reihe an Vorbildern. Smartvote und Politnetz (Grimme Online Award 2013) bereiten politische Daten userfreundlich auf. Politnetz bietet den Nutzern ausserdem die Möglichkeit, auf ihrer Plattform miteinander über die Themen zu diskutieren.

Vimentis, Easyvote und das analoge Abstimmungs-

büchlein verfolgen ebenfalls das Ziel, grundlegende Informationen zur Verfügung zu stellen. Abstimmungsinhalte fassen sie zwar auf unterschiedliche Arten, aber alle unabhängig und neutral zusammen.

Die Idee, Informationen miteinander zu verknüpfen, gibt es schon seit der Erfindung des Buchdrucks. Zitate in Bücher schlagen Brücken zu anderen Werken, sie „verlinken“. 1945 hatte Vannevar Bush als erster eine Vorstellung davon, wie man solche Links tech-

nisch umsetzen könnte.

Er schrieb in einem Essay über den menschlichen Verstand: „It operates by association. With one item in its grasp, it snaps instantly to the next that is suggested by the association of thoughts (...)“ (sophiararebooks.com. Online unter: <http://www.sophiararebooks.com/pictures/2440.jpg>, konsultiert am 19.8.13)

Er schlug vor, dass „associative trails“ Informationen miteinander verbinden könnten.

Wie man dies im Internet umsetzen kann, zeigt Wikipedia. Es bietet die Möglichkeit, via Hyperlinks vertiefte Informationen einzuholen. Dies erlaubt dem Rezipienten, sich seinem Wissensstand entsprechend durch die Artikel zu lesen.

Kurze Videos, sogenannte „tutorials“, die alle möglichen Sachverhalte erklären, gibt es tausende im Inter-

net. Ein Sprecher erläutert den Sachverhalt, während dieser im Video auf visueller Ebene illustriert wird.

In den letzten Jahren haben Firmen wie RSA angefangen, „tutorials“ auch auf Themen ausserhalb der IT-Welt anzuwenden. So werden beispielsweise die Gründe der Immobilienblase oder die Funktionalität eines Verbrennungsmotors erklärt.

Es gibt auch ältere Vorbilder. Das Radio SRF3 beispielsweise hat eine Rubrik „Schlauer in 60 Sekunden“. Darin erläutern sie komplexe Hintergründe tagessaktueller Themen in 60 Sekunden.

Auch ARTE (mit offenen Karten) hat ein Format, das mit animierter Grafik und erklärender Sprecherstimme komplizierte Sachverhalte einfach darzulegen versucht.

Der Prozess

Erste Recherche und These

Ich bin mit dem Ziel in mein Diplomprojekt bin gestartet, einen Beitrag zum politischen Diskurs in der Schweiz zuleisten. Meine erste Idee war es, ein Videodiskussionsformat zu entwickeln, in welchem fundiert und sachlich diskutiert wird. Im Laufe der Recherche wurde für mich jedoch klar, dass der Markt für Diskussionsformate gesättigt ist. Ausserdem hat kein Politiker ein Interesse, öffentlich eine konsensorientierte Diskussion zu führen. Er will immer seine Meinung plazieren, um den Diskurs in der Öffentlichkeit zu beeinflussen – denn dieser ist schlussendlich

in einer Demokratie entscheidend. Darum entschied ich mich dafür, einen direkten Beitrag zu diesem öffentlichen Diskurs zu leisten. Bei der Recherche stellte ich ausserdem fest, dass einfache, grundlegende Informationen in der Berichterstattung untervertreten sind.

Darum lautete meine zweite präzisierete Fragestellung: Wie müssen grundlegende Informationen zu eidgenössischen Abstimmungen aufbereitet werden, damit sich jeder eine eigene Meinung bilden kann?

Die Umsetzung

Mit diesem Vorhaben traf ich mich mit meinem Team (Gabriel Meisel, Elisa Petri, Amina Tanner (HyperWerk), Sedrik Eichkorn (Studium Medienwissenschaften/Journalist) und Nicola Goepfert (Student Medien & Politik (Sozialwissenschaften))) zu einem ersten Brainstorming. In der Diskussion kristallisierte sich eine zentrale Idee heraus: Ein kurzes Video, das Abstimmungen mit Grafik und Sprecherstimme erklärt.

Ausführlich diskutierten wir über die Fragen, wie die Ausgewogenheit des Videos zu gewährleisten wäre, oder wie das Video am besten aufgebaut würde.

Das Resultat fasste ich in einer Absichtserklärung zusammen.

