

# p&k-Studie: Webseiten der Landespolitiker im Test

# **BERLIN**

[www.politik-kommunikation.de](http://www.politik-kommunikation.de)

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung.....</b>	<b>3</b>
Landespolitiker im Internet: Präsent sein und Transparenz ermöglichen .....	3
<b>2. Der Weg zur Studie: Methodik und Herangehensweise .....</b>	<b>4</b>
Welche Seiten wurden getestet?.....	4
Wie wurde recherchiert? .....	4
Die Testphase .....	4
Nach welchen Kriterien wurde getestet?.....	4
Wie wurde bewertet?.....	5
Bewertungsskala .....	5
<b>3. Berlin: Klasse statt Masse.....</b>	<b>6</b>
<b>4. Die Mitglieder des Berliner Abgeordnetenhauses.....</b>	<b>7</b>
<b>5. Berlin im Bundesvergleich.....</b>	<b>8</b>
5.1 Quantitative Analyse .....	8
5.2 Qualitative Analyse .....	9
<b>6. Abgeordnetenvergleich.....</b>	<b>10</b>
6.1 Landes-Top-5 .....	10
6.2 „Onliner“ der Fraktionen .....	11
6.3 Geschlechtervergleich .....	12
6.4 Altersvergleich.....	14
<b>7. Parteienvergleich .....</b>	<b>16</b>
7.1 Quantitative Analyse .....	16
7.2 Qualitative Analyse .....	17
<b>8. Zusammenfassung der Ergebnisse.....</b>	<b>19</b>
<b>9. Ranking Berlin.....</b>	<b>20</b>

# 1. Einleitung

## **Landespolitiker im Internet: Präsent sein und Transparenz ermöglichen**

Wenn in den Medien und öffentlichen Debatten von den Bundesländern die Rede ist, sind die Schlagzeilen zumeist negativ. Diskussionen um eine Reform des Föderalismus, um ein Ende der Kleinstaaterei machen häufig die Runde. Über Inhalte der Landespolitik wird kaum gesprochen, auch nicht zu Wahlkampfzeiten, geht es doch in der Regel nur um das „Signal für Berlin“, wie es Wahlanalysiker nennen. Es scheint, als befände sich der Föderalismus hier zu Lande in einer Legitimationskrise.

## **Landespolitiker sind aufgefordert, in den Dialog zu treten**

Die Landespolitiker sind gefordert, dieses negative Bild zurechtzurücken. Doch wie können Landtagsabgeordnete ihre Politik und sich selbst erfolgreicher darstellen? In erster Linie braucht es den direkten Kontakt mit den Wählern, um für mehr Transparenz und Zustimmung zu werben. Neben dem persönlichen Dialog kann das Internet diese Möglichkeiten der direkten Kommunikation herstellen. Für die Vermittlung politischer Inhalte, die Transparenz der politischen Arbeit und die Auseinandersetzung mit politischen Themen wird das Internet zunehmend wichtiger, schließlich steigt die Zahl der Internetnutzer in Deutschland rapide an: Im zweiten Quartal diesen Jahres wuchs die Zahl der „User“ auf mehr als 33 Millionen, und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht. Die Stärke des Internets liegt in der Verbindung von Kommunikation, Information und Interaktion. Kein anderes Medium stellt so vielfältige Möglichkeiten der Nutzung und Darstellung bereit. Keine starren Regeln, vorgegebene Formate oder zeitliche Restriktionen engen den Dialog ein.

## **Wer hat die Chancen genutzt, wer hat sie vertan?**

Doch wie sieht die Internetpräsenz der einzelnen Landespolitiker aus? Nutzen sie die Potenziale, die ihnen das Medium bietet? Das Fachmagazin **politik&kommunikation** hat die Webseiten von Landtagsabgeordneten untersucht. Die Studie zeigt auf, welches Land, welche Fraktionen und welche Abgeordneten die Potenziale genutzt haben und wer Chancen ungenutzt ließ. Sie soll als Orientierungsmöglichkeit dienen und die Internetpräsenz der Politiker als Beitrag zu mehr Transparenz fördern. Die Volksvertreter sind aufgefordert, den Wettbewerb um den besten Internetauftritt anzunehmen. Denn politische Transparenz durch Internetpräsenz darf auch auf Landesebene keine Ausnahme bleiben.

## 2. Der Weg zur Studie: Methodik und Herangehensweise

### Welche Seiten wurden getestet?

Für den Webseitentest wurden ausschließlich Landtagsabgeordnete berücksichtigt, die über eine Internetpräsenz mit eigener Domain verfügen. Das bedeutet, dass der Name des/der Abgeordneten in der Internetadresse erwähnt sein musste. Für den Test wurden dementsprechend auch Abgeordnete berücksichtigt, deren Internetauftritte zwar eine eigene Domain besaßen, die aber ihrerseits auf die Fraktions-Homepage führte.

In den Test nicht miteinbezogen wurden Homepages, die sich während der Testphase im Auf- oder Umbau befanden, die funktionsuntüchtig waren oder nicht auf einer eigenen Domain basierten.

### Wie wurde recherchiert?

Um alle Homepages von Landtagsabgeordneten aufzufinden, wurden die Webseiten systematisch in drei Stufen registriert:

- I. Die einzelnen Fraktionspressesprecher wurden gebeten, aktuelle Listen mit Internetauftritten der Abgeordneten bereitzustellen.
- II. Die Landtags- und Fraktions-Homepages wurden nach einem Link oder Verweis zu Abgeordneten-Homepages recherchiert.
- III. Mit der Suchmaschine „Google“ wurde mit Vor- und Familienname, sowie dem Kürzel der Landtagsmitgliedschaft (MdL, MdA, MdBB, MdHB) nach Abgeordneten-Homepages gesucht.

### Die Testphase

Die Testphase begann am 21. Juli und endete am 15. August 2003. Vier Tester untersuchten 728 Abgeordneten-Homepages nach Inhalt, Layout und Service.

