

Re-Designing Politics

Gerhard Feltl

Nach einer aktuellen IWG-Umfrage fühlen sich die Österreicher über die Angelegenheiten, die ihr persönliches Leben betreffen, von den zuständigen Regierungsstellen nur unzureichend informiert. Dieses Informationsdefizit betrifft sowohl Aspekte des persönlichen Lebens wie auch Existenzfragen für das Land.

Solche Defizite legen den Schluß nahe, daß die Informationspolitik der Regierung nicht mehr zeitgemäß ist. Sie funktioniert noch immer nach dem Muster "amtlicher Verlautbarungen", meist über Pressekonferenzen oder Medienbulletins. Moderne Kommunikationstechniken werden nur sporadisch eingesetzt. Vor allem aber: die Verdeutlichung von Politik, die Darstellung der Auswirkungen politischer Entscheidungen wird ausschließlich den Medien überlassen. Das freilich reicht nicht mehr aus, um den für das Funktionieren einer Demokratie notwendigen *share of mind* herzustellen. Neue Formen der Kommunikation mit und zwischen den Bürgern werden dabei vernachlässigt.

In einer aktuellen Repräsentativ-Befragung des deutschen Meinungsforschungsinstitutes Contest Census in den USA, in Japan und in Deutschland wurde erhoben, welches Land in den kommenden Jahren die Lead-Funktion bei der Entwicklung von Online-Diensten und Neuen Medien übernehmen wird. Das Ergebnis: 58 % der Befragten sehen die USA voran, Japan wird mit 42 % als durchaus wettbewerbsfähig angesehen, Deutschland bildet mit lediglich 6 % das abgeschlagene Schlußlicht.

Und tatsächlich erwirtschaftete die High-Tech-Industrie der Vereinigten Staaten im Jahr 1994 bereits ein Neuntel des gesamten Bruttoinlandsproduktes. Die Softwarebranche wuchs zehnmal schneller als der Rest der Wirtschaft. Seit 1991 fließt bereits mehr Kapital in die Computer- und Kommunikationsindustrie, als in die traditionelle Schwerindustrie. Schätzungen zufolge werden 1998 in den USA etwa 49 Milliarden Dollar in den Sektor der Datenkommunikation investiert werden. Mit ihrem neuen *Telekommunikationsgesetz '96* besitzen die USA heute einen der freiesten Informations- und Medienmärkte der Welt.

Die Kombination aus Telefon, Kabelfernsehen, Satelliten, Internet und Glasfaserverbindungen bietet Amerika schon heute „eine äußerst effiziente Infrastruktur für die zusammenwachsende Telekommunikation“, erklärt *Suzy Tichenor* vom Washingtoner *Council on Competitiveness*.

Rund 30 Millionen US-Bürger klinken sich schon heute regelmäßig in Online-Dienste ein, 40 % aller Verbraucher besitzen einen Computer. Und das neue Telekommunikationsgesetz schreibt zwingend vor, daß alle US-Schulen am Internet angeschlossen werden müssen - eine Entwicklung, die maßgeblich von US-Vizepräsident Al Gore im Rahmen seiner *National Information Infrastructure (NII)* vorangetrieben wurde.

Unterstützt wird dieses Projekt von Intellektuellen und Publizisten wie George Gilder und Alvin Toffler, die mit ihrem 1994 publizierten Manifest "Cyberspace and the American Dream: a Magna Charta for the Knowledge Age" für den Aufbruch in die digitale Welt geworben hatten.

In Japan gab es bereits vor 25 Jahren einen Vorschlag des Kommunikations-Wissenschaftlers Yoneij Masuda für eine "neue Informationsgesellschaft", die als nationales Anliegen bis zum Jahr 2000 hätte verwirklicht werden sollen. Die Umsetzung ist damals freilich am zentralistischen Denken in Wirtschaft und Politik gescheitert.

Nunmehr hat die Regierung neuerlich eine Multimedia-Offensive gestartet, um bis zum Jahre 2015 den ehemaligen Vorreiter auf den High-Tech-Märkten wieder in die Pole-Position zu bringen, Japan in *Teletopia* zu verwandeln und in den kommenden 20 Jahren einen Zukunftsmarkt mit rund 2 Milliarden US-Dollar und 2,4 Millionen neuen Arbeitsplätzen zu schaffen. Vom Post- bis zum Bautenministerium haben sich alle mit Zukunftsentwürfen zum Thema Multimedia zu Wort gemeldet. Beim Premierminister hat man ein eigenes Büro für die „Förderung von Information, Neuen Medien und Kommunikation“ eingerichtet.

Damit will die japanische Regierung im internationalen Wettbewerb mit den USA gleichziehen, wo das Projekt *National Information Infrastructure (NII)* durch die Veränderungen im Kommunikationsverhalten auch zur Beschleunigung des gesellschaftlichen Wandels (Stichworte: *Conent-Industry* d.h. TV, Film, Medien, Software, moderne Unternehmensorganisation, Telearbeit und kultureller Wandel) sowie zur Veränderung der politischen und ökonomischen Struktur beigetragen hat und somit nicht nur als Motor des Wirtschaftsaufschwunges, sondern auch als Projekt zur Modernisierung der Gesellschaft auf allen Ebenen dient.

