

Demokratie im Internetzeitalter
Das Beispiel der externen Onlinekommunikation
der Bundestagsparteien

Inauguraldissertation
zur Erlangung des Grades eines
Doktors der Philosophie (Dr. phil.)
am Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften
der Freien Universität Berlin

vorgelegt von
Elias Sievernich, B.A., M.A.

Berlin, Mai 2013

Erstgutachter: Prof. Dr. Klaus Siebenhaar
Freie Universität Berlin
Fachbereich Philosophie und Geisteswissenschaften

Zweitgutachter: Prof. Dr. Hermann Haarmann
Freie Universität Berlin
Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften

Tag der Disputation: 11. Juni 2014

Anmerkungen und Danksagung

Diese Arbeit wurde im Mai 2013 als Dissertation an der Freien Universität Berlin eingereicht. Für die Veröffentlichung erfolgten nach der Verteidigung im Juni 2014 lediglich geringfügige Anpassungen des Textes.

Dankbar für seine Ermunterung und Unterstützung während der Promotion bin ich zuvorderst meinem Erstgutachter Professor Dr. Klaus Siebenhaar. Dank gebührt ebenfalls dem Zweitgutachter Professor Dr. Hermann Haarmann.

Desweiteren möchte ich der Konrad-Adenauer-Stiftung danken, welche die Entstehung dieser Arbeit mit einem Stipendium im Rahmen ihrer Promotionsförderung unterstützt hat.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	4
2	THEORETISCHE UND METHODISCHE VORBEMERKUNGEN	13
3	POLITISCHE KOMMUNIKATION IM INTERNETZEITALTER	31
3.1	ZUR MEDIALISIERUNG DER POLITIK	38
3.2	ZUR MEDIALISIERUNG DER POLITIK IM INTERNETZEITALTER	42
4	ZUM BEGRIFF DEMOKRATIE	49
4.1	ZUR IDEENGESCHICHTE DER DEMOKRATIE	51
4.2	DREI TRADITIONSLINIEN DER DEMOKRATIE	59
5	UTOPIEN, DYSTOPIEN, EMPIRIEN – ZUR DEMOKRATIE IM INTERNETZEITALTER	67
5.1	UTOPIEN	70
5.2	DYSTOPIEN	81
5.3	EMPIRIEN	85
6	DIE DEMOKRATIE DES GRUNDGESETZES	89
6.1	PRINZIPIEN DER DEMOKRATIE DES GRUNDGESETZES	93
6.2	DIE REPRÄSENTATIVE DEMOKRATIE NACH DEM GRUNDGESETZ	100
7	DIE KOMMUNIKATIVEN FUNKTIONEN DER PARTEIEN	115
7.1	ZUM BEGRIFF PARTEI	117
7.2	ZU DEN FUNKTIONEN DER PARTEIEN	125
7.3	TYPLOGIE EXTERNER PARTEIKOMMUNIKATION	141
7.4	FUNKTION I: WAHLKAMPFKOMMUNIKATION	150
7.5	FUNKTION II: MITWIRKUNG BEI DER POLITISCHEN WILLENSBILDUNG	156
7.6	FUNKTION III: RÜCKKOPPELUNG DES POLITISCHEN SYSTEMS	163

8 DIE KOMMUNIKATIVEN FUNKTIONEN DER PARTEIEN IM INTERNETZEITALTER	168
8.1 AUSGANGSBEDINGUNGEN EXTERNER PARTEIKOMMUNIKATION IM INTERNETZEITALTER	170
8.2 FUNKTION I: WAHLKAMPFKOMMUNIKATION	184
8.3 FUNKTION II: MITWIRKUNG BEI DER POLITISCHEN WILLENSBILDUNG	214
8.4 FUNKTION III: RÜCKKOPPELUNG DES POLITISCHEN SYSTEMS	229
9 WEDER UTOPIA NOCH DYSTOPIA - FAZIT	243
LITERATURVERZEICHNIS	252

1 Einleitung

Die Auswirkungen internetbasierter Netzwerkkommunikation sind vielfältig, kulturell, sozial, wirtschaftlich und politisch. Ohne Zweifel hat das Internet Auswirkungen auf politische Kommunikation und auf Demokratie. „Das Internet hat [...] das Potenzial, kulturelle Fundamente politischer Kommunikation und damit der Demokratie zu verändern.“, wie es das Büro für Technikfolgenabschätzung des Deutschen Bundestags formuliert.¹ Am Beginn dieser Arbeit stand daher die Frage, wie sich die Veränderungen von politischer Kommunikation und Demokratie im Internetzeitalter untersuchen und bewerten lassen könnten.

Die Effekte des Internets auf Politik und Demokratie sind seit den 1990er Jahren Gegenstand von Diskursen in Medien-, Kommunikations- und Politikwissenschaft sowie Politik und Medien. Anfangs wurden vor allem positive Effekte vermutet. Das Internet schien geradezu revolutionäre Möglichkeiten für die Realisierung neuer Formen von Deliberation und Partizipation der Massen zu bieten, eine technologieinduzierte demokratische Durchdringung der Gesellschaft, direkte Onlinedemokratie oder Electronic Democracy wurden vielfach vorhergesagt. So verkündete Al Gore als Vizepräsident der USA ein „new Athenian Age of democracy forged in the fora the [internet] will create.“²

Neben euphorischen Einschätzungen wurden zunehmend auch pessimistische beziehungsweise warnende Stimmen aus der Wissenschaft hörbar, die etwa vor einer Atomisierung der Öffentlichkeit oder einer digitalen Spaltung der Gesellschaft warnten.³

Über die Warnungen hinaus, denen Vermutungen über gesellschaftliche Effekte des Internets zugrunde liegen, muss man auch kein Anhänger von Marshall McLuhan sein, um zu fragen, ob nicht die Botschaften, oder besser die Logiken internetbasierter Kom-

¹ Armin Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie: Tendenzen politischer Kommunikation im*

² Im vollständigen Originaltext findet sich die Rede hier: „William J Clinton Presidential Library & Museum - Archived White House Web Sites - VP Remarks - International Telecommunications Union“, 13. Oktober 1994, http://clinton1.nara.gov/White_House/EOP/OVP/html/telunion.html; in Ausschnitten wurde die Rede viel zitiert, u.a. von Winfried Schulz, *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008), 215.

³ Vgl. Cass R. Sunstein, *Republic.com 2.0* (Princeton: Princeton University Press, 2009); Pippa Norris, *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide* (Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 2001).

munikation den Grundlagen der Demokratie zuwiderlaufen können.⁴ Theorie und Praxis der Demokratie stehen in der Tradition der Aufklärung, das heißt des Glaubens an das Primat von Logik und Vernunft. Schnelle multimediale Kommunikationsformen scheinen wenn nicht im Widerspruch doch mindestens im Konflikt mit dieser Tradition zu stehen. Setzt nicht etwa der öffentliche Gebrauch der Vernunft, nach Kant Ausgangspunkt diskursiver Rationalität und Grundlage vieler demokratietheoretischer Überlegungen, andere Kommunikationsformen voraus, als die 140 Zeichen eines Tweets oder die Bildwirkung von YouTube Clips?⁵ Und steht nicht ebenso die für die Demokratie unabdingbare Funktionslogik der Politik, die nach Max Webers klassischem Diktum „ein starkes langsames Bohren von harten Brettern mit Leidenschaft und Augenmaß zugleich“ bedeutet, der von Effekt und Schnelligkeit dominierten Medienlogik des Internetzeitalters entgegen?⁶

Ungeachtet möglicher Einwände haben das Aufkommen der Sozialen Medien ab Mitte der 2000er Jahre, ihr Einsatz insbesondere im US-Wahlkampf 2008, die Rolle des Internets während der Umbrüche in der arabischen Welt seit 2010 sowie in Deutschland insbesondere die zwischenzeitlichen demoskopischen Höhenflüge der Piraten Partei im medialen und teils auch im akademischen Diskurs erneut zu einem Übergewicht der latent positiven Beurteilungen der Effekte des Internets auf die Demokratie geführt.

Zu einer ersten Präzisierung der Ausgangsfrage führten zwei Umstände, die eigentlich problematisch erscheinen: die gerade umrissene Fülle der Perspektiven und Aussagen zur Entwicklung von Demokratie und politischer Kommunikation sowie die Tatsache, dass politische Kommunikation Gegenstand verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen und Subdisziplinen ist und es selbst im Rahmen der Medien- oder Kommunikationswissenschaft keine einheitliche Definition gibt, was unter politischer

⁴ Zu McLuhans Medienbegriff vgl. Marshall McLuhan, *Understanding Media* (London: Routledge, 2001), 7 f.

⁵ Vgl. Michael Margolis und Gerson Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy* (Farnham [u.a.]: Ashgate, 2009), 157.

⁶ Max Weber, *Politik als Beruf* (München [u.a.]: Duncker & Humblot, 1919), 66.

Kommunikation zu verstehen sei.⁷ Zusammengefasst bedeutet dies, dass zunächst die Grundlagen zu klären sind, wenn man sich mit möglichen Veränderungen der Demokratie im Internetzeitalter beschäftigen möchte. Die *erste Leitfrage* dieser Arbeit lautet daher:

Was sind die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter?

Wenn diese identifiziert sind, lässt sich die Frage angehen, welche Auswirkungen diese Veränderungen auf die Demokratie haben könnten. Hier stößt man allerdings ebenfalls auf ein Problem. Demokratie ist kein einfach zu fassender Begriff. Demokratie hat vielmehr schon „verschiedene Bedeutungen angenommen, die sich auf sehr verschiedene historische Verhältnisse wie [...] Ideale bezogen haben.“⁸ Dabei unterscheiden sich unterschiedliche demokratietheoretische Ansätze nach Jürgen Habermas auch anhand der jeweiligen „Natur des politischen Prozesses“.⁹ Entsprechend variiert auch die Bedeutung von politischer Kommunikation mit den Ausprägungen von Demokratie.¹⁰

Analog müsste also der explizite oder implizite Bezug auf eine demokratietheoretische Tradition die Bewertung der Demokratisierungspotenziale des Internets als Medium der politischen Kommunikation in der Demokratie erheblich beeinflussen.

Allerdings bleibt in der politischen Kommunikationsforschung regelmäßig der „Zusammenhang von Massenkommunikation und Politik demokratietheoretisch unterbelichtet“.¹¹ Dies gilt auch für die deutsche wie die weit umfangreichere englischsprachige medien-, kommunikations-, und politikwissenschaftliche Literatur zur

⁷ Otfried Jarren und Ulrich Sarcinelli, „Politische Kommunikation‘ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung.“, in *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, hg. von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 14; Otfried Jarren und Patrick Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 13 ff.

⁸ Giovanni Sartori, *Demokratiethorie* (Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1992), 274.

⁹ Jürgen Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, in *Die Chancen der Freiheit. Grundprobleme der Demokratie*, hg. von Herfried Münkler (München [u.a.]: Piper, 1992), 13 ff.

¹⁰ S. dazu Thomas Meyer, *Was ist Demokratie? Eine diskursive Einführung* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 74; Renate Martinsen, „Öffentlichkeit in der ‚Mediendemokratie‘ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 59 ff.

¹¹ Ulrich Saxer, „System, Systemwandel und politische Kommunikation“, in *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, hg. von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 23.

Entwicklung von politischer Kommunikation und Demokratie im Internetzeitalter. Nur gelegentlich finden sich explizite Bezüge auf spezifische theoretische Konzeptionen von Demokratie. Am häufigsten sind Bezüge auf deliberative Demokratieansätze.¹² Oft lassen sich nur implizit Einflüsse ableiten. Die segensreichen beziehungsweise negativen Wirkungen des Internets kommen daher demokratiethoretisch mehrheitlich entweder aus einer Richtung oder aus dem Nichts. Aus diesem Missstand ergibt sich die *zweite Leitfrage* dieser Arbeit:

Wie beeinflussen verschiedene demokratiethoretische Traditionen die Bewertungen der Effekte des Internets auf die Demokratie?

Selbst wenn die zugrunde liegenden demokratiethoretischen Prämissen deutlich gemacht werden, bleibt ein Problem: Verfassungsmäßige Ausgestaltungen demokratischer Ordnungen stehen ebenfalls in unterschiedlichen demokratiethoretischen Traditionen und weisen der politischen Kommunikation und den an ihr beteiligten Akteuren unterschiedliche Funktionen zu. Dies kann Begrenzungen bedeuten, in der Bundesrepublik Deutschland schützt etwa die sogenannte Ewigkeitsgarantie in Artikel 79 des Grundgesetzes die in den ersten 20 Artikeln festgeschriebenen Grundrechte sowie die Grundsätze der freiheitlich demokratischen Grundordnung. Durch Funktionszuschreibungen für politische Kommunikation in einer Verfassungsordnung können sich jedoch auch Chancen beziehungsweise konkrete Anknüpfungspunkte für die Entwicklung der Demokratie durch das Internet bieten.

So wie demokratiethoretische Grundlagen beachtet werden müssen, müssen daher auch verfassungsmäßige Ausprägungen von Demokratie beachtet werden, um die Effekte des Internets adäquat darstellen und bewerten zu können. Daraus ergibt sich die *dritte Leitfrage*:

Welche Beschränkungen beziehungsweise welche Chancen ergeben sich aus dem Demokratiebegriff des Grundgesetzes für die Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter?

¹² Matthew Scott Hindman, *The Myth of Digital Democracy* (Princeton: Princeton University Press, 2009), 7; vgl. auch Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 73 f.

Auf der Grundlage der Antworten auf die ersten drei Fragen lässt sich die Ausgangsfrage weiter konkretisieren und ein spezifisches Beispiel der Veränderung von politischer Kommunikation und deren Auswirkungen auf eine spezifische Demokratie untersuchen.

Dafür sind konkrete Forschungsobjekte notwendig. Diese lassen sich ebenfalls anhand des Grundgesetzes identifizieren. Die Verankerung der Souveränität im Volk macht politische Kommunikation zwingend erforderlich. „Demokratische Politik ist zustimmungsabhängig und insofern begründungspflichtig“, Legitimation kann in der Demokratie nur durch Kommunikation erfolgen.¹³ Dies gilt auch für die grundgesetzliche Demokratie. In dieser kommt jedoch einer Akteurskategorie für die Legitimation von Politik durch Kommunikation besondere Verantwortung zu, nämlich den Parteien. Das politische System ist vor allem „über Parteien und Wahlberechtigung mit Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft verschränkt.“¹⁴ Die Parteien nehmen eine „kommunikative Scharnierfunktion“ zwischen Politik und Gesellschaft ein.¹⁵

Die Rolle der Parteien ist auch deswegen besonders interessant, weil ihre kommunikative Scharnierfunktion heute schwieriger zu erfüllen scheint als in den ersten Jahrzehnten des Bestehens der Bundesrepublik. Gesellschaftlicher Wertewandel, Differenzierung und Individualisierung, damit eine Pluralisierung der Interessenlagen auf gesellschaftlicher Ebene werden schon seit den 1970ern konstatiert.¹⁶ Auf politischer Ebene gehen damit geringere Mobilisierungskraft politischer Ideologien, sinkende Mitgliederzahlen der Parteien und Dealignment, das heißt das Nachlassen traditioneller milieubasierter Parteibindungen, einher.¹⁷ Politisches Verhalten wird „mobiler und flexibler“ und damit die kommunikativen Herausforderungen für die Parteien größer.¹⁸

Die Parteien, beziehungsweise ihre politische Kommunikation, bieten sich also dank ihrer herausgehobenen Rolle in der demokratischen Ordnung Deutschlands als Forschungsobjekte an. Um Veränderungen der Parteikommunikation als Aspekt möglicher

¹³ Saxer, „System, Systemwandel und politische Kommunikation“, 25.

¹⁴ Jürgen Habermas, *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1993), 445.

¹⁵ Ulrich Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland: Zur Politikvermittlung im demokratischen System* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 189.

¹⁶ Oscar Gabriel und Jürgen Maier, „Politische Soziologie in Deutschland — Forschungsfelder, Analyseperspektiven, ausgewählte empirische Befunde“, *Politische Vierteljahresschrift* 50, Nr. 3 (2009): 521.

¹⁷ Vgl. Uwe Jun, „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 288.

¹⁸ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 153.

Wandlungsprozesse der spezifischen Demokratie des Grundgesetzes im Internetzeitalter untersuchen zu können, müssen zunächst die kommunikativen Aufgaben der Parteien innerhalb der Verfassungsordnung präzisiert werden. Die *vierte Leitfrage* dieser Arbeit lautet daher:

Was sind die kommunikativen Funktionen der Parteien in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes?

Anhand der Art und Weise, wie die Parteien diese Funktionen mithilfe von Onlinekommunikation erfüllen, lassen sich schließlich tatsächliche Veränderungen einer spezifischen Demokratie im Internetzeitalter aufzeigen. Die *fünfte und letzte Leitfrage* lautet daher:

Wie erfüllen die Parteien ihre kommunikativen Funktionen im Internetzeitalter?

Mit dem zuvor erarbeiteten Demokratiebegriff des Grundgesetzes und den Funktionszuschreibungen der demokratischen Grundordnung liegt darüber hinaus ein expliziter Maßstab vor, mit dem die beobachteten Veränderungen bewertet werden können.

Im Detail ist die Arbeit wie folgt gegliedert: Sie beginnt mit fachtheoretischen und methodischen Vorbemerkungen, denn sowohl die Ausgangsfrage als auch die sich aus ihr ergebenden Leitfragen entziehen sich dem Zugang einer fachmonistischen Perspektive. Antworten lassen sich nur finden, wenn man bereit ist, im Sinne einer begrenzten Interdisziplinarität das Feld der Medien- und der Kommunikationswissenschaft gelegentlich hinter sich zulassen, in die Hoheitsgebiete von Politikwissenschaft und Staatsrechtslehre vorzudringen und sich ihrer Zugänge zu bedienen. Dabei müssen zudem theoretische und empirische, beschreibende und hermeneutische Ansätze verknüpft werden. Kapitel 2 erläutert deshalb sowohl diesen Ansatz als auch grundlegende Begrifflichkeiten.

In Kapitel 3 werden die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter herausgearbeitet sowie der Begriff der Medialisierung der Politik erörtert und auf die neuen Kommunikationsbedingungen angewandt. Damit soll die erste Leitfrage beantwortet werden.

Danach werden in Kapitel 4 der Begriff Demokratie ideengeschichtlich reflektiert und drei theoretisch wie praktisch einflussreiche demokratietheoretische Traditionslinien herausgegriffen. Kapitel 4 bereitet also die theoretischen Grundlagen, um in Kapitel 5 die zweite Leitfrage zu beantworten, das heißt, um zu erläutern, wie verschiedene demokratietheoretische Modelle die Bewertung demokratiewirksamer Effekte des Internets beeinflussen.

In Kapitel 6 werden das Demokratieverständnis und der Charakter der repräsentativen Demokratie des Grundgesetzes herausgearbeitet. Darauf aufbauend kann die dritte Leitfrage nach den Beschränkungen und Chancen des Grundgesetzes für die Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter beantwortet werden.

Darüber hinaus ist die Erörterung des Demokratieverständnisses des Grundgesetzes notwendig, um in Kapitel 7 die kommunikativen Funktionen der Parteien abzuleiten und somit die vierte Leitfrage anzugehen. Am Anfang dieses Kapitels steht eine Auseinandersetzung mit staatsrechtlichen, politik- und kommunikationswissenschaftlichen Zugängen zum Begriff Partei sowie eine Definition des Begriffs. Dann erfolgt die Ableitung der drei kommunikativen Funktionen der Parteien ausgehend vom Grundgesetz, aber ebenfalls unter Berücksichtigung politik- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektiven.

Abschließend wird in Kapitel 8 geprüft, wie die Parteien ihre kommunikativen Funktionen im Internetzeitalter erfüllen und wie die grundgesetzliche Demokratie dadurch betroffen ist. Dabei wird neben der Anbieterseite der politischen Kommunikation, in diesem Fall den Angeboten der Parteien, auch die Nutzung politischer Kommunikationsangebote durch die Bürger betrachtet. Auf der Angebotsseite wird die Onlinekommunikation der sechs in der 17. Wahlperiode im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien CDU, CSU, SPD, FDP, Bündnis90/Die Grünen und die Linke untersucht. Um Überschaubarkeit und Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wird dabei die von den Bundesparteizentralen gesteuerte Kommunikation betrachtet. Die Beschränkung auf die Bundestagsparteien ist auch durch den theoretischen Ansatz begründet, denn insbesondere die im Bundestag vertretenen Parteien besitzen kommunikative Verantwortung als Vermittler zwischen dem politischen System auf Bundesebene und der Gesellschaft.

Einige der Aspekte und Perspektiven dieser Arbeit sind in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung noch nicht oder nur teilweise aufgenommen, andere bereits ausführlich bearbeitet worden. Fragestellungen zur Wechselwirkung von Medienwandel und Verfassungsordnung gehen, wie bereits erwähnt, über den klassischen Fachzuschnitt beider sich den Medien widmenden Wissenschaften sowie der Politikwissenschaft und der Staatsrechtslehre hinaus. Daher ist wenig verwunderlich, dass der konkrete Zusammenhang zwischen Medienwandel, Veränderungen der politischen Kommunikation und Verfassungsgefüge bisher ein blinder Fleck ist. Diesen will die vorliegende Arbeit ins Visier nehmen und aufhellen. So soll ein theoretischer Rahmen erarbeitet werden, in dem sich empirisch zu beobachtende Veränderungen analysieren lassen.

Überraschend ist dagegen, dass weder aus kommunikations- noch aus politikwissenschaftlicher Perspektive bisher ein umfassender Forschungsüberblick zum Nexus Internet und Demokratie vorliegt, dabei beschäftigen sich beide Fachwissenschaften intensiv mit tatsächlichen und möglichen Veränderungen der Demokratie durch Onlinekommunikation. In Kapitel 5 versucht diese Arbeit daher, das Spektrum der Beiträge zur Entwicklung von politischer Kommunikation und Demokratie im Internetzeitalter vorzustellen und demokratietheoretische Einflüsse auf die Bewertungen der demokratiewirksamen Effekte des Internets herauszuarbeiten.

Aus den vorangegangenen Absätzen wird auch deutlich, was die vorliegende Arbeit nicht leistet. Sie ist kein Beitrag zur Campaigning-Forschung. Diese widmet sich in der Regel Ausschnitten der Veränderung der Demokratie im Internetzeitalter anhand konkreter Veränderungen kommunikativer Handlungen, etwa in Wahlkämpfen. Die entsprechende Literatur ist bereits umfangreich. Sie wird insbesondere in Kapitel 8 zurate gezogen, um die Veränderungen in der Kommunikation der Parteien aufzudecken. Ebenfalls nicht im Fokus steht Kommunikation weiterer politischer Akteure, wie einzelner Politiker, der Regierung oder Verwaltung. Auch diese ist vom Medienwandel betroffen und hat große Auswirkungen auf das Funktionieren der demokratischen Grundordnung. Ihre umfassende Berücksichtigung würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch sprengen. Gleiches gilt für die elektronische Bereitstellung von Dienstleistungen durch den Staat, also Electronic Government.

Im Fokus stehen stattdessen Bedeutung und Wandel politischer Kommunikation von Parteien als Aspekt der Veränderung von Demokratie. Will man über eine bloße empirische Beschreibung der durch das Internet ausgelösten Veränderungen hinausgehen, sind Einordnung und Deutung unabdingbar.¹⁹ Dazu versucht diese Arbeit einen Beitrag zu leisten, indem sie sowohl die grundlegenden Begriffe ausführlich reflektiert als auch mit den kommunikativen Funktionen der Parteien in Deutschland einen konkreten Aspekt eines spezifischen demokratischen Systems herausgreift, näher untersucht und anhand klar dargelegter Maßstäbe prüft. Der Schwerpunkt liegt dabei bewusst auf der theoretischen Fundierung und Reflexion internetbasierter politischer Kommunikation, denn für einen Gewinn an Erkenntnis sind Maßstäbe zur Bewertung nötig.

¹⁹ Zur Notwendigkeit von „Deutungsleistungen“ in Bezug auf die Veränderungen der Demokratie im Internetzeitalter s.: Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 24.

2 Theoretische und methodische Vorbemerkungen

Wie in der Einleitung bereits angemerkt, können der Zusammenhang von Demokratie und politischer Kommunikation und die in dieser Arbeit gestellten Leitfragen aus der Perspektive einer einzelnen Fachwissenschaft nicht sinnvoll bearbeitet werden. Ein Blick auf die Geschichte der Bewertung von Medieninnovationen, das Forschungsfeld der politischen Kommunikation, den Forschungsstand zur Medienwirkung in der politischen Kommunikationsforschung und das Internet als Forschungsgegenstand illustrieren dies und begründen ferner die Notwendigkeit der Erarbeitung normativer Ansätze, der diese Arbeit Rechnung trägt.

Zur Geschichte der Bewertung von Medieninnovationen

Utopische bis dystopische Interpretationen zu den Effekten neuer Technologien sind weder etwas Neues noch auf das Internet beschränkt. Das Aufkommen neuer Medien, vom Buchdruck, über Zeitungen, Romane, Radio, Kino, Fernsehen, Kassetten und andere, hat regelmäßig zu euphorischen oder apokalyptischen Prophezeiungen über ihre Auswirkungen in Kultur, Politik und Wissenschaft geführt. Die Euphorien waren dabei oft mit Erwartungen an eine irgendwie geartete befreiende oder gar „demokratisierende“ Wirkung des neuen Mediums verbunden, wobei nähere Definition dessen, was Demokratisierung bedeutet, selten sind.²⁰

Beispielhaft für frühe euphorische Einschätzungen kulturkritischer Provenienz, die jedoch auch in der Wissenschaft Widerhall gefunden haben, sind nach Claus Leggewie

²⁰ Vgl. Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, 5; Ulrich Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, in *Demokratie in Deutschland: Zustand - Herausforderungen - Perspektiven*, hg. von Tobias Mörschel und Christian Krell (Wiesbaden: Springer VS, 2012), 273.

Bertolt Brechts Radiotheorie und Hans Magnus Enzensbergers *Baukasten zu einer Theorie der Medien*.²¹

Brecht forderte in einem der zur Radiotheorie gehörenden Texte für den Radiohörer „Aktivisierung und seine Wiedereinsetzung als Produzent.“²² Der „Lebenszweck des Rundfunks“, könne nicht darin liegen, „das öffentliche Leben lediglich zu verschönern“, vielmehr sei es denkbar, den Rundfunk „aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln“, dann könne der Rundfunk gesellschaftlichen „Austausch“ und „Debatten“ ermöglichen und damit seiner bisherigen „Folgenlosigkeit“ entgehen.²³

Folgenlos blieb das Radio in der Tat nicht. Die Nutzung des Radios hat jedoch Folgen gezeitigt, die über Austausch und Debatten weit hinaus gingen, wie sich leicht illustrieren lässt: So wurde das Radio als „Volksempfänger“ unter den Nationalsozialisten zum wichtigen Propagandamedium. Jahrzehnte später wurde in Ruanda über Radio auch explizit zum Genozid aufgerufen.²⁴ Die Annahme, dass die Aktivierung der Bevölkerung über das Radio immer positive Konsequenzen habe, muss daher als utopisch bezeichnet werden.

Mit Bezug auf Brechts Radiotheorie betonte Hans Magnus Enzensberger bereits 1970 das Potenzial der elektronischen Medien. Er beklagte, dass mit „der Entwicklung der elektronischen Medien [...] die Bewußtseins-Industrie zum Schrittmacher der sozio-ökonomischen Entwicklung“ herangewachsen sei.²⁵ Doch Enzensberger war sich sicher: „Der Gegensatz zwischen Produzenten und Konsumenten ist den elektronischen Medien nicht inhärent [...]“, an ihnen könne erstmalig in der Geschichte „durch einen einfachen Schaltvorgang [...] jeder teilnehmen“, sie seien daher „ihrer Struktur nach egalitär“.²⁶ Enzensberger attestierte den elektronischen Medien folgerichtig eine „mobilisierende

²¹ Claus Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 77.

²² Bertolt Brecht, „Erläuterungen zum ‚Ozeanflug‘“, in *Gesammelt Werke. Schriften zur Literatur und Kunst I*, Bd. 18 (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1967), 126.

²³ Bertolt Brecht, „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“, in *Gesammelt Werke. Schriften zur Literatur und Kunst I*, Bd. 18 (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1967), 128 – 130; vgl. dazu auch Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, 77.

²⁴ Alison Des Forges, „Call to Genocide: Radio in Rwanda, 1994“, in *The Media and the Rwanda Genocide*, hg. von Allan Thompson (London [u.a.]: Pluto Press, 2007), 50.

²⁵ Hans Magnus Enzensberger, „1970: Baukasten zu einer Theorie der Medien“, in *Palaver. Politische Überlegungen (1967-1973)* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1974), 91.

²⁶ Ebd., 102 – 103.

Kraft“.²⁷ Von dieser erwartete Enzensberger allerdings genau das Gegenteil der Effekte von Propaganda, nicht begeisterte Partizipation entlang genau vorgegebener polit-ideologischer Leitplanken, sondern die Unterstützung von Freiheit und Selbstständigkeit des Mediennutzers.

Inzwischen bezeichnet Enzensberger seine damalige Position als teilweise „naiv“.²⁸ Enzensberger war mit seinen Ansichten in dieser Zeit jedoch keineswegs allein, auch aus anderen politischen Richtungen wurden mit Bezug auf die Wirkung der elektronischen Medien, ja sogar mit Blick auf die Frühformen des Internets, Vorhersagen gemacht, die sich ex post nur als utopisch bezeichnen lassen. Bereits 1962 prognostizierte der Direktor einer Abteilung von ARPA, der maßgeblich an der Entwicklung des Internets beteiligten Advanced Research Projects Agency des Pentagon (ab 1972 DARPA, Defense Advanced Research Projects Agency), dass Bürger sich mittels „home computer consoles“ über Regierungsprozesse informieren und dafür interessiert werden, also politisch aktiviert werden könnten.²⁹

In den 1970er Jahren begann eine regelrechte Euphorie bezogen auf die Potenziale für die „Verbesserung“ der Demokratie mittels Computern, deren Ursprünge zur Neuen Linken und Gegenkultur der 1960er Jahre und deren egalitären und basisdemokratischen Ideen zurückverfolgbar waren und auf ein basisdemokratisches Empowerment der Massen zielten.³⁰

Auch das Gegenteil, also die Knebelung der Menschen durch neue Medien wurde und wird in medialen und akademischen Diskursen postuliert. Besonders einflussreich bis in aktuelle Debatten über die Auswirkungen des Internets auf die Demokratie ist Jürgen Habermas 1962 erschienene Habilitationsschrift *Strukturwandel der Öffentlichkeit*.

Noch in der Tradition der Frankfurter Schule argumentiert Habermas darin, dass die modernen Massenmedien die Bürger von Subjekten zu Objekten der Öffentlichkeit degradierten. Für Habermas brachte die Entwicklung kapitalistischer Gesellschaften eine

²⁷ Ebd., 92 – 93.

²⁸ Hans Magnus Enzensberger, „Das digitale Evangelium: Propheten, Nutznießer und Verächter“, in *Die Elixire der Wissenschaft: Seitenblicke in Poesie und Prosa* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2004), 116.

²⁹ Margolis und Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy*, 55.

³⁰ Ebd., 56 ff., 27ff.; Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 56 f.

Massenkultur hervor, die sich ungebildeten Massen angleiche, statt „umgekehrt das erweiterte Publikum zu einer in ihrer Substanz unversehrten Kultur heranzubilden.“³¹ Die modernen Massenmedien berichteten nur noch Pseudoreales, Inhalte, die wir heute Human Interest Stories nennen würden, dominierten das mediale Angebot in modernen Gesellschaften. Dadurch werde die Möglichkeit kritischen Rasonnements der Citoyens gegenüber öffentlicher Gewalt eingeschränkt. Der politische Citoyen würde zum rein ökonomisch definierten und damit unpolitischen Bourgeois:

„Der Resonanzboden einer zum öffentlichen Gebrauch des Verstandes erzogenen Bildungsschicht ist zersprungen; das Publikum in Minderheiten von nicht-öffentlich-räsonierenden Spezialisten und in die große Masse von öffentlich rezipierenden Konsumenten gespalten. Damit hat es die spezifische Kommunikationsform eines Publikums eingebüßt.“³²

Die Öffentlichkeit würde „refeudalisiert“, da Publizität ihren kritischen Charakter verlöre und nur noch der Manipulation und Legitimation *vor* Publikum, statt *durch* das Publikum diene.³³ Die bürgerliche Öffentlichkeit habe daher mit der Ausübung politischer Macht nichts mehr zu tun. Die Konsequenzen wären auch in der Unterwerfung der politischen Kommunikation unter die Logiken kommerzieller Persuasionskommunikation zu erkennen:

„Weil private Unternehmen [mithilfe der Massenmedien, Werbung und PR] ihren Kunden bei Verbraucherentscheidungen das Bewusstsein von Staatsbürgern suggerieren, muß der Staat seine Bürger wie Verbraucher ansprechen.“³⁴

Seine vernichtende Kritik am System der modernen Massenmedien hat Habermas zwar später in *Faktizität und Geltung* deutlich abgeschwächt, dennoch ist *Strukturwandel der Öffentlichkeit* nach wie vor ein gutes Beispiel dystopischer Bewertungen neuer Medienentwicklungen.³⁵

Computer, beziehungsweise auf Computernetzwerken basierende Kommunikation wurden ebenfalls früh zum Gegenstand vernichtender Medienkritik. Exemplarisch kann hier einer der bekannteren akademischen Medienkritiker der vergangenen Jahrzehnte

³¹ Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2006), 254.

³² Ebd., 266.

³³ Ebd., 299.

³⁴ Ebd., 262 ff., 292.

³⁵ Vgl. dazu die Funktion der Presse in der Öffentlichkeit nach Habermas, *Faktizität und Geltung*, 439 f.

herangezogen werden, Neil Postman. Sein Vortrag *Informing Ourselves to Death*, gehalten 1990 vor der deutschen Gesellschaft für Informatik, ist eine umfassende Abrechnung mit einem seiner Meinung nach völlig unangebrachten Technikglauben, die von einer negativen Anthropologie ausgeht. Postman fordert im Kern moralische Bildung statt der Apotheose von Technologieinnovationen. Die Geschichte der Technologien lehre uns, dass technologischer Wandel ein „Faustischer Handel“ sei:

„Technology giveth and technology taketh away, and not always in equal measure. A new technology sometimes creates more than it destroys. Sometimes, it destroys more than it creates. But it is never one-sided.“³⁶

Das Problem der Moderne seien Postnormativität gepaart mit Szientismus und Informationsüberfluss, also das Zusammenspiel von Verlust von Wertesystemen, einem unbedingten Glauben an die Erkenntnisse positivistischer Wissenschaft sowie ein Zuviel an Informationen, in dem wir unterzugehen drohten. Computer und computergestützte Informationsverarbeitung könnten nicht die grundlegenden Fragen beantworten, die man sich stellen müsse, wenn man das Leben verbessern wolle, denn Computer böten keine moralische Orientierung. Wenn Computern eine Botschaft inhärent sei, dann die, dass die Bereitstellung und Aufarbeitung von immer mehr Information alle Probleme löse, obwohl dies keineswegs der Fall sei:

„They will give us instantaneous global communication, and tell us this is the way to mutual understanding. There is no escaping from ourselves. The human dilemma is as it has always been, and we solve nothing fundamental by cloaking ourselves in technological glory.“³⁷

Die große Mehrheit aktuellerer Arbeiten zu den Effekten des Internets auf die Demokratie, sowohl theoretische als auch empirische, ignorieren, dass es eine reiche geistesgeschichtliche Tradition der Beurteilung von Medieninnovationen gibt. Diese Geschichtsvergessenheit insbesondere der „digitalen Evangelisten“, also derjenigen, die ein digitales demokratisches Utopia am Horizont wähen, kritisierte Hans Magnus Enzensberger über 30 Jahre nach der Veröffentlichung seines *Baukastens* gewohnt pointiert:

³⁶ Der vollständige Vortragstext ist über die Website der Electronic Frontier Foundation zugänglich: Neil Postman, *Informing Ourselves to Death*, 11. Oktober 1990, http://w2.eff.org/Net_culture/Criticisms/informing_ourselves_to_death.paper.

³⁷ Ebd.

„Sie erinnern in ihrer Erinnerungslosigkeit an die nukleare Euphorie der Nachkriegszeit, die in der sogenannten friedlichen Nutzung der Kernspaltung die Lösung aller Energieprobleme sah.“³⁸

In der Tat haben sich die digitalen Utopien bisher ebenso wenig erfüllt, wie die nuklearen der 1950er Jahre. Der kurze Blick auf historische Medienutopien und –dystopien hat aber bereits gezeigt, dass man bei der Beurteilung der Effekte von Medien auf die Gesellschaft nicht zu schnell auf übermäßig positive oder negative Folgen schließen sollte, auch nicht auf eine inhärente „Demokratieaffinität der Massenmedien“, die jedoch bis heute für die „Geschichts-, Kommunikations- und Sozialwissenschaften“ ausgemacht werden kann.³⁹

Letztlich stellt die Interpretation der Rolle der Massenmedien als vierte Gewalt oder Hüter der Demokratie eine normative Projektion dar, die sich empirisch nicht aufrechterhalten lässt. Was Niklas Luhmann als Irritationsfähigkeit der Medien bezeichnet, kann in den Dienst demokratischer Werte genommen werden, etwa als Medium und Faktor freier Meinungsbildung, aber genauso gut als Medium des Aufrufs zu und Faktor von Rassenhass und Völkermord.⁴⁰ Das Internet an sich ist wertneutral.⁴¹ Die vorherrschenden gesellschaftlichen Werte bestimmen letztlich die Rolle der Medien in einer Gesellschaft. Will man die Rolle der Medien etwa für die Demokratie beurteilen, so wie es diese Arbeit zum Ziel hat, sollte man sich sowohl der geistesgeschichtlichen Tradition der Bewertung von Medien bewusst sein als auch die zugrunde gelegten Bewertungsmaßstäbe deutlich machen. Es gilt, weder naiver Erinnerungslosigkeit anheim zu fallen, noch aus Begeisterung oder auch aus Furcht über die vermeintlichen Potenziale eines neuen Mediums den Maßstab aus den Augen zu verlieren, gegen den es gemessen werden kann.

³⁸ Enzensberger, „Das digitale Evangelium: Propheten, Nutznießer und Verächter“, 109.

³⁹ Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, 70.

⁴⁰ Vgl. Niklas Luhmann, *Die Realität der Massenmedien* (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996), 149.

⁴¹ Ian Bremmer, „Democracy in Cyberspace. What Information Technology Can and Cannot Do.“, *Foreign Affairs* 89, Nr. 6 (2010): 87.

Das Feld der politischen Kommunikation

Die politische Kommunikationsforschung beschäftigt sich mit der Analyse insbesondere medial vermittelter politischer Kommunikation. Auch sie kommt daher nicht um die Bewertung medialer Innovationen herum, sobald diese für politische Kommunikation genutzt werden. Einheitliche Bewertungsmaßstäbe haben sich dabei allerdings kaum ausgebildet, denn die Forschung zu politischer Kommunikation sitzt immer zwischen den fachwissenschaftlichen Stühlen. Politische Kommunikation ist Gegenstand mehrerer Disziplinen und Subdisziplinen. Dazu gehören insbesondere Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft und Politologie. Sie betrifft aber auch Gebiete der politischen Soziologie und der Rechtswissenschaft.⁴² Analysen können auf Makro-, Meso- oder Mikroebene ansetzen, rein empirisch oder auch hermeneutisch vorgehen, auf Deskription oder normative Bewertung zielen.⁴³

Eine einheitliche Definition der politischen Kommunikation gibt es selbst im Rahmen der Medien- oder Kommunikationswissenschaft nicht.⁴⁴ In den Standardwerken zur politischen Kommunikation finden sich viele Definitionen des Begriffs.⁴⁵ Begründet wird das Fehlen einer Standarddefinition etwa mit dem Hinweis, dass Politik und Kommunikation teils schwer voneinander zu trennen seien. Eindeutig ist Kommunikation „integraler Bestandteil des Politischen selbst“.⁴⁶ Ihre Rolle variiert aber mit den Phasen des politischen Prozesses. Auch die Argumentation Ulrich Saxers, dass eine Definition politischer Kommunikation zwingend von „deren Grenzenlosigkeit und Hyperkomplexität konfrontiert“ sei, wird regelmäßig übernommen.⁴⁷

Dem kann man entgegen, dass die Komplexität wissenschaftlicher Fragestellungen, welche die Gesellschaft betreffen, ja gerade nach begrifflichen Vereinfachungen verlangt und sich damit auch das Problem angeblicher Grenzenlosigkeit beheben lässt. Max We-

⁴² Jarren und Sarcinelli, „Politische Kommunikation“ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung“, 14 ff. S. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 13; Gabriel und Maier, „Politische Soziologie in Deutschland — Forschungsfelder, Analyseperspektiven, ausgewählte empirische Befunde“, 517.

⁴³ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 13 – 16.

⁴⁴ Jarren und Sarcinelli, „Politische Kommunikation“ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung“, 13.

⁴⁵ S. etwa Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 19; Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 19 ff. Schulz, *Politische Kommunikation*, 16.

⁴⁶ Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 274.

⁴⁷ Saxer, „System, Systemwandel und politische Kommunikation“, 22; auf Saxer verweisen etwa Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 21; Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 19.

bers „Typen-Begriff“ zielt genau auf eine solche, zur Beschreibung sozialer Phänomene notwendige, der Erkenntnis dienende Begriffszuschreibung, die in ihrer „reinen“ Form in der Realität nicht vorkommen muss.⁴⁸

Um zu einem solchen Begriff zu gelangen, müssen verschiedene vorhandene Definitionsansätze vorgestellt werden, die alle unterschiedliche, aber für diese Arbeit wichtige Aspekte der politischen Kommunikation betonen.

Politische Kommunikation ist zur Legitimation von Herrschaft zwingend nötig. Dies gilt nicht nur, aber insbesondere für Demokratien, denn in diesen muss eine Verbindung zwischen den Entscheidungen des politischen Systems und dem Souverän, also dem Volk, hergestellt werden. Die Definition von Saxer bringt diesen Zusammenhang zum Ausdruck:

„Politische Kommunikation‘ ist ein zentraler Mechanismus bei der Herstellung, Durchsetzung und Begründung [von Politik]. Daher ist politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik. Sie ist selbst auch Politik.“⁴⁹

Otfried Jarren und Patrick Donges übernehmen diesen Zugang, auch für sie ist politische Kommunikation „kaum von Politik zu trennen“, sie präzisieren aber, was unter Politik zu verstehen ist:

„Politische Kommunikation ist der zentrale Mechanismus bei der Formulierung und Artikulation politischer Interessen, ihrer Aggregation zu entscheidbaren Programmen, sowie der Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen.“⁵⁰

Auf die Unterscheidung der Phasen von Politik kommt diese Arbeit noch zurück. Beide Definitionen können allerdings so verstanden werden, dass ausschließlich kommunikative Handlungen politischer Akteure einbezogen seien. Ulrich Sarcinelli betont dagegen neben der Bedeutung der politischen Kommunikation für demokratische Ordnungen auch das Verhältnis von Medien und Politik, das äußerst komplex ist und in Kapitel 3 näher behandelt wird:

⁴⁸ Vgl. Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie* (Tübingen: Mohr, 1980), 9 – 10.

⁴⁹ Saxer, „System, Systemwandel und politische Kommunikation“, 25.

⁵⁰ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 21, 28.

„[...] politische Kommunikation [ist] zunächst einmal ein politisch-publizistischer Resonanzraum mit wechselseitiger Beobachtung der am Kommunikationsprozess beteiligten politischen und medialen Akteure. Für die Demokratie als die auf Zustimmung angewiesene politische Ordnungsform und für Politik als komplexes Regelungssystem für die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen stellt Kommunikation ein universales Strukturelement dar. Sie ist eine notwendige, keineswegs aber hinreichende Bedingung von Politik.“⁵¹

Im Rahmen politischer Kommunikation in demokratischen Gesellschaften unbedingt zu berücksichtigen sind also der Zusammenhang von politischer Kommunikation und Legitimation, eine Differenzierung von Politik in verschiedene Phasen, die sich jeweils auf die Kommunikation auswirken, sowie das komplexe Verhältnis von Medien und Politik. Unter Beachtung dieser Aspekte kommt die Definition von Winfried Schulz einem für diese Arbeit passendem Typen-Begriff politischer Kommunikation am nächsten:

„Man kann daher sagen, dass politische Kommunikation die Kommunikation ist, die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist, oder die politische Akteure, ihr Handeln und ihre Kognitionen beinhaltet.“⁵²

Kommunikation kann demzufolge politische Kommunikation werden, sobald sie Auswirkungen auf Politik beziehungsweise diese zum Gegenstand hat. Diese Arbeit beschränkt sich allerdings auf die Untersuchung von Parteikommunikation und ihre Rezeption durch die Bürger. Wie politische Kommunikation ist auch Parteikommunikation weniger einfach zu definieren, als man annehmen könnte. Allgemein lässt sich externe Parteikommunikation definieren als sämtliche von Parteien, ihren Kandidaten, Mandats- und Funktionsträgern oder Mitgliedern ausgehende unvermittelte oder vermittelte Kommunikation mit Nicht-Mitgliedern. Andere Definitionen beschränken sich auf die von den Parteizentralen gesteuerte Kommunikation.⁵³ Der Begriff wird daher in Kapitel 7 ausführlich diskutiert und für die Zwecke dieser Arbeit definiert.

⁵¹ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 18.

⁵² Schulz, *Politische Kommunikation*, 16.

⁵³ Diese Begrenzung des Begriffs entspricht der von Bieber vorgenommenen. S. Christoph Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, in *Parteiendemokratie in Deutschland*, hg. von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss (Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001), 554.

Zur Wirkung von Medien in der politischen Kommunikation

Die Medienwirkungsforschung ist für das Verhältnis von politischer Kommunikation und Demokratie von großer Bedeutung. Sie geht weit über das Feld der politischen Kommunikation hinaus, hat aber auch hier wichtige Beiträge geleistet. Nach der allgemeinen Definition hat sie die Auswirkungen der Massenmedien auf „Vorstellungen [, das heißt empirisch gehaltvolle Vermutungen und Kenntnisse], Meinungen, Emotionen, Einstellungen und Verhalten“ zum Gegenstand und unterscheidet zwischen objektivem Medieninhalt und subjektivem Verständnis.⁵⁴

Ein Paradigma zu den Effekten der für politische Kommunikation relevanten Mediennutzung lässt sich nicht ausmachen.⁵⁵ Allerdings sind eine Reihe von Effekten nachgewiesen worden, die für politische Kommunikation äußerst relevant sind.

Hervorzuheben ist zunächst die Bedeutung der Medien als Informationsvermittler. Ein überwiegender Teil der Vorstellungen zu aktuellem Geschehen stammt aus den Medien und dies selbst dann, wenn die Nutzer die Inhalte nicht ganz verstehen.⁵⁶ Dies gilt gerade für die Politik, die von der Mehrheit der Bevölkerung nur in medial vermittelter Form wahrgenommen wird. Daraus folgt der empirisch nicht direkt nachweisbare, jedoch logisch zwingende „De-facto-Effekt“, den bereits Paul Lazarsfeld in Bezug auf Wahlen deduzierte: In der Regel kann für die Politik auf die Massenmedien als wichtiger Faktor der Beeinflussung von Vorstellungen, Emotionen und Einstellungen geschlossen werden, da andere Faktoren, wie etwa direkter Kontakt mit Entscheidungseliten, ausgeschlossen werden können.⁵⁷

Ebenfalls von großer Bedeutung für die politische Kommunikation ist der Agenda-Setting-Effekt, der heute in unterschiedlichen Interpretationen etabliert und empirisch nachgewiesen ist. Im Wesentlichen besagt dieser Effekt, dass die Bedeutung, die Nutzer den in den Medien vorkommenden Themen beimessen, mit der Häufigkeit ihrer medialen

⁵⁴ Hans Mathias Kepplinger, „Wirkung der Massenmedien“, in *Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*, hg. von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, und Jürgen Wilke (Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009), 652.

⁵⁵ Vgl. Schulz, *Politische Kommunikation*, 52 ff.

⁵⁶ Kepplinger, „Wirkung der Massenmedien“, 663.

⁵⁷ Ebd., 697 ff.

Behandlung positiv korreliert.⁵⁸ Eine lineare Korrelation ließ sich zwar nicht feststellen, der Effekt wurde aber grundsätzlich nicht nur für das breite Publikum (Second Level Agenda-Setting), sondern auch für meinungsführende Entscheidungseliten empirisch nachweisen.⁵⁹

Auch die Bedeutung von Meinungsführern gilt als wichtig für die politische Meinungs- und Willensbildung. Allerdings sind auch hier keine linearen Zusammenhänge nachgewiesen worden. Vielmehr wird die Rolle von Meinungsführern von der Angebotsvielfalt in der Mediengesellschaft berührt und auch Medien selbst können die Rolle von Meinungsführern einnehmen. Die Forschung geht daher inzwischen von einem „Multi-Step-Flow-Modell“ aus, welches das „Netzwerk interpersonaler Kommunikation“ bei der Modellierung der Wirkung massenmedialer Kommunikationsinhalte miteinbezieht.⁶⁰

Ein Konsens, dass die Medien nur beeinflussen, was Menschen wissen und über was sie nachdenken, lässt sich in der Wissenschaft nicht mehr verzeichnen. Vielmehr wird davon ausgegangen, dass Medien auch auf Einstellungen und Werte wirken, selbst wenn die Wirkungsmechanismen noch nicht etabliert sind.⁶¹ So wird in den USA bereits seit Längerem über die Rolle von Emotionen in der politischen Kommunikation geforscht. In einer vergleichenden Untersuchung republikanischer und demokratischer Wahlkampagnen kritisiert etwa der Psychologe Drew Westen das seit der Aufklärung geltende Primat der Vernunft im Politischen und zeigt die Bedeutung von Emotionen für Wahlerfolge.⁶² Der Kognitionswissenschaftler George Lakoff greift die Vorstellungen des Rationalitätsparadigmas sogar frontal an. Er argumentiert, dass es überzeugende Hinweise gäbe, dass Emotionen im politischen Prozess nicht nur tatsächlich vorkämen und etwa für die politi-

⁵⁸ Wolfgang Eichhorn, „Agenda-Setting“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006).

⁵⁹ Kepplinger, „Wirkung der Massenmedien“, 671.

⁶⁰ Klaus Beck, „Zweistufenfluss“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006); vgl. auch Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 229.

⁶¹ Michael Delli Carpini, „Mediating Democratic Engagement: The Impact of of Communications on Citizen’s Involvement in Political and Civic Life“, in *Handbook of Political Communication Research*, hg. von Lynda Lee Kaid (Mahwah [u.a.]: Erlbaum, 2004), 420.

⁶² Drew Westen, *The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation* (New York: PublicAffairs, 2007), 25, 87 ff.

sche Meinungsbildung zentral seien, sondern auch durchaus legitim, da abstrakte Konzepte wie Demokratie auch einer emotionalen Fundierung bedürften.⁶³

Noch ist nicht klar, inwiefern sich kognitionswissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse in der politischen Kommunikationsforschung durchsetzen werden. Einfache Medienwirkungsmodelle und solche, die emotionale Faktoren ausblenden, sind aber bereits heute nicht mehr tragbar. Die Möglichkeiten internetbasierter politischer Kommunikation dürften hier zu weiterer Komplexität führen. Das Internet erlaubt beispielsweise im Bereich der Personalisierung von Politik politischen Akteuren Optionen zur Selbstdarstellung in einem Ausmaß, das weit über die Möglichkeiten sogar der Boulevardmedien hinausgeht. So können Politiker in den Sozialen Medien über politische Positionen und Meinungen hinaus tiefen Einblick in ihren Alltag und ihr Privatleben geben, was die Qualität der Beziehung zwischen Repräsentanten und Repräsentierten nicht unverändert lassen dürfte.

Insgesamt ist daher Winfried Schulz zuzustimmen, der Begriff Medienwirkung sollte in der politischen Kommunikationsforschung nur noch als „als heuristische Kategorie“ betrachtet werden.⁶⁴ Die Frage nach den präzisen Wirkungsmechanismen medial vermittelter politischer Kommunikation muss daher auch in dieser Arbeit ausgeblendet bleiben. Das Bewusstsein, dass diese äußerst komplex sind und in der Zukunft neue Erkenntnisse, gerade von kognitionswissenschaftlicher Seite, zu erwarten sind, ist aber dennoch wichtig.

Das Internet als Forschungsgegenstand

Wie die politische Kommunikation als Forschungsfeld nicht einfach zu definieren ist, so ist auch das Internet, oder besser internetbasierte Kommunikation, als Forschungsobjekt widerspenstig. Die medientheoretische Entwicklung hängt dem Internet hinterher,

⁶³ George Lakoff, *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics* (New York [u.a.]: Penguin, 2009), 3, 8, 178 f.

⁶⁴ Schulz, *Politische Kommunikation*, 64.

auch die Methodik empirischer Kommunikationsforschung kann nur bedingt Schritt halten.⁶⁵ Im Vergleich zu den alten Massenmedien ist Internetkommunikation flüchtig.

Das Internet fordert die Medientheorie heraus, denn es geht über in der politischen Kommunikationsforschung anerkannte Medienbegriffe hinaus, wie sich anhand in der Forschung verbreiteter Medienbegriffe leicht illustrieren lässt.

Für Winfried Schulz sind, in Anlehnung an McLuhan, Medien dank „ihrer Eigenschaft, die natürlichen Kommunikationsfähigkeiten des Menschen zu erweitern, [...] als Techniken in einem anthropologischen Sinn zu definieren.“⁶⁶ Sicherlich erweitert das Internet die Kommunikationsfähigkeiten des Menschen, vielleicht sogar mehr als jedes andere Medium zuvor, zu einer Definition des Internets als Medium ist es von Schulz Medienbegriff allerdings noch weit.

Nach der bekannten Definition von Saxer werden unter Medien „technisch basierte Zeichensysteme, arbeitsteilig verfahrenende Organisationen und Institutionen (Normen- und Regelsysteme) mit jeweils spezifischem Leistungsvermögen für andere soziale Systeme und Funktionen für die Gesellschaft“ verstanden.⁶⁷

Auch diese Definition ist zur Beschreibung des Internets als Medium unzureichend. Das Internet ist zunächst nur eine auf Computernetzwerken beruhende technische Kommunikationsinfrastruktur.⁶⁸ Das Internet ist aber auch ein Metamedium, das Kommunikation über textbasierte, auditive, visuelle oder audiovisuelle Zeichensysteme ermöglicht. Verschiedene Zeichensysteme können dabei viel stärker integriert werden, als dies in den alten Massenmedien Fernsehen, Radio und Printpresse möglich war. Zudem ermöglicht das Internet unidirektionale, bidirektionale und interaktive Kommunikation. Auf Basis der technischen Infrastruktur des Internets kann unter Rückgriff auf alle Zeichensysteme über verschiedene Anwendungen wie Email oder Blogs und Plattformen wie Soziale Netzwerke kommuniziert werden.

⁶⁵ Vgl. Martin Emmer, Gerhard Vowe, und Jens Wolling, *Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland* (Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2011), 25.

⁶⁶ Schulz, *Politische Kommunikation*, 77; zu Medien als Erweiterungen des Menschen s. McLuhan, *Understanding Media*, 3 ff.

⁶⁷ Klaus Beck, „Medien“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006).

⁶⁸ Vgl. Wolfgang Schweiger, „Internet“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006).

Im Rahmen dieser Arbeit sind daher mit Begriffen wie Internet, Onlinekommunikation, Netzwerkmedien u. a. nicht primär die Technologien gemeint, auf denen die Datenübertragung im Internet beruht, sondern sämtliche Zeichensysteme, Anwendungen und Plattformen, durch die online kommuniziert wird.

Auch in weiteren Bereichen der politischen Kommunikation stellt das Internet etablierte Theorie infrage. Die Probleme der Theorieentwicklung im Bereich der politischen Kommunikation werden in Kapitel 3.2 am Beispiel der Medialisierung von Politik noch ausführlich diskutiert. Prägnant verdeutlicht diese aber auch ein Beispiel aus dem bereits zitierten Standardwerkwerk zur politischen Kommunikation von Jarren und Donges in seiner überarbeiteten Auflage von 2011:

„Politische Medieninhalte werden als das Ergebnis von Interaktionsprozessen verstanden, die im Rahmen von Strukturen der Politik wie der Medien zwischen politischen und medialen Akteuren stattfinden.“⁶⁹

Erzeugt werden politische Medieninhalte nach dieser Definition ausschließlich „von den Produktionsgemeinschaften der Akteure aus Politik, Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus [...]“. ⁷⁰ Dem kann in Zeiten des Internet nicht mehr zugestimmt werden. Wie ebenfalls in den nachfolgenden Kapiteln noch gezeigt wird, besteht eine der bedeutendsten strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter gerade darin, dass die kommunikative Autonomie aller Nutzer gesteigert wird. Die "Produktionsgemeinschaft" politischer Medieninhalte umfasst heute potenziell jeden Internetnutzer. So können etwa klassische politische Akteure ihre Anspruchsgruppen mithilfe des Internets auch ohne den Filter institutionalisierter journalistischer Medien und dementsprechend ohne „Interaktionsprozesse“ mit diesen erreichen. Gleichzeitig können Internetnutzer, die nicht zur "Produktionsgemeinschaft" im Sinne von Jarren und Donges gehören, politische Medieninhalte erstellen und verbreiten.

Das Verhältnis von Medien und Politik muss heute also eindeutig anders diskutiert werden als vor der flächendeckenden Verbreitung des Internets. In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung wird vereinzelt auch bereits gefordert, neue

⁶⁹ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 26.

⁷⁰ Ebd.

Differenzierungen, „neue Musterbildungen [und...] Beschreibungskategorien“ zu erarbeiten.⁷¹

Die Methodik empirischer Forschung zum Internet muss sich ebenfalls weiterentwickeln. So werden etwa Mediennutzungsdaten immer noch überwiegend umfragebasiert erhoben, obwohl die Nutzungsdaten internetbasierter Kommunikation oft direkt analysierbar wären. Hier wird weiterhin auf bewährte sozialwissenschaftliche Methoden zurückgegriffen, die sicher immer noch sinnvoll sind, eine Zusammenarbeit etwa mit der Informatik böte aber neue Möglichkeiten, die bisher in Deutschland im Bereich der politischen Kommunikation praktisch ungenutzt bleiben. Auf die Probleme und Verzerrungen, die dies mit sich bringen kann, kommt Kapitel 8 noch zurück.

Selbst wenn neue Möglichkeiten genutzt werden, kann die Entwicklungsgeschwindigkeit des Internets die Ergebnisse immer noch beeinträchtigen. So hat beispielsweise der amerikanische Politikwissenschaftler Matthew Hindman 2009 eine umfangreiche Studie zur politischen Onlinekommunikation in den USA vorgelegt, die auch Nutzungsdaten auswertet.⁷² Heute wichtige Plattformen der Sozialen Medien wie Soziale Netzwerke werden aber noch nicht berücksichtigt, weil sie zum Erhebungszeitraum noch keine bedeutende Rolle für die politische Kommunikation spielten und teils noch gar nicht existierten. Die Studie ist immer noch aussagekräftig, dennoch haben die Sozialen Medien, insbesondere Soziale Netzwerke, deutliche Veränderungen der politischen Onlinekommunikation bewirkt, wie im Verlauf dieser Arbeit noch mehrfach gezeigt wird.

Einen Vorwurf kann man der empirischen Forschung aber nur schwer machen, denn internetbasierte Kommunikation entwickelt sich schnell. Während manche Anwendungen wie die Email bereits seit mehreren Jahrzehnten massenhaft genutzt werden, entstehen immer wieder neue Anwendungen und Plattformen, die oft nur von kurzfristiger Bedeutung sind. So kommunizierten beispielsweise im Wahlkampf 2009 erstmals alle Bundestagsparteien über die Sozialen Netzwerke der VZ-Gruppe, StudiVZ und MeinVZ. Dies zog große mediale Aufmerksamkeit nach sich. Inzwischen sind diese Netzwerke nur noch von geringer Bedeutung. Facebook hat sich auch in Deutschland als dominantes Soziales Netzwerk etabliert.

⁷¹ Beispielhaft sind etwa Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 318.

⁷² Hindman, *The Myth of Digital Democracy*.

Insgesamt bedeutet die Entwicklungsdynamik des Internets, dass rein empirische Forschung zu Onlinekommunikation oft von geringer Halbwertszeit ist, weil Formen der Onlinekommunikation im Detail untersucht werden, die wenig später nicht mehr oder kaum noch genutzt werden. Inwiefern die Wissenschaft mit der Entwicklungsdynamik des Internets und internetbasierter Formen der politischen Kommunikation wird Schritt halten können, ist fraglich.⁷³ In jedem Fall ist dem Fazit zuzustimmen, dass es nötig ist, „die grundlegenden theoretischen und methodischen Muster der politischen Kommunikationsforschung im Feld der Online-Kommunikation zu überprüfen [...]“.⁷⁴

Zur Notwendigkeit normativer Ansätze

Der Seitenblick auf die Geschichte der Bewertung von Medieninnovationen sowie die gerade genannten Aspekte zum Forschungsfeld der politischen Kommunikation, zur Medienwirkung und zum Internet als Forschungsobjekt verdeutlichen, dass das Internet als Medium der politischen Kommunikation vorsichtig zu bewerten und nicht einfach zu erfassen ist. Die empirische Forschung zum Medienwandel wächst, aber es ist „unklar, wie die beobachteten Entwicklungen zu bewerten sind“, denn die „Publizistik und auch die etablierte akademische Reflexion haben die Zäsuren in der politischen Kommunikation noch nicht in hinreichender Schärfe wahr- und aufgenommen.“⁷⁵ Zudem sind „ideengeschichtlich fundierte [...] und normative Ansätze“ in der politischen Kommunikationsforschung selten.⁷⁶ So bleibt der „Zusammenhang von Massenkommunikation und Politik demokratiethoretisch unterbelichtet“, zumindest in der Regel.⁷⁷

Im Bereich politischer Onlinekommunikation können daher nicht einfach etablierte Theorieansätze übernommen und mit ihrer Hilfe empirische Zusammenhänge überprüft werden. Entsprechende theoretische Ansätze liegen gar nicht vor. Will man aber über

⁷³ Martin Emmer und Marco Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, in *Handbuch Online-Kommunikation*, hg. von Wolfgang Schweiger und Klaus Beck (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 330.

⁷⁴ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 25.

⁷⁵ Ebd., 316.

⁷⁶ Jarren und Sarcinelli, „„Politische Kommunikation‘ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung.“, 16.

⁷⁷ Saxer, „System, Systemwandel und politische Kommunikation“, 23.

bloße empirische Beschreibungen der durch das Internet ausgelösten Veränderungen politischer Kommunikation hinausgehen, sind Interpretation, Einordnung und Deutung unabdingbar.⁷⁸ Die dafür notwendigen theoretischen Grundlagen müssen allerdings ebenfalls erst erarbeitet werden.

Diese Arbeit wählt daher bewusst einen Ansatz, der den Schwerpunkt auf die theoretische Fundierung und Reflexion von internetbasierter politischer Kommunikation legt. Die Anzahl der Tweets führender Politiker in einem Bundestagswahlkampf mag für die Campaigning-Forschung interessante Erkenntnisse bringen, für Antworten auf Fragen nach der Veränderung der Demokratie durch das Internet bieten primär empirisch ausgerichtete Arbeiten jedoch erst einen Erkenntnisgewinn, wenn die demokratietheoretischen Grundlagen zur Bewertung ihrer Erkenntnisse gelegt sind.

Ein ähnlicher Mangel an theoretischer Reflexion ist teilweise auch in der Forschung zu Parteikommunikation zu beobachten. Die Kommunikationswissenschaft betrachtet und analysiert in der Regel die tatsächlichen, empirisch fassbaren kommunikativen Handlungen der Parteien beziehungsweise die Strukturen, welche diese ermöglichen. Dass diese kommunikativen Aktivitäten institutionell mitbestimmt und beschränkt sind, etwa durch die Ordnung des Grundgesetzes, lässt die Kommunikationswissenschaft jedoch weitgehend außer Acht. Beachtung findet lediglich die Funktion der Parteien als Vermittlungsinstanz zwischen politischem System und Gesellschaft.

Um hier Abhilfe zu schaffen, fordert Sarcinelli, die „institutionellen Kontexte ernst [zu] nehmen“, zu denen er die „Normen der Verfassung, die politischen Institutionen im engeren und weiteren Sinne, die politische Kultur“ und andere zählt.⁷⁹ Zudem merkt Sarcinelli kritisch an, dass es

„[...] keine größeren systematischen Studien zu der Frage gibt, ob und in welcher Weise sich der parlamentarische Parteienstaat kontinentaleuropäischer Prägung und insbesondere die deutsche Parteiendemokratie im Zuge der Medienentwicklung verändert.“⁸⁰

⁷⁸ Zur Notwendigkeit von „Deutungsleistungen“ in Bezug auf die Veränderungen der Demokratie im Internetzeitalter s.: Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 24.

⁷⁹ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 31.

⁸⁰ Ebd., 187.

Die vergleichsweise zahlreichen Beiträge zur Campaigningforschung könnten dabei allein genauso wenig Abhilfe schaffen, wie Forschung zu Parteien als Organisationen. Vielmehr müssten auch bei Forschung zur politischen Kommunikation der Parteien Mikro-, Meso- und Makroebene betrachtet werden. Dann könnten sowohl die „die Rolle der Parteien im demokratischen System mit Blick auf ihre besondere kommunikative Verantwortung [...] erfasst werden, als auch Veränderungen auf Parteiebene und der Medienwandel im Sinne „veränderter Kommunikationsbedingungen und –weisen“.⁸¹

Einen systematischen Überblick zur Frage, ob und wie sich die europäische Parteiendemokratie durch das Internet verändert, kann diese Arbeit nicht leisten. Auch die Veränderungen von Parteiorganisationen werden nicht untersucht. Statt eines weiteren Beitrags zur Campaigningforschung oder einer detaillierten Untersuchung einzelner Onlinekommunikationskanäle der Parteien, wählt diese Arbeit allerdings den in der Einleitung beschriebenen Weg, die Auswirkungen des Internets auf politische Kommunikation und Demokratie zu untersuchen. Der Ansatz ist dabei ein kommunikations- und medienwissenschaftlicher, also die Verbindung von empirischen Erkenntnissen und Hermeneutik. Die für Interpretation, Einordnung und Deutung unabdingbaren theoretischen Grundlagen werden unter Zuhilfenahme von Staatsrecht und Politikwissenschaft erarbeitet. Die Arbeit will also die demokratietheoretische Blende so weit öffnen, dass der Zusammenhang von Demokratie und Internetkommunikation eine ausreichende Belichtung erfährt, bevor empirische Veränderungen dargestellt und bewertet werden.

⁸¹ Ebd., 188.

3 Politische Kommunikation im Internetzeitalter

„Jede Medienevolution hat eine beachtliche Veränderung der politischen Kommunikation mit sich gebracht“, bilanzieren Claus Leggewie und Christoph Bieber.⁸² Aber was sind die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter? Welche mit der Verbreitung des Internets einhergehenden Veränderungen sind für politische Kommunikation überhaupt relevant? Führt der Medienwandel zu einer neuen Qualität der seit Längerem von Kommunikations- und Politikwissenschaft beobachteten und erforschten Prozesse der Medialisierung von Politik?

Diese Fragen sind nicht einfach, teils auch (noch) nicht eindeutig zu beantworten. Wie sie beantwortet werden, hängt auch davon ab, wie man das Verhältnis von Medien und Gesellschaft beziehungsweise von Medien und Politik versteht. Dafür gibt es unterschiedliche Modelle.⁸³

In jedem Fall muss Medienwandel auch als kulturell-sozialer Wandel verstanden werden:

„Das 'Mängelwesen Mensch' umgibt sich im Laufe von Jahrhunderten [...] nicht nur mit seinen technisch-medialen Innovationen, sie dringen vielmehr 'in sein Blut ein'. [...] Jede tiefgreifende technisch-mediale Neuerung und Expansion bedeutet kulturellen Wandel.“⁸⁴

Gleichzeitig wirkt die soziale Appropriation von Medien wiederum auf ihre Entwicklung ein. Am ertragreichsten für die Analyse möglicher mit der Verbreitung des Internets einhergehender Veränderungen ist daher ein reflexiver Ansatz, nach dem sich medientechnologische Strukturen und gesellschaftliche Faktoren gegenseitig beeinflussen.

⁸² Claus Leggewie und Christoph Bieber, „Demokratie 2.0. Wie tragen neue Medien zur demokratischen Erneuerung bei?“, in *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, hg. von Claus Offe (Frankfurt a. M.: Campus, 2003), 125.

⁸³ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 31 ff.

⁸⁴ Klaus Siebenhaar, „Wie und Warum kommt der Mensch zu seinen Medien?“, in *Medien im 21. Jahrhundert: Theorie - Technologie - Markt*, hg. von Klaus Siebenhaar (Münster [u.a.]: LIT, 2008), 13.

Mediale Kommunikation ermöglicht danach einerseits gesellschaftliche Phänomene und Entwicklungen, andererseits wirken diese auf die mediale Entwicklung ein.⁸⁵

In seinen Arbeiten zum Informationszeitalter folgt Manuel Castells einem solchen Ansatz. Ausgehend von einer umfassenden makrosoziologischen Analyse kultureller, sozialer, ökonomischer und politischer Veränderungen, die seiner Ansicht durch internetbasierte Informations- und Kommunikationstechnologien in Gang gesetzt oder zumindest ermöglicht werden, entwickelt Castells den Begriff der Netzwerkgesellschaft.⁸⁶

Zwar können Etikettierungen, die auf „Gesellschaft“ enden, Gefahren bergen, weil sie einen Aspekt gesellschaftlicher Entwicklung überbetonen und in der Regel nur auf bestimmte Kulturräume anwendbar sind, dennoch ist der Begriff Netzwerkgesellschaft zur Beschreibung der Entwicklung der politischen Kommunikation im Internetzeitalter äußerst hilfreich. Gleichwohl sollte Netzwerkgesellschaft dabei als Weberscher „Typen-Begriff“ verstanden werden, der in Reinform nicht in der Realität vorkommen muss.⁸⁷

Für das Verständnis des Begriffs Netzwerkgesellschaft ist allerdings die Erklärung eines weiteren Typen-Begriffs notwendig, nämlich Mediengesellschaft. Dieser bezeichnet Gesellschaften,

„in denen Medienkommunikation, also über technische Hilfsmittel realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchwirkende Prägekraft entfaltet [...]“⁸⁸

Luhmann hat den Begriff der Mediengesellschaft auf die überspitzte Formel gebracht, „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“⁸⁹

⁸⁵ Vgl. Gustavo Cardoso, „From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society“, *International Journal of Communication* 2 (2008): 595.

⁸⁶ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol. 1 (Oxford: John Wiley & Sons, 2009).

⁸⁷ Vgl. Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie*, 9 – 10.

⁸⁸ Ulrich Saxer, „Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse“, in *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft: Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, hg. von Ulrich Sarcinelli (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 53; zit. nach: Patrick Donges, „Mediengesellschaft“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006).

⁸⁹ Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*, 9.

In *Communication Power* definiert Castells Netzwerkgesellschaft in Analogie zur gerade genannten Definition von Mediengesellschaft:

„[...] the social structure that characterizes society in the early twenty-first century, a social structure constructed around (but not determined by) digital networks of communication [...which have become] the fundamental symbol-processing system of our time.“⁹⁰

Kommunikation ist für Castells “the sharing of meaning through the exchange of information.“⁹¹ Die neuen Kommunikations- und Informationstechnologien haben nach Castells eine Revolution ausgelöst, die der industriellen Revolution in ihren Folgen ebenbürtig sein wird. Beiden Revolutionen attestiert er zwei gemeinsame Charakteristika: Ihre Wirkung sei ähnlich, nämlich geprägt von hoher Durchdringungskraft der Folgen der Revolution, das heißt einer Penetration aller Lebensbereiche durch neue Technologien, und ihr Ablauf sei vergleichbar, Makroerfindungen, wie die Dampfmaschine oder das Internetprotokoll IP erlauben Mikroerfindungen, wie industrielle Güterproduktion oder Social Networks.⁹² Da die internetbasierten Informations- und Kommunikationstechnologien Netzwerke ermöglichten und implizierten, könnten sie auch als Netzwerkmedien bezeichnet werden. Die vergleichsweise junge Revolution habe bereits einen Paradigmenwechsel bewirkt. Das neue Paradigma basiere auf Flexibilität von Prozessen und Organisationsstrukturen.⁹³ Das Vordringen der Netzwerkmedien in alle Bereiche des Lebens bedeute damit Veränderungen in Bereichen, die sich mit den Begriffen Kommunikation und Assoziation überschreiben lassen.

Zu einem auch in den Begriffen ähnlichen Fazit kommt der amerikanische Jurist Yoichi Benkler in *The Wealth of Networks*, einer Analyse der Effekte des Internets auf Gesellschaft, Politik und Demokratie aus ökonomischer Perspektive, die ebenfalls einen wechselseitigen Zusammenhang medientechnologischer und gesellschaftlicher Entwicklungen unterstellt und neben den Arbeiten von Castells als einer der einflussreichen Beiträge der vergangenen Jahre gelten kann.

⁹⁰ Manuel Castells, *Communication Power* (Oxford [u.a.]: Oxford University Press, 2009), 4.

⁹¹ Ebd., 54.

⁹² Castells, *The Rise of the Network Society*, 29 ff.

⁹³ Ebd., 70 ff.

Auch Benkler sieht Kommunikation und Assoziation betroffen. Nach Benkler sind Informationen, Wissen und Kultur zentral für alle Gesellschaftsformen. Die Art und Weise, wie sie entstehen, übermittelt werden und sich wandeln, habe unmittelbar Einfluss auf ihren Gehalt und damit darauf, wie wir die Welt sehen, einordnen und zu verstehen versuchen. Die Bedeutung der Netzwerktechnologien liege darin, dass sie die Produktion und Transmission von Informationen, Wissen und Kultur ermöglichten, aber auch veränderten.⁹⁴

„The fundamental elements of the difference between the networked information economy and the mass media are network architecture and the cost of becoming a speaker: from unidirectional to networked communication and from high costs to practically zero costs.“⁹⁵

Da Information und Kommunikation auch Grundlage politischer Prozesse seien, ergebe sich auch eine große Bedeutung der Netzwerkmedien für die Politik, sie führten zu einer „networked public sphere“, deren neue Qualität vor allem in Kommunikation und Assoziation zu suchen seien.