### Nach welchen Kriterien wurde getestet?

Die Studie zu den Homepages der Landtagsabgeordneten umfasst drei qualitative Untersuchungsblöcke.

- I. Im ersten Block wurde der **Inhalt** untersucht, wobei auf *Aktualität* der Homepages anhand von Pressemitteilungen, News, Reden und Terminveröffentlichungen geachtet wurde. Der *Informationsgehalt* und die *Informationsvielfalt* wurden mittels Darstellung des Lebenslaufes, den Angaben zur Privatperson, zur politischen Karriere, zu den beruflichen Arbeitsschwerpunkten und zum Ablauf eines regulären Arbeitstages bewertet. Aussagen der Abgeordneten zu regionalen, landes- und bundespolitischen Themen sowie die Vollständigkeit eines Wahlkreisporträts und die Ergebnisse der letzten Landtagswahl waren ebenfalls Gegenstand der inhaltlichen Untersuchung.
- II. Der zweite Block befasste sich mit dem **Layout und der Struktur** der Homepage. Dabei wurde neben der optischen *Attraktivität* der Homepage, die sich durch Farbwahl, Strukturierung, Gestaltung und Platzierung der grafischen und textlichen Elemente auszeichnet, auf die *Logik der Navigation* geachtet: im Besonderen auf deren Nachvollziehbarkeit und Übersichtlichkeit. Anzahl und Vielfalt der Links wurden gemessen. „Tote Links“ führten zu Punktabzug. Bewertet wurden außerdem die grafischen Umsetzungen der Textinhalte, die Qualität und Quantität der verwendeten Fotos, die Funktionstüchtigkeit der Links, Buttons und Downloads, sowie die internen Hyperlinks, mit denen ein User nachvollziehbar durch eine Homepage „geführt“ werden kann.

- III. Der dritte und letzte Block des Testes bewertete die **Serviceleistungen** der Abgeordneten Homepages. Diese Leistungen lassen sich in drei Gruppen unterteilen: Interaktivität, Kontaktmöglichkeit und Responsivität. Ein Newsletter, der dem User die Möglichkeit gibt durch E-Mails regelmäßig die aktuellsten Informationen zum Abgeordneten, zur Partei und zum Landtag zu erhalten, floss in die Bewertung ein. Wert wurde auch auf das Angebot von Downloadmöglichkeiten, das Vorhandensein eines Gästebuchs und eine integrierte Suchfunktion gelegt sowie auf die Möglichkeit, Texte, Reden oder Fotos „herunterzuladen“. Eine eingerichtete Druckfunktion und ein automatischer E-Mail-Versand für Texte und/oder Artikel erhöhen die Qualität der Webseite und wurden ebenfalls getestet. Bei *Kontaktmöglichkeiten* wurde auf einen Feedbackbogen und die Veröffentlichung von Bürgersprechstunden geachtet. Die direkte Kontaktaufnahme sollte durch Angabe der E-Mail-Adresse, der Telefonnummer und der Anschrift gewährleistet werden. Mit *Responsivität* testeten wir die Reaktionsschnelligkeit und Qualität der Antworten auf eine E-Mail-Anfrage an die Büros der Abgeordneten. Den Abgeordneten wurde zwei Wochen Zeit gelassen, die Anfrage nach Daten zu Amtsantritt und Internetpräsenz zu beantworten, wobei mit zunehmender Dauer die erreichte Punktzahl abnahm.

### Wie wurde bewertet?

Die maximale Punktzahl der Studie liegt bei 100 Punkten. Den größten Anteil nahm mit 40 zu vergebenen Punkten die inhaltliche Untersuchung ein. Bei Service und Layout konnten maximal 30 Punkten erreicht werden.

#### I. Inhalt:

max. 10	Punkte für Aktualität
max. 10	Punkte für Informationsgehalt/Vielfalt zur Privatperson
max. 10	Punkte für Informationsgehalt/Vielfalt zum/zur Politiker/in
max. 10	Punkte für grafische und informative Darstellung des Wahlkreises

#### II. Layout:

max. 25	Punkte für Übersichtlichkeit und Informationsarchitektur
max. 05	Punkte für Funktionalität und Auffindbarkeit

#### III. Service:

max. 15	Punkte für Interaktivität
max. 08	Punkte für Kontaktmöglichkeiten
max. 07	Punkte für Responsivität

### Bewertungsskala

Punkte	Bewertung
100-90	Ausgezeichnet
89-80	Sehr gut
79-65	Gut
64-50	Befriedigend
49-40	Ausreichend
Unter 40	Ungenügend

### 3. Berlin: Klasse statt Masse

Berlin, pulsierende Metropole: Allerdings nicht im Internet. Von 141 Landtagsabgeordneten sind gerade mal 20 Volksvertreter, rund 14 Prozent, persönlich im Web vertreten. Damit kommt die Hauptstadt im Bundesvergleich nur auf den 14. Rang. Für die niedrige Internetpräsenz sind alle Fraktionen gleichermaßen verantwortlich: Die SPD kommt immerhin noch auf 10 Abgeordnete, Parlamentarier von CDU (5), PDS (3), FDP (1) und Grüne (1) sucht man fast vergeblich.

Die Berliner Abgeordneten scheinen nach dem Prinzip „Klasse statt Masse“ vorzugehen: Bei der qualitativen Untersuchung rangiert das Land mit rund 51 Punkten auf dem zweiten Platz hinter dem Bundessieger Baden-Württemberg. Besonders CDU und SPD können bei dieser Sparte überzeugen.

Eine besondere Leistung erzielt der Grüne Özcan Mutlu: Er ist zwar der Einzige seiner Fraktion im Internet, sichert sich aber den ersten Platz aller Senatsmitglieder. Seine Stärke: Beständigkeit. Wo andere Berliner Abgeordnete große Differenzen zwischen Inhalt, Layout und Service aufweisen, punktet er mit konstanten Werten.

p&k-Bewertung: Bei der Internetpräsenz wird Berlin seiner Rolle als Hauptstadt und politischer Brennpunkt der Republik nicht gerecht. Die vorhandenen Abgeordneten-Webseiten sind zwar inhaltlich gelungen, bilden jedoch nur die Ausnahmen. Die Berliner Abgeordneten schöpfen die Möglichkeiten bei weitem noch nicht aus.

