



## **Bremens erstes erfolgreiches Volksbegehren – Bericht über den Ablauf**

Im Dezember 2006 hat die Bremische Bürgerschaft zum ersten Mal ein Gesetz angenommen, das über ein erfolgreiches Volksbegehren ins Parlament gekommen ist - das Volksbegehren für eine Änderung des Bremer Wahlrechts. Im Folgenden werden die Kampagne und ihre wichtigsten Maßnahmen dargestellt, auch in der Hoffnung, dass es künftig öfter Volksbegehren in Bremen geben wird.

### **1. Zeitablauf**

Zwischen der ersten öffentlichen Veranstaltung zum Thema und der Verabschiedung des Gesetzentwurfs der Initiative in der Bürgerschaft lagen etwas mehr als 2 Jahre. Die Initiative hat erfolgreich zwei Unterschriftensammlungen durchgeführt – für den Zulassungsantrag und für das Volksbegehren. Damit waren die Bedingungen für den Volksentscheid erfüllt. Zum Volksentscheid selbst kam es nicht mehr, weil die Bürgerschaft in der obligatorischen Beratung nach dem erfolgreichen Volksbegehren den Gesetzentwurf selbst mit Mehrheit verabschiedet hat.

Die Unterschriftensammlung lief folgendermaßen ab:

#### Sammlung der Unterschriften für den Zulassungsantrag:

die eigentliche Sammlung dauerte vom 1.3.06 bis zum 12.5.06, also 2,5 Monate. Erforderlich war, 5000 Unterschriften innerhalb von max. 3 Monaten zu sammeln. Die Frist von drei Monaten haben wir ein selbstgestecktes Ziel. Es wurden über 7000 Unterschriften abgegeben, von denen 6700 gültig waren. Die Gültigkeitsquote betrug in Bremen 94% und in Bremerhaven 79%. Die Unterschriften wurden ab der Mitte der Sammelphase kontinuierlich zur Prüfung bei den Stadtämtern abgegeben. Die letzten Unterschriften wurden am 15.5. eingereicht (einige tausend). Sie wurden nach einer Woche überprüft abgeholt und am 31.5. dem Landeswahlleiter übergeben.

Nach knapp einem Monat, am 27.6. hat der Senat die Zulässigkeit beschlossen.

Nach weiteren drei Wochen, am 18.7., erfolgte die Veröffentlichung im Amtsblatt. Damit begann die Sammlung für das Volksbegehren.

#### Sammlung für das Volksbegehren:

Am 18.10 wurden 71.365 Unterschriften bei den Stadtämtern Bremen und Bremerhaven abgegeben. Hiervon stammten 62.212 aus Bremen (87%) und 9153 aus Bremerhaven (13%). Die Prüfung beim Stadtamt Bremen verlief so, dass zunächst die offensichtlich unvollständigen oder ungültigen Unterschriften gestrichen wurden. Dann wurden 5% der Unterschriften, also jede 20., mit den Listen des Stadtamtes abgeglichen. Die so festgestellte

Fehlerquote wurde hochgerechnet. Letztlich ergab sich so, dass 65.197 Unterschriften gültig waren. Die Gültigkeitsquote betrug 93% in Bremen und 89% in Bremerhaven.

Häufigste Gründe für die Ungültigkeit waren:

- fehlende Unterschrift
- fehlende Angabe des Geburtsdatums
- Unleserlichkeit
- Kein erster Wohnsitz in Bremen bzw. Bremerhaven

Durch Nacharbeiten konnten viele Unterschriften gerettet werden z. B. Recherche der Postleitzahl.

Die Prüfung der Unterschriften dauerte ca. 6 Wochen, bis zum 30.11.

Eine Woche später tagte der Landeswahlausschuss, am 5.12. Die Regierungsfractionen beabsichtigten, das Gesetz noch in der Dezembersitzung der Bürgerschaft zu beraten. Es erfolgte bereits am 6.12. die Veröffentlichung im Amtsblatt. Anders als bei der ersten Veröffentlichung musste nicht der mehrseitige Gesetzestext im Amtsblatt erscheinen. Es war also nicht so viel Platz erforderlich. Am 12.12. beschloss der Senat über das Volksbegehren, am 13.12. wurde das Gesetz in der Bürgerschaft angenommen. Offensichtlich wollten die Regierungsfractionen vermeiden, dass das Volksbegehren Thema des Wahlkampfes für die am 13.5.07 stattfindende Bürgerschaftswahl wurde.

