



Soziale Herausforderungen der Digitalisierung

Der Smart City ihre Milljöh

Thomas Kuder

Einleitung

Glaubt man den euphorischen und umtriebigsten Aktivitäten überall, in der Wirtschaft und Wissenschaft an erster Stelle, aber auch im Alltag vieler Menschen weltweit, dann ist mit der umfassenden Digitalisierung aller Lebensbereiche und den „Smart Cities“ mit ihren „Smart Citizens“ endlich die langersehnte Zauberformel für alle Herausforderungen der zukünftigen Welt gefunden. Überall und in schöner Regelmäßigkeit schwärmen unzählige Experten, oft mit leuchtenden Augen, von den gewaltigen Infrastrukturprojekten, den Informations- und Kommunikationstechnologien, den innovativen Steuerungsmöglichkeiten beim Einsatz von Ressourcen sowie den allseits zum Wohl der Menschen verknüpfbaren Datenbeständen und den sich daraus ergebenden Verbesserungsmöglichkeiten in einer digitalisierten Welt. Es ist die weltweite Vision und immer mehr an Stärke gewinnende Triebkraft einer „wachsamen“, „cleveren“ und „auf ihr eigenes Wohl bedachten“, d.h. „smarten“ und deshalb zugleich auch nachhaltigen Stadt (zum Begriff „smart“ siehe Kluge 2002).

Und in aller Regel wird im Anschluss an solche Ausführungen, in denen die Erwartungen in leuchtenden Farben beschrieben werden, von den Experten auch noch darauf verwiesen, dass man die Probleme um „Big Data“, also die ethischen Fragen und Gefahren, die sich aus der umfassenden Verfügbarkeit einer unendlichen Vielzahl personenbezogener Daten für die Menschen, deren Individualität und

bürgerliche Freiheit ergeben könnten, selbstverständlich sehr ernst nehmen und die Digitalisierung der Welt natürlich nur im engen Zusammenspiel und Zusammenwirken mit den Bürgerinnen und Bürgern erfolgen könne. Punkt.

Auch in der neu veröffentlichten Smart City Charta der Bundesregierung zur nachhaltigen digitalen Transformation der Kommunen aus dem Jahr 2017 wird zu Beginn in den zentralen Leitlinien das unbedingte Erfordernis von Transparenz sowie von Teilhabe und Mitgestaltung der Bürgerinnen und Bürger bei der digitalen Transformation der Gesellschaft besonders hervorgehoben. An späterer Stelle in der Smart City Charta wird dieses Anliegen weiter konkretisiert und dem festen politischen Willen Ausdruck verliehen, dass eine aktive und inklusive Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger in die Gestaltungsprozesse – auch im Sinne einer zukünftigen, leistungsfähigen gesellschaftlichen Kohäsion – unverzichtbar sei. Außerdem gelte es noch, die in den Transformationsprozessen für machbar erachteten demokratischen Mitwirkungsmöglichkeiten in bestmöglicher Weise zu realisieren und zu gewährleisten (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung 2017).

Dieses Vorhaben dürfte allerdings besonders dadurch erschwert werden, dass es sich bei den heutigen Prozessen der digitalen Transformation in der Regel um extrem schnelle technologische Entwicklungsprozesse handelt, die nur noch einen Bruchteil jener Zeitspanne umfassen, die in der Vergangen-

heit für die vielfältigen Prozesse und Innovationszyklen des technologischen Wandels, z.B. die Elektrifizierung der Städte, erforderlich waren. Dauerte die Elektrifizierung oder die Durchsetzung des motorisierten Individualverkehrs noch einige Jahrzehnte, so finden heutige Digitalisierungsschübe in der Regel auf wenige Jahre verdichtet statt. Es ist also Eile angesagt, will man in der Frage der Beteiligung und Mitwirkung mit dem technologischen Wandel Schritt halten - oder den Wandel gar aktiv politisch steuern.

Des Weiteren kommt noch hinzu, dass auf der einen Seite des technologischen Wandels, also auf der Seite der IT- und Hightech-Unternehmen, Produkte skizziert und hervorgebracht werden können, die es in der Gegenwart noch gar nicht gibt, die noch weitgehend unbekannt sind oder von denen man ggf. nicht weiß, ob dafür überhaupt ein Bedarf besteht. Doch dass es Innovationen geben wird, das gilt als selbstverständlich. Auf der anderen Seite des Wandels finden sich die Menschen, die dem entsprechend nur rudimentär informiert sein können und nur bedingt zu Beteiligungs- bzw. Mitwirkungsprozessen befähigt sein dürften. Auch sind deren Bedürfnisse, Wünsche, Ängste und Hemmungen gegenüber einem schnelllebigen, oft schwer nachvollziehbaren Wandel kaum hinreichend erforscht.

Aus dieser weitgehend unbearbeiteten Schnittstelle zwischen begeisterter, überbordender „top down-Technikentwicklung“ auf der einen Seite, unklarer Bedürfnislage und „bottom up-Nachfrage“ auf der anderen

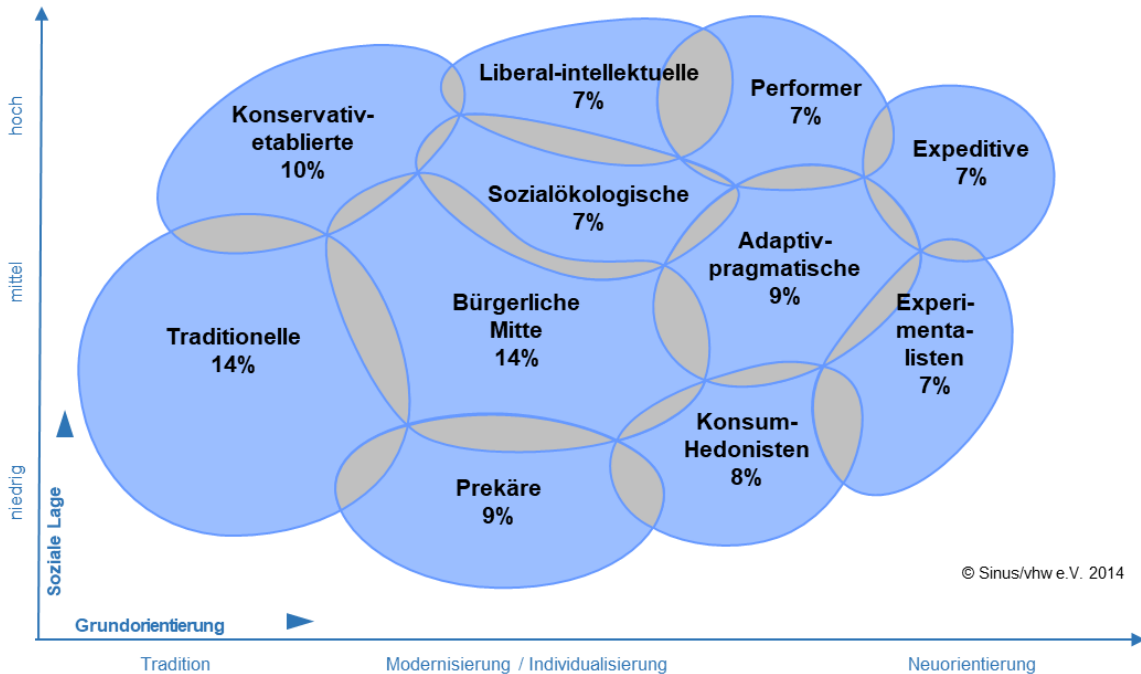
Seite sowie dem erklärten politischen Willen, durch gemeinsame Teilhabe- und Mitgestaltungschancen in den Transformationsprozessen vermitteln zu wollen, ergibt sich letztlich die dringende Notwendigkeit, diesem Sachverhalt einmal eine besondere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen.