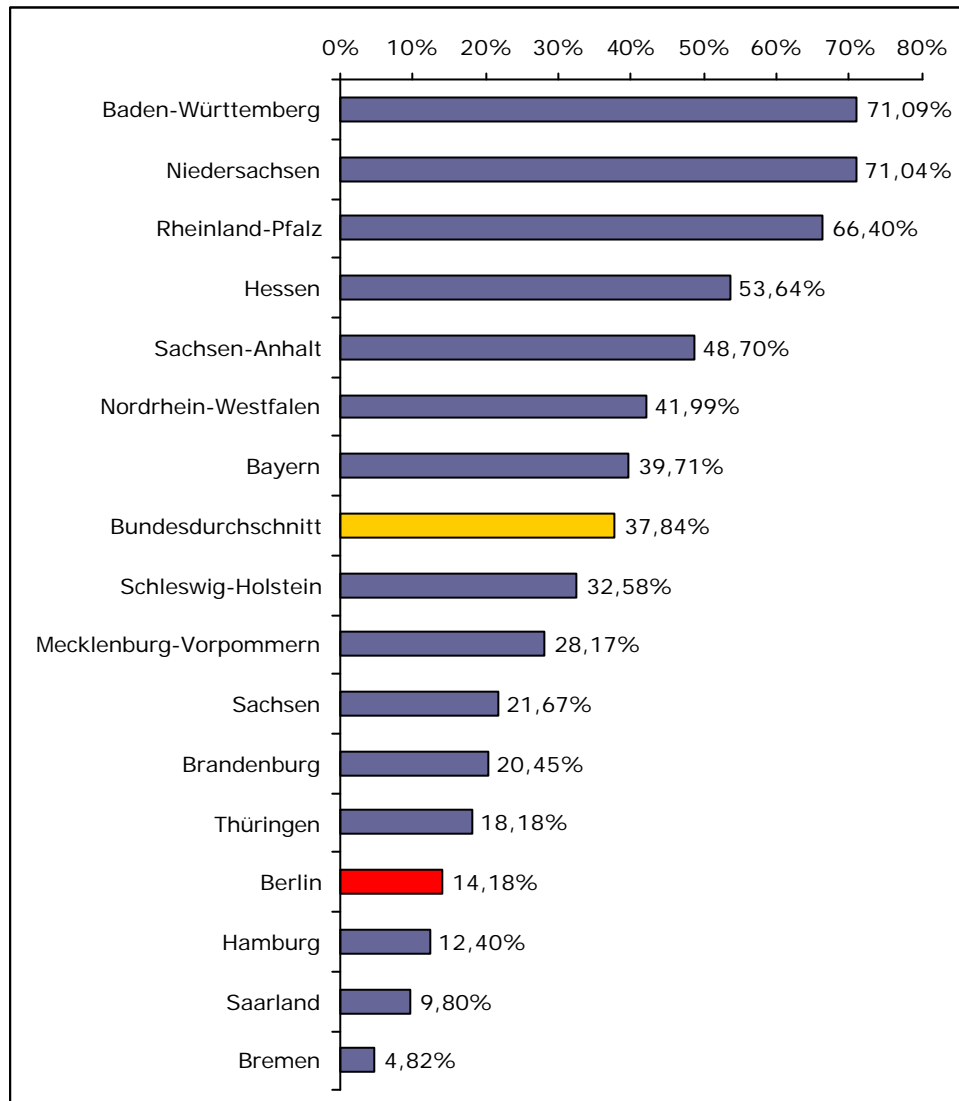
## 4. Die Mitglieder des Berliner Abgeordnetenhauses

<b>Abgeordnete gesamt:</b>	<b>141</b>
SPD	44
CDU	35
PDS	33
Grüne	14
FDP	14
Fraktionslos	1
<b>Abgeordnete mit Homepage gesamt:</b>	<b>21</b>
<b>Getestete Abgeordneten-Homepages:</b>	<b>20</b>
<b>Abgeordneten-Homepages im Umbau/funktionsuntüchtig:</b>	<b>1</b>

## 5. Berlin im Bundesvergleich

### 5.1 Quantitative Analyse

Die Quantitätsanalyse gibt die prozentuale Menge der Abgeordneten mit eigener Internet-Präsenz in den einzelnen Bundesländern wieder.