<b>Phasen der Kampagne</b>	<b>Dauer in Wochen</b>
Zulassungsantrag	10
abschließende Prüfung der Unterschriften	2
Beratung im Senat	4
Veröffentlichung im Amtsblatt	3
Sammlung für das Volksbegehren	13
Prüfung der Unterschriften	6
Landeswahlausschuss	1
Veröffentlichung im Amtsblatt	1 Tag
Beschlussfassung im Senat	1
Bürgerschaft	1 Tag
Summe	ca. 40 Wochen

## **2. Dynamik der Unterschriftensammlung**

Die Sammlung der Unterschriften für den Zulassungsantrag begann zunächst sehr zäh mit durchschnittlich 5 Unterschriften/Stunde/Sammler. Später steigerte sich die Intensität auf durchschnittlich ca. 10 Unterschriften/ Stunde/Sammler. Hierbei gab es natürlich zwischen den Sammelorten und auch zwischen den verschiedenen Sammlern sehr große Unterschiede. In den letzten 2 Wochen entwickelte sich eine starke Dynamik. Viele Unterschriftenlisten wurden per Post zurückgeschickt oder im Büro abgegeben.

Die Sammlung für das Volksbegehren begann zunächst sehr stark (durchschnittlich ca. 20 Unterschriften/ Stunde/Sammler). Dies lag an der Medienberichterstattung über die Zulassung des Volksbegehrens und an der flächendeckenden Plakatierung. Nach der Hälfte der dreimonatigen Sammelfrist fiel die Sammeleffektivität auf die Hälfte und weniger ab, da die bisherigen Sammelstellen z.T. „abgegrast“ waren und Sammler durch Erschöpfung, Krankheit

und Frustration ausfielen. Der Neuigkeitseffekt in der Bevölkerung hatte sich abgenutzt. Gegen Ende der Sammlung (letzte 2 Wochen) entwickelte sich wieder eine starke Dynamik mit an zentralen Orten sehr guten Sammelergebnissen. Offensichtlich trat in der Bevölkerung eine Art „Torschlusseffekt“ ein, verstärkt auch durch flächendeckende Plakatierung („Nur noch bis zum 18.10!“)

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Unterschriftenzahlen im Verlauf der dreimonatigen Sammelzeit entwickelt haben. Die Sprecher der Initiative haben intern und extern immer um 20% verminderte Unterschriftenzahlen kommuniziert, da man von bis zu 20% ungültigen Stimmen ausging und einem falschen Sicherheitsgefühl vorbeugen wollte. Daher wird in der Tabelle zwischen Nettounterschriften (80%) und Bruttounterschriften (100%) unterschieden:

Datum	Tage	Unterschriften netto (80%)	Unterschriften brutto	Zeit in Prozent	Unterschriften in Prozent bezogen auf Nettowerte
31.07.	14	5004	6255	15,1%	10,4%
11.08	25	10.757	13.446	26,9%	22,3%
24.08	38	16.400	20.500	40,9%	34,0%
31.08	45	19.100	23750	48,4%	39,6%
07.09.	52	21.500	26.875	55,9%	44,6%
14.09.	59	25.000	31.250	63,4%	51,9%
21.09.	66	29.000	36.250	71,0%	60,2%
28.09.	73	33.100	41.375	78,5%	68,7%
05.10.	80	37.300	46.625	86,0%	77,4%
10.10.	85	41.200	51.500	91,4%	85,5%
12.10.	87	44.000	55.000	93,6%	91,3%
18.10.	93	57.092	71.365	100%	118,5%