Auf dieser Grundlage diskutierten wir die konkrete Umsetzung. Hauptthema war die Frage, wie wir eine Balance zwischen den zum Ziel gesetzten 3 Minuten Länge des Videos und dem Anspruch der Vollständigkeit finden können. So entstand die Idee, die Informationen auf zwei Ebenen aufzuteilen. Die Ebene des Videos, die zusammenfasst und einen Überblick verschafft und jene, die jetzt mit Hyperlinks ausgestaltet wurde und ausführlichere Informationen zur Verfügung stellt.

Anschliessend produzierten wir eine erste Testversi-

on zur Abzocker-Initiative. Diese war formal auf einem relativ bescheidenen Niveau, erfüllte aber Ihren Zweck. Wir konnten sehen, was funktioniert und was nicht. Daraus leiteten wir Standards ab.

Von Anfang an war mir klar, dass ich einen starken Partner brauche, wenn ich Stimmstoff veröffentlichen will. Politnetz als grösste Schweizer Onlineplattform für politische Inhalte schien dafür prädestiniert. Sie sind in Politik und Medien gut vernetzt.

Um mich bei ihnen zu bewerben, überarbeitete ich das Video zur Abzockerinitiative gemäss unseren neuen Standards und programmierte eine Testversion der Homepage, damit auch die Ebene der Hyperlinks getestet werden konnte.

Mit dieser neuen Version von Stimmstoff stellte ich mich Politnetz vor und konnte sie als Partner gewinnen.

Zusammen produzieren wir jetzt zur Abstimmung am 22. September das Online-Format Stimmstoff. Dabei produziere ich das Video und Politnetz programmiert die Hyperlinks und kümmert sich um deren Inhalt. Zu sehen sein wird das Format einerseits auf politnetz.ch/abstimmungen, andererseits versucht Politnetz es über Ihre bestehenden Kanäle an Medienhäuser weiter zu verkaufen.

Das Produkt Stimmstoff

Das Video hat eine Doppelfunktion. Einerseits verschafft es auf audiovisuellem Weg einen Überblick über die grundlegenden Informationen. Andererseits dient es als Navigation durch die Hyperlinks zu den das Video ergänzenden Informationen.

Abstimmungsinformationen kann man in fünf verschiedene Schichten gliedern; sie erstrecken sich von gesicherten (A) bis ungesicherten Informationen (E):

- A) Die Gesetze und der Initiativtext
- B) Die allgemein verständliche Übersetzung von Gesetzen und Initiativtext
- C) Die unmittelbaren und allgemein anerkannten Auswirkungen von Gesetzen und Initiativtext
- D) Nicht von allen Diskussionsparteien anerkannte Folgen von Gesetzen und Initiativtext
- E) Die parteiische Argumentation, die beschreibt, warum das eine besser ist als das andere

Im Video werden nur die Punkte A – C thematisiert. So wird gewährleistet, dass dem Video gesicherte Fakten zugrunde liegen. Redaktionelle Arbeit hat immer das Risiko, dass die persönlichen Ansichten des Redaktors miteinfließen. Bei einem Video, das ausgewogene Informationen verbreiten will, ist dies eine grosse Gefahr. Durch das beschränken auf harte Fakten, kann dieses Risiko minimiert werden.

Thematisiert werden immer drei Themenbereiche: Einerseits wird dargelegt, was Ausgangslage und Idee hinter dem bestehenden Gesetz vor der Abstimmung sind. Ich bin der Meinung, dass diese Informationen generell zu kurz kommen. Neue Gesetze reagieren auf ein Problem, das sie Lösen wollen. Um beurteilen zu können, ob ein neues Gesetz, ob die Problemlösung sinnvoll ist, muss man die Ausgangslage kennen.

Bei einer Abstimmung, bei welcher man Ja oder

Nein stimmen kann, hat man die Wahl zwischen zwei Wegen in die Zukunft. Entweder man will, dass die Gesetze so bleiben wie sie sind, oder man findet die neuen Gesetze besser. Dieser Tatsache Rechnung tragend, werden im Video alle Aspekte des neuen mit dem bestehenden Gesetz auf einem Splitscreen verglichen. Die vergleichende Darstellung verhindert das einseitige herausheben der einen oder anderen Seite.