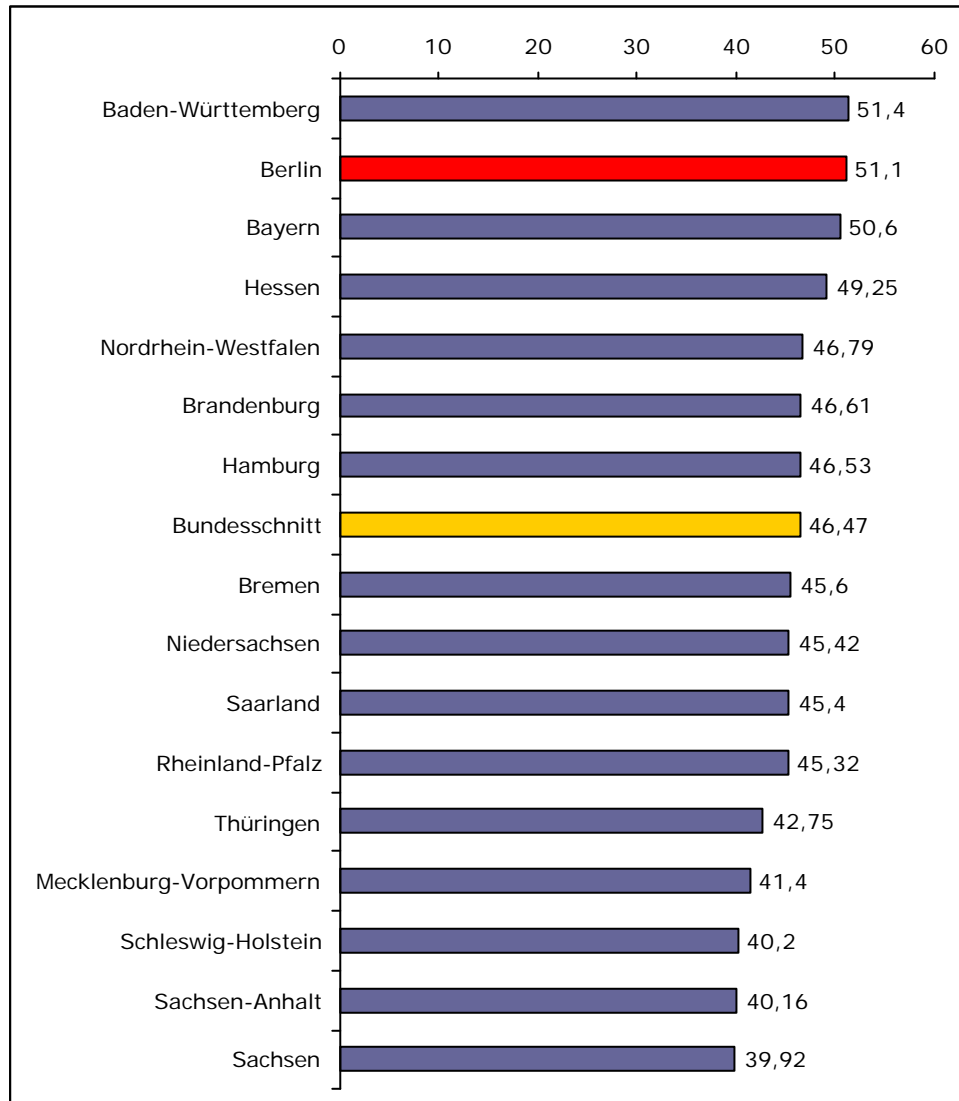


Berlin kann sich mit einer Internetpräsenz von 14,2 Prozent nur auf dem 14. Platz einreihen. Im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt, fehlen der Hauptstadt mehr als 20 Prozentpunkte.

## 5.2 Qualitative Analyse

In der Qualitätsanalyse werden die Landtagsabgeordneten-Homepages auf die Kriterien Inhalt, Service und Layout untersucht. Die zum Vergleich verwendeten Punktzahlen ergeben sich aus der Gesamtheit der drei Bewertungsblöcke.

Die Grafik stellt die einzelnen Bundesländer im direkten Vergleich dar. Zur Orientierung dient die gelb hervorgehobene Säule mit dem Bundesdurchschnitt.



Berlin (rot markiert) belegt mit 51,1 Punkten den zweiten Platz und liegt damit knapp 5 Punkte über dem Bundesdurchschnitt (gelb markiert).

## 6. Abgeordnetenvergleich

### 6.1 Landes-Top-5

Aus den Kategorien Inhalt, Layout und Service ist eine maximale Gesamtzahl von 100 Punkten zu erreichen. In der Tabelle werden die besten fünf Landtagsabgeordneten-Homepages des Bundeslandes Berlin veröffentlicht.

	<b>Platz</b>	<b>Name</b>	<b>Punktzahl</b>
	1.	Özcan Mutlu (Grüne)	<b>67</b>
	2.	Kai Wegner (CDU)	<b>66</b>
	2.	Klaus Wowereit (SPD)	<b>63</b>
	4.	Benjamin Hoff (PDS)	<b>60</b>
	5.	Mario Czaja (CDU)	<b>58</b>

Mit 67 Punkten setzt sich Özcan Mutlu von Bündnis 90/Die Grünen als Gewinner durch. Kai Wegner (CDU) erreicht 66 Punkte und damit den zweiten Platz. Drittplatzierter ist der regierende Bürgermeister von Berlin: Klaus Wowereit.

## 6.2 „Onliner“ der Fraktionen

Die Tabelle zeigt die landesweit besten Abgeordneten-Homepages der fünf im Berliner Landtag vertretenen Parteien CDU, PDS, FDP, Grüne und SPD.

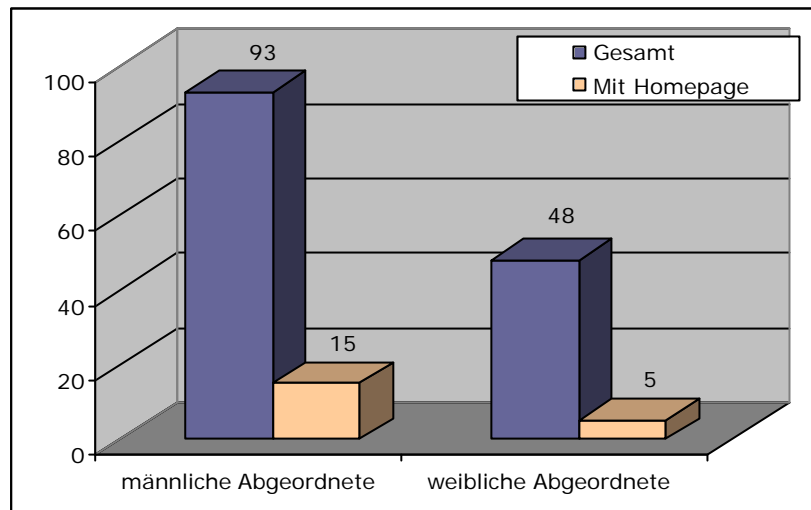
	<b>Partei</b>	<b>Name</b>	<b>Erreichte Punkte</b>
	Grüne	Özcan Mutlu	67
	CDU	Kai Wegner	66
	SPD	Klaus Wowereit	63
	PDS	Benjamin Hoff	60
	FDP	Martin Matz	47

Mit 67 Punkten setzt sich Özcan Mutlu an die Spitze der Grünen. Kai Wegner erreicht mit 66 Punkten den vordersten Platz der CDU, Klaus Wowereit hat mit 63 Punkten die beste SPD-Homepage.