### **3. Werbemaßnahmen**

Es wurden 1500 Plakate A0 gedruckt, in drei verschiedenen Motiven. Hiervon wurden ca. 650 in Bremen und 150 in Bremerhaven aufgestellt. Die Plakatständer wurden von den unterstützenden Parteien (Grüne, FDP, Linkspartei) ausgeliehen. Während die Plakatierung in Bremen problemlos über einen Zeitraum von 3 Monaten bewilligt wurde, war in Bremerhaven die Androhung gerichtlicher Schritte erforderlich, um die Genehmigung zu erhalten. Von den 1500 Plakaten bleiben ca. 300 übrig, der Rest wurde privat verteilt oder für Nachkleben verwendet. Nach 6 Wochen wurde erstmals ein „Störer“ geklebt: „20000 haben unterschrieben – und Sie?“ Auf diesem Störer wurden auch in kleiner Schrift alle Orte angegeben, an denen wir regelmäßig gesammelt haben. Dies blieb ohne Effekt. Die Sammelergebnisse an den über die Plakate bekannt gemachten Orten und an vergleichbaren unbekanntem Orten waren gleich. 3 Wochen vor Ende der Kampagne wurde ein zweiter Störer geklebt.

In einigen Stadtteilen wurden stadtteilbezogene Störer geklebt, in denen auf neue Eintragungsorte hingewiesen wurde: z.B. „Freitagmorgen auf dem XY Markt“. Die Sammelergebnisse waren danach recht gut, es ist aber fraglich, ob das an der Werbung lag oder nur an der Neuheit des Ortes. Selbst dann, wenn vorher in den umliegenden Straßen Flugblätter mit Eintragungsort und -termin in die Briefkästen geworfen wurden, kamen sehr wenige Bürger auf Grund dieser Werbung. Offenbar gehen eintragungswillige Bürger davon aus, schon irgendwann eine Eintragungsmöglichkeit zu finden und sind nicht bereit, Umwege deswegen zu machen. Dies Verhalten änderte sich erst in den letzten Tagen.

Zentrales Werbemittel – neben den Plakaten – war ein beidseitig bedrucktes, vierfarbiges A4 Flugblatt, auf A5 gefalzt. Das Flugblatt wurde für den Zulassungsantrag in Auflage von 20.000 Stück gedruckt und zu 90% verteilt. Für das Volksbegehren wurde das Flugblatt in überarbeiteter Form mit einer Auflage von 150.000 Stück gedruckt und zu ca. 80% verteilt. Die Verteilung erfolgte an den Sammelständen, durch Verschicken per Post und in geringem Umfang durch Auslegen (Kinos, Kneipen) und Hauswurfsendung. Die Postverschickung erfolgte in hohem Maß durch die Unterstützer, die bei einer sowieso anstehenden Verschickung das Flugblatt beigelegt haben. Positiv am Flugblatt wurden Fotos von Prominenten (z.B. Bürgermeister Koschnick) aufgenommen. „Wenn der dabei ist, wird das was vernünftiges sein...“ Aber auch der gegenteilige Effekt war feststellbar, insbesondere bei Prominenten, die als Vertreter einer bestimmten Partei wahrgenommen werden. Positiv aufgenommen wurde ferner eine Karikatur, in der das Wählen nach dem neuen System graphisch dargestellt wurde.

In den letzten zwei Wochen der Kampagne wurde ein zweites Flugblatt in Umlauf gebracht, das auf einer Seite einen kurzen Text mit Hinweis auf das absehbare Ende der Kampagne und auf der anderen Seite eine „Bildergeschichte“ mit Karikaturen enthielt, den sog. Wahlrechtscomic. Dieses Flugblatt kam aber zu spät, um große Wirkung zu entfalten. Überlegungen, den Wahlrechtscomic auch zu plakatieren, wurden wieder verworfen, da sich zeigte, dass die Bürger kaum bereit sind, 1-2 Minuten stehen zu bleiben, um den Comic zu verstehen.

Ferner wurde eine achtseitige Hintergrundbroschüre mit 3000 Stück Auflage gedruckt. Die Broschüre erfüllte ihren Zweck bei Veranstaltungen oder zum Beispiel für interessierte Schulklassen, wurde aber bei der Straßensammlung kaum eingesetzt. Der Rücksendecoupon in der Broschüre wurde so gut wie gar nicht genutzt.