Bevor man sich jedoch der Konzeption geeigneter Teilhabe- und Mitwirkungsmöglichkeiten zuwenden kann, gilt es zunächst, sich mit der analytischen Frage zu befassen, mit wem man es bei „den Menschen“, die man gerne „mitnehmen“ möchte, überhaupt zu tun hat? Wer beschäftigt sich in welcher Weise mit den vielfältigen digitalen Neuerungen? Wer nutzt sie, wer nutzt sie nicht und warum werden sie ggf. nicht genutzt? Welche Zugänge zum digitalen Wandel gibt es für die verschiedenen Milieu- und Sozialgruppen?

Milieuanalysen zur Digitalisierung

Um diesen und ähnlichen Fragen analytisch näher zu kommen, hat sich der Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung (vhw) im Zuge seiner Milieuforschung einmal vertiefend mit diesen Fragen befasst. Milieus unterteilen die Gesellschaft in Sozialgruppen, die sich jeweils in der Lebensweise und -auffassung ähneln und sich darüber relativ genau, wenn auch in den Aussagen zugespitzt, beschreiben lassen. Die Milieus bilden die konkreten Lebenswelten der Bürgerinnen und Bürger ab und ermöglichen so ein besseres Verständnis dieser unterschiedlichen Lebenswelten.

Das aktuelle Milieumodell



Die Milieus setzen sich – etwas vereinfacht ausgedrückt – zusammen aus dem sozialen Status der Menschen sowie den dazu gehörigen generationstypischen Grundorientierungen und Werten, die häufig mit einem bestimmten Lebensalter übereinstimmen. Sie umfassen, zusammengefasst in elf Milieus, die gesamte deutschsprachige Wohnbevölkerung über 14 Jahren und damit auch die Menschen mit Migrationshintergrund.

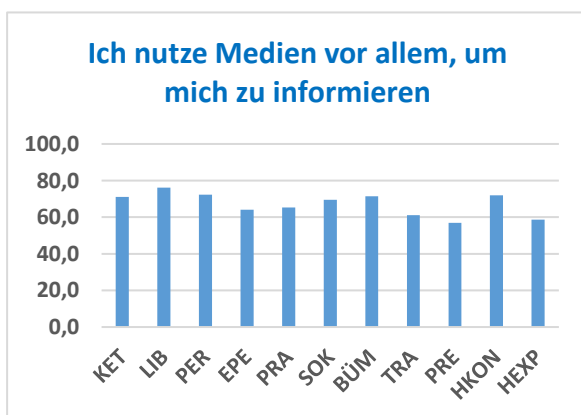
Eingebettet in diesen Hintergrund hat der vhw mithilfe der b4p, der sogenannten „best for planning“ - Datenbank, ausgewählte quantitative Analysen zum Thema digitaler Wandel angestellt, ausgewertet und aufbereitet. Dabei handelt es sich vor allem um Fragen der Mediennutzung, der Nutzung digitaler Geräte und Artefakte, wie zum Beispiel Computer,

Smartphones, E-Book, Fitnesstracker, Datenbrillen usw. Darüber hinaus geht es um Fragen der Nutzung und Nutzungshäufigkeit des Internets sowie um den Erwerb und das Herunterladen von Apps (Anwendungen) aus dem Internet. Einige Ergebnisse dieser Analysen werden nachfolgend aufgezeigt und erlauben die Formulierung erster Hypothesen zur Frage einer – insbesondere inklusiven – Teilhabe und Mitwirkung der Bürgerinnen und Bürger an der weltweiten digitalen Transformation. Allerdings haben die Daten, darüber sollte Klarheit bestehen, im eigentlichen Sinne eine andere Zielrichtung, nämlich die Information über Märkte, weshalb sie eine gewisse Unschärfe für andere Fragestellungen aufweisen und sich für die vorliegenden Analysen nur teilweise als tragfähig erweisen.

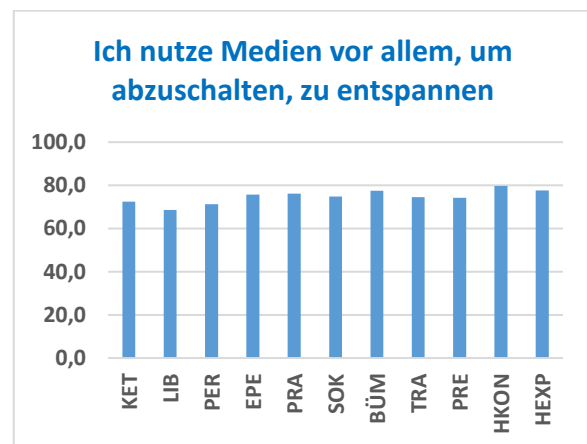
b4p (best for planning) gilt mit der Erhebung von ca. 2.400 Marken als die umfassendste Markt-Media-Studie in Deutschland. Die Studie, die jährlich neu aufgelegt und zum Erwerb angeboten wird, deckt alle werberelevanten Märkte ab und erlaubt aufgrund der Breite der Studie auch vertiefende Detailanalysen. Die verschiedenen Märkte und Marken werden über die Analyse der Käufer und Nutzer, z.B. deren Milieuzugehörigkeit, transparent gemacht. b4p folgt dabei nach eigenem Bekunden den Standards der klassischen Mediaforschung. Die Grundgesamtheit der Analysen ist die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, der amtlichen Statistik zufolge rund 70 Mio. Personen. Zur repräsentativen Abbildung dieser Gesamtheit wurden für b4p-Studie im Jahr 2017 rund 30.000 zufällig ausgewählte Personen befragt, einmal in einem rund einstündigen, mündlich-persönlichen Interview und einmal mit einem 130 Seiten umfassenden Fragebogen (B4p, 2017).