Unterteilt nach Kommunikation und Assoziation können eine Reihe von konkreten Veränderungen ausgemacht werden, die die Netzwerkmedien mit sich gebracht haben und die für die politische Kommunikation in höchsten Maße relevant sind.

Bezogen auf den Bereich Kommunikation traten diese Effekte mit mit Beginn der Verbreitung des Internets ein, kamen aber erst im sogenannten Web 2.0 voll zum Ausdruck.⁹⁶ Die traditionellen für die politische Kommunikation relevanten Massenmedien Fernsehen, Radio und Presse sind arbeitsteilig verfahrenende Organisationen im Sinne der oben genannten Mediendefinition von Saxer, sie können daher auch als institutionalisierte journalistische Medien bezeichnet werden. Vor der Verbreitung des Internets war politische Kommunikation in demokratischen Staaten für höhere Reichweiten im Wesentlichen auf die Vermittlungsleistung institutionalisierter journalistischer Medien

⁹⁴ Yochai Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* (New Haven [u.a.]: Yale University Press, 2006), 1 ff.

⁹⁵ Ebd., 212.

⁹⁶ Zu den Unterschieden von Web 1.0 und Web 2.0 vgl. Jan Schmidt, „Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen“, in *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*, hg. von Ansgar Zerfaß, Ansgar Welker, und Jan Schmidt (Köln: Halem, 2008).

angewiesen. Die Anzahl der Vermittler war technisch und regulatorisch beschränkt, wie im Rundfunk, beziehungsweise zumindest überschaubar, wie im Bereich der Presse. Die ökonomischen und technischen Einstiegsbarrieren für neue Vermittler waren hoch, die Märkte für Vermittler daher, wie im Fall von Deutschland, über Jahrzehnte relativ stabil im Hinblick auf die Anzahl der Vermittlungsakteure, das heißt relevanter Medien.

Die Netzwerkmedien haben dies geändert. Die Einstiegsbarrieren zur aktiven Teilnahme am Mediensystem sind niedrig geworden. Anfangs waren dafür noch technische Fähigkeiten notwendig, etwa HTML-Programmierung zur Erstellung einer Website. Sogenannte HTML-Editoren haben diese Voraussetzungen seit Mitte der 1990er Jahre deutlich vereinfacht. Drastisch gesenkt wurden die Einstiegsbarrieren aber vor allem durch die Sozialen Medien, da zur Einstellung und Verbreitung von Medieninhalten praktisch keine technischen Fähigkeiten mehr vonnöten sind. Die Einrichtung eines Blogs über Bloganbieter wie Wordpress oder Googles Blogger.com ist beinahe ebenso einfach zu bewerkstelligen wie das Einstellen von Videos auf YouTube oder das Senden eines Tweets über Twitter.

Für die politische Kommunikation hat dies fünf besonders wichtige Konsequenzen:

- Die Anzahl potenziell relevanter Akteure der politischen Kommunikation hat sich erhöht.
- Höhere Reichweiten sind nicht mehr auf die traditionellen Massenmedien beschränkt, sondern von beliebigen Akteuren zu geringen Kosten herstellbar.
- Die Trennung zwischen Sendern und Empfängern, Medienproduzenten und Medienkonsumenten wird unschärfer, die Rollen lassen sich leichter wechseln.
- Der Zugang zu vielen Informationen ist deutlich einfacher als in allen vorangegangenen Mediensystemen.
- Die traditionellen Massenmedien verlieren ihre Rolle als exklusive Informationsgatekeeper.

Die Entwicklung im Bereich der Kommunikation verläuft von einem System basierend auf Infrastruktur und massenmedialen Inhalten, die von überwiegend großen Unternehmen angeboten werden, hin zu einem System, in dem Kontrolle und Wertschöp-

fungsmöglichkeiten der technologischen Infrastruktur zwar weiterhin in der Hand von Unternehmen liegen, eingeschränkt durch die vom Staat gesetzten regulatorischen Rahmenbedingungen, in dem aber die Nutzer, dank Netzwerkkompatibilität, freier in der Nutzung sind, große Teile der Inhalte selbst erstellen sowie Elemente von Massen- und Interpersonalkommunikation verbunden werden.⁹⁷ Dies schließt natürlich nicht aus, dass weiterhin traditionelle massenmediale Inhalte über dieselbe technische Infrastruktur verbreitet und rezipiert werden. Es bedeutet aber in jedem Fall, dass sich die vergleichsweise einfach strukturierte Medienlandschaft des letzten Drittels des 20. Jahrhunderts auflöst. Mediale Kommunikation ist heute sowohl der Logik der Massenmedien als auch der Logik interaktiver Onlinemedien unterworfen.⁹⁸

Bezogen auf Assoziation bewirken die Netzwerkmedien ebenfalls Veränderungen. Clay Shirky, dessen Publikationen zu den Auswirkungen des Internets besonders in den USA großen Widerhall gefunden haben, beschreibt die Veränderungen im Bereich der Assoziation näher. In *Here Comes Everybody* argumentiert er, dass in traditionellen Organisationsstrukturen, damit meint er jede Form sozialer Organisation mit dem Ziel wirtschaftlicher, sozialer oder kultureller Produktion, die Kosten der Koordination und des Managements meist schneller stiegen als die Größe und Produktivität der Gruppe. In der Netzwerkgesellschaft sei dies dank neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, insbesondere Sozialer Medien und Sozialer Netzwerke wie Facebook, nicht mehr der Fall.⁹⁹ Shirky argumentiert, dass mit dem Sinken der Kosten für und dem Fall der Zugangsbarrieren zu massenmedialer Kommunikation eine Veränderung im Kommunikationsverhalten einhergeht, die Auswirkungen auf kollektive soziale Handlungen haben kann und damit potenziell auch auf das Selbstverständnis des Einzelnen und der Gesellschaft. Für Shirky bedeuten die Netzwerkmedien ein Zeitalter des „ridiculously easy group forming“.¹⁰⁰

Die politische Kommunikation ist daher doppelt betroffen:

⁹⁷ Cardoso, „From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society“, 588 ff.

⁹⁸ Barbara Pfetsch und Frank Marcinkowski, „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 32.

⁹⁹ Clay Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations* (London: Lane, 2008), 31 ff.

¹⁰⁰ Ebd., 31, 53.

- Die Bildung von Gruppen wird einfacher.¹⁰¹
- Die Koordination gemeinschaftlichen Handelns wird einfacher.

Einerseits können bestehende korporative oder kollektive Akteure wie Parteien oder Verbände mithilfe der Netzwerkmedien ihre Aktivitäten besser koordinieren.¹⁰² Andererseits erleichtern die Netzwerkmedien die Bildung von Gruppen kollektiver Akteure wie Bürgerinitiativen.

Für Castells gewinnt der Einzelne durch die Netzwerkmedien an „communicative autonomy“, allerdings um den Preis der Unterwerfung unter ihre Logiken der Sinnkonstruktion.¹⁰³ Die emanzipatorische Wirkung der Netzwerkmedien muss also zu einem gewissen Grad durch neue Unfreiheit erkaufte werden. Auch darf man nicht vergessen, dass die meistgenutzten Technologien und Plattformen gerade der Sozialen Medien kommerzielle Angebote sind, wie zum Beispiel Facebook. Diese mögen zwar teilweise aus dem Gedanken von Austausch oder Vernetzung geboren sein, ihnen liegen aber Geschäftsmodelle zugrunde, die auf dem Sammeln von Informationen über die Nutzer und entsprechend präziser Ausgabe von Werbung basieren.¹⁰⁴ Auch diesbezüglich entstehen also neue Unfreiheiten. Die Steigerung der kommunikativen Autonomie muss durch eine teils drastische Verringerung der informationellen Selbstbestimmung erkaufte werden.

Zweifellos verändern die Netzwerkmedien aber die politische Kommunikation. Die Frage ist nur, zu welchen konkreten Veränderungen diese Dynamik im Verhältnis von Politik und Medien führt. Dazu muss das Verhältnis von Medien und Politik näher betrachtet werden.

¹⁰¹ Benkler, *The Wealth of Networks*, 8 – 9.

¹⁰² Vgl. Leggewie und Bieber, „Demokratie 2.0. Wie tragen neue Medien zur demokratischen Erneuerung bei?“, 126.

¹⁰³ Castells, *Communication Power*, 302 f.

¹⁰⁴ Vgl. etwa zum Geschäftsmodell von Facebook Steven Levy, „Exclusive: Inside Facebook’s Bid to Reinvent Music, News and Everything“, *Wired.com*, 22. September 2011, <http://www.wired.com/business/2011/09/facebook-new-profile-apps/>.

3.1 Zur Medialisierung der Politik

Das Mediensystem der Netzwerkgesellschaft ist nicht das erste, dem Auswirkungen auf die politische Kommunikation sowie das Funktionieren des politischen Systems und das Handeln politischer Akteure attestiert werden. In Deutschland verursachte bereits zu Beginn der 1960er der Versuch der Einrichtung eines zweiten deutschen Fernsehsenders unter Konrad Adenauer eine Debatte über die komplexe Beziehung von Politik und Medien. Frühere Beispiele lassen sich ebenfalls finden. So kommt etwa eine Untersuchung zur Medialisierung der Politik im Deutschen Reich vor 1914 zu folgendem Schluss: „Die Medialisierung förderte [...] gleichzeitig die Karrieren einzelner Reichstagsabgeordneter, die Stärkung des Reichstags und die politische Wirkungsmacht einzelner Zeitungen.“¹⁰⁵

Mit der Verbreitung des Fernsehens und dem Anwachsen seiner vermeintlichen Deutungsmacht wandten sich auch Kommunikations- und Politikwissenschaft der Beziehung zwischen Politik und Medien zu, die seitdem unter dem Stichwort Medialisierung diskutiert wird. Darunter fällt etwa Forschung zum Verhältnis von Medien und Politik, zu den Funktionen der Medien für das politische System sowie die Untersuchung der Effekte medialer politischer Kommunikation insbesondere auf Wähler, aber auch innerhalb politischer Eliten.¹⁰⁶ Der Begriff Medien wird dabei allerdings vor allem auf die institutionalisierten Massenmedien, also auf journalistische Gatekeeper von Presse-, Radio- und Fernsehunternehmen bezogen. Nach der klassischen Definition von Sarcinelli, auf die unter anderem auch Donges verweist, meint Medialisierung bezogen auf Politik:

„(1) die wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit und politischer wie sozialer Wirklichkeit, (2) die zunehmende Wahrnehmung von Politik im Wege medienvermittelter Erfahrung sowie (3) die

¹⁰⁵ Frank Bösch, „Katalysator der Demokratisierung? Presse, Politik und Gesellschaft vor 1914“, in *Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert*, hg. von Frank Bösch und Norbert Frei (Göttingen: Wallstein-Verlag, 2006), 30.

¹⁰⁶ Einen Überblick über die Bandbreite der Forschungsfragestellungen im Bereich Medialisierung der Politik bietet etwa Schulz, *Politische Kommunikation*, 38 f.

Ausrichtung politischen Handelns und Verhaltens an den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems.“¹⁰⁷

Nach Schulz kommt die Medialisierung des Politischen in vier Prozessen zum Ausdruck: „Extension der [...] Kommunikationsfähigkeiten“ politischer Akteure; „Substitution politischen Handelns und politischer Institutionen durch Medien“; „Amalgamation medialer und nicht-medialer Aktivitäten“, das heißt eine, oft unbewusste, Verflechtung medialer und nicht-medialer Aktivitäten sowie „Akkommodation“ sowohl von individuellen wie von kollektiven und korporativen Akteuren aus Politik und Gesellschaft an mediale Logiken.¹⁰⁸ Medialisierung kann also auf der Mikro-, Meso- und Makroebene sowie in unterschiedlichen Kontexten jeweils verschiedene Bedeutungen annehmen.

Angesichts der Bandbreite der Forschung ist es nicht überraschend, dass sich unterschiedliche Paradigmen, Modelle und Thesen der Medialisierung gebildet haben. Sarcinelli unterscheidet drei Paradigmen: Das Paradigma der „Gewaltenteilung“ zwischen Medien und Politik, „Instrumentalisierung“ der Politik durch die Medien und umgekehrt sowie das Paradigma „Symbiose und Interdependenz“, das einen „Interaktionszusammenhang“ von Medien und Politik postuliert.¹⁰⁹

Eine ähnliche Unterteilung nehmen auch andere Autoren vor.¹¹⁰ Als jeweils gegensätzliche Ausprägungen des Verhältnisses von Politik und Medien gelten Dependenz- und Interdependenzthese. Erstere wiederum erscheint in zwei gegensätzlichen Gestalten, je nachdem, ob Medien oder Politik das normative Primat zugesprochen wird. Die These der „Mediendependenz der Politik“ insinuiert das „Primat der Politik“, nach dem sich die Medien dem politischen System unterzuordnen haben beziehungsweise dieses in seinen

¹⁰⁷ Sarcinelli verwendet den Begriff Mediatisierung statt Medialisierung. Die Begriffe werden inzwischen, auch von ihm, kongruent verwandt. Vgl. Eintrag „Mediatisierung“ in Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer, Hrsg., *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil* (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 678 f.; Patrick Donges, *Medialisierung politischer Organisationen: Parteien in der Mediengesellschaft* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008), 36.

¹⁰⁸ Schulz, *Politische Kommunikation*, 32 – 37; Zur Unterscheidung von individuellen, kollektiven und korporativen Akteuren s.: Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 42 f.

¹⁰⁹ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 119; Ulrich Sarcinelli, „Zur Entzauberung von Medialisierungseffekten: Befunde zur Interdependenz von Politik und Medien im intermediären System“, in *Demokratie in der Mediengesellschaft*, hg. von Kurt Imhof, Roger Blum, und Heinz Bonfadelli (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 117.

¹¹⁰ Vgl. Pfetsch und Marcinkowski, „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“, 12.

Bedürfnissen und Funktionen unterstützen sollen, da die Politik auf ihre Vermittlungsleistung angewiesen ist.¹¹¹ Die gegenteilige Variante, die sogenannte „Determinationsthese“ sieht die Medien als unabhängige Vermittlungsinstanzen, denen große gesellschaftliche Bedeutung zukommt, die aber von den medialen Strategien der Politik dominiert werden können.¹¹² Die Interdependenzthese schließlich ist nach Schulz heute besonders weit verbreitet, da sie durch empirische Befunde weit stärker gestützt wird als die beiden vorangegangenen. Danach sind die Medien einerseits von der Politik abhängig, weil sie Inputs für ihre Nachrichten benötigen, andererseits die Politik von den Medien, weil sie deren Vermittlungsleistung bedarf. Wechselseitige Beeinflussungsstrategien sind dabei Bestandteil der Interdependenz.¹¹³

Die Zuschreibung eindeutiger Kausalitäten gilt in der Medialisierungsforschung allerdings als schwer bis unmöglich.¹¹⁴ In ihrem aktuellen Überblicksband zum Thema Medien und Demokratie konstatieren die Herausgeber Pfetsch und Marcinkowski angesichts des Mangels empirischer Nachweise zudem das Ende der Induktion in der Forschung zur Wirkung von Medien auf Politik.¹¹⁵ Statt verallgemeinernder Aussagen müsse das Ziel heute sein, „Medienwirkungen differenziert abzubilden“, und zwar unter der Berücksichtigung der jeweiligen Spezifität der betroffenen Medien und Verortungen im politischen Prozess.¹¹⁶ Dementsprechend folgen die Autoren wie auch Schulz dem heute dominanten Ansatz, nicht von Medialisierung im Sinne einer Unterordnung des Politischen unter die Logik der Medien zu sprechen, sondern vielmehr von einer meist komplexen, oft ambivalenten, engen Verflechtung von Medien und Politik.¹¹⁷ Sarcinelli pflichtet diesem Fazit ebenfalls bei, sieht jedoch aufgrund der „Diskrepanz“ der jeweiligen Eigenlogiken von Medien und Politik ein größeres antagonistisches Potenzial in der Beziehung.¹¹⁸ Donges hebt weiterhin hervor, dass sich Medien und Politik

¹¹¹ Schulz, *Politische Kommunikation*, 46.

¹¹² Ebd., 47 f.

¹¹³ Ebd., 48 f.

¹¹⁴ Patrick Donges, „Medialisierung / Mediatisierung“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006); s. auch Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 44; Pfetsch und Marcinkowski, „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“, 13.

¹¹⁵ Pfetsch und Marcinkowski, „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“, 17.

¹¹⁶ Ebd., 25.

¹¹⁷ Ebd., 30; Schulz, *Politische Kommunikation*, 324 ff.; Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 220 f.

¹¹⁸ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 303, 320.

in einer „dauerhaften und permanenten Interaktionsbeziehung [... beziehungsweise einer] interdependenten ‚Produktionsgemeinschaft‘“ befinden, in der sich Ursache und Wirkung schwer auseinanderhalten lassen.¹¹⁹

Mit Bezug auf politische Organisationen, also auch auf Parteien, kann Medialisierung allerdings über den Interdependenzbegriff hinaus präzisiert werden. Im Sinne des Neo-Institutionalismus lässt sich Medialisierung als eine „Organisations-Umwelt-Dynamik“ betrachten.¹²⁰ Medien, genauer, die journalistisch-institutionalisierten Medien, stellen dabei „dauerhafte Systeme aus regulativen, konstitutiven, normativen und repräsentativen Regeln“ dar und sind eine von mehreren, sich teils widersprechenden institutionellen Umwelten von politischen Organisationen.¹²¹ Anhand der Wirkungsweise der medialen Regeln lassen sich Medialisierungsprozesse veranschaulichen.

Regulative Regeln sind Vorgaben oder Logiken des Mediensystems wie etwa „Nachrichtenwerte“, die das Handeln politischer Organisationen beeinflussen; normative Regeln begrenzen das Arsenal angemessener Handlungsoptionen, Medien liefern normative Regeln in dem Sinne, dass sie die „reflexive Beobachtung“ von Organisationen und damit die Grundlage der „Einhaltung normativer Vorgaben“ ermöglichen; Medien „strukturieren die Wahrnehmung von Akteuren ebenso wie ihre Präferenzen“¹²², daher sind ihnen konstitutive Regeln eigen; Medien enthalten schließlich repräsentative Regeln, weil ihre „Symbolsysteme“, also die Logik nach der sie Sinn produzieren, ohne Reflexion übernommen beziehungsweise als selbstverständlich angenommen werden.¹²³

Selbst wenn man den Interdependenzbegriff in diesem Sinne präzisiert, bedeuten die Netzwerkmedien allerdings neue Herausforderungen im Verhältnis von Medien und Politik, die über den in der Forschung dominierenden Medialisierungsansatz hinausgehen, wie im folgendem Kapitel deutlich gemacht wird.

¹¹⁹ Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 44.

¹²⁰ Ebd., 47.

¹²¹ Ebd., 220 f.

¹²² Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 84.

¹²³ Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 134 ff.; Zur neo-institutionalistischen Unterscheidung von Regeln s.: Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 83 f.

3.2 Zur Medialisierung der Politik im Internetzeitalter

Verschmelzung von Medienwirklichkeit und politischer Wirklichkeit, die überwiegend medial vermittelte Wahrnehmung von Politik und eine Interdependenz von Politik und institutionalisierten Medien sind immer noch zu beobachten. Medialisierung von Politik im Internetzeitalter bedeutet aber noch mehr.

Medialisierung der Politik bedeutet im Internetzeitalter sowohl die Fortentwicklung der Interdependenzbeziehung zwischen Politik und institutionalisierten journalistischen Medien als auch die Verschränkung von Politik und netzwerkmedialen Logiken der Sinnkonstruktion. Das genannte Regelset von Jarren und Donges ist eigentlich dazu gedacht, die Interdependenzbeziehung zwischen Politik und institutionalisierten journalistischen Medien zu präzisieren.¹²⁴ Es kann aber auch auf den zweiten Sachverhalt, das heißt auf das Netzwerkmediensystem als Ganzes, angewandt werden. So lässt sich veranschaulichen, dass etablierte Medialisierungsbegriffe die Medialisierung der Politik im Internetzeitalter nur unzureichend erfassen.

Regulative Regeln der Medien wie etwa Nachrichtenwerte beeinflussen das Handeln politischer Akteure. In den Netzwerkmedien besitzen diese Regeln nur teilweise Geltung. Soziale Medien orientieren sich nicht zwingend an Nachrichtenwerten, vielmehr kann jeder alles berichten. Auch die Aufmerksamkeitslogiken des Publikums sind andere. So kann ein Inhalt oder Thema innerhalb der Netzwerkmedien, speziell der Sozialen Medien, große Aufmerksamkeit erlangen, ohne, dass dafür Nachrichtenwerten vergleichbare regulative Regeln zu erkennen wären.

Ausgehend von den Sozialen Medien kann ein Thema zudem auf die Agenda der journalistischen Massenmedien gelangen, auch wenn nicht der Inhalt an sich die Kriterien für deren Nachrichtenwerte erfüllt, sondern lediglich seine netzmedialen Begleitumstände, etwa besagte Aufmerksamkeit in den Sozialen Medien, wie bei den

¹²⁴ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 82 ff; Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 107 ff.

Trending Topics von Twitter oder im Rahmen von sogenannten ‚Shitstorms‘.¹²⁵ Verhältnismäßig klar zu definierende regulative Regeln können also für die Netzwerkmedien nicht aufgestellt werden. Dies macht sie für politische Akteure schwerer berechenbar.

Die normierende Wirkung der Medien wird durch die Netzwerkmedien doppelt verstärkt. Sowohl reflexive Beobachtung als auch die Beobachtung durch Dritte erfolgen über mehr Quellen als zuvor. Zudem ermöglichen die Sozialen Medien, auch in Verbindung mit der Verbreitung von mobilen Internetzugangsgaräten wie Smartphones, eine einfache und schnelle mediale Dokumentation von Fehlverhalten politischer Akteure. Auch die reichweitenstarke Publikation brisanter politischer Dokumente ist nicht mehr auf journalistische Medien beschränkt, wie beispielsweise *WikiLeaks* gezeigt hat. Die normativen Regeln der Netzwerkmedien sind also in der Tendenz noch strenger als die der journalistischen Medien.

Konstitutive Regeln sind ebenfalls betroffen. Vor der Verbreitung des Internets wurden Selbstwahrnehmung und Beobachtung der Umwelt hauptsächlich von der Logik journalistischer Medien strukturiert. In den Netzwerkmedien können individuelle und kollektive politische Akteure viel stärker an ihrer eigenen medialen Darstellung mitwirken und sind gleichzeitig viel mehr Quellen ausgesetzt, die auf sie einwirken können.

Da die die Symbolsysteme und Logiken, nach denen in den Netzwerkmedien Sinn produziert wird, vielfältig sind, verlieren auch die repräsentativen Regeln der journalistischen Massenmedien an Dominanz.

Insgesamt wird die Beziehung zwischen politischen Akteuren und Medien also deutlich komplizierter. Die Medialisierung von Politik erhält eine neue Dimension.

¹²⁵ Als Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit kann der ‚Shitstorm‘ gegen den CDU-Bundestagsabgeordneten Ansgar Heveling nach einem netzpolitischen Kommentar auf Handelsblatt.com dienen. S. Thorsten Denkler und Oliver Das Gupta, ‚Ansgar Hevelings Angriff auf das Internet: ‚Völlig wahnsinnige Kriegsrhetorik‘‘, *sueddeutsche.de*, 3. Februar 2012, <http://www.sueddeutsche.de/politik/ansgar-hevelings-angriff-auf-das-internet-voellig-wahnsinnige-kriegsrhetorik-1.1274792>; Vgl. auch Florian Gathmann, Tatjana Heid, und Veit Medick, ‚Politiker-Protest gegen Wut im Netz: Shitstorm, nein danke!‘, *SPIEGEL ONLINE*, 25. April 2012, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/shitstorm-politiker-fuerchten-hass-im-internet-a-829312.html>; Trending Topics sind auf Twitter besonders intensiv diskutierte Themen oder Stichworte, die oft mit einem einheitlichen Hashtag versehen sind. Hashtags sind mit dem Rautenzeichen ‚#‘ versehene Stichworte oder Abkürzungen, mit denen Tweets einem Thema zugeordnet werden können. S. ‚Twitter Help Center | Über Trending Topics‘, o. J., <https://support.twitter.com/articles/317695-uber-trending-topics>.

Eine neue Qualität der Medialisierung lässt sich im Hinblick auf eine Erweiterung des Akteurskreises wahrnehmbarer politischer Kommunikatoren sowie eine Evolution politisch-kommunikativer Handlungsformen feststellen.

Individuelle und kollektive politische Akteure sind dank der strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation in den Netzwerkmedien selbst aktiver Teil des Mediensystems, auch für sie entfällt der Filter des traditionellen Mediensystems. Die Extension der Kommunikationsfähigkeiten politischer Akteure verstärkt sich also.

In den Netzwerkmedien betrifft die Extension aber nicht nur politische Akteure, sondern prinzipiell jeden mit Zugang zum Internet. Während sich die Politik vor der Verbreitung des Internets einer vergleichsweise überschaubaren Anzahl von Medienakteuren aus Presse und dualem Rundfunksystem gegenüber sah, hat sich die Anzahl der Medienakteure im Netzwerkmediensystem vervielfacht. Mithilfe der Sozialen Medien kann potenziell jeder, von Bürgern über politische Gegner oder politische Anhänger, wichtige Nachrichten absetzen oder gar selbst erzeugen. Zwar entwickeln diese bisher in der Regel erst dann politische Bedeutung, wenn sie von institutionalisierten journalistischen Massenmedien aufgegriffen werden, an der grundsätzlichen Verschiebung ändert dies aber wenig. Es ist also im Netzwerkmediensystem einfacher, relevanter Akteur der politischen Kommunikation zu werden, als im System der traditionellen Massenmedien.

Auch neue Formen politischen Handelns sind im Internet möglich. In Deutschland haben in jüngerer Vergangenheit insbesondere die auf Wikis beruhenden Websites zur Suche nach Plagiaten in wissenschaftlichen Arbeiten von Politikern wie *Guttenplag* und *Vroniplag* gezeigt, welche mediale und schließlich politische Dynamik die Netzwerkmedien entfalten können.¹²⁶ Darüber hinaus haben insbesondere netzpolitische Themen, wie Netzneutralität oder Datenschutz in den letzten Jahren immer wieder zu regelrechten Kampagnen im Internet geführt, die sich auch auf die Politik auswirkten. Diese Kampagnen gehen von Aktivisten aus und werden in den journalistischen Medien in der Regel einer nicht weiter spezifizierten sogenannten ‚Netzgemeinde‘ zugeschrieben. Ein Beispiel für solche Kampagnen ist der Protest gegen die Vorschläge der damaligen Regierungskoalition aus Unionsparteien und SPD zur Sperrung von Websites mit kinderpornografischen Inhalten. Diese Kampagne wurde unter dem Stichwort und Twitter-

¹²⁶ Beide beruhen auf der Wikiplattform Wikia.com. „VroniPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“, o. J., <http://de.vroniplag.wikia.com/wiki/Home>; „GuttenPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“, o. J., http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki.

Hashtag ‚Zensursula‘ geführt, das sich auf den Vornamen der damaligen Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen bezog. Neben dem Regierungswechsel dürfte auch die große Aufmerksamkeit journalistischer Medien für diese Kampagne ausschlaggebend dafür gewesen sein, dass die Nachfolgerregierung dieses Vorhaben nicht in derselben Form weiterverfolgte.¹²⁷ Ähnliche journalistisch-mediale und in der Folge politische Aufmerksamkeit erlangte die internationale und nationale Netzkampagne gegen das internationale Handels- und Urheberrechtsschutzabkommen ACTA, Anti-Counterfeiting Trade Agreement, das Deutschland nicht ratifizierte und das auch vom EU-Parlament abgelehnt wurde.¹²⁸

Diese Beispiele gehen über Schulz Begriffe der Substitution und Amalgamation hinaus. Es entstehen vielmehr Formen politischen Handelns, die nicht einfach bisher bekannte ergänzen oder ersetzen, sondern neuartig sind und ihren Ausgang im Netzwerkmediensystem nehmen können. Analog zur Terminologie von Schulz läßt sich von einer Evolution politischer Handlungsformen sprechen.

Die Medialisierung von Politik erhält also durch das Internet sowohl eine neue Dimension als auch eine neue Qualität. Nach wie vor kann man diese Prozesse auf unterschiedlichen Ebenen zu erfassen versuchen. Auf der Makroebene bietet sich mit Manuel Castells die Kategorie Macht an, genauer die Verschiebung von kommunikativer Macht.

Nach Held ist Macht nach wie vor die zentrale Kategorie der Politik. Die Idee eines Gemeinwillens und gesellschaftsweiten Konsens ist für ihn naiv. Spätestens seit Dahls Pluralismustheorie und dem Konzept der Polyarchie habe sich das Bewusstsein durchgesetzt, dass auch Demokratien vom Widerstreit divergierender Interessen beherrscht werden.¹²⁹ Auch in der Demokratie drehe sich Politik um Macht:

„[politics is about the] capacity of social agents, agencies and institutions to maintain or transform their environment, social or physical.

¹²⁷ Vgl. Stefan Tomik, „Widerstand gegen ‚Zensursula‘ - In der Internetgemeinde gibt es Kritik an den Online-Sperren“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26. Mai 2009; „Kindesmissbrauch im Netz: Schwarz-Gelb entsagt den Internetsperren“, *ZEIT ONLINE*, 9. Februar 2010, <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-02/internetsperre-kinderpornografie-loeschgesetz>.

¹²⁸ Vgl. Melanie Amann, „Ad Acta“, *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, 4. Juni 2012.

¹²⁹ David Held, *Models of Democracy* (Cambridge: Polity Press, 2006), 160 ff.

It is about the resources that underpin this capacity and about the forces that shape and influence its exercise.”¹³⁰

Genau diese Fähigkeiten, die Umwelt zu verändern, sind vom Wandel der Kommunikation in der Netzwerkgesellschaft betroffen. Nach Castells wird Demokratie in der Praxis immer dann infrage gestellt, wenn es einen systematischen Widerspruch zwischen der Verteilung von Kommunikationsmacht und Repräsentationsmacht gibt, das heißt, wenn zwar formal demokratische Verfahren berücksichtigt werden, Kommunikationsmacht aber einseitig konzentriert, also der Zugang zu massenmedialer Kommunikation auf wenige beschränkt ist. Im Zeitalter der traditionellen Massenmedien war dies eindeutig der Fall.¹³¹ Im System der internetbasierten Netzwerkkommunikation bewegen sich jedoch Staat, politische Akteure, also auch Parteien, und Bürger erstmalig in der gleichen Kommunikationsumgebung und das theoretisch auf Augenhöhe, das heißt mit den gleichen Möglichkeiten für Zugang zu und Verbreitung von Informationen.¹³² Die kommunikative Autonomie von einzelnen wie von kollektiven Akteuren im Feld der politischen Kommunikation wird gestärkt. Das bedeutet eine Machtverschiebung, gerade zwischen denjenigen, die schon zu den traditionellen Massenmedien privilegierten Zugang hatten, also etablierten politischen Akteuren, wie Parteien, und denjenigen die dies nicht oder nur sehr eingeschränkt hatten, also der Mehrheit der Bevölkerung.

Die Ressourcen, welche die Fähigkeiten, die Umwelt zu verändern, beeinflussen, sind für Castells primär kommunikativer Natur:

„My working hypothesis is that the most fundamental form of power lies in the ability to shape the human mind. [...] Power is the relational capacity that enables a social actor to influence asymmetrically the decisions of other social actor(s) in ways that favor the empowered actor’s will, interests, and values. Power is exercise by means of coercion (or the possibility of it) and/or by the construction of meaning on the basis of discourses through which social actors guide their action.”¹³³

¹³⁰ Ebd., 270.

¹³¹ Castells, *Communication Power*, 298.

¹³² Stephen Coleman und Jay G. Blumler, *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*, Communication, Society, and Politics (Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 2009), 10; Cardoso, „From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society“, 596.

¹³³ Castells, *Communication Power*, 3, 10.

Während die Funktionsweise von Macht im Wesentlichen unverändert sei, habe sich der Ort ihrer Ausübung primär in die digitalen Netzwerke verlagert: „Power in the network society is communication power.“¹³⁴

Man könnte Castells vorwerfen, dass er die Bedeutung von kommunikativer Macht überbetont, er selbst spricht ja von einer Arbeitshypothese, und dass die nicht über die Netzwerkmedien zu vollziehenden Formen der Ausübung von Macht, vor allem die Ausübung physischer Gewalt, nach wie vor mindestens genauso bedeutend sein können wie kommunikative Macht. Castells geht aber noch einen Schritt weiter, indem er kommunikative Macht und Legitimationsprozesse in Verbindung setzt. Ohne Legitimation, so argumentiert Castells mit Verweis auf Max Webers Begriffe legitimer Herrschaft, ist politische Macht instabil. Legitimation wiederum beruhe auf Zustimmung, die kommunikativ, „by the construction of shared meaning“, hergestellt werde.¹³⁵ Castells argumentiert weiter mit Habermas, dass die öffentliche Sphäre das politische System der Demokratie als Form der Ausübung von Herrschaft legitimiert und stabilisiert, indem sie die Inputs für den demokratischen Prozess liefert. Das Funktionieren von Demokratien hänge damit von den institutionellen Arrangements ab, durch die kommunikativ erzeugte Bedeutung in konkretes politisches Handeln umgesetzt wird. Damit entscheide neben der Verfügung über die verfassungsmäßigen Zwangsgewalten der Zugang zu „communicative resources“ über die Verteilung und Erhaltung von politischer Macht in demokratischen Systemen.¹³⁶

Castells steht mit seiner Analyse keineswegs allein. Auch in der deutschen Kommunikation- und Politikwissenschaft werden die Verbindung von Kommunikation und Legitimation und damit von Kommunikation und Macht betont. So sieht Sarcinelli die Reaktion des Publikums auf Kommunikation seitens der Politik als entscheidenden Faktor für Legitimation. Er begründet dies aber im Gegensatz zu Castells nicht anthropologisch. Vielmehr argumentiert er, dass das politische System seine Entscheidungen immer schwerer legitimieren kann. Als Gründe für die gesellschaftlichen „Legitimitätszweifel“ nennt er Gesellschaftswandel, insbesondere nachlassende gesellschaftliche Bindungskräfte, die Veränderung des Mediensystems zu einer marktwirtschaftlichen Publikumsorientierung auch in den Nachrichtenmedien sowie

¹³⁴ Ebd., 53.

¹³⁵ Ebd., 12.

¹³⁶ Ebd.

einen „Souveränitätsverlust des politisch-administrativen Systems“ aufgrund transnationaler Politikverflechtungen.¹³⁷

In Anbetracht der oben beschriebenen Veränderungen von Kommunikation und Assoziation in der Netzwerkgesellschaft muss man der Argumentation zustimmen, dass Macht in der Netzwerkgesellschaft vor allem kommunikative Macht ist, zumindest in demokratischen Verfassungssystemen, die die Anwendung von Gewalt als Mittel der politischen Auseinandersetzung ausschließen. Wenn die Legitimation von Macht überwiegend medial vermittelt wird, dann wird Macht sozusagen kommunikativ hergestellt.

Um etablierte Machtstrukturen herauszufordern und sozio-politische Veränderungen in der Netzwerkgesellschaft anzuschieben, müssen nach Castells die dominanten Diskurse angegriffen und die Logiken der Konstruktion von Sinn und Bedeutung verändert werden. Die kommunikative Autonomie des Einzelnen bemesse sich an seinen Fähigkeiten, dies zu tun. In der Netzwerkgesellschaft würden dazu dieselben Kommunikationsnetzwerke genutzt, welche auch diejenigen Diskurse tragen, die bestehende Machtstrukturen reproduzieren.¹³⁸ Die Medien sind für Castells daher keine eigenständigen Machtfaktoren, auch nicht im Sinne einer vierten Gewalt, sondern der Ort, an dem Macht entsteht. Für Castells sind daher die dringendsten Fragen im Zusammenhang mit der Netzwerkgesellschaft, die nach den Veränderungen von Politik als Wettkampf um Macht und Ausübung von Macht.¹³⁹ Auch in dieser Hinsicht kann der Medialisierung von Politik also eine neue Qualität attestiert werden.

Das Internet hat zu grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation geführt. Etablierte Prozesse der Medialisierung von Politik wie die Interdependenz von Politik und institutionalisierten Medien sind immer noch zu beobachten. Medialisierung muss aber, was die Beziehung zwischen politischen Akteuren und Medien betrifft, auch in einer neuen Dimension gesehen werden. Neue Qualitäten der Medialisierung ergeben sich aus der Erweiterung des Kreises politischer Akteure, einer Evolution politisch-kommunikativer Handlungsformen und der Entstehungsprozesse kommunikativer Macht. Aber was bedeutet das für die Demokratie?

¹³⁷ Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 277 ff.

¹³⁸ Castells, *Communication Power*, 16, 49, 412.

¹³⁹ Ebd., 194 – 196.

4 Zum Begriff Demokratie

Um zu verstehen, welche Auswirkungen das Netzwerkmediensystem auf die Demokratie haben könnte, muss man verstehen, wie Demokratie überhaupt gedacht werden kann. Demokratie ist nicht einfach die Herrschaft des Volkes. Demokratie ist ein vielfältiger und komplexer Begriff, der schon „verschiedene Bedeutungen angenommen [hat], die sich auf sehr verschiedene historische Verhältnisse wie [...] Ideale bezogen haben.“¹⁴⁰ Nach Meinung des Politikwissenschaftlers Claus Offe legen die Erkenntnisse der vergleichenden Politikwissenschaft nahe von „Demokratien“ zu sprechen, denn „die Demokratie“ gibt es aufgrund der Vielzahl ihrer theoretischen und historischen Ausgestaltungen nicht.¹⁴¹ Selbst im Zeitalter der Vorherrschaft schriftlicher Verfassungen lässt sich im vergleichenden Staatsrecht keine einheitliche Definition von Demokratie ausmachen. Vielmehr variiert der Begriff Demokratie „je nach historischer Tradition und politischer Entscheidung des Verfassungsgebers.“¹⁴² In seiner empirischen Gestalt ist der Begriff noch diffuser, wie Manuel Castells herausstellt: „Democracy as a historical practice [...] is contextual“.¹⁴³ Der Politikwissenschaftler David Held bezeichnet die Geschichte der Demokratie zusammenfassend als „merkwürdig und verwirrend“.¹⁴⁴

Dieses Kapitel hat daher das Ziel, die theoretischen Grundlagen für die Beantwortung der zweiten Leitfrage zu legen. Dazu wird zunächst ein kurzer ideengeschichtlicher Überblick zum Begriff Demokratie erarbeitet, danach werden drei besonders einflussreiche demokratiethoretische Traditionslinien herausgegriffen. Anhand dieser können dann im nachfolgenden Kapitel die Einflüsse verschiedener demokratiethoretischer Traditionen auf die Bewertungen des Internets aufgezeigt und somit die zweite Leitfrage

¹⁴⁰ Sartori, *Demokratiethorie*, 274.

¹⁴¹ Claus Offe, „Einleitung: Reformbedarf und Reformoptionen der Demokratie“, in *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, hg. von Claus Offe (Frankfurt a. M.: Campus, 2003), 9; vgl. auch Wolfgang Merkel, „Eingebettete“ und defekte Demokratien: Theorie und Empirie“, in *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, hg. von Claus Offe (Frankfurt a. M.: Campus, 2003), 48.

¹⁴² Roman Herzog und Bernd Grzeszick, „Artikel 20 Bundesstaatliche Verfassung; Widerstandsrecht“, in *Grundgesetz: Kommentar*, hg. von Theodor Maunz und Günter Dürig (München: C.H. Beck, 2012), I, Rn. 24.

¹⁴³ Castells, *Communication Power*, 296.

¹⁴⁴ Held, *Models of Democracy*, 1.

beantwortet werden. Darüber hinaus trägt der ideengeschichtliche Überblick zum besseren Verständnis des Demokratiebegriffs des Grundgesetzes bei, der in Kapitel 6 erarbeitet wird.

4.1 Zur Ideengeschichte der Demokratie

Ein umfassender ideen- und zeitgeschichtlicher Überblick über die Entwicklung der Demokratie ist im Rahmen der vorliegenden Arbeit weder möglich noch beabsichtigt. Stattdessen konzentriert sich dieses Kapitel auf diejenigen Eigenschaften der Demokratie, die für die Beantwortung der Leitfragen von besonderer Relevanz sind:

- Demokratie ist ein präskriptiver wie deskriptiver Begriff, ein „Begriff der Regierungslehre [...] wie der politischen Soziologie.“¹⁴⁵ Demokratie kann sowohl theoretische Konzeptionen der normativen, rechtlichen und institutionellen Ausgestaltung politischer Gemeinschaften bezeichnen als auch die tatsächliche Verfasstheit politischer Systeme bis hin zur gesamtheitlichen Verfassung einer Gesellschaftsordnung.
- Die ‚Herrschaft des Volkes‘ beruht immer auf einer Souveränitätsfiktion, da die unumschränkte Herrschaft der Mehrheit des Volkes in modernen pluralistischen Gesellschaften weder theoretisch zu rechtfertigen noch in der Realität zu erreichen ist.
- Die Bedeutung des Begriffs Demokratie hat sich im Lauf der Zeit und kontextabhängig gewandelt. Aus ideengeschichtlicher Sicht hat Demokratie erst in jüngerer Zeit als Begriff wie als Typ einer Regierungsform eine diffus positive Konnotation erlangt.
- Sowohl theoretische Konzeptionen als auch Praxis der Demokratie sollten stets unter Berücksichtigung ihrer historischen und ideologischen Kontexte betrachtet werden.

Als Oberbegriff für eine Staatsordnung steht Demokratie auch für die Säkularisierung der Legitimation von politischer Macht. Je nach demokratietheoretischer Tradition

¹⁴⁵ Marcus Llanque, „III. Politische Institutionen“, in *Politische Theorie und Ideengeschichte*, hg. von Marcus Llanque und Herfried Münkler (Berlin: Akademie Verlag, 2007), 285.

zu unterschiedlichen Graden verortet sie die letztendliche Quelle der Legitimation politischer Macht nicht mehr bei Gott, sondern im Volk.¹⁴⁶ Der Demos, das Volk, ist der Souverän. Am Beispiel der Volkssouveränität wird allerdings auch deutlich, dass selbst moderne Demokratien nicht umhin können, „zumindest ihre Grundlagen mit einem Wahrheitsanspruch zu versehen und diesen zu dogmatisieren.“¹⁴⁷ Das Prinzip der Volkssouveränität bestimmt das Volk als den Ursprungsort der Legitimation politischer Macht. Als Begründung werden Selbstbestimmtheit und Freiheit des Individuums herangezogen. Weiter geht die Begründung nicht. Selbstbestimmtheit und Freiheit des Individuums gelten als gesetzt. In von der Aufklärung geprägten Gesellschaften werden sie nicht mehr hinterfragt. Damit ähnelt die Begründungslogik der Volkssouveränität in gewissem Maße der des Gottesgnadentums in Feudalordnungen: Beide verorten die Quelle der Legitimation politischer Macht in transzendenter Wahrheit.

Weiterhin wurden mit dem ‚Volk‘ in Volksherrschaft je nach demokratietheoretischer Tradition und historischem Kontext höchst unterschiedliche sozioökonomische, ethnische und geschlechtsspezifische Gruppen innerhalb eines politischen Systems bezeichnet. Die Zusammenfassung sämtlicher Staatsangehöriger beider Geschlechter ab einem bestimmten Alter als demokratischer Souverän ist dabei ein Phänomen der jüngsten Demokratiegeschichte und fand mehrheitlich erst im Laufe des späteren 20. Jahrhunderts statt.

Während die Frage, wer genau den Demos bilde, heute weitgehend geklärt ist und das politisch souveräne Volk in aller Regel sämtliche Staatsangehörige mit Erreichen einer gesetzlich verankerten Volljährigkeit, unabhängig von Geschlecht, Einkommen und sozialer Stellung, umfasst, ist die Bedeutung der zweiten Wurzel ‚kratein‘, herrschen, weniger eindeutig zu definieren. Wörtliche Übersetzungen des Begriffs Demokratie als ‚Herrschaft des Volkes‘ und selbst klassische Definition, wie die Abraham Lincolns in der Gettysburg Address, Demokratie sei „government of the people, by the people and for the people“, greifen zu kurz. Zwar verankern alle Demokratietheorien die politische

¹⁴⁶ Vgl. Manfred G. Schmidt, *Demokratietheorien: eine Einführung* (Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2010), 19.

¹⁴⁷ Henning Ottmann, „Liberale, republikanische, deliberative Demokratie“, in *Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls; Festschrift für Heinrich Oberreuter zum 65. Geburtstag*, hg. von Werner J Patzelt, Martin Sebaldt, und Uwe Kranenpohl (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007), 111.

Souveränität notwendigerweise im Volk, so bemerkte etwa Tocqueville über die amerikanische Demokratie, „das Volk beherrscht die politische Welt Amerikas, wie Gott das Universum. Das Volk ist Anfang und Ende aller Dinge; alles geht vom Volke aus, alles in ihm auf.“¹⁴⁸ Doch ist man sich in der Theorie weitgehend einig, dass es „institutioneller und normativer Einschränkungen“ der Herrschaft des Volkes gegen die Tyrannei der Mehrheit bedarf, auch wenn es richtig ist, dass dem „ein gewisser intellektueller Paternalismus zugrunde liegt, der mit der Ergebnisoffenheit der Volkssouveränität schwer verträglich ist.“¹⁴⁹

Eine absolute Herrschaft der Mehrheit ist jedoch nicht nur in der politischen Theorie schwer zu rechtfertigen, auch in der Realität demokratischer Systeme beeinflussen und beschränken weitere Faktoren, wie die Verfassungsordnung, die Judikative, die Exekutivbürokratie, die Funktionslogiken einer globalisierten Marktwirtschaft und vieles mehr die Herrschaft des Volkes.¹⁵⁰ Ein absoluter Souverän kann das Volk daher nur in radikal-demokratischen Utopien sein.

So wandlungsfähig wie der Begriff des Demos in der Geschichte der Demokratie so mannigfaltig ist der Demokratiebegriff selbst. Bereits Aristoteles unterscheidet, wie die Politikwissenschaft vermerkt, verschiedene Formen der Demokratie, unter anderem nach sozioökonomischer Zusammensetzung des Demos und der Reichweite seiner politischen Kompetenzen. Zwar sieht er positive Eigenschaften, etwa, dass die Demokratie die „Weisheit der Vielen“ begünstige sowie relativ guten Schutz vor Bestechung der politisch Verantwortlichen biete, er kommt jedoch zu einem negativen Fazit, da die Demokratie, wie die Tyrannis oder die Oligarchie, auf den Nutzen der Herrschenden ausgerichtet und damit schlecht sei.¹⁵¹

Nach ihrer ersten theoretischen wie praktischen Blütezeit im antiken Griechenland verschwand die Demokratie als Regierungsform wie als Begriff der politischen Theorie für nahezu 2000 Jahre beinahe ganz von der politischen Bühne.¹⁵² Erst mit der Aufklärung erlangte die Demokratie innerhalb der politischen Theorie nach und nach eine positive Konnotation. Erst mit der amerikanischen Revolution begann sie, langsam und

¹⁴⁸ Alexis de Tocqueville, *Über die Demokratie in Amerika* (Stuttgart: Reclam, 1986), 49.

¹⁴⁹ Llanque, „III. Politische Institutionen“, 286.

¹⁵⁰ Schmidt, *Demokratietheorien*, 19.

¹⁵¹ Ebd., 30 ff.

¹⁵² Ebd., 49.

von vielen Rückschlägen geprägt, sich in der westlichen Welt als Regierungsform durchzusetzen.

Dass die Demokratie heute in der westlichen politischen Theorie zwar diskutiert wird, als beste Regierungsform aber weitgehend anerkannt wird und allgemein positiv konnotiert ist, kann als Ergebnis einer „jahrhundertelangen ideengeschichtlichen und politiktheoretischen Entwicklung“ gelten.¹⁵³

Wenig Einigkeit besteht über den Ort des Politischen. Je nach Demokratietheorie wird der Ort des Politischen, also der Ort, an dem die Souveränität des Volkes in direktes oder indirektes politisches Handeln umgesetzt wird, unterschiedlich definiert. Von der Nation, über die bürgerliche Gesellschaft oder Klassen bis hin zur Öffentlichkeit. Die Öffentlichkeit ist dabei in moderneren Theorien der wichtigste Ort des Politischen. Gleichzeitig ist Öffentlichkeit nach Münkler und Llanque „Höhepunkt der Abstraktion“, denn Öffentlichkeit hat weder räumliche noch personale Merkmale, wie territoriale Grenzen oder sozioökonomische Stellung, Öffentlichkeit wird zum „Medium [...] streift alle Merkmale der Personalität ab [...] wird Oberfläche der Kommunikation.“¹⁵⁴ Der Ort des Politischen in der modernen Demokratie existiert also nur noch in der Abstraktion. Die Agora kann nicht mehr betreten, sie muss gedacht werden.

Obwohl es zutreffen mag, dass sich die moderne Politikwissenschaft, zumindest im Westen, immer als „Demokratiewissenschaft“ verstanden hat, die sich „undemokratische Entwicklungen zu denken verbietet“, hat sich auch in der Moderne keineswegs eine vorherrschende Demokratietheorie etabliert.¹⁵⁵ Dies scheint auch nicht möglich, da sich angesichts der Komplexität und Varianz der Ausprägungen existierender demokratischer Systeme keine spezifische Demokratietheorie proklamieren lässt, die „gegenüber allen politischen Realitäten normativ und theoretisch“ bestehen könnte.¹⁵⁶

Darüber hinaus würde eine monistische Demokratietheorie der Natur der Demokratie auch zuwiderlaufen, denn „Demokratie als Staatsidee und Staatsideal [ist] nicht so sehr

¹⁵³ Llanque, „III. Politische Institutionen“, 285.

¹⁵⁴ Ebd., 289.

¹⁵⁵ Michael Greven, „Sind Demokratien reformierbar? Bedarf, Bedingungen und normative Orientierungen für eine Demokratiereform“, in *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, hg. von Claus Offe (Frankfurt a. M.: Campus, 2003), 76.

¹⁵⁶ Ebd.

Prinzip einer etablierten Ordnung und ihrer Apologie als ein Prinzip der Kritik und Reversibilität von Ordnung und Herrschaft [...].¹⁵⁷ Demokratie als Idee wie als Regierungsform impliziert also Varianz und kontinuierlichen Wandel.

Mit Offe lässt sich dennoch ein „Kern an Maßstäben“ der Demokratie, das heißt an in Politikwissenschaft und Politik „unkontroversen Qualitätskriterien“, erkennen; dazu gehören die „Grundsätze der bürgerlichen Freiheit, der politischen Gleichheit und der zugleich effektiven und verantwortlichen Regierung“.¹⁵⁸ Offe zählt auch die staatliche Daseinsvorsorge für die Staatsbürger hinzu, die allerdings weder mit Blick auf die Geschichte der Demokratietheorie noch auf die Geschichte ihrer historischen Praxis als Wesenskern gerechtfertigt ist, sondern vielmehr eine eindeutige Zuschreibung in der, von Offe auch vertretenen, Tradition der sozialen Demokratie darstellt.

Demokratie bedeutet daher etwas Unterschiedliches im Kontext verschiedener sozio-ökonomischer wie ideologischer Traditionslinien und in unterschiedlichen Staaten. Unterschiedliche sozial- und wirtschaftspolitische Traditionen bedingen ein unterschiedliches Verständnis von Demokratie. In der kontinentaleuropäischen Tradition etwa ist ein „starker Staat“ nicht nur positiv konnotiert, sondern wird auch als Voraussetzung für die Durchsetzung einer demokratischen Gesellschaftsordnung gesehen, da die „materiellen Ergebnisse von Politik“ hier Vorrang haben vor der individuellen politischen Beteiligung der Bürger, wie sie in der US-amerikanischen Tradition betont wird.¹⁵⁹

Begriff und Lebenswirklichkeit von Demokratie im weitesten Sinne, als Oberbegriff für die politische Verfasstheit einer Gesellschaft, korrelieren mit sozialen, kulturellen, politischen, ökonomischen und rechtlichen Veränderungen. Ein einheitliches Verständnis von Demokratie findet sich nicht einmal innerhalb zweifelsfrei als Demokratien zu bezeichnender, sich selbst als Demokratien verstehender und rechtlich als ebensolche verfasster Staaten, wie der Politikwissenschaftler Manfred G. Schmidt betont. Das Verständnis des Begriffs Demokratie variiert mit der politischen Ideologie seiner Vertreter.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Peter Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. II (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2004), Rn. 41.

¹⁵⁸ Offe, „Einleitung: Reformbedarf und Reformoptionen der Demokratie“, 11.

¹⁵⁹ Schmidt, *Demokratietheorien*, 456.

¹⁶⁰ Ebd., 455.

Entzauberung und multiple Demokratie

Zur Komplexität der Demokratie trägt weiterhin bei, dass auch ihre theoretische Entwicklung scheinbar nie an Momentum verliert. Nach Klaus von Beyme etwa lassen sich die politikwissenschaftlichen Reformbemühungen in vier grobe Theorieströmungen einteilen: Prozessorientierte Ansätze, die ihren Fokus auf Inputprozesse legen; Ansätze, welche die institutionellen Arrangements der Demokratie in den Vordergrund stellen; Policyansätze, die auf den Output demokratischer Systeme fokussieren sowie normative, oft deliberative, Ansätze, die Fragen nach den Vorstellungen von Gerechtigkeit und Gemeinwohl zu beantworten suchen.¹⁶¹

Der Historiker Paul Nolte sieht ebenfalls eine „Konfliktlinie zwischen ‚prozeduralistischen‘ [... und] ‚substantialistischen‘“ Auffassungen von Demokratie, die auf die Frage hinauslaufe, ob Demokratie vor allem Prozesse und Institutionen zur Verabschiedung für die Allgemeinheit gültiger Entscheidungen bedeute, wie in der repräsentativen Demokratietradition, oder ob Demokratie ein sich vom Politischen bis ins Private erstreckendes „allgemeines Lebensprinzip“ sei.¹⁶²

Wie für Offe kann es auch für Nolte keinen einheitlichen Demokratiebegriff geben, der das politische System und die demokratischen Partizipationsformen seiner Bürger gleichermaßen umfasst, denn die Demokratie „franzt aus“, sie ist multipel geworden.¹⁶³ Dass Deutschland noch immer eine repräsentativ verfasste Demokratie ist, steht für Nolte außer Frage, aber er unterscheidet zwischen „Verfassungsdemokratie“ und dem, was er als „außerkonstitutionelle Demokratie“ bezeichnet.¹⁶⁴ Erstere bedeutet die Verfasstheit des politischen Systems, in Deutschland also die Ordnung der Demokratie nach dem Grundgesetz, Letztere ist die Summe der Überlagerungen der Verfassungsdemokratie. Zu diesen Überlagerungen gehörten transnationale Verflechtungen, wie die Mitgliedschaft in der Europäischen Union; neue Formen zivilgesellschaftlicher Beteiligung, die im Widerspruch zur Pfadabhängigkeit bestehender demokratischer Systeme stehen, von „Konsumbürgern“, die qua Kaufentscheidung im weitesten Sinne politisches Bewusst-

¹⁶¹ Klaus von Beyme, „Demokratiereform als Reform der parlamentarischen Parteiendemokratie“, in *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, hg. von Claus Offe (Frankfurt a. M.: Campus, 2003), 28.

¹⁶² Paul Nolte, „Von der repräsentativen zur multiplen Demokratie“, *Aus Politik und Zeitgeschichte* 1–2 (2011): 12.

¹⁶³ Paul Nolte, *Was ist Demokratie? Geschichte und Gegenwart* (München: C.H. Beck, 2012), 22.

¹⁶⁴ Ebd., 423.

sein und politische Meinungen zum Ausdruck bringen über NGOs, bis hin zu Bürgerinitiativen, die staatliches Handeln beobachten, kritisieren und teils Widerstand leisten; und schließlich die Veränderungen der öffentlichen Kommunikation durch die Verbreitung des Internets.¹⁶⁵

Der Begriff der multiplen Demokratie lässt sich allerdings auch als Bestätigung des Fazits von Schmidt interpretieren, dass Demokratie sozusagen ideologische Ansichtssache sei. Einerseits ist Demokratie als Regierungsform heute verbreiteter denn je.¹⁶⁶ Die Demokratie scheint weltweit auf dem Siegeszug. Andererseits ist gerade in den etablierten Demokratien des Westens keine bequeme Zufriedenheit mit der Demokratie zu spüren. Vielfach ist in akademischen und medialen Diskussionen von einer Krise, ja vom Ende der Demokratie die Rede.

„Post-Demokratie“ ist der Begriff, den der englische Politikwissenschaftler Colin Crouch dafür geprägt hat. Nach Crouch erhält die Post-Demokratie regelkonforme demokratische Institutionen, wird aber in ihren Verfahren immer mehr durch den „Einfluß privilegierter Eliten geprägt“.¹⁶⁷ Crouchs Kritik am Zustand der Demokratie ist letztlich eine vernichtende Abrechnung mit einem seiner Ansicht nach übermächtigen Neoliberalismus und ein Plädoyer für einen starken Sozialstaat.¹⁶⁸ Crouch steht mit seiner Kritik allerdings nicht allein. In der deutschen Politik- und Kommunikationswissenschaft sehen etwa Leggewie und Bieber ebenfalls eine Krise liberaler Demokratien, geprägt von „Frustration“ der interessierten und „Entfremdung“ der uninteressierten Bürger.¹⁶⁹ Andere Stimmen sprechen von „Verlust des Vertrauens vor allem in die etablierten Akteure des intermediären Systems [wie Parteien], inzwischen aber auch in die demokratischen Institutionen des Staates [...]“.¹⁷⁰ Jürgen Habermas beobachtete bereits Mitte der 1990er Jahre ein Hinterfragen der etablierten Demokratien und ihrer Institutionen sowie Forde-

¹⁶⁵ Ebd., 418 ff.

¹⁶⁶ Es gibt eine Reihe von Demokratieindizes, die die Verbreitung von Demokratie messen. Zu den verbreitetsten gehören die jährlichen Freedom Reports der NRO Freedom House. S. Freedom Status, 1972–2011 Freedom House, *Freedom in the World 2012*, 2012, 28; Vgl. ebenso Colin Crouch, *Postdemokratie* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2008), 7.

¹⁶⁷ Crouch, *Postdemokratie*, 13.

¹⁶⁸ Vgl. etwa ebd., 30.

¹⁶⁹ Leggewie und Bieber, „Demokratie 2.0. Wie tragen neue Medien zur demokratischen Erneuerung bei?“, 124.

¹⁷⁰ Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 272.

rungen nach mehr direkter Demokratie.¹⁷¹ Manuel Castells sieht ebenfalls ein gesteigertes Bedürfnis nach politischer Partizipation, das in Diskrepanz zu einem schwindenden Vertrauen in demokratisch verfasste politische Systeme stehe.¹⁷²

Ob man sich angesichts nicht zu leugnender Symptome bereits in post-demokratischen Zeiten wähnt, oder eben in einer multiple gewordenen Demokratie, ist letzten Endes eine Frage der politischen Überzeugungen. Für einen generalisierten Krisenbefund spricht mit Blick auf die Geschichte der Demokratie allerdings wenig. Die Demokratie befindet sich nicht in einer Krise, sondern vielmehr in einem dauerhaften Entwicklungsprozess, der sich mal mehr, mal weniger disruptiv äußert. Die Entwicklungsdynamik der Demokratie lässt sich kaum leugnen. Entwicklung scheint vielmehr zum Wesen der Demokratie zu gehören. Dies schließt auch Selbstzweifel mit ein, die seit Beginn der modernen Demokratie im späten 18. Jahrhundert zu ihrer Entwicklung gehören. „Seit den Anfängen der modernen Demokratie im 18. Jahrhundert, vielleicht sogar schon seit der klassischen Demokratie Athens [...] haben sich Erfüllung, Suche und Krise ständig überlappt und ineinander verflochten.“¹⁷³ Demokratie war also nie statisch. So wie sich die Zusammensetzung des Volkes und die Form seiner Herrschaft im Laufe der Zeit verändert haben, so verändern sich auch die politische Kultur und das Verständnis von Demokratie. Deutschland ist dafür nach Nolte ein geeignetes Beispiel. Hier wurden die aus der Gegenkultur der 1960er Jahre hervorgegangenen, anfangs systemablehnenden Kräfte der Neuen Sozialen Bewegungen in das bestehende liberal-repräsentative System integriert, etwa in Form der Partei die Grünen.¹⁷⁴

Von einer Krise der Demokratie oder gar post-demokratischen Zeiten zu sprechen, ist daher nicht gerechtfertigt. Passender ist ein Begriff, den Offe aus der spanischsprachigen Politikwissenschaft übernommen hat: „Desencanto“, Entzauberung.¹⁷⁵ Denn gemessen an Anspruch und Verheißungspotenzial der Demokratie im Zeitalter der großen Revolutionen scheint Demokratie heute, zumindest in den etablierten Demokratien, tatsächlich entzaubert. Diese Entzauberung muss aber keineswegs als Krisenbefund interpretiert werden, vielmehr kann sie dazu führen, Demokratie nüchtern zu betrachten und nicht mit utopischen Erwartungen zu überfrachten.

¹⁷¹ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 13.

¹⁷² Castells, *Communication Power*, 295.

¹⁷³ Nolte, *Was ist Demokratie?*, 16.

¹⁷⁴ Nolte, „Von der repräsentativen zur multiplen Demokratie“, 9.

¹⁷⁵ Offe, „Einleitung: Reformbedarf und Reformoptionen der Demokratie“, 10.

4.2 Drei Traditionslinien der Demokratie

Wie die vorangegangene Diskussion deutlich gemacht hat, ist die Ideengeschichte der Demokratie zu reich, als dass sie im Rahmen der vorliegenden Arbeit umfassend dargestellt werden könnte. Stattdessen sollen drei Traditionen der Demokratietheorie herausgegriffen werden: die liberale, die republikanische und die deliberative. Anhand dieser können dann im nachfolgenden Kapitel die Einflüsse verschiedener demokratietheoretischer Traditionen auf die Bewertungen des Internets aufgezeigt und somit die zweite Leitfrage beantwortet werden.

Wichtig ist dabei anzumerken, dass es sich nur um Traditionslinien handelt, aus denen heraus wiederum viele verschiedene konkrete Demokratietheorien entwickelt wurden. Wenn also im weiteren Verlauf dieser Arbeit beispielsweise von ‚der deliberativen Demokratie‘ oder ‚liberaler Demokratie‘ die Rede ist, wird damit keineswegs eine einheitliche Demokratietheorie bezeichnet, sondern eine ideengeschichtliche demokratietheoretische Traditionslinie.

Das Herausgreifen gerade dieser drei Modelle hat zwingende Gründe: Die republikanische, aber insbesondere die deliberative Tradition sind für die Debatten um den Nexus von Demokratie und Internet am bedeutendsten, auch wenn viele Beiträge ihre ideengeschichtlichen Anleihen nicht kenntlich machen. Der amerikanische Politikwissenschaftler Matthew Hindman spricht sogar von einem „deliberative turn“ der Forschung zum Nexus Demokratie und Internet.¹⁷⁶ Die liberale Tradition wiederum hat das Grundgesetz nachhaltig geprägt, wie Kapitel 6 zeigen wird.

Nach Habermas sind diese drei Modelle darüber hinaus die drei Idealtypen demokratischer Theorie, die sich anhand der „Konzepte des Staatsbürgers“, ihrem „Begriff des Rechts“ und der „Natur des politischen Prozesses“ unterscheiden lassen.¹⁷⁷ Sie unter-

¹⁷⁶ Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, 7; vgl. auch Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 73 ff.

¹⁷⁷ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 13 ff.

scheiden sich ferner aufgrund ihrer jeweils spezifischen „Verbindung von demokratischer Kultur, öffentlicher Kommunikation und politischen Partizipationschancen.“¹⁷⁸

An dieser Stelle soll allerdings keine Auseinandersetzung mit den Stärken und Schwächen liberaler, republikanischer und deliberativer Modelle folgen. Sie sind, wie vielleicht alle existierenden Modelle der Demokratie, nicht frei von Fehlern.¹⁷⁹ Stattdessen beschränkt sich der Überblick der drei Idealtypen auf ihre Ursprünge, ihre Konzepte des Bürgers, die Leistung des politischen Systems und insbesondere auf die Bedeutung der politischen Kommunikation.

Liberaler Demokratie

Die wohl wirkmächtigste Tradition demokratischer Theorie ist die liberale. Der Liberalismus ist eine Theorie der Moderne. Auf die unterschiedlichen Spielarten des Liberalismus kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Stattdessen sollen wesentliche Grundmerkmale herausgestellt werden: Freiheit und Selbstbestimmung des Individuums sind stets Ausgangspunkt liberaler Theorie. Als politische Theorie ist der Liberalismus daher vom „methodologischen Individualismus“ geprägt.¹⁸⁰ Eigentlich ist liberale Demokratie somit beinahe ein Oxymoron, da „sich der Liberalismus um das Individuum dreht und die Demokratie um die Gesellschaft.“¹⁸¹ So stand für die Gründerväter des Liberalismus, wie Locke oder Kant, auch nicht die Demokratie im Vordergrund. Sie stellten vielmehr die Frage, wie die „dem Menschen naturgegebene Freiheit [...] mit Herrschaft vereinbart werden kann“ und antworteten darauf mit dem Kontraktualismus oder, wie Kant, indem sie Herrschaft und Vernunft verknüpften, indem also Regierung letztlich als Selbstherrschaft oder „Selbstgesetzgebung“ begründet wird.¹⁸²

¹⁷⁸ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 74.

¹⁷⁹ Zur Unzulänglichkeit existierender Demokratiemodelle vgl. Held, *Models of Democracy*, 259.

¹⁸⁰ Gary S. Schaal und Felix Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne* (Opladen [u.a.]: Budrich, 2009), 47.

¹⁸¹ Sartori, *Demokratiethorie*, 375.

¹⁸² Heidrun Abromeit, *Wozu braucht man Demokratie? Die postnationale Herausforderung der Demokratiethorie* (Opladen: Leske + Budrich, 2002), 73 f., 77.

Wie der Liberalismus allgemein vom Individuum ausgeht, gründen liberale Demokratiemodelle auf einer Konzeption des Bürgers als freies Individuum. Dementsprechend ist der Freiheitsbegriff im Liberalismus ein negativer, der auf die Sicherung der Freiheit des Bürgers gegenüber dem Staat abzielt.¹⁸³ Im Liberalismus ist es sozusagen ‚Freiheit von‘, die ‚Freiheit zu‘ erst möglich macht. Staat und Individuum stehen sich in gewissem Sinne antagonistisch gegenüber, wobei das Individuum naturgemäß die schwächere Ausgangsposition einnimmt und vor unverhältnismäßigen Beschränkungen durch den Staat geschützt werden muss. Freiheit ist für die liberale Demokratie unabdingbar.¹⁸⁴ Seine unveräußerlichen Freiheitsrechte gewähren dem Bürger „einen Optionsspielraum“.¹⁸⁵ Innerhalb dieses Raumes kann er tun und lassen, was er will, solange er die Rechte anderer nicht verletzt. Die Bürger begegnen sich demnach auch nicht als Gemeinschaft, sondern als freie Individuen. Zwischen ihnen bestehen vor allem Rechtsbeziehungen. Damit wird das Recht zur zentralen Steuerungs- und Vermittlungsinstanz der Gesellschaft.¹⁸⁶

Die liberale Demokratie kennt weder ein a priori existierendes übergeordnetes Allgemeinwohl noch einen allgemeinen Volkswillen, sondern eine Vielzahl von legitimen Partikularinteressen. Das institutionelle Gefüge einer liberalen Demokratie muss Interessenpluralismus und seine Übersetzung in politisches Handeln ermöglichen. Verschiedenartige Interessen sollen nicht integriert, also in eins aufgelöst werden, sondern müssen im politischen Wettbewerb erhalten und kenntlich bleiben.¹⁸⁷ Liberale Demokratie fordert also nicht notwendigerweise Konsens, sondern vielmehr den Ausgleich verschiedener, teils widerstreitender Interessen im demokratischen Prozess. Liberale Demokratie ist damit nicht substanzialistisch, sondern prozeduralistisch.¹⁸⁸

Der politische Prozess ist ein Kampf um politische Macht, der Privatinteressen aggregieren soll und der marktartig organisiert ist.¹⁸⁹ Nach Habermas verzichtet das liberale Demokratiemodell auf die „unrealistische Annahme einer kollektiv handlungsfähigen Bürgerschaft“, zwar ist das Volk der Souverän, aber die politische Beteiligung der Bürger beschränkt sich im Wesentlichen auf Wahlen, die alltägliche Ausübung von

¹⁸³ Ottmann, „Liberale, republikanische, deliberative Demokratie“, 106.

¹⁸⁴ Sartori, *Demokratietheorie*, 356.

¹⁸⁵ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 13.

¹⁸⁶ Vgl. Schaal und Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*, 48.

¹⁸⁷ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 74 f.

¹⁸⁸ Schaal und Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*, 56.

¹⁸⁹ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 16.

Staatsgewalt liegt in der Hand von Repräsentanten.¹⁹⁰ Wie mit Ralph Dahrendorf einer der bedeutenden Liberalen des letzten Jahrhunderts betont, gehört zur politischen Freiheit der liberalen Demokratie auch das Recht auf „Nichtteilnahme“ am politischen Prozess, das in begrenztem Umfang sogar ein Desideratum darstellt und Ausdruck einer liberalen, das heißt freien Gesellschaft ist.¹⁹¹

Die Öffentlichkeit dient in der liberalen Demokratie als Resonanzboden der Vielzahl von sich teils widersprechenden Interessen sowie der Gewährleistung von Publizität im politischen Prozess.¹⁹² Die Leistung politischer Kommunikation besteht erstens darin, dem Bürger einen Überblick über die verschiedenen Interessen zu verschaffen, auf den er seine Wahlentscheidungen gründen kann, sowie zweitens für die Rückkoppelung zwischen politischem System und den Interessen der Bürger zu sorgen.¹⁹³ Liberale Demokratietheorie impliziert daher einen rationalen Interessenabgleich seitens des Bürgers. Affektive Entscheidungszusammenhänge werden ebenso wenig berücksichtigt wie die Persuasionsleistungen der politischen Repräsentanten. Politischer Kommunikation wird Rationalität oder zumindest die rationale Argumentation genauso unterstellt wie der politischen Präferenzbildung und Entscheidungsfindung des Bürgers. Die oftmals der Werbung entlehnten Methoden der modernen politischen Kommunikation, die auf affektive Persuasion abstellen, sind nach der klassisch liberalen Theorie im politischen Prozess nicht vorgesehen.

Republikanische Demokratie

Der Republikanismus als politische Theorie kennt viele Varianten, von denen nicht alle demokratisch sein müssen. Die Grundidee ist die politische Beteiligung aller Elemente der Republik. Ideengeschichtlich kann Aristoteles *Nikomachische Ethik* als Ausgangspunkt gelten, in der Renaissance, vor allem in den italienischen Stadtstaaten,

¹⁹⁰ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 361 ff.

¹⁹¹ Ralph Dahrendorf, „Aktive und passive Öffentlichkeit“, *Merkur* 12 (1967): 1114.

¹⁹² Martinsen, „Öffentlichkeit in der ‚Mediendemokratie‘ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien“, 46 ff.

¹⁹³ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 75; Schaal und Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*, 53.

und einige Jahrhunderte später in der amerikanischen Revolution erlangte der Republikanismus große politische Bedeutung.¹⁹⁴

Im Gegensatz zum Liberalismus geht der Republikanismus vom „methodologischen Holismus“ aus, er betrachtet den Menschen als Zoon politikon im Sinne beider möglicher Bedeutungen, also als gemeinschaftliches, aber auch als politisches Wesen.¹⁹⁵ Der Freiheitsbegriff ist damit ein positiver, es ist die Freiheit zur Teilhabe am politischen Gemeinwesen, zur Regierung „durch das Volk“.¹⁹⁶ Die Bürger besitzen allerdings nicht lediglich die Freiheit zur Beteiligung, sondern vielmehr die Pflicht, denn erst in ihrer Rolle als politisch verantwortliche Bürger, als Citoyens, erfüllen sich die Menschen und werden zu „Subjekten einer Gemeinschaft von Freien und Gleichen.“¹⁹⁷ In klassischer Weise hat dies de Tocqueville in *Über die Demokratie in Amerika* zum Ausdruck gebracht, indem er zwischen den Bürgern der USA unterscheidet, die vom „Gemeindegeist“ durchdrungen seien und den „Verwalteten“, also Menschen ohne Gemeindegeist, in Europa.¹⁹⁸ Nur wo Gemeindegeist herrsche und der Anteil der staatlichen Verwaltung beschränkt sei, regiere sich das Volk wirklich selbst und gelte: „Das Volk ist Anfang und Ende aller Dinge; alles geht vom Volk aus, alles in ihm auf.“¹⁹⁹

Aus dem methodologischen Holismus ergibt sich folgerichtig eine Idee des Gemeinwohls als „Konvergenz des Willens aller Staatsbürger“ und damit ein eher substanzialistisches Demokratieverständnis.²⁰⁰ Der Republikanismus postuliert also nicht den Widerstreit einer Vielzahl gleichwertiger Partikularinteressen, wie der Liberalismus, sondern die Erreichbarkeit eines Gemeinwillens aller, im Sinne von Rousseaus *volonté générale*.

Gleichzeitig ist nach Habermas der Prozess der Herstellung von Konvergenz ebenfalls von grundlegender Bedeutung, da er identitäts- und gemeinschaftsbildend wirkt, er ist „das Medium über das sich die Gesellschaft als ein politisch verfasstes Ganzes konstituiert.“²⁰¹ Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation sind daher im

¹⁹⁴ „Republicanism“ in Paul B. C. Clarke und Joe Foweraker, Hrsg., *Encyclopedia of Democratic Thought* (London [u.a.]: Routledge, 2001).

¹⁹⁵ Schaal und Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*, 55.

¹⁹⁶ Ottmann, „Liberale, republikanische, deliberative Demokratie“, 106.

¹⁹⁷ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 14.

¹⁹⁸ Tocqueville, *Über die Demokratie in Amerika*, 59.

¹⁹⁹ Ebd., 49.

²⁰⁰ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 76; Schaal und Heidenreich, *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*, 56.

²⁰¹ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 360.