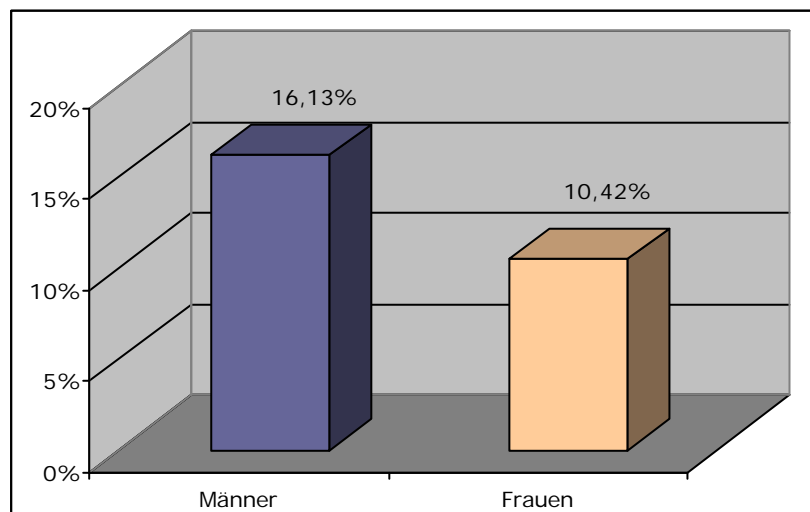
## 6.3 Geschlechtervergleich

### 6.3.1 Quantitative Analyse

In der Grafik wird das absolute Zahlenverhältnis der männlichen und weiblichen Abgeordneten mit Homepage an der Zahl aller Kollegen und Kolleginnen der jeweiligen Partei veranschaulicht.



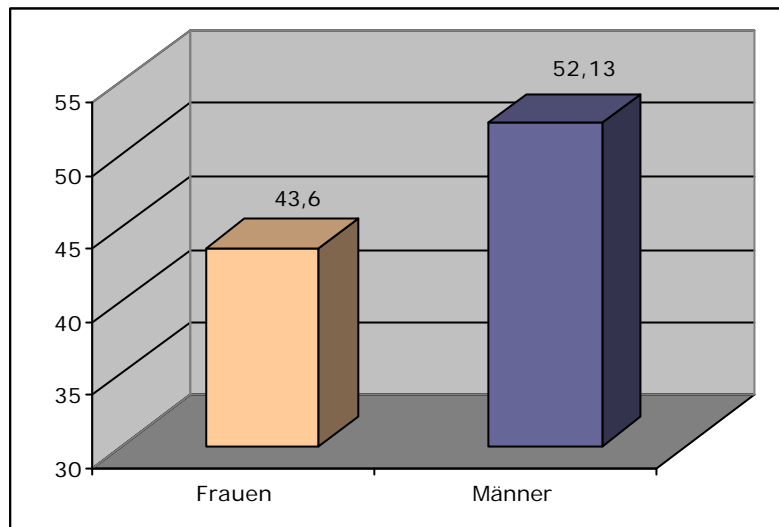
Wie die Grafik zeigt, haben 15 der 93 männlichen Abgeordneten einen eigenen Internetauftritt. Von den 48 weiblichen Volksvertretern sind fünf mit einer eigenen Homepage im Netz vertreten.



Die männlichen Abgeordneten haben mit einem Anteil von 16,13 Prozent eine um 5,71 Prozentpunkte höhere Internetpräsenz als die Frauen (10,42 Punkte).

### 6.3.2 Qualitative Analyse

Bei der Qualitätsanalyse werden die durchschnittlich erreichten Punktezahlen der männlichen und weiblichen Abgeordneten gegenübergestellt.

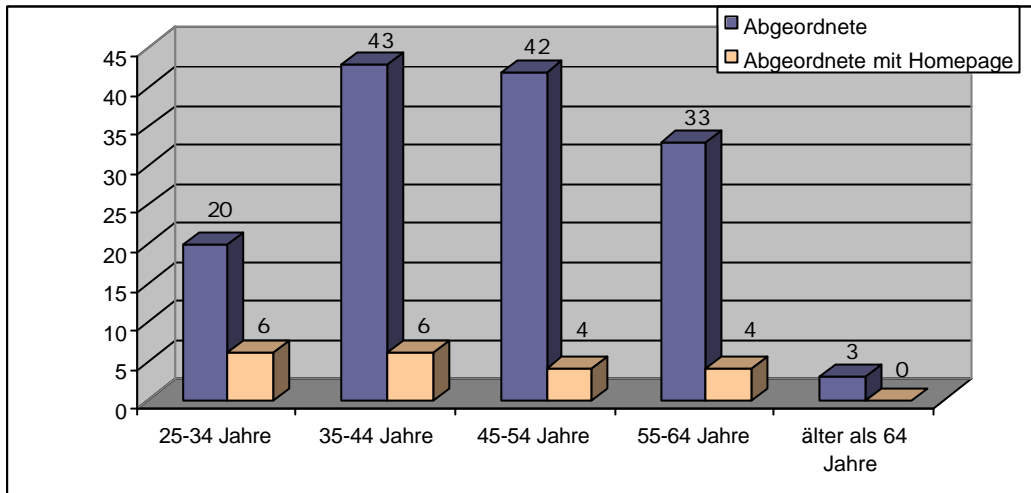


Die Homepages der weiblichen Abgeordneten erreichen durchschnittlich 43,6 Punkte, die Abgeordneten-Homepages der Männer erzielen 52,13 Punkte im Durchschnitt.