Ausgewählte Analysen

1. Mediennutzung



Die digitale Mediennutzung ganz allgemein rangiert je nach Milieu bei der Informationsgewinnung zwischen rund 55 und 75 Prozent, bei Erholungszwecken zwischen rund 68 und 80 Prozent.



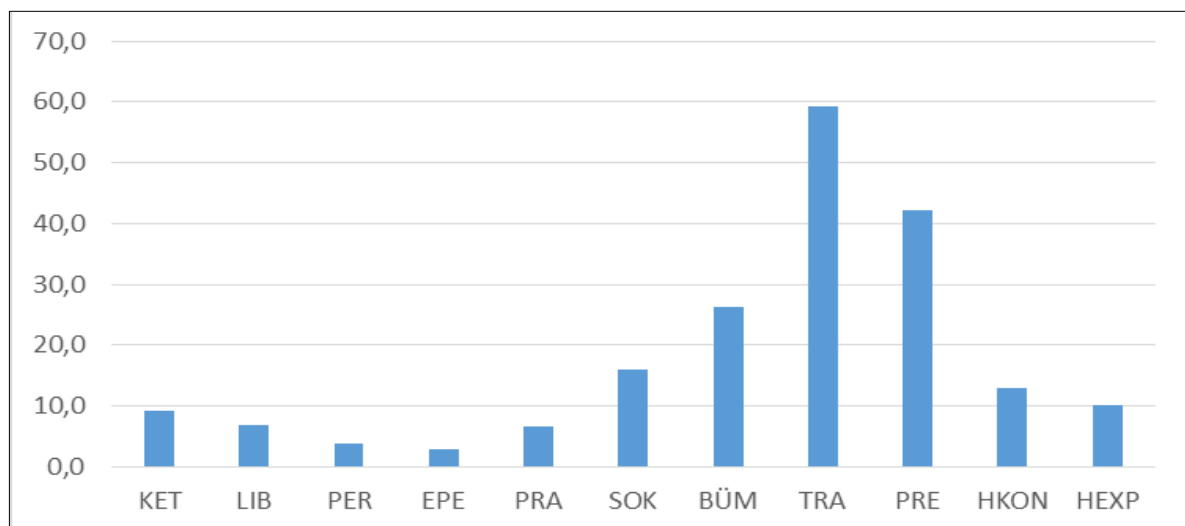
Zwischen den sozialen Milieugruppen lassen sich dabei teilweise signifikante Unterschiede feststellen: sozial schwächer gestellte, insbesondere ältere (Prekäre und Traditionelle), teilweise aber auch jüngere Milieugruppen (insbesondere Experimentalisten) nutzen die allgemeinen Medien zum Zwecke der Information im Vergleich mit den sozial besser gestellten Leitmilieus weniger intensiv.

Umgekehrt verhält es sich bei der Nutzung von Medien zu Freizeitzielen (abschalten, entspannen ...): hier bleibt die Nutzungsintensität bei den sozial besser gestellten Leitmilieus (Konservativ Etablierte, Liberal-Intellektuelle, Performer) zum Teil sogar recht deutlich hinter derjenigen anderer Milieugruppen zurück.

2. Weder Besitz von Computern, Laptops, Notebooks, Ultrabooks noch Tablets

Eine Analyse der Verfügbarkeit digitaler Geräte zeigt, dass rund 20 Prozent der Menschen generell über keinen Computer und über keine Geräte mit ähnlicher Funktion verfügen. Dabei ist vor allem die Ungleichheit bei der Nicht-Verfügbarkeit zwischen verschiedenen Milieus auffällig. Sind es bei den jungen, kreativen Milieus wie den Exeditiven und bei den gesellschaftlichen Leitmilieus der Performer oder Liberal-Intellektuellen nur marginale Größenordnungen von deutlich unter 10 Prozent, die über keine Geräte dieser Art verfügen, so steigt der Wert beim älteren Milieu der Traditionellen auf fast 60 Prozent an und bei dem sozial schwächer gestellten Milieu der Prekären immerhin noch auf knapp über 40 Prozent.

Kein Besitz von Computern, Laptops, Notebooks, Ultrabooks oder Tablets



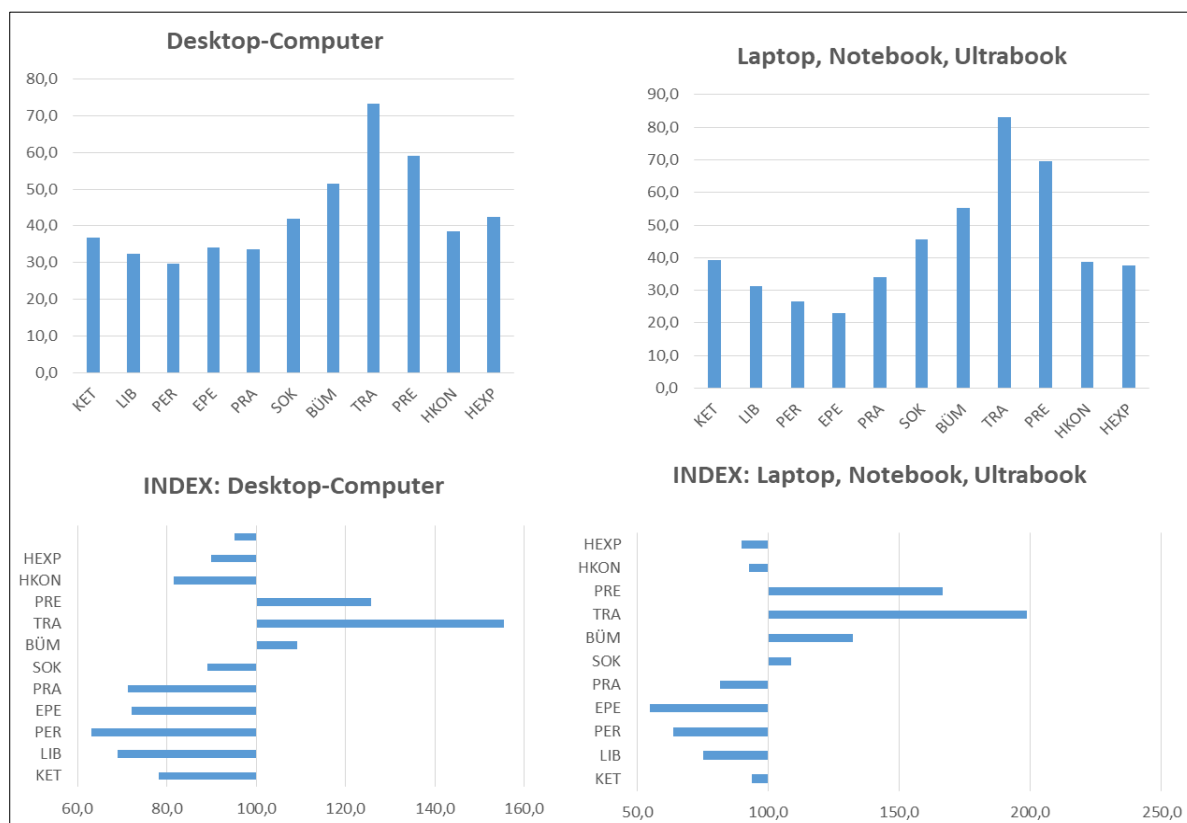
3. Weder berufliche, noch private Nutzung von Computern, Laptops, Notebooks, Ultrabooks