Republikanismus von enormer Bedeutung. Sie sind konstitutiv für die Demokratie, da sie die Macht des Staats begründen.²⁰² Die demokratische Staatsgewalt an sich beruht auf der von den Staatsbürgern „kommunikativ erzeugten Macht [...], die in Gestalt von diskursiv gebildeten Mehrheitsmeinungen aus der politischen Kommunikation hervorgeht.“²⁰³

Der kommunikativ erzeugten Macht steht die „administrative Macht“ des Staatsapparats gegenüber.²⁰⁴ Im Idealfall ist diese jedoch wirklich nur administrativ und überlässt politische Entscheidungen den Bürgern. Wie im klassischen Liberalismus wird die Persuasionsleistung politischer Akteure nicht berücksichtigt, da sie gar nicht stattfinden darf, denn das Politische ist die Domäne der Bürger.

Deliberative Demokratie

Deliberative Demokratie ist ein Produkt des späten 20. Jahrhunderts. Die geistesgeschichtlichen Ursprünge deliberativer Demokratie lassen sich bis in die Antike, genauer auf den aristotelischen „Begriff des Politischen als Verständigungsprozess“ zurückführen.²⁰⁵ Zum ersten Mal gebraucht wurde der Begriff vom amerikanischen Politikwissenschaftler Joseph Bessette.²⁰⁶ Als bedeutendster Vertreter deliberativer Demokratietheorie gilt jedoch, nicht nur in Deutschland, Jürgen Habermas.²⁰⁷

Habermas Diskurstheorie hat nichts Geringeres zum Ziel als die Ermöglichung des Primats der Vernunft unter den Bedingungen der Moderne. Er möchte eine empirisch wie normativ gehaltvolle Theorie der Vernunft entwickeln. Der Vernunftglauben der Aufklärung sei spätestens nach den Schrecken des 20. Jahrhunderts erloschen, „um so mehr bleibt aber die Moderne [...] auf eine prozedurale [...] Vernunft angewiesen.“²⁰⁸

²⁰² Kurt Imhof, Roger Blum, und Heinz Bonfadelli, Hrsg., *Demokratie in der Mediengesellschaft* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 10 ff.

²⁰³ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 14.

²⁰⁴ Ebd.

²⁰⁵ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 78; Ottmann, „Liberales, republikanisches, deliberatives Demokratie“, 104.

²⁰⁶ Held, *Models of Democracy*, 232.

²⁰⁷ „Deliberative Democracy“ in Clarke und Foweraker, *Encyclopedia of Democratic Thought*.

²⁰⁸ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 11.

Deliberative Demokratie rückt im Sinne von Habermas Diskurstheorie den „politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess in den Mittelpunkt.“²⁰⁹ Deliberative Demokratie bedient sich sowohl bei der liberalen wie bei der republikanischen Tradition, kompiliert die Elemente jedoch anders als die beiden klassischen Formen.²¹⁰ Republikanisch ist vor allem die Idee, dass grundsätzlich alle Bürger an der politischen Realisierung des Gemeinwesens partizipieren und damit zum Gemeinwohl beitragen können. Liberal ist insbesondere die Überzeugung, dass der Schutz der persönlichen Freiheiten der Bürger gewährleistet sein muss.²¹¹ Hierbei spielt insbesondere das Recht eine zentrale Rolle, denn es ermöglicht erst die Institutionalisierung der komplexen Kommunikation, derer die deliberative Demokratie bedarf.²¹²

Der Bürger spielt in der deliberativen Demokratie eine konzeptionell wenig bedeutende Rolle. Auf die als politische Gemeinschaft handelnde Gesamtheit der Bürger kann die deliberative Demokratie verzichten, sie setzt dagegen auf die „Institutionalisierung“ von diskursiven Verfahren der Meinungs- und Willensbildung.²¹³ Letztlich hat die deliberative Demokratie also die Institutionalisierung der Vernunft im politischen Prozess zum Ziel. Dorthin gelangt sie durch die Aufhebung der strikten Trennung von kommunikativ erzeugter politischer und institutionalisierter Staatlichkeit innewohnender administrativer Macht. Die Übersetzung Ersterer in Letztere kann nämlich rational erfolgen. Darin liegt die herausgehobene Bedeutung von politischer Kommunikation begründet. Denn die Diskurstheorie geht von einer „höherstufigen Intersubjektivität von Verständigungsprozessen“ aus, die sich etwa in parlamentarischen oder politöffentlichen Diskussionen manifestiert und „mehr oder weniger rationale Meinungs- und Willensbildung“ erlaubt.²¹⁴ Politische Kommunikation dient also nicht nur der Darstellung verschiedener Interessen und Positionen, sondern muss die komplexen Prozesse der diskursiven Rationalitätsfindung ermöglichen.

Der Öffentlichkeit und der Responsivität des politischen Systems kommen enorme Bedeutung zu. Die Öffentlichkeit ist für Habermas die „intermediäre Struktur, die zwischen dem politischen System einerseits, den privaten Sektoren der Lebenswelt und

²⁰⁹ Ebd., 361.

²¹⁰ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 22.

²¹¹ Nolte, *Was ist Demokratie?*, 396 f.

²¹² Habermas, *Faktizität und Geltung*, 361.

²¹³ Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 22.

²¹⁴ Ebd.

funktional spezifizierten Handlungssystemen andererseits vermittelt.“²¹⁵ Die politische Öffentlichkeit ist ein „wilder Komplex“ mit „anarchischen Strukturen“, oder auch ein „Entdeckungszusammenhang“, der dem „auf kollektiv bindende Entscheidungen spezialisierten Teilsystem“ Politik Problemlagen und Lösungsvorschläge aufzeigt, gelegentlich auch die Agenda vorschreibt.²¹⁶ Es ist die Kommunikation zwischen dem politischen System und der Öffentlichkeit, die die Übersetzung von kommunikativ erzeugter Macht als Ausdruck der Souveränität des Volkes in administrative, also praktisch anwendbare Macht ermöglicht.²¹⁷

Den Diskursteilnehmern werden zwar unterschiedliche Interessen zugestanden, gleichzeitig werden an sie höchste Ansprüche angelegt, denn für die Rationalität der politischen Ergebnisse in der deliberativen Demokratie „bildet das diskursive Niveau der öffentlichen Debatten die wichtigste Variable.“²¹⁸ Mit anderen Worten, die Teilnehmer an vernunftstiftenden Diskursen müssen umfassend informiert und den Argumenten Anderer zugänglich sein.

Sowohl die Möglichkeit nicht rein rational begründeter Ergebnisse politischer Kommunikation wie auch die Rolle von Affekten bei der Meinungs- und Willensbildung werden von der deliberativen Demokratie ebenso wenig beachtet wie von liberaler oder republikanischer.

²¹⁵ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 451.

²¹⁶ Ebd., 373, 435.

²¹⁷ Ebd., 362 f.

²¹⁸ Ebd., 20, 369.

5 Utopien, Dystopien, Empirien – Zur Demokratie im Internetzeitalter

Die Demokratie hat ein „schillerndes Leistungsprofil.“²¹⁹ Es scheint Entwürfe zu ihrer Entwicklung geradezu herauszufordern, sie entsprechen aber auch ihrer Natur, denn Demokratie ist nie fertig, wie das vorangegangene Kapitel gezeigt hat. Auch zur Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter lassen sich viele Vorschläge finden, der Zusammenhang von Demokratie und Internet wird in unterschiedlichen akademischen Disziplinen, insbesondere in Medien-, Kommunikations- und Politikwissenschaft, aber auch in Medien und Politik seit Längerem diskutiert. Anzahl und Komplexität der Modelle zur Reform der Demokratie sind ohnehin kaum noch überschaubar.²²⁰ Die Beiträge zur Demokratie im Internetzeitalter aus verschiedenen Fachdisziplinen tragen nun zu einer weiteren Verschlechterung der Übersichtlichkeit bei.

Da Demokratie jedoch ein vielschichtiger und variabler Begriff ist, stellt sich die Frage, inwiefern Bewertungen der demokratiewirksamen Potenziale des Internets von dem zugrunde liegenden Demokratiebegriff abhängen. Die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter sehen keineswegs durch alle demokratietheoretischen Brillen gleich aus. Die in diesem Zusammenhang wesentlichen Unterschiede zwischen liberaler, republikanischer und deliberativer Tradition liegen in den Stellenwerten, die sie der Partizipation der Bürger zuschreiben, und in den sich daraus ergebenden unterschiedlichen Anforderungen an die politische Kommunikation.

Die Bandbreite der Beiträge reicht heute von Arbeiten eher theoretischer Natur, die deduktiv vorgehen und von allgemeinen Strukturmerkmalen und potenziellen Nutzungsmöglichkeiten des Internets auf Veränderungen der politischen Kommunikation und der Demokratie an sich schließen, bis hin zu rein empirischen Arbeiten, die Veränderungen

²¹⁹ Vgl. Schmidt, *Demokratietheorien*, 494.

²²⁰ Greven, „Sind Demokratien reformierbar? Bedarf, Bedingungen und normative Orientierungen für eine Demokratiereform“, 79.

auf Mikro-, Meso- oder Makroebene beschreiben.²²¹ Insbesondere die politische Kommunikation der Bürger hat im Sinne möglicher Rekonfigurationen von Öffentlichkeit im Internet viel Beachtung erfahren, aber auch die Angebotsseite wird betrachtet. Etwas überspitzt lassen sich die Beiträge zum Nexus Internet und Demokratie in Utopien, Dystopien und Empirien unterteilen.

Anhand dieser Unterteilung sollen nachfolgend unterschiedliche Entwürfe und Vorschläge zur Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter vorgestellt werden, die sich grob einer der drei vorgestellten demokratiethoretischen Traditionslinien zuordnen oder zuordnen lassen. Der Blick geht dabei über Deutschland hinaus, da die Debatte in der angelsächsischen Literatur intensiver geführt wird.

Ein vollständiger Überblick ist aufgrund der Vielzahl der Arbeiten zu diesem Thema nicht möglich und für die Zwecke dieser Arbeit auch nicht notwendig. Stattdessen soll ein Überblick über das Spektrum möglicher Beiträge gegeben und dabei herausgearbeitet werden, wie die expliziten beziehungsweise impliziten demokratiethoretischen Bezüge dieser Ansätze die Bewertungen der Effekte des Internets auf die Demokratie beeinflussen. Der Schwerpunkt liegt auf Utopien der deliberativen und republikanischen Tradition, da die meisten Arbeiten in diesen Traditionen stehen.

Vergleichbar weitgehende in der liberalen Tradition stehende Entwürfe sind schwer vorstellbar. Dies liegt vor allem daran, dass der liberale „Optionsspielraum“²²² des Einzelnen der Idee, dass Massen von Bürgern online partizipieren, nicht gerade förderlich ist. Auch ist die liberale Tradition deutlich besser mit der Vorstellung vereinbar, dass viele, vielleicht sogar die Mehrheit der Bürger sich in der Regel nicht politisch beteiligen, als die deliberative und insbesondere als die republikanische. So stellt etwa Dahrendorf in seinem berühmten Aufsatz *Aktive und passive Öffentlichkeit* fest:

„Je strenger eine moderne Gesellschaft die fundamentaldemokratische Verpflichtung [... zur Partizipation Aller] versteht, desto sicherer wird sie das Ziel verfehlen, das sie sich stellt: den Menschen in ihr die Freiheit einer offenen Gesellschaft zu garantieren.“²²³

Dennoch kann man sich auch aus liberal-repräsentativer Perspektive mit der Entwicklung der Demokratien im Internetzeitalter beschäftigen, und sowohl zu negativen als

²²¹ Eine ähnliche Unterteilung nehmen vor: Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 19 ff.

²²² Habermas, „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“, 13. Vgl. Kapitel 4.

²²³ Dahrendorf, „Aktive und passive Öffentlichkeit“, 1112.

auch zu positiven Einschätzungen gelangen. Die Auswirkungen der liberalen Demokratietradition auf die Bewertung der Effekte der Netzwerkmedien werden zudem anhand der grundgesetzlichen Demokratie in den nachfolgenden Kapiteln deutlich.

Die logischen und praktischen Schwachstellen der vorgestellten Ansätze, die zum Teil umfassend kritisiert werden können, werden nachfolgend weitgehend außer Acht gelassen. Die Beispiele werden angeführt, weil sich an ihnen besonders gut die Konsequenzen unterschiedlicher demokratiethoretischer Traditionen für die Bewertung der Demokratisierungspotenziale des Internets aufzeigen lassen. Sie zeigen, dass man eben nicht von ‚dem Demokratiepotenzial des Internets‘ sprechen oder einfach von einem Mehr an Kommunikationsoptionen auf eine Verbesserung der Demokratie schließen sollte, sondern dass stets der Bezug auf eine konkrete Vorstellung von Demokratie nötig ist, da dieselben Entwicklungen zu unterschiedlichen Bewertungen führen können, je nachdem, welche demokratiethoretische Tradition zugrunde liegt.

5.1 Utopien

Nach dem Duden ist eine Utopie ein „Wunschbild“, eine „Idee, Vorstellung ohne reale Grundlage“, dabei sind Utopien nicht unbedingt auf die Zukunft gerichtet, sondern werden genährt von der Unzufriedenheit mit der Gegenwart.²²⁴ Dementsprechend geht es bei den als Utopien zu bezeichnenden Arbeiten im Kern um eine ‚Verbesserung‘ der Demokratie als Antwort auf ihre tatsächlichen oder vermeintlichen Mängel. Als entsprechende Verbesserungen angesehen werden etwa stärkere Einbindung der Bürger in das politische System, insbesondere durch verstärkte Information und Deliberation zu politischen Themen, oder mehr direkte internetbasierte Partizipation der Bürger.

Al Gores in der Einleitung zitierte Vision eines digitalen Athens kann als Sinnbild für die utopischen Einschätzungen der Möglichkeiten des Internets gelten. Diese gibt es auch heute noch. Zu ähnlich positiven Einschätzungen kommen beispielsweise die Initiatoren des eDemocracy Manifests *Rebooting America*, das viele namhafte US-Autoren aus Wissenschaft und Medien vereint: “Our future does not have to be a continuation of the past or the present. We can create a new and better course, we just need to imagine it first.”²²⁵ Ein ähnlich betiteltes deutsches Projekt verkündet ebenfalls Euphorisches.²²⁶

Zunächst sollen utopische Szenarien vorgestellt werden, die sich der deliberativen Tradition zuordnen oder zuordnen lassen. Danach werden republikanische Utopien vorgestellt. Die Ziele sind in beiden Fällen utopisch, die positiven Einschätzungen der Entwicklungsmöglichkeiten der Demokratie im Internetzeitalter unterscheiden sich aber deutlich.

²²⁴ Vgl. Bernstein Richard J, „Democratic Hope“, *The Hedgehog Review* 10, Nr. 1 (2008): 38; zit. nach Margolis und Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy*.

²²⁵ Personal Democracy Forum, Hrsg., *Rebooting America. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (New York: Personal Democracy Press, 2008), 4.

²²⁶ Hendrik Heuermann und Ulrike Reinhard, Hrsg., *Reboot_D Digitale Demokratie - Alles auf Anfang* (Neckarhausen: whois verlags- & vertriebsgesellschaft, 2009), 6.

Deliberative Utopien

Utopien in der deliberativen Tradition gehen explizit oder implizit von einem Strukturwandel der Öffentlichkeit aus, der sich unmittelbar auf das politische System auswirkt. Wie in Kapitel 3 ausgeführt, ist das Netzwerkmediensystem in der Theorie tatsächlich in der Lage die technische Infrastruktur für deliberative Prozesse mit massenhafter Beteiligung bereitzustellen. Aus diesen technischen Möglichkeiten werden weitreichende Schlussfolgerungen abgeleitet.

Beispielhaft dafür ist *The Wealth of Networks* des bereits angeführten Yochai Benkler, das aus ökonomischer Perspektive eine Theorie über die demokratisierenden Effekte des Internets entwickelt und als einer der prägenden Beiträge der vergangenen Jahre gelten kann. Benkler sieht die Umkehrung der Prozesse am Werk, die Habermas in *Strukturwandel der Öffentlichkeit* anprangerte. Benkler erwähnt Habermas nicht, aber sein Konzept der „networked public sphere“, die dem Internet zu verdanken sei, bedeutet sozusagen eine Entfeudalisierung der Öffentlichkeit und die Wiedergewinnung der Rolle des Citizen für den Einzelnen, insbesondere durch die Möglichkeiten der partizipativen Kommunikation:

„Everyone is free to observe, report, question, and debate, not only in principle, but in actual capability [...] We are witnessing a fundamental change in how individuals can interact with their democracy and experience their role as citizens. Ideal citizens need not be seen purely as trying to inform themselves [...], so that they can vote intelligently. They need not be limited to reading the opinions of opinion makers and judging them in private conversations. [...] They no longer need be consumers and passive spectators. They can become creators and primary subjects.“²²⁷

Selbst aus liberaler Sicht wäre eine Verbesserung der Informationsmöglichkeiten der Bürger zu begrüßen. Obwohl Benkler sich selbst in der liberalen Tradition verortet, folgert er aus den strukturellen Veränderungen öffentlicher Kommunikation dennoch emanzipierende Wirkungen des Internets, die eher im Sinne deliberativer Demokratie wären.²²⁸ Diese sind aber nur aus deliberativer oder republikanischer Sicht zwingend positiv zu bewerten, wie der Blick auf die Arbeiten des Engländers Stephen Coleman

²²⁷ Benkler, *The Wealth of Networks*, 272.

²²⁸ Ebd., 464.

zeigt, der als einer der bedeutendsten politikwissenschaftlichen Experten zum Thema gelten kann.

Colemans umfassendster Beitrag zum Thema ist, gemeinsam mit Jay Blumer, *The Internet und Democratic Citizenship*.²²⁹ Das Szenario, das Coleman und Blumler entwickeln läuft nicht auf die Abschaffung der repräsentativen Demokratie hinaus, auch im Zeitalter der Netzwerkmedien müssten Menschen weiterhin repräsentiert werden, da sie schlechterdings bei allen politischen Entscheidungen anwesend sein können. Die Idee ist in gewissen Sinnen dialektisch, da sie sowohl eine Verbesserung der Anbindung von Repräsentanten und Repräsentierten im Sinn hat und damit Erstere stärken möchte als auch die Präsenz Letzterer im parlamentarischen Prozess verbessern will.²³⁰

Das Ziel ist "mutual recognition", denn das größte Problem zeitgenössischer Demokratie sei „its failure to engender relationships of accountability, empathy and respect between representatives and represented.“²³¹ Demokratie weise heute ein „deliberative deficit“ auf.²³²

Schon die Ausgangsfrage von *The Internet und Democratic Citizenship* ist von ihrer deliberativen Grundierung beeinflusst:

„To what extent should we think of the internet as a potential space for the articulation of a civic democracy? [As a place for] transcending institutional silos by generating debates that cut across established policy areas and seek to include the widest possible range of social actors?“²³³

Die Frage impliziert, dass für eine Demokratie sowohl öffentliche Foren für den politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess als auch größtmögliche Inklusivität dieser Foren wichtig seien. Im Sinne republikanischer Demokratie müsste nach dem Internet als Ort für direkte politische Beteiligung der Bürger gefragt werden, ein reiner Diskussionsort wäre noch keine wirkliche Verbesserung. Im Sinne der liberalen Tradition stellt sich die Frage überhaupt nicht zwingend, vielmehr könnte man danach Fragen, wie das Internet als Marktplatz widerstreitender Interessen zu nutzen sein könnte.

²²⁹ Coleman und Blumler, *The Internet und Democratic Citizenship*.

²³⁰ Stephen Coleman, „Making Parliamentary Democracy Visible. Speaking To, With, and For the Public in the Age of Digital Technology“, in *Routledge Handbook of Internet Politics*, hg. von Andrew Chadwick und Philip N. Howard (London [u.a.]: Routledge, 2009), 96 – 97.

²³¹ Coleman und Blumler, *The Internet und Democratic Citizenship*, 167.

²³² Ebd., 17.

²³³ Ebd., 7.

Zur Behebung des deliberativen Defizits fordern Coleman und Blumler mehr deliberative Elemente im Prozess der demokratischen Willensbildung, denn früher gültige faktische Limitationen deliberativer Prozesse seien dank des Internets überwunden: Die zeitgleiche Präsenz von Massen von Menschen sei digital ohne Weiteres möglich, effektive Deliberation nur eine Frage der richtigen Software. Auf dem Modell bewährter deliberativer Offlineprozesse, wie Jurys, könne online „informed deliberation“ stattfinden.²³⁴

Während die als Grundlage von Deliberation notwendige weite Verfügbarkeit von Informationen dank der Netzwerkmedien bereits gegeben sei, fehlten noch andere Voraussetzungen für kollektive Deliberation.²³⁵ Diese wären insbesondere eine offene Agenda; ausreichend Zeit, um Themen bearbeiten zu können; Freiheit von Manipulation und Zwang; eine regelbasierte Diskussionsstruktur; Raum für Interaktion zwischen den Diskutanten; die Anerkennung von Unterschieden und schließlich die Teilnahme eines repräsentativen Querschnitts der Bevölkerung.²³⁶

Auch bei diesen Forderungen zeigt sich, dass dem Internet keineswegs demokratisierende Potenziale inhärent sind, sondern diese von der demokratiethoretischen Perspektive abhängen. Aus liberaler Sicht scheinen die Forderungen nach der Teilnahme möglichst aller Bürger an politischen Diskussionen abwegig, im Gegenteil, zur liberalen Theorie gehört die Anerkennung des Rechts auf Nicht-Teilnahme am politischen Prozess. Aus der in Kapitel 3 festgestellten großen Verfügbarkeit von Informationen im Internet, die Coleman und Blumler als wichtig einstufen, ergibt sich daher keineswegs zwangsläufig ihre Forderung nach informierter Deliberation.

Coleman und Blumler empfehlen politischen Akteuren, sich gegenüber zivilgesellschaftlichen Onlinediskursen und –netzwerken zu öffnen, denn diese seien „the new loci of active citizenship“, zumindest so lange sie nicht zu „managed debating chambers“ degenerierten, sondern sich sowohl von den kulturell hegemonialen Diskursen abgrenzten, beziehungsweise diese erweiterten und bewusst Raum für Ironie und Skurrilitäten ließen.²³⁷

²³⁴ Ebd., 27 ff.

²³⁵ Michael Gurevitch, Stephen Coleman, und Jay G. Blumler, „Political Communication - Old and New Media Relationships“, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625, Nr. 1 (2009): 178.

²³⁶ Coleman und Blumler, *The Internet and Democratic Citizenship*, 40 – 41.

²³⁷ Ebd., 135, 138.

Politische Onlinekommunikation dürfe aber nicht den Anschein erwecken, dass Alles in Echtzeit an eine virtuelle Gemeinschaft kommuniziert werde. Auch das Internet mache uns nicht zu einer Gemeinschaft, aber es erlaube eben Kommunikation und Kooperation trotz räumlicher und ideologischer Differenzen. Das große mediale Projekt des 20. Jahrhunderts seien Technologien gewesen, mit denen Botschaften und Inhalte ein Massen-Massenpublikum erreichten, das des 21. Jahrhunderts müsse es sein, netzwerkmediale Technologien zu entwickeln beziehungsweise zu verbessern, mit denen man einem Massenpublikum zuhören könne.²³⁸

Um all dies zu realisieren, fordern Coleman und Blumer seit 2001 ein „digital commons“, das heißt ein digitales Allgemeingut, eine Allmende im virtuellen Raum, als Diskussionsforum der deliberativen Demokratie:

„It would be a space in which individuals and groups could campaign to set legislative agendas, parliamentary and council committees could consult with citizens online, government departments and agencies could be held to account by service users, and the most pressing and sensitive questions of the day could be opened up to well-moderated and consequential public deliberation.“²³⁹

Das digital commons müsse frei sein von Eliteneinflüssen und außerhalb sowohl des politischen als auch des Marktsystems liegen. Politische Akteure, Regierung und Öffentlichkeit müssten unablässig in Kontakt stehen, nicht nur sporadisch.²⁴⁰ Verantwortlich für Betrieb und Regulierung wäre eine unabhängige Behörde, die sowohl die Nutzungsregeln setzen als auch Best Practice Leitlinien herausgeben und Zusammenfassungen von öffentlichen Debatten, auch mithilfe von Visualisierungstechnologien, herstellen würde. Zudem müsste sie die Netzwerke bestehenden bürgerschaftlichen Onlineengagements verbinden und ihnen eine Plattform zur Interaktion mit den repräsentativen Institutionen der Regierung bereitstellen.²⁴¹

Die Grundidee eines digitalen Raums, an dem ein repräsentativer Querschnitt der Gesellschaft an Policyentwürfen mitwirken kann und der darüber hinaus noch Platz für

²³⁸ Ebd., 168.

²³⁹ Gurevitch, Coleman, und Blumler, „Political Communication - Old and New Media Relationships“, 179.

²⁴⁰ Coleman und Blumler, *The Internet and Democratic Citizenship*, 164 ff.

²⁴¹ Ebd., 173 ff.

ergebnisoffene, bis ins Ironische und Skurrile gehende Debatten geben soll, lässt sich als utopisch bezeichnen, schon in Bezug auf die Strukturanforderungen.

Aus der Perspektive republikanischer Demokratie wäre er allerdings mit einigen Anpassungen, etwa der Umstellung von einer beratenden auf eine politische Entscheidungen direkt beeinflussende Funktion, durchaus ebenfalls wünschenswert.

Im Gegensatz dazu würde das digital commons aus der Perspektive liberaler Demokratietheorie den Grundsätzen demokratischer Ordnung fundamental zuwiderlaufen. Die Beschränkung politischer Diskussionen auf eine irgendwie geartete Behörde steht dem liberalen Freiheitsbegriff fundamental entgegen. Permanenter Kontakt von Repräsentanten und Repräsentierten ist aus liberaler Sicht ebenfalls nicht notwendig, sondern würde eher eine Art Totalisierung der Demokratie bedeuten, die mit der Freiheit des Einzelnen schwer zu vereinbaren wäre. Aus liberaler Sicht wäre ein über das Internet realisiertes digital commons daher nicht demokratiefördernd, sondern das Gegenteil von freiheitlich-liberaler Demokratie.

Republikanische Utopien

Für die republikanische Demokratietradition bieten die strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation ebenfalls viele Ansatzpunkte, um zu positiven Bewertungen der Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter zu gelangen. ‚Verbesserungen‘ der Demokratie, die vorher etwa an ihrer technischen Realisierbarkeit in modernen Massengesellschaften scheitern mussten, scheinen aus republikanischer Sicht mithilfe netzwerkmedialer Kommunikation möglich.

Besonders weit geht das Konzept der „Prodosage“, das von Axel Bruns mit Bezug auf Kreativindustrien und partizipative Medienproduktion im Internet erarbeitet wur-

de.²⁴² Der Begriff wird im Deutschen mit „Produztung“ übersetzt und wurde von Bruns auch auf den Bereich des Politischen übertragen.²⁴³

Ein expliziter Bezug auf die republikanische Demokratietradition findet sich bei der Produztung nicht, das Konzept kann aber entsprechend interpretiert werden, denn es geht von der Annahme aus, dass eine möglichst breite direkte Partizipation der Bürger besonders demokratisch sei, enthält aber auch deliberative Elemente.

„Produsage“ setzt sich aus ‚production‘ und ‚usage‘ zusammen. Produztung bezeichnet damit die Verschmelzung von Nutzung und Produktion, eine „hybride Form der Beteiligung“, bei der „die Rollen als Ersteller und Nutzer“ ständig wechseln.²⁴⁴

Mithilfe der Produztung könnte aus partizipativer medialer Kommunikation tatsächliche aktive Mitgestaltung im politischen Raum hervorgehen. Noch bestehe eine strenge Unterteilung zwischen „Produzenten“ von politischen Inhalten, nämlich Politikern und politischen Organisationen wie Parteien, „Vertreibern“, wie Journalisten und „Verbrauchern“, also Bürgern.²⁴⁵

Bruns stellt vier Merkmale der Produztung im politischen Bereich heraus, die diese Trennung überwinden helfen sollen: Produztung ermögliche einfache Teilnahme und Bewertung von politischen Argumenten; Produztung sei geprägt von einer „wandelbaren Heterarchie“ und „Ad-hoc-Meritokratie“, das heißt einer Hierarchie, die mit der von Wikipedia zu vergleichen ist, und die Beteiligung der Bürger „im Rahmen ihrer persönlichen Fähigkeiten“ erlaube; Produztung begreife Entscheidungen als „Artefakte“, als „fortlaufende Prozesse“; die Ergebnisse von Produztung ließen sich zwar auf individuelle Verdienste zurückführen, seien aber gemeinschaftliches Eigentum.²⁴⁶

Der Grundgedanke der Produztung ist also, dass medial vermittelte gesamtgesellschaftliche Diskurse zu ‚guten‘ Lösungen für politische Fragen kommen könnten. Uwe Jun kritisiert an dieser Vorstellung, dass Produztung damit Habermas Vorstellung diskur-

²⁴² Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (New York: Peter Lang, 2008).

²⁴³ Axel Bruns, „Produztung. Von medialer zu politischer Partizipation“, in *Soziale Netze in der digitalen Welt: das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht*, hg. von Christoph Bieber (Frankfurt a. M.: Campus, 2009) Der vollständige Text ist auch online im Rahmen einer Creative Commons Lizenz als PDF verfügbar: <http://eprints.qut.edu.au/28775/1/c28775.pdf>. Die hier angegebenen Seitenzahlen beziehen sich auf diese Version.

²⁴⁴ Ebd., 3.

²⁴⁵ Ebd., 5.

²⁴⁶ Ebd., 6.

siver Rationalität anheimfalle, die sich in der Realität keineswegs belegen ließe.²⁴⁷ Unabhängig davon, ob die Kritik an der diskursiven Rationalität zutrifft, sind die deliberativen Einflüsse auf die Idee der Produztung eindeutig.

Die weiteren Konsequenzen der Produztung wären aber vor allem aus republikanischer Sicht positiv zu beurteilen: Dass repräsentative Institutionen, die Kernstück liberaler Demokratie sind, durch Produztung geschwächt würden, liegt auf der Hand:

„Zunächst würde die Umstellung auf ein gemeinschaftliches Modell politischer Produztung bedeuten, daß Politikansätze nicht mehr in fertiger Form aus [...] Fraktionszimmern politischer Parteien an die Öffentlichkeit gelangen, sondern genauso gut [sic.] auch durch die Gemeinschaft der Bürger selbst geprägt werden können.“²⁴⁸

Die Idee der Produztung geht aber noch weiter. Sie ist geradezu ein Idealbeispiel, wie die strukturellen Veränderungen von Kommunikation zu einer Belebung des republikanischen Traums von einer „Konvergenz des Willens aller Staatsbürger“²⁴⁹ führen können: Für Bruns steht außer Zweifel, dass die Umbrüche des Netzwerkmediensystems in Verbindung mit dem Verlust an Vertrauen in konventionellen Journalismus und Politik zu Formen der Produztung führen werden. Dabei dürften jedoch nicht einfach bestehende Eliten durch neue Eliten, wie etwa einflussreiche Blogger und sonstige selbst ernannte Vertreter der Netzgemeinde, ersetzt werden. Zwar erschwere die Logik der Produztung dies, breite gesellschaftliche Unterstützung für Produztung sowie ihre Verankerung in der schulischen und politischen Bildung könne jedoch dazu führen, „eine auf breite Basis fußende politische Produztungskultur aufzubauen.“²⁵⁰

Dass eine solche Kultur unweigerlich Züge eines totalitären Systems trüge, da für Produztung, die nicht von Eliten beherrscht sein soll, eine Politisierung der gesamten Gesellschaft notwendig wäre, ignoriert Bruns. In Sinne der Produztung müssten sich gleichwohl alle Bürger dauerhaft auf ihre Rolle als Citoyens fokussieren.

Für das politische System hätte die Produztung gravierende Auswirkungen. Der Widerstreit konkurrierender Interessen und politischer Programme würde in die softwarebasierte Produztung verlagert. Nach Bruns würden dadurch Lobbyisten und

²⁴⁷ Uwe Jun, „Liegt die Zukunft politischer Partizipation wirklich bei der ‚Produztung‘? – Anmerkungen zum Beitrag von Axel Bruns“, in *Soziale Netze in der digitalen Welt: das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht*, hg. von Christoph Bieber (Frankfurt a. M.: Campus, 2009), 92 f.

²⁴⁸ Bruns, „Produztung. Von medialer zu politischer Partizipation“, 7.

²⁴⁹ Meyer, *Was ist Demokratie?*, 76. Vgl. Kapitel 4.

²⁵⁰ Bruns, „Produztung. Von medialer zu politischer Partizipation“, 12.

Interessengruppen geschwächt, da sich die Gesellschaft selbst um Lösungen bemühe. Politiker und Parteien würden politische Programme nicht mehr eigenständig entwickeln und für sich beanspruchen, sondern nur noch vertreten, indem sie Angebote machen, die zu produzierten Inhalten konvergent, wenn nicht gar mit ihnen kongruent sein müssten. Die Regierung würde danach beurteilt, „wie akkurat und effizient sie die produzierten politischen Initiativen umsetzt“, könnte sich also auch die Verdienste der Politik nicht mehr allein zuschreiben.²⁵¹

Ganz in Sinne republikanischer Demokratie würden in einem System der Produktion politische Entscheidungen im Wesentlichen durch das Volk direkt getroffen werden. Eine gesonderte Legislative scheint überflüssig, die Exekutive könnte sich auf eine tatsächlich rein exekutiv-administrative Rolle fokussieren, auch dies entspricht radikal-republikanischen Vorstellungen.

Etwas weniger radikal und in der Praxis in begrenztem Umfang erprobt ist das Konzept der „collaborative democracy“, das die amerikanische Juristin Beth Noveck in *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful* vorstellt.

Noveck war bis 2011 United States Deputy Chief Technology Office und Leader of the White House Open Government Initiative, das heißt eine der obersten Verantwortlichen der Obamaregierung für Fragen zu Demokratie, Internet und neuen Beteiligungsmöglichkeiten für Bürger. Im Gegensatz zur Produktion ist collaborative democracy daher kein rein theoretischer Entwurf. Eine republikanische Utopie, in dem Sinne, dass collaborative democracy auf eine deutliche Veränderung und ‚Verbesserung‘ bestehender Demokratie zielt, ist das Konzept dennoch.

Noveck kritisiert die deliberative Demokratietradition, denn deliberative Ansätze würden die Bedeutung eines respektvollen kommunikativen Prozesses zum Nachteil von effektivem Output überbetonen und seien deshalb „toothless“. ²⁵² Mithilfe deliberativer Ideen werde das „new Athenian Age“ sicher nicht eintreten kritisiert Noveck mit Bezug auf die bereits zitierte Rede von Al Gore.²⁵³

²⁵¹ Ebd., 7.

²⁵² Beth Simone Noveck, *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful* (Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2009), 37.

²⁵³ Ebd., 35.

Statt Deliberation fordert sie Kollaboration von Regierung und Verwaltung mit den Bürgern: „We need to rethink participatory democracy for the 21st century.“²⁵⁴ Der Ansatz dazu ist ein klassisch republikanischer, mehr direkte Partizipation, die dank internetbasierter Technologien heute auch technisch umsetzbar sei:

„We need to redesign democracy as a system of collaborative governance where more people are empowered to participate actively in making the decisions by which we order our collective lives.“²⁵⁵

Regierung und Verwaltung müssten mithilfe internetbasierter Informations- und Kommunikationstechnologien ihre Prozesse nach außen öffnen und systematisch die Expertise von Personen außerhalb der Verwaltung einholen. Die Bürger hätten mehr zu bieten, als periodisches Wählen und die Teilnahme an Meinungsumfragen. Sie könnten gemeinsam arbeiten, Informationen zu Problemen sammeln und sogar Entscheidungen treffen, schließlich gäbe es in der Bevölkerung für jede Art von Problem Expertise. Nicht nur klar definierte technische Probleme, sogar Public Policy Fragen bis hin zu komplizierten volkswirtschaftlichen und sozialen Problemen könnten auf diese Weise schneller und effektiver gelöst werden.²⁵⁶

Schlüssel zum Erfolg all dieser Initiativen sei jedoch eine weitreichende Open Data Initiative, das heißt die öffentliche Bereitstellung von so vielen von der Verwaltung erhobenen Daten wie möglich sowie jeweils spezifisch angepasste Onlineplattformen, die Diskussions-, Moderations-, Informations- und Dezisionskapazitäten umfassen.²⁵⁷

In der Praxis wurden ähnliche Verfahren in den USA im Rahmen der Patentvergabe im sogenannten „Peer-to-Patent“-Verfahren erfolgreich erprobt. Patentanträge wurden online gestellt und im Rahmen einer Onlineplattform für jedermann zugänglich gemacht und bewertet. Der Prozess der Patentvergabe beschleunigte sich durch das Verfahren erheblich.²⁵⁸

Allerdings handelt es sich bei der Vergabe von Patenten eben um einen Verwaltungsakt, das heißt eine dezidiert unpolitische Entscheidung, die schon immer auf der Basis rechtlicher und technischer Abwägungen von Experten der Bürokratie getroffen

²⁵⁴ Ebd., 21.

²⁵⁵ Beth Simone Noveck, „Government by the People“, in *Rebooting America. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age*, hg. von Personal Democracy Forum (New York: Personal Democracy Press, 2008), 193.

²⁵⁶ Noveck, *Wiki government*, 192 f., 17 f.

²⁵⁷ Ebd., 120 ff.

²⁵⁸ Ebd., 12 ff.

wurde. Aus liberal-demokratischer Sicht stellt sich die Frage, inwiefern eine so weitgehende direkte Beteiligung der Bürger auf politisch-legislativer Ebene überhaupt wünschenswert wäre. Eindeutig positiv zu bewerten ist sie nur aus republikanischer Sicht.

In den USA ist die kollaborative Demokratie zumindest begrifflich bereits in die höchsten Ebenen der Exekutive vorgedrungen. In einem Memorandum an die Leiter aller Regierungsbehörden und Verwaltungseinheiten gab die Obamaregierung unter anderem vor: „Government should be transparent [...] participatory [and] collaborative“.²⁵⁹

Diesen Enthusiasmus von höchster Stelle übernimmt Noveck. Für sie hat kollaborative Demokratie nur gute Effekte, ja sogar das Potenzial, Abraham Lincolns berühmte Definition der Demokratie zu verändern:

„This change will also create a new kind of democratic legitimacy [...] it is possible now to achieve greater competence by making good information available for better governance, improve effectiveness by leveraging the available tools to engender new forms of collective action, and strengthen and deepen democracy by creating government by the people, of the people and *with* the people.“²⁶⁰

²⁵⁹ „Transparency and Open Government - Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies | The White House“, 21. Januar 2009, http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment/.

²⁶⁰ Noveck, *Wiki government*, xiv ff.

5.2 Dystopien

Nachdem positive bis utopische Bewertungen der demokratischen Potenziale des Internets lange Zeit überwogen, waren in der akademischen Debatte ab Mitte der 1990er Jahre verstärkt auch kritische Positionen zu vernehmen.²⁶¹

Einige dieser Ansätze lassen sich als Dystopien in dem Sinne bezeichnen, als dass sie vor Entwicklungen der politischen Kommunikation im Internet warnen, die negative Konsequenzen für Demokratien zeitigen könnten. Wie gerade für utopische Ansätze gezeigt, können auch Dystopien von verschiedenen demokratietheoretischen Grundlagen ausgehen.

Besonders prominent unter den warnenden akademischen Stimmen ist der amerikanische Jurist Cass Sunstein, der Anfang der 2000er Jahre mit *Republic.com* eine Replik auf John Negropontes euphorisches Szenario *Being Digital* und dessen Konzept des „Daily Me“ verfasste.²⁶² 2009 folgte eine aktualisierte Fassung unter dem Titel *Republic.com 2.0*.

Die Gefahren des Daily Me, das heißt einer umfassende Personalisierung von Nachrichten und die damit einhergehenden „echo chambers“ und „information cocoons“ sieht Sunstein inzwischen gebannt.²⁶³ Die Diskurslogik des Netzes, etwa in Foren oder durch Verlinkungen von Blogs, tendiere jedoch zu Themenclustering, was wiederum zu Polarisierung und „cyber-cascades“ führe, das heißt dem Effekt, dass Meinungen verbreitet und geglaubt würden, nur weil sie Onlinemeinungsführer und die Peer Group propagieren.²⁶⁴

Sunstein sieht weder aus deliberativer noch aus liberaler Perspektive Anlass für grundsätzliche Begeisterung über die Veränderungen politischer Kommunikation durch das Internet.

Sunstein widerspricht dem Argument seines Juristenkollegen Alan Posner, dass das Internet, spezifisch die Blogosphäre ein Marktplatz der Ideen im Sinne des Liberalen

²⁶¹ Vgl. Margolis und Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy*, 61.

²⁶² Cass R. Sunstein, *Republic.com* (Princeton: Princeton University Press, 2001); Nicholas Negroponte, *Being Digital* (London: Hodder & Stoughton, 1995).

²⁶³ Sunstein, *Republic.com 2.0*, 4 – 6, 44.

²⁶⁴ Ebd., 64 ff., 84 ff. .

Friedrich Hayek sei. Nach Hayek führe verbundenes und geteiltes Wissen in Verbindung mit einem Preismechanismus zu gesellschaftlichem Mehrwert. Nach Sunstein fehlt dem Netz jedoch ein Preismechanismus als Signalfunktion, um Wissen zu klassifizieren und zu bewerten:

„The aggregating device of the market, Hayek's marvel, cannot be found there. What is offered instead is a stunningly diverse range of claims, perspectives, rants, insights, lies, facts, non-facts, sense, and nonsense.“²⁶⁵

Ebenso wenig sei die Blogosphäre ein Ort der Deliberation im Sinne Habermas, das heißt ein Ort an dem alle Stimmen gehört werden und sich das rationalste Argument durchsetzt. Eher fördere die Blogosphäre die Polarisierung von Gruppen und behindere Interaktion zwischen ideologisch gegensätzlichen Gruppen.²⁶⁶

Demokratie benötige aber zufällige Begegnungen mit dissonanten Informationen und von der Gesellschaft mehrheitlich geteilte Erfahrungen, die nun einmal massenmedial vermittelt sein müssten. Die informationelle Beschränkung schade der Demokratie.²⁶⁷ Auch wenn das Netz insgesamt mehr Potenziale als Gefahren berge, ist die bisher realisierte Form politischer Diskurse im Netz für Sunstein „nothing to celebrate; indeed it is a grotesque distortion of the founding aspirations“, also der Hoffnungen der Väter der US-amerikanischen Verfassung bezüglich des Funktionierens der Demokratie.²⁶⁸ Insgesamt kommt Sunstein in *Republic.com 2.0* dennoch und etwas überraschend zu einem positiven Ausblick, das Netz verspreche mehr Hoffnung als Gefährdungen, denn es vergrößere das Informationsangebot und trage dazu bei, die Bürger informierter zu machen.²⁶⁹

Im deutschsprachigen akademischen Diskurs ist Claus Leggewie eine der gut vernehmbaren kritischen Stimmen. Leggewie deckt seine normativen Bewertungsmaßstäbe nicht explizit auf, er hält einerseits eindeutig eine starke Öffentlichkeit und eine aktive Bürgerschaft für das Funktionieren von Demokratie für wichtig, den mangelnden Rea-

²⁶⁵ Cass Sunstein, „Neither Hayek nor Habermas“, *Public Choice* 134, Nr. 1 (2008): 88 – 89.

²⁶⁶ Ebd., 90 – 91.

²⁶⁷ Sunstein, *Republic.com 2.0*, 6 ff.

²⁶⁸ Ebd., 34, 222.

²⁶⁹ Ebd., 222; Sunstein, „Neither Hayek nor Habermas“, 95.

lismus deliberativer Theorie beklagt er jedoch auch.²⁷⁰ Dennoch lässt sich eine deliberative Grundierung dieser kritischen Bewertung ausmachen.

Leggewies Argumentation in Bezug auf die Diskursqualität im Netz ähnelt teilweise der von Sunstein. Weitgehende deliberative Fantasien, die einer „partizipativen Revolution“ das Wort reden, sind für Leggewie ein „aus der Frühzeit des Internet rührender Netz-Idealismus“ und unrealistisch.²⁷¹

Wenn so etwas wie eine deliberative „kritische Gegenöffentlichkeit“ im Netz überhaupt möglich sei, bleibe sie auf „eine schmale Informationselite“ begrenzt.²⁷² Dies ist für Leggewie problematisch, da die Krise liberaler Demokratien ohnehin bereits geprägt sei von „Frustration“ der interessierten und „Entfremdung“ der uninteressierten Bürger.²⁷³

An den originären Medienformaten des Web 2.0, mit denen die meisten Hoffnungen verbunden werden, gibt es nach Leggewie Einiges zu kritisieren. Höchstens Teile einer „kritischen Gegenöffentlichkeit“ ließen sich online etwa über Blogs realisieren, jedoch seien Blogs auch eine moderne Form des Gerüchts, der „von so gut wie niemandem erwünschte Ausdruck ‚individualisierter Massenkommunikation‘“, der zu einer Atomisierung der Medien führe.²⁷⁴

Auch andere Soziale Medien, insbesondere Soziale Netzwerke, haben für Leggewie äußerst ambivalente Konsequenzen: "Die sozialen Medien suggerieren spielerische Wahlmöglichkeiten, in Wirklichkeit" führten sie dazu, dass gesellschaftliche Konditionierung entinstitutionalisiert werde.²⁷⁵ Leggewie macht dies nicht deutlich, er bezieht sich in seiner Analyse aber vermutlich auf Michel Foucault, nach dem moderne Gesellschaft disziplinierende Gesellschaften und ihre Machtstrukturen schwer zu erkennen sind.²⁷⁶

²⁷⁰ Vgl. Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, 72 f.

²⁷¹ Ebd., 79.

²⁷² Ebd., 80.

²⁷³ Leggewie und Bieber, „Demokratie 2.0. Wie tragen neue Medien zur demokratischen Erneuerung bei?“, 124.

²⁷⁴ Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, 79 – 80.

²⁷⁵ Claus Leggewie, „Den Laptop auch mal zuklappen. Zur Kritik der Distributionsmittel einer politischen Bewegung – eine skeptische Nachbetrachtung“, in *Unter Piraten: Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, hg. von Christoph Bieber und Claus Leggewie (Bielefeld: Transcript, 2012), 239.

²⁷⁶ Vgl. Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (Harmondsworth: Penguin, 1979), 209 ff.

„Soziale Kontrolle entsteht [in den Sozialen Medien] nicht durch staatliche Überwachung und Repression, sondern in der freiwilligen, durch Generations- und Modeeffekte verstärkten Soziometrie mit Bekenntniszwang.“²⁷⁷

Wenn diese neuen Formen sozialer Kontrolle die politische Meinungs- und Willensbildung determinieren würden, hätte dies nach Leggewie eindeutig negative Konsequenzen für die Demokratie.²⁷⁸

Die Prozesse, die Leggewie am Werk sieht, würden zum Gegenteil von dem führen, was Benkler prognostiziert. Statt einer Wiedererstarkung des Citoyen wird die Limitierung des Bürgers auf die Rolle des Bourgeois vorausgesagt. Die Bedeutung, die Leggewie dem partizipierenden Bürger beimisst, tritt dabei zutage:

„Es ist im WWW ein Höchstmaß an Inklusion erreicht, doch um den Preis einer hochgradig dispersen, (im doppelten Sinne) ‚zerstreuten‘ Öffentlichkeit, die von den Fiktionen und Konsensen bürgerlicher Partizipation ausdrücklich Abschied genommen hat und insofern eine simulative Pseudo-Beteiligung erlaubt. Die historische Demokratisierung durch Medien ist damit (womöglich) an ein Ende gelangt: Ein historisches Höchstmaß an netzwerkartiger Inklusion und ‚Partizipation‘ geht einher mit der freiwilligen Außerkraftsetzung des Bürgerstatus im ‚User‘ (Nutzer) und qua Netzwerk der für westliche Demokratien typischen Repräsentation.“²⁷⁹

Trotz positiver Entwicklungen und Entwicklungsmöglichkeiten sind also für Leggewie die strukturellen Veränderungen der Kommunikation an sich und der politischen Kommunikation im Speziellen im beste Falle ambivalent zu bewerten.

²⁷⁷ Leggewie, „Den Laptop auch mal zuklappen. Zur Kritik der Distributionsmittel einer politischen Bewegung – eine skeptische Nachbetrachtung“, 239.

²⁷⁸ Ebd.

²⁷⁹ Leggewie, „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“, 80.

5.3 Empirien

Neben den Arbeiten, die ‚Verbesserungen‘ der Demokratie durch das Internet vorhersagen und jenen, die vor möglichen ‚Verschlechterungen‘ warnen, gibt es eine Vielzahl empirischer Arbeiten zur Entwicklung der Demokratie. Auch hier hängt die Bewertung beobachteter Veränderungen jedoch von dem zugrunde gelegten demokratietheoretischen Maßstab ab. Unter den vorwiegend empirisch argumentierenden Arbeiten lassen sich daher sowohl kritische bis verhalten positive Einschätzungen finden.

Die Politikwissenschaftlerin Pippa Norris war mit ihrer 2001 erschienen Untersuchung *Digital Divide* eine der ersten, die aufgrund empirischer Analyse die Interneteuphorie bremsen. Norris kritisiert ausdrücklich, dass viele Arbeiten ihre normativen Grundlagen nicht kenntlich machten und beispielsweise einfach annahmen, dass massenhafte Partizipation über das Internet demokratieförderlich sei. Dies sei allerdings „rather narrow navel gazing of rich established Western democracies“, denn gerade in Demokratien in Entwicklungsländern könnten andere Faktoren deutlich wichtiger sein.²⁸⁰

Norris selbst legt ihrer Analyse das in der liberalen Tradition stehende Modell elitärer Konkurrenzdemokratie von Joseph Schumpeter zugrunde. Danach ist Demokratie kein Selbstzweck, sondern lediglich eine „political method [...] a certain type of institutional arrangement“, um politische Entscheidungen zu treffen.²⁸¹ Schumpeter betonte auch:

„[Democracy] does not and cannot mean that the people actually rule in any obvious sense of the terms “people” and rule“. Democracy means only that the people have the opportunity of accepting or refusing the men who are to rule them.“²⁸²

Für Norris ist aber vor allem wichtig, dass dieses Modell verschiedene Voraussetzungen für Demokratie gleichermaßen betone, besonders: pluralistischen

²⁸⁰ Norris, *Digital Divide*, 101 – 103.

²⁸¹ Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy* (New York [u.a.]: Harper Perennial Modern Classics, 2008), 242.

²⁸² Ebd., 285.

Interessenwettbewerb, Wahlfreiheit sowie allgemeine und politische Grundrechte.²⁸³ Diese Aspekte wandelt Norris in empirisch überprüfbare Indikatoren um und prüft anhand dieser mögliche demokratisierende Effekte des Internets in 179 Staaten.²⁸⁴

Sie kommt zu dem Schluss, dass das Internet zwar Informations- und Kommunikationskosten drastisch reduziere, aber die motivationale Grundlage für politisches Engagement weitgehend unberührt lasse und damit der Reproduktionsthese Recht gegeben werden müsse: „[...] digital politics functions mainly to engage the engaged.“²⁸⁵ Wer an Politik offline weder interessiert noch beteiligt war, würde es nicht allein aufgrund eines Internetzugangs werden. Das Netz bedeute daher weder eine Revolution noch „business as usual“, vielmehr würden jene zivilgesellschaftlichen Institutionen gestärkt, die zwischen Bürgern und Staat vermitteln.²⁸⁶

Der amerikanische Politikwissenschaftler Michael Margolis, der bereits seit den 1990er Jahren zur Verbindung von Internet und Demokratie forscht, zieht ebenfalls ein nüchternes Fazit, das auf empirischen Ergebnissen beruht. Sein Maßstab sind die fünf Kriterien idealer Demokratie von Robert Dahl. Diese sind „effective Partizipation“, „voting equality“, „enlightened understanding“, eine von den Bürgern bestimmte Agenda und Inklusivität.²⁸⁷ Auch das Internet könne diese, von Dahl auch nicht als voll realisierbar angesehenen, Maßstäbe nicht erfüllen.²⁸⁸

Unter anderem kritisiert Margolis den Einsatz Sozialer Medien durch etablierte politische Akteure. Die erfolgreichsten Fundraising-, Organisations- und Mobilisierungsstrategien mithilfe netzbasierter Informations- und Kommunikationstechnologien seien bisher nicht von neu gebildeten, sondern von etablierten politischen Akteuren verfolgt worden, in den USA dominierten die etablierten Parteien beziehungsweise deren Kandidaten auch das Netz.²⁸⁹

Die Angebote politischer Kampagnen in den USA zur Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation sieht Margolis besonders kritisch, sie dienen in Wahrheit vor allem der Sammlung von Informationen, dem sogenannten Data Mining, etwa durch das Setzen

²⁸³ Norris, *Digital Divide*, 103.

²⁸⁴ Ebd., 112 ff.

²⁸⁵ Ebd., 22 ff.

²⁸⁶ Norris, *Digital divide*, 18 f.

²⁸⁷ Margolis und Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy*, 9 ff.

²⁸⁸ Ebd., 151.

²⁸⁹ Ebd., 22, 34, 139.

von Cookies und der daraus folgenden Optimierung politischer Werbung und Spendensammlung. Die in akademischen wie medialen Diskursen viel zitierte Obamakampagne 2008 habe dieses Verfahren perfektioniert:

„[The] Obama campaign found a way to decentralize and localize the campaign without really relinquishing control over the official campaign themes.“²⁹⁰

Die Präsidentschaftskampagnen von Barack Obama und Mitt Romney 2012 scheinen die Einschätzung von Margolis zu bestätigen, Data Mining wurde von beiden Lagern intensiv genutzt.²⁹¹ In Deutschland sind vergleichbar weitgehenden Praktiken der Parteien allerdings engere datenschutzrechtliche Grenzen gesetzt.²⁹²

Margolis kritisiert aber nicht nur den Umgang mit Bürgerdaten, sondern die Partizipationsangebote an sich. Diese seien “[a] neutered sort of participation, one that is centrally managed to control and dictate the who, how, when and where of participation.“²⁹³ Tatsächliche Beteiligung an materiellen Politikgehalten auf der Policyebene gäbe es nicht. Allerdings seien die Bürger daran auch nicht interessiert und es gäbe und keine überzeugenden Hinweise darauf, dass Millionen direkt beteiligter „e-citizens“ repräsentative Institutionen adäquat ersetzen könnten.²⁹⁴

Unterschiedliche Maßstäbe, unterschiedliche Bewertungen

Während in der Wissenschaft über Fachgrenzen hinaus weitgehende Einigkeit darüber besteht, dass die strukturellen Veränderungen öffentlicher und politischer Kommunikation nicht ohne Effekte auf die Demokratie bleiben können, besteht wenig Einigkeit darüber, wie dies zu bewerten ist. Entscheidend für die Bewertung sind

²⁹⁰ Ebd., 145.

²⁹¹ Vgl. Lois Beckett, „Everything We Know (So Far) About Obama’s Big Data Tactics“, *ProPublica*, 29. November 2012, <http://www.propublica.org/article/everything-we-know-so-far-about-obamas-big-data-operation>.

²⁹² Vgl. die Aussage des Bundesdatenschutzbeauftragten in Christof Kerkman, „Big Data im Wahlkampf: ‚Es geht hier nicht um die Hemdenfarbe‘“, *Handelsblatt*, 17. Dezember 2012, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/big-data-im-wahlkampf-es-geht-hier-nicht-um-die-hemdenfarbe/7492926.html>.

²⁹³ Margolis und Moreno-Riaño, *The Prospect of Internet Democracy*, 152.

²⁹⁴ Ebd., 32 ff., 152.

einerseits die zugrunde gelegten demokratiethoretischen Maßstäbe, andererseits die Einschätzung der tatsächlichen Veränderungen. So kann man etwa auf der Grundlage deliberativer Theorie zu euphorischen Einschätzungen kommen, wie Benkler und Coleman, die Strukturvoraussetzungen diskursiver Rationalität durch Internetkommunikation aber auch eher konterkariert sehen, wie Sunstein oder Leggewie.

Auch empirische Untersuchungen der Veränderungen politischer Kommunikationsstrukturen sollten sich nicht auf die vermeintliche Objektivität empirischer Ergebnisse verlassen, sondern ihre Maßstäbe deutlich machen, wie die Beispiele Norris und Margolis gezeigt haben.

Umso erstaunlicher ist, wie selten die demokratiethoretischen Maßstäbe explizit dargelegt werden. Gerade im Hinblick auf die Funktion öffentlicher politischer Kommunikation wie auch auf die Rolle direkter Partizipation der Bürger kommen unterschiedliche demokratiethoretische Traditionen zu sehr unterschiedlichen, teils gegensätzlichen Bedeutungszuschreibungen, wie in Kapitel 4 ausgeführt wurde. Die dem Internet zu verdankende neue Schicht multipler Demokratie ist aus unterschiedlichen demokratiethoretischen Perspektiven unterschiedlich zu bewerten.

Man sollte daher bei der Untersuchung von Medieninnovationen und ihren Auswirkungen weder der Erinnerungslosigkeit anheimfallen, noch der Maßstabslosigkeit.

Diese Arbeit hat mit der grundgesetzlichen Demokratie einen Maßstab gewählt, der über eine demokratiethoretische Fundierung noch hinausgeht. Die normative Einordnung beobachteter Veränderungen politischer Kommunikation und ihrer Effekte auf die Demokratie erfolgt vielmehr unter Bezug auf eine spezifische verfassungsmäßige Ausprägung von Demokratie.

6 Die Demokratie des Grundgesetzes

Wie Kapitel 4 gezeigt hat, ist Demokratie ein komplexer Begriff. Die Demokratie gibt es nicht, sondern jeweils spezifische theoretische Ausprägungen. Diese stellen unterschiedliche Anforderungen an politische Kommunikation und führen zu sich deutlich unterscheidenden Bewertungen der Effekte des Internets auf Demokratie, wie im vorangegangenen Kapitel ausgeführt wurde.

Rechtliche Ausgestaltungen von Demokratien in Form von Verfassungsordnungen stehen ebenfalls in unterschiedlichen demokratietheoretischen Traditionen und weisen dementsprechend der politischen Kommunikation und den an ihr beteiligten Akteuren unterschiedliche Funktionen zu. Dies gilt auch für die Ausgestaltung der Demokratie nach dem Grundgesetz. Des Weiteren setzt das Grundgesetz der Entwicklung der Demokratie auch im Internetzeitalter Grenzen. So wie demokratietheoretische Grundlagen beachtet werden müssen, müssen daher auch verfassungsmäßige Ausprägungen von Demokratie präzisiert werden, um die Effekte des Internets auf die Demokratie adäquat untersuchen und bewerten zu können.

Das vorliegende Kapitel will daher den Demokratiebegriff des Grundgesetzes darlegen und dabei die dritte Leitfrage dieser Arbeit nach den sich aus dem Grundgesetz ergebenden Beschränkungen und Chancen der Entwicklungsmöglichkeiten der Demokratie im Internetzeitalter beantworten. Darüber hinaus ist das Verständnis des Demokratiebegriffs des Grundgesetzes notwendig, um in den nachfolgenden Kapiteln sowohl die kommunikativen Funktionen der Parteien ableiten als auch deren Veränderungen analysieren und bewerten zu können.

Zunächst ist ein kurzer Blick auf die historischen Umstände der Entstehung des Grundgesetzes nötig, dann werden verschiedene Prinzipien der Demokratie des Grundgesetzes vorgestellt und schließlich die Ausgestaltung der repräsentativen Demokratie nach dem Grundgesetz erörtert.

Zur Entstehung des Grundgesetzes

Ein kurzer Blick in die Geschichte der Entstehung des Grundgesetzes ist nötig, denn die Ausgestaltung von Demokratie in Theorie und Praxis immer auch vom historischen Kontext abhängig. Für die Bundesrepublik Deutschland und ihre Demokratie gilt dies in besonderem Maße.

Deutschland, beziehungsweise die deutschen Teilstaaten, waren vom Prinzip der Rechtsstaatlichkeit geprägt, lange bevor das demokratische Prinzip zum Tragen kam.²⁹⁵ Rechtsstaatlichkeit schien viele bürgerliche Freiheiten gewähren zu können, auch dort, wo das Prinzip der demokratischen Repräsentation nicht umgesetzt wurde.²⁹⁶

Als 1948 in Bonn der Parlamentarische Rat zusammenkam, konnte man daher nicht auf eine lange demokratische Tradition in Deutschland zurückgreifen. Bezogen auf ganz Deutschland stand neben der nie in Kraft getretenen Paulskirchenverfassung lediglich die Weimarer Reichsverfassung als historisches Beispiel zur Verfügung, die jedoch durch die Geschichte ihrer Aushebelung und die nationalsozialistische Machtergreifung beschädigt war. Eine eindeutige Begriffsbestimmung von Demokratie im deutschen Staatsrecht gab und gibt es ebenfalls nicht.²⁹⁷

Dennoch bestand im Parlamentarischen Rat und auf dem vorhergehenden Herrenchiemseer Konvent weitgehende Einigkeit, dass für Westdeutschland einzig eine parlamentarische Demokratie infrage komme. Volks- oder rätendemokratische Formen, wie sie in den Staaten des Ostblocks zu finden waren, wurden abgelehnt. Das Prinzip der Repräsentation fand ebenfalls mehrheitliche Zustimmung. Anträge, die mehr plebiszitäre Elemente, wie Referenden, Volksbegehren und Volksentscheide, zum Ziel hatten, fanden keine Mehrheit.²⁹⁸

Dies sollte sich auch im Laufe der bundesdeutschen Verfassungsgeschichte nicht ändern. In den 1960er und 1970er Jahren sowie nach der Wiedervereinigung wurde die Einführung zusätzlicher plebiszitärer Elemente wieder diskutiert. Parlamentarische Mehrheiten fanden sich auch dann jedoch nicht.²⁹⁹ Die Anfang der 1990er Jahre einge-

²⁹⁵ Nolte, *Was ist Demokratie?*, 140.

²⁹⁶ Reinhold Zippelius, Thomas Würtenberger, und Theodor Maunz, *Deutsches Staatsrecht* (München: Beck, 2008), 11.

²⁹⁷ Peter Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes: eine verfassungstheoretische Rekonstruktion* (Tübingen: Mohr Siebeck, 2002), 450.

²⁹⁸ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 7.

²⁹⁹ Ebd., II, Rn. 9.

setzte gemeinsame Verfassungskommission des Bundestags lehnte zusätzliche plebiszitäre Elemente ebenfalls ab.³⁰⁰ Begründet wurde diese Ablehnung nicht nur „verfassungssystematisch“, sondern auch „verfassungspolitisch.“ So wurde unter anderem angeführt, dass Plebiszite, durch eine, zumindest wahrgenommene, „höhere Legitimität des unmittelbaren Volksgesetzes“ parlamentarische Gesetzgebung schwächen könnten sowie die repräsentative parlamentarische Demokratie das für moderne pluralistische Gesellschaften notwendige Maß an Kompromissfähigkeit befördere.³⁰¹

1948 ließen allerdings auch die Vorgaben der West-Alliierten, insbesondere der Amerikaner, wenig Spielraum. Die Einführung einer demokratischen Verfassungsordnung war nicht verhandelbar. Für die neu zu gründende Bundesrepublik Deutschland war sie alternativlos. Einerseits bestand unter den führenden politischen Kräften der Unionsparteien und SPD zumindest Einigkeit darüber, dass Deutschland eine demokratische Verfassung zu erhalten habe, andererseits gab Dokument Nr. I der sogenannten Frankfurter Dokumente, welche die drei westlichen Militärgouverneure 1948 den Ministerpräsidenten übergaben, nicht nur die Konstitution einer „verfassungsgebenden Versammlung“ vor, sondern auch: „Die verfassungsgebende Versammlung wird eine demokratische Verfassung ausarbeiten.“³⁰² Auch eine Befragung des deutschen Volkes war nicht vorgesehen, gleichwohl sich dieses Volk laut Präambel schließlich ein Grundgesetz geben sollte.

Das Grundgesetz war eine klare Antwort auf die deutsche Geschichte und insbesondere auf die Zeit des Nationalsozialismus, es war von Anfang darauf ausgelegt, eine „Verfassung des ‚Nie wieder‘“ zu werden.³⁰³ So ist nicht verwunderlich, dass auch die Entscheidung für eine repräsentative Demokratie und gegen die Rousseausche Tradition direkter Demokratie im Parlamentarischen Rat bewusst getroffen wurde. Das Grundgesetz setzte damit die Tradition der liberalen Demokratie und des Repräsentativsystems aus der Paulskirchenverfassung von 1848 sowie der Weimarer Reichsverfassung fort: Gewaltenteilung, Volkssouveränität bei gleichzeitiger rechtsstaatlicher Beschränkung der

³⁰⁰ Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, 9.

³⁰¹ Deutscher Bundestag, *Bericht der Gemeinsamen Verfassungskommission von Bundestag und Bundesrat - Bundestagsdrucksache 12/6000* (Bonn, 5. November 1993), 85.

³⁰² Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 324, 333.

³⁰³ Nolte, *Was ist Demokratie?*, 303.

Demokratie und liberale Grundrechte, bei weitgehendem Verzicht auf soziale Grundrechte.³⁰⁴

Die Weimarer Reichsverfassung war allerdings Vorbild in positiver wie in negativer Hinsicht.³⁰⁵ Einerseits wurde das Prinzip der Volkssouveränität beinahe wörtlich ins Grundgesetz übernommen. Artikel 1 der Weimarer Verfassung lautet: „Die Staatsgewalt geht vom Volke aus“. Zudem sind in ihren Artikeln 109 ff. wichtige Grundrechte festgeschrieben. Andererseits wurde die weitgehende Ablehnung plebiszitärer Elemente im Parlamentarischen Rat nicht zuletzt durch die Erfahrungen mit eben diesen in der Weimarer Republik sowie der Aushebelung der Verfassung durch die Nationalsozialisten begründet. So bezeichnete etwa der spätere Bundespräsident Theodor Heuss als Mitglied des Parlamentarischen Rats die unmittelbare Demokratie als „Prämie für jeden Demagogen“.³⁰⁶

Der Weimarer Verfassung ähnliche plebiszitäre Elemente finden sich jedoch auch in noch geltenden Verfassungen, sodass die moderne Staatsrechtswissenschaft in diesen keinen zwingenden Grund für das Zusammenbrechen der Weimarer Republik sieht. Ebenfalls differenzierter wird heute die Bedeutung der Weimarer Präsidialdemokratie gesehen, die im Parlamentarischen Rat die Entscheidung für eine parlamentarische Demokratie beförderte.³⁰⁷

³⁰⁴ S. Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 224, 455; Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 5.

³⁰⁵ Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 263.

³⁰⁶ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 9; s. auch Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 64 f.

³⁰⁷ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 6 – 8.

6.1 Prinzipien der Demokratie des Grundgesetzes

Trotz der vergleichsweise kurzen und wenig erfolgreichen Geschichte der Demokratie in Deutschland schuf der Parlamentarische Rat mit dem Grundgesetz eine freiheitlich demokratische Grundordnung für die Bundesrepublik Deutschland. Diese beruht auf mehreren Prinzipien, die in der Staatsfundamentalnorm Artikel 20 enthalten sind.

Eine Definition des Begriffs Demokratie findet sich im Grundgesetz nicht.³⁰⁸ Dennoch ist der Demokratiebegriff des Grundgesetzes kein beliebiger. Das Grundgesetz schreibt ein bestimmtes Demokratieverständnis fest, das allerdings aus den relevanten Bestimmungen abgeleitet werden muss: „Demokratie im Sinne des Grundgesetzes ist die Summe demokratischer Einzelbestimmungen, die das Grundgesetz enthält.“³⁰⁹ Darüber hinaus müssen die Auslegungen, Präzisierungen und Erweiterungen dieser Bestimmungen durch das Bundesverfassungsgericht einbezogen werden.

Auch eine kodifizierte Rechtsordnung wandelt sich mit der Zeit, da sie, abhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungen der Gesellschaft in der und für die sie gilt, unterschiedlich interpretiert und weiterentwickelt wird. Gerade die Weiterentwicklung der Verfassung durch starke oberste Gerichte wie das Bundesverfassungsgericht muss immer im gesellschaftlichen Kontext betrachtet werden. Allerdings gibt es nach herrschender staatsrechtlicher Meinung für die Bundesrepublik durch das Grundgesetz eindeutig formulierte Strukturprinzipien, die weitgehend nicht Auslegungssache sind. Die Demokratie, in ihrer spezifischen, im Grundgesetz weitgehend festgeschriebenen und nicht veränderbaren Form, gehört dazu.³¹⁰ Sie setzt auch möglichen Entwicklungen der Demokratie im Internetzeitalter Grenzen.

³⁰⁸ Werner Maihofer, „§ 12 Prinzipien freiheitlicher Demokratie“, in *Handbuch des Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Ernst Benda, Werner Maihofer, und Hans-Jochen Vogel (Berlin [u.a.]: de Gruyter, 1994), 1.

³⁰⁹ Philipp Kunig, „§ 40 Parteien“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), Rn. 74.

³¹⁰ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 46 f.

Staatsfundamentalnorm Artikel 20

Artikel 20, Absätze 1 bis 3 Grundgesetz lauten:

„(1) Die Bundesrepublik Deutschland ist ein demokratischer und sozialer Bundesstaat.

(2) Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus. Sie wird vom Volke in Wahlen und Abstimmungen und durch besondere Organe der Gesetzgebung, der vollziehenden Gewalt und der Rechtsprechung ausgeübt.

(3) Die Gesetzgebung ist an die verfassungsmäßige Ordnung, die vollziehende Gewalt und die Rechtsprechung sind an Gesetz und Recht gebunden.“

Schon Artikel 20 macht deutlich, dass das Grundgesetz in der Tradition liberaler Demokratie steht. Die Ausübung der Staatsgewalt außerhalb von Wahlen und Abstimmungen wird speziellen Organen übertragen. Artikel 20 ist die „Staatsfundamentalnorm“, die „den ‚Charakter‘ der Bundesrepublik“ als demokratisch verfasster Staat bestimmt.³¹¹ Artikel 20 enthält nach Roman Herzog und Bernd Grzeszick sieben Prinzipien, von denen drei für das Demokratieverständnis des Grundgesetzes bestimmend sind: Rechtsstaatlichkeit, Volkssouveränität und repräsentative Demokratie. Die weiteren Prinzipien sind Gewaltenteilung, der republikanische und bundesstaatliche Staatsaufbau, Sozialstaatlichkeit und die Unterordnung von Exekutive und Judikative unter Verfassung und Gesetze.³¹²

Dem Begriff der Republik, den man aufgrund seiner historischen Verwendungen zunächst als wichtig vermuten würde, kommt dagegen keine große Bedeutung zu. Weder im Parlamentarischen Rat noch im bundesrepublikanischen staatswissenschaftlichen Diskurs bestand beziehungsweise besteht Einigkeit über den materiellen Kern des Begriffs. Das Bundesverfassungsgericht hat sich zu dem Begriff nicht einmal geäußert.³¹³ Durchaus hilfreich erscheint daher die Interpretation, dass der Begriff vor allem „Appell-Charakter“ an alle Bürger besitzt und damit auf „eine außerrechtliche Voraussetzung“ der

³¹¹ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, I, Rn. 7 – 9.

³¹² Die weiteren sind der republikanische sowie bundesstaatliche Staatsaufbau, die Bindung von Exekutive und Judikative an Verfassung und Gesetz sowie Sozialstaatlichkeit. Diese sind jedoch für die Ableitung des Demokratieverständnisses des Grundgesetzes im Rahmen dieser Arbeit zu vernachlässigen. S. Ebd., I, Rn. 10.

³¹³ Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 573; Vgl.: Ernst-Wolfgang Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie: Studien zur Verfassungstheorie und zum Verfassungsrecht* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1992), 374.

Bundesrepublik verweist, im Sinne des bekannten Diktums des Staatsrechtlers Ernst-Wolfgang Böckenförde, „der Staat lebt von Voraussetzungen, die er selbst nicht garantieren kann“, nämlich von der Notwendigkeit zur beständigen Gestaltung des Gemeinwesens durch seine Bürger.³¹⁴

In Ergänzung zu Artikel 20 kommen die Artikel 21 (Aufgaben und Verfasstheit der Parteien), 28 (Übertragung der Grundsätze aus Artikel 21 auf Länder, Kreise und Gemeinden) sowie 38 (Freiheit des Mandats von Bundestagsabgeordneten) hinzu. Anhand der drei genannten Prinzipien und dieser vier Artikel lässt sich das Demokratieverständnis des Grundgesetzes aus staatsrechtlicher Perspektive ableiten. Dabei zeigen sich sowohl eindeutige Grenzen für mögliche Veränderungen der Demokratie als auch Anknüpfungspunkte für mögliche Veränderungen der grundgesetzlichen Demokratie mithilfe des Internets.

Das Prinzip der Rechtsstaatlichkeit

Die Rechtsstaatlichkeit ist ein der deutschen Rechtsordnung eigenes juristisches Konzept und scheint damit zunächst für die tatsächliche Ausgestaltung einer demokratischen Ordnung wenig bedeutsam.³¹⁵ Denn Rechtsstaatlichkeit ist durchaus auch in nichtdemokratischen Ordnungen möglich und umgekehrt Demokratie auch ohne Rechtsstaatlichkeit, wie etwa in den angelsächsischen Common Law Systemen, die statt der Rechtsstaatlichkeit das in einigen entscheidenden Aspekten unterschiedliche Prinzip der Rule of Law kennen, nach der etwa im englischen Staatsrecht eine Bindung des Parlaments durch übergeordnetes Recht weitgehend unmöglich ist.

Dennoch hat das Prinzip der Rechtsstaatlichkeit eine entscheidende Bedeutung für die demokratische Grundordnung. Nach staatsrechtlicher Auffassung umfasst das Rechtsstaatsprinzip sowohl „formelle“ als auch „materielle Prinzipien“, zu Ersteren gehört etwa die Gewaltenteilung, zu Letzteren die Beschränkung aller staatlichen

³¹⁴ Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 17, 576 ff.

³¹⁵ Im staatsrechtlichen Diskurs besteht keine Einigkeit darüber, ob es ein eigenes Rechtsstaatsprinzip gibt oder lediglich von Rechtsstaatlichkeit gesprochen werden sollte. Für die vorliegende Arbeit ist diese juristische Differenzierung jedoch nicht von Belang. S. Philipp Kunig, „Der Rechtsstaat“, in *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, hg. von Peter Badura und Horst Dreier (Tübingen: Mohr Siebeck, 2001), 422 ff.