Die über Hyperlink angebotenen Informationen bestehen aus drei verschiedenen Teilen: Die Rubrik „Mehr Informationen“ verlinkt auf Websites, die Begriffe, welche im Video vorkommen, näher erklären oder ergänzende Informationen bieten. Das Video kann nie alle grundlegenden Informationen zu den Abstimmungen bieten. Darum ist es wichtig, dass der Nutzer individuell auf vertiefende Informationen oder auch Begriffserklärungen zugreifen kann.

Die Rubrik „Meinungen“ bietet eine Plattform, auf welcher themenspezifisch diskutiert werden kann. Wenn im Video verschiedene Unterthemen erläutert werden, kann man unter „Meinungen“ zu diesem spezifischen Thema einer Vorlage diskutieren.

In der Rubrik „Quellen“ wird auf Webseiten verlinkt, die bei der Produktion des Videos als Quellen gebraucht wurden. So können z.B. Rückschlüsse auf Gesetzesartikel geschlossen werden. Quellenangaben sind für die Glaubwürdigkeit des Videos von zentraler Bedeutung.

Das Onlineformat Stimmstoff wird ab September auf der Plattform politnetz.ch als zentrales Element über Abstimmungen informieren.

Damit sich jemand über eine Abstimmung informieren kann, muss er wissen, wo. Heute ist das Problem, dass es abgesehen vom Abstimmungsbüchlein keine

Informationen zum Video

Während des Videos werden hier Zusatzinformationen angezeigt. Klicken Sie auf die auftauchenden Links um mehr über die Vorlage zu erfahren.

Von einem Gegenentwurf (auch direkter Gegenentwurf genannt) spricht die Bundesverfassung der Schweiz in Artikel 139 (Volksinitiative auf Teilrevision der Bundesverfassung) im Zusammenhang mit dem durch eine Volksinitiative herbeigeführten Referendum über eine Verfassungsänderung.

Begriffserklärung:

- Was ist eine Aktiengesellschaft
- Was ist ein Aktionär
- Was ist ein Verwaltungsrat

VOLKSINITIATIVE «JA ZUR AUFHEBUNG DER WEHRPFLICHT»

Die Initiative will, dass der Bundesrat nicht mehr vom Parlament gewählt wird, sondern vom Volk. Die Bundespräsidentin oder der Bundespräsident soll ebenfalls nicht mehr vom Parlament gewählt werden, sondern vom Bundesrat.

Abstimmungsfrage
Wollen Sie die Volksinitiative «Volkswahl des Bundesrates» annehmen?

Empfehlung
Bundesrat und Parlament empfehlen, die Initiative abzulehnen. Der Nationalrat hat die Initiative mit **137 zu 49 Stimmen** abgelehnt, der Ständerat mit 34 zu 5 Stimmen.

Contra: «Ich will keinen Dauerwahlkampf, keine Schwächung der Konkordanz und keinen Verlust unseres regionalen Zusammenhalts. Das jetzige System hat sich bewährt.»

Pro: «Im Zweifel stimme ich immer für mehr Volksrechte. Das Proporzsystem wäre aber noch besser gewesen.»

Wer sagt was? Die offiziellen Parolen

Folgende Parteien empfehlen ein Ja:
FDP BDP

Folgende Parteien empfehlen ein Nein:
CVP SP Grüne GLP

SRG-Trendumfrage: Wer stimmt wie?

Kategorie	Prozent
Bestimmt dafür	38%
Eher dafür	21%
Eher dagegen	12%
Bestimmt dagegen	10%
Unschlüssig	19%

gfs bern / Ergebnisse der 2. SRG-Umfrage zu den Abstimmungsthemen vom 11. März.

Blogbeiträge zum Abstimmungstermin

Yannick Buttet
CVP Nationalrat Wallis

Nach mehr als einem Jahr Beratung nahm das Parlament einen Text an, der die Erhöhung der Mittel für erneuerbare Energien bezweckt und dabei die Unternehmen unterstützt, die im internationalen Zusammenhang unter dem Energiepreis leiden. Dank einem intensiven Arbeitsrhythmus erfolgt die Umsetzung auf den 1. Januar 2014. Diese Entwicklung führt in ...

MITDISKUTIEREN

Beitrag schreiben

AKTIVE MITGLIEDER (4'625)

Bild 3: Der Entwurf der neuen Abstimmungspage von Politnetz mit Stimmstoff als zentrales Element im schwarzen Kasten.

allgemein bekannten und bei jeder Abstimmung wiederkehrende Orte gibt, an welchen man sich informieren kann.

Die Zusammenarbeit von Stimmstoff und Politnetz schafft genau so einen Ort.