Weitere Analysen zeigen, dass durchschnittlich 44,8 Prozent, das ist fast die Hälfte aller Menschen in Deutschland, weder beruflich noch privat einen Desktop-Computer nutzen. 46,5 Prozent aller Menschen nutzen weder Laptop, Notebook noch Ultrabook.

Je nach Milieu sind das ein Drittel bis drei Viertel aller Milieugehörigen (Desktop-Computer) bzw. ein bis vier Fünftel aller Milieugehörigen (Laptop etc.), die weder beruflich noch privat Computer, Laptop, Notebook oder Ultrabook nutzen. Zwischen den Milieus gibt es signifikante Unterschiede.

Vor allem die sozial schlechter gestellten Milieus der Prekären und der meist älteren Traditionellen nutzen in einer Größenordnung von rund 70-80 Prozent weder beruflich noch privat Computer, Laptop, Notebook oder Ultrabook. Bei Exeditiven oder Performern beträgt der Anteil der Nicht-Nutzung dagegen nur rund 20-30 Prozent.

Keine berufliche oder private Nutzung von Computern, Laptops Notebooks, Ultrabooks



Ähnliche Muster ergeben sich auch bei Tablets (durchschnittlich 77,5 Prozent Nicht-Nutzung) und E-Books (durchschnittlich 93,2 Prozent Nicht-Nutzung).

Bei der Nutzung von Spielekonsolen verschieben sich die Gewichte, denn es sind meist junge Milieus (Expeditiv, Experimentalisten, Adaptiv-Pragmatische) und die sozial schwächer gestellten Konsum-Hedonisten, die Spielekonsolen intensiver nutzen als andere, vor allem ältere Milieus.

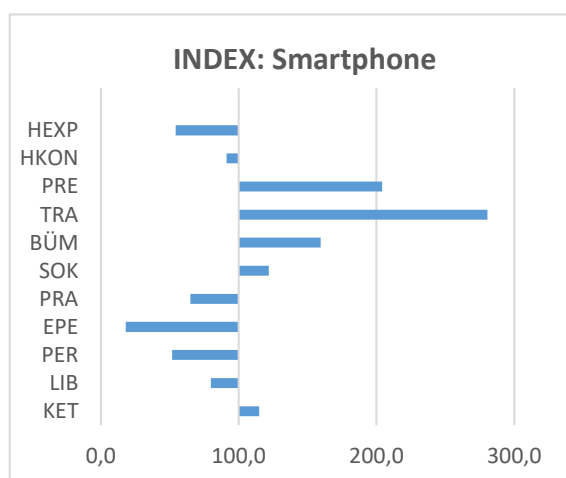
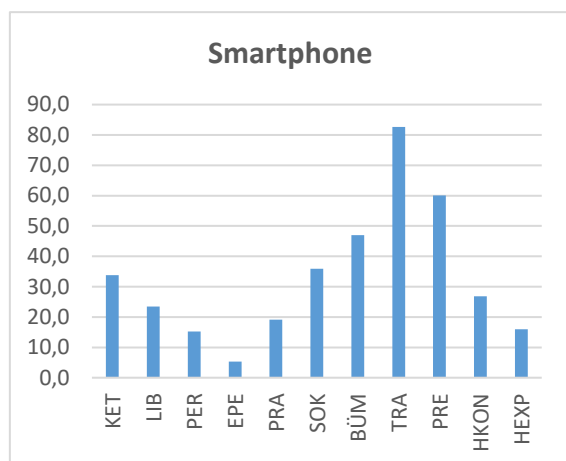
Als Zwischenfazit zum Stand der digitalen Transformation der Gesellschaft lässt sich somit an dieser Stelle festhalten, dass eine solche gesellschaftlich weitreichende Umwälzung derzeit noch recht weit davon entfernt scheint, alle oder wenigstens die meisten Teile der Gesellschaft erreicht zu haben.

4. Keine berufliche oder private Nutzung von Smartphones

Noch deutlicher werden die Unterschiede bei der Nicht-Nutzung bzw. Nutzung digitaler Angebote zwischen verschiedenen Milieus und Lebenswelten, insbesondere die sozialen Ungleichheiten in den verschiedenen sozialen

Gruppen, wenn es um die Analyse der Nutzungsgewohnheiten von Smartphones geht.

Weder berufliche, noch private Nutzung: Smartphone



Im Durchschnitt nutzen noch immer 36,5 Prozent aller Menschen in Deutschland, also mehr als ein Drittel, weder beruflich, noch privat ein Smartphone.

Während die Nutzung beim kreativen Milieu der Expeditiven weit über 90% oder beim Leitmilieu der Performer deutlich über 80% liegt, nutzen gerade 40% der sozial schwä-

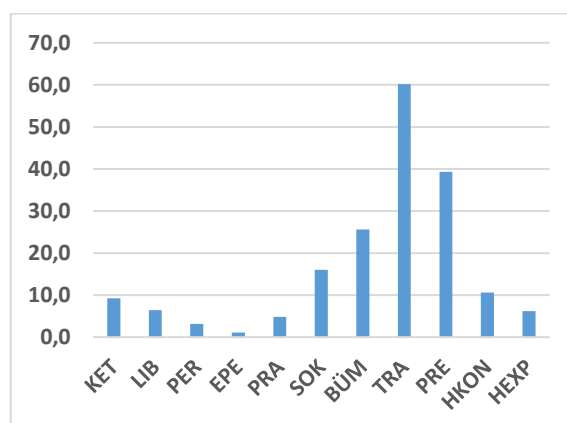
cher gestellten Prekären bzw. deutlich weniger als 20% der älteren Traditionellen das Smartphone beruflich oder privat.