Gewalt durch die Grundrechte wie auch der Vorrang der Verfassungsordnung vor der Gesetzgebung und die Notwendigkeit zur Grundrechtskonformität aller Gesetze.³¹⁶

Das Rechtsstaatlichkeitsprinzip bedeutet also, dass die Grundrechte über allen anderen Rechtsnormen stehen. Die Rechtsstaatlichkeit setzt damit der Demokratie als der Herrschaft der Mehrheit klare Grenzen. Dies gilt für die repräsentativ verfasste Parlamentsmehrheit ebenso wie für die Mehrheit der Wahlbürger. Selbst der Wille der Parlamentsmehrheit muss vor den Grundrechten zurückstehen, sie bilden einen Normenkern, der nicht angetastet werden darf. Für den Willen der Mehrheit des Wahlvolkes gilt dies erst recht, denn seine direkte Umwandlung in politische Macht qua Gesetzgebung ist im Grundgesetz nur in Ausnahmefällen vorgesehen.

Das Prinzip der Rechtsstaatlichkeit stützt damit die liberale Tradition des Grundgesetzes. In der republikanischen Tradition wäre eine vergleichbare Bindung des Willens der Bürger schwer zu rechtfertigen. In Abwandlung des bekannten Zitats von de Tocqueville kann man sagen, dass das deutsche Volk sein eigenes politisches Gemeinwesen keineswegs wie Gott das Universum beherrschen kann, dem stehen das Grundgesetz und insbesondere sein Rechtsstaatlichkeitsprinzip entgegen.

Das Prinzip der Volkssouveränität

Das Prinzip der Volkssouveränität ist im Gegensatz zur Rechtsstaatlichkeit konstitutiv für jede Form von Demokratie. Die legitime Herrschaft des Volkes setzt seine Souveränität voraus. Eine direkte Verbindung mit dem Grundsatz der universellen Menschenwürde muss dies jedoch nicht bedeuten. Der Aussage, dass Demokratie „ohne die Vorstellung einer prinzipiellen Gleichheit aller Menschen nicht denkbar“ sei, lässt sich in Anbetracht der Geschichte der Demokratie allerdings nicht zustimmen.³¹⁷ ‚Demos‘ in Demokratie hat nicht einmal im 21. Jahrhundert die Bedeutung „alle Menschen“ angenommen, sondern höchstens alle Staatsbürger ab einem bestimmten Alter. Dies gilt auch

³¹⁶ Ekkehart Stein und Götz Frank, *Staatsrecht* (Tübingen: Mohr Siebeck, 2010), 152 f.

³¹⁷ S. Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, I, Rn. 17.

für das Volk des Grundgesetzes.³¹⁸ Politische Teilhabe durch Wahl gestattet es erst Staatsbürgern ab 18 Jahren.

Darüber hinaus hat sich zwar nach der Präambel das deutsche Volk ein Grundgesetz gegeben, in der bundesdeutschen Realität gab es jedoch kein Referendum über das Grundgesetz, es war laut Artikel 144 lediglich die Annahme durch zwei Drittel aller Landesparlamente nötig, die, mit anfänglicher Ausnahme Bayerns, einstimmig erfolgte.³¹⁹ Eine klare Äußerung von Volkssouveränität in Form der Annahme des Grundgesetzes durch eine Mehrheit der wahlberechtigten Bürger gab es in der Bundesrepublik nie.

Zunächst scheint die Volkssouveränität dem Prinzip der Rechtsstaatlichkeit entgegenzustehen. „Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus“, heißt es in Artikel 20, Absatz 2 Grundgesetz. Wie kann diese dann beschränkt sein, außer durch das Volk selbst?

Die nähere Betrachtung des Prinzips klärt diesen scheinbaren Widerspruch. Demokratie beruht auf Volkssouveränität.³²⁰ Aber Volkssouveränität hat zwei Bedeutungen, die auch in der Ordnung des Grundgesetzes Ausdruck finden: Sie ist für das Grundgesetz zentrales Strukturmerkmal und „formaler Geltungsgrund.“ Das Grundgesetz gilt aufgrund der „verfassungsgebenden Gewalt des Volkes“, der „pouvoir constituant“.³²¹ Aber auch die „intrakonstitutionelle Staatsgewalt“, „pouvoir constitué“, geht laut Grundgesetz vom Volk aus, als Träger sowohl der verfassungsgebenden als auch der konstituierten Staatsgewalt fungiert das Volk.³²²

Böckenförde führt die Begründung für die pouvoir constituant auf einen Grundgedanken liberaler politischer Theorie zurück, nach dem die Freiheit des Individuums nur mit Herrschaft in Einklang zu bringen ist, wenn sich Letztere auf Erstere gründet.³²³ Damit ist die Demokratie:

„Ausfluß des Prinzips der Selbstbestimmung und der Selbstregierung für die einzelnen und das Volk. Sie erhält daraus eine prinzipielle, über Zweckerwägungen hinausgehende und durch sie nicht zu erschütternde Rechtfertigung und ideelle Kraft. [...] Die geltende Ordnung wird, dem

³¹⁸ Vgl. Martin Morlok, „Demokratie und Wahlen“, in *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, hg. von Peter Badura und Horst Dreier (Tübingen: Mohr Siebeck, 2001), 576.

³¹⁹ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 80, 50 – 52.

³²⁰ Morlok, „Demokratie und Wahlen“, 560.

³²¹ Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 9; Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 91 f.

³²² Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 9 – 10.

³²³ Kant teil 1 para 46 zit. in: Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 322.

neuzeitlichen Autonomiedenken entsprechend, von denjenigen erzeugt, die ihr unterworfen sind.“³²⁴

Man kann also den demokratischen „Verfassungsstaat als Mittel der Selbstorganisation der Gesellschaft als Gemeinschaft freier und gleicher Rechtsgenossen“ bezeichnen.³²⁵

Entsprechende findet die Selbstbestimmung auch in der grundgesetzlichen Staatsordnung ihre Konkretisierung:

„Der Staat des Grundgesetzes ist der Entscheidungszusammenhang und Verantwortungszusammenhang [...], vermittelt dessen sich das Volk nach der Idee der Selbstbestimmung aller in Freiheit und unter der Anforderung der Gerechtigkeit seine Ordnung, insbesondere seine positive Rechtsordnung als verbindliche Sollensordnung setzt.“³²⁶

Die zweite der Funktionen von Volkssouveränität kommt in Artikel 20 ebenfalls zum Ausdruck: Die Staatsgewalt wird vom Volk in Wahlen und Abstimmungen ausgeübt. Daneben üben Legislative, Exekutive und Judikative Staatsgewalt aus. In der politischen Realität einer Repräsentativdemokratie entfällt auf sie sogar die Hauptlast der Ausübung von Staatsgewalt. Dazu bedürfen sie der Legitimation. Anbindung an und Verantwortung gegenüber dem Volk müssen gewährleistet sein, das Volk nach Ansicht mancher sogar „effektiven Einfluss auf die Ausübung“ der Staatsgewalt besitzen.³²⁷

In der grundgesetzlichen Ordnung muss sich die Legitimation der politischen Macht und der Staatsorgane auf die „Gesamtheit der Bürger als Staatsvolk“ zurückführen lassen.³²⁸ Nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts und der vorherrschenden staatsrechtlichen Meinung geschieht dies mithilfe von „Legitimationsketten“ und „Legitimationsniveaus.“ So unterscheidet das Bundesverfassungsgericht „personell-demokratische“, „sachlich-inhaltliche“ und „institutionelle“ wie „funktionelle“ Legitimation.³²⁹ Nach Böckenförde sichert die Volkssouveränität eine „ununterbrochene demokratische Legitimationskette“, durch die „alle Staatsgewalt auf Entscheidungen des Volkes zurückgeführt werden kann“, sie bedeutet sogar, „das Volk herrscht nicht nur, es

³²⁴ Ebd., 321 – 322.

³²⁵ Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 10.

³²⁶ Ebd.

³²⁷ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 61.

³²⁸ BverfG, 2 BvL 5/98 vom 5.12.2002, Absatz-Nr. 155.

³²⁹ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 107, 117 ff.

regiert auch.³³⁰ Letztlich ist dies allerdings eine juristische Fiktion, da das Volk auf die Substanz der Ausübung von Staatsgewalt formal keinerlei direkten Einfluss hat.³³¹

³³⁰ Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 291 – 296.

³³¹ Vgl. Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 83.

6.2 Die repräsentative Demokratie nach dem Grundgesetz

Das dritte für das Demokratieverständnis des Grundgesetzes entscheidende Prinzip ist die repräsentative Demokratie. Auf den ersten Blick scheint die repräsentative Demokratie dem Prinzip der Volkssouveränität zu widersprechen. Schließlich hindert sie das Volk an der direkten Ausübung politischer Macht. Allerdings ist die repräsentative Demokratie nach eindeutiger staatsrechtlicher Meinung eines der „materialen Elemente“ des Grundgesetzes.³³² „Mit der repräsentativen Demokratie wird das Postulat der Selbstbestimmung der Freien und Gleichen auf den intra-konstitutionellen Bereich übertragen.“³³³ In liberaler Tradition kann die Autonomie des Einzelnen also als leitender verfassungstheoretischer Begriff gesehen werden, der notwendigerweise zu einer demokratischen Ordnung des Gemeinwesens führen muss.³³⁴

Das bedeutet jedoch nicht zwingend die Zuständigkeit des Volkes für alle politischen Entscheidungen. Das Prinzip der Volkssouveränität wird im deutschen Staatsrecht vielmehr als „Legitimations- und Verantwortungsprinzip“ und nicht als „Zuständigkeitsregelung“ aufgefasst.³³⁵ Somit ergibt sich kein Widerspruch zur repräsentativen Demokratie liberaler Tradition. Im Gegenteil, „die parlamentarische Repräsentation ist ein die Verwirklichung der Volkssouveränität näher bestimmendes Verfassungsprinzip.“³³⁶

Dieser Schluss lässt allerdings noch keine präzisen Aussagen über die Ausgestaltung der grundgesetzlichen Repräsentativdemokratie zu. Diese werden zunächst durch den Wortlaut von Artikel 20 Absatz 2 Grundgesetz erschwert. Er stellt „Abstimmungen“ scheinbar ebenbürtig neben „Wahlen“ und scheint damit plebiszitäre Elemente repräsentativen formal gleichzusetzen. Die staatsrechtliche Meinung dazu ist gleichwohl eindeutig. Die Äußerung der Volkssouveränität als Ausübung der Staatsgewalt in Ab-

³³² Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 13.

³³³ Ernst-Wolfgang Böckenförde, „§ 24 Demokratie als Verfassungsprinzip“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. II (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2004), 8.

³³⁴ Vgl. Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 451 ff.

³³⁵ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 62 f.

³³⁶ Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, 36.

stimmungen beschränkt das Grundgesetz ausdrücklich auf die Möglichkeit der Neugliederung des Bundesgebiets.³³⁷ Zusätzliche plebiszitäre Elemente könnten zwar durch Verfassungsänderungen eingeführt werden, der „Schwerpunkt der politischen Entscheidungsfindung“ muss aber „bei den Staatsorganen bleiben.“³³⁸ Plebiszitäre Elemente könnten höchstens als Ergänzung parlamentarischer Gesetzgebung dienen.³³⁹

Unter den Staatsorganen haben die in Artikel 20 genannten „besonderen Organe der Gesetzgebung“, auf Bundesebene also der Bundestag, eine eindeutige Vormachtstellung, die im Rahmen des Grundgesetzes auch nicht beeinträchtigt werden darf.³⁴⁰ Die Entscheidungen des Bundestags dürfen durch „direktdemokratische Elemente weder beeinflusst noch ersetzt oder korrigiert werden.“³⁴¹

Die Repräsentativdemokratie ist also elementarer Bestandteil der Ordnung des Grundgesetzes. In Bezug auf die Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter ist dies die wohl folgenreichste Einschränkung des Grundgesetzes. Internetbasierte Basisdemokratie im Sinne der in Kapitel 5 geschilderten republikanischen Szenarien ist mit dem Grundgesetz nicht zu vereinbaren.

Das Wesen der grundgesetzlichen Repräsentativdemokratie kann ausgehend von drei Fragen näher bestimmt werden, die zugleich weitere Grenzen und Anknüpfungspunkte der Entwicklungsmöglichkeiten der Demokratie sichtbar machen:

1. Wie wird in der staatsrechtlichen Theorie der Vorzug der liberal-repräsentativen vor der republikanischen Demokratietradition begründet?
2. Wie ist das Verhältnis von Repräsentanten und Souverän, also dem Volk, beschaffen, das heißt, welchem Repräsentationsbegriff folgt das Grundgesetz?
3. Welche Funktionen hat die Meinungs- und Willensbildung des Volkes?

³³⁷ Morlok, „Demokratie und Wahlen“, 565 f.

³³⁸ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 77; Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 456; s. auch Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, 5.

³³⁹ Michael Brenner, „§ 44 Das Prinzip Parlamentarismus“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), Rn. 64.

³⁴⁰ Ebd., Rn. 3.

³⁴¹ Hans H. Klein, „Artikel 38 Wahlgrundsätze, aktives und passives Wahlrecht“, in *Grundgesetz: Kommentar*, hg. von Theodor Maunz und Günter Dürig (München: C.H. Beck, 2012), Rn. 43.

Begründungen für die repräsentative Demokratie

Die Anzahl der zur Rechtfertigung von Repräsentativsystemen aufgerufenen Gründe ist hoch. In der staatsrechtlichen Literatur lassen sich drei Hauptgründe ausmachen: Mangelnde Gemeinwohlorientierung plebiszitärer Demokratie, die mangelnde Praktikabilität direkter Demokratie und, aus den beiden ersten Gründen abgeleitet, die hohe Komplexität moderner Gesellschaften und ihrer politischen Entscheidungen, die Repräsentation erzwingen.

Repräsentative Demokratie erlaube die Verbindung von demokratischen Entscheidungen mit Gemeinwohlorientierung, da Partikularinteressen in direktdemokratischen Systemen kaum zu bändigen seien, diese Position vertreten etwa Herzog und Grzeszick.³⁴² Schon im Parlamentarischen Rat lehnte, wie oben erwähnt, Theodor Heuss plebiszitäre Elemente mit der Begründung ab, dass diese „Demagogen“ Tür und Tor öffneten. Darüber hinaus wird argumentiert, dass plebiszitäre Elemente im Vergleich mit der repräsentativen Ordnung des Grundgesetzes zu „Gemeinwohlförderung, Irrationalität, Inkonsistenz und Piktualität“ führten, weil das Volk weder Konsistenz noch Kohärenz von Entscheidungen beachte beziehungsweise beachten könne, diese aber für das Funktionieren einer komplexen modernen Gesellschaft unabdingbar seien.³⁴³

Abgesehen von der Gefahr der Demagogie wird auch auf ein weiteres Problem plebiszitärer Elemente verwiesen: Auch Plebiszite setzen Repräsentanten des Staats voraus, die diese organisieren und die dem Volk vorzulegenden Fragen formulieren. Gerade Letzteres bedeutet eine Machtposition, denn „Volksbegehren und Volksentscheide wachsen nämlich nicht von selbst, sie antworten auf – vereinfachende – Fragestellungen.“³⁴⁴

Weiterhin mahnt Böckenförde, in Anlehnung an die Pluralismustheorie, dass der Widerstreit von Interessen die Bildung von Eliten befördere, die nur wenig oder inzidentell am Gemeinwohl orientiert seien und denen gegenüber der normale Bürger keinerlei Chance auf Durchsetzung seiner Interessen besitze. Zudem habe dieser Bürger ohnehin andere Interessen als Politik und wende, wenn überhaupt, nur einen geringen Teil seiner Zeit für politische Beteiligung auf. Zusammengefasst bewirkt Direktdemokratie für

³⁴² S. Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 64 f.

³⁴³ Paul Krause, „§ 35 Verfassungsrechtliche Möglichkeiten unmittelbarer Demokratie“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), Rn. 48.

³⁴⁴ Ebd.

Böckenförde unzureichende Gemeinwohlorientierung und latente Machträume für aktive Minderheiten: „der direktdemokratische Mantel verhüllt die Repräsentationsstruktur, die sich dabei entfaltet.“³⁴⁵

Die Argumentation der Gemeinwohlförderung direkter Demokratie ist nicht neu und lässt sich zurückführen auf die von Rousseau positiv beantwortete Frage, ob es einen sich wie auch immer äußernden Volkswillen gäbe, aus dem sich ein Allgemeinwohl ableiten ließe. Der Unterscheidung Rousseaus zwischen *volonté générale*, dem Gemeinwillen, und *volonté de tous*, als der Summe aller individuellen Willen und Dispositionen, erteilt das moderne deutsche Staatsrecht mehrheitlich eine klare Absage. Der Idee, dass die Souveränität des Volkes unveräußerlich und es damit nicht repräsentierbar sei, wird nicht gefolgt. Der Gemeinwille enthält nach Böckenförde höchstens „Möglichkeiten“, die allerdings erst von den Vertretern des Repräsentativsystems „zum Sprechen gebracht werden“ müssten. Daher habe er „notwendigerweise Antwortcharakter“.³⁴⁶ Zudem sei der empirische Volkswille, so er denn existiere, in der Tat schwer zu messen und mit dem Grundgesetz wohl oft nicht vereinbar.³⁴⁷

Eine noch eindeutiger Position bringt einen vermeintlichen *volonté générale* sogar in Verbindung mit „totalitärer Demokratie“, insbesondere mit sozialistischen Demokratievarianten, so kann nach Herzog und Grzeszick „das Gemeinwohl nicht als vorgegebene Größe betrachtet [werden], die es nur zu erkennen und dann zu exekutieren gilt [...]“.³⁴⁸ Stattdessen verfolgt die grundgesetzliche Ordnung die Idee einer offenen Demokratie:

„Die Politik eines so verstandenen demokratischen Staates vollzieht sich im Grundsatz nach dem Muster von ‚Versuch und Irrtum‘, und dieser Art von Demokratie sind infolgedessen die Prinzipien der Gedanken- und Meinungsfreiheit, der öffentlichen Kritik und insbesondere der parlamentarischen Opposition begriffsimmanent. Dem steht das Konzept der totalitären Demokratie gegenüber [...]“³⁴⁹

³⁴⁵ Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 385.

³⁴⁶ Ebd., 380 – 383.

³⁴⁷ Heinrich Oberreuter, „Repräsentative und plebiszitäre Elemente als sich ergänzende politische Prinzipien“, in *Repräsentative oder plebiszitäre Demokratie - eine Alternative?: Grundlagen, Vergleiche, Perspektiven*, hg. von Günther Rüter (Baden-Baden: Nomos, 1996), 267.

³⁴⁸ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, I, Rn. 40.

³⁴⁹ Ebd.

Ohne, dass explizit darauf Bezug genommen würde, mag hier ex negativo auch die deutsche Staatsrechtstradition der 1920er und 1930er Jahre eine Rolle spielen. So leitete Carl Schmitt aus der Artikulation des Volkswillens eine Bewegung zur Homogenisierung der Gesellschaft und die Ablehnung der Demokratie zugunsten einer Führerherrschaft ab.³⁵⁰

Im modernen deutschen Staatsrecht spielt der Volkswille daher eine untergeordnete Rolle. Vielmehr wird die Ansicht vertreten, dass das Allgemeinwohl aus den Normen der Verfassung abzuleiten ist. Aus staatsrechtlicher Perspektive gilt also einerseits: Der plebiszitären Demokratie liegt „ein Traum von Herrschaftslosigkeit zugrunde, der an der rauen Notwendigkeit zerschellen muss.“³⁵¹ Andererseits gibt es gerade in Deutschland gewichtige historische Gründe für die Verteidigung eines im Grundgesetz festgeschriebenen Gemeinwohlkerns, selbst wenn man, überspitzt, in der Grundgesetzgläubigkeit eine Fortsetzung der deutschen Tradition der Obrigkeitshörigkeit mit anderen Mitteln sehen könnte.

Praktische Gründe für die repräsentative Demokratie werden ebenfalls erwogen: „Unter den Bedingungen der modernen Staatlichkeit“, also in komplexen Großgesellschaften sei eine „adäquate Alternative schlechthin nicht ersichtlich“.³⁵² Herzog und Grzeszick argumentieren sogar, dass das Volk einen Vermittler brauche:

„Die zunehmende Komplexität der politischen Probleme und damit auch der politischen Entscheidungen steht deshalb in einem Spannungsverhältnis zu den Voraussetzungen politischer Sachentscheidungen durch das Staatsvolk selbst. Hier bedarf es zur Aufbereitung der politischen Probleme und dementsprechend zur Vorformung des politischen Willens des Volkes regelmäßig des Instruments der Parteien.“³⁵³

Noch weiter geht Böckenförde, der mahnt, dass immer auch die „geistig-bildungsmäßigen Gegebenheiten bei den Bürgern“ beachtet werden müssen.³⁵⁴

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass aus der Mehrheitsperspektive des deutschen Staatsrechts die repräsentative Demokratie keinesfalls die zweitbeste, sondern vielmehr

³⁵⁰ Zur Position Carl Schmitts s. Nolte, *Was ist Demokratie?*, 263.

³⁵¹ Krause, „§ 35 Verfassungsrechtliche Möglichkeiten unmittelbarer Demokratie“, 3 – 4.

³⁵² Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 454.

³⁵³ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 64.

³⁵⁴ Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 345.

die beste Möglichkeit ist, gar „Bedingung der Möglichkeit“, demokratische Herrschaft in einem Rechtsstaat und unter Beachtung der Grundrechte umzusetzen.³⁵⁵ Die Veränderungen der politischen Kommunikation durch das Internet ändern an diesen Argumenten nichts. Nach staatsrechtlicher Mehrheitsmeinung sind die wesentlichen Eckpunkte des Gemeinwohls im Grundgesetz festgelegt, sie müssen nicht erst in internetbasierten kommunikativen Prozessen bestimmt werden.

Repräsentationsbegriff des Grundgesetzes

Unterschiedliche demokratiethoretische Traditionen bedingen unterschiedliche Ausgestaltungen von Repräsentation. Auch historisch lassen sich etwa anhand des Wandels der Parteien unterschiedliche Repräsentationsbegriffe festmachen, vom „trustee ohne Macht“ zum „abgehobenen Repräsentant[en]“, der dennoch für Formen der Anbindung an die Repräsentierten Sorge tragen muss.³⁵⁶

Wer in der bundesrepublikanischen Verfassungsordnung repräsentiert wird, ist eindeutig: das Volk. Aber wer repräsentiert? Wie wird repräsentiert und wie gestaltet sich die Anbindung von Repräsentanten und Repräsentierten? Welche Rolle spielen die demokratische Öffentlichkeit und ihre Kommunikation dafür?

Die Antworten auf diese Fragen bestimmen sowohl den Repräsentationsbegriff des Grundgesetzes als auch die Bandbreite der Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Demokratie und besonders der kommunikativen Funktion der Parteien in der Ordnung des Grundgesetzes.

Definiert wird der Repräsentationsbegriff des Grundgesetzes in Artikel 38.³⁵⁷ Repräsentanten des deutschen Volkes sind nach Absatz 1 die Abgeordneten des Deutschen Bundestags:

³⁵⁵ Vgl. Ebd., 388.

³⁵⁶ Klaus von Beyme, „Parteien und Parteiengesetzgebung - Grenzen der rechtlichen Regulierung als Mittel gegen die Parteienverdrossenheit“, in *Neuanfang statt Niedergang: die Zukunft der Mitgliederparteien*, hg. von Fabian Schalt u. a. (Münster [u.a.]: LIT, 2009), 30.

³⁵⁷ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 13.

„Die Abgeordneten des Deutschen Bundestages werden in allgemeiner, unmittelbarer, freier, gleicher und geheimer Wahl gewählt. Sie sind Vertreter des ganzen Volkes, an Aufträge und Weisungen nicht gebunden und nur ihrem Gewissen unterworfen.“

Der Bundestag hat in der Verfassungsordnung des Grundgesetzes eine herausgehobene Stellung. Nur seine Mitglieder werden direkt vom Volk gewählt. Für die anderen Verfassungsorgane gilt dies nicht. Mit dem Bundestag beginnt gewissermaßen die Legitimation staatlicher Gewalt durch den Souverän, also das Volk. Er ist das „besondere Organ der Gesetzgebung“, durch welches das Volk laut Artikel 20, Absatz 2 seine legislative Staatsgewalt ausübt und schließlich ist er der Ort, an dem „die Repräsentation des Volkes zur Darstellung“ kommt.³⁵⁸

Artikel 38 verdeutlicht, dass der Repräsentationsbegriff des Grundgesetzes eindeutig dem Prinzip der indirekten Repräsentation folgt. Die Bundestagsabgeordneten sind „Vertreter“ des ganzen Volkes. Dabei ist zu beachten,

„dass das Parlament bei Wahrnehmung seiner Aufgaben in ‚Vertretung‘ des Volkes, aber aus eigenem Recht handelt, nicht kraft Delegation, Auftrags oder ihm von dritter Seite erteilter Vollmacht. Die Entscheidungen, die der Bundestag trifft, werden dem Volk – wie die Entscheidungen der anderen Staatsorgane auch – zugerechnet: ‚Der Wille des Parlaments gilt als (hypothetischer) Volkswille‘. Die Vielzahl der Staatsbürger, das Volk, wird durch dieses ‚repräsentierende‘ Parlament erst handlungsfähig.“³⁵⁹

Weder sind also die Abgeordneten dem Willen derer unterworfen, die sie repräsentieren, wie dies die direkte Repräsentation vorsieht, noch muss sich der durch die Gesetzgebung der Mehrheiten des Bundestags zum Ausdruck kommende Wille des Staats mit dem „tatsächlichen Willen des Volks in ständiger Übereinstimmung“ befinden.³⁶⁰ Im Gegenteil, die Willensbildung durch Parlament und damit Staat geschieht eigenständig, wenn auch unter Rückbeziehung auf gesellschaftliche Interessenlagen und Meinungen.³⁶¹ Die Abgeordneten sind einzig ihrem Gewissen unterworfen, nach dem Grundgesetz ist auch der sogenannte Fraktionszwang problematisch, auch wenn „Frakti-

³⁵⁸ Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 38“, Rn. 30.

³⁵⁹ Ebd., Rn. 40.

³⁶⁰ Ebd., Rn. 41; Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 458.

³⁶¹ Walter Schmitt Glaeser, „§ 38 Die grundrechtliche Freiheit des Bürgers zur Mitwirkung an der Willensbildung“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), 38.

onsdisziplin [...] im Lichte der Funktionsfähigkeit des parlamentarischen Betriebs insgesamt ebenso gerechtfertigt wie legitimiert“ ist.³⁶²

Trotz des Grundsatzes des freien Mandats sind die Bundestagsabgeordneten eng an die Repräsentierten angebunden. Erstens, ganz direkt, durch Wahlen. Die Bundestagswahlen sind „der entscheidende Akt für die Willensbildung im demokratischen Staat des Grundgesetzes“.³⁶³ Das Bundesverfassungsgericht hält dazu fest: „Der permanente Prozeß der Meinungs- und Willensbildung des Volkes mündet ein in den für die Willensbildung im Staat entscheidenden Akt der Parlamentswahl.“³⁶⁴

Zweitens besitzt der Bundestag nach staatsrechtlicher Lehrmeinung neben seiner Gesetzgebungsfunktion unter anderem auch eine „Öffentlichkeitsfunktion“, die dreifach zum Ausdruck kommt: innerparlamentarisch im Plenum des Parlaments, als Dialog zwischen Parlament und Regierung wie auch durch die „Wechselbezüglichkeit“ zwischen Repräsentanten und ihren Entscheidungen einerseits und den Repräsentierten andererseits.³⁶⁵ Das Bundesverfassungsgericht hat den Entstehungsprozess dieser Wechselbezüglichkeit in einem Urteil beschrieben:

„Politisches Programm und Verhalten der Staatsorgane wirken unablässig auf die Willensbildung des Volkes ein und sind selbst Gegenstand der Meinungsbildung des Volkes; Meinungen aus dem Volk, sehr häufig vorgeformt und gestaltet vor allem in den politischen Parteien, aber auch z. B. über Verbände und über Massenmedien, wirken auf die Willensbildung in den Staatsorganen ein.“³⁶⁶

Böckenförde ist damit zuzustimmen, die Wechselbezüglichkeit beschreibt ein „dialektisches Verhältnis“.³⁶⁷ Einerseits sind die Abgeordneten nur ihrem Gewissen verpflichtet, andererseits müssen sie kontinuierlich für Anbindung an und Legitimation

³⁶² Rupert Scholz, „Staatsleitung im parlamentarischen Regierungssystem“, in *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, hg. von Peter Badura und Horst Dreier (Tübingen: Mohr Siebeck, 2001), 671; s. auch Zippelius, Württenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 399; Unruh, *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes*, 459.

³⁶³ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 110.

³⁶⁴ BVerfG, 2 BvF 1/65 vom 19.7.1966, Absatz-Nr. 136.

³⁶⁵ Zippelius, Württenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 82; Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 38“, Rn. 46, 56.

³⁶⁶ BVerfG, 2 BvE 1/76 vom 2.3.1977, Absatz-Nr. 47.

³⁶⁷ Ernst-Wolfgang Böckenförde, „§ 34 Demokratische Willensbildung und Repräsentation“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), 33 f.

durch Kommunikation mit dem Bürger Sorge tragen, wenn sie ihre politische Macht über formaljuristische Bedingungen hinaus legitimieren wollen.

Neben die Ebene der formalen Repräsentation tritt dabei die der inhaltlichen. Die Repräsentanten müssen nicht nur die richtigen Themen und Fragestellungen diskutieren und diese politisch entscheiden, Form und Inhalte ihrer Debatten müssen gleichzeitig dem Souverän, also den Bürgern, die Möglichkeit zur „Identifikation [...], zu Zustimmung und Folgebereitschaft“ bieten.³⁶⁸ Dies muss nicht permanent der Fall sein, bei langfristiger und mehrheitlicher Ablehnung der Entscheidungen der Repräsentanten droht allerdings die Entzauberung der Demokratie zur Entfremdung von der Demokratie zu werden, wie auch das Bundesverfassungsgericht betont:

„Die Demokratie des Grundgesetzes bedarf – unbeschadet sachlicher Differenzen in Einzelfragen – eines weitgehenden Einverständnisses der Bürger mit der vom Grundgesetz geschaffenen Staatsordnung.“³⁶⁹

Das präzise Zustandekommen der Wechselbezüglichkeit bleibt allerdings im Staatsrecht, wie auch in Politik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft, je nach Definition mindestens abstrakt bis diffus. In der Regel wird der Begriff einer, oft nicht näher definierten, ‚Öffentlichkeit‘ oder der ‚öffentlichen Meinung‘ ins Spiel gebracht.

Im Grundgesetz kommt der Begriff öffentliche Meinung nicht vor und auch im Staatsrecht sind die Begriffe Öffentlichkeit und öffentliche Meinung nicht eindeutig definiert.³⁷⁰ So ist etwa bei Maunz, von einem „Gedankenaustausch [des Parlaments] mit der überwiegend medial vermittelten öffentlichen Meinung“ die Rede.³⁷¹ An anderem Ort wird die „demokratische Öffentlichkeit [...] zur wesentlichen Bedingung der staatlichen Tätigkeit“ erklärt.³⁷²

Unabhängig von der begrifflichen Unschärfe ist die öffentliche Meinung für das Bundesverfassungsgericht dennoch zentral für das Funktionieren der freiheitlichen Demokratie.³⁷³

³⁶⁸ Ebd., 29.

³⁶⁹ BVerfG, 2 BvE 1/76 vom 2.3.1977, Absatz-Nr. 63.

³⁷⁰ Michael Kloepfer, „§ 42 Öffentliche Meinung, Massenmedien“, in *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III (Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005), Rn. 1.

³⁷¹ Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, Rn. 56.

³⁷² Morlok, „Demokratie und Wahlen“, 573 f.

³⁷³ Kloepfer, „§ 42 Öffentliche Meinung, Massenmedien“, Rn. 11.

„Soll die Legitimation staatlichen Handelns auf die Gerechtigkeitsvorstellungen und politischen Zielvorstellungen der Mehrheit zurückgeführt werden, so muß der politische Wille durch eine öffentliche Meinung vorgeformt werden.“³⁷⁴

Mehr noch, die öffentliche Meinung ist unabdingbar: „Ein demokratischer Staat kann nicht ohne freie und möglichst gut informierte öffentliche Meinung bestehen.“³⁷⁵

Diese wird dabei im Staatsrecht wie folgt verstanden:

„[Die öffentliche Meinung] bildet sich in ständiger, freier Auseinandersetzung zwischen den sich begegnenden sozialen Kräften, Interessen und Ideen. In ihr klären und wandeln sich auch die politischen Ziele.“³⁷⁶

Eine Bindung der einzelnen Repräsentanten oder gar der Staatsorgane an die öffentliche Meinung folgt daraus allerdings nicht. Der Bundestag und die übrigen Staatsorgane besitzen die Freiheit, gegen die öffentliche Meinung zu handeln.³⁷⁷

Wie genau sich Kräfte, Interessen und Ideen begegnen und wandeln, lässt auch das Bundesverfassungsgericht offen. Unabhängig von der genauen Definition von Öffentlichkeit ist im Zusammenhang der vorliegenden Arbeit aber von besonderer Bedeutung, dass die repräsentative Demokratie des Grundgesetzes durch die Betonung der Wechselbezüglichkeit Kommunikation zwischen Repräsentanten und Repräsentierten nicht nur voraussetzt, sondern zu einem Grundbestandteil ihrer Funktionslogik erklärt. Die „repräsentative Demokratie verwirklicht sich also durch Kommunikation, und die spezifische Funktion des Parlaments läßt sich als ‚Legitimation durch Kommunikation‘ definieren“.³⁷⁸

Wie Castells sieht also auch das Staatsrecht Kommunikation als Schlüssel zur Herstellung und Legitimation politischer Macht, wenngleich, ohne auf die komplexen Sinnkonstruktions- und Wirkmechanismen medialer Kommunikation einzugehen. Der Repräsentationsbegriff des Grundgesetzes bietet damit für mögliche internetbasierte Erweiterungen der grundgesetzlichen Demokratie einen guten Ansatzpunkt, denn hier

³⁷⁴ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 82.

³⁷⁵ BVerfG, 1 BvR 46/65 vom 3.10.1969, Absatz-Nr. 28; vgl. Schmitt Glaeser, „§ 38 Die grundrechtliche Freiheit des Bürgers zur Mitwirkung an der Willensbildung“, 15.

³⁷⁶ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 82.

³⁷⁷ Kloepfer, „§ 42 Öffentliche Meinung, Massenmedien“, Rn. 29.

³⁷⁸ Oberreuter, „Repräsentative und plebiszitäre Elemente als sich ergänzende politische Prinzipien“, 264.

setzt das Grundgesetz keine engen Grenzen, sondern fordert sogar intensive Kommunikation zwischen Repräsentanten und Repräsentierten.

In der Tat werden entsprechende Versuche zu Herstellung engerer Wechselbeziehlichkeit zwischen Legislative und Souverän auch seit Längerem unternommen. Das jüngste Beispiel ist die Arbeit der zu Beginn der 17. Wahlperiode eingesetzten Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“. Diese dokumentierte online nicht nur ihr Vorgehen in bisher unbekanntem Maße, sie ermöglichte einer interessierten Öffentlichkeit mithilfe der Liquid Democracy Software „Adhocracy“ die inhaltliche Mitarbeit bis hin zu Formulierungsvorschlägen für die Handlungsempfehlungen, die das Kernstück der Arbeit von Enquetekommissionen bilden.³⁷⁹ Die Enquetekommission empfiehlt in Bezug auf die Legislative vergleichbare Ansätze unter anderem für die Arbeit von Bundestagsausschüssen umzusetzen.³⁸⁰

Funktionen der Meinungs- und Willensbildung

Die politische Willensbildung in Form öffentlicher Kommunikation ist die Grundlage für die Legitimation politischer Macht auch in der liberalen Tradition der Demokratie, der das Grundgesetz in dieser Frage weitgehend folgt:

„Die öffentliche Kommunikation derjenigen, die sich [an der politischen Öffentlichkeit] beteiligen, und die damit verbundenen Wahl- und Abstimmungsrechte dienen im liberalen Verständnis der Legitimation der Regierung, der staatlichen Institutionen und des Parlaments, das die öffentliche Deliberation auf Dauer stellt.“³⁸¹

Die Kommunikation, durch die sich die repräsentative Demokratie verwirklicht, hat die in Artikel 5 Grundgesetz festgeschriebene Meinungs- und Informationsfreiheit zur Bedingung. Das Bundesverfassungsgericht hat Artikel 5 bereits in einem frühen Urteil

³⁷⁹ Deutscher Bundestag, *Schlussbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ (Bundestagsdrucksache 17/12550)* (Berlin, 5. April 2013), 8 ff; zur Funktionsweise der Software vgl. auch „Mehr Erfahrung | Adhocracy“, o. J., https://adhocracy.de/_pages/mehr-erfahren/.

³⁸⁰ Deutscher Bundestag, *Siebter Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ - Demokratie und Staat (Bundestagsdrucksache 17/12290)* (Berlin, 6. Februar 2013), 101, 97 ff.

³⁸¹ Kurt Imhof u. a., „Einleitung: Demokratie in der Mediengesellschaft“, in *Demokratie in der Mediengesellschaft*, hg. von Kurt Imhof u. a. (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 12.

als für „eine freiheitlich-demokratische Staatsordnung [...] schlechthin konstituierend“ bezeichnet.³⁸² Aus Artikel 5 werden einerseits das Öffentlichkeitsprinzip und die weitgehende Publizitätspflicht der Staatsorgane und ihrer Handlungen abgeleitet. Andererseits ist Artikel 5 Ausdruck der Autonomie des Einzelnen, der diese eben besonders durch die Freiheit zur Meinungs- und Willensbildung zur Entfaltung bringen kann.³⁸³ Neben Artikel 5 wird die politische Selbstbestimmung im Grundgesetz durch das aktive und passive Wahlrecht (Artikel 38), den Zugang zu öffentlichen Ämtern (Artikel 33) sowie die Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit (Artikel 8 und 9) festgeschrieben.³⁸⁴

Die Richtung der Willensbildung ist nach dem Bundesverfassungsgericht eindeutig und der Staat darf keinesfalls steuernd in den Meinungs- und Willensbildungsprozess eingreifen:³⁸⁵

„In einer Demokratie muß sich diese Willensbildung [...] vom Volk zu den Staatsorganen, nicht umgekehrt von den Staatsorganen zum Volk hin, vollziehen. Die Staatsorgane werden durch den Prozeß der politischen Willensbildung des Volkes, der in die Wahlen einmündet, erst hervorgebracht (Art. 20 Abs. 2 GG).“³⁸⁶

In Politik- und Kommunikationswissenschaft wird der Öffentlichkeit eine Beobachtungs-, Validierungs-, und Orientierungsfunktion zugeschrieben.³⁸⁷ Darüber hinaus liefert sie die Inputs für das politische System, sie ist der „Entdeckungszusammenhang“ moderner Gesellschaften.³⁸⁸ Dieser Vorstellung folgt auch das Verfassungsgericht. Danach gehen in die öffentliche Meinung ein:

„[...] die vielfältigen, sich möglicherweise widersprechenden, ergänzenden, gegenseitig beeinflussenden Wertungen, Auffassungen und Äußerungen des Einzelnen, der Gruppen, der politischen Parteien, Verbände und sonstigen gesellschaftlichen Gebilde, die ihrerseits von einer Vielzahl von (politisch relevanten) Tatsachen, zu denen auch

³⁸² BVerfG, 1 BvR 400/51 vom 15.1.1958, Absatz-Nr. 33; Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 352.

³⁸³ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 16.

³⁸⁴ Vgl. Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 328.

³⁸⁵ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 17.

³⁸⁶ BVerfG, 2 BvF 1/65 vom 19.7.1966, Absatz-Nr. 138

³⁸⁷ Vgl. Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 275.

³⁸⁸ Imhof u. a., „Einleitung: Demokratie in der Mediengesellschaft“, 13.

Entscheidungen des Staates und Äußerungen und Maßnahmen staatlicher Organe gehören, beeinflusst sind.³⁸⁹

Eine angesichts der tatsächlichen Kommunikationsflüsse in der Mediengesellschaft schwer vermeidliche „Wechselwirkung“ zwischen „Willensbildung des Volkes und Willensbildung in den Staatsorganen“, an der die Parteien maßgeblich beteiligt sind, streitet das Bundesverfassungsgericht nicht ab.³⁹⁰

Der Prozess der Meinungs- und Willensbildung ist nach Vorgabe des Bundesverfassungsgerichts Grundlage für Mehrheitsentscheidungen des Parlaments. Dafür muss es aber einen „freien, offenen und regelmäßig zu erneuernden Meinungsbildungsprozeß und Willensbildungsprozeß [...]“ geben, der die Teilnahme aller wahlfähigen Bürger ermöglicht. Nur wenn dies gewährleistet ist und zudem der Gemeinwohlorientierung Rechnung getragen wird, können Mehrheitsentscheidungen bei der „Ausübung von Staatsgewalt“ als Mehrheitswille des Volkes gelten und „nach der Idee der freien Selbstbestimmung aller Bürger Verpflichtungskraft für alle entfalten.“³⁹¹

Der Prozess der Selbstbestimmung des Bürgers wird dabei in der der Ordnung des Grundgesetzes als ein kontinuierlicher konzipiert. Dies gilt ebenso für den Meinungs- und Willensbildungsprozess des Volkes, der kontinuierlicher und regelmäßiger Inputs bedarf. In Wahlen findet er lediglich seinen höchsten Ausdruck.³⁹²

Einen Partizipationszwang gibt es in der grundgesetzlichen Verfassungsordnung allerdings nicht, sondern lediglich eine „Verfassungserwartung“, dass die Bürger sich an der Ausgestaltung der politischen Ordnung beteiligen.³⁹³ Man kann daher durchaus Böckenfördes Ansicht folgen, dass Artikel 20 sich lediglich auf die Volkssouveränität beziehe und keinesfalls „Demokratie als Lebensform“, also eine Demokratisierung aller Gesellschaftsbereiche, bedeute.³⁹⁴

Weder empirisch haltbar noch theoretisch zu rechtfertigen ist jedoch Böckenfördes These, dass selbst die „Aktivbürgerschaft“ auf Fragestellungen beschränkt sei, „die ihr

³⁸⁹ BverfG, 2 BvF 3, 6/58 vom 30.7.1958, Absatz-Nr. 30

³⁹⁰ BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992, Absatz-Nr. 85

³⁹¹ BverfG, 2 BvE 1/76 vom 2.3.1977, Absatz-Nr. 52

³⁹² Dieter Grimm, „§ 14 Politische Parteien“, in *Handbuch des Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, hg. von Ernst Benda, Werner Maihofer, und Hans-Jochen Vogel (Berlin [u.a.]: de Gruyter, 1994), Rn. 10.

³⁹³ Schmitt Glaeser, „§ 38 Die grundrechtliche Freiheit des Bürgers zur Mitwirkung an der Willensbildung“, 12.

³⁹⁴ Böckenförde, *Staat, Verfassung, Demokratie*, 296.

vorgelegt werden.“³⁹⁵ Diese These widerspricht auch der Vorgabe des Bundesverfassungsgerichts, dass sich die Willensbildung vom Volk zu den Staatsorganen hin vollziehen müsse. Allerdings bleibt die Frage offen, inwieweit die Willens- und Meinungsbildung des Volkes tatsächlich durch seine Repräsentanten in politische Entscheidungen übersetzt wird, oder ob „von dem ‚Willen‘ des Volkes [...] nur in einem metaphorischen, die Analogie zur natürlichen Person suchenden Sinn die Rede sein [kann]“ und dieser lediglich Legitimations- nicht aber Inhaltsquelle politischer Entscheidungen ist.³⁹⁶

Sicher ist, dass in der Ordnung des Grundgesetzes die Primärverantwortung für den Erhalt der Repräsentativdemokratie bei den Verfassungsorganen, besonders auch bei den Parteien liegt: „Sie müssen sich den Anforderungen an ihre repräsentative Rolle gewachsen zeigen und auch inhaltlich Repräsentanten des Volkes sein *wollen*“.³⁹⁷

Dennoch bieten die Meinungs- und Willensbildungsprozesse, die das Grundgesetz vorsieht, neben der Wechselbezüglichkeit weitere Anknüpfungspunkte für die Entwicklung der Demokratie. So wäre eine Stärkung oder Intensivierung des Meinungs- und Willensbildungsprozesses durch internetbasierte politische Kommunikation im Sinne des Grundgesetzes. Relevant wären hier Veränderungen im Bereich politischer Information und aktiver Meinungsäußerung der Bürger. Inwiefern solche Veränderungen tatsächlich zu verzeichnen sind, wird Kapitel 8 noch zeigen.

Chancen und Beschränkungen

Neben demokratiethoretischen Grundlagen sollten auch konkrete Verfassungssysteme beachtet werden, wenn Entwicklungen von politischer Kommunikation und Demokratie durch das Internet untersucht werden, denn diese stellen einen der institutionellen Kontexte dar, die sowohl mögliche Entwicklungen entscheidend mitbestimmen als auch zu unterschiedlichen Bewertungen von Entwicklungsmöglichkeiten führen.

³⁹⁵ Ebd., 364.

³⁹⁶ Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, Rn. 28 ff.

³⁹⁷ Böckenförde, „§ 34 Demokratische Willensbildung und Repräsentation“, Rn. 45 ff.

Der Blick auf den Demokratiebegriff des Grundgesetzes und den Charakter der repräsentativen Demokratie hat eine Reihe von klaren Grenzen und Beschränkungen für die Entwicklung der Demokratie im Internetzeitalter in Deutschland aufgezeigt, aber auch Anknüpfungspunkte und Chancen. Es gilt jedoch festzuhalten, dass nicht jede Veränderung politischer Kommunikationsmöglichkeiten aus grundgesetzlicher Perspektive positiv zu bewerten ist. Vielmehr ist es, so man die Ordnung des Grundgesetzes nicht prinzipiell in Frage stellen möchte, geboten, tatsächliche Veränderungen und neue Optionsspielräume im Einzelnen im Hinblick auf ihre Vereinbarkeit mit der grundgesetzlichen Ordnung hin zu prüfen.

Die Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit und der repräsentativen Demokratie schränken die Veränderungsmöglichkeiten der Demokratie des Grundgesetzes klar ein. Sowohl in Bezug auf die Wechselbezüglichkeit von Repräsentanten und Repräsentierten als auch auf die Meinungs- und Willensbildungsprozesse, durch die die Ausübung politischer Macht legitimiert werden muss, bieten sich jedoch auch Ansatzpunkte für Entwicklungen der politischen Onlinekommunikation, die im Sinne des Grundgesetzes wären. Netzdemokratischen Utopien, wie sie in Kapitel 5 aufgezeigt wurden, steht das Grundgesetz daher klar entgegen. Eine Evolution der Kommunikation zwischen Politik, insbesondere auch Parteien, und Bürgern entspricht jedoch dem Geist des Grundgesetzes.

7 Die kommunikativen Funktionen der Parteien

Die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter sind herausgearbeitet und die Bedeutung sowohl demokratietheoretischer als auch verfassungsmäßiger Bezüge bei ihrer Analyse und Bewertung aufgezeigt.

Auf dieser Grundlage kann nun mit den kommunikativen Funktionen der Parteien ein spezifisches Beispiel von Veränderungen politischer Kommunikation untersucht und mithilfe des Maßstabs des Grundgesetzes bewertet werden.

Zunächst wird dazu in diesem Kapitel die vierte Leitfrage dieser Arbeit beantwortet, das heißt, die kommunikativen Funktionen der Parteien in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes werden bestimmt. In Kapitel 8 wird dann betrachtet, wie die Parteien diese Funktionen mithilfe des Internets erfüllen und wie dies aus grundgesetzlicher Perspektive zu bewerten ist.

Der Blick auf die Ausgestaltung des Repräsentativsystems hat die Bedeutung der Parteien in der Verfassungsordnung bereits angedeutet. Im politischen System Deutschlands besitzen die Parteien eine herausgehobene Stellung, die im Verfassungsrecht wie in der politischen Praxis zum Ausdruck kommt. Die kommunikative Scharnierfunktion zwischen Gesellschaft und politischem System ist davon ein wichtiger Aspekt. Wie aber sehen die kommunikativen Funktionen der Parteien im Detail aus? Diese Frage lässt sich einerseits aus der Rechtsordnung des Grundgesetzes und ihren normativen Zuschreibungen ableiten oder andererseits aus der empirischen Beobachtung heraus beantworten.³⁹⁸ Parteien dienen mehreren wissenschaftlichen Disziplinen als Forschungsobjekte, zwischen denen allerdings wenig bis kein Austausch herrscht. Eine einheitliche oder gar disziplinübergreifende Parteientheorie gibt es nicht.

Dieses Kapitel wird daher zunächst den Begriff Partei aus staatsrechtlicher, politik- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive beleuchten und eine Definition vor-

³⁹⁸ Foroud Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem: staats- und europarechtliche Untersuchungen zu den strukturellen Veränderungen im bundesdeutschen und europäischen Parteiensystem* (Tübingen: Mohr Siebeck, 2010), 50.

nehmen (Kapitel 7.1). Im Anschluss werden die kommunikativen Funktionen der Parteien aus Verfassungs- und Staatsrecht abgeleitet, wiederum unter Berücksichtigung politik- und kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse (Kapitel 7.2). Dann wird eine Typologie von Parteikommunikation entwickelt (Kapitel 7.3). Auf dieser aufbauend werden schließlich die drei kommunikativen Funktionen der Parteien im Detail betrachtet (Kapitel 7.4 ff.).

7.1 Zum Begriff Partei

Im Vergleich zum Begriff Demokratie ist der Begriff Partei präziseren Definitionen zugänglich, zumal, wenn er auf die Parteien in der Bundesrepublik Deutschland beschränkt wird und nicht allgemeinere Gültigkeit beansprucht wie teilweise in der politikwissenschaftlichen Forschung.

Die Staatsrechtslehre behandelt unter anderem die Stellung und Funktionen der Parteien in der Ordnung des Grundgesetzes sowie ihre innere Verfasstheit und Finanzierung. Die beiden erstgenannten Aspekte sind im Kontext dieser Arbeit relevant. Über die tatsächliche Funktionsweise von Parteien kann die staatsrechtliche Perspektive allerdings wenig Erhellendes beitragen. Zum näheren Verständnis von Struktur und Funktion dieser Vereinigungen von Bürgern müssen sozialwissenschaftliche Ansätze herangezogen werden. Dabei muss wiederum beachtet werden, dass die theoretische Konzeption des Begriffs Partei, etwa als korporativer Akteur oder lose verkoppeltes System, neben Fragestellungen und Methodik auch die Erkenntnismöglichkeiten wissenschaftlicher Forschung zu Parteien beeinflusst.

Staatsrechtlicher Parteienbegriff

Die herausgehobene Stellung der Parteien in der Verfassungsordnung drückt sich zunächst in Artikel 21 Grundgesetz aus. Absatz 1 lautet:

„Die Parteien wirken bei der politischen Willensbildung des Volkes mit. Ihre Gründung ist frei. Ihre innere Ordnung muß demokratischen Grundsätzen entsprechen. Sie müssen über die Herkunft und Verwendung ihrer Mittel sowie über ihr Vermögen öffentlich Rechenschaft geben.“

Artikel 21 ist der einzige Artikel des Grundgesetzes der sich explizit mit den Parteien beschäftigt, er ist daher für den grundgesetzlichen Parteienbegriff prägend. Mit der Verpflichtung zur Mitwirkung an der politischen Willensbildung beschreibt er den

Wesenskern von Parteien.³⁹⁹ Eine Definition des Begriffs Partei fehlt im Grundgesetz gleichwohl. Diese liefert das Parteiengesetz. In Paragraf 2 präzisiert es den Parteienbegriff mithilfe einer Aufzählung von Eigenschaften, die Organisationen erfüllen müssen, um als Parteien anerkannt zu werden:

„Parteien sind Vereinigungen von Bürgern, die dauernd oder für längere Zeit für den Bereich des Bundes oder eines Landes auf die politische Willensbildung Einfluss nehmen und an der Vertretung des Volkes im Deutschen Bundestag oder einem Landtag mitwirken wollen, wenn sie nach dem Gesamtbild der tatsächlichen Verhältnisse, insbesondere nach Umfang und Festigkeit ihrer Organisation, nach der Zahl ihrer Mitglieder und nach ihrem Hervortreten in der Öffentlichkeit eine ausreichende Gewähr für die Ernsthaftigkeit dieser Zielsetzung bieten.“

Anderen kollektiven Akteuren des politischen Systems wie Bürgerinitiativen fehlen also die entscheidenden Merkmale einer Partei. Selbst wenn diese gegeben sind, darf ihre politische Aktivität nicht auf Kommunalebene beschränkt sein, wenn eine Organisation nach dem Parteienstatus strebt.⁴⁰⁰

Politik- und kommunikationswissenschaftliche Parteienbegriffe

Im Fokus der politikwissenschaftlichen Parteienforschung stehen unter anderem der Wandel von Parteien und Parteiorganisationen sowie die Entwicklung von Parteimitgliedschaftsstrukturen. Soweit diese Arbeiten die kommunikativen Funktionen der Parteien berühren, finden sie hier Beachtung. Selbst in der Politikwissenschaft fehlen jedoch nach von Beyme theoretische Grundlagen der Parteienforschung, stattdessen überwiegen additive Funktionszuschreibungen.⁴⁰¹

³⁹⁹ Vgl. Hinnerk Wißmann, „§ 2 Begriff der Partei“, in *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, hg. von Jens Kersten und Stephan Rixen (Stuttgart: Kohlhammer, 2007), Rn. 12 ff.; Jörn Ipsen, „§ 2 Begriff der Partei“, in *Parteiengesetz (Gesetz über die politischen Parteien): Kommentar*, hg. von Jörn Ipsen (München: Beck, 2008), Rn. 2.

⁴⁰⁰ Vgl. Wißmann, „§ 2 Begriff der Partei“, Rn. 2.

⁴⁰¹ Klaus von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, in *Parteiendemokratie in Deutschland*, hg. von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss (Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001), 315.

Für die politische Kommunikationsforschung sind die Parteien eines der bedeutenderen Forschungsobjekte, nicht zuletzt, da Bundestagswahlkämpfe in Deutschland von den Parteizentralen geplant und gesteuert werden und diese somit eine bedeutende Rolle in der politischen Kommunikationslandschaft spielen. Eine Standarddefinition von Parteien hat sich jedoch auch in der Kommunikationswissenschaft nicht etabliert.

Statt einer einheitlichen Definition lässt sich eine Vielzahl von Parteitypologien unterschiedlicher fachwissenschaftlicher Herkunft ausmachen. Für die vorliegende Arbeit muss der Begriff der Partei dennoch näher definiert werden. Sind Parteien korporative Akteure im politischen System, die mit klaren Zielvorstellungen einheitlich handeln und kommunizieren oder lose verkoppelte Systeme, Handlungszusammenhänge individueller Akteure, ohne oder mit strategischem Zentrum? Politik- und kommunikationswissenschaftliche Parteitypologien bieten darauf unterschiedliche Antworten, denn sie betonen verschiedene strukturelle oder funktionale Merkmale von Parteien, etwa Mitglieder-, Wähler-, Organisations-, oder eben auch Kommunikationsstrukturen sowie Handlungs- oder Kommunikationslogiken. Auch der historische Kontext führt zu unterschiedlichen Typologien. So unterscheidet von Beyme „Elitenparteien“ des 19. Jahrhunderts, „Massenparteien“ bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts, Volks- oder „Catch-All-Parteien“ seit der Mitte des 20. Jahrhunderts sowie seit den 1970er Jahren „Kartellparteien“.⁴⁰² In jüngerer Zeit kamen Begriffe wie etwa „Netzwerkparteien“ hinzu.⁴⁰³

Diese Typologisierung fokussiert allerdings eher die Strukturen von Parteien und ist daher im Zusammenhang dieser Arbeit wenig hilfreich, denn die Kommunikationsleistungen der Parteien lassen sich damit nicht weiter spezifizieren. Zweifelsohne ist Kommunikation für Parteien von immenser Bedeutung. Nicht nur das Grundgesetz verlangt Kommunikation von den Parteien, wie wir noch sehen werden, Kommunikation ist auch ihre Daseinsvoraussetzung. Der Erfolg von Parteien hängt jedoch noch stärker als der vieler anderer Organisationen von ihrer Fähigkeit ab, mit ihrer Umwelt zu kommunizieren. Wahlerfolge von Parteien und damit der Grad ihrer politischen Macht sind vor allem ihren kommunikativen Fähigkeiten geschuldet. Zudem zeigen die in Kapitel 3 beschriebenen Medialisierungsprozesse, dass Kommunikation für die Politik in der Me-

⁴⁰² Ebd., 322; von Beyme, „Parteien und Parteiengesetzgebung - Grenzen der rechtlichen Regulierung als Mittel gegen die Parteienverdrossenheit“, 25.

⁴⁰³ Dieser wurde geprägt von Matthias Machnig, Hrsg., *Politik - Medien - Wähler: Wahlkampf im Medienzeitalter* (Opladen: Leske + Budrich, 2002).

diengesellschaft und erst recht in einer von Netzwerkmedien geprägten Gesellschaftskonfiguration von großer Bedeutung ist. Um überhaupt zielgerichtet handlungsfähig zu werden, müssen Parteien, wie andere Organisationen auch, diese Ziele zunächst nach innen kommunizieren. Darin sind sich ansonsten unterschiedliche theoretische Perspektiven auf Parteien einig. So hebt etwa Habermas hervor, dass Parteien, wie andere Akteure des Politischen, bei der Formulierung von „Politiken“ sich immer wieder „ihrer Identität vergewissern“ müssen.⁴⁰⁴ Aus neo-institutionalistischer Perspektive liegt für Donges in seiner Arbeit zur Medialisierung politischer Organisationen in der Artikulation von Zielen:

„[...] die] Bedeutung von Kommunikation für Organisationen begründet: Sie müssen ihre kollektive Handlungsfähigkeit, ihre Ziele als Gesamtorganisation immer wieder neu kommunikativ herstellen, und dies nach innen wie nach außen. Das heißt: Organisationsziele existieren nicht aus sich heraus, sondern sie sind das Ergebnis einer kommunikativen Reaktion von Organisationen auf institutionelle Anforderungen.“⁴⁰⁵

Im Zeitalter der Netzwerkkommunikation besitzen Parteien nicht nur eine große Anzahl an Kanälen zur Binnen- und Außenkommunikation, auch die institutionellen Anforderungen, die Erwartungen der institutionellen Umwelt im Hinblick auf die Kommunikation der Organisation haben sich verändert. Eine für diese Arbeit zielführende Definition von Parteien muss dies berücksichtigen. Unter den Typologien, welche der Bedeutung der Kommunikation Rechnung tragen, sind zwei besonders hervorzuheben.

Dies ist zum einen der Begriff der „professionellen Wählerpartei“, der von Angelo Panebianco geprägt wurde. Neben einer Professionalisierung in Strukturen und Prozessen, die zur einer Stärkung von Parteifunktionären und Mandatsträgern führe, beinhaltet diese Typologisierung auch den „Vorrang der elektoralen Funktion“, also die Ausrichtung auf Wahlergebnisse und eine damit einhergehende Betonung professioneller Kommunikation mit den Wählern.⁴⁰⁶

⁴⁰⁴ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 454.

⁴⁰⁵ Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 145.

⁴⁰⁶ Angelo Panebianco, *Political Parties. Organization and Power* (Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 1988), 264 f.; zit. nach Frank Decker, „Parteiendemokratie im Wandel“, in *Handbuch der deutschen Parteien*, hg. von Frank Decker und Viola Neu (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007), 48.

Zum anderen ist der von Uwe Jun geprägte Begriff der „professionalisierten Medienkommunikationspartei“ hervorzuheben.⁴⁰⁷ Nach Jun bewirken die durch gesamtgesellschaftliche Tendenzen ausgelöste Abnahme von Parteimitgliedschaften sowie Dealignment in Verbindung mit der Wahrnehmung von Medialisierungsprozessen seitens der Parteien zweierlei:⁴⁰⁸ eine „Professionalisierung“ sowie eine verstärkte „Medialisierung“ der Parteikommunikation.⁴⁰⁹ Jun folgt in der Forschung etablierten Beobachtungen einer Professionalisierung der Kommunikation der Parteien.⁴¹⁰ Diese habe insbesondere folgende Auswirkungen: ein teilweise mit Methoden des kommerziellen Marketings arbeitendes „professionelles Kommunikationsmanagement“; die „Antizipation medialer Vermittelbarkeit von Themen und Personal“ sowie eine Fokussierung an einzelnen, medienwirksamen Themen anstelle von „kohärenten programmatischen oder sinnstiftenden Entwürfen.“⁴¹¹ Damit werde „Kommunikationskompetenz“ entscheidend für den Erfolg von Parteien.⁴¹²

Eine einheitliche Definition des Professionalisierungsbegriffs hat sich allerdings noch nicht etabliert.⁴¹³ Nach Ansicht von Donges lässt sich eine solche Entwicklung der Parteien empirisch auch weder bestätigen noch verneinen. Da zudem „Professionalisierung“ von den Verantwortlichen der Parteien selbst als Beschreibung des Wandels der Kommunikationsaktivitäten verwandt wird, sollte der Begriff nicht unkritisch in den wissenschaftlichen Diskurs übernommen werden.⁴¹⁴

⁴⁰⁷ Uwe Jun, *Der Wandel von Parteien in der Mediendemokratie. SPD und Labour Party im Vergleich* (Frankfurt a. M.: Campus, 2004), 113 zit. nach ; Jun, „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“, 270.

⁴⁰⁸ Jun, „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“, 288.

⁴⁰⁹ Uwe Jun, „Organisationsreformen der Mitgliederparteien ohne durchschlagenden Erfolg: Die innerparteilichen Veränderungen von CDU und SPD seit den 1990er Jahren“, in *Die Zukunft der Mitgliederpartei*, hg. von Uwe Jun, Oskar Niedermayer, und Elmar Wiesendahl (Opladen: Budrich, 2009), 204; Uwe Jun, „Volksparteien under Pressure: Challenges and Adaptation“, *German Politics* 20, Nr. 1 (2011): 214 – 216.

⁴¹⁰ S. dazu etwa Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 176; ein empirisches Beispiel anhand der Bundestagsparteien liefern etwa Rachel K. Gibson und Andrea Römmele, „Measuring the Professionalization of Political Campaigning“, *Party Politics* 15, Nr. 3 (2009): 265.

⁴¹¹ Jun, „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“, 280 ff.

⁴¹² Ebd., 271.

⁴¹³ Christina Holtz-Bacha, „Wahljahr 2009 – Professionalisierung verzögert?“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 10.

⁴¹⁴ Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 224 f.

Darüber hinaus werden Typologien an sich innerhalb des politik- und auch des kommunikationswissenschaftlichen Diskurses kritisch gesehen. So merkt von Beyme kritisch an, dass alle Typologien einen Aspekt von Parteien überbetonen.⁴¹⁵

Eine Alternative sind zeitliche Unterteilungen, wie sie Ulrich von Alemann vorschlägt. Danach sind für die Entwicklung der Parteien in der Bundesrepublik fünf Phasen zu unterscheiden: „Formatierungsphase“ (1945 – 1953), „Konzentrierungsphase“ (1953 – 1976), „Transformationsphase“ (1976 – 1994), „Stabilisierungsphase“ (1994 – 2002) und die seit 2002 andauernde „fluide Phase“, die durch Mitgliederschwund, sinkende Wahlbeteiligung und deutlich geringere Stimmenbindungskräfte der beiden Volkspartien CDU und SPD gekennzeichnet sei.⁴¹⁶ Von Alemann gibt jedoch selbst zu bedenken, dass die Parteienforschung weder in einer „entwicklungstypologischen Konstruktionslogik“ verharren noch die Periodisierung in Entwicklungsstadien übertreiben dürfe, sondern sich stattdessen des „Nebeneinanders bzw. Überlagerns von Entwicklungen der Parteien“ bewusst sein und dies methodologisch umsetzen müsse.⁴¹⁷

Parteien als lose verkoppelte Handlungssysteme

Insgesamt ist von Alemann und anderen, wie Sarcinelli, zuzustimmen: Die Parteien werden sich nie einer Funktionslogik, die Typologien und Periodisierungen nun mal immanent ist, beugen. Als komplexe Organisationen sind sie nicht nur Umwelteinflüssen unterworfen, sondern auch pfadabhängig.⁴¹⁸ Weder die genannten Typologien, selbst wenn sie Kommunikation berücksichtigen oder gar in den Fokus rücken, noch Periodisierungen sind daher im Rahmen der vorliegenden Arbeit ausreichend, da sie keinen

⁴¹⁵ Er reicht allerdings selbst eine seiner Ansicht nach auf den heutigen Zustand der Parteien passende Typologie nach, nämlich „Parteien im Stadium der Dominanz der Berufspolitiker“. Vgl. von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 325.

⁴¹⁶ Ulrich von Alemann, *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 84.

⁴¹⁷ Ulrich von Alemann, „Zwei Dekaden Party Change-Forschung. Eine kritische Bilanz“, in *Krise oder Wandel der Parteiendemokratie? Festschrift für Ulrich von Alemann*, hg. von David Gehne und Ulrich von Alemann (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 115.

⁴¹⁸ Vgl. Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 75 ff.; Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 207.

Zugang zum Begriff Partei erlauben, der diese als kommunizierende Akteure im politischen System adäquat beschreibt.

Hier soll daher ein anderer Parteienbegriff zugrunde gelegt werden. Donges geht dem Parteienbegriff theoretisch sehr ausführlich und unter Zuhilfenahme kommunikations-, politikwissenschaftlicher und soziologischer Blickwinkel auf den Grund und führt eine Reihe von Organisationsdefinitionen an. Er selbst folgt einem erweiterten soziologischen Neo-Institutionalismus und betrachtet Parteien als offene, lose verkoppelte Handlungssysteme. Dieser Parteienbegriff soll hier übernommen werden. Parteien als Organisationen bestehen danach zuvorderst aus den Handlungen ihrer Teilnehmer. Donges adaptiert das Organisationsparadigma der Strukturationstheorie von Anthony Giddens. Für diesen sind Strukturen „Regeln und Ressourcen, die rekursiv in Institutionen eingelagert sind“.⁴¹⁹ Ressourcen lassen sich in „allokative“ und „autoritative“ unterteilen, Regeln werden definiert als „Techniken oder verallgemeinerbare Verfahren [...], die in der Ausführung/Reproduktion sozialer Praktiken angewendet werden“.⁴²⁰ Regeln und Ressourcen bilden damit die Voraussetzung für die Produktion und Reproduktion sozialen Handelns und die Reproduktion des Handlungssystems an sich.

In Bezug auf die Reproduktion von Organisationen durch das Handeln ihrer Mitglieder stimmen Strukturationstheorie und Neo-Institutionalismus nach Donges noch überein. Während die Strukturationstheorie allerdings reflexive, das heißt sich den Ressourcen und Regeln weitgehend bewusste Akteure konstatiert, funktioniert die Selbstreproduktion von Organisationen für den Neo-Institutionalismus unabhängig vom Bewusstsein der Organisationsmitglieder. Donges plädiert für eine mittlere Position, die neben einem gewissen Maß an Bewusstsein der Handelnden auch Hierarchien in Organisationen sowie deren Pfadabhängigkeit berücksichtigt.⁴²¹

Darüber hinaus unterscheidet Donges Mikro-, Meso- und Makrodimensionen von Organisationen, in denen auch Parteien wahrgenommen beziehungsweise analysiert werden könnten. Die Dimensionen fokussieren respektive auf „Organisation als Struktur [..., das heißt] den Rahmen aus Regeln und Ressourcen, in dem individuelle Akteure handeln“; „Organisation als Handlungssystem [..., also] die Art und Weise, wie einzelne

⁴¹⁹ Anthony Giddens, *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung* (Frankfurt a. M.: Campus, 1995), 76; zit. nach Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 66.

⁴²⁰ Giddens, *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*, 73; zit. nach Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 66.

⁴²¹ Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 120 ff.

soziale Handlungen zu einerseits offenen, andererseits sozial abgrenzbaren Einheiten verknüpft werden“ und „Organisation als Akteur [... mit] Fokus auf die kollektive Handlungsfähigkeit von Organisationen.“⁴²²

Auch wenn in dieser Arbeit weitgehend von Parteien als Akteuren im politischen System die Rede ist und die Mikro- und Mesodimensionen somit ausgeblendet werden, soll dies keine Analogie zum Handlungsbegriff von Individuen bedeuten. Die Dimensionsdifferenzierung ist selbst dann hilfreich, wenn in der Analyse nicht alle Dimensionen berücksichtigt werden können. So setzt der in dieser Arbeit verwandte Parteienbegriff das Bewusstsein voraus, dass das, was wir als Handlungen von Parteien als Organisationen wahrnehmen, das Resultat vieler individueller Handlungen ist, die jedoch auf einem aus kollektiv verbindlichen Ressourcen und Regeln bestehendem Handlungssystem beruhen. Parteien werden also nicht als rationale, stets klaren Zielen und einer Strategie zu deren Erreichung folgende Organisationen definiert, sondern als offene, lose verkoppelte Handlungssysteme, die mit den Parteizentralen über zu rational-strategischem Handeln fähige „Kerne“ verfügen.⁴²³

⁴²² Ebd., 69 ff., vgl. auch 218.

⁴²³ Vgl. Ebd., 219.

7.2 Zu den Funktionen der Parteien

Nach der Definition des Begriffs Partei kann nun der Frage nachgegangen werden, welche Funktionen die Parteien in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes besitzen. Entscheidend dafür sind Verfassungs- und Staatsrecht. Deren Perspektive wird aber mit politik- und kommunikationswissenschaftlichen Funktionszuschreibungen abgeglichen.

Verfassungs- und staatsrechtliche Funktionszuschreibungen

Artikel 21 enthält die einzige Bestimmung des Grundgesetzes zu den Parteien, Absatz 1 lautet:

„Die Parteien wirken bei der politischen Willensbildung des Volkes mit. Ihre Gründung ist frei. Ihre innere Ordnung muß demokratischen Grundsätzen entsprechen. Sie müssen über die Herkunft und Verwendung ihrer Mittel sowie über ihr Vermögen öffentlich Rechenschaft geben.“

Absatz 2 bestimmt Näheres zum Verbot von Parteien. Es ist keineswegs Zufall, dass das Grundgesetz die Rolle der Parteien in Artikel 21 bestimmt, also unmittelbar der Staatsfundamentalnorm Artikel 20 nachfolgend. Schon der Herrenchiemseer Verfassungsentwurf sah diese Reihenfolge vor. Nach staatsrechtlicher Ansicht ist Artikel 21 eine Konkretisierung von Artikel 20.⁴²⁴

Das Grundgesetz nahm als erste für Deutschland als Staat geltende Verfassung von den Parteien nicht nur Notiz, sondern rückte sie ins Zentrum des politischen Systems. Dies war nicht zuletzt eine Antwort auf die historischen Erfahrungen des Kaiserreichs und der Weimarer Republik.⁴²⁵ Auch die Vielfalt der den Parteien zugesprochenen Funk-

⁴²⁴ Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 237.

⁴²⁵ Ebd., 236 f.; Hans H. Klein, „Artikel 21 Parteien“, in *Grundgesetz: Kommentar*, hg. von Theodor Maunz und Günter Dürig (München: C.H. Beck, 2012), Rn. 110ff.

tionen lässt sich als Reaktion auf Weimar erklären.⁴²⁶ In der Weimarer Reichsverfassung wurden die Parteien nur beiläufig erwähnt, obwohl sie bereits elementar für das Funktionieren der Weimarer Demokratie waren.⁴²⁷ Damit stellte die Weimarer Reichsverfassung keineswegs eine Ausnahme dar. In den meisten demokratischen Verfassungsordnungen wurde den Parteien erst im Laufe des 20. Jahrhunderts explizit eine Funktion zugewiesen, beziehungsweise ihre Rolle als politische Akteure positiv betrachtet.⁴²⁸ Unter der Herrschaft der Nationalsozialisten wurden Neugründungen und bestehende Parteien gar verboten, mit Ausnahme der NSDAP, die die Grundlage für den Einparteiensstaat bildete.⁴²⁹

Die Neuartigkeit von Artikel 21 war den Teilnehmern des Herrenchiemseer Konvents und den Mitgliedern des Parlamentarischen Rats durchaus bewusst. So plädierte unter anderem Carlo Schmidt gegen die Anomalie, dass die Parteien in den meisten Verfassungen nicht vorkämen, gleichwohl sie eine zentrale Stellung in allen politischen Systemen einnahmen.⁴³⁰ Im Parlamentarischen Rat forderte die Mehrheit, „dass man den Mut hat, die im politischen Leben seit je bei den Parteien effektiv liegende Macht anzuerkennen und verfassungsmäßig zu garantieren“.⁴³¹ Zu einem Konflikt über den Verfassungsstatus der Parteien kam es gleichwohl nicht.⁴³² Dies ist durchaus verwunderlich, denn mit der Aufnahme der Parteien ins Grundgesetz schwand nicht nur die zuvor verbreitete, teils sogar vorherrschende „rein negative Beurteilung von Parteien als parasitäre Agenturen“⁴³³, mit Blick auf die deutsche Verfassungsgeschichte und die bedeutenden zur Entstehungszeit des Grundgesetzes existierenden demokratischen Verfassungen lässt sich der Verankerung der Parteien im Grundgesetz tatsächlich eine

⁴²⁶ von Beyme, „Parteien und Parteiengesetzgebung - Grenzen der rechtlichen Regulierung als Mittel gegen die Parteienverdrossenheit“, 25.

⁴²⁷ Jens Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, in *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, hg. von Jens Kersten und Stephan Rixen (Stuttgart: Kohlhammer, 2007), Rn. 2.

⁴²⁸ Stephan Rixen, „Einleitung“, in *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, hg. von Jens Kersten und Stephan Rixen (Stuttgart: Kohlhammer, 2007), Rn. 2 ff.; Vgl. auch: Hans H. Klein, „Bundesverfassungsgericht und Parteiengesetz“, in *40 Jahre Parteiengesetz Symposium im Deutschen Bundestag*, hg. von Jörn Ipsen (Göttingen: V & R Unipress, 2009), 19 f.

⁴²⁹ Rixen, „Einleitung“, Rn. 10, 12 f.

⁴³⁰ Ebd., Rn. 30 ff.

⁴³¹ Bundestag und Bundesarchiv, Hrsg., *Der Parlamentarische Rat 1948-1949 Akten und Protokolle*, Bd. 9 (München: Oldenbourg, 1996), 524; zit. nach Rixen, „Einleitung“, Rn. 36.

⁴³² Klein, „Bundesverfassungsgericht und Parteiengesetz“, 21.

⁴³³ von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 319.

„geradezu revolutionäre Dimension“ attestieren.⁴³⁴ Zum ersten Mal nahm eine gesamtdeutsche Verfassung von den Parteien nicht nur Notiz, sondern wies ihnen sogar eine wichtige Rolle zu.