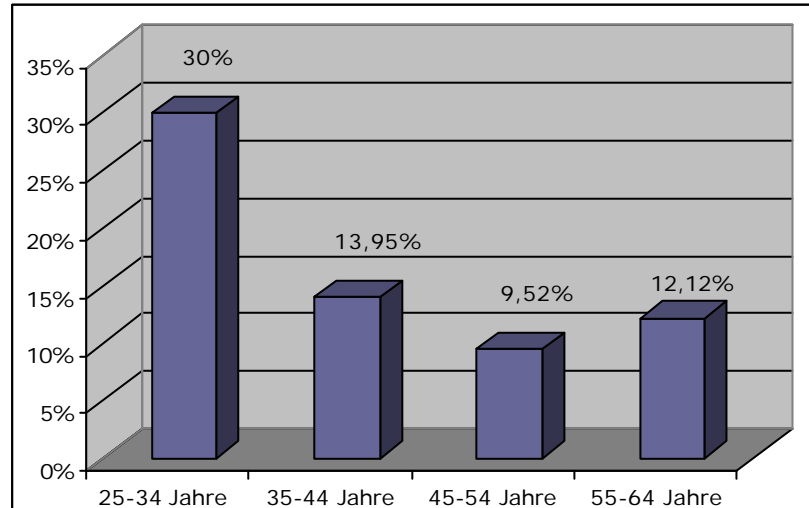
## 6.4 Altersvergleich

### 6.4.1 Quantitative Analyse

In den Grafiken, gestaffelt nach Altersstufen, sind die Gesamtzahlen der Abgeordneten des Bundeslandes Sachsen und die Abgeordneten mit eigener Internetpräsenz aufgeführt. In der oberen Grafik wird der Anteil der Abgeordneten mit Homepage der jeweiligen Jahrgangsstufe in absoluten Zahlen veranschaulicht; in der unteren Grafik in Prozentwerten.



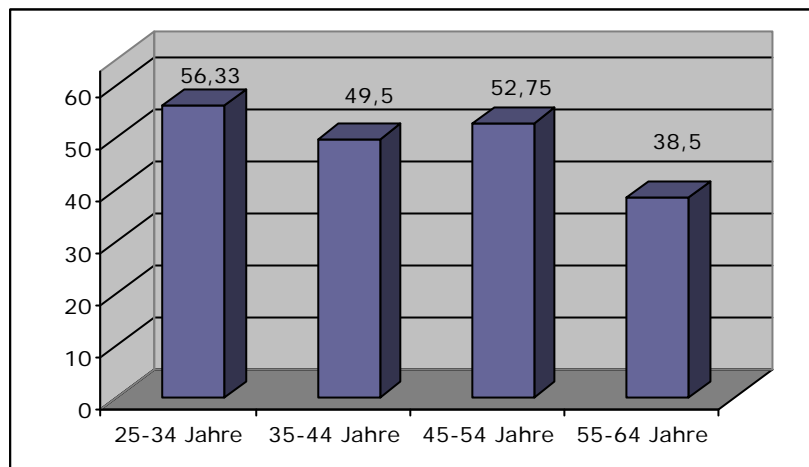
Die 35- bis 44- Jährigen bilden mit 43 Abgeordneten die größte Gruppe, die 25- bis 34-, sowie die 45-bis 54- Jährigen haben mit 6 Homepages, in absoluten Zahlen, die höchste Internetpräsenz.



Die 25-34 Jährigen haben mit 30% die höchste Internetpräsenz. Mit 9,52 Prozent bilden die 45-bis 54- Jährigen das Schlusslicht.

### 6.4.2 Qualitative Analyse

Bei der Qualitätsanalyse werden die durchschnittlich erreichten Punktezahlen der einzelnen Altersgruppen gegenübergestellt.

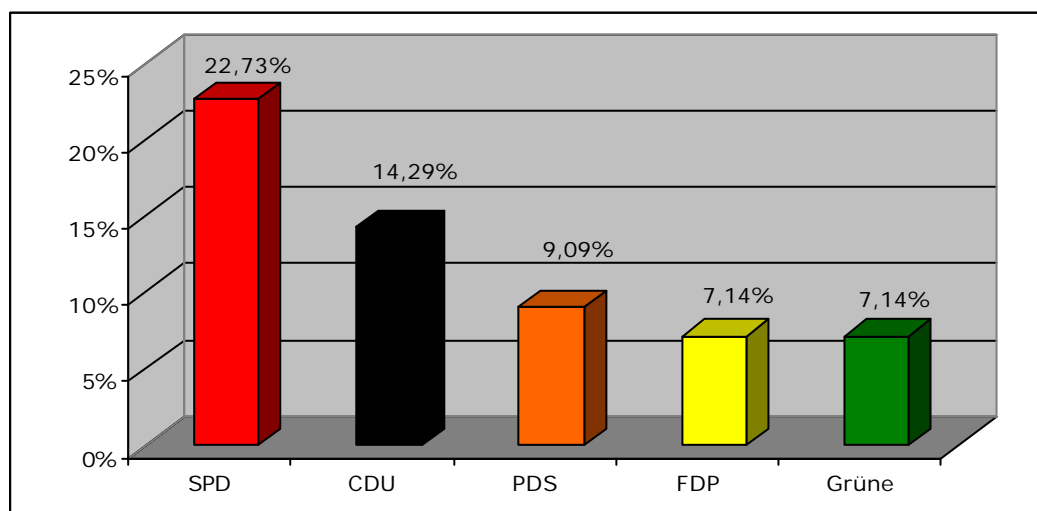
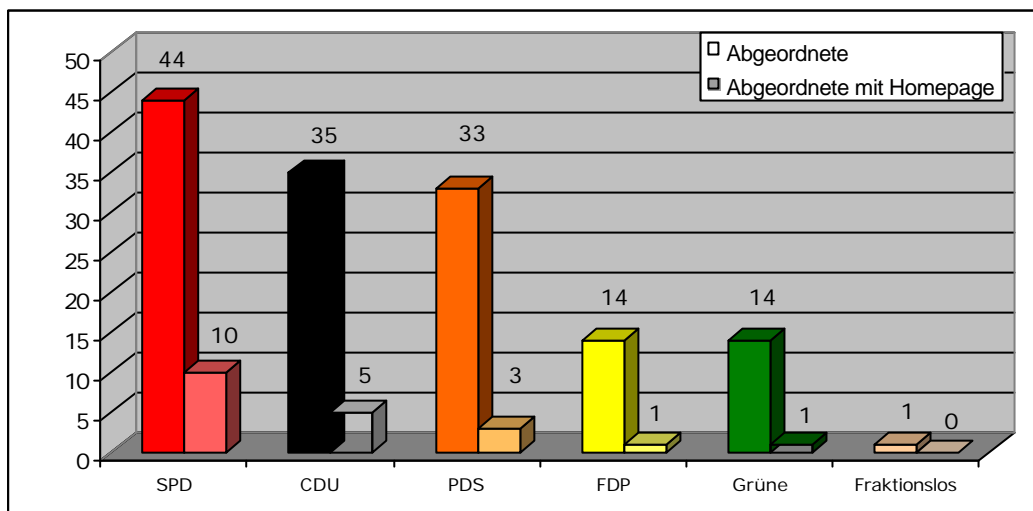