5. Weder berufliche, noch private Nutzung des Internets

Durchschnittlich hat immerhin jeder Fünfte, also rund 20 Prozent aller Befragten, das Internet im vergangenen Jahr generell nicht verwendet.

Besonders hervorzuheben ist zudem der Sachverhalt, dass etwa 60 Prozent der Traditionellen, also weit mehr als die Hälfte, und 40 Prozent der Menschen unter prekären Lebensbedingungen (Prekäre) das Internet in den letzten 12 Monaten überhaupt nicht benutzt haben, d.h. so gut wie keine Online-Präsenz aufweisen.

Keine Internet-Nutzung in den letzten 12 Monaten

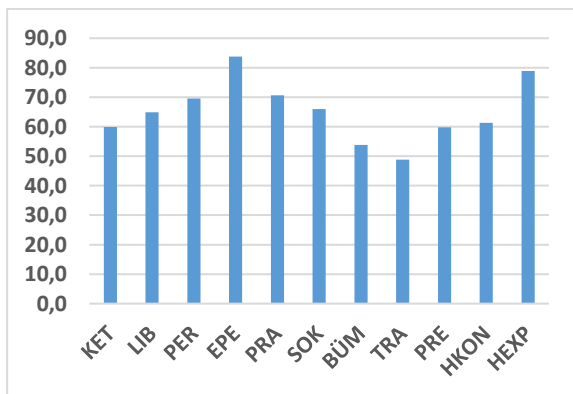


Etwa zwei Drittel aller Internet-Nutzer, die in der b4p-Studie befragt wurden, nutzen dagegen das Internet täglich, ein weiteres Viertel nutzt das Internet 4-6 Tage in der Woche.

Bei der täglichen Nutzung durch verschiedene soziale Milieus zeichnet sich darüber hinaus ebenfalls das gezeigte, bereits bekannte Muster ab: von den Internetnutzern sind aus dem jüngeren Milieu der Expeditiven rund 85% täglich online, aus dem Milieu der Experimentalisten nutzen knapp 80% jeden Tag das Internet.

Es folgen, was die tägliche Nutzung angeht, mit jeweils rund 70 Prozent das Leitmilieu der Performer und das jüngere bürgerliche Milieu der Adaptiv-Pragmatischen.

Tägliche Nutzung des Internets

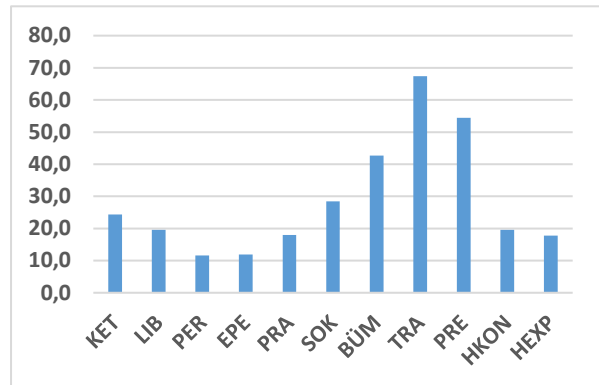


6. Keine Nutzung des Online Handels

Auch der Online-Handel bzw. Online-Einkauf ist unter den Befragten nicht unbedingt eine Sache der Menschen aus den älteren und der sozial schwächer gestellten Milieus.

Fast 70 Prozent der Menschen aus dem Milieu der Traditionellen, über 50 Prozent aus dem Milieu der Prekären und immer noch mehr als 40 Prozent aus dem Milieu der Bürgerlichen Mitte hat bislang noch keine Einkäufe über das Internet getätigt.

Keine Online-Einkäufe

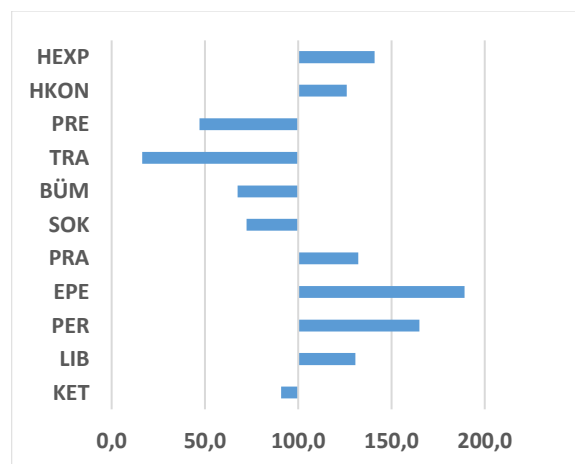


Demgegenüber sind es nur etwas mehr als 10 Prozent bei den Menschen aus den Milieus der Performer und der Expeditiven, die noch keine Erfahrungen mit Online-Einkäufen gesammelt haben.

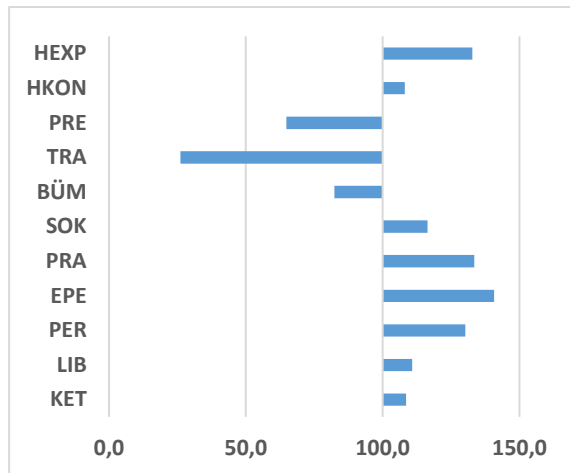
7. Erwerb und Download von Apps

Durchschnittlich knapp ein Drittel aller Befragten hat in der Vergangenheit kostenpflichtige Anwendungen bzw. Applikationen (kurz: Apps) erworben oder abonniert.

INDEX: Erwerb / Download kostenpflichtiger Apps



INDEX: Erwerb / Download kostenfreier Apps



Deutlich mehr als die Hälfte aller Befragten hat schon einmal eine kostenlose App für sich heruntergeladen.