Ausserdem wird Politnetz versuchen, das Online-Format an Medienhäuser zu verkaufen, damit sie dieses auf ihrer Website einbinden. Wenn das funktioniert, wird Stimmstoff die Berichterstattung zu Abstimmungen im Internet verändern. Stimmstoff könnte das zentrale Element neu strukturierter Abstimmungsdossiers werden. Neben den ergänzenden Informationen könnte aus dem Video heraus ausserdem auch auf passende Berichte verlinkt und so noch vielschichtigere Informationen zugänglich gemacht werden.

Der Bezug von Stimmstoff zum Jahresthema

Erste Recherche und These

In kleinen Gemeinschaften werden Probleme oder Ideen permanent neu verhandelt. In spontanen Begegnungen einzelner Mitglieder der Gemeinschaft werden Probleme angesprochen und gelöst. Diese mündlich ausgehandelten „Regeln“ gelten für die Mitglieder der Gemeinschaft als verbindlich. Trotzdem sind sie, gerade weil sie nicht schriftlich festgehalten werden, in einem steten Wandel und werden ständig neu verhandelt. Das Nicht-Existieren eines schriftlichen Dokumentes fördert den steten Diskurs einer Gemeinschaft über ihre Regeln, Verhaltensformen und Gewohnheiten. Schriftliche Dokumente haben die Eigenschaft, dass sie lange Zeit überdauern: „Die Utopie des frühen Druckzeitalters war auf die Überwindung der Zeit gerichtet“ (wirtschaftsarchiv.de. Online unter: http://www.wirtschaftsarchive.de/vdw/veroeffentlichungen/zeitschrift/weitere-hefte/aufsatz_Assmann.pdf, konsultiert am 19.8.13). Schrift fixiert Wissen und geschriebene Regeln fixie-

ren das Produkt eines Diskurses zum Zeitpunkt des Schreibens. Doch Gemeinschaften befinden sich in einem steten Wandel. Regeln müssen permanent daran angepasst und darum neu ausgehandelt werden. Wenn schriftlich fixierte Regeln bestehen, behindern diese den fortlaufenden Diskurs. Denn eine lebendige Diskussion basiert auf Oralität.

In grossen Gemeinschaften wird über neue Regeln schriftlich informiert. Diese schriftlichen Informationen sind von der mündlichen Diskussion denkbar weit entfernt – denn wir alle sind aus unserem Alltag von kleinen, auf mündlichen Regeln basierenden Gemeinschaften geprägt.

Stimmstoff benutzt ein Video, in welchem ein Sprecher die grundlegenden Informationen mündlich vermittelt. Die Mündlichkeit dieser Informationen ist viel näher an der späteren, ebenfalls mündlich stattfindenden Diskussion.

Das Ergebnis

Am Anfang des Jahres stand das Ziel, einen Beitrag zum politischen Diskurs in der Schweiz zu leisten. Ich stellte mir damals vor, dass ich exemplarisch anhand einer Abstimmung öffentlich zeigen könnte, wie so ein Beitrag aussehen könnte. Dieses Ziel habe ich erreicht. Was mich dabei stolz macht, ist, dass es auf partnerschaftlicher Ebene stattfindet und meine Ideen berücksichtigt werden. Politnetz investiert auch etwas in meine Idee.

Wenn Sie das Format an Medienhäuser weiterverkaufen können und wir in Zukunft für eidgenössische Abstimmungen neue Versionen produzieren, wird das Ziel übertroffen. Dann haben wir einerseits einen Ort geschaffen, an dem sich jeder Interessierte informieren kann, ein Ort, der nicht irgendwo in den Weiten des Webs versteckt, sondern auf der grössten politischen Internetplattform der Schweiz zu finden ist.

Ausserdem können wir die Berichterstattung zu eidgenössischen Abstimmungen in der Schweiz in den Online-Ausgaben der Medienhäuser so umgestalten, dass sie dem interessierten Nutzer auch etwas bringen.

Mit Stimmstoff verbessern sich die Möglichkeiten, um sich über eidgenössische Abstimmungen zu informieren – informierte Menschen können besser über die Zukunft der Schweiz entscheiden.



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst

KONTAK T

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst
Institut HyperWerk
Totentanz 17/18
CH-4051 Basel

T +41 (0)61 269 92 30
F +41 (0)61 269 92 26

Info.HyperWerk.hgk@fhnw.ch
www.HyperWerk.ch
www.fhnw.ch/hgk/ihw

Valentin Felber
Stimmstoff
Das Abstimmungs-Tutorial

www.stimmstoff.ch