Die verfassungsrechtliche Stellung der Parteien veranschaulicht ihre Bedeutung ebenfalls. Eindeutig nehmen die Parteien eine „Sonderstellung im Verfassungsleben“ ein.⁴³⁵ Nach dem Grundgesetz, präziser nach der Auslegung des Grundgesetzes durch das Bundesverfassungsgericht, besitzen die Parteien den „Rang einer verfassungsrechtlichen Institution [...]“ gehören jedoch nicht zu den obersten Staatsorganen. Sie sind vielmehr frei gebildete, im gesellschaftlich-politischen Raum wurzelnde Gruppen [...]“⁴³⁶ Sie sind also einerseits elementarer Bestandteil des politischen Systems, dennoch sowohl in ihrer Einflussnahme auf den Staat beschränkt als auch vor seinen Einflüssen geschützt, denn als gesellschaftliche Vereinigungen sind die Parteien grundrechtsberechtigt. Damit haben sie sowohl einen Anspruch auf weitgehende Freiheit gegenüber staatlicher Kontrolle als auch die Verpflichtung zu einer grundsätzlichen Staatsferne.⁴³⁷ Parteien, Staat und Verwaltung dürfen nicht eins werden, die Parteien dürfen Staat und Verwaltung nicht durchdringen. Man kann daher von einer „chamäleonhaften Rechtsstellung“ der Parteien sprechen.⁴³⁸

Innerhalb des politischen Systems nehmen die Parteien eine wichtige Rolle ein. Das Bundesverfassungsgericht ordnet sie dem „harten verfassungsrechtlichen Kern des Grundgesetzes“ zu. Sie sind zudem „integraler Bestandteil seines Demokratieprinzips“, also für das Funktionieren der freiheitlich-demokratischen Grundordnung des Grundgesetzes unabdingbar und damit nach staatsrechtlicher Mehrheitsmeinung auch durch die Ewigkeitsgarantie in Artikel 79 geschützt.⁴³⁹ Paragraf 1 Parteiengesetz schreibt dies explizit fest: „Die Parteien sind ein verfassungsrechtlich notwendiger Bestandteil der

⁴³⁴ Peter M. Huber, „Parteien in der Demokratie“, in *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, hg. von Peter Badura und Horst Dreier (Tübingen: Mohr Siebeck, 2001), 612.

⁴³⁵ BVerfG, 2 BvB 1, 2, 3/01 vom 18. 3.2003, Absatz-Nr. 69

⁴³⁶ BVerfG, 2 BvF 1/65 vom 19.7.1966, Absatz-Nr. 142 zit. in Huber, „Parteien in der Demokratie“, 612; s. auch Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 21“, Rn. 160; Kunig, „§ 40 Parteien“, Rn. 124; Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 96.

⁴³⁷ Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 146 f.

⁴³⁸ Huber, „Parteien in der Demokratie“, 613; s. auch Grimm, „§ 14 Politische Parteien“, Rn. 18.

⁴³⁹ Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 11; Badura, „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“, Rn. 32.

freiheitlichen demokratischen Grundordnung.“ Das demokratische System der Bundesrepublik setzt also Parteien voraus.

Als chamäleonhafte Entitäten, die einerseits zur Gesellschaft gehören, sich in und aus ihr heraus bilden, aber auch Institutionen der Verfassung sowie politische Akteure sind, spricht die demokratische Ordnung des Grundgesetzes den Parteien mehrere Funktionen zu.⁴⁴⁰ Diese Funktionen bedingen unterschiedliche Anforderungen an und Handlungslogiken für die Parteien. Im Rahmen dieser Arbeit sollen die Veränderungen der kommunikativen Funktionen der Parteien als Aspekte möglicher Veränderungen der grundgesetzlichen Demokratie untersucht werden. Unter den Funktionen der Parteien in der Verfassungsordnung diejenigen zu isolieren, die primär durch externe Kommunikation erfüllt werden, ist jedoch nicht einfach. Alle Funktionen setzen externe oder interne Kommunikationsleistungen seitens der Parteien voraus. Einige zielen allerdings eher auf die Stabilität und das Funktionieren des politischen Systems an sich, als auf die direkte Kommunikation zwischen Parteien und Nicht-Mitgliedern, die hier im Vordergrund steht. Einige Funktionen lassen sich auch nur idealtypisch exakt voneinander unterscheiden, in der Realität des politischen Systems sind sie eng miteinander verwoben.

Die Bedeutung der Kommunikation ergibt sich zunächst aus Artikel 21. Da die grundgesetzlich geschützte Meinungs- und Informationsfreiheit von Artikel 5 einen umfassenden Willensbildungsprozess seitens der Bürger vorsieht, setzt die Mitwirkung bei der politischen Meinungsbildung notwendigerweise umfassende Kommunikation zwischen Parteien und Bürgern voraus.

Näheres zur Rolle der Parteien findet sich im Grundgesetz jedoch nicht. Artikel 21 ist der einzige Artikel zu den Parteien. Daher ist wenig verwunderlich, dass Artikel 21 zu vielen Kontroversen in Staatsrecht und Politikwissenschaft geführt hat.⁴⁴¹ Näheres zu den Funktionen der Parteien bestimmt nach Artikel 21 ein einfaches Gesetz. Für dessen Verabschiedung benötigte der Bundestag allerdings fünf Wahlperioden, nicht zuletzt, weil die Parteien, deren Mitglieder im Bundestag ja selbst über das Parteiengesetz abstimmen, eine zu starke gesetzliche Einhegung ihrer Aktivitäten befürchteten.⁴⁴² So oblag das

⁴⁴⁰ S. Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 1.

⁴⁴¹ Vgl. von Alemann, *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*, 98.

⁴⁴² Rixen, „Einleitung“, Rn. 41 f.; Roman Herzog, *Verfassungsrechtliche Grundlagen des Parteienstaates* (Heidelberg: C.F. Müller Juristischer Verlag, 1993), 28.

Parteienrecht und damit die Auslegung der den Parteien in Artikel 21 zugewiesenen Funktionen anfangs allein dem Bundesverfassungsgericht.⁴⁴³

Paragraf 1 Parteiengesetz präzisiert inzwischen die Funktionen der Parteien. Er setzt wie Artikel 21 Grundgesetz erhebliche Kommunikationsleistungen seitens der Parteien voraus, beinhaltet aber noch weitergehende Funktionen:

„(1) [...] Sie erfüllen mit ihrer freien, dauernden Mitwirkung an der politischen Willensbildung des Volkes eine ihnen nach dem Grundgesetz obliegende und von ihm verbürgte öffentliche Aufgabe.

(2) Die Parteien wirken an der Bildung des politischen Willens des Volkes auf allen Gebieten des öffentlichen Lebens mit, indem sie insbesondere auf die Gestaltung der öffentlichen Meinung Einfluss nehmen, die politische Bildung anregen und vertiefen, die aktive Teilnahme der Bürger am politischen Leben fördern, zur Übernahme öffentlicher Verantwortung befähigte Bürger heranbilden, sich durch Aufstellung von Bewerbern an den Wahlen in Bund, Ländern und Gemeinden beteiligen, auf die politische Entwicklung in Parlament und Regierung Einfluss nehmen, die von ihnen erarbeiteten politischen Ziele in den Prozess der staatlichen Willensbildung einführen und für eine ständige lebendige Verbindung zwischen dem Volk und den Staatsorganen sorgen.“

Diese Funktionsaufzählung des Paragrafen 1 ist allerdings lediglich exemplarisch und „nicht abschließend“.⁴⁴⁴ Zudem bedeutet sie für die Parteien keine Verpflichtung, allen Funktionen vollumfänglich nachzukommen.⁴⁴⁵

Auch lange nach der Verabschiedung des Parteiengesetzes muss zusätzlich zu Artikel 21 Grundgesetz und Paragraf 1 Parteiengesetz noch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts hinzugezogen werden, um den verfassungs- und staatsrechtlichen Funktionenkatalog der Parteien zu vervollständigen.⁴⁴⁶ Das Gericht hat sich in mehreren Entscheidungen zu den Funktionen der Parteien geäußert. Im Einklang mit dem Grundgesetz und dem Parteiengesetz werden ebenfalls umfangreiche Kommunikationsleistungen verlangt:

⁴⁴³ Huber, „Parteien in der Demokratie“, 609.

⁴⁴⁴ Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 104.

⁴⁴⁵ Jörn Ipsen, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, in *Parteiengesetz (Gesetz über die politischen Parteien): Kommentar*, hg. von Jörn Ipsen (München: Beck, 2008), Rn. 7.

⁴⁴⁶ Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 1, 8.

„Die Parteien sind indes nicht bloße Wahlvorbereitungsorganisationen, und nicht nur in dieser Funktion sind sie für die demokratische Ordnung unerlässlich. Sie sind vornehmlich berufen, die Bürger freiwillig zu politischen Handlungseinheiten mit dem Ziel der Beteiligung an der Willensbildung in den Staatsorganen organisatorisch zusammenzuschließen und ihnen so einen wirksamen Einfluß auf das staatliche Geschehen zu ermöglichen. Den Parteien obliegt es, politische Ziele zu formulieren und diese den Bürgern zu vermitteln sowie daran mitzuwirken, daß die Gesellschaft wie auch den einzelnen Bürger betreffende Probleme erkannt, benannt und angemessenen Lösungen zugeführt werden. Die für den Prozeß der politischen Willensbildung im demokratischen Staat entscheidende Rückkoppelung zwischen Staatsorganen und Volk ist auch Sache der Parteien. Sie erschöpft sich nicht in dem nur in Abständen wiederkehrenden Akt der Wahl des Parlaments.“⁴⁴⁷

Das Staatsrecht kennt also eine Reihe unterschiedlicher aus dem Grundgesetz abgeleiteter Funktionen von Parteien. Eine systematische Gliederung, geschweige denn eine Klassifizierung vorwiegend kommunikativer Funktionen nimmt es aber nicht vor. Erweitert man die Perspektive um kommunikations- und politikwissenschaftliche Ansätze, stellt sich kaum größere Klarheit ein. Vielmehr zeigt sich eine Vielzahl an Modellen und Funktionenkatalogen.⁴⁴⁸

⁴⁴⁷ BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992, Absatz-Nr. 85.

⁴⁴⁸ Für die staatsrechtliche Perspektive s. etwa: Grimm, „§ 14 Politische Parteien“, Rn. 13 f.; Uwe Volkmann, „Parteien zwischen verfassungsrechtlichem Anspruch und politischer Wirklichkeit“, in *40 Jahre Parteiengesetz Symposium im Deutschen Bundestag*, hg. von Jörn Ipsen (Göttingen: V & R Unipress, 2009), 82 ff.; Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 54; Für die politikwissenschaftliche Perspektive s. etwa: Dimitris Th. Tsatsos, „Die politischen Parteien in der Grundgesetzordnung“, in *Parteiendemokratie in Deutschland*, hg. von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss (Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001), 138 ff.; Joachim Jens Hesse und Thomas Ellwein, *Das Regierungssystem der Bundesrepublik Deutschland* (Baden-Baden: Nomos, 2010), 170; von Alemann, *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*, 11, 215 ff.; Für die kommunikationswissenschaftliche Perspektive s. etwa: Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 27 ff.

Politik- und kommunikationswissenschaftliche Funktionszuschreibungen

Aus der Reihe der politikwissenschaftlichen Positionen sollen exemplarisch von Beyme und von Alemann genannt werden. Von Beyme diskutiert sowohl Modelle, welche die Rolle der Parteien im politischen System abbilden, als auch Funktionenkataloge, welche die konkreten Funktionen der Parteien im politischen System beschreiben. Als die beiden Volksparteien CDU und SPD noch große Mehrheiten der Wählenden hinter sich versammeln konnten, fand nach von Beyme vor allem das Integrationsmodell Anklang, welches das integrative Wirken der Parteien auf den Zusammenhalt von Gesellschaft und Staat fokussiert. Das in den USA vorherrschende Wettbewerbsmodell sowie das Transmissionsmodell, die Parteien als „Werkzeuge der Artikulation des Willens der Aktivbürgerschaft“ zu betrachten, hätten sich dagegen nicht durchgesetzt.⁴⁴⁹

Von Beyme sieht selbst vier grundlegende Funktionen beziehungsweise Funktionenpaare: „Zielfindung“, das heißt die Formulierung von polit-ideologischer Grundausrichtung und Programmatik; „Aggregation“ und „Artikulation“ gesellschaftlicher Interessen; die „Sozialisierung“ und „Mobilisierung“ der Bürger im Hinblick auf politische Beteiligung sowie „Elitenrekrutierung“ und „Regierungsbildung“.⁴⁵⁰

Vier Funktionenpaare sind vergleichsweise wenig. Von Alemann kritisiert, dass Wiesendahl 18 Funktionen auflistet und schlägt selbst sieben vor. Fünf davon decken sich weitgehend mit von Beymes Funktionen: „Partizipation“ der Bürger ermöglichen, „Transmission“ von gesellschaftlichen Interessen in politisches Handeln, politische „Sozialisation“ der Bürger, „Integration“ verschiedener Standpunkte sowie „Selektion“ von politischem Personal und politischen Alternativen.⁴⁵¹ Nicht in von Beymes Funktionen-katalog enthalten sind die „Legitimation“ des politischen „Systems insgesamt“, welche durch die Erfüllung der fünf erstgenannten Funktionen erfolge, und die „Selbstregulation“.⁴⁵²

Dieser knappe Überblick macht bereits deutlich, dass zwischen den empirischen Ansätzen der Politikwissenschaft und den normativen Zuschreibungen des Staatsrechts weite Übereinstimmungen hinsichtlich der Rolle und Funktionen von Parteien bestehen.

⁴⁴⁹ von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 315 f.

⁴⁵⁰ Ebd., 317, 335 ff.

⁴⁵¹ von Alemann, *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*, 216 ff.

⁴⁵² Ebd., 220, 11.

So deckt sich das Integrationsmodell mit der verfassungsrechtlichen Position zu Stellung und Bedeutung der Parteien. Die Funktionen Regierungsbildung und Elitenrekrutierung beziehungsweise Selektion politischen Personals sind mit den verfassungsrechtlichen Funktionenzuschreibungen ebenso kongruent wie Sozialisierung und Mobilisierung der Bürger beziehungsweise Partizipation. Dabei setzen die auf Partizipation gerichteten Funktionen bereits umfangreiche Kommunikationsleistungen der Parteien voraus. Die Übereinstimmungen gelten aber auch für diejenigen Funktionen, deren Erfüllung in erster Linie von Kommunikation zwischen Parteien und Gesellschaft abhängt: Aggregation und Artikulation gesellschaftlicher Interessen beziehungsweise deren Transmission und Integration.

Kommunikationswissenschaftliche Funktionszuschreibungen decken sich ebenfalls weitgehend mit denen des Staatsrechts und der Politikwissenschaft. Es ist wenig überraschend, dass diese in der Regel die kommunikative Natur der Funktionen besonders betonen, allerdings je nach theoretischer Fundierung mit unterschiedlichen Konsequenzen. So kritisiert Jarren aus systemtheoretisch grundierter Perspektive, dass man die Parteien nicht auf eine normativ aufgeladene Vermittlungsfunktion zwischen politischem System und Gesellschaft reduzieren dürfe, wie sie die liberale Demokratietheorie seiner Meinung nach impliziert. Vielmehr seien die Parteien zuvorderst „intermediäre Organisationen“, die durch „Zulassung und Selektion von politischen Themen“ die Komplexität des politischen Systems verringern helfen.⁴⁵³ Diese Funktionszuschreibung zielt eher auf die Erhaltung und das Funktionieren des politischen Systems ab, also auf die Integrations- und Legitimationsfunktion, fokussiert dabei aber immer noch die Kommunikationsleistung der Parteien. Diese hebt Jarren an anderem Ort gemeinsam mit Donges dagegen explizit hervor. Danach sind Parteien

„[...] vorrangig Akteure der Interessenaggregation: Sie fassen Interessen zusammen, bündeln und selektieren diese und sind bestrebt, entsprechende Ziele in den politischen Entscheidungsprozess einzubringen, um daraus Nutzen zu ziehen (Wiederwahl von Amtsinhabern, Erringung von Mandaten, Erringung von

⁴⁵³ Otfried Jarren und Adrian Steiner, „Intermediäre Organisationen unter Medieneinfluss? Zum Wandel der politischen Kommunikation von Parteien, Verbänden und Bewegungen“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 257.

Machtpositionen). Parteien sind damit zum einen voluntaristische Mitglieder- und Willensbildungsorganisationen und zum anderen aber auch professionelle Machterwerbsorganisationen.“⁴⁵⁴

Nach dieser Funktionszuschreibung wird sowohl die Integrationsleistung herausgehoben, in dem Sinne, dass die Parteien die Verschränkung von gesellschaftlichen Interessen und politischem System erlauben, als auch die Eigenlogik von Parteien als auf Selbsterhaltung abzielende Organisationen.

Beispielhaft für die im Vergleich etwas einseitige Betonung kommunikativer Vermittlungsleistung als Intermediäre ist dagegen die Funktionsbestimmung von Sarcinelli, nach der sich die „Vermittlung zwischen gesellschaftlicher Vielfalt und staatlicher Einheit“ als „eigentliches politisches Privileg“ der Parteien darstellt.⁴⁵⁵

Parteien werden in der politischen Kommunikationsforschung also sowohl als Akteure der Interessenaggregation als auch als Intermediäre bezeichnet und damit in die Nähe von Interessenvertretern wie Verbänden oder NGOs gestellt, über die „das Politische mit den verschiedenen Funktionsbereichen moderner Gesellschaften und mit dem Staatsbürgerpublikum rückgekoppelt und rechtsstaatlich verankert“ sei.⁴⁵⁶ Manche Definitionen unterscheiden idealtypisch zwischen den Interessenvertretern, die zu „den Akteuren der Interessenartikulation gehören [...]“ und Parteien, die zu „den Akteuren der Interessenaggregation gehören [...]“, die zwar an der Interessenartikulation teilnahmen, aber vor allem „formulierte Interessen in Bezug auf die eigene (Wahl- und Ideologie-) Position prüfen und gegebenenfalls aufgreifen.“⁴⁵⁷ Die „Politikdurchsetzung“ fällt nach dieser Definition ebenfalls nicht primär in den Funktionsbereich der Parteien, sondern in den von Legislative und Exekutive.⁴⁵⁸

Beide Positionen sind kritikwürdig. Die Einordnung von Parteien in Reihe neben Verbände oder NGOs ist wenig sinnvoll, da Parteien zwar auch Intermediäre sind, ihre Verbindung in das Innerste des politischen Systems aber ungleich enger als die aller anderen Intermediäre ist. Dies gilt ebenfalls für die Klassifizierung von Parteien als Akteure der Interessenartikulation. Da die Parteien beinahe alle Mitglieder der Legislative

⁴⁵⁴ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 137; s. auch: Donges, *Medialisierung politischer Organisationen*, 27.

⁴⁵⁵ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 186.

⁴⁵⁶ Imhof u. a., „Einleitung: Demokratie in der Mediengesellschaft“, 13.

⁴⁵⁷ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 131.

⁴⁵⁸ Ebd.

sowie der Leitungsebene der Exekutive stellen, sind sie zwar auch Intermediäre und auch Akteure der Aggregation, sie sind aber weit mehr als das. Sie artikulieren auch eigene Interessen, die sich keineswegs nur aus gesellschaftlichen Inputs ergeben müssen, sondern ebenfalls aus parteiinternen Logiken entstehen können. Ebenso wirken sie so stark in das politische System hinein, dass sie auch zu den Akteuren der Politikdurchsetzung gezählt werden müssen. Die Beschreibung mithilfe eines einzelnen Begriffs stellt daher keine idealtypische, das heißt hilfreiche, Zuschreibung dar, sondern eine verwirrende Verkürzung. Vielmehr ist den Parteien nicht nur in ihrer rechtlichen Stellung, sondern auch im politischen System ein chamäleonhafter Charakter eigen. Ihr Charakter variiert mit ihren unterschiedlichen Funktionen.

Die Metafunktionen der Parteien

Insgesamt ist die Vielfalt der Funktionenkataloge groß, zumal politik- und kommunikationswissenschaftliche Funktionszuschreibungen in der Regel nicht exklusiv das bundesdeutsche Parteiensystem zum Objekt haben, sondern allgemeinere Gültigkeit beanspruchen. Die Schwerpunkte der Funktionen sind aber je nach Ausprägung des politischen Systems variabel.⁴⁵⁹ Trotz des chamäleonhaften Charakters von Parteien lassen sich aber mit Bezug auf das demokratische System des Grundgesetzes einzelne Funktionen identifizieren, zu deren Erfüllung primär externe Parteikommunikation notwendig ist. Neben diesen noch zu identifizierenden Kommunikationsfunktionen gibt es eine Reihe anderer Funktionen, die sowohl in Verfassungs- und Staatsrecht enthalten als auch über fachwissenschaftliche Grenzen hinaus unstrittig sind. Ohne sie lässt sich die Bedeutung von Parteikommunikation nur unzureichend verstehen.

Dies sind die beiden Funktionen Legitimation und Integration, die wesentlich durch die Erfüllung anderer Funktionen erfolgreich bewältigt werden und sich somit als Metafunktionen bezeichnen lassen, sowie die Rekrutierungs- und die Partizipationsfunktionen.

Gerade die Metafunktion Legitimation ist im Wesentlichen das Ergebnis von externen Kommunikationsleistungen der Parteien. Kapitel 6 hat gezeigt, dass sich in der

⁴⁵⁹ Vgl. von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 317.

grundgesetzlichen Ordnung die Legitimation der politischen Macht auf das Volk als Souverän zurückführen lassen muss. In Wahlen übt das Volk die konstituierte Staatsgewalt, die *pouvoir constitué*, unmittelbar aus. Mittelbar wird sie von Legislative, Exekutive und Judikative ausgeübt.⁴⁶⁰ Damit haben die Parteien als Wahlvorbereitungsorganisationen wie auch als Organisationen, welche die Mitglieder der Legislative und die Führung der Exekutive auswählen und stellen, entscheidenden Anteil an der Ausübung der Staatsgewalt. Das Bundesverfassungsgericht weist auf die „enge Beziehung“ der in Artikel 20 Grundgesetz verankerten Volkssouveränität und der Verpflichtung der Parteien zur Mitwirkung an der politischen Willensbildung von Artikel 21 ausdrücklich hin.⁴⁶¹ Die Volkssouveränität erfüllt sich danach auch durch das Wirken der Parteien. Die Parteien tragen zur Legitimation politischer Macht und des politischen Systems bei. Allerdings nehmen sie nur eine „Vermittlungsfunktion“ ein, die „rein instrumentellen Charakter“ besitzt, die Parteien sind nicht selbst „Träger des demokratischen Legitimationsprozesses“, sondern lediglich „notwendige Instrumente für die politische Willensbildung“.⁴⁶² Die Parteien vermitteln Legitimation, insbesondere indem sie an der politischen Meinungs- und Willensbildung mitwirken sowie Interessen, Meinungen und Vorschläge aus der Gesellschaft aufnehmen. Sie selbst können politische Macht nicht legitimieren. Auch wenn diese Rolle nach Ansicht der Medialisierungsforschung eher den Medien zufällt, das Grundgesetz versteht die Parteien als *die* Verbindung zwischen Volk und Staat, oder präziser, als Mittel durch das das Volk politisch unmittelbar aktiv werden kann.

Die zweite Metafunktion der Parteien ist die Integrationsfunktion. In der Folge der Erfüllung ihrer Funktionen wirken die Parteien stabilisierend auf das gesamte politische System.⁴⁶³ Mit Blick auf die Geschichte demokratischer Systeme der Moderne scheint die Existenz von Parteien zwar keine hinreichende Bedingung für die Stabilität eines demokratisch verfassten Gemeinwesens, aber doch eine notwendige zu sein. Von den Federalists und Republicans der Gründungszeit der USA oder den Fraktionen des Paulskirchenparlaments bis zum Vielparteiensystem Weimars lassen sich in allen demo-

⁴⁶⁰ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, Kap. II, Rn. 107.

⁴⁶¹ vgl. BVerfG, 2 BvB 1/93 vom 17.11.1994, Absatz-Nr. 24.

⁴⁶² BVerfG, 2 BvR 373/60, 442/60 vom 12.6.1960, Absatz-Nr. 24; Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 17.

⁴⁶³ Volkmann, „Parteien zwischen verfassungsrechtlichem Anspruch und politischer Wirklichkeit“, 88 f.

kratischen Systemen Parteien oder zumindest parteiartige Zusammenschlüsse beobachten.

Für die demokratische Ordnung der Bundesrepublik Deutschland sind die Parteien ebenfalls eine notwendige Bedingung. Nach dem Bundesverfassungsgericht „sind [Parteien] zu integrierenden Bestandteilen des Verfassungsaufbaus und des verfassungsrechtlich geordneten politischen Lebens geworden.“⁴⁶⁴ Durch die „Integration des Einzelnen in den Prozeß der politischen Willensbildung und einer Gliederung des Ganzen in Kräfte, die miteinander in Wettbewerb treten“ tragen Regierungs- wie Oppositionsparteien zur Erhaltung und Entwicklung des politischen Systems bei.⁴⁶⁵ Die zur Integration führenden Funktionen beginnen also mit einer ganz wörtlich zu verstehenden Integration einzelner Bürger in den politischen Prozess. Denn es sind Bürger, die mithilfe der Parteien sowohl das politische Personal stellen als auch unterhalb von Wahlämtern im Rahmen von Parteimitgliedschaft am politischen Prozess teilnehmen.

Die Integrationsfunktion der Parteien erfüllt sich daher unter anderem durch Prozesse, die oben als Selektion oder Elitenrekrutierung bezeichnet wurden und sich unter dem Begriff Rekrutierungsfunktion zusammenfassen lassen. Die Rekrutierung politischen Personals bedarf ebenfalls externer wie interner Kommunikation. Nach dem Parteiengesetz ist die Rekrutierungsfunktion in drei Dimensionen unterteilt. Zunächst obliegt es den Parteien, „zur Übernahme öffentlicher Verantwortung befähigte Bürger heran[zu]bilden“. Diese können dann als Kandidaten in Wahlen in Bund, Ländern und Gemeinden aufgestellt werden und schließlich politische Ämter übernehmen, die es den Parteien ermöglichen, „auf die politische Entwicklung in Parlament und Regierung Einfluss [zu] nehmen, die von ihnen erarbeiteten politischen Ziele in den Prozess der staatlichen Willensbildung ein[zu]führen [...]“.

Die ständige und lebendige Verbindung zwischen Volk und Staat ist Rahmen der Rekrutierungsfunktion also ebenfalls zunächst ganz wörtlich zu verstehen, denn die Parteien rekrutieren Bürger, die diese Verbindung gewährleisten sollten. Die Parteien stellen das Personal für politische Wahlämter, auf Bundesebene also die Bundestagsabgeordneten und die, in aller Regel im Bundestag vertretenen, Mitglieder der Bundesregierung. Mithilfe dieser Mandatsträger können die Parteien ihre Ziele verwirklichen. Nach von

⁴⁶⁴ BVerfG, 2 BvH 1/52 vom 5.4.1952, Absatz-Nr. 56

⁴⁶⁵ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 94; Ipsen, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 13.

Beyme hat die Rekrutierungsfunktion an Bedeutung gewonnen, da die Anzahl der Berufspolitiker zugenommen habe.⁴⁶⁶ In jedem Fall ist die Auswahl des politischen Personals in Bezug auf Machterwerb für die Parteien von enormer Bedeutung. Darüber hinaus rekrutiert sich auch ein Teil des Personals aller Ämter der Verwaltung aus Parteimitgliedern. Auch dieses Personal, gleichwohl eigentlich qua Amt zu Unparteilichkeit verpflichtet, trägt informell zum politischen Einfluss der Parteien bei.

Unterhalb der Ebene der Rekrutierungsfunktion, also der Aufstellung für und Besetzung von Wahlämtern, bedeutet Integration insbesondere die Ermöglichung von politischer Partizipation im Rahmen der Parteiarbeit. Dies kann sowohl in Form der Übernahme von professionellen hauptamtlichen oder ehrenamtlichen Parteifunktionen geschehen als auch durch regelmäßige oder sporadische Beteiligung an Parteiaktivitäten während oder außerhalb von Wahlen.

Mit Blick auf die Scharnierfunktion der Parteien zwischen Gesellschaft und politischem System besonders hervorzuheben ist, dass Parteimitglieder durch ihre bloße Mitgliedschaft in Bezug auf den Einfluss ihrer politischen Partizipation gegenüber Nicht-Mitgliedern privilegiert sind. So folgert Wiesendahl, dass „Parteien exklusive Orte der politischen Elitenauslese und der Vorformung des politischen Willens bilden.“⁴⁶⁷ Dies bezieht sich insbesondere auf die Bestimmung der politischen Agenda und die Rekrutierung politischen Personals.⁴⁶⁸ Denn so sehr Grundgesetz und Bundesverfassungsgericht die Funktion der Mitwirkung an der politischen Willensbildung betonen und damit einen offenen Austausch zwischen gesellschaftlichen Interessen, Parteien und Staat insinuierten, so sehr sind in der Realität des politischen Systems doch die Mehrheit der Mitwirkungsformen Parteimitgliedern vorbehalten. Dies verdankt sich nicht zuletzt der ebenfalls von Artikel 21 Grundgesetz vorgeschriebenen inneren Ordnung der Parteien, die demokratischen Grundsätzen folgen muss. Demokratie innerhalb von Parteien ist damit in der Regel auf Parteimitglieder beschränkt. Öffnungsversuche gegenüber Nicht-Mitgliedern haben etwa die SPD unter dem Banner Netzwerkpartei oder die CDU unter dem Oberbe-

⁴⁶⁶ von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 337 vgl. oben Parteien im Stadium der Dominanz der Berufspolitiker.“ .

⁴⁶⁷ Elmar Wiesendahl, „Partizipation und Engagementbereitschaft in Parteien“, in *Demokratie in Deutschland: Zustand - Herausforderungen - Perspektiven*, hg. von Tobias Mörschel und Christian Krell (Wiesbaden: Springer VS, 2012), 127.

⁴⁶⁸ Elmar Wiesendahl, „Zwischen Wende und Ende - Zur Zukunft der Mitgliederparteien“, in *Neuanfang statt Niedergang: die Zukunft der Mitgliederparteien*, hg. von Fabian Schall u. a. (Münster [u.a.]: LIT, 2009), 236.

griff Bürgerpartei unternommen, im Hinblick auf die Anzahl der Beteiligten oder Wählermobilisierung waren diese jedoch nicht von großem Erfolg geprägt.⁴⁶⁹

Über die Privilegierung von Parteimitgliedern gegenüber Nicht-Mitgliedern hinaus ist auch innerhalb von Parteien ein Partizipationsgefälle auszumachen, das einerseits aus der Umsetzung innerparteilicher Demokratie und andererseits aus den tatsächlichen Partizipationsmustern der Mitglieder resultiert.

Die von Artikel 21 Grundgesetz vorgeschriebene und im Parteiengesetz konkretisierte demokratische Binnenordnung der Parteien schreibt Parteien eine Mitglieder- oder Vertreterversammlung als oberstes Beschlussorgan auf Bundes- sowie der jeweiligen Gebietsebene vor. Für die Bundesparteitage, bei den Grünen die Bundesdelegiertenkonferenz, haben alle im Bundestag vertretenen Parteien das Delegiertenprinzip in ihren Satzungen festgeschrieben. Je nach Partei und Bundesland gilt dies von der Landesebene bis hinunter zur kleinsten Gliederung, der Ortsebene. Damit sind wichtige Sach- und Personalentscheidungen einer Elite innerhalb der Parteien vorbehalten. Dies scheint auch eine Begründung für die Beobachtung von Jarren und Donges zu liefern, „dass die Binnenkommunikation politischer Parteien sehr stark von unvermittelten Formen der Kommunikation bestimmt wird (Fachgruppen, Ausschüsse, Parteitage u.a.m.).“⁴⁷⁰

Bei näherer Betrachtung der Verteilung der Partizipationsintensität auf Parteimitglieder findet sich zudem eine faktische Entsprechung des Delegiertenprinzips, die für alle großen Parteien gilt. Auf die Kausalitäten muss im Rahmen dieser Arbeit nicht eingegangen werden, aber auch unter Parteimitgliedern ist eine Partizipationspyramide auszumachen. Deren Spitze bildet der kleine Anteil von kontinuierlich aktiven Funktionären unter den Parteimitgliedern, gefolgt von den freiwillig zumindest periodisch aktiven und der mehr als die Hälfte der Mitglieder ausmachenden Basis der bis auf Beitragszahlungen inaktiven Parteimitglieder.⁴⁷¹

Die parteiinterne Partizipationsverteilung entspricht damit weitgehend der allgemeinen Verteilung politischer Partizipation, die in Kapitel 8 behandelt wird. In Anbetracht parteiinterner Partizipationspyramiden überrascht es wenig, dass auch Experimente mit direkter Binnendemokratie, die auf die Erhöhung der Anzahl partizipierender und zu

⁴⁶⁹ Jun, „Organisationsreformen der Mitgliederparteien ohne durchschlagenden Erfolg: Die innerparteilichen Veränderungen von CDU und SPD seit den 1990er Jahren“, 199.

⁴⁷⁰ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 140.

⁴⁷¹ Wiesendahl, „Partizipation und Engagementbereitschaft in Parteien“, 127 f.

mobilisierender Parteimitglieder zielten, auch unter Einbeziehung von parteiinternen Onlinenetzwerken, bisher wenig erfolgreich waren.⁴⁷² Bei der Diskussion um die Frage, welche partizipativ-kommunikativen Möglichkeiten Parteien in ihrer externen Kommunikation im Netzwerkzeitalter bereitstellen müssen, sollte dies beachtet werden. Denn wenn schon die Binnenpartizipation in politischen Parteien von weniger als der Hälfte der Parteimitglieder getragen wird, sollten die Erwartungen an allgemeine politische Partizipation entsprechend angepasst werden.

Die kommunikativen Funktionen der Parteien

Insbesondere die Metafunktionen Legitimation, aber auch die Integrationsfunktion haben die Bedeutung von Parteikommunikation deutlich gemacht. Nicht nur das Parlament, auch die Parteien müssen in der Ordnung des Grundgesetzes zur Legitimation politischer Macht durch Kommunikation beitragen. Dies tun sie durch Kommunikation. Ausgehend von der verfassungs- und staatsrechtlichen Perspektive sowie konvergent zu Politik- und Kommunikationswissenschaft lässt sich die externe Kommunikation der Parteien in drei Kommunikationsfunktionen unterteilen, die jeweils spezifische Leistungen der Parteien innerhalb der grundgesetzlichen Demokratie bedeuten:

1. Wahlkampfkommunikation.
2. Mitwirkung bei der politischen Willensbildung.
3. Rückkoppelung zwischen Staatsorganen und Volk.

Ihre Ableitung aus dem Grundgesetz sowie ihre Wirkungsmechanismen werden nachfolgend erläutert. Um ihre Gemeinsamkeiten sowie ihre jeweils spezifischen Charakteristika herausstellen zu können, bedarf es jedoch eines Vergleichsmaßstabs, der

⁴⁷² Vgl. Jun, „Organisationsreformen der Mitgliederparteien ohne durchschlagenden Erfolg: Die innerparteilichen Veränderungen von CDU und SPD seit den 1990er Jahren“, 199 – 203; Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 195; das Fazit, dass mit einer partizipativen Revolution innerhalb etablierter Parteien nicht zurechnen sei, wird auch für die europäische Ebene gezogen: Stephen Ward und Rachel Gibson, „European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation and Change“, in *Routledge Handbook of Internet Politics*, hg. von Andrew Chadwick und Philip N. Howard (London [u.a.]: Routledge, 2009), 37.

zunächst in Form einer Typologie externer Parteikommunikation entwickelt werden muss.

7.3 Typologie externer Parteikommunikation

Die drei kommunikativen Funktionen Wahlkampfkommunikation, Mitwirkung bei der politischen Willensbildung sowie die Rückkoppelung zwischen Staat und Gesellschaft beruhen alle auf externer Parteikommunikation. So wie aber eine allgemeingültige Definition des Begriffs politische Kommunikation fehlt, ist auch der Begriff Parteikommunikation nicht so einfach zu definieren. In der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur regelmäßig herangezogen wird gleichwohl folgende Definition von Wiesendahl:

„Unter Parteienkommunikation sind solche Handlungen einseitiger und wechselseitiger Kommunikation zu verstehen, die von Akteuren und Wortführern bestimmter politischer Parteien ausgehen und mit dem Ziel der unmittelbaren oder mittelbaren Einflussnahme gesteuert werden, um für die zum Ausdruck gebrachten politischen Überzeugungen, Ansichten, Zielvorstellungen, Interessen, Handlungspläne und Aktionen Gehör, Zustimmung und Unterstützung zu finden.“⁴⁷³

Die Definition unterscheidet weiter zwischen externer und interner Parteikommunikation. Interne Parteikommunikation interessiert im Rahmen dieser Arbeit nicht, da sie nur die Kommunikation betrachtet, welche die nach dem Grundgesetz wichtigsten Kommunikationspartner der Parteien betrifft, das heißt Kommunikation, die an die Bürger gerichtet ist oder die Bürger als Kommunikationspartner voraussetzt. Dies ist die externe Parteikommunikation. Nach Wiesendahl ist externe Parteikommunikation „jede Form von Öffentlichkeitsarbeit und Wähleransprache durch Parteien, wodurch zweckgerichteter Einfluss auf die Wählerschaft und Öffentlichkeit ausgeübt werden soll.“⁴⁷⁴

Für diese Arbeit kann Wiesendahls Definition von Parteikommunikation, insbesondere externer, nicht übernommen werden, denn sie beschränkt sich einseitig auf

⁴⁷³ Elmar Wiesendahl, „Parteienkommunikation“, in *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, hg. von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 442.

⁴⁷⁴ Ebd.; eine vergleichbare Unterscheidung von externer und interner Kommunikation nimmt auch Sarcinelli vor. Vgl. Ulrich Sarcinelli, *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft: Beiträge zur politischen Kommunikationskultur* (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998), 273.

zielgerichtete, persuasive Kommunikation. Eher rezeptive kommunikative Akte vonseiten der Parteien, die insbesondere im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion wichtig sind, bleiben bei dieser Definition unberücksichtigt.

Darüber hinaus lässt die Definition die Schwierigkeit der Abgrenzung von Parteikommunikation gegenüber politischer Kommunikation von anderen Akteuren des politischen Systems außer Acht. Wann ist etwa die Kommunikation einer Bundeskanzlerin, die gleichzeitig Bundestagsabgeordnete und Parteivorsitzende ist, Regierungskommunikation, wann Abgeordnetenkommunikation und wann Parteikommunikation? Ähnliches gilt für einen Politiker, der Bundestagsabgeordneter, Fraktionsvorsitzender und Mitglied im Parteivorstand ist und ebenfalls für jeden sogenannten Hinterbänkler im Bundestag, der ja in aller Regel sowohl Bundestagsabgeordneter und Mitglied einer Bundestagsfraktion als auch Mitglied einer Partei ist.

Im Einzelfall lässt sich eine Abgrenzung nur idealtypisch anhand von Verkündungs-ort, Inhalt und Adressaten des jeweiligen Kommunikationsakts approximieren. So wird in Kapitel 8 aus methodischen Gründen eine Eingrenzung durch die Auswahl der empirischen Beispiele vorgenommen, die sich auf von den Parteizentralen gesteuerte Kommunikation im Rahmen der drei kommunikativen Funktionen konzentriert.

Will man sowohl dem Umfang der Funktionen gerecht werden, die nach der grundgesetzlichen Ordnung von den Parteien erfüllt werden müssen, als auch der Vielfalt möglicher Kommunikationsteilnehmer, lässt sich externe Parteikommunikation allgemein definieren als sämtliche von Parteien, ihren Kandidaten, Mandats- und Funktionsträgern oder Mitgliedern ausgehende unvermittelte oder vermittelte Kommunikation mit Nicht-Mitgliedern.

Neben der Definition liegt eine weitere Schwierigkeit bei der Untersuchung von Parteikommunikation in der mangelnden Systematisierung kommunikativer Akte. Selbst innerhalb der politischen Kommunikationsforschung findet sich keine allgemein anerkannte Typisierung politischer Kommunikation, geschweige denn von Parteikommunikation.⁴⁷⁵

⁴⁷⁵ Beispielfhaft veranschaulichen dies die Standardwerke von Sarcinelli und von Schulz. S. Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 19; Schulz, *Politische Kommunikation*, 15 f.

Für die Wahlkampfkommunikation nehmen Jarren und Donges eine knappe Systematisierung vor, die zwar kritikwürdig ist, aber gleichwohl als Ausgangspunkt einer allgemeineren Systematisierung von Parteikommunikation dienen kann. Die Autoren unterscheiden zwischen „drei Kanälen“, über die Parteien in Wahlkämpfen mit den Wählern kommunizieren könnten: direkter Kontakt mithilfe der „Mobilisierung ihrer Parteiorganisation, wie etwa auf Parteiveranstaltungen; „Formen bezahlter Werbung in den Medien, etwa in Form von Inseraten, Online-Auftritten oder bezahlten Werbespots im privaten Fernsehen“; Inhalte von Parteikommunikation, die ohne Kosten für die Partei „direkt in die Medienberichterstattung gelangen“.⁴⁷⁶

Die Begriffe „paid media“ und „free media“, auf denen die Systematisierung im Wesentlichen beruht, setzen die Autoren zwar selbst in Anführungszeichen und kritisieren sie. Gerade Free Media in Form von Wahlwerbespots im öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder TV-Auftritten von Politikern sei starren Regeln unterworfen, allerdings wird lediglich kurz auf eine Alternative verwiesen, nach der zwischen primär von der Politik und primär von Medien kontrollierter Berichterstattung unterschieden werden kann.⁴⁷⁷

Zu digitaler Wahlkampfkommunikation finden sich ebenfalls nur drei Absätze, die zu dem Schluss kommen, dass die Onlinekommunikation der Parteien bisher unter ihren Möglichkeiten im Sinne der Aktivierung und Mobilisierung von Wählern geblieben sei.⁴⁷⁸

Die Unterscheidung zwischen Paid und Free Media ist in der Tat nicht zufriedenstellend, zumal Jarren und Donges auch Onlineangebote der Parteien zu Paid Media zählen, analoge Parteimedien wie Parteizeitungen, Flyer, Werbemittel und Ähnliches aber nicht einmal erwähnen, was wenig schlüssig erscheint.

Eine Systematisierung von Parteikommunikation sollte mit dem kommunikationswissenschaftlichen Begriff der Kommunikation beginnen. Damit müssen mindestens die beteiligten Akteure, die Kommunikationsrichtung, die Inhalte sowie die genutzten Kanäle

⁴⁷⁶ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 224; eine weiterer, ebenfalls nicht zufriedenstellender Typologiesierungsversuch findet sich in Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 26 ff.

⁴⁷⁷ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 224 f.

⁴⁷⁸ Ebd., 225.

le unterschieden werden.⁴⁷⁹ Für politische Kommunikation ebenfalls wichtig sind der Radius der Kommunikation und die Tonalität der Botschaften. Die Ziele, Zielgruppen und Kommunikationsmodi von Parteikommunikation sollten ebenfalls Gegenstand einer Typologie sein.

Auf die Besonderheiten von internetbasierter Parteikommunikation wird in späteren Kapiteln noch eingegangen, die Netzwerkmedien haben aber Veränderungen mit sich gebracht, die eine Systematisierung von Parteikommunikation beeinflussen. So hat sich insbesondere die Anzahl an potenziellen Akteuren politischer Kommunikation erhöht, das Arsenal an parteieigenen Medien hat sich stark erweitert, neue Kanäle sind hinzugekommen. Für Richtung und Radian von Parteikommunikation bieten die Netzwerkmedien ebenfalls neue Möglichkeiten und selbst die Bandbreite von Inhalten und deren Tonalität ist betroffen. Während im traditionellen Mediensystem, große Reichweiten für Themen aller Art tatsächlich nur im Rahmen von Paid Media oder ebenfalls nicht unter direkter Parteikontrolle stehenden Nachrichten in Free Media zugänglich waren, können in den Netzwerkmedien in der Theorie beispielsweise Nischenthemen ein breites Publikum erreichen.

Unter Verweis auf die oben erfolgte Definition von externer Parteikommunikation setzt die hier vorgeschlagene Typologisierung daher beim Grad der Vermittlung an und unterscheidet zunächst zwischen drei Typen von Parteikommunikation. Dabei korreliert der Grad der parteiseitigen Kontrolle über Inhalte negativ mit dem Grad der Vermittlung:

- Unvermittelte Parteikommunikation: Kommunikation, die, von Parteimitgliedern ausgehend, ohne mediale Vermittlung auf Kommunikationsempfänger beziehungsweise -teilnehmer trifft. Diese umfasst insbesondere den Rahmen von Versammlungsöffentlichkeiten wie auf Partei- oder Wahlveranstaltungen, aber auch Face-to-Face-Kommunikation wie im Rahmen von Canvassing, Hintergrundgesprächen u. a.

⁴⁷⁹ Zum kommunikationswissenschaftlichen Begriff von Kommunikation s. Klaus Beck, „Kommunikation“, in *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, hg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006).

- Vermittelte Parteikommunikation: Kommunikation seitens einer Partei, die durch parteieigene oder von der Partei zu steuernde Medien vermittelt wird. Diese umfasst schriftbasierte, visuelle, auditive oder audiovisuelle medial vermittelte analoge oder digitale Kommunikation der Parteien wie Rundschreiben, Parteimagazine, Wahlkampfflyer, Wahlplakate, Werbemittel, Wahlwerbespots, Emails, Websites, Multimediaangebote, Soziale Medien, Onlinewerbung.
- Über Dritte vermittelte Parteikommunikation: Diese kann sowohl von institutionalisierten journalistischen Medien ausgehen als auch von anderen kollektiven oder individuellen Kommunikationsteilnehmern des Netzwerkmediensystems von Interessenvertretern bis hin zu Bürgern. Sie umfasst mediale Kommunikation, bei der Parteikommunikation in Zitaten, Originaltönen oder -ausschnitten übernommen wird. Dazu zählen etwa Interviews mit Parteivertretern; TV-Nachrichten, die Ausschnitte von Parteiveranstaltungen beinhalten; Inhalte aus den Sozialen Medien wie Blogs, Videos oder Posts in Sozialen Netzwerken, die ebenfalls Zitate, Originalmitschnitte oder Ähnliches einschließen.

Im Fokus dieser Arbeit steht vor allem die vermittelte Parteikommunikation. Für diese lassen sich vier Kommunikationsmodi unterscheiden:⁴⁸⁰

- Informationskommunikation. Diese umfasst insbesondere Informationen zu politischen Themen auf Sachebene sowie zu sachlichen Personalthemen.
- Präsentationskommunikation, die in Abgrenzung zur Information weniger sachliche Themen zum Gegenstand hat, etwa Personalthemen auf persönlicher Ebene oder Infotainmentformate.

⁴⁸⁰ Die hier vorgenommene Unterscheidung kommunikativer Modi, übernimmt die zentralen Begriffe sowie die Differenzierung von Mobilisierung und Partizipation, die Schweitzers vier „Funktionsbereichen“ für die Strukturanalyse von Parteiwebsites zugrunde liegen, unterscheidet sich aber inhaltlich deutlich von dieser. Eva Johanna Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 206; vgl. dazu ebenfalls Uta Rußman, „Webkampagnen im Vergleich“, in *Superwahljahr 2009. Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*, hg. von Jens Tenscher (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 104 f.

- Mobilisierungskommunikation, die Unterstützung für die Partei etwa in Form neuer Mitglieder, bei Wahlkampagnen oder durch Spenden erreichen soll.
- Partizipationskommunikation, das heißt bi- und multidirektionale Kommunikation zwischen Partei und Wählern.

Der Vollständigkeit halber lassen sich über die drei Typen der Parteikommunikation hinaus noch Kommunikation über Parteien sowie an Parteien gerichtete Kommunikation unterscheiden. Kommunikation über Parteien wird dabei definiert als jene Kommunikation, die lediglich Parteien zum Gegenstand hat, aber weder Parteikommunikation vermittelt noch in Originalzitate, -ausschnitten oder anderweitig übernimmt. Unterschieden werden können ebenfalls unvermittelte Kommunikation über Parteien (Face-to-Face-Kommunikation wie Gespräche) und vermittelte Kommunikation über Parteien (wie journalistische Berichterstattung oder nutzergenerierte Inhalte in Sozialen Medien), die von allen Teilnehmern des Netzwerkmediensystems ausgehen kann. Im Rahmen der Wahlkampf- wie der Meinungsbildungsfunktion versuchen die Parteien, die Kommunikation über sie zu beeinflussen. Gleichzeitig dient sie als wichtiger Rückkoppelungsmechanismus. Auch ist zu beachten, dass Face-to-Face-Kommunikation für politische Entscheidungen und Einstellungen der Bürger einen hohen Stellenwert besitzt, gleichzeitig Politik aber immer mehr, oft beinahe ausschließlich medial vermittelt wahrgenommen wird.⁴⁸¹

An Parteien gerichtete Kommunikation kann unvermittelte oder medial vermittelte Kommunikation sein. Dabei ist medial vermittelte an Parteien gerichtete Kommunikation, wie in Form von Bürgeranfragen oder Posts in Parteiprofilen in Sozialen Netzwerken, für alle drei Kommunikationsfunktionen relevant, wie noch gezeigt wird.

Die Inhalte von Parteikommunikation sind ebenfalls vielfältig. Sie können alle drei Dimensionen von Politik, also Polity, Policy und Politics betreffen, aber auch darüber hinaus gehen. Im Rahmen abstrahierender schematischer Analyse lassen sich folgende Themenkomplexe voneinander unterscheiden:

⁴⁸¹ Vgl. Kapitel 3.

- Politische Inhalte auf sachlicher Ebene (zum Beispiel konkrete Gesetzesvorhaben), politideologischer Ebene (zum Beispiel allgemeine gesellschaftspolitische Positionen) oder machtbezogener Ebene (zum Beispiel Koalitionsoptionen).
- Personalthemen auf sachlicher Ebene (zum Beispiel Nominierungen für Mandate, Besetzung von Parteifunktionen) oder auf persönlicher Ebene (zum Beispiel zu persönlichen Verhältnissen oder Eigenschaften von Politikern).
- Selbstreferenzielle Inhalte, das heißt Inhalte zur Partei an sich, zu Veranstaltungen oder Kommunikationsangeboten der Partei. In Wahlkämpfen sind dies auch Informationen zum Wahlkampf, zu Wahlkampfveranstaltungen u. a.⁴⁸²

In der Kommunikationsrealität überlappen Inhalte und Themen in der Regel oder sind miteinander verwoben. So sind etwa politische Themen oft mit Personalfragen verbunden.⁴⁸³ Machtfragen werden oft verbunden mit politideologischen Fragen kommuniziert, selbstreferenzielle Inhalte werden oft mit politischen Themen verknüpft.

Die Tonalität der Parteikommunikation kann zwischen dem Anspruch objektiver Sachlichkeit über Polemisierung bis hin zu starker Emotionalisierung variieren. In Deutschland sind allerdings Personalisierung und Emotionalisierung selbst im Rahmen von Wahlkampfkommunikation paradoxerweise einerseits in der Kommunikationsrealität häufig, andererseits in Wissenschaft, Medien und Politik stigmatisiert. Dies gilt für Parteikommunikation wie auch für Kommunikation über Parteien und mag aus einer Betrachtung von Politik als weitgehend emotionsloser Auseinandersetzung rationaler Sachargumente rühren, die letztlich alle gängigen Demokratietheorien vertreten, an deren empirischem Wahrheitsgehalt in Anbetracht der Erkenntnisse kognitionspsychologischer Erkenntnisse jedoch Zweifel bestehen müssen.⁴⁸⁴

⁴⁸² Selbstreferenzielle Inhalte in Wahlkämpfen werden in der Forschung auch als „Metakommunikation“ bezeichnet. S. dazu Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, 200.

⁴⁸³ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 173.

⁴⁸⁴ Vgl. Kapitel 2.

Parteikommunikation kann uni-, bi- und multidirektional sein, online kommt noch interaktive Kommunikation hinzu:

- Unidirektionale Kommunikation geht von einer Partei aus und wird lediglich rezipiert, ohne dass auf Empfängerseite Rückkommunikation stattfindet.
- Bi- und multidirektionale Kommunikation setzen dagegen an Parteien gerichtete Rückkommunikation voraus.
- Online ist darüber hinaus auch interaktive Kommunikation möglich, die nicht zwingend Rückkommunikation an die Parteien bedeuten muss, aber dennoch weitere kommunikative Akte des Rezipienten voraussetzt. Dies ist etwa der Fall, wenn Bürger sich im Rahmen von Mobilisierungskommunikation an Aktionen der Parteien aktiv beteiligen, aber kein Rückkanal an die Parteien vorgesehen ist. Beispiele sind die Gestaltung von Onlinewerbemedien wie E-Cards durch die Bürger in Wahlkämpfen oder die Teilnahme an Infotainmentformaten wie Wahlkampfsimulationen.⁴⁸⁵

Die Reichweite oder der Radius von Parteikommunikation kann lediglich zwei Teilnehmer bis hin zur einer breiten öffentlichen Teilnehmerschaft umfassen, die sich aus Staatsorganen, gesellschaftlichen Interessenvertretern, Fachöffentlichkeiten, Medien oder Bürgern rekrutiert. Das Verhältnis von Medien und Politik gestaltet sich dabei komplex, wie in Kapitel 3 bereits ausgeführt wurde.

Die Zielgruppen von Parteikommunikation lassen sich grob in interne und externe differenzieren:⁴⁸⁶

- Interne Zielgruppen sind Mandats- und Funktionsträger, Kandidaten sowie einfache Mitglieder. Diese müssen stetig informiert und koordiniert sowie periodisch mobilisiert werden.

⁴⁸⁵ Vgl. dazu Kapitel 8.2.

⁴⁸⁶ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 171; zu den externen Zielgruppen von Wahlkampfkommunikation vgl. auch Britta Rottbeck, *Der Onlinewahlkampf der Volksparteien 2009. Eine Empirische Analyse* (Wiesbaden: Springer VS, 2013), 264 ff; Manuel Merz, Stefan Rhein, und Julia Vetter, *Wahlkampf im Internet*, 3. Aufl. (Münster [u.a.]: LIT Verlag, 2012), 35 f.

- Externe Zielgruppen sind Multiplikatoren; Unterstützer; latente Unterstützer, die erst noch mobilisiert werden müssen; Unentschiedene, die noch zur Wahl oder Unterstützung gebracht werden müssen; andere politische Akteure; Interessenvertreter aller Art und Medien.

Diese Arbeit fokussiert allerdings nur die Bürger als externe Zielgruppe, da diese in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes die bedeutendsten Kommunikationspartner der Parteien sind. Die übergeordneten Ziele der Parteikommunikation in Bezug auf die Bürger unterscheiden sich dabei zwischen den drei Kommunikationsfunktionen, wie nachfolgend gezeigt wird.

7.4 Funktion I: Wahlkampfkommunikation

In der Teilnahme an Wahlen kulminieren sämtliche Funktionen der Parteien. Unabhängig davon, welches theoretische Modell von Parteien man zugrunde legt, der Wahlerfolg ist für sie von höchster Bedeutung. Nach dem klassisch liberalen Ansatz sind Parteien als Interessenvertreter des Volkes bestrebt, ihre Politiken in Policies umzusetzen, indem sie sich an der Regierung beteiligen. Dies ist gleichwohl ihr Daseinszweck. Über den Grad seiner Erfüllung entscheidet maßgeblich der Wahlerfolg. Nimmt man im Sinne moderner liberaler Theorie wie der Schumpeters den reinen Machterwerb als nüchternes Ziel der Parteien an, kommt dem Wahlerfolg noch größere Bedeutung zu.⁴⁸⁷ Selbst wenn man Parteien lediglich als auf Selbsterhalt ausgerichtete Organisationen betrachtet, ist der Wahlerfolg entscheidend, denn er bestimmt sowohl die Ressource politische Macht als auch, dank der Logik der staatlichen Parteienfinanzierung, in erheblichem Maße die finanziellen Ressourcen von Parteien.

Zur Teilnahme an Wahlen bleibt den Parteien allerdings auch keine Alternative. Das Staatsrecht schreibt die Teilnahme vor. Wird die Wahlfunktion dauerhaft nicht erfolgreich bewältigt, verlieren Parteien nicht nur an politischer Bedeutung, nehmen sie mehr als sechs Jahre nicht an Wahlen im Bund oder den Ländern teil, verlieren sie nach dem Parteiengesetz auch ihren Status als Parteien.

Die Bedeutung der Wahlteilnahme ergibt sich aber vor allem aus der verfassungsmäßigen Bedeutung von Wahlen an sich. So findet in Wahlen nicht nur die Arbeit der Parteien ihren periodischen Höhepunkt, sondern auch die Volkssouveränität. Wahlen sind das bedeutendste Instrument der Äußerung von Volkssouveränität. Nach Artikel 20 Grundgesetz übt das Volk die Staatsgewalt primär in Wahlen aus. Dabei sind „Parlamentswahlen der entscheidende Akt für die Willensbildung im demokratischen Staat des Grundgesetzes.“⁴⁸⁸ Ziel von Wahlen nach dem Verhältniswahlrecht ist es nach Ansicht des Gerichts, „den politischen Willen der Wählerschaft in der zu wählenden Körperschaft

⁴⁸⁷ Vgl. Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, 282 f.

⁴⁸⁸ Herzog und Grzeszick, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 20“, II, Rn. 100.

möglichst wirklichkeitsnah abzubilden.⁴⁸⁹ Die Teilnahme von Parteien ist für die Durchführung von Wahlen als Kulminationspunkt der Volkssouveränität unabdingbar. Das Bundesverfassungsgericht hat die Parteien folgerichtig auch als „Wahlvorbereitungsorganisationen“ bezeichnet, wobei damit selbstverständlich nicht die technische und organisatorische Durchführung der Wahlen an sich gemeint ist, die dem Bundeswahlleiter obliegt, sondern die politische Vorbereitung der Wahlen.⁴⁹⁰

In der Tat ist schwer erkennbar, wie Bürger in modernen komplexen Gesellschaften eine Wahlentscheidung, das heißt die Entscheidung für eine politische Linie und konkrete politische Maßnahmen, treffen sollten, wenn sich die Kandidaten nicht einer Partei zuordnen ließen. In gewisser Weise schaffen die Parteien daher die „organisatorischen Voraussetzungen, die es dem Volk ermöglichen, durch Wahlen die Staatsgewalt auszuüben.“⁴⁹¹ In Wahlen können also die Bürger über den Umweg der Parteien ihrem politischen Willen Ausdruck verleihen. Die Bürger sind damit in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes die primären Kommunikationspartner der Parteien, nicht nur, aber auch im Rahmen der Wahlkampfkommunikation.

Weiterhin trägt der Wahlakt zur Selbstvergewisserung wie zum Weiterbestehen des politischen Systems bei. Die Erfüllung der Wahlfunktion durch die Parteien bedeutet also zugleich den wohl wichtigsten Beitrag zur Erfüllung der Metafunktionen Integration und Legitimation. Die diesen beiden inhärenten Funktionen der Rekrutierung politischen Personals und der Ermöglichung von Partizipation am politischen System kommen im Rahmen der Wahlfunktion ebenfalls zum Tragen.

Der Rekrutierungsfunktion kommt bei Wahlen besondere Bedeutung zu. In der Regel werden die bei Wahlen auf Bundesebene erfolgreichen Kandidaten von den etablierten Parteien gestellt. Wahlen entscheiden damit über den politischen Einfluss der Parteien auf das Staatshandeln, da sie ihren Mitgliedern den Weg zu politischen Ämtern bereiten. Zudem werden in Wahlen auch die Personalentscheidungen innerhalb der Parteien von den Wählern bewertet. Wahlen sind also auch ein Feedbackmechanismus für die innerparteiliche Demokratie, welche über die Aufstellung der Kandidaten entschieden hat.

Die Partizipationsfunktion kommt in Wahlen ebenfalls besonders zur Erfüllung. Zur Vorbereitung und Durchführung von Wahlen sind Parteien auf die Beteiligung von „ein-

⁴⁸⁹ Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 38“, Rn. 69.

⁴⁹⁰ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 94.

⁴⁹¹ Ebd., 95.

fachen Parteimitgliedern⁴⁹² angewiesen, da die Anzahl ihrer im Alltagsbetrieb ehrenamtlich und erst recht hauptamtlich für die Partei tätigen Mitglieder zur Durchführung von Wahlkämpfen viel zu gering ist. Die Mobilisierung dieser einfachen Mitglieder entscheidet dabei oft über den Wahlerfolg.⁴⁹²

Wenn Wahlen für die Willensbildung in der Ordnung des Grundgesetzes der entscheidende Akt sind, dann sind sie dies notwendigerweise auch für die Mitwirkung der Parteien an derselben. Dies gilt für die inhaltliche wie auch für die kommunikative Dimension der Mitwirkung der Parteien bei der Willensbildung des Volkes. Zu Wahlen müssen die Parteien sowohl sie distinguierende politische Leitideen und konkrete Problemlösungen formulieren, die eben gerade auch aus ihrer Rückkoppelung mit der Gesellschaft resultieren sollten, als auch diese an die Wähler kommunizieren. Aus der Verpflichtung zur Wahlteilnahme leitet sich daher unmittelbar die Funktion Wahlkampfkommunikation ab.

Neben der Bedeutung, die Staats- und Verfassungsrecht der Wahlfunktion beimessen, besitzt sie einige spezifische Eigenschaften, die ihre Hervorhebung als idealtypische kommunikative Funktion der Parteien geradezu aufdrängen. Nie nähert sich die Aussage, Parteien seien Kommunikation, der Realität so sehr wie in Wahlzeiten. Neben den finanziellen und personellen Ressourcen bestimmen vor allem interne und externe Wahlkampfkommunikation über den Wahlerfolg. Man kann in „kommunikativer Hinsicht [...] Wahlkämpfe auch als ‚Hochämter‘ in der politischen Alltagsliturgie bezeichnen“ sowie als eine Periode, in der die Parteien „besondere organisatorische, inhaltliche, personelle und kommunikative Leistungen“ vollbringen, um möglichst viele Wählerstimmen auf sich zu vereinen.⁴⁹³

In der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes sind die Bürger die bedeutendsten Kommunikationspartner der Parteien. Damit sind sie auch die wichtigste externe Zielgruppe ihrer Wahlkampfkommunikation. Unter den Bürgern lassen sich wie im vorigen Kapitel angemerkt Multiplikatoren, Unterstützer, latente Unterstützer und Unentschiedene unterscheiden. Die Ziele der Wahlkampfkommunikation sind damit Mobilisierung und Persuasion der Wähler, um möglichst viele Wählerstimmen zu erhal-

⁴⁹² Vgl. Decker, „Parteiendemokratie im Wandel“, 50.

⁴⁹³ Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 217.

ten. Zur Erreichung dieser Ziele greifen die Parteien auf alle vier Kommunikationsmodi zurück: Informations-, Präsentations-, Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation.

Auch alle drei der im vorigen Kapitel differenzierten Arten von Parteikommunikation sind in Wahlkämpfen relevant, da alle dort einen relativen Höhepunkt erreichen. Die von der Partei ausgehenden unvermittelten oder vermittelten Kommunikationsleistungen werden dabei im Vergleich mit der Zeit, in der kein Wahlkampf geführt wird, deutlich intensiviert. Die Parteien befinden sich während Wahlkämpfen also in einer kommunikativen Ausnahmesituation.

Mit Bezug auf die unvermittelte und die vermittelte Parteikommunikation drückt sich dies nicht zuletzt dadurch aus, dass die externe Unterstützung der Parteien durch Kommunikationsagenturen und –berater in Wahlkämpfen ihren Höhepunkt findet. Die unter dem Stichwort Professionalisierung geführte Debatte wurde bereits in Kapitel 3 behandelt. Es lässt sich jedoch von einer "professionalization at two speeds" sprechen, da die Professionalisierung von Parteiorganisationen sowohl intern als auch was die Unterstützung durch externe Dienstleister angeht in Wahlkampfzeiten deutlich weiter vorangeschritten ist als die der politischen Kommunikation in Nicht-Wahlkampfzeiten.⁴⁹⁴

Inhaltlich werden politische und Personalthemen in Wahlkämpfen enger miteinander verbunden als sonst, die Personalisierung erlebt in Form der Spitzenkandidaten einen Höhepunkt.⁴⁹⁵ Außerdem gewinnen selbstreferenzielle Themen an Bedeutung, da die Wähler über die Wahlkampfaktivitäten der Parteien informiert werden müssen. Zuspitzung, Polemisierung und Emotionalisierung sind ebenfalls zu verzeichnen. Dass Personalisierungsstrategien von den traditionellen Massenmedien in ihrer Berichterstattung übernommen werden, ist empirisch nachgewiesen worden, welche Auswirkungen die Personalisierung allerdings auf die Wähler hat, kann nicht genau bestimmt werden, obwohl die Bedeutung von Personen für die Wahlentscheidung als etabliert gilt.⁴⁹⁶

Im Hinblick sowohl auf die von Dritten vermittelte Parteikommunikation als auch auf medial vermittelte Kommunikation über Parteien sind Inszenierungsstrategien wie Personalisierung und Zuspitzung wichtig, um die Aufmerksamkeit zumindest der traditi-

⁴⁹⁴ Christina Holtz-Bacha, „Bundestagswahlkampf 2005 - Die Überraschungswahl“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 6.

⁴⁹⁵ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 225; Christina Holtz-Bacha, „Bundestagswahlkampf 2002: Ich oder der“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2002*, hg. von Christina Holtz-Bacha, 2003. Aufl. (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, o. J.), 20.

⁴⁹⁶ Holtz-Bacha, „Bundestagswahlkampf 2002: Ich oder der“, 21 f.

onellen Massenmedien zu erlangen. Fehlen Zuspitzung und Personalisierung, kann auch die Häufigkeit medialer Berichterstattung über Wahlkämpfe abnehmen, wie eine Studie zur Bundestagswahl 2009 im Vergleich mit 2002 und 2005 gezeigt hat.⁴⁹⁷

Richtung und Radien der Kommunikation umfassen in Wahlkämpfen das gesamte oben genannte Spektrum. Die wichtigsten Adressaten ergeben sich allerdings aus der Zielsetzung der Wahlkampfkommunikation: Die Parteien wenden sich insbesondere an die Bürger als Wähler, mit dem Ziel, ihre Stimme zu erhalten. Dabei ähneln Persuasionsstrategien der Wahlwerbung teilweise denen kommerzieller Werbung.⁴⁹⁸

In Anbetracht von Dealignment und Mitgliederschwund kommt der Wahlkampfkommunikation heute größere Bedeutung zu, als zu Zeiten, in denen die Wählerbindung höher und dementsprechend der Mobilisierungs- und Persuasionsbedarf der Bürger niedriger waren.⁴⁹⁹ Dies gilt unabhängig davon, ob man von Beymes Aussage zustimmt, dass „der postmoderne Bürger [...] kaum gewillt [ist], der Vorbereitung einer informierten Wahlentscheidung viel Zeit zu opfern“ und geringe Bereitschaft zur Einholung politischer Informationen zeigt.⁵⁰⁰ Ob die Wahlkampfkommunikation hier Abhilfe schafft, ist nicht eindeutig zu beantworten. Einerseits werden sowohl Parteikommunikation als auch Kommunikation über Parteien wahrgenommen. Andererseits suchen nur wenige Bürger nach Inhalten von Wahlkampfkommunikation, unvermittelte Parteikommunikation wird im Sinne der „kognitiven Dissonanz“ besonders von Parteiunterstützern wahrgenommen und beiden Arten vermittelter Parteikommunikation sowie medialer Kommunikation über Parteien konnten bislang zwar wahlbeeinflussende, aber keine eindeutig wahlentscheidenden Einflüsse nachgewiesen werden.⁵⁰¹ Weiterhin erscheinen bei aller Bedeutung der Wahlkampagnen der Parteien kaum steuerbare politische Einflüsse von entscheidender Bedeutung.⁵⁰² Dennoch kommt der Wahlkampfkommunikation insofern große Bedeutung zu, als dass sie zur Herstellung und zur Legitimation politischer Macht beiträgt. Auf der Mikroebene konkrete Verhaltensänderungen aufgrund von Parteikommunikation nachzuweisen, mag äußerst schwierig sein, auf der Makroebene rechtfertigt

⁴⁹⁷ Holtz-Bacha, „Wahljahr 2009 – Professionalisierung verzögert?“, 7.

⁴⁹⁸ Vgl. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 175.

⁴⁹⁹ Vgl. Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 216.

⁵⁰⁰ von Beyme, „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“, 317, 335.

⁵⁰¹ S. etwa Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 226.

⁵⁰² Vgl. Holtz-Bacha, „Bundestagswahlkampf 2002: Ich oder der“, 9.

bereits die das politische System erhaltende und legitimierende Wirkung der Wahlkampf-
funktion ihre Bedeutung als eine der drei kommunikativen Funktionen der Parteien.

7.5 Funktion II: Mitwirkung bei der politischen Willensbildung

In der Ordnung des Grundgesetzes gehen die Funktionen der Parteien nach dem Bundesverfassungsgericht über die gerade geschilderte Wahlfunktion weit hinaus. Das Gericht fordert von den Parteien „ständige Wirksamkeit nach innen [...] und] auch nach außen“, denn nach der verfassungsrechtlichen Konzeption ist die „allgemeine politische Tätigkeit der Parteien [...] außerhalb von Wahlkämpfen und während derselben die gleiche.“⁵⁰³ Die Funktionen von Parteien mögen also in Wahlen kulminieren, beschränkt darauf sind sie keineswegs. Dass die Funktionen und die Art ihrer Erfüllung während und außerhalb von Wahlkämpfen genau gleich seien, lässt sich in Anbetracht der gerade erörterten Besonderheiten von Wahlkämpfen nicht ganz nachvollziehen, das Gericht bezieht sich jedoch vor allem auf die Mitwirkung bei der politischen Willensbildung. Diese soll auf Dauer angelegt und kontinuierlich sein. Unter den Funktionen der Parteien ist die Mitwirkung an der politischen Willensbildung die einzige, die das Grundgesetz explizit nennt. Artikel 21 schreibt sie den Parteien vor. Damit ist die Mitwirkung an der politischen Willensbildung der Bürger der Kommunikationsgrund für die Parteien schlechthin.

Die Mitwirkung der Parteien an der Willensbildung wird im Verfassungsrecht durch „die politischen Kommunikationsgrundrechte [...] sowie] das Demokratieprinzip“ geprägt.⁵⁰⁴ Die Betonung der Funktion liegt allerdings auf Mitwirkung. Den Parteien sind klare Grenzen gesetzt. Dies war nicht immer so. In den ersten Jahrzehnten der Bundesrepublik folgte das Bundesverfassungsgericht der Parteienstaatslehre des Staatsrechtlers und Richters des 2. Senats, Gerhard Leibholz. Danach waren Parteien ein „Sprachrohr, dessen sich das mündig gewordene Volk bedient, um sich artikuliert äußern und politische Entscheidungen fällen zu können.“⁵⁰⁵ Mitte der 1960er Jahre wechselte das Bundesverfassungsgericht den Kurs und betonte ausdrücklich, dass die Parteien „kein

⁵⁰³ BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992, Absatz-Nr. 88; Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 21“, Rn. 166.

⁵⁰⁴ Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 15.

⁵⁰⁵ Grimm, „§ 14 Politische Parteien“, Rn. 16.

Monopol“ bei der politischen Willensbildung besäßen.⁵⁰⁶ Konkret äußert sich dies unter anderem darin, dass den Parteien zwar Beteiligungen an Presse und Rundfunk erlaubt sind, nach dem Bundesverfassungsgericht aber die „[...] Beachtung des Grundsatzes der Staatsfreiheit des Rundfunks für die Ausgestaltung von Parteibeteiligungen an Rundfunkveranstaltungen notwendig [...]“ ist⁵⁰⁷, die Parteien also in ihrer Einflussnahme auf die Presse beschränkt sind und eine generelle Durchdringung der Gesellschaft durch die Parteien unerwünscht ist.

Die politische Willensbildung ist also keineswegs auf die Parteien beschränkt, sondern soll nach dem Verfassungsrecht alle gesellschaftlich relevanten Kräfte und Interessen umfassen. Die politische Willensbildung ist eine „dialektische Auseinandersetzung“, da sich gegensätzliche Positionen beeinflussen und verbinden können und die Willensbildung im politischen System mit der gesellschaftlichen Willensbildung in Wechselbezüglichkeit steht, wie das Bundesverfassungsgericht betont.⁵⁰⁸ Auf die verfassungsmäßige Bedeutung der politischen Willensbildung wurde bereits in Kapitel 6 eingegangen, sie kann wie folgt definiert werden:

„Politische Willensbildung ist der Prozeß der Formung, Artikulation und Geltendmachung von Bedürfnissen, Interessen und Meinungen in bezug auf die Erhaltung, Veränderung oder Beseitigung der in einem Gemeinwesen bestehenden Verhältnisse.“⁵⁰⁹

In der politischen Willensbildung der Bürger kommt die grundgesetzlich garantierte Informations- und Meinungsfreiheit zum Ausdruck.⁵¹⁰ Staatliche Einflüsse auf diese sind zu unterbinden, wobei das Bundesverfassungsgericht informierende Öffentlichkeitsarbeit von Verwaltung und Bundesregierung ausdrücklich für notwendig erachtet.⁵¹¹ Vor allem ist die politische Willensbildung der Bürger auch in der liberalen Demokratietradition elementar für die Legitimation politischer Akte. Willen und Handlungen der Politik sollen sich nach dem Verfassungsrecht auf den Willen der Bürger gründen. Dazu ist die im nächsten Kapitel zu behandelnde Rückkoppelung zwischen politischem System und Bürgern unabdingbar. Trotz des Prinzips der Freiheit des Mandats soll der politische

⁵⁰⁶ Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 18; von Alemann, *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*, 100.

⁵⁰⁷ BVerfG, 2 BvF 4/03 vom 12.3.2008, Absatz-Nr. 98

⁵⁰⁸ Vgl. Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 21“, Rn. 155.

⁵⁰⁹ Ebd.

⁵¹⁰ Vgl. Kersten, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 16.