Eine sehr wirksame Werbemaßnahme waren Rücksendeumschläge (Freiumsschläge) mit eingelegerter Unterschriftenliste. Die Umschläge wurden unterschreibenden Bürgern in die Hand gedrückt, „für ihren Nachbarn...“. Gegen Ende der Sammlung kamen täglich bis zu 200 Umschläge zurück, wobei mehr als die Hälfte der Umschläge frankiert in den Briefkasten geworfen wurden. Um die Teilnahme möglichst einfach zu gestalten, gab es auch die Möglichkeit, den Umschlag ohne Briefmarke in die Post zu geben, das Porto hat dann Mehr Demokratie übernommen. Die Listen enthielten im Durchschnitt 2-6 Unterschriften. Die Bürger waren mündlich und schriftlich ausdrücklich darauf hingewiesen worden, dass auch Listen mit nur wenigen Unterschriften zurückgeschickt werden sollen.

An den letzten vier Sammeltagen wurden täglich je ein Werbespot in Radio Bremen 1 und Radio Bremen 4 geschaltet. Hierfür sind Kosten von ca. 3300€ angefallen, die durch eine Spende gedeckt wurden. Außerdem haben das Kino 46 und das Cinema Ostertor kostenlos Werbedias geschaltet.

#### **4. Personal und Organisation**

Vier Personen waren mehr oder weniger für den ganzen Zeitraum der Kampagne hauptamtlich beschäftigt, teilweise ehrenamtlich oder als Praktikanten, und zwar mit folgenden Arbeitsschwerpunkten:

- Finanzierung der Kampagne und Anwerben von „Aktionsurlaubern“
- Presse und Unterbringung der Aktionsurlauber
- Internet
- Organisation der Straßensammlung und Außenvertretung

In den drei Monaten des Volksbegehrens kamen zwei ständige Mitarbeiter hinzu. Einer war fast täglich in Bremerhaven, wo er einen Arbeitsplatz bei einer Unterstützerorganisation hatte. Ein weiterer Mitarbeiter besetzte täglich das Bürgerbüro in der Buchtstraße.

Während des Zulassungsantrags waren durchschnittlich 2 Aktionsurlauber in Bremen. Dies sind Mitglieder oder Sympathisanten von Mehr Demokratie aus anderen Bundesländern, die Urlaub, Arbeitslosigkeit oder sonstige Freizeit nutzen um einige Tage, eine Woche oder sogar mehrere Wochen die Unterschriftensammlung zu unterstützen. Während des Volksbegehrens waren es ca. 5-10, am Ende zunehmend. Die Aktionsurlauber haben in der Zeit ihrer Anwesenheit täglich gesammelt. Sie erhielten einen kostenlosen Schlafplatz, meist privat bei Mitgliedern oder Unterstützern von Mehr Demokratie, sowie eine Straßenbahnwochenkarte, falls erforderlich auch einen Zuschuss für Essenskosten.

Hinzu kamen Sammler aus Bremen, die in der Regel ein bis zweimal pro Woche gesammelt haben. Dies waren ca. 35 Personen. Der „Omnibus für Direkte Demokratie“ war während der Sammlung für den Zulassungsantrag 2 Wochen, beim Volksbegehren 5 Wochen in Bremen bzw. Bremerhaven. Er war in der Regel mit 2-4 Personen besetzt. Von Seiten der Unterstützerorganisationen haben sich Bündnis90/ Die Grünen sowie Mitglieder des Forums für Wohn- und Lebensqualität annähernd täglich an der Sammlung für das Volksbegehren beteiligt, Mitglieder der FDP mindestens 1-2 mal wöchentlich.

Da das Büro von Mehr Demokratie in der obersten Etage des Kulturzentrums Lagerhaus schwer erreichbar ist, wurde während der dreimonatigen Sammlung für das Volksbegehren ein Büro im Naturfreundehaus in der Buchtstraße eingerichtet. Obwohl dieses Büro zentral gelegen ist und intensiv bekannt gemacht wurde, kamen meist nicht mehr als 1-2 Bürger täglich dorthin, um ihre Unterschrift zu leisten. Das Büro erfüllte eine wichtige Funktion als zentraler Anlauf- und Aufenthaltspunkt für die Aktionsurlauber und sonstigen Unterstützer. Es war aber als echtes Zentrum zu klein und stand auch abends nicht zu Verfügung, so dass die auswärtigen Sammler abends keinen wirklichen Anlaufpunkt hatten. Ein größeres Gebäude als Schlaf- und Aufenthaltszentrum für die auswärtigen Sammler wäre gut gewesen, konnte aber nicht verwirklicht werden