In einer Welt, in der Ideen wichtiger zu werden beginnen als Kapital und Rohstoffe, sind Projekte wie *NII* von Al Gore natürlich in erster Linie dazu bestimmt, die wirtschaftliche Vorherrschaft eines Landes zu sichern und auszubauen. Gleichzeitig ergibt sich dadurch die Chance, die Nutzanwendung von Multimedia, Internet und die gesamte virtuelle Welt des Cyberspace als zentralen Aspekt der politischen Kommunikationsbemühungen zu sehen. Für ein "Re-Design" der Politik und der politischen Kommunikation durch grundsätzlich neue Formen der Interaktion mit dem Bürger.

Ziel ist die Schaffung eines breitbandigen Kommunikationsnetzes, das für alle Bürger allgegenwärtig alle nur denkbaren Kommunikationsdienste anbieten kann. Nach den Plänen von Al Gore soll *NII* zur Jahrtausendwende für die Mehrheit der Amerikaner bereits zur Alltagstechnologie geworden sein.

Anlässlich seines 50-Jahr-Jubiläums hat auch der Britische Design Council ein faszinierendes Kommunikationsprojekt verwirklicht: unter dem Titel: "Re-Designing Parliament" wurden Vorschläge erarbeitet, wie das altehrwürdige Parlament unter Nutzung unserer heutigen technischen Möglichkeiten neu geplant und die Kommunikation zwischen den Parteien, den Parlamentariern und den Wählern zeitgemäß gestaltet werden könnte.

Am 3. März 1997 wurde in einer *House of Lords Debate* von der Labour-Party eine vielbeachtete Anfrage an die britische Regierung gerichtet, welche konkreten Maßnahmen und Aktivitäten geplant sind, um das enorme Wertschöpfungspotential von Design und Kulturwirtschaft optimal zu erschließen - und was getan wurde um zu verhindern, daß die Design-Kompetenz ins Ausland abwandert.

Diese Anfrage ist Teil einer umfangreichen Wahlkampfoffensive der *New Labour Party* unter ihrem charismatischen Vorsitzenden Tony Blair - mit dem Ziel, seine Partei als akzeptierten Gesprächspartner in der britischen Wirtschaft und Industrie zu etablieren und eine Programmvision darüber zu entwickeln, wie die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit seines Landes verbessert bzw. abgesichert werden kann.

Als Teil dieser Offensive wurden seitens der *New Labour Party* in enger Kooperation mit führenden britischen Unternehmen und Institutionen ein Fünf-Punkte-Programm formuliert, das die Bereiche Innovation, Technologie und Design als fundamentale Voraussetzung für die Erreichung und Aufrechterhaltung britischer *competitiveness* definiert.

Als Schattenminister für ein solches Ministerium für Wissenschaft, Technologie und Design ist Adam Ingram, MP vorgesehen.

Österreich ist, was den Reifegrad als Informationsgesellschaft betrifft, ein Entwicklungsland. Das "technologiepolitische Konzept der Bundesregierung", das nunmehr als Expertenentwurf vorliegt, ignoriert überhaupt den Begriff *Informationsgesellschaft*.

Auch das ist symptomatisch für eine intellektuelle Landschaft, in der im Zweifelsfalle Herzmanovsky-Orlando mit seinem "Gaulschreck im Rosennetz" den Ton angibt, das digitale Netz jedoch als Gespinnst des Cyberspider beargwöhnt wird.

Daher fehlt auch das Nachdenken und die breit angelegte Diskussion über die Nutzung der Neuen Medien für zeitgemäße Formen der Politikvermittlung. In Wahlsendungen wird zwar die "bürgernahe Verwaltung" propagiert. Doch niemand nutzt hierzulande konsequent die Möglichkeiten, Politik als Dienstleistung an und für den Bürger in einer dem technischen und kulturellen Niveau unserer Gesellschaft adäquaten Form zu begreifen und anzuwenden. Dafür gibt es bereits zahlreiche internationale Beispiele - in der lebendigen und dialoghaften politischen Kommunikation ebenso wie im verbesserten Behörden-Service.

In einer Art "elektronischem Richtfest" haben in den USA Anfang dieses Jahres die Schulen Kaliforniens Zugang zum Internet erhalten. Und in der Initiative "21st Century Teacher" werden derzeit rund 500.000 Lehrer im Umgang mit Computern, Software und Netzwerken unterrichtet. Aber nicht nur Schulen, auch Altersheime werden an das Internet angeschlossen. Warum kommt bei uns niemand auf die Idee, einen Leitfaden durch den Dschungel der Werkvertragsbestimmungen anzubieten oder den lukrativen Markt des Nachhilfeunterrichtes über Internet zu organisieren?

Der deutsche Politiker und Kommunikationsexperte Peter Glotz hat darauf eine einfache Antwort: Weil wir in Deutschland - und auch in Österreich - keinen Al Gore haben.

Dr. Gerhard Feltl
ist Geschäftsführer des Kommunikationskonzerns IWG-Holding, Präsident des Österreichischen Instituts für Formgebung (ÖIF) sowie Lehrbeauftragter am Institut für Kommunikationswissenschaften der Universität Salzburg.