⁵¹¹ Vgl. BVerfG, 2 BvE 1/76 vom 2.3.1977

Mehrheitswille nicht dauerhaft und gänzlich vom Willen der Bürger, das heißt der öffentlichen Meinung, abweichen. Es ist zwar keine Kongruenz aber eine gewisse Konvergenz nötig. Um diese zu erreichen und damit die Parteien ihrer Rolle in der Verfassungsordnung gemäß Artikel 21 gerecht werden, ist ihre Mitwirkung an der politischen Willensbildung der Öffentlichkeit bedeutsam, wie das Bundesverfassungsgericht betont:

„[Die Parteien] müssen aber nicht minder auch nach außen tätig werden, im Wettbewerb mit anderen Parteien und sonstigen auf die Bildung der öffentlichen Meinung Einfluß nehmenden Einrichtungen und Verbänden die Bürger von der Richtigkeit ihrer Politik zu überzeugen versuchen.“⁵¹²

Ziele und Zielgruppen der Mitwirkungsfunktion sind daher nach der Verfassungsordnung klar zu bestimmen: Die Parteien sollen die Bürger von ihren Positionen überzeugen. Allerdings nicht um ihrer selbst willen, sondern um zur Legitimation des politischen Systems beizutragen.

In diesem Zusammenhang ist ein Verweis auf die in Kapitel 4 gemachte Unterscheidung zwischen Verfassungsdemokratie und außerkonstitutioneller Demokratie hilfreich. Legitimität als Endprodukt der Legitimation lässt sich in „formale“ und „gefühlte“ differenzieren.⁵¹³ Die formale Legitimität politischer Handlungen wie etwa des Erlasses eines neuen Gesetzes kommt bereits aufgrund der Einhaltung der Verfassungsordnung zustande. Die gefühlte Legitimität lässt sich als ein tatsächliches weitgehendes Einverständnis der öffentlichen Meinung mit den wahrgenommenen Handlungen des politischen Systems definieren. Daher kann die gefühlte Legitimität von der Verfassungsordnung zwar als wünschenswert gefordert werden, zustande kommt sie aber nur mithilfe der Mechanismen der außerkonstitutionellen Demokratie. Die Mitwirkung der Parteien an der politischen Willensbildung der Bürger zielt also auch auf die Herstellung gefühlter Legitimität ab. Damit wird die Mitwirkung bei der Willensbildung der Bürger zum wichtigen Element der Legitimation des politischen Systems und seiner Entscheidungen, und zwar in Form von Legitimation durch Kommunikation. Die Parteien erfüllen also mit der Mitwirkungs- immer auch ihre Legitimationsfunktion.

⁵¹² BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992, Absatz-Nr. 86.

⁵¹³ Vgl. Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 275.

Eine genaue Differenzierung von Mitwirkung an der Willensbildung und Rückkoppelung des politischen Systems mit der öffentlichen Meinung ist nur idealtypisch anhand der primären Kommunikationsrichtung vorzunehmen, da beide in der Realität immer Wechselbezüglichkeit zwischen Parteien und ihrem Umfeld implizieren. So kann die Mitwirkung als primär proaktive und unidirektionale Kommunikationshandlung definiert werden, während die Rückkoppelung zwingend bi- oder multidirektionale Kommunikation, also auch an die Parteien gerichtete Kommunikation sowie deren Rezeption durch die Parteien voraussetzt. Im Rahmen der Mitwirkungsfunktion sind die Parteien daher eher Akteure der Interessenartikulation, während sie im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion vor allem Interessen, Meinungen und Politikvorschläge aus der Gesellschaft aggregieren.

Die Parteien wirken an der politischen Willensbildung auf vielfältige Art mit. Nach Paragraph 1 Parteiengesetz gehören dazu unter anderem die Beeinflussung der öffentlichen Meinung sowie die Partizipations- und die Rekrutierungsfunktion. Hier soll die Mitwirkungsfunktion aber als rein kommunikative Funktion definiert werden, sich also auf die Wirkung der Parteien in die „Kapillare des Kommunikationskreislaufs“⁵¹⁴ hinein beschränken. Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung bedeutet danach vor allem die Beeinflussung der öffentlichen Meinung außerhalb von Wahlkämpfen und im Rahmen der externen unvermittelten und vermittelten Parteikommunikation. Wie im vorangegangenen Kapitel soll hier Parteikommunikation weit gefasst werden, also Kommunikation aller oben genannten Parteiakteure umfassen. Eine grundsätzliche Abgrenzung der Akteure kann zwischen Regierungsparteien und Oppositionsparteien gemacht werden, die Einfluss auf Inhalte, Tonalität und Radius hat.

Zwar sind die Bürger nach dem Grundgesetz die Kommunikationspartner und Zielgruppe der Parteien im Rahmen der Mitwirkungsfunktion, um diese zu erreichen, ist aber auch bewusstes Agenda-Setting in großem medialen oder kleinerem fachöffentlichem Radius nötig. Allerdings lässt sich nicht eindeutig sagen, ob die Parteien in der Mediengesellschaft ein breites öffentliches Agenda-Setting überhaupt noch betreiben können. Es gibt Positionen, die ihnen dies absprechen.⁵¹⁵

⁵¹⁴ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 389.

⁵¹⁵ Für die letzte Position s.: Ulrich von Alemann, Rolf G. Heinze, und Josef Schmid, „Parteien im Modernisierungsprozeß“, *Aus Politik und Zeitgeschichte* 1–2 (1998): 33.

Alle drei Arten der externen Parteikommunikation kommen im Rahmen der Mitwirkungsfunktion zum Einsatz, unvermittelte, vermittelte und über Dritte vermittelte. Vermittelte Parteikommunikation zur Beeinflussung der politischen Willensbildung der Bürger kann alle vier Modi umfassen: Information, Präsentation, Mobilisierung und Partizipation, wobei Letztere nach der gerade vorgenommenen Definition der Mitwirkungsfunktion eher der Rückkoppelungsfunktion zuzuordnen ist.

Inhaltlich ergibt sich nach dem Verfassungsrecht ein Schwerpunkt für politische Themen auf sachlicher sowie auf politideologischer Ebene. Die Kommunikation von politischen Grundsatzalternativen und die Kommunikation von Lösungen für politische Probleme sind ausdrücklich Bestandteile der Mitwirkungsfunktion. Dies steht in Übereinstimmung mit dem Demokratieverständnis des Grundgesetzes, das rationale Sachargumentation zum Normal- und Idealfall demokratischer Auseinandersetzung erhebt.

Politische Themen auf machtbezogener Ebene, Personalthemen auf sachlicher und persönlicher Ebene sowie selbstreferenzielle Inhalte können jedoch ebenfalls zum Gegenstand der Kommunikationsleistungen der Parteien werden, selbst wenn diese von dem liberalen Demokratieansatz des Grundgesetzes ausgeblendet werden, sodass das inhaltliche Spektrum alle oben genannten Dimensionen umfasst.

Mit der Kommunikation politischer Grundsatzalternativen beginnt die Positionierung einer Partei innerhalb des politischen Spektrums. Wertefundament und Leitlinien, die Grundsätze der Parteien sowie Antworten auf politische Grundsatzfragen finden sich in der Regel in den Grundsatzprogrammen der Parteien. Diese Grundsätze müssen periodisch erneuert und regelmäßig nach außen wie nach innen kommuniziert werden. Grundsatzprogramme haben zwei primäre Funktionen. Erstens kann Demokratie in einer pluralistischen Gesellschaft nur funktionieren, wenn die Parteien „konkurrierende Gemeinwohltwürfe anbieten [...]“⁵¹⁶ Die politideologischen Grundsätze sind also mindestens implizit, also auch ohne ihre dauerhafte Kommunikation, die Grundlage für die politische Meinungsbildung. Zweitens stellen, wie oben ausgeführt, Parteien als Organisationen ihre Handlungsfähigkeit als kollektive Akteure überhaupt erst durch Kommunikation her. Die Grundsatzprogramme sind dabei ein bedeutendes Instrument zur Konstruktion kollektiver Identität. Grundsatzprogramme dienen daher gleichermaßen

⁵¹⁶ Ipsen, „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“, Rn. 12.

der politischen Differenzierung wie der Selbstvergewisserung. Sie bieten Orientierung für Parteien selbst sowie für deren potenzielle Wähler. Im politischen Alltag können die Grundsätze zudem als Richtschnur und Argumentationshilfe genutzt werden, denn mit Habermas müssen Parteien sich auch bei der Formulierung von „Politiken“ immer wieder „ihrer Identität vergewissern.“⁵¹⁷ Dabei können die Grundsätze einer Partei durchaus mit aktuellen Policies in Konflikt geraten, was eine besondere kommunikative Herausforderung nach außen wie nach innen darstellt.

Die Kommunikation von Lösungen für politische Probleme ist das kommunikative Alltagsgeschäft aller Parteien und damit der vielleicht bedeutendste Aspekt der Mitwirkungsfunktion. Greift man auf das in der Politikwissenschaft dominante Input-Throughput-Output-Schema zurück, für das es mehrere Modelle gibt, lässt sich die Lösung eines politischen Problems in verschiedene Phasen unterteilen.⁵¹⁸ Im Kontext dieser Arbeit und der Mitwirkungsfunktion muss dabei nicht auf die unterschiedlichen Modelle eingegangen werden, es genügt die Unterscheidung zwischen der Definition von Policies und deren Durchsetzung. Externe Parteikommunikation muss in allen Phasen stattfinden, wobei sich Kommunikationsart und -radius von Phase zu Phase unterscheiden.

Während der Policy-Formulierung ist vor allem eine Fachöffentlichkeit aus politischem System, Interessengruppen und Experten Zielgruppe von Parteikommunikation.⁵¹⁹ Die Erweiterung des Kommunikationsradius kann hier zur Durchsetzung der eigenen Interessen bewusst als Strategie gewählt werden, wobei auch die Tonalität weniger sachlich werden kann. Vonseiten der Oppositionsparteien kann dabei schon früher ein Interesse an größeren Radien bestehen, um mithilfe von Fach- oder Medienöffentlichkeiten entsprechende Lösungsvorschläge der Regierungspartei schon im vorparlamentarischen Prozess zu behindern oder gar zunichte zumachen. Im Stadium der Durchsetzung von Politik im parlamentarischen Prozess muss die Kommunikation von Regierungsparteien einerseits in das politische System hinein wirken, um Mehrheiten und damit die formale Legitimation sicherzustellen, andererseits muss der Radius auf die mediale und gesellschaftliche Öffentlichkeit erweitert werden, um Akzeptanz bezie-

⁵¹⁷ Habermas, *Faktizität und Geltung*, 454.

⁵¹⁸ Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 202 ff.

⁵¹⁹ Vgl. Ebd., 206. Dort beschreiben die Autoren den Rahmen von politischer Kommunikation in den verschiedenen Phasen.

ungsweise gefühlte Legitimation zu erreichen. Die Opposition kommuniziert in aller Regel mit dem gegenteiligen Ziel.

7.6 Funktion III: Rückkoppelung des politischen Systems

Die Willensbildung im politischen System muss nicht mit der gesellschaftlichen Willensbildung kongruent sein, soll aber laut Bundesverfassungsgericht auch nicht dauerhaft und umfassend von ihr abweichen. Dafür muss das politische System mit der Öffentlichkeit rückgekoppelt sein, sodass sich wie bei der Mitwirkung an der politischen Willensbildung ein dialektisches Verhältnis zwischen politischem System und Gesellschaft ergibt.⁵²⁰ Außerdem soll die staatliche Willensbildung ihren Ausgang in der Willensbildung der Öffentlichkeit nehmen, damit die Legitimation politischer Entscheidungen sichergestellt wird. Analog beginnt nach einigen politikwissenschaftlichen Modellen der politische Prozess stets mit „Interessen“ außerhalb des politischen Systems.⁵²¹

Im Falle genuin politischer Entscheidungen, die in Form unerwarteter Ereignisse über das politische System hereinbrechen, etwa im Feld der Außenpolitik, und bei denen deshalb höchstens latente Interessen seitens enger Fachöffentlichkeiten vorliegen können, aber kaum differenzierte Position seitens der Gesellschaft an sich, scheinen beide Modelle zwar ungeeignet. Auch mag das verfassungsrechtliche Denkmodell zu einem gewissen Grad eine juristische Fiktion darstellen, die sich aus der Notwendigkeit der Verbindung von Volkssouveränität und repräsentativer Demokratie ergibt, wie in Kapitel 6 diskutiert wurde. Dennoch ist die Rückkoppelung des politischen Systems an die Gesellschaft auch außerhalb von Wahlen ein entscheidendes Merkmal der Demokratie des Grundgesetzes.

Wie Kapitel 7.1 gezeigt hat, ist den Parteien nicht nur in ihrer rechtlichen Stellung, sondern auch im politischen System ein chamäleonhafter Charakter eigen. Sie sind keineswegs nur Intermediäre oder Akteure der Interessenaggregation, ihre Rolle variiert mit ihren Funktionen. Im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion sind Parteien allerdings zunächst tatsächlich Aggregatoren von Interessen. „Auf die Beobachtung der Ansichten

⁵²⁰ Vgl. Kapitel 6.2.

⁵²¹ S. Jarren und Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 203.

und Meinungen in der Bevölkerung⁵²² sind sie dabei keineswegs beschränkt. Vielmehr erfüllen sie diese Funktion, „indem sie die Vielzahl der in der Gesellschaft vorhandenen Meinungen und Interessen zu unterscheidbaren Alternativen zusammenfassen und bündeln [...]“.⁵²³ Sie gewährleisten erst die „Rückkoppelung zwischen den Staatsorganen und dem Volk“, indem sie als „Transmissionstriemen“ zwischen Staat und Gesellschaft⁵²⁴ dienen. Noch präziser sind die Parteien die „Mittler“, die es dem Bürger erlauben, sich auch außerhalb von Wahlen politisch einzubringen.⁵²⁵

„Dieser Zweck [der Mitwirkung an der politischen Willensbildung des Volkes nach Artikel 21 Grundgesetz] würde indes notwendig verfehlt, wären die Parteien nicht auch darauf bedacht, die im Volke vorhandenen Meinungen, Interessen und Bestrebungen zu sammeln, in sich auszugleichen und zu Alternativen zu formen, unter denen die Bürger auswählen können, und versuchten sie nicht, den Bürgerwillen zu artikulieren und gegenüber den Staatsorganen zur Geltung zu bringen [...]; nicht zuletzt über die Parteien nimmt das Volk auch zwischen den Wahlen Einfluß auf die Entscheidungen der obersten Staatsorgane.“⁵²⁶

Wie für die Mitwirkungsfunktion ergeben sich also auch für die Rückkoppelungsfunktion klare Ziele und Zielgruppen aus der Verfassungsordnung. Die Parteien müssen eine Verbindung mit den Bürgern herstellen und deren Positionen aufnehmen. Wie bei der Mitwirkungsfunktion müssen dies die Parteien nicht um ihrer selbst willen tun, sondern ebenfalls, um zur Legitimation des politischen Systems beizutragen.

Aus grundgesetzlich-demokratiethoretischer Perspektive kann die Rückkoppelungsfunktion damit als die wohl wichtigste Funktion der Parteien bezeichnet werden. Denn Parteien haben die Aufgabe,

„Meinungen und Interessen aus dem Volk nicht nur wie die anderen Vermittlungsinstanzen an den Staat heran(zutragen), sondern in ihn hinein [...]. Sie lösen also das in allen pluralistisch-repräsentativen Demokratien

⁵²² Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 54.

⁵²³ Klein, „Grundgesetz: Kommentar, Art. 21“, Rn. 159.

⁵²⁴ Zippelius, Würtenberger, und Maunz, *Deutsches Staatsrecht*, 94.

⁵²⁵ BverfG, 2 BvF 1/78 vom 24.7.1979, Absatz-Nr. 67; Schmitt Glaeser, „§ 38 Die grundrechtliche Freiheit des Bürgers zur Mitwirkung an der Willensbildung“, Rn. 25.

⁵²⁶ BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992, Absatz-Nr. 88.

auf tretende Vermittlungsproblem zwischen vorhandener gesellschaftlicher Vielfalt und aufgegebener staatlicher Einheit.⁵²⁷

Vom Begriff der Rückkoppelung abzugrenzen ist die Responsivität. Für diese gibt es viele Verwendungen, Responsivität bezeichnet aber in der Regel eine spezifischere Anbindung von Repräsentanten an ihre jeweilige Wählerschaft.⁵²⁸ Verbreitet ist in der Politikwissenschaft die Definition, nach der vier Dimensionen von Responsivität unterschieden werden können: „policy“, also eine enge Korrelation von öffentlicher Meinung und legislativen Akten; „service“, das heißt Leistungen für einzelne Akteure; „allocation“, womit Vorteile für die direkte Wählerschaft gemeint sind sowie „symbolic responsiveness“, die auf die Herstellung eines Gefühls von enger Anbindung und Interessenvertretung bei der Wählerschaft zielt.⁵²⁹ Die Rückkoppelungsfunktion ist damit breiter als die Responsivität, wobei policy, service und allocation responsiveness durchaus aus der Rückkoppelungsfunktion erwachsen können.

Rückkoppelung kann definiert werden als von den Parteien geleistete Verknüpfung des politischen Systems mit sämtlichen Bereichen der Gesellschaft durch Aufnahme, Selektion und Bündelung von Interessen, Themen und Positionen aller Art.

Die dafür notwendige Kommunikation muss dementsprechend bi- oder multidirektional sein. Ein einseitiger Kommunikationsakt der Parteien reicht nicht aus. Vielmehr müssen die Parteien auch an sie gerichtete Kommunikation rezipieren.

Rückkoppelung beginnt mit der unvermittelten Rückkoppelung, bei der Mitglieder und Mandatsträger als direkte Kommunikationsteilnehmer und -empfänger Themen, Interessen oder Positionen Dritter aufnehmen und sozusagen als Kapillare der Parteien in die Gesellschaft hinein wirken. Der kleinste Radius ist dabei das vertrauliche Hintergrundgespräch, der größtmögliche die Versammlungsöffentlichkeit, etwa bei Parteiveranstaltungen oder Veranstaltungen von Interessenvertretern. Dass unvermittelte Kommunikation von Angesicht zu Angesicht aller Medialisierung zum Trotz wichtig

⁵²⁷ Dieter Grimm, „Die Parteien im Verfassungsrecht: Doppelrolle zwischen Gesellschaft und Staat.“, in *Parteien in der Krise? In- und ausländische Perspektiven*, hg. von Peter Haungs und Eckhard Jesse (Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, 1987), 132 f.; zit. nach Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 189.

⁵²⁸ Dies veranschaulicht umfassend Frank Brettschneider, *Öffentliche Meinung und Politik: eine empirische Studie zur Responsivität des Deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990* (Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995).

⁵²⁹ Ebd., 20.

bleibt, steht außer Frage, denn Parteimitglieder „tragen [...] zur Verankerung der Partei in der Gesellschaft und damit zur besseren Integration und Repräsentation der Bevölkerungsinteressen bei.“⁵³⁰

Im Rahmen vermittelter, aber direkt an Parteien beziehungsweise ihre Mitglieder, Funktions- und Mandatsträger gerichteter Kommunikation findet Rückkoppelung ebenfalls statt. Mit Bezug auf die Bürger als Kommunikationspartner umfasst dies zunächst die von den Parteien selbst permanent zur Verfügung gestellten Kanäle zur medial vermittelten Kommunikation an sie per Telefon, Post oder über Internet. Hinzu kommen zeitlich begrenzte Angebote der Partizipationskommunikation, insbesondere in Wahlkämpfen, bei denen die Parteien an sie gerichtete Kommunikation aktiv einfordern und die entsprechenden Kanäle zur Verfügung stellen. Weitgehend außerhalb der Kontrolle der Parteien liegen darüber hinaus die an politische Akteure gerichteten Aktivitäten etwa von Interessenverbänden, die Positionspapiere, Stellungnahmen und Ähnliches kommunizieren.

Zuletzt findet Rückkoppelung auch über vermittelte Kommunikation statt, die nicht primär oder ausschließlich auf Parteien als Empfänger zielt. Dies betrifft insbesondere massenmediale Kommunikation über politische Themen. Das daraus resultierende komplexe Verhältnis von Politik und Medien hatte bereits Kapitel 3 zum Gegenstand. Ob dabei die Unterwerfung der Politik unter mediale Logiken größer ist als die Abhängigkeit der Medien von den Inputs der Politik, ist im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion von geringer Bedeutung, denn in jedem Fall bedeutet die Interdependenzbeziehung zwischen Politik und Medien eine Rückkoppelung im oben definierten Sinne.

Zu den Kommunikationspartnern der Parteien gehören im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion daher sämtliche Interessenvertreter von Verbänden über NGOs bis zu Bürgerinitiativen sowie Medien und Bürgern. Ob die Parteien sich dabei allerdings allen möglichen Kommunikationspartnern in gleichem Umfang zuwenden, ist nicht einfach zu beantworten. Die politikwissenschaftliche Mehrheitsmeinung geht jedenfalls davon aus, dass in der Realität ein „strukturelles Interessenrepräsentationsgefälle“ herrscht, das heißt, dass die Volksparteien aller programmatischer Beteuerungen zum Trotz insbeson-

⁵³⁰ Decker, „Parteiendemokratie im Wandel“, 50; vgl. auch Elmar Wiesendahl, „Parteienkommunikation parochial. Hindernisse beim Übergang in das Online-Parteienzeitalter“, in *Parteien in der Mediendemokratie*, hg. von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002), 375 f.

dere mit organisierten Interessenvertretern rückgekoppelt sind und schlecht organisierte Interessen und Positionen seitens der Bürger kaum wahrnehmen.⁵³¹

Zu betonen ist, dass die Rückkoppelung zwar die Bereitschaft der Parteien zu entsprechender Kommunikation voraussetzt, es sich aber im Vergleich zur Wahlkampfkommunikation und zur Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung um eher rezeptive Kommunikationsakte handelt. Für diese müssen die Parteien die Voraussetzungen schaffen, indem sie etwa Kanäle für vermittelte an sie gerichtete Kommunikation insbesondere der Bürger zur Verfügung stellen. Auf die Teilnehmer, den Umfang, die Themen und die Tonalität der an sie gerichteten Kommunikation haben sie allerdings nur wenig Einfluss.

⁵³¹ Elmar Wiesendahl, *Volksparteien: Aufstieg, Krise, Zukunft* (Opladen: Budrich, 2011), 104 f.

8 Die kommunikativen Funktionen der Parteien im Internetzeitalter

Ausgehend von der Verfassungsordnung des Grundgesetzes wurden in den vorangegangenen Kapiteln die drei kommunikativen Funktionen der Parteien bestimmt und auf theoretischer Ebene analysiert, wie die Parteien diese erfüllen. Damit ist die vierte Leitfrage beantwortet.

In diesem Kapitel wird nun die fünfte und letzte Leitfrage dieser Arbeit angegangen. Es wird untersucht, wie die Parteien ihre drei Kommunikationsfunktionen unter den medial-kommunikativen Bedingungen des Internetzeitalters erfüllt haben und erfüllen. Darüber hinaus wird geprüft, wie sich die Funktionen dadurch wandeln. Damit ist es möglich, exemplarisch aufzuzeigen, wie bestimmte Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter auf eine spezifische Demokratie einwirken.

Es ist nicht das Ziel dieses Kapitels, jedes Detail digitaler Parteikommunikation im Einzelnen zu beleuchten. Vielmehr stehen die Auswirkungen digitaler politischer Kommunikation auf die drei Kommunikationsfunktionen und damit die Demokratie des Grundgesetzes im Vordergrund. Dies hat zwei wichtige Konsequenzen.

Erstens wird in den folgenden Kapiteln die Kommunikation fokussiert, die von den Bundesparteizentralen ausgeht beziehungsweise gesteuert wird. Der Begriff Parteikommunikation wird hier also enger gefasst als in der Ausgangsdefinition im vorangegangenen Kapitel, da auf der Seite der politischen Akteure sonst eine nicht überschaubare Fülle an Angeboten berücksichtigt werden müsste.

Zweitens bedeutet dies, dass der Blick nicht auf die Angebotsseite der Parteikommunikation beschränkt bleiben darf, sondern ebenfalls die Nachfrageseite, das heißt die politische Kommunikation der nach dem Grundgesetz wichtigsten Kommunikationspartner der Parteien, nämlich der Bürger, in Teilen berücksichtigt werden muss. Die Logik internetbasierter Netzwerkkommunikation macht eine Unterscheidung zwischen Sender und Empfänger zwar in vielen Fällen hinfällig. Eine Differenzierung zwischen der Angebotsseite politischer Kommunikation und der Nachfrage- oder Bürgerseite lässt sich aber

immer noch treffen, sie entspricht auch den vorherrschenden Nutzungsmustern von Onlinemedien, wie noch gezeigt wird. Wie in Kapitel 3 ausgeführt, haben die Bürger dank der Netzwerkmedien an kommunikativer Autonomie gewonnen. Ob und wie sie diese nutzen, beeinflusst wesentlich die Art und Weise, wie die Parteien ihren kommunikativen Funktionen nachkommen können und müssen und damit mögliche Veränderungen dieser Funktionen wie auch der grundgesetzlichen Demokratie. Zu den für diese Arbeit relevanten Aspekten der Bürgerseite gehören das Informationsverhalten der Bürger, die an Parteien gerichtete Kommunikation der Bürger sowie deren Kommunikation über Parteien.

Zunächst soll in Kapitel 8.1 herausgearbeitet werden, von welchen Grundbedingungen internetbasierte Parteikommunikation heute ausgehen kann. Dazu werden die bereits in Kapitel 3.2 geschilderte neue Qualität der Medialisierung mit Bezug auf Parteikommunikation weiter ausgeführt sowie das politische Kommunikationsverhalten der Bürger betrachtet. Im Anschluss wird untersucht, wie die Parteien ihre drei Kommunikationsfunktionen im Internetzeitalter erfüllen, jeweils unter Berücksichtigung der Bürgerseite (Kapitel 8.2 bis 8.4).

8.1 Ausgangsbedingungen externer Parteikommunikation im Internetzeitalter

Die in Kapitel 3 identifizierten Veränderungen von Kommunikation und Assoziation sowie die neue Qualität der Medialisierung von Politik stellen die Parteien vor große Herausforderungen bei der Erfüllung ihrer Kommunikationsfunktionen. Die Parteien müssen sich aber dem wohl bedeutendsten Medienwandel seit der Erfindung des Buchdrucks stellen, sowohl die ihnen vom Grundgesetz vorgeschriebene Rolle innerhalb des demokratischen Systems als auch ihr Eigeninteresse erfordern dies.

Unter Rückgriff auf die im vorangegangenen Kapitel entwickelte Typologie externer Parteikommunikation lassen sich die Unterschiede zwischen Netzwerkmediensystem und dem System der traditionellen Massenmedien darstellen.

Selbst die unvermittelte Parteikommunikation ist betroffen. Auf die eigentliche Kommunikation wirken sich die Netzwerkmedien zwar nicht direkt aus, da diese per Definition ohne mediale Vermittlung stattfindet. Allerdings erleichtern die Netzwerkmedien die Koordination von Gruppen und damit die Organisation unvermittelter Parteikommunikation.

Bedeutender ist aber, dass unvermittelte Kommunikation mithilfe der Netzwerkmedien leicht in medial vermittelte verwandelt werden kann. Unvermittelte Kommunikation kann dabei unterschiedliche Reichweiten bedeuten, von Wahlkampfveranstaltungen, Parteitag bis hin zu vertraulichen Vieraugengesprächen. Unvermittelte Kommunikation implizierte vor dem Internet ein höheres Maß an Vertraulichkeit und einen kleineren Teilnehmerkreis. Wenn Inhalte verbreitet wurden, dann in der Regel ex post. Insbesondere die Verbreitung von Smartphones und des mobilen Internets hat dies grundsätzlich geändert. Unvermittelte Kommunikation im Rahmen von Versammlungsöffentlichkeiten war und ist, wie oben bereits erwähnt, für Parteien von großer Bedeutung, von Zusammenkünften lokaler Parteigliederungen bis hin zu Bundesparteitagen. Die Mehrheit der Fragen, die später Gegenstand von Parteikommunikation werden können, d.h. politische Themen, Personalthemen sowie selbstreferenzielle Inhalte, wird im Rahmen

von größeren oder kleineren Versammlungsöffentlichkeiten diskutiert und entschieden. Im Internetzeitalter kann jeder Teilnehmer dieser Kommunikationen ihre Inhalte in Echtzeit medial vermitteln oder kommentieren. So gehören inzwischen die ausschnitthafte Dokumentation und Kommentierung etwa von Parteitagungen über Soziale Medien wie Twitter oder Facebook für viele Teilnehmer wie selbstverständlich zum Kommunikationsrepertoire. Die Richtung der Kommunikation muss dabei keineswegs unidirektional sein, sondern kann auch Rückkommunikation oder eine interaktive Weiterverwertung der Inhalte seitens der Rezipienten bedeuten.

Diese Entgrenzung von Parteikommunikation hat ambivalente Auswirkungen. Einerseits bedeutet sie, dass Vertraulichkeit schwerer hergestellt werden kann. Da diese für den politischen Prozess in einigen Phasen nötig ist, insbesondere für offene innerparteiliche Diskussionen, wirkt das Internet hier nicht nur positiv. Andererseits wird dadurch der Radius eines zuvor stark eingeschränkten Typs von Parteikommunikation enorm erweitert. Nicht direkt teilnehmende Parteimitglieder und die interessierte Öffentlichkeit außerhalb von Parteien können zumindest in Ausschnitten an Kommunikation teilhaben, die ihnen vorher nicht zugänglich war. Die Mitwirkung an der politischen Willensbildung und die Rückkoppelung haben daher neue, genuin netzwerkmediale Ausdrucksformen gewonnen, bei der unvermittelte Parteikommunikation Gegenstand vermittelt wird.

Vermittelte Parteikommunikation ist allerdings noch weiter betroffen. Die gravierendste Änderung ist ein Gewinn an kommunikativer Autonomie für individuelle und kollektive politische Akteure.

Vor der Verbreitung der Netzwerkmedien waren selbst hohe Funktions- und Mandatsträger für öffentlichkeitswirksame externe Kommunikation auf die Vermittlung journalistischer Massenmedien angewiesen. Die Einhaltung der regulativen Regeln der Medien, d.h. die Erfüllung von Nachrichtenwerten ergaben und ergeben sich für diese Gruppe von Parteiakteuren jedoch in der Regel qua Amt. Wenn wichtige Parteimitglieder sprechen, ist dies für journalistische Medien an sich bereits eine Nachricht.⁵³²

Einfachen Parteimitgliedern waren und sind diese Kanäle nur in Ausnahmefällen zugänglich. Die Netzwerkmedien und insbesondere Soziale Medien machen journalistische

⁵³² Zu den Selektionsmechanismen journalistischer Medien s. Kapitel 3.1.

Gatekeeper jedoch in der Theorie überflüssig, in der Praxis haben sie zumindest die Logiken medialer Aufmerksamkeit gravierend verändert. Jedes einfache Mitglied, jeder Funktions- oder Mandatsträger kann mit geringem Aufwand über vermittelte Parteikommunikation in den Netzwerkmedien potenziell eine große parteiexterne Öffentlichkeit direkt erreichen. Zudem kann die Aufmerksamkeit in den Netzwerkmedien dazu führen, dass die traditionellen Massenmedien ihre Agenda anpassen und entsprechend berichten.

Noch scheint in Deutschland die zweite Möglichkeit für die vermittelte Parteikommunikation insbesondere der Bundestagsparteien von größerer Bedeutung. Anders als etwa im Bereich Unterhaltung, wo es reine netzmediale ‚Stars‘ gibt, die in den traditionellen Massenmedien gar nicht auftauchen, über das Internet aber ein großes Publikum und kommerziellen Erfolg erreichen, entfaltet politische Kommunikation ihre Wirkung nach wie vor insbesondere über die journalistischen Massenmedien, wie in den folgenden Kapiteln noch gezeigt wird. Dennoch verfügen Parteien im Netzwerkmediensystem über eine viel höhere Anzahl an Kommunikationskapillaren als jemals zuvor.⁵³³ Diese Entwicklung geht über eine bloße Extension der Kommunikationsfähigkeiten hinaus, treffender scheint auch hier der Begriff Entgrenzung von Parteikommunikation, die sich unmittelbar vor allem auf die Mitwirkungsfunktion auswirkt.

Diese Entgrenzung berührt auch die von den Parteizentralen gesteuerte Kommunikation, die in den nächsten Kapiteln im Fokus stehen wird. Vor der massenhaften Verbreitung des Internets waren die Parteien vorwiegend auf kostenintensive Paid-Media-Formate wie Anzeigenkampagnen oder eigene Medien wie Parteimagazine und Mailings angewiesen, um mediale vermittelt, aber ohne journalistischen Filter mit den Bürgern zu kommunizieren. Die Netzwerkmedien haben das Arsenal vermittelter Parteikommunikation deutlich erweitert, wie die in Kapitel 7.2 genannten Beispiele bereits gezeigt haben. Auch für die Parteien sind hohe Reichweiten vermittelter Kommunikation heute theoretisch zu geringen Kosten herstellbar. Im Netzwerkmediensystem sind sie zudem selbst Medienakteure, während sie im System der traditionellen Massenmedien von einem weitgehenden Rundfunkverbot beschränkt sind.⁵³⁴

⁵³³ Insbesondere diese Entwicklung rechtfertigt ihre Definition als lose verkoppelte Handlungssysteme mit zu strategischer Planung fähigen Kernen.

⁵³⁴ Zu Letzterem vgl. BVerfG, 2 BvF 4/03 vom 12.3.2008.

Die Anzahl der Kanäle und die Bandbreite der medialen Ausdrucksformen für über Dritte vermittelte Parteikommunikation sind ebenfalls stark gewachsen. Zudem ist die über Dritte vermittelte Kommunikation von den Veränderungen der medialen Regeln betroffen. Statt der dominierenden journalistischen Logik der Sinnkonstruktion, die sich zumindest selbst weitgehende Objektivität bescheinigt, ist eine Vielzahl netzmedialer Ausdrucksformen zu beobachten. Beispielhaft dafür sind etwa die starke sprachliche Verkürzung in den auf 140 Zeichen beschränkten Tweets, offensive Subjektivität in politischen Blogs oder Ironie in politischen Videoclips.

Die Inhalte von Parteikommunikation unterliegen keinem grundlegenden Wandel, allerdings bieten sich im Zuge der vermittelten sowie der über Dritte vermittelten Parteikommunikation neue Möglichkeiten ausführlicherer Information über alle Inhaltsdimensionen hinweg. Dies können etwa politische Themen auf Sachebene sein, über die die Parteien selbst umfangreicher informieren können, indem sie zum Beispiel Positionspapiere oder Entwürfe für Wahlprogramme veröffentlichen, zur Diskussion stellen oder im Rahmen von Wikis von Bürgern erarbeiten lassen. Ähnliches gilt für selbstreferenzielle Inhalte, die ebenfalls weit umfassender kommuniziert werden können, als dies vor den Netzwerkmedien der Fall war. Gleichzeitig bietet sich für individuelle Parteimitglieder aber auch die Möglichkeit, Personal Themen auf persönlicher Ebene über Soziale Medien mit der Öffentlichkeit zu teilen, also solche privaten oder gar intimen Informationen, über deren Verbreitung zuvor allein die journalistischen Gatekeeper des Boulevards entschieden haben.

Die Bandbreite der Tonalität von Parteikommunikation ist analog betroffen, sie ändert sich nicht grundsätzlich, die Netzwerkmedien erlauben aber eine andere Verteilung innerhalb der Ausdrucksformen jenseits neutral-sachlicher Information, die in den folgenden Kapiteln näher beschrieben wird.

Auf die Vergrößerung potenzieller Reichweiten von Kommunikation in den Netzwerkmedien wurde bereits mehrfach eingegangen. Gerade die vermittelte Parteikommunikation kann von diesen Möglichkeiten profitieren, sowohl in Bezug auf uni- als auch auf bi- und multidirektionale Kommunikation, wie ebenfalls in den drei nachfolgenden Kapiteln noch ausgeführt wird.

Durch die Netzwerkmedien haben die Parteien also an kommunikativer Autonomie gewonnen. In der Theorie sind sie weniger darauf angewiesen, sich den Regeln der journalistischen Gatekeeper zu unterwerfen, um mediale Vermittlung sicherzustellen.

Ebenfalls in der Theorie birgt dies allerdings die Gefahren von Echokammereffekten oder „information cocoons“.⁵³⁵ Im aus demokratietheoretischer Sicht bedenklichsten Fall könnte dies dazu führen, dass die Bürger ihre Informationen über politische Akteure nur noch von diesen selbst beziehen und jegliche vermittelnde, mit einem gewissen Neutralitätsanspruch auftretende Dritte Gewalt umgangen wird. Wie wir noch sehen werden, bestätigt die Realität der Mediennutzung der Bürger die Gefahr von Informationskokons nicht. Auch für politische Akteure besitzen die journalistisch-institutionalisierten Massenmedien weiterhin hohe Relevanz.⁵³⁶ Dennoch bedeutet das Ausmaß der netzmedialen Selbstdarstellung eine deutliche Veränderung gegenüber den alten Massenmedien. Unter Ausschaltung einer selektierenden, aufbereitenden und erklärenden journalistischen Instanz können politische Akteure eine neue mediale Nähe zu ihren Anspruchsgruppen herstellen. Diese ist insofern bedeutsam, als die Einstellung der Bürger nicht zuletzt „von der medialen Bewertung der Performanz“ politischer Akteure abhängt.⁵³⁷

Die medialen Ausgangsbedingungen für die Erfüllung der drei Kommunikationsfunktionen Wahlkampfkommunikation, Mitwirkung an der politischen Willensbildung sowie Rückkoppelung von politischem System und Gesellschaft haben sich also verändert. Die Medialisierung der Politik hat eine neue Qualität erlangt, von der die Parteien unmittelbar betroffen sind. Neben das sich fortentwickelnde Verhältnis der Interdependenz von Politik und Medien treten Entwicklungen, die über eine Extension der Kommunikationsfähigkeiten hinausgehen und vielmehr eine Entgrenzung der Kommunikationsmöglichkeiten für Parteien darstellen.

⁵³⁵ Vgl. Sunstein, *Republic.com 2.0*, 4, 44.

⁵³⁶ Vgl. Kapitel 3.

⁵³⁷ Pfetsch und Marcinkowski, „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“, 23.

Die Bürgerseite

Bedeutende Auswirkungen auf die drei Kommunikationsfunktionen der Parteien und damit auf die Demokratie des Grundgesetzes setzen nicht nur Veränderungen der Parteil kommunikation voraus, sondern auch Veränderungen im Kommunikationsverhalten der nach dem Grundgesetz wichtigsten Kommunikationspartner der Parteien, nämlich der Bürger.

Jenseits der normativen Vorgaben des Grundgesetzes ist die Einbeziehung der Nachfrageseite politischer Kommunikation auch empirisch zwingend, wenn die Ergebnisse möglicher Wandelungsprozesse nicht verzerrt dargestellt werden sollen, wie Matthew Hindman in *The Myth of Digital Democracy* überzeugend argumentiert. Seine Ausgangsthese ist, dass man nicht nur fragen dürfe, wer sich online äußere, sondern wessen Äußerungen wahrgenommen werden.⁵³⁸ Die Mehrzahl der empirischen Untersuchungen zum Thema digitale politische Kommunikation bleibt auf die Angebotsseite der politischen Kommunikation beschränkt, einige wenige betrachten auch die Bürgerseite. Beide Seiten werden beinahe nie berücksichtigt. Hindmans Arbeit bildet eine Ausnahme. Eine vergleichbare Studie auf Grundlage deutscher Daten liegt nicht vor.

Während die Produktion und Bereitstellung von politischen Informationen online einfach sei, argumentiert Hindman, gäbe es dennoch Filtersysteme. Die Logik der Algorithmen von Suchmaschinen sowie die Hyperlinkstrukturen des Internets führten zu Aufmerksamkeitsmustern nach dem Prinzip „winner-takes-all“.⁵³⁹ Als „Googlearchy“ bezeichnet Hindman das Phänomen, das er als Hauptursache des Winner-takes-all-Musters des Netzes ausmacht. Aus Analysen der Linkstruktur und den daraus resultierenden Page Ranks vieler Websites ergibt sich für ihn „the rule of the most linked“: Einige wenige Seiten werden besonders häufig verlinkt, dementsprechend bei Suchmaschinenergebnissen besonders berücksichtigt und erhalten daher entsprechend viel Traffic. Dies gilt auch für politische Seiten.⁵⁴⁰ Daraus folge, dass das Internet zwar die Möglichkeiten Material bereitzustellen, also zu sprechen, drastisch erleichtere, die Wahrscheinlichkeit gehört zu werden jedoch nicht automatisch verbessere: „putting up a

⁵³⁸ Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, 18.

⁵³⁹ Ebd., 12 – 16.

⁵⁴⁰ Ebd., 40 ff., 52 – 56.

political website is usually equivalent to hosting a talk show on public access television at 3:30 in the morning.”⁵⁴¹

Inwiefern dieses ernüchternde Fazit auch für die digitale Kommunikation der Parteien in Deutschland gilt, wird noch zu diskutieren sein. In jedem Fall lassen sich demokratierelevante Veränderungen der politischen Kommunikation nur adäquat beschrieben, wenn Angebots- und Nachfrageseite betrachtet werden.

Um die tatsächlichen Auswirkungen auf der Bürgerseite für alle drei Kommunikationsfunktionen der Parteien zu erfassen, müsste man idealerweise empirisch messbare Korrelationen nachweisen können. In Bezug auf die Funktion Wahlkampfkommunikation wäre es hilfreich, wenn sich von der Nutzung digitaler Parteikommunikation auf Wahlentscheidungen schließen ließe. Aus der Perspektive der grundgesetzlichen Demokratie ebenfalls relevant wäre, wie Bürger die Angebote der Parteien in Wahlkämpfen nutzen und wie die Bürger sich allgemein online in Wahlkämpfen informieren. Denn Kommunikation der Parteien im Rahmen von Wahlen soll nach dem Grundgesetz keineswegs möglichst effektive Persuasionskommunikation sein, sondern vor allem der Information der Bürger dienen, damit diese eine informierte Wahlentscheidung treffen können und sich im Ergebnis der Wahlen so etwas wie ihr Wille abbildet.

Für die Mitwirkungsfunktion aussagekräftig wären Korrelationen zwischen der Nutzung digitaler Parteikommunikation durch die Bürger und deren Einstellungen zur Politik. Auch das allgemeine Onlineinformationsverhalten der Bürger ist für diese Funktion relevant, denn die politische Meinungs- und Willensbildung setzt zunächst einmal die freie Verbreitung und den offenen Austausch von Informationen im Sinne der grundgesetzlichen Meinungs- und Informationsfreiheit voraus.

Für die Rückkoppelungsfunktion müsste betrachtet werden, ob und wie internetbasierte Rückkoppelungsangebote der Parteien genutzt werden. Auch das allgemeine aktive politische Kommunikationsverhalten der Bürger betrifft die Rückkoppelungsfunktion, wenn etwa die Mehrheit der Bürger online ihre Meinungen, Interessen und Standpunkte vertreten würde, beträfe dies die Parteien in ihrer Rolle als Interessenaggregatoren.

⁵⁴¹ Ebd., 56.

Diese Zusammenhänge auf der Bürgerseite werden in den folgenden Kapiteln diskutiert, zunächst müssen jedoch die allgemeinen Ausgangsbedingungen auf der Bürgerseite erklärt werden, unter denen die Parteien ihre Kommunikationsfunktionen heute erfüllen.

Dafür ist, wie aufseiten der Parteikommunikation, eine grobe Typologisierung hilfreich. In der umfassendsten aktuelleren Untersuchung des politischen Kommunikationsverhaltens der Bürger in Deutschland, die unter dem Titel *Bürger online* publiziert wurde, werden drei Arten von Kommunikation der Bürger unterschieden. Alle sind für die jeweilige Bürgerseite der Kommunikationsfunktionen der Parteien relevant. Die Terminologie wird daher an dieser Stelle übernommen: „Politische Informationskommunikation“ bedeutet „rezeptive Kommunikationsaktivitäten“, die der Information über politische Geschehnisse dienen, unabhängig von Medienart und Quelle, also sowohl aus journalistischen Quellen, als auch aus Angeboten politischer Akteure oder aus den Sozialen Medien; „Partizipationskommunikation“ bedeutet den aktiven Ausdruck von Ansichten, Meinungen u. a. über Politik, von der Teilnahme an Wahlen über die Unterstützung von Petitionen off- und online bis zu eigenen politischen Onlineaktivitäten; „interpersonale Kommunikation“ ist Offline- oder Onlinekommunikation zwischen mehreren Personen über Politik, die auch an politische Akteure gerichtet sein kann.⁵⁴²

Die Bandbreite möglicher Veränderungen im Informations- und Partizipationsverhalten der Bürger illustrieren drei Thesen, die in der Forschung in verschiedenen Formen seit Längerem diskutiert werden:⁵⁴³

- Nach der Abkehrthese führt das Internet zu insgesamt weniger Interesse an Politik, das heißt sowohl zu geringerer Nachfrage nach politischen Informationen als auch zu weniger politischer Partizipation.
- Die Mobilisierungsthese besagt das Gegenteil der Abkehrthese. Danach führt Internetnutzung sowohl zu größerer Nachfrage nach politischen Informationen als auch zu mehr kommunikativer politischer Beteiligung, insbesondere von bisher weitgehend unbeteiligten sozio-ökonomischen Gruppen.

⁵⁴² Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 18.

⁵⁴³ Vgl. zum Beispiel ebd., 15 ff; Grunwald, *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie*, 58 f.

- Die Reproduktionsthese kann sich ebenfalls sowohl auf das Informationsverhalten als auch auf das Partizipationsverhalten beziehen. Bezogen auf Ersteres besagt diese These, dass online lediglich die Mediennutzungsmuster der Offlinemedien repliziert werden, also offline wie online ähnliche Inhalte ähnlich viel genutzt werden. Bezogen auf Partizipation bedeutet die These, dass online diejenigen aktiv sind, die dies bereits offline waren beziehungsweise sind.

Um die Ausgangsbedingungen der Parteikommunikation in den Netzwerkmedien zu beschreiben, müssen zunächst einige Aspekte der Informationskommunikation der Bürger in den Fokus genommen werden. Auf die weiteren Ergebnisse zur Informationskommunikation sowie zu Interpersonal- und Partizipativkommunikation wird in den nachfolgenden Kapiteln zu den drei Parteifunktionen eingegangen. Zunächst interessieren die Verbreitung des Internets in Deutschland sowie das allgemeine politische Informationsverhalten der Bürger in den Netzwerkmedien.

Für Deutschland geben seit 1997 sowohl die jährlichen ARD/ZDF-Onlinestudien als auch die Allensbacher Computer- und Technikanalyse (ACTA) umfassend Auskunft über die Verbreitung des Internet und das das Nutzungsverhalten bei Onlinemedien.⁵⁴⁴ Bezogen auf die politische Kommunikation der Bürger ist die Datenlage allerdings weniger gut, insbesondere Langzeituntersuchungen fehlen.⁵⁴⁵ Wie bereits angemerkt, ist *Bürger online* die umfangreichste Studie. Erfasst wurden, auf Basis der CATI-Methode und repräsentativ für die deutsche Bevölkerung von 14 bis 69 Jahren, die für politische Kommunikation relevante Mediennutzung, Einstellungen zur Politik sowie das Niveau politischer Beteiligung im Längsschnitt von 2002 bis 2009.⁵⁴⁶

Insgesamt waren nach der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012 mit 53,4 Millionen Personen rund 76 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren online. Das Durchschnittsalter der Onlinenutzer liegt zwar inzwischen bei 40 Jahren und immer mehr

⁵⁴⁴ Die ARD/ZDF-Onlinestudien basieren auf der CATI-Methode und sind repräsentativ für deutschsprachige Personen in Deutschland ab 14 Jahren, s.: Bettina Klumpe, „15 Jahre Onlineforschung bei ARD und ZDF“, *Media Perspektiven* 7–8 (2011): 371; Die ACTA basiert auf mündlich-persönlichen Interviews und ist repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren, s.: „Methode ACTA 2012“, o. J., <http://www.ifd-allensbach.de/acta/konzept/methode.html>.

⁵⁴⁵ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 23 f.

⁵⁴⁶ Ebd., 67.

Menschen über 60 Jahre nutzen das Internet, dennoch gibt es nach wie vor eine demografische digitale Spaltung. Während in den Alterskohorten unter 49 rund 90 bis 100 Prozent Internetnutzer zu verzeichnen sind und in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen immerhin bereits rund 77 Prozent, sind erst knapp 40 Prozent der Personen ab 60 Jahren online. Auch zwischen den Geschlechtern gibt es Unterschiede, so nutzen mit über 80 Prozent relativ mehr Männer das Internet als Frauen (70,5 Prozent).⁵⁴⁷ Zudem lassen sich immer noch soziodemografische Nutzungsklüfte ausmachen. Im Durchschnitt verfügen Onliner über etwas höhere formale Bildung und Einkommen als der Bevölkerungsdurchschnitt.⁵⁴⁸ Da unabhängig von soziodemografischen Variablen nahezu 100 Prozent der unter 29-Jährigen online sind, dürfte sich diese Kluft jedoch mittelfristig schließen, zumal in dieser Altersgruppe das Internet bereits knapp zum meistgenutzten Medium vor Fernsehen und Radio avanciert ist.⁵⁴⁹

Für die Wirkung digital vermittelter Parteikommunikation relevant ist auch, wie hoch die Internetnutzungsraten unter den jeweiligen Anhängern der Bundestagsparteien sind. Hätte etwa eine Partei unter ihren Anhänger nur wenige Internetnutzer, wären die Grundlagen für erfolgreiche Onlinekommunikation nicht gegeben. Der prozentuale Anteil an Internetnutzern unter den Wählern der Bundestagsparteien wird im Rahmen der quartalsweisen Erhebung der Internetstrukturdaten der Forschungsgruppe Wahlen ermittelt. Vergleichspunkt ist der prozentuale Anteil deutscher erwachsener Internetnutzer, der nach diesen Daten 2012 ebenfalls bei 76 Prozent lag. Unter den Bundestagsparteien bewegen sich danach die Unionsparteien, die SPD und die Linke (PDS) seit 2002 mit einigen Prozentpunkten Differenz um den jeweiligen Vergleichspunkt, während unter den Anhängern der Grünen und der FDP überdurchschnittlich viele Internetnutzer vertreten waren und sind.⁵⁵⁰ Ob dies Auswirkungen auf die digitalen Aktivitäten der Parteien hat, wird die Übersicht der Aktivitäten der Bundestagsparteien im Rahmen der drei Kommunikationsfunktionen noch zeigen.

⁵⁴⁷ Birgit van Eimeren und Beate Frees, „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“, *Media Perspektiven* 7–8 (2012): 363.

⁵⁴⁸ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 99.

⁵⁴⁹ van Eimeren und Frees, „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“, 378.

⁵⁵⁰ Forschungsgruppe Wahlen e.V., *Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2012* (Mannheim, 2013); *Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2011* (Mannheim, 2012); *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2009* (Mannheim, 2009); *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2005* (Mannheim, 2005); *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2002* (Mannheim, 2002).

Im Bereich der Informationskommunikation würde die Reproduktionsthese bedeuten, dass auch online die Nutzung von Unterhaltungs- und kommerziellen Angeboten gegenüber politischen Inhalten dominierte, wie dies beim meistgenutzten Offlinemedium, dem Fernsehen eindeutig der Fall ist.⁵⁵¹ Für digitale Parteikommunikation würde dies keine gute Ausgangsposition bedeuten, da sie sozusagen gegen den Nutzungstrend antreten müsste. Allerdings wird Informationskommunikation im Internet stark nachgefragt. Aktuelle Nachrichten sind die vom höchsten Anteil aller Onliner genutzten Inhalte und waren dies in den vergangenen Jahren. Nachrichteninhalte werden der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012 zufolge von 59 Prozent der Onliner mindestens gelegentlich genutzt, gefolgt von „Service-“ und „Freizeitinformationen“.⁵⁵² Nach den Befragungsergebnissen von *Bürger online* ist das Internet ebenfalls ein Nachrichtenmedium. Danach nutzen rund 60 Prozent der Onliner tagesaktuelle politische Inhalte im Netz, dies entspricht 40 Prozent der Bevölkerung.⁵⁵³ ACTA 2012 bestätigt diese Zahlen. Danach nutzen rund 40 Prozent der Bevölkerung aktuelle politische Inhalte mindestens gelegentlich, weitere gut 21 Prozent nutzen sie selten und lediglich knapp 21 Prozent gar nicht.⁵⁵⁴ Eindeutig ist zwar das Fernsehen nach wie vor die wichtigste Informationsquelle über tagesaktuelles Geschehen, aber gerade bei Jüngeren ist eine deutliche Verschiebung ins Netz erkennbar.⁵⁵⁵

Die auszumachende soziodemografische Nutzungskluft bei der Informationskommunikation ist nicht internetspezifisch, sondern zeigt sich genauso etwa für das Lesen des

⁵⁵¹ Für die TV-Nutzung s.: Maria Gerhards und Walter Klingler, „Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen“, *Media Perspektiven* 11 (2011): 545 ff.; für das TV-Angebot s.: Udo Michael Krüger, „Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung“, *Media Perspektiven* 4 (2012): 216 ff.

⁵⁵² van Eimeren und Frees, „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“, 370; Für 2011 s. auch: Birgit van Eimeren und Beate Frees, „Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.“, *Media Perspektiven* 7–8 (2011): 341 f.

⁵⁵³ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 134.

⁵⁵⁴ Institut für Demoskopie Allensbach, *Allensbacher Computer und Technikanalyse 2012* (Allensbach, 2012), 158, <http://www.ifd-allensbach.de/acta/inhalte/uebersicht-der-ermittlungen/informations-und-mediennutzungsverhalten.html>.

⁵⁵⁵ Vgl. Ebd., 180; Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 88 – 89.

Politikteils von Tageszeitungen.⁵⁵⁶ Weitere repräsentative Studien stützen diese Ergebnisse, das Internet ist eindeutig auch Informationsmedium.⁵⁵⁷

Bezogen auf die Nutzung politischer Informationen online scheint die Ausgangslage für internetbasierte Parteikommunikation insgesamt zunächst besser als Hindmans kritisches Fazit erwarten ließ. Das Internetnutzungsverhalten der Mehrheit der Bevölkerung schließt hohe Reichweiten nicht aus, im Gegenteil, die Nutzung von Parteikommunikation entspräche den Internetnutzungsgewohnheiten der Bürger, da sie auch der Informationskommunikation im weitesten Sinne zuzurechnen ist.

Die genannten umfragebasierten Daten ergeben allerdings ein unvollständiges Bild. Nach ihnen ließe sich vermuten, dass das Internet vor allem Informationsmedium ist und kaum als Unterhaltungsmedium genutzt wird. Ein Blick auf die Vielfalt der Nutzungsformen im Internet, die Zeitbudgets, die Nutzer für politische Informationskommunikation aufwenden, sowie die tatsächlichen Nutzerzahlen relativiert diese Ergebnisse und lässt die Möglichkeiten der digitalen Parteikommunikation in einem anderen Licht erscheinen.

So gehört Informationskommunikation zu den meistgenutzten Angeboten im Internet, Kommunikationsdienste, insbesondere Email, und Suchmaschinen werden aber von noch mehr Personen regelmäßig genutzt. Unterschiedliche Serviceangebote nutzt ebenfalls eine Mehrheit der Onliner.⁵⁵⁸

Das Zeitbudget, das Nutzer für das Internet aufwenden, wird also auf eine Vielzahl von Themen und Anwendungen verteilt. Nimmt man die Frage, wie viel Zeit auf politische Inhalte verwendet wird, in umfragebasierte Erhebungen auf, zeigt sich, dass die Nutzer nicht viel Zeit auf diese verwenden.⁵⁵⁹ Neben Umfragen bestätigen dies auch

⁵⁵⁶ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 89, 93 – 95, 134 ff. Zur Informationskommunikation insbesondere von Jüngeren s. auch: Stefanie Best und Bernhard Engel, „Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung“, *Media Perspektiven* 11 (2011): 530 ff.

⁵⁵⁷ So etwa eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Informations- und Kommunikationsverbands BITKOM, nach der 42 Prozent der Internetnutzer die Onlinevarianten von Zeitungen und Nachrichtenmagazinen nutzen. S.: BITKOM, *Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland* (Berlin, 2011), 34, http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_68888.aspx.

⁵⁵⁸ Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., *AGOF internet facts 2013-01*, Januar 2013, <http://www.agof.de/internet-facts.583.de.html>; Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., *AGOF internet facts 2010-I*, Januar 2010, <http://www.agof.de/studienarchiv-2010.1011.de.html>.

⁵⁵⁹ Vgl. Martin Emmer, *Politische Mobilisierung durch das Internet?: eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums* (München: Fischer, 2005), 207.

andere Erhebungsformen. Im kommerziellen Bereich gibt es eine Vielzahl von Marktforschungsunternehmen, die Messung und Auswertung von Internetnutzungsdaten anbieten. Methodik und Aufwand sind dabei in der Regel komplexer als bei kommunikationswissenschaftlichen Studien. Comscore, einer der größten Anbieter, ermittelt regelmäßig Nutzungsdaten auf Grundlage einer Mischung von Instrumenten wie der Erfassung von Trafficdaten, also tatsächlicher Messung des Datenverkehrs, und Nutzerpanels.⁵⁶⁰ Nach den Daten von Comscore lagen im Oktober 2011 in Deutschland in Bezug auf die tatsächliche Nutzungsdauer Soziale Medien, besonders Facebook, mit 18,4 Milliarden Minuten und Unterhaltungsangebote aller Art mit 10,4 Milliarden Minuten weit vor Nachrichten- und Informationsangeboten mit 1,5 Milliarden Minuten Gesamtnutzungsdauer.⁵⁶¹ Geht man davon aus, dass dieses Verhältnis zwischen Information und Unterhaltung grob den durchschnittlichen Nutzungsmustern entspricht, mag die Mehrzahl der Internetnutzer in Umfragen angeben, Nachrichteninhalte zu nutzen und dies auch tatsächlich tun, sie verbringt jedoch deutlich weniger Zeit damit, als sie für andere Inhalte aufwendet.

Auch ein Blick auf die tatsächlichen Nutzerströme relativiert das Bild des Internets als reines Informationsmedium. Unter den meistbesuchten Onlineangeboten in Deutschland befinden sich insbesondere Webportale wie T-Online oder web.de, E-Commerce-Angebote wie Ebay und Serviceangebote. Zwar gehören auch journalistische Angebote, insbesondere Spiegel Online und BILD.de, seit langer Zeit zu den meistbesuchten Angeboten, diese bieten aber nicht nur politische Informationskommunikation.⁵⁶²

⁵⁶⁰ „MMX Core Reports - comScore, Inc“, o. J., http://www.comscore.com/ger/Products_Services/Product_Index/Media_Metrix_Suite/Media_Metrix_Core_Reports.

⁵⁶¹ Hier zeigt sich das Methodenproblem kommunikationswissenschaftlicher Onlineforschung ganz konkret. Es gibt eine Unwucht zugunsten repräsentativer Umfragen, obwohl ein Methodenmix, der auch Trafficdaten erfasst, deutlich präzisere Daten liefern würde. Dies mag daran liegen, dass Umfragen schon lange zum Methodenarsenal gehören und in Form der ARD/ZDF-Onlinestudie umfangreiche umfragebasierte Mediennutzungsdaten frei zugänglich sind. Die Daten von Comscore und anderen kommerziellen Marktforschungsunternehmen sind dagegen auch für akademische Zwecke nur gegen hohe Lizenzgebühren zugänglich. Vergleichbare von akademischer Seite erhobene Daten liegen nicht vor. Die hier genannten Daten stammen aus einer Pressemitteilung von Comscore. S.: Holger Schmidt, „Zeitenwende im Internet“, *FAZ.NET*, 29. November 2011, <http://faz-community.faz.net/blogs/netzkonom/archive/2011/11/29/zeitenwende-im-internet.aspx>.

⁵⁶² Die Reichweiten von Websites, die Werbung enthalten, werden insbesondere von der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung und der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern ermittelt. Anhand dieser Daten lassen sich die meistbesuchten Angebote im Längsschnitt nachvollziehen. Vgl. etwa Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., *AGOF internet facts 2013-01*; Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., *AGOF internet facts 2010-I*.

Schließlich ist auch anzumerken, dass das Internet erst am Anfang einer Wandlung zum Metamedium steht, über das sämtliche Formen der Kommunikation von Information bis zu Unterhaltung stattfinden. Vieles spricht also dafür, dass das Mediennutzungsverhalten online, bezogen auf die Nutzungsverteilung zwischen verschiedenen Inhalten und das Zeitbudget, der Offlinewelt nicht unähnlich ist und die Reproduktionsthese nicht gänzlich widerlegt werden kann. Informationskommunikation ist online beliebt, aber andere Anwendungen sind es ebenfalls. Damit wären mit Blick auf das Nutzungsverhalten der Bürger die Ausgangsbedingungen für die Erfüllung der kommunikativen Parteifunktionen in den Netzwerkmedien nicht grundsätzlich andere als zuvor. Den Parteien eröffnen sich zwar neue Möglichkeitsräume, ihre Angebote stehen aber in Konkurrenz zu vielen anderen Angebotsformen im Internet um die Aufmerksamkeit der Nutzer.

8.2 Funktion I: Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe sind Ausnahmesituationen und gleichzeitig Kulminationspunkte von Parteikommunikation. Wahlkämpfe sind darüber hinaus die Motoren der Entwicklung von Parteikommunikation, da die Parteien sie zum Anlass nehmen, neue Kommunikationsformate zu testen.⁵⁶³ Es ist daher auch wenig verwunderlich, dass es vergleichsweise viele Untersuchungen zur Wahlkampfkommunikation gibt, während die „permanente Öffentlichkeitsarbeit“ der Parteien wenig Beachtung gefunden hat.⁵⁶⁴ Die Entwicklung der Onlinekommunikation wird daher auch in dieser Arbeit ausgehend von der Wahlkampfkommunikation beschrieben, viele der dabei genannten Kommunikationsformate sind aber auch im Kontext der Mitwirkungs- und Rückkoppelungsfunktionen relevant und werden in den nachfolgenden Kapiteln wieder aufgegriffen.

Ziele und Zielgruppen von Wahlkampfkommunikation wurden in Kapitel 7.4 bereits unterschieden. Prinzipiell sind dies online und offline dieselben. Von den Zielgruppen werden im Rahmen dieser Arbeit nur die Bürger betrachtet, da sie die in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes wichtigsten Kommunikationspartner der Parteien sind. Ziele in Bezug auf die Bürger bleiben Mobilisierung und Persuasion. Unter den Bürgern als Wählern lassen sich Multiplikatoren, Unterstützer, latente Unterstützer, die erst noch mobilisiert werden müssen, sowie die Unentschiedenen, die noch zu überzeugen sind, unterscheiden.⁵⁶⁵

Digitale vermittelte Parteikommunikation bietet bei der Ansprache dieser Bürgerzielgruppen einige Vorteile gegenüber analoger. Online bieten sich für Informations-, Präsentations-, Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation Möglichkeiten, die offline nicht oder nur mit deutlich größerem finanziellem und organisatorischem Aufwand zu bewältigen wären.⁵⁶⁶ Über digitale Kanäle können die Parteien ihre Wähler direkt erreichen, ihre Abhängigkeit von der Vermittlungsleistung journalistischer Medien

⁵⁶³ Schweitzer und Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, 23.

⁵⁶⁴ Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 313.

⁵⁶⁵ Vgl. Kapitel 7.4.

⁵⁶⁶ Vgl. Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 325.

sinkt. Auch können die Parteien ihre vermittelte Kommunikation präziser auf die verschiedenen Zielgruppen abstimmen oder gar personalisieren, selbst wenn einem den USA vergleichbarem Micro-Targeting in Deutschland datenschutzrechtliche Grenzen gesetzt sind.

Da eine informierte Wahlentscheidung in der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes den Ausgangspunkt der Ausübung von Souveränität durch das Volk bedeutet und die Parteien gleichzeitig als Mittel dieser Ausübung betrachtet werden können, sind die erweiterten Möglichkeiten direkt relevant für das Funktionieren der Demokratie in Deutschland.

Dies gilt ebenso für die Bedingungen der Netzwerkmedien für über Dritte vermittelte Parteikommunikation und Kommunikation über Parteien. Multiplikatoren und Unterstützer von Parteien können in den Netzwerkmedien sowohl leichter als auch reichweitenstärker kommunizieren als offline. Dabei ist in der Forschung allerdings noch nicht etabliert, ob nutzergenerierte Inhalte eine grundsätzlich andere Wirkung auf Wähler haben als journalistische Angebote. Ein ähnlich starker Einfluss auf Wahlentscheidungen wie bei interpersonaler Kommunikation konnte für Formen der digital vermittelten Kommunikation noch nicht nachgewiesen werden.⁵⁶⁷ In jedem Fall lassen sich beide Kommunikationsarten online mit vertretbarem technischem Aufwand von den Parteien vergleichsweise einfach beobachten und auswerten, die Parteien erhalten also einen zusätzlichen Feedbackkanal.⁵⁶⁸

In Anbetracht dieser Ausgangsbedingungen wäre zu erwarten, dass Onlinewahlkampfkommunikation den Wahlkampf revolutioniert hat. In der politischen Kommunikationsforschung gibt es dazu zwei Thesen: Die erste These geht von Neuerungen aus. Danach unterscheiden sich Onlinewahlkämpfe in Strukturen, Formaten und Inhalten von Offlinewahlkämpfen, wirken innovativ auf diese ein und nivellieren den Unterschied zwischen kleineren und großen Parteien. Nach der zweiten These passen sich Onlinewahlkämpfe den bekannten Strukturen, Formaten und Inhalten von Offlinewahlkämpfen an und kleinere Parteien profitieren nicht wesentlich. Entgegen den

⁵⁶⁷ Vgl. Kapitel 7.4

⁵⁶⁸ Vgl. Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 325.

Erwartungen hat die internationale Forschung nicht die „Innovationsthese“, sondern die „Normalisierungsthese“ weitgehend bestätigt.⁵⁶⁹

Für Deutschland kommen die zu diesem Thema umfassendsten Längsschnittuntersuchungen von Schweitzer auf Basis einer vergleichenden Struktur- und Inhaltsanalyse der Websites von Parteien zu den Bundestagswahlkämpfen 2002, 2005 und 2009 zum gleichen Fazit. Zwar seien die Angebote aller Parteien über die Jahre technisch ausgereifter geworden, auch interaktive Elemente würde öfter eingesetzt, doch machten, mit Ausnahme der Piratenpartei, vor allem die etablierten Bundestagsparteien CDU, CSU, SPD, FDP, Grüne und die Linke von den Möglichkeiten des Internets umfassend Gebrauch.⁵⁷⁰ Den Vorsprung etablierter Parteien bestätigen auch andere Studien.⁵⁷¹

Auf Grundlage einer Inhaltsanalyse von Textbeiträgen auf Parteiwebsites vor den Bundestagswahlen 2002 bis 2009 stellt Schweitzer zudem auch eine inhaltliche Normalisierung fest. Diese bedeutet, dass die gleichen Inhaltskomplexe online wie offline prägend sind. Konkret waren dies „Metakommunikation“, das heißt selbstreferenzielle Inhalte über den Wahlkampf an sich, und „negative campaigning“, denen sich die Mehrheit der Textbeiträge auf Parteiwebsites zuordnen ließ. „Personalisierende“ Inhalte nahmen zwar auf den Parteiwebsites im Zeitverlauf ab, wurden aber auf die persönlichen Websites der Kandidaten ausgelagert.⁵⁷²

Die inhaltlichen Belege für die Normalisierungsthese sind mit der Beschränkung auf textbasierte Kommunikation auf den offiziellen Parteiwebsites allerdings sehr eng gefasst. Die Mehrzahl der internetbasierten Kanäle von Wahlkampfkommunikation und insbesondere die genuin netzwerkmedialen Formen wie Netzwerkplattformen der Parteien und Soziale Medien bleiben dabei unbeachtet. Um im Sinne der letzten Leitfrage dieser Arbeit zu untersuchen, wie die Parteien die Funktion Wahlkampfkommunikation im Internetzeitalter erfüllen sowie ob dies demokratierelevante Veränderungen im Sinne des Grundgesetzes mit sich bringt, reicht der Blick auf die Parteiwebsites nicht aus. Da-

⁵⁶⁹ Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, 193 – 194.

⁵⁷⁰ Ebd., 209 ff., 217; Eva Johanna Schweitzer, „Mediatisierung im Online-Wahlkampf: Befunde einer vergleichenden Inhaltsanalyse deutscher Partei-Websites zu den Wahljahren 2002-2009“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 289.

⁵⁷¹ Vgl. Rachel Gibson, Andrea Römmele, und Stephen Ward, „German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Election“, *German Politics* 12, Nr. 1 (2003): 98; vgl. ebenso Gibson und Römmele, „Measuring the Professionalization of Political Campaigning“.

⁵⁷² Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, 220 ff.

her sollen im folgenden chronologischen Überblick die verschiedenen Formen internet-basierter Wahlkampfkommunikation der Parteien umfassend berücksichtigt werden.

Seit Beginn der digitalen Aktivitäten bildeten die Parteiwebsites die Keimzelle digitaler Wahlkampfkommunikation.⁵⁷³ Zwischen 1995 und 1996 gingen alle Bundestagsparteien online.⁵⁷⁴ Digitale Wahlkampfkommunikation auf Bundesebene fand daher zum ersten Mal 1998 statt. Die Parteiwebsites unterschieden sich nicht grundsätzlich. Alle boten grundlegende selbstreferenzielle Informationen über die Partei, das heißt zu Vorstand, wichtigen Gremien und Gliederungen, zu politischen Positionen, Aktuelles sowie Informationen zur Mitgliedschaft. Ergänzt wurden die Parteiwebsites allerdings bereits um gesonderte Kampagnenwebsites und Websites der Spitzenkandidaten.⁵⁷⁵ Diese unterschieden sich ebenfalls nicht gravierend voneinander und boten vor allem persönliche Informationen, Reden, Termine und Fotos.⁵⁷⁶ Unterhaltungsinhalte und interaktive Formate wie Chats und Foren⁵⁷⁷ sowie Email-Newsletter wurden ebenfalls bereits eingesetzt. Letztere waren keineswegs nur auf Mitglieder beschränkt. So standen beispielsweise die „CDU Foren“ oder „SPD Klartext“, in denen auch Sach- und Personalthemen zum Wahlkampf diskutiert wurden, jedem offen.⁵⁷⁸

Insgesamt standen 1998 bei den von Partei- und Wahlkampfzentralen gesteuerten Angeboten eindeutig Informations- und Präsentationskommunikation im Vordergrund, auch wenn bereits erste Experimente mit Partizipationskommunikation gemacht wurden. Parteiintern wurde auch der Mobilisierungsmodus bereits erprobt. Zwar liegt parteiinterne Kommunikation an sich außerhalb des Schwerpunkts dieser Arbeit, die parteiinternen Netzwerke können aber als Vorläufer für auch Parteixternen offen stehende Netzwerke

⁵⁷³ Vgl. Rußman, „Webkampagnen im Vergleich“, 97.

⁵⁷⁴ Die Parteien gingen mit folgenden URLs online: www.cdu.de, www.csu.de, www.spd.de, www.fdp.de / liberale.de, www.gruene.de, www.pds-online.de. Bei der PDS wurde die URL zunächst von der Bundestagsfraktion genutzt. Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, 554; eingeschränkt funktionsfähige Kopien der damaligen Websites sind über die Wayback Machine des Internet Archive verfügbar: „Internet Archive: Digital Library of Free Books, Movies, Music & Wayback Machine“, o. J., <http://archive.org>.

⁵⁷⁵ Schweitzer und Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, 19 f.

⁵⁷⁶ Winand Gellner und Gerd Strohmeier, „Parteien in Internet-Wahlkämpfen“, in *Parteien in der Mediendemokratie*, hg. von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002), 38.

⁵⁷⁷ Schweitzer und Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, 20.

⁵⁷⁸ „CDU Deutschlands/Foren“, 10. Februar 1998, <http://web.archive.org/web/19980210081800/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>; „SPD | Klartext“, 1998, <http://web.archive.org/web/19971211023833/http://www.spd.de/klartext/index.htm>.

gelten, die später an Bedeutung gewannen. 1998 verfügten SPD und CDU über Online-netzwerke für Funktionäre und Kandidaten, die FDP bereits über ein Netzwerk für Mitglieder.⁵⁷⁹ Neben den Angeboten der Bundesgliederungen gab es 1998 ebenfalls erste Onlineangebote von Gebietsgliederungen, Vereinigungen und Bundestagskandidaten, die aber außerhalb des Fokus dieser Arbeit liegen.

Der Wahlkampf 2002 brachte eine erhebliche Erweiterung der Onlineangebote der Bundestagsparteien. Ausgangspunkt bildeten wie 1998 Angebote, die von den Partei- und Wahlkampfzentralen gesteuert wurden, das heißt die umfangreicher gewordenen Partei-, Wahlkampf- und Spitzenkandidatenwebsites. Ersteren bescheinigte Bieber bereits 2001 eine grundlegende Evolution hin zu „Politischen Web-Portalen“.⁵⁸⁰ Zusätzlich zu diesen Websites richteten die Bundestagsparteien eine Vielzahl von spezialisierten Angeboten ein. Dazu gehörten Websites zum Wahlprogramm; Angebote, die zur schnellen Reaktion auf den Gegner und zum negative campaigning dienten, wie „nicht-regierungsfaehig.de“ der SPD oder „wahlfakten.de“ der CDU; Veranstaltungsbezogene Angebote, etwa zum Parteitag der SPD; Angebote für junge Wähler, wie „next.spd.de“ oder „wahlkreis300.de“ der CDU, die Wahlkampfsimulation in einem fiktiven und virtuellen 300. Wahlkreis zur Bundestagswahl, und viele weitere.⁵⁸¹ Neben dieser umfassenden inhaltlichen Erweiterung boten 2002 auch erstmals alle Bundestagsparteien, bis auf die CSU, die Möglichkeit online zu spenden.⁵⁸²

Auch 2002 dominierten Informations- und Präsentationskommunikation. Erstere wurde von den verantwortlichen Parteifunktionären auch als besonders wichtig bezeich-

⁵⁷⁹ Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, 559.

⁵⁸⁰ Ebd., 558.

⁵⁸¹ Übersichten der Angebote finden sich u.a. bei Britta Schemel, „Das Internet im Bundestagswahlkampf 2002 – Anlass und Instrument der Parteienmodernisierung“, in *Kursbuch Internet und Politik 2003*, hg. von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004), 27 ff.; Eva Johanna Schweitzer, „Wahlkampf im Internet - Eine Analyse der Internetauftritte von SPD, CDU, Bündnis 90 / Die Grünen und FDP zur Bundestagswahl 2002“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2002*, hg. von Christina Holtz-Bacha, 2003. Aufl. (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, o. J.), 196 f.; Vito Cecere, „Online-Wahlkampf 2002. Neue Maßstäbe für politische Kommunikation im Internet?“, in *Kursbuch Internet und Politik 2003*, hg. von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004), 50 f.