Mit durchschnittlich 56,33 Punkten haben die 25-34-Jährige die besten Homepages vorzuweisen. Die 55-64-Jährigen erzielen das schlechteste Ergebnis mit einem Punktedurchschnitt von 38,5 Punkten.

## 7. Parteienvergleich

### 7.1 Quantitative Analyse

Das Parteienranking ergibt sich aus dem Verhältnis von Abgeordneten einer Partei mit eigenem Homepageauftritt gegenüber der Anzahl ihrer Landtagsabgeordneten.  
In den oberen Grafiken wird das Verhältnis der Abgeordneten mit Homepage an der Zahl aller Abgeordneten der jeweiligen Partei in absoluten Zahlen veranschaulicht, in der unteren in prozentualen Werten

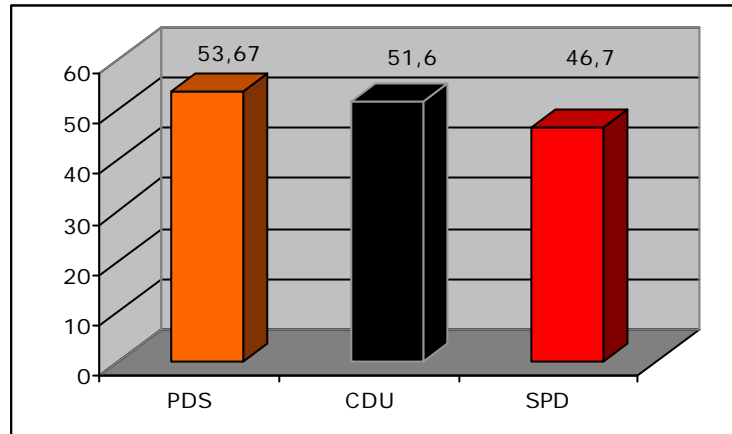


Mit 44 Abgeordneten stellt die SPD die größte Fraktion. Zur CDU gehören 35 und zur PDS 33 Abgeordnete, die FDP und Bündnis 90/ Grüne haben je 14 Abgeordnete. Mit 10 persönlichen Homepages und einem Prozentsatz von 22,73 Prozentpunkten hat die SPD die größte Internetpräsenz, gefolgt von der CDU mit 5 Homepages und 14,29% und der PDS mit drei Homepages und 9,09%. Schlusslicht bildet die FDP und die Grünen mit einer Homepage und einer Internetpräsenz von 7,14%. Der fraktionslose Abgeordnete hat keine eigene Internetpräsenz.

## 7.2 Qualitative Analyse

### a) aller Kriterien

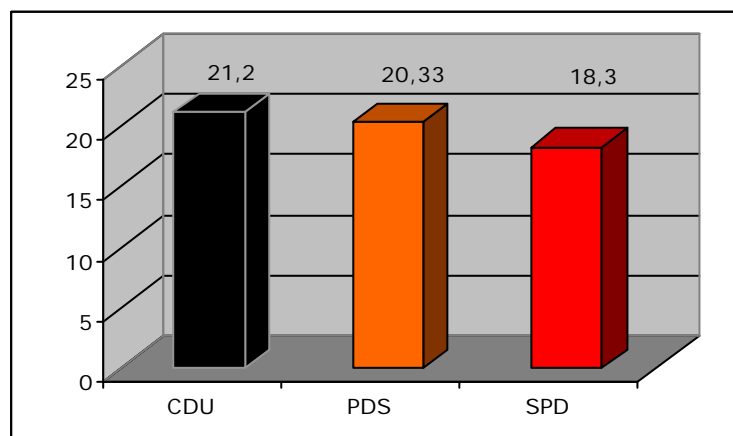
Aus den Kriterien Inhalt, Layout und Service lässt sich die Gesamtpunktzahl errechnen. In der Grafik werden die durchschnittlichen Gesamtpunktzahlen von Abgeordneten einer Partei gegenübergestellt.



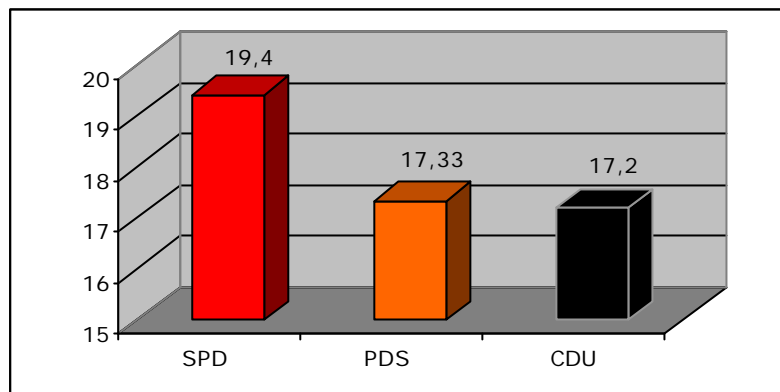
Die besten Ergebnisse erzielt dabei die PDS mit durchschnittlich 53,7 Punkten, gefolgt von der CDU mit 51,6 Punkten. Das Schlusslicht bildet die SPD mit 46,7 Punkten.