Zu welchem Zweck die Anwendungen – geräteübergreifend – verwendet werden und in welchem Maße sie von den App-Nutzern durchschnittlich genutzt werden, verdeutlicht die nachfolgende Tabelle:

Geräteübergreifend genutzte Anwendungen

80,3%	Internet
65,3%	Preise und Produkte vergleichen
60,8%	Fotos, Bilder, Videos erstellen, bearbeiten oder verwalten
53,9%	Online-Shopping
45,9%	Online-Banking, Online-Broking
44,7%	Musik hören
43,7%	Routenplanung, Navigation
40,5%	Online-Auktionen (Verkaufen, Kaufen)
37,6%	Filme, Videos, Serien, Fernseh-Streams ansehen (online)
37,1%	Fahr-, Flugpläne
35,2%	Reise-Tickets buchen (Flüge, Zugtickets, Reisen)
31,0%	Online oder Offline Spiele (allein oder mit anderen)
22,6%	Lesen von ePaper-Ausgaben von Zeitschriften/Zeitungen
21,9%	Radio hören
10,7%	Elektronische Bücher, eBooks lesen

Dabei werden augenscheinlich die verschiedenen Nutzungen nach dem überwiegenden Nutzungszweck benannt, auch wenn dies streng genommen keine logisch eindeutige Unterscheidung zulässt bzw. kategoriale Überschneidungen nach sich zieht.

Genannt werden insbesondere Apps im Zusammenhang mit einem Internetzugang, Apps zu verschiedenen Nutzungen im Internet und Apps zur Verwaltung eigener Daten (Bilder, Musik etc.). Insgesamt kommt dabei dem Zugang zum Internet bei den Anwendungszwecken die größte Bedeutung zu.

Es gibt inzwischen eine unendliche Vielzahl neuer Anwendungen, angefangen bei solchen, die Nutzern Interpret und Titel von Musikstücken verraten, über jene, die das Meditieren lehren bis hin zu Apps, die in fast allen Städten weltweit Parkplätze für den motorisierten Individualverkehr inklusive Kosten anzeigen und den Nutzer des Autos per GPS-Funktion dorthin führen. Auch für den öffentlichen Nahverkehr, bevorzugte Fußballvereine, Online-Handel, Urlaubsbuchungen, Bankgeschäfte oder die für den Urlaub geplanten Wanderwege gibt es Apps, um nur einige Beispiele zu nennen.

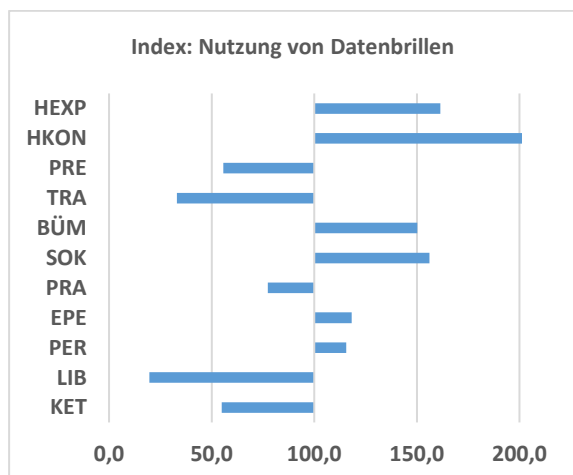
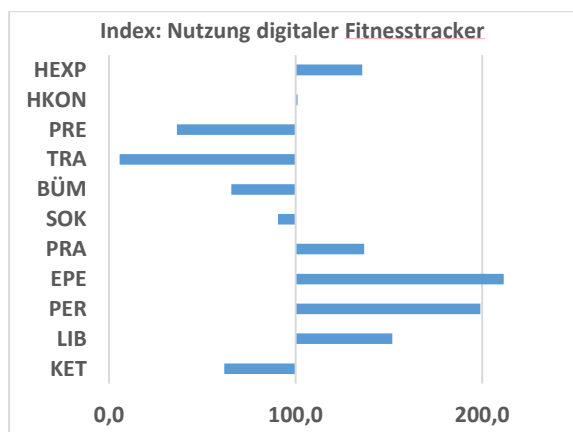
An erster Stelle stehen bei den Befragten übrigens, so die b4p, die alltäglich hilfreichen Anwendungen zur Wettervorhersage, die durchschnittlich von knapp 40 Prozent der Nutzer verwendet werden, gefolgt von Apps zur Kommunikation und Anwendungen zur Teilnahme an den sozialen Netzwerken.

Dabei ist auch der Erwerb und Download der Anwendungen unter Milieugesichtspunkten

weitgehend unabhängig von den relativ geringen Kosten und folgt den bekannten Mustern: jüngere und sozial besser gestellte Milieus haben mehr Erfahrungen mit dem Erwerb und Download von Applikationen gemacht, sozial schwächer gestellte und ältere, teilweise auch bürgerliche Milieus hatten zum Teil deutlich weniger damit zu tun.

8. Nutzung von Fitnesstrackern und Datenbrillen

Zum Abschluss der Analysen soll noch ein Blick auf zwei digitale Errungenschaften der jüngsten Vergangenheit geworfen werden: Fitnesstracker und Datenbrillen.



Dabei gilt es anzumerken, dass die Verwendung von Fitnesstrackern gerade bei 3,2 Prozent der Befragten, die Verwendung von Datenbrillen bei 0,5 Prozent liegt. Dem gegenüber haben 86,1 Prozent bislang weder Smartwatch, noch Fitnesstracker oder Datenbrille benutzt.

Betrachtet man die Nutzung dieser digitalen Errungenschaften unter Milieugesichtspunkten, zeigen sich auch hier signifikante Unterschiede. So erfreuen sich Fitnesstracker, die Auskunft geben über vollbrachte oder zu erbringende sportliche Aktivitäten, deren Wirkungen sowie die Fitness der Nutzer, besonders bei den auf berufliche und private Höchstleistungen ausgerichteten Leitmilieus sowie den sozial besser gestellten jüngeren Milieus einer gewissen Beliebtheit. Datenbrillen werden dagegen eher von jungen, aber auch von bürgerlichen Milieus geschätzt. Ältere und sozial schwächere Milieus nutzen dagegen in der Regel keines von beidem.