⁵⁸² Alexander Bilgeri, Dorothea Lamatsch, und Alexander Siedschlag, „Wahlkampf im Internet – Erfahrungen, Lehren, Perspektiven“, in *Kursbuch Internet und Politik 2002. Schwerpunkt: Wahlkampf im Netz*, hg. von Alexander Siedschlag, Alexander Bilgeri, und Dorothea Lamatsch (Opladen: Leske + Budrich, 2002), 17.

net.⁵⁸³ Allerdings wurden die partizipativen Elemente gegenüber 1998 deutlich ausgebaut. Besonders weit ging dabei die FDP, die interessierten Bürger 10 Monate lang unter „buergerprogramm2002.de“ die Möglichkeit gab, „das Wahlprogramm der Liberalen für die Bundestagswahl 2002 mitzugestalten“ und anschließend über den Programmentwurf abzustimmen.⁵⁸⁴

Auf Mobilisierung zielende Angebote wurden ebenfalls erweitert. So verfügten inzwischen CDU, CSU, SPD und FDP über Onlinenetze für Mitglieder.⁵⁸⁵ Erstmals wurden 2002 auch Nicht-Mitglieder online in den Wahlkampf eingebunden. Die CDU rekrutierte rund 200 sogenannte „E-Volunteers“, die per Email-Verteiler koordiniert wurden und ausschließlich online aktiv waren.⁵⁸⁶ Bei den Grünen wurden Freiwillige ebenfalls per Email koordiniert.⁵⁸⁷ Die SPD bot Unterstützern des „Online Campaigning Teams“ auf „o.c.t.info“ sogar bereits eine eigene Plattform.⁵⁸⁸

Der Wahlkampf 2005 stellte eine Besonderheit dar. Nachdem der Bundestag Bundeskanzler Gerhard Schröder im Juli das Vertrauen entzogen hatte, wurden bereits für September Neuwahlen angesetzt. Die Vorbereitungszeit für die Kampagnen war entsprechend kurz. Die Bundestagsparteien beschränkten sich daher auf ihren Websites zum Onlinewahlkampf 2005 im Wesentlichen auf eine Erweiterung ihrer Angebote von 2002. Dabei boten die Parteiwebsites „ein höheres Gesamtmaß an Information, Interaktivität und Serviceorientierung“ als 2002.⁵⁸⁹ Neue Elemente der vermittelten Parteikommunikation

⁵⁸³ Gibson, Römmele, und Ward, „German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Election“, 95.

⁵⁸⁴ So die Selbstbeschreibung auf der Projekt-Website: „Bürgerprogramm 2002“, 2. Dezember 2001, <http://web.archive.org/web/20011202225410/http://www.buergerprogramm2002.de/>; s. auch: Eike Hebecker, „Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage“, in *Parteien in der Mediendemokratie*, hg. von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall (Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002), 245.

⁵⁸⁵ Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, 559; vgl. auch Schemel, „Das Internet im Bundestagswahlkampf 2002 – Anlass und Instrument der Parteienmodernisierung“, 33.

⁵⁸⁶ Stefan Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, in *Grassroot-Campaigning*, hg. von Rudolf Speth (Wiesbaden: Springer VS, 2013), 160.

⁵⁸⁷ Politik Digital, „Das grüne Tor im Netz“, *Politik Digital*, o. J., <http://politik-digital.de/das-gruene-tor-im-netz/>; Eine Übersicht über die den Freiwilligen angebotenen Aktivitäten gibt die Registrierungsseite: „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Ich werde AKTIV“, 10. August 2002, http://web.archive.org/web/20020810215142/http://www.gruene-partei.de/rsvgn/rs_dok/0,,2136,00.htm.

⁵⁸⁸ Cecere, „Online-Wahlkampf 2002. Neue Maßstäbe für politische Kommunikation im Internet?“, 57.

⁵⁸⁹ Eva Johanna Schweitzer, „Professionalisierung im Online-Wahlkampf? Ein Längsschnittvergleich deutscher Partei-Websites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 209.

tion waren Blogs und Podcasts.⁵⁹⁰ Dazu gehörten sowohl Blogs der Wahlkampfteams in den Parteizentralen als auch Blogs einzelner Politiker.⁵⁹¹ Bei der FDP bedeutete die Fortführung der Angebote von 2002 auch eine Neuauflage des Partizipationsangebots zur Erarbeitung des Wahlprogramms im Rahmen der Plattform „deutschlandprogramm.de“.⁵⁹² Die Grünen richteten ebenfalls ein Programmwiki ein, in dem allerdings nicht das ganze Wahlprogramm, sondern lediglich die netzpolitischen Teile diskutiert und Änderungsvorschläge gemacht werden konnten.⁵⁹³

Größere Veränderungen gegenüber 2002 gab es im Bereich der Mobilisierung. Die CDU verfügte mit „teAM Zukunft“ erstmals über ein Unterstützernetzwerk, das auch Nicht-Mitgliedern offen stand. Die Beteiligung konnte auch offline erfolgen, Herzstück war aber die Plattform „team-zukunft.cdu.de“.⁵⁹⁴ Die CSU verfügte ebenfalls über ein „Unterstützer-Team“.⁵⁹⁵ Ähnliche Angebote stellten die SPD mit „rote-wahlmannschaft.de“, die Grünen mit „gruene-aktion.de“ sowie die inzwischen zu Die Linke fusionierten PDS und WASG mit „Linksmittendrin Mitmischen“ online.⁵⁹⁶ Auch die FDP gab Nicht-Mitgliedern die Möglichkeit zur digitalen Unterstützung.⁵⁹⁷

⁵⁹⁰ Ebd., 193.

⁵⁹¹ Raphaela Ott, „Weblogs als Medium politischer Kommunikation im Bundestagswahlkampf 2005“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006), 221 ff.

⁵⁹² „FDP - Deutschlandprogramm 2005 - Diskussion zum Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl 2005“, 1. September 2005,

<http://web.archive.org/web/20050901071938/http://www.deutschlandprogramm.de/>.

⁵⁹³ „Wiki-Diskussion um grünes Wahlprogramm“, *heise online*, 1. Juni 2005,

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wiki-Diskussion-um-gruenes-Wahlprogramm-106961.html>; vgl.

Jürgen Stern, „Web 2.0 trifft Politik 3.11: Bringt politische Kommunikation durch das Internet mehr Transparenz, Partizipation und Legitimität?“, in *Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls; Festschrift für Heinrich Oberreuter zum 65. Geburtstag*, hg. von Werner J Patzelt, Martin Sebaldt, und Uwe Kranenpohl (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007), 172.

⁵⁹⁴ Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, 160; „teAM Zukunft - Home“, 12. August 2005,

<http://web.archive.org/web/20050812083625/http://www.team-zukunft.cdu.de/>.

⁵⁹⁵ „csu.de - Unterstützer-Team“, 2005,

http://web.archive.org/web/20050905173831/http://www.csu.de/btw/display/unterstuetzer/cont_aktionen.

⁵⁹⁶ Schweitzer und Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, 22; „Rote Wahlmannschaft“, 5. September 2005, <http://web.archive.org/web/20050905161927/http://www.rote-wahlmannschaft.de/servlet/PB/-s/1u1oz8ii8cc71172ce8cu2gnug7rpp95/menu/1058390/index.html>; Robert Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, in *Grassroot-Campaigning*, hg. von Rudolf Speth (Wiesbaden: Springer VS, 2013), 173.

⁵⁹⁷ „FDP Bundesverband - Interaktive Infos“, 5. September 2005,

http://web.archive.org/web/20050905162415/http://wahlkampf.fdp.de/webcom/show_article.php/_c-586/i.html.

Im Wahlkampf 2009 steigerten alle Bundestagsparteien ihre Aktivitäten im Rahmen digitaler vermittelter Parteikommunikation noch einmal. Kurz nach dem Wahlsieg von Barack Obama im Jahr 2008 war dies auch nicht verwunderlich. Die, aus heutiger Sicht eindeutig übertriebene, Begeisterung für das Internet als Wahlkampfmedium war bei politischen Akteuren und in den Medien besonders ausgeprägt. Darüber hinaus standen mit den 2005 noch wenig bedeutsamen Sozialen Medien neue Kommunikationskanäle zur Verfügung.⁵⁹⁸ Auch die 2002 und 2005 bereits erprobten digitalen Plattformen zur Mobilisierung von Freiwilligen wurden 2009 von allen Parteien aufwendig erneuert.

Den Ausgangspunkt bildeten bei allen Bundestagsparteien wiederum die Partei-, Wahlkampf- und Spitzenkandidatenwebsites, ergänzt von einer Vielzahl von Angeboten an spezielle Zielgruppen, zu spezifischen Themen oder Aktionen.⁵⁹⁹

Für die Parteiwebsites kam Schweitzer in ihrer Längsschnittuntersuchung wie schon 2002 und 2005 zu dem Ergebnis, dass in der Struktur „Information“ und „Präsentation“ insgesamt gegenüber partizipativen Elementen deutlich dominierten, aber insbesondere bei Grünen und FDP auch Mobilisationsangebote gemacht wurden.⁶⁰⁰ Inhaltlich waren die textbasierten Angebote der Parteiwebsites wie in den beiden Wahlkämpfen zuvor vor allem von selbstreferenziellen Inhalten zum Wahlkampf und negative campaigning geprägt.⁶⁰¹ Eine weitere Strukturanalyse der Parteiwebsites bestätigt die Ergebnisse in Bezug auf die Dominanz von Informationsinhalten sowie eine relativ starke Gewichtung von Mobilisierungsangeboten, während Partizipationsangebote seltener waren.⁶⁰²

Die Analyse der Parteiwebsites liefert allerdings nur ein unzureichendes Bild der Onlinekampagnen 2009. Während die Parteiwebsites immer noch Ausgangspunkt und in gewissem Maße prägend für die gesamten Kampagnen sein mögen⁶⁰³, sind Rückschlüsse von Struktur und textbasierten Inhalten der Websites auf die generelle Verteilung von

⁵⁹⁸ Vgl. Schweitzer und Albrecht, „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“, 9 ff.

⁵⁹⁹ Eine prototypische Darstellung sowie eine Übersicht der Portale bietet Katrin Wimmer, *Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009*, CAP Working Paper (Centrum für angewandte Politikforschung an der LMU München, 2009), 12 ff.

⁶⁰⁰ Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, 215.

⁶⁰¹ Ebd., 223.

⁶⁰² Rußman, „Webkampagnen im Vergleich“, 110. Obwohl die Kategorie Mobilisierung bei Schweitzer und Rußman ähnlich definiert wird, weichen die Ergebnisse in Bezug auf einzelne Parteien ab. In Anbetracht der oben diskutierten methodischen Limitation ist dies jedoch zu vernachlässigen. Wichtig ist die bei beiden eindeutige Aussage, dass Informationsinhalte dominieren.

⁶⁰³ Vgl. Schweitzer, „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“, 205.

Angebotskategorien und Inhalten einer gesamten Kampagne angesichts der Vielzahl der von den Parteien genutzten netzmedialen Kanäle und Formate nicht zufriedenstellend.⁶⁰⁴ Bezieht man für 2009 die auf Mobilisierung ausgerichteten parteieigenen Netzwerke sowie den Einsatz parteiexterner Sozialer Medien mit ein, ergibt sich ein etwas anderes Bild der Gewichtung der vier Kommunikationsmodi Information, Präsentation, Mobilisierung und Partizipation.

2009 verfügten alle Parteien über Netzwerkplattformen, die auch Nicht-Parteimitgliedern offen standen. Teils waren dies die gleichen Plattformen wie für Mitglieder, nur mit eingeschränktem Funktionsumfang für Nicht-Mitglieder, teils zusätzliche Kampagnenplattformen. Die CDU erweiterte ihre bestehende Kampagnenplattform „teAM“, in die erstmals auch die CSU mit einbezogen wurde.⁶⁰⁵ Die SPD benannte ihre Mitglieder- und Unterstützerplattform „SPD-Online“ in „meineSPD.net“ um. Die FDP baute ihre bestehende Mitglieder- und Unterstützerplattform „my.fdp.de“ zur „Mitmach-Arena“ aus und bot zum dritten Mal die Möglichkeit zur inhaltlichen Mitarbeit unter „deutschlandprogramm.de“.⁶⁰⁶ Die Grünen starteten neben dem Mitgliedernetzwerk „Wurzelwerk“ eine Kampagnenplattform, die unter dem Titel „Meine Kampagne“ in die Parteiwebsite gruene.de integriert wurde. Die Linke bot „linksaktiv.de“ als Mitglieder- und Unterstützerplattform an.⁶⁰⁷

Detaillierte Studien zur Nutzung dieser Angebote fehlen. Neben den auf der Bürgerseite zu besprechenden Nutzerzahlen lassen sich aber die wichtigsten Merkmale der Plattformen identifizieren. Ziele dieser Angebote waren auch Nicht-Mitgliedern eine einfache Möglichkeit zur Unterstützung zu bieten sowie die Unterstützer zu koordinieren. Sie boten daher eine Mischung aus Information, Mobilisierung sowie partizipativen Elementen. In Zielsetzung und Angebotsumfang ähnelten sich die Plattformen aller Par-

⁶⁰⁴ Rußman räumt dies sogar ein und spricht sich für eine „integrative Betrachtung“ aus, die sogar die Bürgerseite umfassen sollte: Rußman, „Webkampagnen im Vergleich“, 119.

⁶⁰⁵ Benjamin Zeitler, „Störfaktor CSU? Die Organisation der Unionskampagnen zu den Bundestagswahlen 2002, 2005 und 2009.“, in *Die CSU Strukturwandel, Modernisierung und Herausforderungen einer Volkspartei*, hg. von Gerhard Hopp, Martin Sebaldt, und Benjamin Zeitler (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 514.

⁶⁰⁶ „Deutschlandprogramm 2009 - FDP Wahlprogramm“, 22. Juni 2009, http://web.archive.org/web/20090622192400/http://www.deutschlandprogramm.de/webcom/show_article.php?wc_c=1213&wc_id=5.

⁶⁰⁷ Vgl. Christoph Bieber, „Der Online-Wahlkampf im Superwahljahr 2009“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 83; eine Übersicht aller Plattformen und ihrer Funktionen bietet Wimmer, *Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009*, 20 ff.

teien. Exemplarisch können daher die Angebote von CDU und Grünen herausgegriffen werden. Im Bereich Information bemühte sich etwa die CDU nach eigenen Angaben, ihre Unterstützer stets mit aktuellen und nach Möglichkeit sogar mit exklusiven Informationen zu versorgen.⁶⁰⁸ Das Mobilisierungsangebot der CDU umfasste kurzfristige und wenig zeitaufwendige Onlineunterstützung, wie etwa „Likes“ auf Facebook, aktive Teilnahme an digitaler „Öffentlichkeitsarbeit“ bis hin zu längerfristig geplanter Offlineunterstützung wie der „Teilnahme am organisierten Haustür-Canvassing.“⁶⁰⁹ Ähnliche Auswahlmöglichkeiten boten die Grünen auf „Meine Kampagne“. Dort konnten Unterstützer Informations- und Mobilisierungsangebote nach Themen, Ort, der zu investierenden Zeit sowie on- und offline Aktivitäten filtern.⁶¹⁰

Zusammengenommen bedeuteten die Parteinetzwerke 2009 eine deutliche Erweiterung und vor allem Personalisierung des Angebots an Informations- und Mobilisierungskommunikation.⁶¹¹ Beteiligung bedeutete auf den Plattformen in der Regel allerdings weniger inhaltlich-thematische Mitarbeit, das heißt Partizipationskommunikation, als vielmehr die Mitentwicklung von Online- und Offlinekampagnenelementen wie Logos, E-Cards oder Plakaten, also Mobilisierungskommunikation.⁶¹²

Die wohl bedeutendste Veränderung 2009 war der Einsatz der Sozialen Medien. Diese wurden 2009 erstmals umfassend als Kommunikationskanäle genutzt. Die Bundestagsparteien konzentrierten sich auf StudiVZ (beziehungsweise meinVZ), Facebook sowie Twitter und YouTube. Vereinzelt wurden auch andere Plattformen wie Flickr genutzt. Auf StudiVZ und Facebook spielten neben den Parteiprofilen vor allem die Profile der Spitzenkandidaten eine Rolle, auf Twitter waren die Spitzenkandidaten 2009 nicht aktiv, hier gab es stattdessen offizielle Parteiprofile, auf YouTube offizielle Parteikanäle.⁶¹³

⁶⁰⁸ Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, 167. Der Autor war für den Onlinewahlkampf der CDU 2009 mitverantwortlich.

⁶⁰⁹ Ebd., 161 ff.

⁶¹⁰ Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 174. Der Autor war für den Onlinewahlkampf der Grünen 2009 mitverantwortlich. .

⁶¹¹ Vgl. dazu auch Wimmer, *Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009*, 23.

⁶¹² Vgl. Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, 165 f; Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 176.

⁶¹³ Eine Übersicht bietet Simone Unger, *Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei der Bundestagswahl 2009* (Wiesbaden: Springer VS, 2012), 107 f.

Umfassende Studien zu den Angeboten in den Sozialen Medien, die mehrere Kanäle sowie qualitative und quantitative Methoden verbinden, liegen nicht vor. Dafür jedoch eine Reihe von Arbeiten, die einzelne Aspekte oder Plattformen fokussieren. Eine breit angelegte qualitative Studie hat die Aktivitäten aller Bundestagsparteien und ihrer Spitzenkandidaten auf Facebook, StudiVZ, Twitter und YouTube vier Monate vor der Bundestagswahl 2009 bis zum Sommer 2010 verfolgt. Dazu wurde aus der Anzahl der inhaltlichen Beiträge (wie Posts oder Videos) und der Anzahl der kanalspezifischen Unterstützer (wie Fans oder Followers) ein „Social Media Score“ gebildet.⁶¹⁴ Nach diesem Score stieg die Aktivität aller Parteien in den Sozialen Medien vor der Wahl deutlich an. Führend waren von Beginn an die Unionsparteien, wobei CDU und CSU zusammen erfasst wurden, was zu einer gewissen Verzerrung geführt haben dürfte. Kurz vor der Wahl erreichten die Grünen die Werte der Union, gefolgt von SPD und FDP, die dicht beieinanderlagen, während die Linke deutlich abgeschlagen blieb. Bei den Spitzenkandidaten erreichten die gemeinsam erfassten CDU und CSU den mit Abstand höchsten Wert. Es folgten die Kandidaten von SPD und FDP sowie Grünen und Linken.⁶¹⁵

Eine aus verschiedenen quantitativen Werten zusammengesetzte Gesamtwertung ist allerdings lediglich ein grober Indikator für ein ‚Mehr‘ oder ‚Weniger‘ an vermittelter Parteikommunikation. So dürfte etwa der Wert für die Unionsparteien auf die hohen Fanzahlen von Angela Merkel zurückzuführen sein, die unten noch behandelt werden. Zur Unterscheidung von Information, Präsentation, Mobilisierung und Partizipation sind qualitative Indikatoren notwendig.⁶¹⁶ Umfassende inhaltsanalytische Untersuchungen für die wichtigen Plattformen der Sozialen Medien fehlen allerdings. Für Facebook kommt eine Untersuchung zu dem Ergebnis, dass von allen Bundestagsparteien und ihren Spitzenkandidaten vor allem Informationsinhalte, oft sogar in Form von Pressemitteilungen,

⁶¹⁴ Ebd., 109, 115.

⁶¹⁵ Ebd., 127, 134.

⁶¹⁶ Einen innovativen computergestützten Ansatz, mit dem Information, Mobilisierung und Partizipation unterschieden werden könnten, verfolgen für die Twitter-Nutzung während verschiedener Landtagswahlen Caja Thimm, Jessica Einspänner, und Mark Dang-Anh, „Twitter als Wahlkampfmedium“, *Publizistik* 57, Nr. 3 (2012): 300 ff.

gepostet wurden und wenig Interaktion mit den Fans stattfand.⁶¹⁷ Eine Untersuchung der politischen Twitternutzung im Wahlkampf 2009, die quantitative und qualitative Indikatoren verbindet, kommt zu dem Schluss, dass weder Parteien noch einzelne Politiker gemessen an den Erfolgskriterien der Anwendung auf Twitter eine wichtige Rolle spielten, wobei die Grünen noch den besten Wert erzielten.⁶¹⁸ Begründet wird dies insbesondere mit den beobachteten Strukturmerkmalen von Twitter. Danach müssten erfolgreiche Twitterer nicht nur über eine Vielzahl von Followers verfügen, sondern auch viele „Retweets“, das heißt Weiterverbreitungen ihrer Tweets, und Direktnachrichten erhalten.⁶¹⁹ Bezogen auf die hier verwendeten Begrifflichkeiten heißt dies, dass erfolgreiche Twitterkommunikation einen partizipativen Kommunikationsmodus voraussetzt, den keine der Bundestagsparteien im Wahlkampf 2009 überzeugend anwandte.

Für YouTube, wo alle Bundestagsparteien mit eigenen Kanälen vertreten waren, fällt die Literatur eine eindeutige Meinung. Als Angebot sei YouTube weder von den Reichweiten noch von den inhaltlichen Beiträgen her bedeutsam gewesen.⁶²⁰ Inhaltlich boten die Parteien dort sowohl Information als auch Unterhaltung⁶²¹, das heißt Informations- und Präsentationskommunikation.

Zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieser Arbeit lassen sich auch bereits erste Trends des Wahlkampfs 2013 erkennen. Dazu gehört insbesondere die Ausweitung der Partizipationskommunikation im Rahmen von Diskussionsplattformen, die im Vorlauf der Bundestagswahl 2013 alle Bundestagsparteien in irgendeiner Form nutzen. Damit ermöglichen die Bundestagsparteien auch Nicht-Mitgliedern Beiträge zu ihren

⁶¹⁷ Reimar Zeh, „Wie viele Fans hat Angela Merkel? Wahlkampf in Social Network Sites“, in *Die Massenmedien im Wahlkampf*, hg. von Christina Holtz-Bacha (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 252; eine knappe Übersicht über die Funktionalitäten von Facebook und StudiVZ im Wahlkampf 2009 bieten: Jessica Kunert und Jan Schmidt, „Hub, Fine-Tuner oder Business as Usual? Social Network Sites und die Bundestagswahl 2009“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 230 ff.

⁶¹⁸ Pascal Jürgens und Andreas Jungherr, „Wahlkampf vom Sofa aus: Twitter im Bundestagswahlkampf 2009“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 217.

⁶¹⁹ Ebd., 214 f.

⁶²⁰ Vgl. Hagen Albers, „Politik im ‚Social Web‘. Der Onlinewahlkampf 2009“, in *Die Bundestagswahl 2009 Analysen der Wahl-, Partei-, Kommunikations- und Regierungsforschung*, hg. von Karl-Rudolf Korte (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 230; Bieber, „Der Online-Wahlkampf im Superwahljahr 2009“, 84.

⁶²¹ Rottbeck, *Der Onlinewahlkampf der Volksparteien 2009. Eine Empirische Analyse*, 316 ff.; Andreas Jungherr, „Online Campaigning in Germany: The CDU Online Campaign for the General Election 2009 in Germany“, *German Politics* 21, Nr. 3 (2012): 325.

Wahlprogrammen. Die CDU startete dafür die Aktion „Was mir am Herzen liegt!“. Die SPD kombinierte Offline- und Onlinebeteiligung im Rahmen ihres „Bürger-Dialogs“, ebenso die Linke unter dem Stichwort „Parteidebatte“. Die FDP ließ ihr „Bürgerprogramm“ zum wiederholten Male auch online diskutieren und mitgestalten. Bei den Grünen stellten sich die beiden Spitzenkandidaten sowie die beiden Bundesvorsitzenden in moderierten Onlinediskussionen vor der Verabschiedung des Wahlprogramms den Fragen von Bürgern zum Programmentwurf.⁶²²

Das Kommunikationsverhalten der Bürger in Internetwahlkämpfen

Wären eindeutige Zusammenhänge zwischen der Nutzung digitaler Wahlkampfkommunikation durch die Bürger und ihrer Wahlentscheidung messbar, hätte die digitale Wahlkampfkommunikation der Parteien deutliche Auswirkungen auf die Funktionsweise der Demokratie. Jenseits eindeutiger Zusammenhänge könnte aber auch die Nutzung von Informations- und Präsentations-, Mobilisierungs- und Partizipationsangeboten durch die Bürger demokratierelevante Auswirkungen haben.⁶²³ Informierten sich etwa die Bürger in Wahlkämpfen hauptsächlich aus Quellen vermittelter Parteikommunikation, unterstützten sie massenhaft digitale Kampagnen oder beteiligten sie sich zu Tausenden über das Internet an der Entwicklung politischer Ideen, könnte dies kaum ohne Auswirkungen auf die demokratische Ordnung bleiben.

Auf der Bürgerseite müssen also drei Aspekte betrachtet werden: direkte statistische Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Parteiangeboten und Wahlentscheidungen,

⁶²² „Regierungsprogramm der CDU Deutschlands | ‚Was mir am Herzen liegt!‘“, März 2013, <https://www.regierungsprogramm.cdu.de/>; „Was muss in Deutschland besser werden? | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, Februar 2013, http://www.spd.de/aktuelles/90816/20130225_spd_buergerdialog.html; „DIE LINKE. - Parteidebatte“, März 2013, <http://parteidebatte.die-linke.de/>; „Die Programmdebatte geht in die zweite Phase - FDP -“, März 2013, <http://www.liberales.de/Die-Programmdebatte-geht-in-die-zweite-Phase/12342c18764i1p18/index.html>; „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Deine Fragen zum ‚grünen Wandel‘“, März 2013, <http://www.gruene.de/partei/deine-fragen-zum-gruenen-wandel.html>.

⁶²³ In Mediennutzungsstudien wird die Unterscheidung zwischen Informations- und Präsentationskommunikation i.d.R. nicht getroffen. Informationskommunikation der Bürger beinhaltet im Folgenden daher auch die Nutzung von Inhalten auf Partei- und Kandidatenwebsites, die nach der oben getroffenen Unterscheidung Präsentationsinhalte wären.

die Nutzung der Parteiangebote durch die Bürger sowie die allgemeine Informationskommunikation der Bürger in Wahlkämpfen.

Ein Nachweis von Kausalitätsbeziehungen zwischen der Nutzung von Wahlkampfkommunikation und Wahlentscheidungen muss auf der Mikroebene einzelner Personen beginnen. Hier besteht die Schwierigkeit, dass es kein allgemein anerkanntes Modell der Wahlentscheidung gibt. Zwar ist das sozialpsychologische Michigan-Modell, das vor allem Themen- und Kandidatenorientierung sowie Parteiidentifikation berücksichtigt, besonders verbreitet, es gibt aber eine Reihe alternativer Modelle, wie das „Informationsverarbeitungsmodell“ oder solche, die auf Spieltheorie beruhen.⁶²⁴ Neben Kausalitätsbeziehungen lassen sich auf Meso- und Makroebene aber auch statistische Korrelationen prüfen. Für den Zusammenhang zwischen Onlinekommunikation und Wahlerfolg liegen Studien unter anderem aus den USA vor, „die immer wieder schwache, aber signifikante Effekte des Online-Wahlkampfes auf die Wahlergebnisse der jeweiligen Kandidaten oder Parteien gefunden [haben].“⁶²⁵ Für Deutschland wurde dieser Zusammenhang zwischen Nutzung digitaler Angebote und Wahlentscheidung bisher aber nicht untersucht. Es liegt allerdings eine Studie von Marcinkowski und Metag vor, die Korrelationen zwischen der Angebotsseite digitaler Wahlkampfkommunikation und den Wahlergebnissen untersucht, deren Ergebnisse die Autoren aber selbst als explorativ bezeichnen.⁶²⁶ Für die Bundestagswahl 2009 setzt die Studie die Wahlergebnisse von Wahlkreiskandidaten mit ihrem Wahlkampfeinsatz, Wahlkampfmitteln und Wahlkampffressourcen in Zusammenhang, wobei Letztere nicht erfasst, sondern lediglich bei den Kandidaten abgefragt wurden.⁶²⁷ Studien zur von den Parteizentralen gesteuerten vermittelten Parteikommunikation gibt es nicht. Für die Kandidaten, die an der Studie teilnahmen, zeigte sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang lediglich zwischen dem Einsatz einer eigenen Website und dem Wahlerfolg. Kandidaten mit persönlicher Website erzielten marginal bessere Wahlergebnisse als solche ohne persönliche Website, wobei diese Gruppe deutlich in der

⁶²⁴ Schulz, *Politische Kommunikation*, 292 – 303.

⁶²⁵ Frank Marcinkowski und Julia Metag, „Lassen sich mit dem Internet Wählerstimmen gewinnen?“, *Publizistik* 58, Nr. 1 (2013): 27.

⁶²⁶ Ebd., 30; Zusammenhänge zwischen Wahlentscheidung und generellen Kampagnenkontakten wurden für beispielsweise für 2009 ebenfalls untersucht: Rüdiger Schmitt-Beck und Ansgar Wolsing, „Der Wähler begegnet den Parteien“, in *Die Bundestagswahl 2009 Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung*, hg. von Karl-Rudolf Korte (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010), 60 ff.

⁶²⁷ Marcinkowski und Metag, „Lassen sich mit dem Internet Wählerstimmen gewinnen?“, 31.

Minderheit gewesen sein dürfte. Für die Sozialen Medien zeigten sich keinerlei statistisch relevante Zusammenhänge. Diese Ergebnisse galten auch für Wahlkreise mit „überdurchschnittlichem Jungwähleranteil (18 bis 24 Jahre)“.⁶²⁸

Zwar ist es offensichtlich problematisch, lediglich das Vorhandensein digitaler Wahlkampfkommunikationsangebote bei den Kandidaten abzufragen und nicht selbst zu erfassen und qualitativ auszuwerten, dennoch sind gerade die Befunde zu den Sozialen Medien interessant, denn mit diesen werden die größten Erwartungen an Veränderungen der Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation verbunden. Ähnliches gilt für die Ergebnisse zu jungen Wählern, denn diese Altersgruppe nutzt die Netzwerkmedien zur politischen Information auch im Wahlkampf besonders stark, wie im Folgenden ausgeführt wird. Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass für Deutschland weder für den Zusammenhang von Angebot politischer Onlinekommunikation und Wahlerfolg noch für den Zusammenhang von Nutzung politischer Onlinekommunikation und Wahlentscheidungen gesicherte verallgemeinerbare Befunde vorliegen. Angesichts des Fehlens eines als gesichert geltenden Modells für Wahlentscheidungen sowie der in Kapitel 2 erwähnten kognitionswissenschaftlichen Erkenntnisse zur Wirkung politischer Kommunikation scheinen entsprechende Befunde auch in näherer Zukunft unwahrscheinlich.

In Abwesenheit von deutlichen statistischen Nachweisen direkter Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Parteiangeboten und Wahlentscheidungen sind auf Bürgerseite nur Rückschlüsse auf demokratierelevante Veränderungen möglich. Dazu müssen die Nutzung von Parteiangeboten, insbesondere auch unter Berücksichtigung von Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation, und das Informationsverhalten der Bürger während Wahlkämpfen näher betrachtet werden.

Insbesondere für den Wahlkampf 2009 sind die Nutzerzahlen verschiedener Angebote verfügbar. So erreichte die Website der SPD im August 2009 die meisten Nutzer, mit 120.000 Unique Users, gefolgt von der CDU mit 110.000, Grünen mit 85.000, Linken mit 84.000 und der FDP mit 70.000. Selbst wenn diese Angaben nicht ganz präzise sind,

⁶²⁸ Ebd., 38.

zeigen sie eine klare Tendenz, die Reichweiten der Parteiwebsites sind gering.⁶²⁹ Die Onlineangebote von Pressemedien, die von der Mehrheit der Wahlberechtigten als wichtigste Informationsquelle genannt werden, verzeichneten im gleichen Zeitraum teilweise mehrere Millionen Unique Users pro Monat.⁶³⁰

Die qualitativ neuen Formen der Parteienkommunikation sind allerdings vor allem im Bereich der Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation zu finden. Auf der Bürgerseite sind dafür weniger die Zugriffszahlen der Websites, sondern die Resonanz auf die parteieigenen Netzwerke sowie die Unterstützerzahlen in den Sozialen Medien relevant.

Die parteieigenen Netzwerke, die Informations-, Mobilisierungs- und Partizipationsangebote vereinten, stießen ebenfalls nicht auf massenhafte Resonanz. 2002 war die Anzahl der digitalen Unterstützer bei allen Parteien noch zu vernachlässigen, das heißt auf dreistellige Zahlen beschränkt. 2005 und 2009 stiegen die Nutzerzahlen zwar, blieben aber immer noch auf einige Tausend beschränkt. So waren 2005 etwa im „teAM“ der CDU kurz nach der Wahl knapp 33.000 Mitglieder registriert, bei den Grünen rund 2.000.⁶³¹ 2009 registrierte das „teAM“ knapp unter 30.000 Unterstützer, die SPD ebenfalls knapp 30.000, die FDP über 30.000, „Meine Kampagne“ von den Grünen brachte es auf 8.000.⁶³² Diese Zahlen machen deutlich, dass die Parteinetzwerke auch 2009 „weder zu reichweitenstarken Wahlkampfarenen noch zu leistungsfähigen Zweitstrukturen“ des Offlinewahlkampfes wurden.⁶³³

Die Diskussionsforen der Parteien auf ihren Netzwerkplattformen sowie auf den Parteiwebsites fanden ebenfalls nur wenige Tausend Teilnehmer.⁶³⁴

⁶²⁹ Die Autoren nutzten die Daten des Google Ad Planner und gehen auf die methodischen Probleme ausführlich ein. Daten für die CSU liegen nicht vor. Hans Mathias Kepplinger und Nicole Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, in *Am Ende der Gewissheiten: Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung*, hg. von Heinrich Oberreuter (München: Olzog, 2011), 119.

⁶³⁰ Ebd., 118.

⁶³¹ „teAM Zukunft - Home“, 23. September 2005,

<http://web.archive.org/web/20050923200548/http://team-zukunft.cdu.de/>; Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 173.

⁶³² CDU: Jungherr, „Online Campaigning in Germany“, 322; Grüne: Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 175; SPD: Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 131; FDP: „Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne (Wirtschaftspolitik) - BITKOM“, August 2009, http://www.bitkom.org/de/themen/57545_60824.aspx. Zahlen für linksaktiv.de sind nicht verfügbar.

⁶³³ Bieber, „Der Online-Wahlkampf im Superwahljahr 2009“, 78.

⁶³⁴ Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 132 ff.

Zur Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation müssen auch die diversen Sonderaktionen der Parteien gezählt werden. Vergleichsweise erfolgreich war hier 2009 etwa die Aktion „3 Tage wach“ der Grünen, bei der Freiwillige aus der Parteizentrale die letzten 72 Stunden vor der Wahl rund 12.000 Fragen von Wählern beantworteten und deren Livestream nach Angaben der Grünen von 250.000 Nutzern verfolgt wurde.⁶³⁵

Selbst das Angebot, das die umfassendste inhaltliche Partizipation bot, wurde nicht massenhaft genutzt. Am Deutschlandprogramm der FDP beteiligten sich gut 32.000 Personen, die allerdings nur „über hundert konkrete Änderungsanträge“ zum Wahlprogramm erarbeiteten, von denen einige wenige auf dem Bundesparteitag beraten und lediglich fünf, nicht besonders umfängliche, angenommen wurden.⁶³⁶

In den Sozialen Netzwerken der VZ-Gruppe und bei Facebook verzeichnete die CDU nach eigenen Angaben gegen Ende des Wahlkampfs 2009 etwa 90.000 Personen als Unterstützer. Diese bestanden hauptsächlich aus den beinahe 70.000 Unterstützern von Angela Merkel auf StudiVZ sowie ihren knapp 18.000 Facebook-Fans. Die Unterstützerzahlen der Parteiprofile der CDU und des „teAM Deutschland“ lagen dagegen bei wenigen Tausend.⁶³⁷ Die CDU bildet dabei keine Ausnahme. Auf Facebook hatten alle Bundestagsparteien nur einige wenige Tausend Fans, auf StudiVZ lagen die Bundestagsparteien CDU, SPD, FDP und Grünen mit etwa 20.000 Fans eng beieinander, die Linke war mit rund 13.000 abgeschlagen. Zählt man Twitter dazu, lagen die Unterstützerzahlen aller Bundestagsparteien, bis auf die deutlich abgeschlagene Linke, zusammengerechnet für alle Kanäle in den Sozialen Medien auf ähnlichem Niveau.⁶³⁸

Unter den Spitzenkandidaten stach die Bundeskanzlerin mit ihren Unterstützerzahlen deutlich heraus. Die Spitzenkandidaten von SPD und FDP, Frank-Walter Steinmeier und Guido Westerwelle, kamen auf etwa ein Drittel der Werte der Bundeskanzlerin in den Sozialen Netzwerken der VZ-Gruppe und auf Facebook, die anderen Spitzenkandidaten auf deutlich weniger.⁶³⁹

⁶³⁵ Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 179.

⁶³⁶ „Deutschlandprogramm 2009 - FDP Wahlprogramm“.

⁶³⁷ Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, 161; Jungherr, „Online Campaigning in Germany“, 328.

⁶³⁸ Eine Übersicht bietet: Wimmer, *Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009*; für StudiVZ s.: Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, Zahlen für Ende August 2009 finden sich hier: „Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne (Wirtschaftspolitik) - BITKOM“.

⁶³⁹ „Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne (Wirtschaftspolitik) - BITKOM“.

Diese Zahlen waren auch 2009 verglichen mit den Unterstützerzahlen etwa von Persönlichkeiten aus Unterhaltung oder Sport an sich schon vergleichsweise niedrig. Zieht man noch in Betracht, dass die VZ-Gruppe zur Bundestagswahl Sonderformate einführte, die junge Nutzer an politische Inhalte heranführen sollten⁶⁴⁰, wird deutlich, dass keine der Parteien oder Spitzenkandidaten in den Sozialen Netzwerken eine signifikante Anzahl an Unterstützern gewinnen konnte. Bei CDU und SPD lagen die Zahlen der Unterstützer in den Sozialen Medien sogar noch unter der Anzahl der unter 30-jährigen Parteimitglieder, bei den anderen Bundestagsparteien allerdings um einiges darüber.⁶⁴¹

Ebenfalls nur eine geringe Resonanz erreichten die YouTube-Kanäle der Parteien. Kaum eines der Videos der Bundestagsparteien erreichte fünfstelligen Abrufzahlen, die meisten blieben deutlich darunter.⁶⁴² Auch die Blogs der Parteien erzielten keine hohen Reichweiten.⁶⁴³

Ruft man sich in Erinnerung, dass für die Bundestagswahlen 2009 rund 62 Millionen Bürger wahlberechtigt waren, wird deutlich, dass die Mobilisierungs- und Partizipationsangebote der Parteien auch 2009 nur von einer sehr kleinen Anzahl Wählern angenommen wurden. Zumal bei allen genannten Zahlen nicht zwischen Parteimitgliedern und Nicht-Mitgliedern unterschieden werden kann, aber davon auszugehen ist, dass viele Parteimitglieder unter den Unterstützern waren. So waren dies etwa im SPD-Parteinetzwerk nach Angaben der SPD bis zu 75 Prozent.⁶⁴⁴

Die Nutzungsdaten der Parteiangebote machen bereits deutlich, dass von einer gravierenden Veränderung auf Bürgerseite keine Rede sein kann. Die Angebote der Parteien erfahren Resonanz, aber keine massenhafte. Umfragebasierte Makroindikatoren zum Informationsverhalten der Bürger bestätigen diese Tendenz.

⁶⁴⁰ Albers, „Politik im ‚Social Web‘. Der Onlinewahlkampf 2009“, 232.

⁶⁴¹ Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 128.

⁶⁴² Albers, „Politik im ‚Social Web‘. Der Onlinewahlkampf 2009“, 230; Christoph Bieber und Christian Schwöbel, „Politische Online-Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Europa- und Bundestagswahl“, in *Superwahljahr 2009. Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*, hg. von Jens Tenschler (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 228; vgl. auch Bieber, „Der Online-Wahlkampf im Superwahljahr 2009“, 84; Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 123.

⁶⁴³ Beispielhaft sind die Zugriffszahlen des teAM-Blogs der CDU, s.: Jungherr, „Online Campaigning in Germany“, 326.

⁶⁴⁴ Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 131.

Für das Informationsverhalten der Bürger in Wahlkämpfen liefern die Internetstrukturdaten der Forschungsgruppe Wahlen, regelmäßige Umfragen von ARD- und ZDF-Medienforschung sowie Einzelstudien eine verlässliche Datengrundlage.

Die allgemeine politische Informationskommunikation der Bürger wurde in Kapitel 8.1 bereits analysiert. Danach ist das Fernsehen weiter das wichtigste Informationsmedium. Dies gilt auch für die Zeit von Bundestagswahlkämpfen. In allen Altersgruppen führt das Fernsehen als hauptsächliches Informationsmedium in Wahlkämpfen. Darauf folgen immer noch Zeitungen, seit 2009 bei den 18- bis 29-Jährigen allerdings bereits das Internet.⁶⁴⁵

Die Bundestagswahlen 2009 und 2005 fanden im September statt. Im dritten Quartal 2009 riefen knapp die Hälfte der Internetnutzer beziehungsweise 35 Prozent der Deutschen online politische Nachrichten ab, im selben Quartal 2005 lag der Anteil bei gut einem Drittel der Onliner.⁶⁴⁶ Die Nutzungsmuster vor Wahlen ähneln dabei dem allgemeinen Trend. Vereinfacht lässt sich sagen, je jünger die Bürger, desto eher wird das Internet zur politischen Information genutzt.

Interessant ist allerdings, dass weder 2009 noch 2005 gegenüber den ersten Quartalen signifikante Steigerungen zu verzeichnen waren, die Intensivierung des Wahlkampfes also nicht zu einer Ausweitung des digitalen Nachrichtenkonsums geführt hat.⁶⁴⁷ Die Tendenz, dass Wahlkämpfe im Internet nicht auf überdurchschnittliches Interesse stoßen, belegt auch die Nutzung von spezifischen Informationen zu „Wahlen, Parteien oder Kandidaten“ 2009. Diese wurden nach den Internetstrukturdaten im Wahlquartal 2009 lediglich von 24 Prozent der Deutschen beziehungsweise 33 Prozent der Onliner abgerufen, also von deutlich weniger Personen als allgemeine politische Nachrichten. Selbst bei der affinsten Gruppe, Männern unter 35, waren es nur 44 Prozent gegenüber 57 Prozent, die allgemeine politische Nachrichten nutzen.⁶⁴⁸ Weitere Daten bestätigen diese Tendenzen. Nach der German Longitudinal Election Study (GLES) informierten sich 2009

⁶⁴⁵ Stefan Geese, Camille Zubayr, und Heinz Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“, *Media Perspektiven* 12 (2009): 638; Stefan Geese, Camille Zubayr, und Heinz Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 aus Sicht der Zuschauer“, *Media Perspektiven* 12 (2005): 614; Camille Zubayr und Heinz Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 aus Sicht der Zuschauer“, *Media Perspektiven* 12 (2002): 586.

⁶⁴⁶ Forschungsgruppe Wahlen e.V., *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2009; Internet-Strukturdaten III. Quartal 2005*.

⁶⁴⁷ Forschungsgruppe Wahlen e.V., *Internet-Strukturdaten I. Quartal 2009* (Mannheim, 2009); *Internet-Strukturdaten II. Quartal 2009* (Mannheim, 2009); *Internet-Strukturdaten I. Quartal 2005* (Mannheim, 2005).

⁶⁴⁸ Forschungsgruppe Wahlen e.V., *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2009*.

knapp 19 Prozent aller Wahlberechtigten im Internet über die Wahlen.⁶⁴⁹ Nach dem ARD/ZDF-Wahlrend waren es 18 Prozent, wobei das Internet nur für 8 Prozent der Wahlberechtigten hauptsächliche Informationsquelle war. Insgesamt ist dies nur eine schwache Steigerung gegenüber 6 Prozent 2005 und selbst gegenüber 2002 mit 3 Prozent.⁶⁵⁰

Deutliche Unterschiede sind für jüngere Wahlberechtigte festzustellen. Nach dem ARD/ZDF-Wahlrend lagen die Werte bei den 18- bis 29-Jährigen mit 47 Prozent für allgemeine und 29 Prozent für hauptsächliche Nutzung des Internets als Medium für Wahlkampfinformationen deutlich höher. Für die hauptsächliche Nutzung ist bei dieser Altersgruppe auch eine deutliche Steigerung gegenüber 2005 mit 14 Prozent und 2002 mit 8 Prozent erkennbar.⁶⁵¹ Nach den Daten der GLES, für die nach einer Nutzung „in der vergangenen Woche“ gefragt wurde, waren es in derselben Altersgruppe 2009 ebenfalls über 33 Prozent.⁶⁵²

Bildungsstand und politisches Interesse sind ebenfalls Prädiktoren für die Nutzung politischer Informationen im Internet. Mit stärkerer Ausprägung dieser Variablen nehmen auch „Nutzungshäufigkeit“ und „Nutzungsintensität“ zu, bis hin zu überdurchschnittlichen Werten; interessanterweise steigen diese aber nicht für Unentschlossene, im Gegenteil, Wahlberechtigte, die noch keine Wahlentscheidung getroffen

⁶⁴⁹ Thorsten Faas und Julia Partheymüller, „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009“, in *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, hg. von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011), 124.

⁶⁵⁰ Geese, Zubayr, und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“, 637; Geese, Zubayr, und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 aus Sicht der Zuschauer“, 614; Zubayr und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 aus Sicht der Zuschauer“, 586; Nach einer Studie von von Pape und Quandt nutzten sogar rund 36 Prozent der Wahlberechtigten das Internet als Quelle. Beide Studien wurden kurz nach der Bundestagswahl durchgeführt, Grundgesamtheit waren Wahlberechtigte ab 18 Jahren. Der ARD/ZDF-Wahlrend hatte allerdings eine größeres Sample, zudem dürften die Fragen unterschiedlich gewesen sein. Auch diese Umfrage bestätigt aber eindeutig alle hier genannten Tendenzen. Thilo von Pape und Thorsten Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, *Media Perspektiven* 9 (2010): 391.

⁶⁵¹ Geese, Zubayr, und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“, 638.

⁶⁵² Faas und Partheymüller, „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009“, 123, 126; Die Umfrage von von Pape und Quandt kommt hier wiederum zu deutlich höheren Werten, bestätigt aber die Tendenz eindeutig: von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 391 – 392.

haben, informieren sich sogar weniger häufig als diejenigen, die dies bereits getan haben.⁶⁵³

Unterschiede zwischen den Anhängern der Bundestagsparteien, die bei der allgemeinen Internetnutzung bestehen, zeigen sich bei der Nutzung von Wahlkampfinformationen nicht, sobald das Alter als Kontrollvariable einbezogen wird.⁶⁵⁴ Während also unter den Anhängern von Grünen und FDP überdurchschnittlich viele Internetnutzer zu finden sind, können Unterschiede bei der Informationsnutzung in Wahlkämpfen nicht auf Parteibindung zurückgeführt werden.

Die Frage ist allerdings, wo sich die Wähler online informieren. Bei der allgemeinen Informationskommunikation im Internet sind die Angebote von Pressemedien führend. Im Wahlkampf 2009 galt dies ebenfalls. 46 Prozent derjenigen, die sich online zur Wahl informierten, nutzten die Angebote von Zeitungen und Zeitschriften, gefolgt von 35 Prozent für Portalseiten. „Internetseiten von Parteien und Politikern“ folgten laut ARD/ZDF-Wahlrend mit 32 Prozent.⁶⁵⁵ Dies entspricht allerdings lediglich rund sechs Prozent der Wahlberechtigten. Nach Daten der GLES gaben 8,6 Prozent der Wahlberechtigten an, Parteiwebsites genutzt zu haben.⁶⁵⁶ Die Tendenzen werden auch von anderen Umfragen bestätigt.⁶⁵⁷ Allerdings muss man diese umfragebasierten Daten kritisch sehen. Für die Bundestagswahl 2009 waren über 62 Millionen Bürger wahlberechtigt.⁶⁵⁸ Nach den GLES Daten müssten daher rund 5,3 Millionen Bürger, das heißt 5,3 Millionen Uni-

⁶⁵³ Faas und Partheymüller, „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009“, 127 – 129; In Bezug auf Bildung und politisches Interesse werden diese Tendenzen von der Umfrage von Pape und Quandt ebenfalls eindeutig bestätigt. von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 392 – 393.

⁶⁵⁴ von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 393.

⁶⁵⁵ Geese, Zubayr, und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“, 638.

⁶⁵⁶ Die Grundgesamtheit des ARD/ZDF-Wahlrends 2009 sind Wahlberechtigte ab 18 Jahren. Von diesen gaben insgesamt 18 Prozent an, sich über das Internet zu informieren, davon wiederum 32 Prozent auch über Websites von Parteien und Politikern. Für die GLES Daten vgl. Schmitt-Beck und Wolsing, „Der Wähler begegnet den Parteien“, 52.

⁶⁵⁷ Für die Onliner kommen von Pape und Quandt auf 33,7 Prozent: von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 395; Einer Umfrage kurz nach dem Wahlkampf 2005 zufolge gaben allerdings 14 Prozent der Wahlberechtigten an, Internetseiten von Parteien genutzt zu haben: Thorsten Faas und Ansgar Wolsing, „Das Internet als Wahlkampfinstrument: Die Nachfrageseite“, in *Politische Kommunikation*, hg. von Robert Grünwald, Ralf Gülden-zopf, und Melanie Piepenschneider (Münster [u.a.]: LIT Verlag, 2011), 315.

⁶⁵⁸ „Bundeswahlleiter - Übersicht Bundestagswahl 2009“, o. J., http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_09/ergebnisse/bundesergebnisse/index.html.

que User, im Wahlkampf 2009 Parteiwebsites besucht haben. Die bereits genannten tatsächlichen Besucherzahlen der Websites der Bundestagsparteien für den letzten Monat vor der Wahl lassen diesen Wert etwas hoch erscheinen, selbst wenn man davon ausgeht, dass die Angebote von Spitzenkandidaten ähnliche Resonanz hervorriefen wie die Parteiangebote.

Hervorzuheben sind aber wiederum die deutlichen Unterschiede bei den jüngeren Wahlberechtigten. Von den 18- bis 24-Jährigen gab 2009 mehr als die Hälfte an, sich über Partei- und Kandidatenwebsites zu informieren. Dies war der zweithöchste Wert nach Portalseiten (60 Prozent), deutlich vor Websites von Presse und Rundfunk mit rund 30 Prozent, und überraschenderweise auch deutlich vor Sozialen Netzwerken, deren Nutzung lediglich gut 24 Prozent angaben.⁶⁵⁹ Da diese Altersgruppe praktisch zu 100 Prozent online ist, bedeutet dies, dass Parteien und Kandidaten mit ihren Internetangeboten jüngere Wählerschichten durchaus zu erreichen scheinen.

Die sozialen Medien spielten im Informationsrepertoire kaum eine Rolle. Zur Information über die Wahlen nutzen diese nach dem ARD/ZDF-Wahlrend 2009 unter 10 Prozent der sich online Informierenden, das heißt unter zwei Prozent der Wahlberechtigten.⁶⁶⁰ Den Daten der GLES zufolge kamen 2009 aber immerhin 15 Prozent der Bürger über Soziale Medien „in Kontakt mit Wahlkampfinformation und -kommunikation“.⁶⁶¹

Nach wie vor erreichen die Parteien die Wähler vor allem mit traditionellen Wahlkampfmitteln. Plakate sind die reichweitenstärksten Medien. Rund 77 Prozent der Wahlberechtigten gaben an, sie während der Bundestagswahl 2009 wahrgenommen zu haben. Mit einigem Abstand folgten Fernsehspots mit knapp 57 Prozent, Anzeigen in der Presse und weitere analoge Maßnahmen wie Wahlkampfstände. Parteiwebsites erreichten mit 8,6 Prozent ungefähr so viele Wahlberechtigte wie Parteikundgebungen.⁶⁶²

Neben einem geänderten Informationsverhalten wäre auch rege Beteiligung der Bürger an Mobilisierungs- und Partizipationsangeboten potenziell demokratierelevant. Nach

⁶⁵⁹ von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 395.

⁶⁶⁰ Die Grundgesamtheit des ARD/ZDF-Wahlrends 2009 sind Wahlberechtigte ab 18 Jahren. Von diesen gaben insgesamt 18 Prozent an, sich über das Internet zu informieren, davon wiederum in Sozialen Medien wie folgt: 9 Prozent in Sozialen Netzwerken, 6 Prozent in Foren oder Blogs, 5 Prozent auf Videoplattformen: Geese, Zubayr, und Gerhard, „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“, 638.

⁶⁶¹ Andrea Römmele und Sabine Einwiller, „Soziale Medien in der Bundestagswahl 2009“, *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 1 (2012): 208.

⁶⁶² Schmitt-Beck und Wolsing, „Der Wähler begegnet den Parteien“, 52.

Daten der GLES gaben sechs Prozent der Wahlberechtigten an in den Wahlkampf 2009 off- oder online involviert gewesen zu sein.⁶⁶³ Der Anteil derjenigen, die sich in den Sozialen Medien aktiv beteiligten lag knapp darunter. Die Aktiven waren vorwiegend Jüngere mit hoher Parteiidentifikation und hohem politischen Interesse.⁶⁶⁴

Im Überblick lässt sich feststellen, dass sich das Kommunikationsverhalten der Bürger während Wahlkämpfen nicht wesentlich von ihrem sonstigen unterscheidet. Politische Informationen werden rege genutzt, gerade bei Jüngeren gewinnt das Netz an Bedeutung. Wahlen führen aber nicht zu einer Steigerung an internetbasierter Informationskommunikation, wahlspezifische Informationen werden in den Netzwerkmedien nicht stärker nachgefragt als normale Politnachrichten. Informationen zu Wahlen werden nach wie vor hauptsächlich über das Fernsehen bezogen, auch wenn die Jüngeren vermehrt das Internet nutzen. Zudem sind vor allem die ohnehin politisch Interessierten über das Internet zu erreichen, Uninteressierte und Unentschiedene eher nicht.⁶⁶⁵

Evolution unter geringer Beteiligung der Öffentlichkeit

Wahlkampfkommunikation ist die bedeutendste Kommunikationsfunktion der Parteien. Die demokratische Ordnung des Grundgesetzes macht sie zwingend notwendig. Ohne Informationsangebote der Parteien könnten die Wähler keine sinnvolle Wahlentscheidung treffen, der entscheidende Akt der Ausübung der Volkssouveränität würde unterlaufen. Auch aus der Perspektive der Parteien ist Wahlkampfkommunikation von elementarer Bedeutung. Ziel von Wahlkampfkommunikation aus ihrer Sicht sind Mobilisierung und Persuasion, um möglichst viele Wählerstimmen zu erlangen, die zum Erwerb oder Erhalt politischer Macht und finanzieller Ressourcen benötigt werden.

In der Theorie bieten die Netzwerkmedien den Parteien ausgezeichnete Voraussetzungen, um ihre verschiedenen Zielgruppen präzise und ohne journalistische Filter zu

⁶⁶³ Römmele und Einwiller, „Soziale Medien in der Bundestagswahl 2009“, 108.

⁶⁶⁴ Die relativ enge GLES Frage beantworteten 4 Prozent positiv. Von Pape und Quandt kommen auf breiterer Fragebasis auf 5,5 Prozent: Ebd.; von Pape und Quandt, „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“, 396.

⁶⁶⁵ Vgl. Faas und Partheymüller, „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009“, 129.

erreichen. Dies sollte einen Gewinn an kommunikativer Autonomie für die Parteien bedeuten.

Demokratierelevante Veränderungen der Wahlkampfkommunikation hängen allerdings nicht allein von den Angeboten der Parteien ab, sondern auch vom kommunikativen Verhalten der Bürger. Es müssen Angebots- und Nachfrageseite gleichzeitig berücksichtigt werden.

Betrachtet man die digitale Wahlkampfkommunikation der Bundestagsparteien seit 1998, sind eindeutig quantitative und qualitative Veränderung in der Art und Weise festzustellen, wie die Parteien diese Kommunikationsfunktion erfüllen. Die Parteien waren vergleichsweise früh in den Netzwerkmedien aktiv. So nutzen etwa 1998 erst knapp 10 Prozent der Deutschen das Internet, 2002 immer noch weniger als die Hälfte.⁶⁶⁶ Die Parteien machten in beiden Wahlkämpfen aber bereits umfangreiche Onlineangebote, insbesondere Informations-, Präsentations- und Mobilisierungskommunikation sowie erste Ansätze von Partizipationskommunikation. Ihren aus dem Grundgesetz abzuleitenden Auftrag zur Wahlkampfkommunikation erfüllen die Parteien daher seit Beginn der Verbreitung des Internets. Damit legten die Parteien bereits die kommunikativen Grundlagen zur Vorbereitung des wichtigsten Akts der Willensbildung der Bürger auch im Internet, bevor dies aufgrund seiner massenhaften Verbreitung und medialen Präeminenz als Metamedium zwingend geboten schien. Dies bedeutet auch, dass die Parteien dazu beitrugen und beitragen, dass sich Legitimation und Integration des politischen Systems an die medialen Veränderungen von Öffentlichkeit anpassen.

Gleichwohl ernteten und ernten die Parteien bisher für ihre Versuche, sich die Möglichkeiten der Netzwerkmedien in Wahlkämpfen zunutze zu machen, hauptsächlich Kritik nicht nur aus den Medien, sondern auch von der politischen Kommunikationsforschung.

Die mediale Kritik zieht meistens Kampagnen aus den US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfen insbesondere 2008, aber auch 2012, als Vergleichsmaßstab heran und gibt diese als Musterbeispiele für Partizipationskommunikation aus, was sie nachweislich nicht waren. Neu waren 2008 in den USA der Umfang von digitaler Informations- und Präsentationskommunikation sowie die Durchschlagskraft der

⁶⁶⁶ van Eimeren und Frees, „Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.“, 335.

Mobilisierungskommunikation sowohl im Hinblick auf die Mobilisierung und Organisation von Freiwilligen als auch auf Spenden. Sachlich-inhaltliche Partizipationskommunikation spielte dagegen eine untergeordnete Rolle, wie der Kampagnenmanager Obamas in seinem Erfahrungsbericht zur Wahl 2008 verdeutlicht:

„We were accomplishing what we set out to create – a website that could be a real ‘home’ for our supporters and a one-stop shopping place for anything campaign related. It was like having our own television returns”.⁶⁶⁷

Während der Verweis auf einen „one-stop shopping place“ im Englischen noch weniger drastisch gemeint sein mag, als er sich im Kontext deutscher Wahlkampagnen lesen würde, ist die Analogie zum Fernsehen doch eindeutig. Partizipationskommunikation im Sinne von inhaltlicher Rückkoppelung ist damit sicher nicht gemeint.

In der Forschungsliteratur wird der Fehler, die USA als Vergleichsmaßstab heranzuziehen, zwar auch noch gemacht, oder zumindest vergleichsweise emphatisch auf die entsprechenden US-Kampagnen verwiesen, die mangelnde Vergleichbarkeit von amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfen mit deutschen Bundestagswahlkämpfen wird aber ebenfalls hervorgehoben. Dafür werden andere Kritikpunkte an der Onlinewahlkampfkommunikation der Parteien hervorgebracht. Die Kritik in der Literatur beginnt bei zunächst empirisch-sachlich klingenden Feststellungen. So wird etwa angemerkt, dass eine inhaltliche und formale „Anpassung des Internet-Wahlkampfes an die journalistischen Darstellungs- und Aufmerksamkeitsregeln“ festzustellen sei.⁶⁶⁸ Schärfere Urteile konstatieren eine „top-down information strategy“ digitaler Wahlkampfkommunikation⁶⁶⁹, allerdings, ohne eine realistische Alternative zu benennen. Noch kritischere Beurteilungen, wie beispielsweise von Bieber, sehen die Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation der Parteien gleich gänzlich als „gescheitert“ an.⁶⁷⁰

Mit Blick auf die Vielfalt der digitalen Angebote der Parteien seit 1998 ist die überwiegend negative Beurteilung der bisherigen Wahlkampfkommunikation der Parteien durch Wissenschaft und Medien nicht gerechtfertigt. Die Parteien haben früh ein umfas-

⁶⁶⁷ David Plouffe, *The Audacity to Win: The Inside Story and Lessons of Barack Obama's Historic Victory* (New York: Viking, 2009), 297 Plouffe beschreibt die Obamakampagne 2008 ausführlich. Die Ziele Information und Mobilisierung standen klar im Vordergrund.

⁶⁶⁸ Schweitzer, „Mediatisierung im Online-Wahlkampf: Befunde einer vergleichenden Inhaltsanalyse deutscher Partei-Websites zu den Wahljahren 2002-2009“, 289.

⁶⁶⁹ Rußman, „Webkampagnen im Vergleich“, 111.

⁶⁷⁰ Christoph Bieber, *Politik Digital: Online zum Wähler* (Salzhemmendorf: Blumenkamp, 2010), 15.

sendes Angebot digitaler Wahlkampfkommunikation gemacht, das alle vier Kommunikationsmodi umfasste, das heißt Informations-, Präsentations-, Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation. Warum die Parteien, die ihrer von der Verfassungsordnung vorgeschriebenen Funktion in Wahlkämpfen seit Bestehen der Bundesrepublik nachkommen, alle Grundsätze analoger Wahlkampfkommunikation online über Bord werfen sollten, wird von Kritikern in der Regel nicht dargelegt. Die sogenannte Innovationsthese, also die Annahme, dass Onlinekommunikation Wahlkämpfe grundlegend verändern würde, scheint daher von vornherein naiv und eher auf impliziten deliberativ-utopischen Annahmen als auf Fakten zu beruhen. Darüber hinaus ignoriert ein solcher Ansatz, dass auch Onlinekommunikation finanzielle und personelle Ressourcen voraussetzt, mit denen die etablierten Parteien, besonders die Bundestagsparteien, schon allein aufgrund der Logik der Parteienfinanzierung viel besser ausgestattet sind, als kleine Parteien. Dieser Ressourcenbedarf es aber, um den Gewinn an kommunikativer Autonomie in den Netzwerkmedien nachhaltig erfolgreich in den Dienst institutioneller politischer Kontexte zu stellen.

Kritikwürdig an der digitalen Wahlkampfkommunikation der Bundestagsparteien scheint eher die Vielzahl an Angeboten, die zwar einerseits viele Kommunikationskanäle bietet, andererseits sowohl für die Bürger schwer zu überblicken ist als auch den Aufmerksamkeitslogiken der Netzwerkmedien nach dem Prinzip ‚winner-takes-all‘ zu widersprechen scheint. Allerdings ist auch diese Kritik aufgrund der Struktur des deutschen politischen Systems und der Parteienlandschaft schwer zu rechtfertigen. Die Logik der Netzwerkmedien bevorteilt zwar die Zentralisierung von Kommunikation, in Deutschland dürfte sich diese aber höchstens eingeschränkt realisieren lassen. Die in einen Wahlkampf involvierten Elemente von Bundestagsparteien, mit einer Zentrale, Spitzenkandidaten, regionalen und altersspezifischen Gliederungen, Wahlkreiskandidaten sowie Vereinigungen, stehen stark zentralisierter Wahlkampfkommunikation entgegen.⁶⁷¹ In Deutschland wird Wahlkampfkommunikation für eine Partei auf vielen Ebenen und von vielen Akteuren gleichzeitig betrieben. Die demokratische Ordnung des Grundgesetzes und die Ausgestaltung des Wahlrechts legen dies auch nahe. Ähnlich zentralisierte Wahlkämpfe, wie sie in Präsidentschaftskampagnen in den USA geführt

⁶⁷¹ Für die CDU beschreibt dies: Hennewig, „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“, 169.

werden, sind daher in Deutschland weder möglich noch sinnvoll. Auch aus diesem Grund hinken direkte Vergleiche mit den USA.

Aus der Perspektive der grundgesetzlichen Ordnung ist im Wahlkampf zudem vor allem die Informationskommunikation für die Parteien zwingend. Sie bildet die Basis für eine informierte Wahlentscheidung der Bürger und damit für den Höhepunkt der Ausübung der Staatsgewalt durch den Souverän. Gerade im Bereich der Informationskommunikation haben sich die Ausgangsbedingungen für eine informierte Wahlentscheidung der Bürger durch die Internetangebote der Parteien deutlich verbessert. Nie zuvor konnte die Mehrheit der Bürger mit vergleichsweise geringem Aufwand auf eine so große Bandbreite an Informationen von allen Parteien zugreifen. Theoretisch sollte sich der politische Wille der Wählerschaft also bei Bundestagswahlen heute wirklichkeitsnaher abbilden lassen als zuvor, denn die Breite und Tiefe an Informationen zu Parteien sind insbesondere durch deren eigene Angebote im Vergleich zur Medienwelt vor dem Internet deutlich gewachsen.

Auf Bürgerseite hat sich die Informationskommunikation in Wahlkämpfen durch das Internet jedoch nicht grundsätzlich verändert. Politische Informationen werden online nachgefragt, mit Abstand am meisten genutzt werden aber journalistische Quellen und nicht Angebote vermittelter Parteikommunikation. Die Reichweiten von Parteiangeboten bleiben in der Regel auf die von Lokalzeitungen beschränkt. Wahlen lösen darüber hinaus bisher in den Netzwerkmedien keine starke Nachfrage nach mehr Informationen aus. Lediglich junge Wählerschichten informieren sich bereits hauptsächlich online, auch über Onlineangebote der Parteien.

Die im Vergleich zu kommerziellen Nachrichtenangeboten heute noch geringe Nutzung ihrer Angebote kann den Parteien daher nicht einseitig angelastet werden, denn die Parteien erfüllen den Kern der Wahlkampfkommunikation nach dem Demokratieverständnis des Grundgesetzes: Sie stellen umfassende Informationen zu ihren politischen Positionen bereit.

Mittelfristig müssen die Parteien der Entwicklung des Internets hin zum Metamedium Rechnung tragen und ihre Informationsangebote in Wahlkämpfen noch weiter ausbauen. Jüngere und politikinteressierte Zielgruppen können die Parteien bereits heute vorwiegend online erreichen. Die entsprechenden Angebote gilt es daher auszubauen.

Noch können die Parteien aber nicht allein auf vermittelte Parteikommunikation setzen, sondern sind auf die Vermittlungsleistungen der journalistischen Massenmedien angewiesen.⁶⁷²

Präsentationskommunikation dagegen liegt sozusagen außerhalb des Horizonts der Verfassungsordnung, da das Grundgesetz, der liberalen Demokratietradition folgend, Rationalität als Prämisse politischer Entscheidungen annimmt und weitgehend inhaltslose, affektorientierte Darstellung von Politik oder Politikern nicht berücksichtigt. Eine Intensivierung von Präsentationskommunikation ist allerdings nach den Maßstäben des Grundgesetzes erst dann negativ zu beurteilen, wenn diese absichtlich und gezielt zu Lasten der Informationskommunikation erfolgen würde. Dass diese Form der Kommunikation seitens der Parteien in den Netzwerkmedien generell viel verbreiteter sei als in traditionellen Medien lässt sich allerdings nicht sagen. Vielmehr zeigt die Bestätigung der Normalisierungsthese, dass sich die dominanten medialen Ausdrucksformen in Wahlkämpfen off- und online ähneln.

Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation schließlich sind eindeutig notwendig, da die Parteien ja eine ständige und lebendige Verbindung zwischen Volk und Staat gewährleisten sollen. Beide Kommunikationsmodi sind aber vor allem bei den Funktionen Mitwirkung an der politischen Willensbildung und Rückkoppelung bedeutend. Weder aus dem grundgesetzlichen Demokratieverständnis noch aus dem Verfassungs- und Staatsrecht ergibt sich, dass die Parteien ihren Wahlkampf und die Ausarbeitung ihrer politischen Inhalte über digitale Plattformen organisierten Nicht-Mitgliedern überlassen müssten. Sie können dies tun und in Anbetracht von Dealignment und Mitgliederschwund mag dies auch eine sinnvolle Strategie sein⁶⁷³, sie müssen es aber nicht. Die Onlineangebote der Parteien ermöglichen den Bürgern allerdings bereits eindeutig neue Formen der aktiven Beteiligung an Wahlkämpfen, von kurzfristiger anonymer Beteiligung an Onlinekampagnen bis hin zu internetbasierter Koordination zeitintensiver Unterstützung des Straßenwahlkampfes. Dass die Parteien dabei mehr auf Mobilisierungs- als auf Partizipationsangebote setzen, sollte nicht verwundern, denn Wahlkämpfe werden beherrscht von den Zielen Mobilisierung und Persuasion, um Wählerstimmen zu gewinnen.

⁶⁷² Vgl. Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 142 f.

⁶⁷³ Vgl. Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland*, 229.

Auf Bürgerseite kann von massenhafter Nutzung auch bei Mobilisierungs- und Partizipationsangeboten keine Rede sein. Die Beteiligung in den parteieigenen Onlinenetzwerken oder über kommerzielle Soziale Medien, insbesondere Facebook, Twitter und YouTube, ist gemessen an der Gesamtheit der Wahlberechtigten gering. Zudem scheint die Annahme berechtigt, dass es sich bei vielen, wenn nicht gar der Mehrheit der aktiven Nutzer von Mobilisierungs- und Partizipationsangeboten um Parteimitglieder handelt.

Im Vergleich zu den vergangenen US-amerikanischen Präsidentschaftskampagnen sind die Versuche der deutschen Bundestagsparteien zu Mobilisierung und Partizipation daher sicherlich erfolglos. Allerdings verfügen die deutschen Parteien über feste Mitgliederstrukturen und sind daher für Wahlkampagnen weniger auf die Mobilisierung und Partizipation von Dritten angewiesen.

Legt man das Demokratieverständnis des Grundgesetzes als Maßstab an, ergibt sich zudem eine andere Bewertung. Aus der Perspektive der grundgesetzlichen Ordnung müssen Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation in Wahlkämpfen vor allem die Metafunktion Integration und ihr untergeordnet die Partizipationsfunktion der Parteien erfüllen helfen. Integration bedeutet dabei, dem Bürger die Beteiligung am Prozess der politischen Willensbildung, der eben in Wahlen kulminiert, zu ermöglichen. Partizipation bedeutet insbesondere die Möglichkeit zur, auch sporadischen, Beteiligung an Parteiarbeit. Beides versuchen die Parteien seit 1998 eindeutig. Auch für die bisherige Mobilisierungs- und Partizipationskommunikation der Parteien in Wahlkämpfen lässt sich daher festhalten, dass die Parteien ihrem sich aus der grundgesetzlichen Demokratieordnung ergebenden Auftrag nachkommen.

Viele kritische Urteile in Forschung und Medien dürften daher eher von den ihnen zumindest implizit zugrunde liegenden umfassenden Erwartungen an die Netzwerkmedien motiviert sein, die als utopisch oder zumindest als erinnerungslos bezeichnet werden müssen, als von Erwartungen, die sich aus der grundgesetzlichen Demokratie an die Parteien rechtfertigen lassen. Der Gewinn an kommunikativer Autonomie für Bürger und Parteien wird dabei nicht nur als theoretische Möglichkeit gesehen, wie es diese Arbeit argumentiert, sondern sozusagen als Imperativ der Netzwerkmedien, dessen Nichterfüllung eine Verfehlung bedeutet, für die allein die Parteien verantwortlich zeichnen,

während der eigentlich partizipationswillige Bürger sozusagen mit den falschen Inhalten beliefert wurde.

Eindeutige Kausalitätszuschreibungen sind schwierig. Sicherlich haben die Inhalte der Parteiangebote Auswirkungen auf ihre Nutzung, allerdings lässt sich eben nicht mehr abstreiten, dass sich politisches Interesse und Partizipation online nicht grundsätzlich anders entwickeln als offline. Einseitig den Parteien versäumte Chancen und ungenützte Potenziale vorzuwerfen, wie es auch in der Forschung noch getan wird, ist aber mit Blick auf die Angebots- und die Nutzerseite sowie vor dem Hintergrund der Anforderungen der grundgesetzlichen Demokratie nicht gerechtfertigt.

Die Möglichkeit einer substanziellen Verschiebung kommunikativer Macht durch eine massenhafte Nutzung neuer Informationsquellen oder überwältigende digitale Beteiligung der Bürger an Wahlkämpfen bleibt daher bislang eine theoretische und hat auf die demokratische Ordnung des Grundgesetzes noch keine bedeutenden Auswirkungen. Die Funktion Wahlkampfkommunikation ist im Wandel begriffen, dieser ist aber keinesfalls so einschneidend wie von manchem Beobachter vorhergesagt, sondern eher evolutionär und wird mehr von der Angebotsseite getragen, als durch starke Nachfrage. Die Parteien könnten daher durchaus offensiver mit ihrer internetbasierten Kommunikation in Wahlkämpfen umgehen und ihre Angebote auch gegenüber den journalistischen Medien deutlicher herausstellen, sollten aber auch selbst nicht Hoffnungen auf eine Revolution der Wahlkampfkommunikation wecken.

8.3 Funktion II: Mitwirkung bei der politischen Willensbildung

Die Mitwirkung an der politischen Willensbildung ist die einzige Funktion der Parteien, die das Grundgesetz explizit nennt. Die Parteien müssen dafür eine „ständige Wirksamkeit nach innen [...] und] nach außen“ entfalten. Die politische Willensbildung beschreibt den „Prozeß der Formung Artikulation und Geltendmachung von Bedürfnissen, Interessen und Meinungen“, die das Gemeinwesen betreffen.⁶⁷⁴ Dabei ist die Mitwirkungsfunktion von der Rückkoppelungsfunktion nur idealtypisch als primär proaktive und unidirektionale Kommunikationshandlung zu trennen. Im Vergleich zur Wahlkampfkommunikation sind die Ziele der Mitwirkungsfunktion entsprechend komplexer. Es geht nicht um eine einseitige Beeinflussung der öffentlichen Meinung, damit diese sich den Vorstellungen der Parteien anpasst. Die demokratische Ordnung des Grundgesetzes sieht vielmehr vor, dass die Parteien zu Konvergenz, aber nicht zwingend Kongruenz, zwischen den Meinungen und Absichten der Staatsorgane und denen des Volkes beitragen. Es geht also um eine Vermittlungsleistung. Diese zielt auf die Herstellung von Legitimation. Die Parteien vermitteln Legitimation durch Kommunikation.

Konkret bedeutet diese insbesondere die Kommunikation von politischen Grundsatzalternativen sowie von Lösungsvorschlägen für politische Probleme. In der Realität umfasst die Kommunikation der Parteien zur Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung allerdings alle in Kapitel 7.3 genannten inhaltlichen Dimensionen. Prinzipiell sind alle vier Modi vermittelter Parteikommunikation für die Mitwirkung an der politischen Willensbildung relevant, wobei Partizipationskommunikation als bi- und multidirektionale Kommunikation zwischen Parteien und Bürgern im Rahmen der hier gemachten Unterscheidung von Mitwirkungs- und Rückkoppelungsfunktion der Letzteren zuzuordnen ist.