In den folgenden Grafiken ergibt sich das Ranking der Parteien aus dem Durchschnittswert aller Abgeordneten-Homepages in der jeweiligen Kategorie Inhalt, Layout und Service.

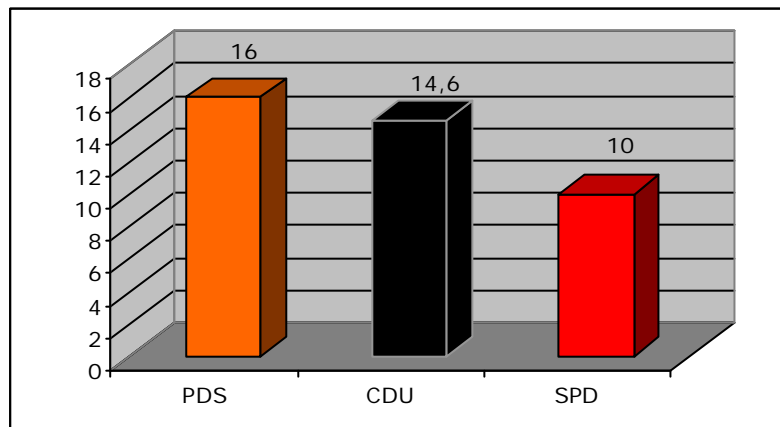
### b) Inhalt



In der Kategorie Inhalt führt die CDU mit 21,2 Punkten gefolgt von PDS (20,33) und SPD mit 18,3 Punkten.

**c) Layout**

Im Bewertungsblock Layout führen SPD mit 19,4 Punkten. PDS und CDU erzielen 17,3 bzw. 17,2 Punkte.

**d) Service**

Die Kategorie Service gewinnt die PDS mit 16 Punkten. SPD und CDU erreichen 14,6 bzw. 10 Punkte.

## 8. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Hauptstadt-Abgeordneten sind sehr unterschiedlich. Bei der Internetpräsenz liegt Berlin mit rund 14,8 Prozent Internetpräsenz (siehe Grafik 5.1) auf den hinteren Rängen. Nur die Volksvertreter an Weser, Alster und Saar sind mit weniger Abgeordneten im Internet vertreten.

Deutlich besser schneiden die Volksvertreter dagegen bei der qualitativen Untersuchung ab. Vor allem beim Inhalt trumpfen die Berliner auf: Mit 51,1 Punkten (siehe Grafik 5.2) belegen sie den zweiten Platz hinter dem Bundessieger Baden-Württemberg.

Beim Abgeordnetenvergleich kann sich der Grünen-Abgeordnete Özcan Mutlu mit 67 Punkten den ersten Platz sichern (siehe Grafik 6.1). Auf Rang zwei, mit nur einem Punkt Rückstand, liegt Kai Wegner von den Christdemokraten. Er konnte damit den Regierenden Bürgermeister Berlins, Klaus Wowereit, auf den dritten Platz verweisen. Vierter ist Benjamin Hoff von der PDS, Fünfter Mario Czaja (CDU).

Der Altersvergleich bestätigt die Ergebnisse der Bundesstudie: Die jüngeren Abgeordneten sind mit 30 Prozent wesentlich präsenter im Internet als die älteren Jahrgänge mit 9,5 Prozent und 12,1 Prozent (siehe Grafik 6.4.1).

Beim Vergleich zwischen den Parteien zeigt sich, dass nur die SPD und die CDU bei der Internetpräsenz einen zweistelligen Wert erreichen. PDS, FDP und Bündnis90/Die Grünen sind nur mit insgesamt 5 Abgeordneten im Internet vertreten.

## 9. Ranking Berlin

<b>Landes- und Bundesplatzierung</b>	<b>Name</b>	<b>Partei</b>	<b>Homepage</b>	<b>Punkte</b>	
<b>1.</b>	26.	Özcan Mutlu	B90/Grüne	www.mutlu.de	<b>67</b>
<b>2.</b>	32.	Kai Wegner	CDU	www.kai-wegner.de	<b>66</b>
<b>3.</b>	52.	Klaus Wowereit	SPD	www.klaus-wowereit.de	<b>63</b>
<b>4.</b>	77.	Benjamin Hoff	PDS	www.benjamin-hoff.de	<b>60</b>
<b>5.</b>	98.	Mario Czaja	CDU	www.marioczaja.de	<b>58</b>
<b>6.</b>	112.	Ralf Hillenberg	SPD	www.ralf-hillenberg.de	<b>57</b>
<b>7.</b>	128.	Sascha Steuer	CDU	www.sascha-steuer.de	<b>56</b>
<b>8.</b>	142.	Ralf Wieland	SPD	www.ralf-wieland.de	<b>55</b>
<b>9.</b>	172.	Peter Strieder	SPD	www.peter-strieder.de	<b>53</b>
<b>10.</b>	195..	Karin Seidel-Kalmutzki	SPD	www.seidel-kalmutzki.de	<b>52</b>
<b>11.</b>	221.	Evrin Baba	PDS	www.evrimbaba.de	<b>51</b>
<b>11.</b>	221.	Jutta Weissbecker	SPD	www.jutta-weissbecker.de	<b>51</b>
<b>11.</b>	221.	Daniel Buchholz	SPD	www.daniel-buchholz.de	<b>51</b>
<b>14.</b>	239.	Stefan Liebich	PDS	www.stefan-liebich.de	<b>50</b>
<b>15.</b>	356.	Michael Borgis	CDU	www.michael-borgis.de	<b>46</b>
<b>15.</b>	356.	Christian Gäbler	SPD	www.christian-gaebler.de	<b>46</b>
<b>17.</b>	381.	Martin Matz	FDP	www.martinmatz.de	<b>45</b>
<b>18.</b>	533.	Nicolas Zimmer	CDU	www.nicolas-zimmer.de	<b>39</b>
<b>19.</b>	619.	Jutta Leder	SPD	www.jutta-leder.de	<b>35</b>
<b>20.</b>	692.	Brigitte Lange	SPD	www.brigitte-lange.de	<b>29</b>