Fazit

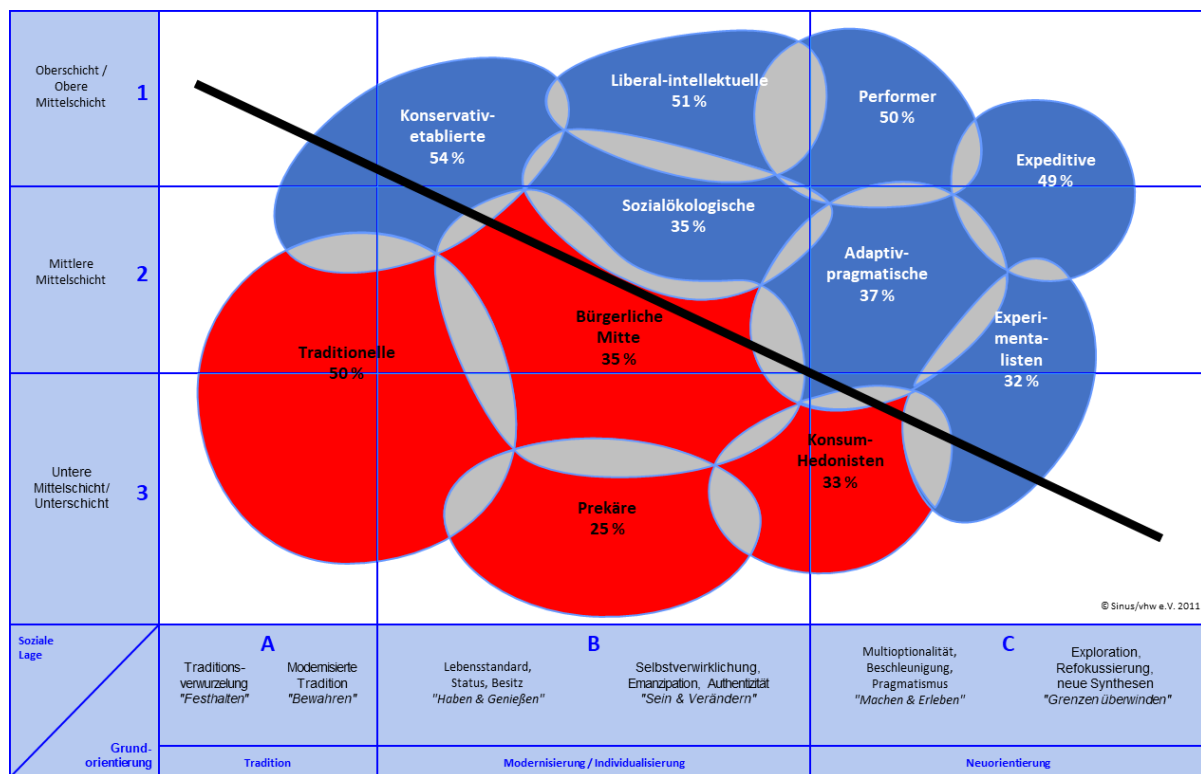
Die aufgezeigten Analysen und Daten zur Nutzung von digitalen Geräten, Medien und Anwendungen zeigt nahezu durchgängig und nur mit geringen Abweichungen eine deutliche Zweiteilung der Gesellschaft und ihrer Milieus:

Auf der einen Seite finden sich dabei eher jüngere und sozial besser gestellte Milieus, die einen relativ ausgeprägten und intensiveren Zugang als andere zu den verschiedenen Ausprägungen der digitalen Transformation haben.

Demgegenüber finden sich auf der anderen Seite eher ältere und sozial schlechter gestellte Milieus, die sich bislang nur sehr bedingt gegenüber dem digitalen Wandel aufgeschlossen zeigten.

heutigen digitalen Transformation der Gesellschaft, lassen sich abschließend und in thesenhafter Form zusammengefasst die nachfolgenden Herausforderungen benennen, die es im Zuge der Transformationsprozesse vorzudringlich anzunehmen und aufzugreifen gilt:

Die Zweiteilung der digitalisierten Gesellschaft



Bezogen auf die eingangs aufgezeigte und hier vertiefend zu untersuchende Fragestellung einer mehrheitlich politisch gewünschten Teilhabe und intensiven, inklusiven Mitwirkung aller Bürgerinnen und Bürger an der

1. Die digitale Transformation der Gesellschaft hat noch längst nicht die ganze Breite der Gesellschaft erreicht und einbezogen. Selbst bei den bereits seit Jahren bewährten, inzwischen weitgehend als selbstverständlich geltenden Technologien wie z.B. Computer, Laptop, Smartphone

oder Internet bleibt noch immer ein gewisser Prozentsatz in der Bevölkerung vollständig „außen vor“. In sehr viel größerem Maße gilt das für die neusten technologischen Errungenschaften wie E-Books, 3-D-Brillen oder Smartwatches.

Darüber hinaus gibt es einige Milieus, die bislang –wenn überhaupt –nur bedingt einen Zugang zum digitalen Wandel und dessen technologischen Errungenschaften gefunden haben. Sie dürften derzeit noch als weitgehend von den technologischen Entwicklungen der Gegenwart abgehängt gelten. Zeitgleich resultiert daraus allerdings auch die Gefahr, dass die Prozesse der digitalen Transformation bestehende soziale und politische Ungleichheiten in der Gesellschaft und damit ihre Spaltung weiter verstärken.

2. Bei den heutigen Prozessen der digitalen Transformation handelt es sich in der Regel um extrem schnelllebige technologische Entwicklungsprozesse. Diese bringen neue, den Menschen noch weitgehend unbekannte Produkte hervor, von denen man ggf. gar nicht weiß, ob gesellschaftlicher Bedarf besteht.

Auf der anderen Seite finden sich die Menschen mit ihren wenig erforschten Ängsten, Wissensdefiziten, Hemmungen und Vorbehalten gegenüber diesem oftmals kaum nachvollziehbaren technologischen Wandel. Sie dürften daher nur rudimentär über die digitale Transformation informiert und nur bedingt dazu aussagefähig sein.

Man wird folglich davon ausgehen müssen, dass sich eine einfache Teilhabe und intensive Mitwirkung der Menschen, wie sie politisch gewünscht und seit Jahren in vielen Fällen erfolgreich praktiziert wird, in diesem, für Außenstehende fast undurchschaubaren, technologischen Bereich gesellschaftlicher Entwicklung als keinesfalls hinreichend erweisen dürfte. Die digitale Transformation wird somit die Mitwirkung der Menschen an politischen Prozessen nicht vereinfachen, sondern neue Herausforderungen aufwerfen.