#### **5. Straßensammlung**

Während der Sammlung für den Zulassungsantrag wurde in der Regel täglich ein Infostand zum Unterschriftensammeln morgens und nachmittags gemacht, bei der Sammlung für das Volksbegehren in Bremen durchschnittlich 4-6 Infostände, teilweise nur vormittags, und in Bremerhaven einer, am Wochenende zwei. Die Infostände bestanden in der Regel aus einem

Tisch, Sonnenschirm sowie Dreieckständer (sog. „Kundenstopper) oder Transparent. In den letzten zwei Wochen der Sammlung wurden verstärkt auch sog. „fliegende Sammler“ ohne Infostand, nur mit „Sandwich“ eingesetzt. Bei der Ausstattung von Infoständen und den Sandwiches wurde besonders auf die optische Nähe zu den Plakaten geachtet.

Die besten Orte für die Straßensammlung waren:

- Demonstrationen
- Vor der Zentralbibliothek
- Uni und Hochschule während der Vorlesungszeit
- Stadtteilstädte
- Siedlerwallföhre bei guten Wetter
- 

Bewährt haben sich auch Wochenmärkte, insbesondere an den Samstagen. Besonders gut liefern:

- Findorffmarkt
- Sedanplatz
- Ökomarkt im Steintor
- Berliner Freiheit (Hinterausgang)

Aber auch kleinere Wochenmärkte lohnen sich, besonders wenn Sammler in der Nähe wohnen und keine langen Anfahrwege haben. Allerdings zeigte sich, dass nach ca. 1-2 Monaten besonders die kleineren Märkte gewissermaßen „abgegrast“ sind.

In der Innenstadt von Bremen sind der Domshof, mit Einschränkungen der Hanseatenhof, die Bischofsnadel und die Domsheide gute Plätze sowie abends das Cinemaxx. Weniger gut sind der Ansgarikirchhof, die Kreuzung Herdentorsteinweg/am Wall und das Bahnhofsgelände. In Bremerhaven lohnt sich die Fußgängerzone vor oder in der Nähe von Karstadt.

Weitere Sammelorte sind die Eingänge von Verbrauchermärkten, z.B. Extra- oder Cometmarkt am Hulsberg, auf der Hohwisch, Horn, Hemmstraße oder Havenhööft in Vegesack. Gut lief auch der Sparmarkt an der Kreuzung Bismarckstraße/ St. Jürgenstraße. Wenn der Eingang auf Privatgelände liegt (Parkplatz), kann der Marktleiter das Sammeln verbieten. Dies war bei IKEA, Wallecenter und Realkauf Habenhausen der Fall, Leestra erlaubte das Sammeln gelegentlich. Ein Geschäftsinhaber im Einkaufszentrum Blockdiek erlaubte das Sammeln vor seinem Geschäft, was – da überdacht – insbesondere an Regentagen sinnvoll genutzt wurde.

Die städtischen Parkanlagen sind am Wochenende mögliche Sammelorte, aber mit Ausnahme des Weserufers in Bremen nur mäßig lohnend. Im Bürgerpark ist jede politische Tätigkeit untersagt.

Problematisch sind Regentage, da es in Bremen nur wenige regengeschützte Sammelorte gibt. Möglich ist das Sammeln an Regentagen vor der Zentralbibliothek, an der Bischofsnadel, sofern erlaubt auf dem Uni-Boulevard sowie an Infoständen unter Zelten, sofern genug Platz ist und es nicht zu windig wird. In der Lloydpassage ist politische Tätigkeit untersagt. In Bremerhaven ist die Fußgängerzone teilweise überdacht, ebenso der Bahnhofseingang, so dass hier Sammeln bei Regen eher möglich ist.

Generell ist es natürlich so, dass Bürger eher bereit sind sich auf ein Gespräch einzulassen, wenn sie Zeit haben. Nachmittags und am Wochenende ist dies stärker der Fall als werktags

vormittags. Daher wurde regelmäßig an Sonntagen gesammelt und der Montag dafür ausgelassen.

### Weitere Möglichkeiten der Unterschriftensammlung

Sammeln vor Werderspielen und beim Schichtwechsel von Daimler hat sich nicht bewährt, bei Konzerten hängt es von der Art der Musik ab. Erfolgreich war das Sammeln vor den Aufführungen der Shakespeare Company.

In Schwachhausen und Horn wurde die Unterschriftensammlung an Haustüren (nachmittags) versucht. Sie ist für die Sammler sehr mühsam und zeitaufwändig. Letztlich ist das Sammeln auf der Straße sinnvoller.

Unterschriftenlisten wurden in ca. 20 Geschäften und Lokalen ausgelegt. Auch in Arztpraxen wurden vereinzelt Listen ausgelegt. Dies macht Sinn, wenn der Geschäftsinhaber oder ein Angestellter sich verantwortlich für die Liste fühlt, vielleicht auch gelegentlich Kunden darauf aufmerksam macht. Auch dann ist der Ertrag bescheiden, ca. 1-2 Unterschriften/ Tag. Listen, die einfach irgendwo ausgelegt werden, verschwinden häufig oder werden bekritzelt.

Über die Postverteiler aller Unterstützerorganisationen wurden Listen und Flugblätter an deren Mitglieder verschickt. Den Abonnenten der TAZ Bremen wurde eine Liste im Antwortumschlag als Beilage der Zeitung geschickt. Ferner wurde die Liste der Stadtzeitung „Bremer“ mit Auflage von ca. 20.000 beigelegt. Der Effekt wurde nicht genau erfasst, schätzungsweise kamen hierdurch 700 Unterschriften zusammen.

Am Besten ist die persönliche Ansprache, am Infostand oder auf Veranstaltungen. Das Auslegen oder Verschicken von Listen hat im Vergleich weit geringeren Effekt.

## **6. Finanzierung der Kampagne**

Die Geldausgaben beliefen sich auf ca. 67.000€. Die Kampagne Mehr Demokratie beim Wählen finanzierte sich durch Spenden und Unterstützerbeiträge. Die Einnahmen lassen sich dritteln in Großspenden (Spenden zwischen 1.000 und 10.000 Euro von sieben Personen aus verschiedenen Bundesländern), Kleinspenden (Mailings, ein Email-Mailing und spontane Spenden) und Unterstützerbeiträge. Die Unterstützerbeiträge lassen sich in Geldspenden und Sachspenden unterteilen. Die spontanen Kleinspenden wurden durch ein Mailing, die Internetseite und den Abdruck der Kontonummer auf dem Flugblatt erreicht.

Großspenden 30.000 Euro (Spenden ab 1000 Euro)