3. Im Bereich Partizipation und Bürgerbeteiligung gibt es gegenwärtig auf allen politischen Ebenen und quer durch die Parteienlandschaft vielfältige Bestrebungen und Aktivitäten, auch die Bürgerbeteiligung der digitalen Transformation zugänglich zu machen und auf breiter Basis neue Online-Beteiligungsverfahren und Online-Tools zur Partizipation zu etablieren. Begründet wird dies vor allem mit einer Absenkung von Hemmschwellen, einer Einsparung von zusätzlichen Wegen und einer Erleichterung der Meinungsäußerung.

Anhand der vorliegenden Auswertungen ist jedoch festzustellen, dass damit gewisse Teile der Bevölkerung derzeit noch nicht erreicht werden und darüber hinaus bei der politischen Teilhabe und Mitwirkung bestimmte Milieus und Sozialgruppen kaum einbezogen sind. Werden diese Bestrebungen zur Digitalisierung der demokratischen Teilhabe und Mitwirkung nicht auch weiterhin noch von klassischen,

„analogen“ Beteiligungsformen ergänzt, drohen bestehende soziale und politische Ungleichheiten der Gesellschaft reproduziert und die Spaltung der Gesellschaft weiter verstärkt zu werden.

Trotz der schnelllebigen technologischen Fortschritte, so zeigen die angestellten Analysen, braucht die gesellschaftliche Umsetzung des digitalen Wandels – relativ betrachtet – sehr viel mehr Zeit. Zeit, die nicht nur für das Kennenlernen und die Akzeptanz der neuen Technologien bei allen Menschen erforderlich scheint, sondern auch für die wichtigen gesellschaftlichen Diskussionsprozesse, z.B. über Sinn und Unsinn von technologischen Neuerungen, über intendierte und nicht intendierte Nebenfolgen, gesellschaftspolitische Gefährdungen oder nötige Schutzmechanismen gegenüber einer überbordenden Datenflut.

Beiträge dazu können auch Teilhabe- und Mitwirkungsprozesse an der Ausgestaltung der digitalen Transformation liefern, sofern sie eine behutsame, gut informierte und kritisch reflektierende Heranführung an die Thematik, die unabhängige Entwicklung eigener bürgerständlicher Standpunkte sowie eine faire, gleichberechtigte Diskussion aller Akteure „auf Augenhöhe“ ermöglichen. Vor allem aber scheint es unabdingbar notwendig, mit aller Kraft eine digitale Spaltung der Gesellschaft zu verhindern, z.B. durch dezentral organisierte, milieu- und zielgruppenspezifische Herangehensweisen bei diesen, mehrheitlich politisch erwünschten und gesellschaftlich erforderlichen Teilhabe- und Mitwirkungsprozessen.

Quellen:

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hg.) (2017): Smart City Charta. Bonn.

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung mbH & Co. KG (Hg.) (2016): Best for Planning (B4p), München.

Kluge, F. (2002): Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin, New York.

Anhang

SINUS-MILIEUS

Gesellschaftliche Leitmilieus	
KET Konservativ-Etablierte 10% der Gesamtbevölkerung	Das klassische Establishment: Verantwortungs- und Erfolgsethik, Exklusivitäts- und Führungsansprüche versus Tendenz zu Rückzug und Abgrenzung
LIB Liberal-Intellektuelle 7% der Gesamtbevölkerung	Die aufgeklärte Bildungselite mit liberaler Grundhaltung, postmateriellen Wurzeln, Wunsch nach selbstbestimmtem Leben und vielfältigen intellektuellen Interessen
PER Performer 7% der Gesamtbevölkerung	Die multi-optionale, effizienzorientierte Leistungselite mit global-ökonomischem Denken und stilistischem Avantgarde-Anspruch, hohe IT- und Multimediakompetenz
Kritisch-kreative Milieus	
EPE Expeditive 6% der Gesamtbevölkerung	Die stark individualistisch geprägte digitale Avantgarde: unkonventionell, kreativ, mental und geografisch mobil und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach Veränderung
HEXP Experimentalisten 7% der Gesamtbevölkerung	Das individualistische Segment mit ausgeprägter Lebens- und Experimentierfreude: Vorliebe für Unkonventionelles, Distanz zum popkulturellen Mainstream, Leben in Szenen und Netzwerken
Bürgerlicher Mainstream	
BÜM Bürgerliche Mitte 14% der Gesamtbevölkerung	Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream: generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen
PRA Adaptiv-Pragmatische 9% der Gesamtbevölkerung	Die mobile, zielstrebige junge Mitte der Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül: erfolgsorientiert und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, starkes Bedürfnis nach "Flexicurity" (Flexibilität und Sicherheit)
SÖK Sozialökologische 7% der Gesamtbevölkerung	Idealistisches, konsumkritisches/ -bewusstes Milieu mit ausgeprägtem ökologischen und sozialen Gewissen: Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity
Traditionelle Milieus	
TRA Traditionelle 15% der Gesamtbevölkerung	Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs-/ Nachkriegsgeneration: in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur verhaftet
Prekäre Milieus	
PRE Prekäres Milieu 9% der Gesamtbevölkerung	Die Teilhabe und Orientierung suchende Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments: Bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen; geringe Aufstiegsperspektiven und delegative/ reaktive Grundhaltung, Rückzug ins eigene soziale Umfeld
HKON Konsum-Hedonisten 8% der Gesamtbevölkerung	Das auf Fun & Entertainment gepolte Segment der modernen Unterschicht/ unteren Mittelschicht mit wachsenden sozialen Ängsten: wenig Planung und Kontrolle, Bildungs- und Leistungsfatalismus, Identifikation mit dem jeweils aktuellen Lifestyle. Leben im Hier und Jetzt, Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft

Impressum

vhw werkSTADT

ISSN 2367-0819

Erscheinungsort: Berlin

Herausgeber

vhw-Bundesverband für Wohnen und
Stadtentwicklung e. V.

Vorstand: Prof. Dr. Jürgen Aring

Fritschestraße 27/28

10585 Berlin

Telefon: +49 30 390473-230

Telefax: +49 30 390473-190

E-Mail: werkstadt@vhw.de

www.vhw.de

Titelbildquellen

© ArTo-fotolia.com, © denis_pc-fotolia.com,

© Nmedia-fotolia.com

Autor

Thomas Kuder,

Seniorwissenschaftler, Clusterkoordinator vhw e. V.

Grundlayout

DCM Druck Center Meckenheim GmbH

www.druckcenter.de

Erscheinungsweise

unregelmäßig

Bezug

Alle Ausgaben der **vhw werkSTADT** sind
unter: www.vhw.de/publikationen
kostenfrei herunter zu laden.

Bildquellen im Text

©vhw.de