Kleinspenden 10.200

Unterstützerspenden 8.650 Euro

Mailings 15.400 Euro

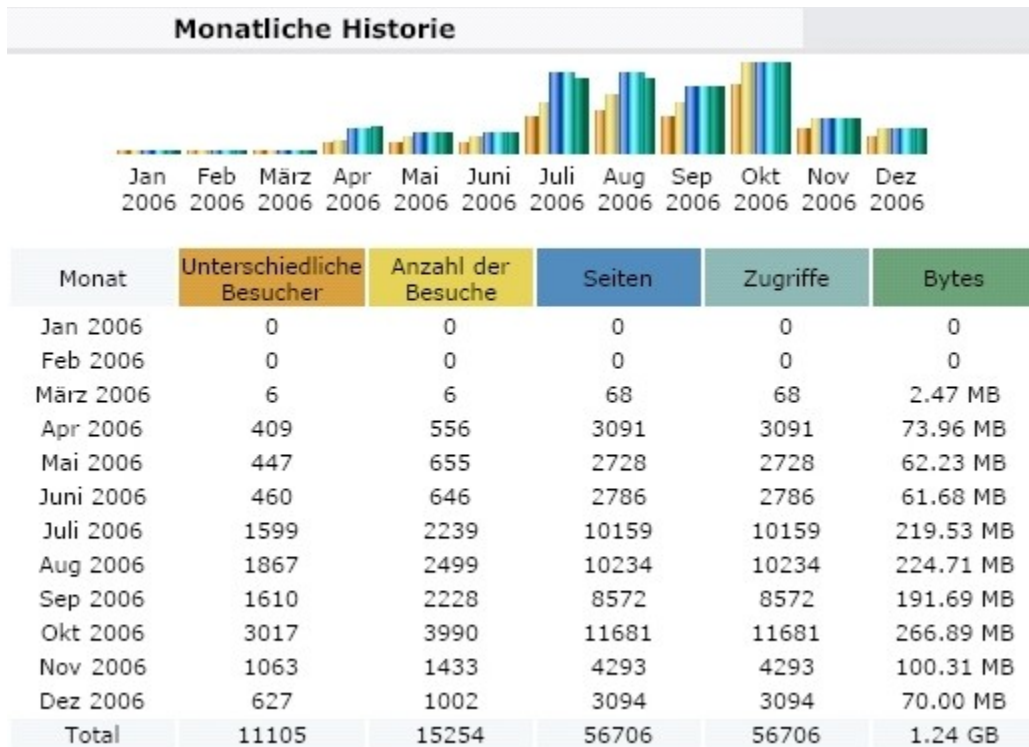
Emailing 3.000 Euro

Hinkommen Sachspenden im Wert von ca. 18.000€. Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Unterstützung durch den Bundesverband Mehr Demokratie e.V. (Zurverfügungstellung eines

Büros und eines Mitarbeiters) sowie durch die Omnibus gGmbH (zeitweise Überlassung des Busses und Personal)

## 7. Nutzung der Internetseite

Für die Dauer der Kampagne wurde die Internet-Adresse „www.neues-wahlrecht.de“ gemietet. Die Internetseite wurde von einem Mitarbeiter des Bundesvereins von Mehr Demokratie gestaltet und von Mitarbeitern des Bremer Büros während der Kampagne mit Hilfe des Redaktionssystems „Typo3“ redaktionell betreut. Die Seite ging am 31. März online und verzeichnete bis Ende Dezember 11.105 unterschiedliche Besucher:



Die Zahlen verdeutlichen, dass die Seite besonders zum Schluss der Kampagne stark frequentiert wurde. Es gab einige Sprünge in den Besucherzahlen, die die wichtigen Phasen der Kampagne markieren. Zwischen April und Ende Juni pendelten sich die täglichen Besucherzahlen bei 15 bis 30 unterschiedlichen Besuchern pro Tag ein. Ab Mitte Juli stiegen die Zahlen sprunghaft an: am 10. und 11. Juli wurden die Werbepлакate in Bremen aufgestellt. Daran wird auch deutlich, dass die Internetseite bei den Werbemaßnahmen zwar wichtigen, aber „nur“ ergänzenden Charakter hatte, Nutzungsvoraussetzung waren Plakate, Medienberichte und die Präsenz der Unterschriftensammler in der Stadt. Der Anteil der Seitenaufrufe, der auf Verlinkung oder Suchmaschinennutzung zurückzuführen ist, lag zwischen Mai und Oktober durchgehend zwischen 25 und 30%, der restliche Teil der Besucher hat die Seite aufgerufen, weil er im Browser die Adresse eingetippt hat oder aus einem E-Mail-Link auf die Seite kam. Die oben geschilderte Dynamik der Kampagne spiegelte sich auch in der Nutzung der Internetseite wieder: in den zwei Wochen vor Schluss stiegen die Besucherzahlen von ca 60 täglich zwischenzeitlich auf über 100 bis hin zu über 200 täglich in der letzten Woche.

Die Seite wurde von Mehr Demokratie vor allem genutzt, um die Inhalte der Kampagne darzustellen und Informationen zur Unterschriftensammlung zu bieten (Wo kann ich unterschreiben? Kann ich Unterschriftenlisten selbst herunterladen?) Es wurden aber auch

über 130 Online-Spenden eingeworben, fast 60 Personen abonnierten auf diesem Weg den Newsletter.

Im Jahresmittel verweilten die Besucher durchschnittlich 5 Minuten auf der Homepage, allerdings verließen 50% die Seite innerhalb von 30 Sekunden wieder. In der Anfangsphase des Volksbegehrens sank diese Zahl auf 42-44% , um danach wieder anzusteigen. In dieser Phase war auch die Verweildauer überdurchschnittlich hoch (bei fast 6 Minuten), was auf einen höheren Informationsbedarf hindeuten könnte. Dieser ist dann im September und Oktober wieder gesunken.

Insgesamt war die Internetseite [www.neues-wahlrecht.de](http://www.neues-wahlrecht.de) als Ergänzung zu allen anderen Maßnahmen zu sehen, sie diente dazu, Bürgern und Journalisten zusätzliche Informationen und Kontaktmöglichkeiten zu Mehr Demokratie anzubieten.