Die bedeutendsten Veränderungen der Ausgangsbedingungen von Parteikommunikation wurden bereits in Kapitel 8.1 genannt. Für die Mitwirkung an der politischen Willensbildung scheinen zwei Veränderungen aber besonders relevant: Während der

⁶⁷⁴ S. Kapitel 7.5

Einflussnahme der Parteien auf die Medien durch Beteiligungen vom Bundesverfassungsgericht enge Grenzen gesetzt werden⁶⁷⁵, können sie über digital vermittelte Parteikommunikation theoretisch sowohl massenmediale Reichweiten herstellen als auch ihre Zielgruppen präziser erreichen, ohne vergleichbaren Beschränkungen zu unterliegen. Darüber hinaus machen die Aufmerksamkeitslogiken der Netzwerkmedien und die verminderte Bedeutung von Nachrichtenwerten in der Theorie auch Long Tail Politik möglich, das heißt die gezielte Bedienung von Nischeninteressen mit einem Kommunikationsaufwand, den der mögliche Nutzen rechtfertigt. Die Netzwerkmedien bieten den Parteien daher gute Ausgangsbedingungen zur Mitwirkung an der politischen Willensbildung.

Die Kanäle der vermittelten Onlinekommunikation, die von den Parteien zur Mitwirkung an der politischen Willensbildung genutzt werden, sind grundsätzlich die gleichen wie die der Wahlkampfkommunikation. Den Ausgangspunkt auf der Bundesebene bilden die Websites der Parteien. Ergänzend kommen Projektwebsites hinzu sowie die parteieigenen sozialen Netzwerke, die inzwischen nicht nur in Wahlkämpfen betrieben werden. Darüber hinaus kommunizieren die Parteien über die Sozialen Medien. In jüngerer Zeit werden auch mobile Angebote in Form von Apps eingesetzt.

Wie bereits angemerkt ist die vermittelte Parteikommunikation außerhalb von Wahlkämpfen, im Gegensatz zu der während Wahlkämpfen, allerdings kaum Gegenstand der Forschung geworden.⁶⁷⁶ Längsschnittstudien, die Strukturen und Inhalte der Parteiwebsites außerhalb von Wahlkämpfen untersuchen, liegen nicht vor. Gleichwohl lässt sich über das Internet Archive überblicksartig auf das historische Angebot der Bundestagsparteien zugreifen. Eine fortlaufende Übersicht über die Themen, die auf den Parteiwebsites kommuniziert werden, und zur Verständlichkeit des Angebots bietet zudem der „Politmonitor“ der Universität Hohenheim.⁶⁷⁷

⁶⁷⁵ Vgl. BVerfG, 2 BvF 4/03 vom 12.3.2008

⁶⁷⁶ Ebenfalls vergleichsweise übersichtlich, aber immerhin etwas umfangreicher ist der Forschungsstand zur Onlinekommunikation von Bundestagsabgeordneten auch abseits von Wahlkämpfen. S. etwa Thomas Zittel, *Mehr Responsivität durch neue digitale Medien?: Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten in Deutschland, Schweden und den USA* (Baden-Baden: Nomos, 2010); Jens Tenscher und Laura Will, „Abgeordnete online? Internetaktivitäten und -bewertungen der Mitglieder des Deutschen Bundestages“, *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 3 (2010): 504.

⁶⁷⁷ Die im Dezember 2012 erfasste Periode war Juli 2009 bis juni 2012 „PolitMonitor“, o. J., <https://www.uni-hohenheim.de/politmonitor/start.php>.

Die Bundestagsparteien gingen 1995 bis 1996 online. Ihre Websites entwickelten sich rasch zu umfangreichen Portalen mit Angeboten für Parteimitglieder wie für Nicht-Mitglieder.⁶⁷⁸ Ergänzend kamen bald die Angebote der Bundestagsfraktionen sowie von Mitgliedern des Bundestags hinzu, von denen die Mehrheit allerdings erst Anfang der 2000er Jahre online war.⁶⁷⁹

Ebenfalls seit Anfang der 2000er Jahre sind Projekt- oder themenspezifische Internetangebote zu beobachten. Dazu zählen etwa virtuelle Parteitage, die ausführliche Onlinebegleitung und -dokumentation von realen Parteitagen sowie Projektseiten, die etwa die Grünen bereits im Jahr 2000 zur Debatte über ihr Grundsatzzprogramm testeten.⁶⁸⁰

Alle Bundestagsparteien bieten 2013 auf ihren Websites umfangreiche Informations-, Präsentations- sowie Mobilisierungs- und Partizipationsangebote. CDU und FDP unterhalten neben den Websites der Bundesparteien zudem noch sogenannte Portalseiten, die aber in Struktur und Inhalt nicht über die anderen Parteiangebote hinausgehen.⁶⁸¹

In Strukturen und Inhalten ähneln sich die Angebote aller Bundestagsparteien. Zum Standardumfang gehören selbstreferenzielle Informationen zur Partei als Organisation, das heißt zu Geschichte, Struktur, Personal u. a.; aktuelle Informationen und Pressemitteilungen; inhaltliche Positionen zu politischen Themen auf polit-ideologischer wie auf sachlicher Ebene; Serviceangebote wie Terminübersichten oder Newsletter; Mobilisierungsangebote wie Spenden oder Onlineaktionen sowie Partizipationsangebote und umfangreiche Verlinkungen auf andere Angebote der Partei, insbesondere auf die Parteinetzwerke sowie ihre Kanäle in den Sozialen Medien.

⁶⁷⁸ Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, 554 ff.

⁶⁷⁹ Vgl. Bilgeri, Lamatsch, und Siedschlag, „Wahlkampf im Internet – Erfahrungen, Lehren, Perspektiven“, 16; Alexander Bilgeri, David Rose, und Christoph Leischwitz, „Im Auftrag des ganzen Web-Volkes! politikerscreen.de teste die Homepages der Bundestagsabgeordneten zum zweiten Mal“, in *Kursbuch Internet und Politik 2003*, hg. von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004), 94.

⁶⁸⁰ Eine Übersicht früher Angebote bietet Hebecker, „Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage“, 242 – 251; vgl. auch Bieber, „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“, 563.

⁶⁸¹ „Christlich Demokratische Union Deutschlands“, o. J., <http://www.cdu.de/index.htm>; „Christlich Demokratische Union Deutschlands - die zentrale Internetplattform der CDU, der Volkspartei der Mitte.“, o. J., <http://www.cdu.de/portal2009/indexportal.htm>; „Freie Demokratische Partei (FDP) - Die Liberalen“, o. J., <http://www.fdp.de/>; „Portal Liberal - FDP, FDP-Fraktion, Stiftung für die Freiheit -“, o. J., <http://www.liberale.de/>.

Parteieigene Vernetzungsplattformen, die auch Nicht-Mitgliedern offen stehen, wurden im Wahlkampf 2009 erstmals von allen Parteien eingesetzt. Inzwischen betreiben alle Bundestagsparteien solche Angebote auch außerhalb von Wahlkämpfen, allerdings gibt es erhebliche Unterschiede in Bezug auf den Funktionsumfang. „CDUplus“ steht Parteimitgliedern und Nicht-Mitgliedern offen. Erstere erhalten automatisch einen erweiterten Funktionsumfang. Die Plattform bietet auch Nicht-Mitgliedern umfangreiche Möglichkeiten personalisierbarer Informationskommunikation, Mobilisierungs- und Partizipationselemente wie Mitgliederwerbekampagnen oder thematische Diskussionen sind ebenfalls vorhanden. Darüber hinaus betreibt die CDU auch das „teAM Deutschland“ als Kampagnenplattform für Wahlkämpfe weiter, die Nutzern von „CDUplus“ ohne erneute Registrierung offensteht.⁶⁸² Bei der CSU stehen Nicht-Mitgliedern zwei Optionen offen. Die Registrierung auf csu.de, die praktisch keine zusätzlichen Funktionalitäten gegenüber dem unregistrierten Websitebesuch bietet, oder die Mitgliedschaft bei „CSUnet“. „CSUnet“ ist ein „als Arbeitskreis organisierter virtueller Verband“, der sich vorwiegend um netzpolitische Themen kümmern soll. Mitglieder müssen nicht Parteimitglieder der CSU sein, allerdings bei der Registrierung versichern, nicht Mitglied einer anderen Partei zu sein und dem Bankeinzug einer Jahresgebühr in Höhe von 20 Euro zustimmen.⁶⁸³ „CSUnet“ kann man daher als Quasi-Mitgliedernetzwerk bezeichnen. Die SPD hat ihr im Wahlkampf 2009 aktives Unterstützernetzwerk „meineSPD.net“ 2011 geschlossen und stattdessen „Mein Bereich“ auf spd.de gestartet. Wie bei der CDU steht dieser Bereich Parteimitgliedern und Nicht-Mitgliedern zur Verfügung, wobei der Funktionsumfang automatisch angepasst wird. Im Vordergrund steht personalisierte Informationskommunikation.⁶⁸⁴ Bei den Grünen ist „Meine Kampagne“ zur Koordination von Unterstützern seit dem Wahlkampf 2009 in die Parteiwebsite gruene.de integriert. Der Fokus des Tools liegt auf personalisierter Information und Mobilisierungsangeboten online wie offline.⁶⁸⁵

⁶⁸² „Startseite | CDUplus“, Dezember 2012, <https://www.cduplus.cdu.de/>.

⁶⁸³ „Ihre Vorteile Mitglied im CSUnet - csu.de“, Dezember 2012, <https://www.csu.de/csunet/registrieren.htm?EprSecureRedir=1>; CSU, *Geschäftsordnung CSUnet*, 12. September 2011,

https://www.csu.de/dateien/csunet/oefentlich/dokumente/Geschaeftsordnung_FINAL.pdf.

⁶⁸⁴ „Mein Bereich | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, Dezember 2012, https://www.spd.de/Mein_Bereich/Personliche_News/?openreg=true; „Weiterentwicklung nach dem Relaunch | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, 10. Dezember 2010, http://www.spd.de/aktuelles/5016/20101011_weiterentwicklung_nach_dem_relaunch.html.

⁶⁸⁵ „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Mitmachen, Anmelden, Datenschutz“, 24. September 2012, <http://www.gruene.de/meine-kampagne/mitmachen-anmelden-datenschutz.html>; vgl. auch Heinrich, „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“, 176.

„meine freiheit“ der FDP ähnelt im Aufbau von allen Angeboten am stärksten einem Sozialen Netzwerk und rückt dementsprechend Vernetzung und Diskussionen von Mitgliedern in den Vordergrund, Mobilisierungs- und Partizipationsangebote der Partei gibt es aber auch.⁶⁸⁶ Die Linke verfügte mit „linksaktiv“ ebenfalls über eine Mitglieder- und Unterstützerplattform, die Informations-, Mobilisierungs- und Partizipationsangebote umfasste, aber inzwischen nicht mehr weiter betrieben wird.⁶⁸⁷

In den sozialen Medien sind die Bundestagsparteien ebenfalls auf unterschiedlichen Kanälen aktiv. Auf Facebook sind alle Bundestagsparteien sowie die Bundestagsfraktionen vertreten. Es ist das mit Abstand populärste Soziale Netzwerk in Deutschland mit inzwischen mehr als 25 Millionen registrierten Nutzern.⁶⁸⁸ Die VZ-Netzwerke haben seit 2009 deutlich an Bedeutung verloren, die Parteien unterhalten dort zwar weiterhin Profile, von den Parteiwebsites sind diese aber, mit Ausnahme der CDU, nicht mehr verlinkt. Die YouTube-Kanäle gehören dagegen nach wie vor zum Standardangebot aller Parteien. Neu hinzugekommen ist seit dem Wahlkampf 2009 bei allen Parteien das Soziale Netzwerk Google+. Auf dem Microblogging-Dienst Twitter sind ebenfalls alle Parteien vertreten. Hinzu kommen bei einigen Parteien der Foto-Sharing-Dienst Flickr, das foto-basierte Soziale Netzwerk Pinterest und das Geschäftsnetzwerk Xing.

Umfangreiche inhaltsanalytische Studien im Längs- oder Querschnitt zur Nutzung Sozialer Medien durch die Parteien außerhalb von Wahlkämpfen liegen nicht vor.⁶⁸⁹ Einen Indikator über die Aktivität der Parteien bietet allerdings die bereits genannte Studie zum Wahlkampf 2009, für die bis zum Sommer 2010, also knapp ein Jahr über die Bundestagswahl hinaus, ein „Social Media Score“ gebildet wurde. Nach dieser Analyse ging die Aktivität aller Bundestagsparteien nach der Wahl zunächst merklich zurück, neue Inhalte wurden seltener eingestellt. Mit Beginn des neuen Jahres zogen die Aktivitäten aber wieder an, in Verbindung mit gestiegenen Unterstützerzahlen ergab sich so bei allen Parteien knapp ein Jahr nach der Wahl eine Steigerung ihrer „Social Media Scores“

⁶⁸⁶ „meine freiheit“, Januar 2013, <https://network.meine-freiheit.de/about>.

⁶⁸⁷ „Linksaktiv.de“, 7. Dezember 2011,

<http://web.archive.org/web/20111207183301/http://linksaktiv.de/linksaktiv/pg/expages/read/Help>.

⁶⁸⁸ „Facebook hat in Deutschland mehr als 25 Millionen User“, *heise online*, 14. Februar 2013, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-hat-in-Deutschland-mehr-als-25-Millionen-User-1803867.html>.

⁶⁸⁹ Im Gegensatz dazu liegen etwa für Bundestagsabgeordnete Untersuchungen vor, etwa Miriam Meckel u. a., *Politiker im Netz. Der Social Media Activity Index 2011 des 17. Deutschen Bundestags. Zwischenbericht* (St. Gallen, 2011).

gegenüber den Werten während der Wahl.⁶⁹⁰ Die gestiegene Bedeutung von Facebook verdeutlicht die Studie ebenfalls.⁶⁹¹

In ihren Strukturen ähnelt sich die Kommunikation der Parteien und Fraktionen in den Sozialen Netzwerken. Von der potenziellen und tatsächlichen Reichweite am bedeutendsten ist zurzeit Facebook, wie auf der Bürgerseite noch ausgeführt wird. Dementsprechend wird dieses von allen Parteien intensiv genutzt. Inhaltlich dominiert bei allen Parteien Informationskommunikation. Oft werden die in der massenmedialen Agenda vorherrschenden Themen aufgegriffen. Alle Parteien kommunizieren aber auch Themen und Anlässe, die nicht den Nachrichtenwertest journalistischer Massenmedien bestehen würden, etwa Serviceinformationen, wie Hinweise auf Veranstaltungen oder mediale Berichterstattung, multimediale Dokumentationen von Parteiveranstaltungen oder vertiefenden Informationen zu politischen Themen. Mobilisierungs- und Partizipationsangebote werden gelegentlich auch gemacht, so wird etwa zu Unterstützung von Onlinekampagnen aufgerufen oder auf Beteiligungsprojekte verwiesen. Von den Nutzern werden die Posts der Parteien regelmäßig kommentiert, mehrere Hundert Beteiligte sind dabei allerdings genauso selten wie eine aktive Beteiligung der Parteien an entstehenden Diskussionen. Ebenfalls deutlich auf Informationskommunikation ausgerichtet sind die Twitterprofile und YouTube-Kanäle der Bundesparteien und der Fraktionen, wobei auf YouTube auch Unterhaltungsformate eingestellt werden.

Wie die Wahlkampfkommunikation hat sich auch die Erfüllung der Mitwirkungsfunktion eindeutig verändert. Die Mitwirkung wurde hier als proaktive, unidirektionale Kommunikationshandlung definiert, während die im nächsten Kapitel zu diskutierende Rückkoppelungsfunktion zwingend einen mehrdirektionalen Austausch zwischen Parteien und Bürgern voraussetzt. Die Parteien nutzen die Möglichkeiten der Onlinekommunikation, um am Prozess der politischen Willensbildung teilzunehmen. Sie kommunizieren dabei nicht nur ihre Positionen, sondern dokumentieren auch die Parteiarbeit in weit größerem Ausmaß als dies journalistische Massenmedien tun. Die Parteien kommen damit ihrem grundgesetzlichen Auftrag nach. Ob sie aber durch ihre Angebote

⁶⁹⁰ Unger, *Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei der Bundestagswahl 2009*, 137 – 143.

⁶⁹¹ Ebd., 136.

zu Legitimation durch Kommunikation beitragen, hängt auch von deren Nutzung durch die Bürger ab.

Internetbasierte Willensbildung der Bürger

Um direkte Effekte der internetbasierten Parteiangebote aufzuzeigen, müssten Zusammenhänge zwischen deren Nutzung und politischen Einstellungen und Meinungen von Bürgern nachgewiesen werden. Entsprechende Studien liegen für Deutschland nicht vor. Da die Wirkungsmechanismen von Onlinekommunikation sowohl auf politisches Wissen als auch „auf politische Einstellungen und politisches Verhalten“ im Gegensatz zum Fernsehen oder zu Printmedien noch kaum etabliert sind, dürften kausale Zusammenhänge auch mittelfristig kaum zu ermitteln sein.⁶⁹²

Für die grundgesetzliche Demokratie relevant wären jedoch bereits andere Effekte. Ausgangspunkt der politischen Willensbildung sind politische Informationen. Würden sich die Bürger über Politik online etwa ausschließlich aus Parteiquellen informieren, stünde dies in klarem Widerspruch zum Auftrag der Parteien an der Willensbildung des Volkes mitzuwirken, aber diese nicht einseitig zu dominieren. Die Willensbildung vollzöge sich dann kaum noch „vom Volk zu den Staatsorganen“.⁶⁹³ Im Sinne der Demokratie des Grundgesetzes muss daher geprüft werden, ob die Willensbildung der Bürger überhaupt online stattfindet und falls ja, wie sie sich vollzieht. Dazu muss beachtet werden, wie die Bürger Angebote politischer Akteure und insbesondere der Parteien nutzen sowie wie sich ihr Onlineinformationsverhalten allgemein gestaltet.

Die Angebote politischer Akteure befinden sich in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Internetnutzer auch, was die politische Meinungs- und Willensbildung

⁶⁹² Zu politischem Wissen s.: Jürgen Maier, „Was die Bürger über Politik (nicht) wissen – und was die Massenmedien damit zu tun haben – ein Forschungsüberblick“, in *Politik in der Mediendemokratie*, hg. von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009), 404; Belege für positive Effekte von Onlinekommunikation auf politisches Wissen hat u.a. folgende Studie aus den USA gefunden: Kajsa E. Dalrymple und Dietram A. Scheufele, „Finally Informing the Electorate? How the Internet Got People Thinking about Presidential Politics in 2004“, *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, Nr. 3 (2007): 100; zu Einstellungen und Verhalten s.: Sarcinelli, „Medien und Demokratie“, 304.

⁶⁹³ Vgl. Kapitel 6.2

angeht. Die umfangreichsten Daten zur Entwicklung der Nutzung von Angeboten politischer Akteure bietet die Studie *Bürger online*. Sie zeichnet die Nutzungsentwicklung in Ausschnitten seit 2002 nach. Die Nutzung von Parteiangeboten wurde nicht im Längsschnitt erfasst, dafür aber der Besuch von Politikerwebsites sowie die „Anforderung von politischem Informationsmaterial“, die auch an Parteien gerichtet sein konnte.⁶⁹⁴

Bemerkenswert an den Ergebnissen ist, dass der Besuch politischer Websites im Befragungszeitraum von 2002 bis 2009 kaum populärer wurde. Zwar ergab sich eine absolute Steigerung von knapp 11 auf gut 18 Prozent der Bevölkerung zwischen 16 bis 69 Jahren. Der relative Anteil der Onliner blieb aber weitgehend konstant und pendelte seit 2002 mit wenigen Punkten um 25 Prozent, im letzten Jahr der Erhebung lag er bei 29 Prozent. Selbst unter den Jüngeren Onlinern (16 bis 29 Jahre) nutzen 2009 prozentual nicht signifikant mehr Personen Politikerwebsites als 2002.⁶⁹⁵ Die Anforderung politischen Informationsmaterials über das Internet blieb ebenfalls konstant. Über den Erhebungszeitraum gaben rund 10 Prozent der Befragten an, aktiv politische Informationen von Parteien oder anderen angefordert zu haben. Unter den Internetnutzern waren diese Werte etwas höher.⁶⁹⁶

Selbst in Wahlkämpfen, in denen man von einem gesteigerten Interesse der Bürger an Politik ausgehen können sollte, sind die Zugriffszahlen auf Parteiwebsites niedrig, wie das vorangegangene Kapitel gezeigt hat. Außerhalb von Wahlkämpfen ist dies nicht grundsätzlich anders. Öffentlich zugängliche Reichweitenvergleiche belegen für alle Parteien sehr geringe Reichweiten, die im Normalfall bei mehreren Zehntausend Unique Users, also individuellen Besuchern, im Monat liegen dürften.⁶⁹⁷ Dies bestätigen etwa die

⁶⁹⁴ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 119, 123; Der Wortlaut der entsprechenden Fragen ist hier dokumentiert: „Fragenbögen und Daten der Erhebungen 2002-2009“, November 2012, <http://www.tu-ilmeneu.de/empk/forschung-research/politische-kommunikation/politische-online-kommunikation/fragenboegen-und-daten-der-erhebungen-2002-2009/>.

⁶⁹⁵ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 120, 122.

⁶⁹⁶ Ebd., 132.

⁶⁹⁷ Wie oben bereits erwähnt werden die Reichweiten von Webportalen und journalistischen Angeboten werden im Rahmen kommerzieller Rankings für Onlineangebote ermittelt und sind dadurch öffentlich zugänglich und vergleichbar, insbesondere von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., <http://www.ivw.eu> und die Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung, <http://www.agof.de>. Die Websites der Parteien werden von diesen Rankings nicht erfasst. Als relativ zuverlässige öffentliche Quelle galt der Google Ad Planner, der jedoch seit einem Relaunch 2012 entsprechende Daten nicht mehr liefert. Hier wurde daher auf Daten des verbreiteten Dienstes Alexa zurückgegriffen, die aufgrund methodischer Limitation aber lediglich einen groben Näherungswert darstellen, <http://www.alexa.com>.

Angaben der Grünen, deren Website monatlich „zwischen 40.000 und 50.000“ Unique Users verzeichnet.⁶⁹⁸

Im Vergleich dazu sind die Reichweiten der von den Bürgern als populäre Quellen für Informationskommunikation und politische Willensbildung genannten Portalseiten und Internetangebote der Presse deutlich höher, selbst wenn man beachtet, dass dort nicht nur politische Informationen abgerufen werden. So verzeichnet das populärste Portal, T-Online.de, über 25 Millionen Unique Users im Monat, die meist genutzten journalistischen Angebote, BILD.de und Spiegel Online jeweils über 12 Millionen.⁶⁹⁹ Relativ zu den wichtigsten Medien für die Meinungsbildung spielen die Angebote der Parteien daher noch keine bedeutende Rolle.

Die Unterstützerzahlen der Parteien in den Sozialen Netzwerken für den Wahlkampf 2009 wurden bereits genannt, damals konnten die Bundestagsparteien einige Tausend Fans auf Facebook vorweisen, auf Twitter noch weniger. Vergleicht man dies mit aktuelleren Zahlen, wird deutlich, dass die Dynamik der Entwicklung überschaubar ist. So haben SPD und die Grünen mit jeweils rund 35.000 nominal die meisten Unterstützer auf Facebook, gefolgt von der CDU mit gut 26.000 „Gefällt Mir“-Angaben, FDP und die Linke kommen auf jeweils um die 20.000, die CSU auf knapp 10.000. Auf Google+ unterstützen jeweils zwischen 20.000 und 30.000 Nutzer CDU, FDP, die Grünen und die Linke, gut 5.000 die SPD und unter 1.000 die CSU. Die meisten Followers auf Twitter haben die Grünen mit rund 56.000 Followers, gefolgt von der SPD mit gut 33.000, der CDU mit knapp 28.000 sowie FDP und Linken mit jeweils knapp 9.000.⁷⁰⁰

Selbst wenn man die Unterstützerzahlen von Spitzenvertretern der Parteien einbezieht, ergäben sich keine großen Steigerungen. Mit der Ausnahme der Bundeskanzlerin Angela Merkel mit knapp 240.000 Facebook Fans hat das Spitzenpersonal der Parteien durchweg nur einige Tausend Unterstützer. Zieht man zum Vergleich wieder die beiden führenden journalistischen Onlineangebote heran, wird deutlich, dass die Parteien keine

⁶⁹⁸ Diese Zahlen gab die Pressestelle der Grünen im April 2013 auf Anfrage an. Überprüfbare exakte Daten sind hier wie gesagt nicht zu ermitteln. So gab die Linke ebenfalls auf Anfrage „250.000 Besucher im Monat“ an, wobei damit keine Unique Users gemeint sind. Rechnet man mit einigen Mehrfachbesuchern, wird die Schätzung von mehreren Zehntausend Unique Users bestätigt. Die FDP erhebt nach eigenen Angaben keine Unique Users und gibt durchschnittlich 2,5 Millionen Seitenaufrufe für die Website fdp.de an. Rechnet man wiederum Mehrfachbesucher sowie mehrfache Aufrufe einzelner Webpages auf fdp.de heraus, scheinen mehrere Zehntausend Unique Users auch für fdp.de nicht implausibel. SPD, CDU und CSU gaben vergleichbare Daten auf Anfrage nicht heraus.

⁶⁹⁹ Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., *AGOF internet facts 2013-01*.

⁷⁰⁰ Stand: März 2013.

breite Unterstützung in den wichtigen Sozialen Medien erfahren. So hat BILD über 877.000 Facebook Fans und rund 135.000 Twitter Followers, Spiegel Online knapp 300.000 Fans und der Kanal für Topmeldungen des Spiegels (@Spiegel_Top) rund 170.000 Followers.⁷⁰¹

Die YouTube-Kanäle der Parteien sind von massenhaften Reichweiten ebenfalls weit entfernt. Zwar kommen die Kanäle von CDU, SPD und Grünen auf jeweils weit über zwei Millionen Videoaufrufe, Die Linke auf 1,2 Millionen und die CSU auf knapp unter 900.000, die Kanäle wurden aber bereits zwischen 2006 und 2008 eingerichtet, so dass sich diese Zahlen relativieren.⁷⁰²

Auch die parteieigenen Netzwerke, die im Wahlkampf 2009 erstmals von allen Parteien eingesetzt wurden, stoßen nicht auf massenhafte Resonanz im politischen Alltag. Hier kann man im besten Falle von einigen Zehntausend registrierten Nutzern ausgehen, von denen allerdings ein hoher Anteil Parteimitglieder sein dürfte. So legen die rund 30.000 registrierten Nutzer der Plattformen des „teAMs“ in den Wahlkämpfen 2005 und 2009 nahe, dass auch „CDUplus“ im besten Falle bei einigen Zehntausend Nutzern liegt. Auch „Mein Bereich“ auf spd.de dürfte hier kaum eine Ausnahme darstellen, zumal das Vorgängernetzwerk erst 2011 eingestellt wurde. Auf „Meine Kampagne“ der Grünen sind aktuell rund 15.000 Personen registriert. Die FDP, deren Netzwerk an längsten besteht, gibt rund 56.000 noch über „my.fdp.de“ registrierte Benutzer an, die das neue Netzwerk „meine freiheit“ jedoch auch nutzen können und 3.000 aktive Nutzer für ebendieses.⁷⁰³

Neben der Nutzung der Angebote von politischen Akteuren und Parteien ist auch das allgemeine Informationsverhalten der Bürger für die Mitwirkung an der Willens- und Meinungsbildung im Sinne des Grundgesetzes relevant. Wie Kapitel 8.1 gezeigt hat, wird das Internet als Informations- und Nachrichtenmedium genutzt, gerade von Jüngeren. Die bereits erwähnte Studie *Bürger online* konstatiert eine leichte Mobilisierungswirkung des

⁷⁰¹ Stand: März 2013.

⁷⁰² Vgl. dazu Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 122 ff.

⁷⁰³ CDU, CSU und SPD gaben auch auf Anfrage keine entsprechenden Daten heraus. Die Daten für die Grünen und die FDP beruhen auf Antworten der jeweiligen Pressestellen im April 2013. Die Linke hat ihr Netzwerk wie erwähnt eingestellt, gibt aber für das Offlinenetzwerk zur Bundestagswahl, „Linksaktiv 2013“ 1.400 Personen an, die sich auch online registrieren konnten. Davon allerdings nur circa. 10 Prozent Nicht-Mitglieder.

Internets im Bereich der Informationskommunikation, da jüngere Altersgruppen entsprechende Angebote zu nutzen beginnen und bestehende Nutzer ihre Nutzung intensivieren. Die Onlineangebote klassischer Massenmedien spielen dabei jedoch eine weitaus wichtigere Rolle als nutzergenerierte Inhalte oder die Angebote politischer Akteure.⁷⁰⁴ Im Hinblick auf Jugendliche bestätigen die ARD/ZDF-Onlinestudien sowie die Internetstrukturdaten der Forschungsgruppe Wahlen diese Ergebnisse.⁷⁰⁵

Wird direkt nach den Quellen der politischen Meinungsbildung gefragt, spielt das Internet ebenfalls eine wichtige Rolle. Zwar wird insgesamt das Fernsehen mit Abstand am meisten als Informationsquelle für die politische Meinungsbildung genannt (von knapp 68 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren), gefolgt von Zeitungen und Radio. Internetangebote werden aber bereits von rund 27 Prozent der Bevölkerung als Quelle genannt. Bei den Jüngeren, in diesem Fall den 14-bis 29-Jährigen, wird das Internet sogar von etwa mehr als der Hälfte der Befragten als Quelle genannt und liegt damit nur knapp hinter dem Fernsehen mit 58 Prozent.⁷⁰⁶ Für die Quellen der politischen Meinungsbildung im Internet wiederholt sich im Wesentlichen die Tendenz der allgemeinen Informationsnutzung online, unter den genannten Onlinequellen sind Webportale, die Suchmaschine Google und die Onlineangebote von Pressemedien führend.⁷⁰⁷

Insgesamt hat die Verbreitung des Internets in Deutschland nicht zu einer deutlich gestiegenen Nutzung politischer Informationen geführt. Auch die Kräfteverhältnisse zwischen institutionalisierten journalistischen Massenmedien und nutzergenerierten Inhalten haben sich nicht komplett verschoben. Ebenso wenig ist die von manchen befürchtete Zersplitterung der Öffentlichkeit eingetreten, anstelle von hochgradig personalisierten Informationsströmen im Sinne des Mitte der 1990er Jahre vorhergesagten „Daily Me“ sind die Angebote journalistisch-institutionalisierter Medien auch online dominierend.⁷⁰⁸

Für die Mitwirkungsfunktion bestätigt sich die Tendenz, die sich auch beim Informationsverhalten der Bürger während Wahlkämpfen gezeigt hat. Politische Informationen

⁷⁰⁴ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 115, 301.

⁷⁰⁵ van Eimeren und Frees, „Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.“, 343; Forschungsgruppe Wahlen e.V., *Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2012*.

⁷⁰⁶ Uwe Hasenbrink und Jan-Hinrik Schmidt, „Medienübergreifende Informationsrepertoires“, *Media Perspektiven* 1 (2013): 6.

⁷⁰⁷ Ebd., 7 – 9.

⁷⁰⁸ Negroponte, *Being Digital*; Sunstein, *Republic.com 2.0*, 4. Vgl. dazu Kapitel 5.2.

zur Meinungs- und Willensbildung werden online intensiv genutzt, aber die wichtigsten Quellen sind die Onlineangebote journalistischer Anbieter, die bereits offline etabliert waren. Die Angebote der Parteien spielen dagegen eine untergeordnete Rolle.

Mitwirkung im Wettbewerb

In der liberalen Demokratietradition, in der die demokratische Ordnung des Grundgesetzes steht, ist der Widerstreit einer Vielzahl legitimierter Partikularinteressen nicht nur geduldet, sondern erwünscht, er ist der Wesenskern des demokratischen Prozesses.⁷⁰⁹ Die Parteien haben in diesem Widerstreit für eine gewisse Ordnung zu sorgen, allerdings mit dem Ziel eines Ausgleichs von Interessen, nicht der Herstellung von Kongruenz. Sie stellen damit insbesondere die gefühlte Legitimation des politischen Systems sicher. Die Mitwirkung an der politischen Willensbildung ist daher eine der wichtigsten, wenn nicht die wichtigste Funktion der Parteien in der Demokratie des Grundgesetzes und in Artikel 21 explizit festgehalten. Nach Paragraph 1 des Parteiengesetzes müssen die Parteien dieser Aufgabe nachkommen, „indem sie insbesondere auf die Gestaltung der öffentlichen Meinung Einfluss nehmen [und] die politische Bildung anregen und vertiefen.“ Die Erfüllung dieser Funktion ist wesentlich dafür, dass die Parteien zur Legitimation des politischen Systems durch Kommunikation beitragen. Dafür müssen sie ihre Positionen, sowohl die grundsätzlicher Art als auch die zu konkreten politischen Problemen, an die Bürger kommunizieren.

An dieser Funktionszuschreibung hat das Internet nichts geändert. Geändert haben sich allerdings die kommunikativen Möglichkeiten, die den Parteien im Zeitalter der Netzwerkmedien zur Verfügung stehen. Während der unvermittelten und der vermittelten Parteikommunikation zuvor enge Grenzen gesetzt waren, insbesondere durch ein Rundfunkverbot, steht den Parteien im Zeitalter der Netzwerkmedien eine Vielzahl an Kanälen bereit, die bis jetzt keiner Beschränkung unterliegen. Wie dieses und das vorangegangene Kapitel zur Wahlkampfkommunikation gezeigt haben, sind die Veränderungen in der

⁷⁰⁹ Vgl. Kapitel 4.2 und Kapitel 6.2.

Praxis allerdings differenzierter zu betrachten. Für die massenhafte Verbreitung politischer Inhalte sind die Parteien weiterhin auf journalistische Medien angewiesen.

Ein neuer Optionsraum hat sich den Parteien dennoch eröffnet. Dieser wird auch genutzt. Dabei setzen die Parteien nicht nur auf klassische Pull-Medien wie Websites, sondern auch auf Soziale Medien. Sofern die Nutzer in diesen Medien dazu bewogen werden können, den Parteikanälen zu folgen, also etwa Fan auf Facebook oder Follower auf Twitter zu werden, gelangen politische Informationen im Push-Modus, also ohne jeweils individuellen Abruf durch den Nutzer, in mediale Kontexte, in denen sie früher nicht wahrgenommen wurden. So kann Parteikommunikation beispielsweise in den allgemeinen Kommunikationsfluss auf Facebooks Newsfeed eingebunden werden und neben den Updates persönlicher Freunde des Nutzers erscheinen. Diese Veränderung scheint dabei kleiner als sie ist, denn dadurch gewinnt Parteikommunikation die Chance, sich tiefer in den kommunikativen Alltag der Rezipienten zu integrieren als dies zuvor möglich war.

Das Inhaltsspektrum von Parteikommunikation ist ebenfalls betroffen. Über online-basierte vermittelte Parteikommunikation werden nicht nur diejenigen politischen Inhalte oder Personalthemen kommuniziert, die den Nachrichtenwerttest journalistischer Medien bestehen würden, sondern politische und Personalthemen sowie selbstreferenzielle Inhalte auf allen Ebenen. Damit liefert vermittelte Parteikommunikation sowohl eine größere Breite an Informationen als auch eine größere Tiefe an Details als jemals zuvor. Den Bürgern bietet sich damit theoretisch ganz im Sinne des Grundgesetzes eine einfache und bequeme Möglichkeit, sich ausführlich mit den politischen Positionen, aber auch mit der alltäglichen Arbeit von Parteien zu beschäftigen und diese in ihre politische Meinungsbildung einfließen zu lassen.

Der Blick auf die Bürgerseite bestätigt aber die Tendenz, die sich bereits beim Informationsverhalten der Bürger während Wahlkämpfen gezeigt hat. Politische Informationen werden online nachgefragt, die Angebote journalistischer Anbieter sind dennoch weitaus häufiger genutzte und deutlich reichweitenstärkere Quellen als die Angebote von Politikern und speziell der Parteien.

Während sich also die Mitwirkungsfunktion der Parteien auf der Angebotsseite deutlich verändert hat und die Parteien ihren kommunikativen Aufgaben auch über die

Netzwerkmedien nachkommen, sind die Auswirkungen auf der Nachfrageseite noch überschaubar. Aus der Perspektive der grundgesetzlichen Demokratie ist dies allerdings nicht negativ zu bewerten, denn das Grundgesetz sieht lediglich eine Mitwirkung der Parteien bei der politischen Willensbildung vor. Würden statt journalistischer Angebote vorwiegend die der Parteien genutzt, wäre dies nicht im Sinne der grundgesetzlichen Mitwirkungsfunktion.

Im politisch-medialen Raum sieht das Demokratieverständnis des Grundgesetzes die Parteien in einem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Bürger mit anderen Akteuren der Interessenartikulation, wie Verbänden oder Bürgerinitiativen. Die Entwicklung des Internets hin zum Metamedium wird diesen Wettbewerb allerdings dramatisch verschärfen, denn der politisch-mediale Raum, der sich früher etwa in Fernsehnachrichten oder Zeitungen verhältnismäßig klar abgrenzen ließ, wird nun Teil eines Raums, über den beinahe alle medialen Bedürfnisse gedeckt werden können, der eine schier unendliche Menge medialer Inhalte einfach zugänglich macht und in dem Politik sozusagen direkt neben ‚Unterhaltung‘ liegt. In einer Gesellschaft, die von Erlebnisorientierung gekennzeichnet ist und in der für die Wenigsten die Rezeption von Parteikommunikation als Erlebnis gelten kann, ist das eine potenziell äußerst demokratierelevante Entwicklung.⁷¹⁰

Für die Parteien scheint es daher geboten, Strategien zu entwickeln, die sicherstellen, dass ihre Angebote online wahrgenommen werden. So lange institutionalisierte journalistische Medien auch online die dominierende Rolle auf dem Markt für politische Informationen spielen, deren regulative Regeln von vielen Inhalten von Parteikommunikation erfüllt werden, das heißt, die regelmäßig über Inhalte der Parteien berichten, kann die vermittelte Parteikommunikation jedoch nur Ergänzung sein. Noch deutet wenig darauf hin, dass sich dies bald und grundsätzlich ändert. Genauso wenig ist davon auszugehen, dass durch die Nutzung des Internets eine signifikante Steigerung an politischem Interesse verbunden mit höherer Nachfrage nach politischen Informationen erreicht wird.

Im Sinne der grundgesetzlichen Demokratie ist die Mitwirkung an der politischen Willensbildung ein kontinuierlicher und dialektischer Prozess. An diesem wirken die Parteien mit. Dabei sollten sie sich darauf fokussieren, online diejenigen zu erreichen, die politisch interessiert sind, und sich im Metamedium Internet überhaupt Gehör zu ver-

⁷¹⁰ Zum Begriff der Erlebnisorientierung s. Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart* (Frankfurt a. M.: Campus, 2005), 15.

schaffen. Mit kommerziellen Informationsangeboten vergleichbare Nutzerzahlen sind dafür weder nötig noch realistisch. Sie mögen netzmedialen Träumen entspringen, die aber nur in der republikanischen Demokratietradition zu rechtfertigen wären, nicht in der des Grundgesetzes.

8.4 Funktion III: Rückkoppelung des politischen Systems

Aus der Verfassungsordnung ergibt sich ein klarer Auftrag für die Parteien, als Bindeglied zwischen Staat und Gesellschaft zu fungieren. Der Souverän ist nach dem Grundgesetz das Volk. Die Demokratie in Deutschland ist aber eindeutig eine repräsentative. Die politische Beteiligung des Souveräns ist daher zunächst über Wahlen gewährleistet. Da sich die Willensbildung im politischen System jedoch letztlich auf der Willensbildung des Souveräns, also des Volkes, gründen soll, ist die Aufnahme gesellschaftlicher Interessen, Meinungen und Standpunkte durch das politische System von herausgehobener verfassungstheoretischer und –praktischer Bedeutung. Ohne die Rückkoppelung von Politik und Gesellschaft fiel das demokratietheoretische Gebäude des Grundgesetzes in sich zusammen.⁷¹¹

Nach dem Grundgesetz sind es insbesondere die Parteien, die für die Rückkoppelung Sorge zu tragen haben. Diese findet durch unvermittelte Kommunikation statt, also im direkten Austausch zwischen Parteien und Bürgern, aber auch mithilfe vermittelter Kommunikation.

Potenzielle und tatsächliche Veränderungen der Parteikommunikation im Internetzeitalter wurden in den vorangegangenen Kapiteln bereits ausführlich diskutiert. Auf Seiten der Parteien bietet das Internet Möglichkeiten, neue Kanäle zur Rückkoppelung einzurichten und Formate der Partizipationskommunikation anzubieten, die offline nicht möglich wären.

Für die Rückkoppelungsfunktion sind aber auch die Verschiebungen kommunikativer Autonomie und die Effekte der Netzwerkmedien in Bezug auf Kommunikation und Assoziation relevant.⁷¹² Zwar gehören Parteien im Hinblick auf ihren Zugang zu journalistischen Medien nach wie vor eindeutig zu einem privilegierten Akteurskreis, aber die Bedeutung journalistischer Gatekeeper ist im Netzwerkmediensystem geringer als zuvor. Nicht nur die Parteien, auch andere individuelle, kollektive oder korporative Akteure der politischen Kommunikation, von professionellen Interessenvertretern bis hin zu Bürger-

⁷¹¹ Vgl. dazu Kapitel 6 und 7.

⁷¹² Vgl. dazu Kapitel 3.

initiativen, haben die Möglichkeit online Meinungen, Interessen und Positionen aufzunehmen. Es lässt sich daher die, bisher noch nicht zu beantwortende, Frage stellen, inwieweit den Parteien im Internet Konkurrenz als „Kristallisationspunkte der politischen Interessenaggregation“ erwächst.⁷¹³

An der Funktionszuschreibung nach dem Grundgesetz verändern die Netzwerkmedien allerdings nichts. Auch online müssen die Parteien ihre Rückkoppelungsfunktion zu erfüllen versuchen und gesellschaftliche Interessen, Meinungen und Positionen aggregieren. Wie in den beiden vorangegangenen Kapiteln dokumentiert, haben die Bundestagsparteien bereits mit dem Aufbau ihrer Internetpräsenzen vor rund eineinhalb Jahrzehnten in und außerhalb von Wahlkämpfen neue Kanäle und Formate zur Rückkoppelungskommunikation mit Nicht-Mitgliedern auf ihren Websites angeboten. Dazu zählen insbesondere folgende Angebote: Als einfachste, da unidirektionale Form entstand die Möglichkeit, sich über die Website per Email an die Parteien zu wenden, wobei dies keine qualitative Neuerung der Netzwerkmedien darstellt, sondern im Wesentlichen vermittelte Kommunikationsformen per Brief oder Fax ergänzt beziehungsweise ersetzt. Als Neuerung der Netzwerkmedien können textbasierte oder audiovisuelle Chats gelten, die von allen Parteien zwar nicht dauerhaft, aber in regelmäßigen Abständen angeboten wurden und werden. Diese stellen insofern eine Erweiterung der Rückkoppelungskommunikation dar, als dass diese Formen der mulitdirektionalen Kommunikation zwischen politischen Akteuren und einer potenziell großen Anzahl an Teilnehmern auf Bürgerseite nur im Internet möglich sind. Ebenfalls eine nur in den Netzwerkmedien mögliche, potenzielle Erweiterung der Rückkoppelungskommunikation sind Onlinediskussionsforen. Diese können zu unterschiedlichen Graden von den Parteien gesteuert werden, etwa durch thematische oder inhaltliche Vorgaben oder Moderation.

Gesonderte Onlineangebote zeitlich begrenzter Partizipationskommunikation zu spezifischen politischen Themen außerhalb von Wahlkämpfen sowie im Rahmen von Onlineprogrammdebatten und Programmwikis in Wahlkämpfen wurden ebenfalls bereits vor über einem Jahrzehnt zum ersten Mal gemacht.

Anhand von Beispielen von Onlinekommunikationsangeboten aller Bundestagsparteien seit Mitte der 1990er Jahre lässt sich die Entwicklung veranschaulichen. Auf der

⁷¹³ Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 313.

Website der CDU fanden sich bereits Mitte der 1990er Jahre thematische Diskussionsforen, diese wurden allerdings 2012 geschlossen. Damit will die CDU der Entwicklung folgen, dass sich „die Kommunikation und der Dialog über politischen Themen weitgehend auf die Sozialen Netzwerke verlagert“ hätten.⁷¹⁴ Entsprechende Diskussionen sollen insbesondere auf Facebook stattfinden, dazu bietet das Parteinetzwerk „CDUplus“ registrierten Nutzern die Möglichkeit, die CDU-Profile in Facebook, Twitter und YouTube in einer Übersicht zu verknüpfen und die entsprechenden eigenen Konten einzubinden. Bereits 2001 rief die CDU Bürger im Rahmen ihres Projekts „Neue Soziale Marktwirtschaft“ über eine eigens eingerichtete Website zu Beiträgen per Email auf.⁷¹⁵ Die CDU veranstaltete auch den ersten virtuellen Parteitag, der allerdings nur Parteimitgliedern offen stand.⁷¹⁶ Ende der 1990er Jahre führte auch die CSU ein Forum ein.⁷¹⁷

Die SPD richtete ebenfalls zu Beginn ihrer Onlinepräsenz Diskussionsforen ein, die allerdings wie bei der CDU inzwischen nicht mehr zum Funktionsumfang der Website gehören. Bereits 1996 machte sie im Vorfeld ihres Parteitages „allen interessierten Jugendlichen (und natürlich auch allen Junggebliebenen)“ ein Onlinediskussionsangebot zu jugendpolitischen Themen.⁷¹⁸

Bei den Grünen gehörten offizielle Foren Ende der 1990er Jahre ebenfalls zum Onlineangebot, auch hier sind sie aber inzwischen nicht mehr Teil der Website.⁷¹⁹ Anfang der 2000er Jahre richteten die Grünen zudem bereits eine öffentlich zugängliche Diskussionsplattform für ihr 2002 verabschiedetes Grundsatzprogramm ein.⁷²⁰

Die Diskussionsforen der FDP, die seit Beginn zum Angebot ihrer Onlinepräsenz gehörten, wurden inzwischen in das parteieigene Netzwerk „meine freiheit“ verlagert. Die FDP ist damit, neben der CSU, die einzige Partei, die noch thematisch geordnete

⁷¹⁴ „CDU - Forum / Interaktiv“, 2. August 2012, <http://web.archive.org/web/20120802192152/http://diskussion.cdu.de/index.html>.

⁷¹⁵ „CDU Diskussionsforum“, 31. Oktober 1996, <http://web.archive.org/web/19961031131311/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>; „Neue Soziale Marktwirtschaft / Ein Projekt der CDU Deutschlands“, 1. Dezember 2001, <http://web.archive.org/web/20011201114445/http://www.neue-soziale-marktwirtschaft.cdu.de/index.html>.

⁷¹⁶ Hebecker, „Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage“, 242.

⁷¹⁷ „Die CSU, Forum“, 8. März 2000, <http://web.archive.org/web/20000308040133/http://www.csu.de/forum/beitrag/default.htm>.

⁷¹⁸ „Sozialdemokratische Partei Deutschlands“, 21. Dezember 1996, <http://web.archive.org/web/19961221212345/http://www.spd.de/>; „SPD Jugendmemorandum“, 1996, <http://web.archive.org/web/20070425125711/http://www.november1996.spd-parteitag.de/hallo.htm>.

⁷¹⁹ „Homepage BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundesverband - GRÜNE Diskussions-FOREN“, 3. November 2001, <http://web.archive.org/web/20011103160037/http://www.gruene.de/forum.htm>.

⁷²⁰ „grundsatzdebatte.de“, 4. Januar 2001, <http://web.archive.org/web/20010124033000/http://www.grundsatzdebatte.de/content.php3?menuitem=01>.

Foren anbietet. Bereits 1998 rief die FDP im Vorfeld der Bundestagswahl zu einem „Ideenwettbewerb“ für Wahlslogans auf.⁷²¹ Darüber hinaus bot die FDP 2002 als erste Partei Plattformen zur Diskussion ihres Wahlprogramms und hat dies bisher in allen Wahlkämpfen wiederholt. Die Angebote sind bereits in Kapitel 8.2 bereits beschrieben worden.

Auch bei der Linken beziehungsweise ihrer Vorgängerpartei PDS gehörten Foren früh zum Umfang des Onlineangebots, werden inzwischen aber nicht mehr angeboten.⁷²²

Die parteieigenen Netzwerkplattformen, die seit dem Wahlkampf 2005 alle Parteien anbieten, müssen ebenfalls als Rückkoppelungsangebote betrachtet werden. Diese dienen zwar hauptsächlich der Information und Koordination von Freiwilligen, also der Mobilisierungskommunikation, umfassen aber auch Rückkanäle an die Parteien.⁷²³

Einen vorläufigen Höhepunkt der Rückkoppelungsangebote markiert der Wahlkampf 2013, in dem erstmals alle Parteien Onlinediskussionsplattformen zu ihren Wahlprogrammen anbieten. Gerade durch die Diskussion der Wahlprogramme erhält die Rückkoppelungskommunikation von Seiten der Parteien also durchaus eine neue Qualität, die ohne den Einsatz der Netzwerkmedien nicht in dieser Form möglich wäre.

Eine neue Qualität der Rückkoppelung stellen auch die Kanäle der Parteien in den Sozialen Medien dar. Die am meisten verbreiteten von allen Bundestagsparteien genutzten Plattformen Facebook, Google+, Twitter und YouTube bieten alle zu unterschiedlichen Graden die Möglichkeiten der Rückkommunikation. YouTube besitzt lediglich eine Kommentarfunktion unterhalb des Videoplayers, die auf keinem der Parteikanäle intensiv genutzt wird. Über die Anzahl der Rückkanäle der „Pages“, also der Profile der Parteien auf dem Sozialen Netzwerk Facebook, entscheiden die Parteien selbst. Standardfunktionen sind „Likes“ und Kommentare zu Posts der Parteien. Die Parteiprofile auf Google+ bieten dies ebenfalls. Auf Facebook sind darüber hinaus textbasierte oder audiovisuelle Posts von Facebooknutzern auf die „Timelines“, das heißt die

⁷²¹ „Die Liberalen - Die Liberalen“, 13. März 1997, <http://web.archive.org/web/19970313030817/http://www.fdp.de/>; „Die Liberalen - Ideenwettbewerb“, 25. Mai 1998, <http://web.archive.org/web/19980525033252/http://www.fdp.de/fdpbv/idee/>.

⁷²² „PDS-Online“, 15. September 2000, <http://web.archive.org/web/20000915125319/http://www1.pds-online.de/>.

⁷²³ Vgl. Kapitel 8.2.

Übersichtsseiten der Parteiprofile, möglich sowie private Nachrichten der Nutzer an die Profiladministratoren. Posts der Nutzer erlauben nur die CSU, die Grünen und die Linke, letztere allerdings nur textbasierte Posts. Private Nachrichten ermöglichen CSU, FDP und die Linke.⁷²⁴

Der Microblogging-Dienst Twitter bietet ebenfalls verschiedene Rückkanäle, die von allen Parteien genutzt werden. Retweets sind Weiterverbreitungen der Tweets der Parteien, über Direktnachrichten („@-Nachrichten) können Twitternutzer die Parteien direkt auf den Parteiprofilseiten kontaktieren und schließlich können Nutzer auch „Hashtags“ der Parteien, das heißt mit dem Rautenzeichen „#“ versehene Stichworte oder Abkürzungen, übernehmen und damit Kommentare zu einem von den Parteien vorgeschlagenen Themenfeld verbreiten.⁷²⁵

Neben den Parteien nutzen, wie bei den anderen beiden Funktionen auch, individuelle Politiker die Möglichkeiten internetbasierter Kommunikation ebenfalls und bieten Kanäle zur Rückkoppelung über ihre Websites und Profile in den Sozialen Medien an.⁷²⁶ Diese Akteure stehen zwar nicht im Fokus dieser Arbeit, um die Bandbreite der Rückkoppelungskommunikation im Internet nachzuzeichnen, muss aber angemerkt werden, dass für individuelle Politiker Kanäle entstanden sind, die den Parteien nicht offenstehen. Zu nennen ist insbesondere die Plattform abgeordnetenwatch.de, über die Bürgeranfragen an Politiker öffentlich gestellt und von diesen beantwortet werden können.

Ob die digitale Rückkoppelung den Parteien tatsächlich „ein engeres Verhältnis mit ihren Anspruchsgruppen sowie eine effektivere Problemlösung und einen Zuwachs an Vertrauen bzw. Glaubwürdigkeit“ ermöglicht⁷²⁷, hängt davon ab, ob die Parteien ent-

⁷²⁴ Stand: März 2013. Diese Einstellungen können sich jederzeit ändern.

⁷²⁵ Eine gute Übersicht über die „Operatoren“ auf Twitter und ihre Funktionen findet sich bei Caja Thimm, Jessica Einspänner, und Mark Dang-Anh, „Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses“, in *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*, hg. von Friedrich Krotz und Andreas Hepp (Wiesbaden: Springer VS, 2012), 293.

⁷²⁶ Im Gegensatz zur Ebene der Parteien gibt es für die Ebene individueller Politiker auch Studien, die die Rückkoppelung zumindest im Ansatz berücksichtigen. Für die Bundesebene s. : Meckel u. a., *Politiker im Netz. Der Social Media Activity Index 2011 des 17. Deutschen Bundestags. Zwischenbericht*, 16 f.; für die Landesebene s. : Thimm, Einspänner, und Dang-Anh, „Twitter als Wahlkampfmedium“, 300 ff; Der digitalen Responsivität als Aspekt der Rückkoppelung widmet sich ausführlich: Zittel, *Mehr Responsivität durch neue digitale Medien?*, 201, 250. Die Daten dieser Studie wurden allerdings bereits Anfang bis Mitte der 2000er Jahre erhoben und sind somit vor allem von historischem Interesse.

⁷²⁷ Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 313.

sprechende Angebote machen, wie sie den Input der Bürger verwerten und wie die Angebote genutzt werden. Auf der Angebotsseite hat sich die Art und Weise, in der die Parteien ihre Rückkoppelungsfunktion zu erfüllen versuchen, eindeutig gewandelt. Die technischen Bedingungen für die Rückkoppelung zwischen den Staatsorganen und dem Volk in den Netzwerkmedien bedeuten eine Vielzahl neuer medialer Kanäle, über die die Parteien eine Verknüpfung des politischen Systems mit der Gesellschaft durch Aufnahme, Selektion und Bündelung von Interessen, Themen und Positionen aller Art erreichen können.

Wie bei den Angeboten der Wahlkampfkommunikation und denen zur Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung haben die Parteien die Möglichkeiten vergleichsweise frühzeitig genutzt, das heißt zu Beginn der massenhaften Verbreitung des Internets beziehungsweise der jeweiligen Sozialen Medien.

Aus Sicht der Parteien bedeutet die Vervielfachung der Kommunikationskanäle allerdings nicht nur Vorteile. Um den Kommunikationserwartungen gerecht zu werden, die mit den Netzwerkmedien einhergehen, müssen Parteien, wie alle politischen Akteure, entsprechende Ressourcen bereitstellen.⁷²⁸ Wie die Parteien mit diesen Herausforderungen umgehen und insbesondere, wie sie die Inhalte, die ihnen von Bürgerseite über internetbasierte Kanäle zukommen, auswerten und weiterverwerten, ist bisher noch nicht systematisch im Querschnitt der Parteien untersucht worden. Es liegen lediglich Bewertungen aus Sicht der Akteure selbst vor, bei denen allerdings davon ausgegangen werden kann, dass die Akteure mindestens eine verhalten positive Bewertung abgeben und den Input der Bürger als für sie relevant erklären, da sie sonst ihre eigenen Bemühungen in ein schlechtes Licht rücken würden.⁷²⁹

Insgesamt sollte die ständige lebendige Verbindung zwischen Staatsorganen und Volk, die das Parteiengesetz vorschreibt, mithilfe der Netzwerkmedien aber intensiviert werden können. Zu tief greifenden, aus grundgesetzlich-demokratietheoretischer Sicht

⁷²⁸ Zu den Herausforderungen vgl. Ebd.; Rottbeck, *Der Onlinewahlkampf der Volksparteien 2009. Eine Empirische Analyse*, 129.

⁷²⁹ Einen Eindruck der eher positiven Bewertungen aus Akteurssicht vermitteln folgende Interviews beziehungsweise Leitfadeninterviews mit Parteiverantwortlichen zur Bundestagswahl 2009: Zeitschrift für Politikberatung - Forum, „Soziale Medien im Bundestagswahlkampf“, *Zeitschrift für Politikberatung* 3 (2012): 151 f.; Unger, *Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei der Bundestagswahl 2009*, 150 ff.; auch die hier geführten Leitfadeninterviews bestätigen die eher positiven Bewertungen, allerdings wurden neben Parteiverantwortlichen weitere Experten befragt und die Antworten nicht gekennzeichnet, so dass sich die Einschätzungen nicht immer eindeutig den Parteiakteuren zuordnen lassen: Rottbeck, *Der Onlinewahlkampf der Volksparteien 2009. Eine Empirische Analyse*, 232 ff.

besonders zu beachtenden Veränderungen im Bereich der Rückkoppelungsfunktion können die Netzwerkmedien jedoch nur führen, wenn sich auch das kommunikative Verhalten der Bürger deutlich wandelt, wenn also die Bürger die entsprechenden Angebote der Parteien nutzen und online verstärkt politisch aktiv werden.

Die Rückkoppelungskommunikation der Bürger

Für Veränderungen der Rückkoppelungsfunktion sind mehrere Aspekte auf Bürgerseite zu beachten. Zunächst ist relevant, wie die unmittelbaren Angebote der Parteien zur Rückkoppelungskommunikation von den Bürgern genutzt werden. Zur Einordnung der Nutzung der Parteiangebote in den Kontext des Kommunikationsverhaltens der Bürger in den Netzwerkmedien stellt sich aber auch die Frage, ob das Internet insgesamt zu mehr oder weniger aktiver politischer Kommunikation der Bürger führt, das heißt, in der Terminologie der in Kapitel 8.1 genannten Thesen, zu Mobilisierung oder zu Abkehr. Dafür interessiert, ob Rückkoppelung zwischen Bürgern und politischen Akteuren überhaupt stattfindet sowie inwiefern Bürger online aktiv über politischen Themen kommunizieren, denn damit die Parteien über das Internet Interessen, Meinungen und Standpunkte aus der Gesellschaft aufnehmen können, müssen diese dort überhaupt erst einmal artikuliert werden. Wäre dies der Fall und würde etwa Internetnutzung zu einer deutlichen Steigerung der Partizipationskommunikation gegenüber dem Niveau von Offlinebeteiligung führen, oder würden die Bürger massenhaft online über Politik kommunizieren, müssten sich die Parteien als Interessenaggregatoren darauf einrichten.

Die vorangegangenen Kapitel haben bereits gezeigt, dass die Reproduktionsthese im Bezug auf die Mediennutzung der Bürger im Internet nicht grundsätzlich widerlegt werden kann. Informationskommunikation wird im Internet nachgefragt, aber auch andere Themen und Inhalte sind populär. Insgesamt hat das Internet nicht zu einer deutlichen Zunahme an politischer Informationsnachfrage geführt. Wenn schon die Informationskommunikation auf Bürgerseite keinem grundsätzlichen Wandel unterliegt, liegt die Vermutung nahe, dass Ähnliches auch für die Rückkoppelungskommunikation der Bürger gilt, denn wer sich online nicht über Politik informiert, dürfte kaum online mit

politischen Akteuren in Kontakt treten oder regelmäßig seine Meinungen in einer Art und Weise artikulieren, die eine sinnvolle Aufnahme seitens der Parteien erlaubt.

Die vergleichsweise niedrigen Nutzerzahlen der Parteiangebote, selbst während Wahlkämpfen, aber auch im Alltag der politischen Kommunikation, machen bereits deutlich, dass auch die Rückkoppelungsangebote nicht massenhaft genutzt werden. Schließt man vom allgemeinen Nutzungsverhalten im Internet, das überwiegend passiv ist, auf das Verhalten der Nutzer von Parteiwebsites, dürften unter den einigen Zehntausend Besuchern der Seiten pro Monat, nur wenige sein, die aktiv mit den Parteien in Kontakt treten. Die Parteiwebsites spielen damit als direkte Kanäle für die Rückkopplung eine untergeordnete Rolle. Entsprechende Angebote machen die Parteien allerdings auch eher über andere Kanäle.

Von ihrer Struktur besonders als Rückkoppelungskanäle geeignet sind Foren. Dort können unterschiedliche Themen über einen längeren Zeitraum in ausführlichen Einträgen diskutiert werden können. Den Diskussionsforen bestätigte eine Studie zum Wahlkampf 2009 zwar eine überwiegend sachorientierten Diskussionsstil, allerdings auch weder parteiintern noch in Bezug auf die Wähler eine signifikante Funktion. Zudem lagen die Mitgliederzahlen selbst im Wahlkampf 2009, also zu Hochzeiten der Parteikommunikation und Jahre nach Einführung dieser Foren, für alle Bundestagsparteien nur bei wenigen Tausend.⁷³⁰ Die Einstellung oder Verlagerung der Foren durch beinahe alle Bundestagsparteien spricht darüber hinaus eindeutig gegen einen Erfolg als Rückkopplungskanal. Von einer breiten Anbindung der Parteien an gesellschaftliche Meinungsbildungsprozesse über die parteieigenen Diskussionsforen konnte und kann daher nicht gesprochen werden.

Ähnliches gilt für die parteieigenen Netzwerke. Auch hier stehen zunächst ebenfalls die geringen, in Kapitel 8.3 genannten Nutzerzahlen einer Einordnung als wichtigem Rückkopplungskanal gemäß der grundgesetzlichen Funktion entgegen. Allerdings muss dabei auch erwähnt werden, dass die Funktionsumfänge der Parteinetzwerke deutlich variieren und nur das FDP-Netzwerk „meine freiheit“ noch systematische sachlich-inhaltliche Partizipationskommunikation in Form der Foren dauerhaft zulässt.

⁷³⁰ Kepplinger und Podschuweit, „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“, 128 ff. Die CSU Foren finden in der Untersuchung keine Erwähnung. Es ist aber davon auszugehen, dass die Ergebnisse übertragbar sind.

Unter den Parteiangeboten in den Sozialen Medien bieten insbesondere die Sozialen Netzwerke Facebook und Google+ sowie der Microblogging-Dienst Twitter den Bürgern neue Kanäle zur Rückkoppelungskommunikation. Auch hier ergibt sich jedoch aus den in Kapitel 8.3 genannten Unterstützerzahlen, die in der Regel bei höchstens einigen Zehntausend liegen, und dem allgemeinen Partizipationsverhalten der Nutzer dieser Angebote, das unten noch ausgeführt wird, eindeutig keine weitgehende Verknüpfung von Parteien und der Vielfalt gesellschaftlicher Positionen.

Die Strukturen dieser Angebote sind dafür allerdings auch nur sehr bedingt tauglich. So ist die Rückkoppelung auf den Parteiprofilen auf Facebook und Google+ im Wesentlichen auf Nutzerkommentare zu Posts der Parteien beschränkt. Diese werden zwar bei allen Parteien regelmäßig von bis zu wenigen Hundert Nutzern kommentiert. Inhaltlich sind die Nutzer aber stark eingeschränkt, sie können keine eigenen Themen wählen. Die Länge der Kommentare ist zudem auf einige Tausend Zeichen beschränkt. Darüber hinaus bedeuten die regelmäßigen Updates der Profile mit neuen Post der Parteien, dass sich Diskussion nur in Ausnahmefällen über einen längeren Zeitraum entfalten. Auf Twitter sind diese Beschränkungen noch eklatanter. Noch stärker als auch Facebook ist die Plattform auf einen kontinuierlichen Fluss an Nachrichten ausgelegt, wie sich etwa an den stetig wechselnden sogenannten Trending Topics zeigt.⁷³¹ Die Begrenzung der Zeichen auf 140 macht zudem eine inhaltliche Diskussion, die über Stichworte oder Verlinkungen hinausgeht, unmöglich.

Im Vergleich zu Foren sind die von den Parteien angebotenen Kanäle der Sozialen Medien daher schon von ihrer Struktur her kaum als wirkliche Rückkanäle zur Aggregation gesellschaftlicher Positionen tauglich.

Die umfassendsten Möglichkeiten zur Beteiligung aus Bürgersicht dürften daher nicht die permanenten Angebote der Parteien bieten, sondern periodische, wie die im Wahlkampf 2013 eingerichteten Plattformen zur Diskussion und Mitarbeit an den Wahlprogrammen. Nimmt man die in Kapitel 8.2 genannten Zahlen zur FDP Programmdebatte 2009 als Indikator, werden diese Angebote allerdings auch nur von einigen Tausend Bürgern genutzt.⁷³²

⁷³¹ Zur Erklärung von Trending Topics vgl. Kapitel 8.1.

⁷³² Ausführlichere Informationen im Querschnitt aller Bundestagsparteien sollten nach dem Bundestagswahlkampf 2013 zur Verfügung stehen, in dem alle Bundestagsparteien erstmals vergleichbare Partizipationsangebote zu ihren Wahlprogrammen gemacht haben.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Angebote der Parteien zur Rückkoppelung, ähnlich wie die Angebote im Wahlkampf und die Angebote im Rahmen der Mitwirkung an der politischen Meinungs- und Willensbildung, nur mäßige Resonanz erfahren. Für eine weitgehende Verknüpfung des politischen Systems mit sämtlichen Bereichen der Gesellschaft, durch internetbasierte Aufnahme von Interessen, Themen und Positionen aller Art sind die Nutzerzahlen der Angebote eindeutig zu niedrig und zudem die genutzten Kanäle in den Sozialen strukturell nur bedingt geeignet.

Unabhängig von der Nutzung der Parteiangebote, könnte das Internet aber nach der Mobilisierungsthese zu einer generellen Zunahme aktiver politischer Kommunikation der Bürger führen. Ob Rückkoppelung zwischen Bürgern und politischen Akteuren online überhaupt stattfindet und ob diese sich durch das Internet intensiviert hat, lässt sich anhand der Längsschnittdaten von *Bürger online* überprüfen. Danach gab in allen Erhebungswellen von 2002 bis 2009 rund ein Fünftel der Deutschen ab 16 Jahren an, offline, das heißt „persönlich, telefonisch oder postalisch“ mit politischen Akteuren, wie Politikern oder Interessenvertretern aus Verbänden oder Bürgerinitiativen, Kontakt aufgenommen zu haben.⁷³³ Online ist diese Aktivität dagegen seltener. Unter 10 Prozent der Internetnutzer kontaktierten politische Akteure über das Internet. Berücksichtigt man darüber hinaus noch die soziodemografischen Merkmale derjenigen, die politische Akteure kontaktieren, ergibt sich durch das Internet in diesem Bereich der Rückkoppelung keinerlei Mobilisierungswirkung. Es stellt lediglich einen zusätzlichen Rückkoppelungskanal dar, der aber weitgehend von denselben Gruppen älterer, gut ausgebildeter Personen mit höheren Einkommen genutzt wird.⁷³⁴

Für die allgemeine aktive Kommunikation der Bürger über Politik gilt Ähnliches wie für die direkte Rückkoppelung. Nach den Längsschnittergebnissen von *Bürger online* sind Offlinediskussionen unter Bürgern über Politik beliebt. Mehr als zwei Drittel der Bevölkerung unterhält sich zumindest gelegentlich über Politik, bei den Onlinern sind es sogar noch einige wenige Prozent mehr, was auf die immer noch in leichter Form bestehende sozioökonomische Nutzungskluft zurückzuführen sein dürfte. Online wird dagegen nur von rund 10 Prozent der Internetnutzer über Politik kommuniziert, zudem

⁷³³ Emmer, Vowe, und Wolling, *Bürger online*, 150 – 151.

⁷³⁴ Ebd., 156 – 159.

tendenziell von eher politisch Interessierten. Bei den jüngeren Alterskohorten gibt zwar bis zu gut einem Fünftel der Befragten an, online über Politik zu diskutieren, dies ist aber immer noch wenig im Vergleich zu zwei Dritteln, die dies offline tun. Ausschließlich online kommuniziert praktisch niemand über Politik.⁷³⁵ Im Bereich politischer Diskussionen unter Bürgern hat das Internet also nicht zu einer Mobilisierung geführt, eher zu einer Reproduktion bestehender Muster.

Auch die Sozialen Medien, die für viele Beobachter die größten Potenziale für mehr Partizipation besitzen, werden in Deutschland nur von einer Minderheit von rund 10 Prozent der Onliner für aktive politische Kommunikation genutzt. Allerdings liegen hier perspektivisch womöglich die größten Potenziale, da immerhin knapp 30 Prozent der 16- bis 29-Jährigen diese gelegentlich für politische Kommunikation nutzen.⁷³⁶

Mehr Angebot als Nachfrage

In der grundgesetzlichen Ordnung ist die Förderung der aktiven Teilnahme der Bürger am politischen Leben ausdrücklich Aufgabe der Parteien. Eine irgendwie geartete Teilnahme ist Grundvoraussetzung für die Rückkoppelungsfunktion, denn schließlich müssen Meinungen, Ansichten und Vorschläge zu politischen Fragen in der Bevölkerung erst artikuliert werden, bevor die Parteien sie aufnehmen, aggregieren und in das politische System hinein tragen können. Dabei stehen im Rahmen dieser Arbeit lediglich die nicht in Interessenverbänden oder anderweitig organisierten Bürger als Kommunikationspartner der Parteien im Blickfeld. Von ihnen geht letztlich die Legitimation des politischen Prozesses aus und die Parteien werden, wie oben erwähnt, vom Grundgesetz als *die* Verbindung zwischen Volk und Staat gesehen, beziehungsweise als Mittel durch das das Volk unmittelbar und mittelbar politisch aktiv werden kann.

Ähnlich wie bei der Wahlkampfkommunikation, sind auch für die Rückkoppelungsangebote der Parteien kritische Beurteilungen aus der politischen Kommunikationsforschung nicht unüblich, auch wenn die Rückkoppelungsangebote deutlich weniger Aufmerksamkeit aus der Forschung erfahren haben. So kommt etwa ein

⁷³⁵ Ebd., 144, 147, 149.

⁷³⁶ Ebd., 196 – 197, 302.

Überblicksartikel zur Onlinekommunikation politischer Akteure noch 2010 zu folgendem Schluss:

„Politiker und Parteien sind offensichtlich noch unsicher oder unentschlossen, wie das interaktive Potenzial des Netzes effektiv genutzt werden kann. Dies kann zu einem begrenzten interaktiven Angebot und in der Folge zu geringer Nutzung führen.“⁷³⁷

Wie bei der Wahlkampfkommunikation lässt aber auch bei der Rückkoppelungskommunikation der Blick auf Angebots- und Nachfrageseite kritische Urteile, die Kausalursachen für vermeintlich fehlende Erfolge der Onlinekommunikation einzig bei den Parteien ausmachen, ungerechtfertigt erscheinen. Die Mechanismen der Rückkoppelungsfunktion haben sich sowohl auf der Angebotsseite der Parteien als auch auf der Bürgerseite verändert.

Die Parteien haben bereits vor beinahe eineinhalb Jahrzehnten begonnen, von den Möglichkeiten der Netzwerkmedien Gebrauch zu machen und neue Rückkoppelungskanäle einzurichten. Dies spricht eindeutig dagegen, dass die Parteien bezogen auf die Möglichkeiten der Netzwerkmedien zur Rückkoppelung „noch unsicher oder unentschlossen“ sind. Im Gegenteil, alle Bundestagsparteien haben bereits mit unterschiedlichen Angebotsformaten experimentiert.

Heute erfolgt der Versuch der Aggregation von Meinungen, Interessen und Standpunkten aus der Gesellschaft über eine Vielzahl internetbasierter Kanäle. Die Sozialen Medien, auf die alle Bundestagsparteien insbesondere setzen, erlauben aufgrund ihrer Struktur allerdings kaum die Form von sachlich-inhaltlichem Austausch zwischen politischem System und Gesellschaft, die das Grundgesetz fordert. Wie in der Einleitung dieser Arbeit angemerkt, sind die 140 Zeichen eines Tweets kaum geeignet, als sinnvoller Ausgangspunkt eines Positionspapiers einer Partei zu dienen, das womöglich noch in eine Gesetzesvorlage mündet.

Selbst zur „Beobachtung von Ansichten und Meinungen in der Bevölkerung“⁷³⁸, die ebenfalls wichtiger Teil der Rückkoppelungsfunktion ist, sind die Sozialen Medien nur sehr bedingt im Sinne der Grundgesetzes hilfreich. So wie der Mantel direkter Demokratie dahinterliegende Repräsentationsstrukturen verhüllt, lassen sich auch in den vermeintlich ‚Sozialen‘ Medien organisierte Interessen einfach verschleiern. Ähnlich

⁷³⁷ Emmer und Bräuer, „Online-Kommunikation politischer Akteure“, 321.

⁷³⁸ Shirvani, *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem*, 54.

bedenklich für die Demokratie ist die Gefahr der disproportionalen Verstärkung von Meinungen und Ansichten in den Sozialen Medien, die stark von denen tatsächlich in der Bevölkerung vorherrschenden abweichen. Der „Verstärkereffekt von Reden und Schweigen“⁷³⁹ ist in den Sozialen Medien noch viel stärker als in der Öffentlichkeit der Vor-Internet-Zeit. Die digitale Schweigespirale kann sich noch enger drehen als die analoge. Die Sozialen Medien können daher lediglich einen geringen Teil zur Rückkoppelung zwischen den Bürgern und dem politischen System mithilfe der Parteien beitragen.

Weit eher im Sinne des Grundgesetzes sind periodische Angebote der Parteien zu umfassender inhaltlicher Rückkoppelung, etwa zu den Wahlprogrammen im Wahlkampf 2013. Die Wahlprogramme sind ein wichtiger Baustein zur Herstellung kollektiver Identität, durch den die Parteien als lose verkoppelte Systeme in Wahlkampfzeiten erst kollektiv handlungsfähig werden. Auch wenn die Programme nach wie vor bei allen Parteien von Parteitagern beraten und beschlossen werden und die Art und Weise, in der die Beiträge der Bürger in die Programmarbeit einfließen, nicht immer transparent gemacht wird, ist es besonders bemerkenswert, dass die Parteien mit der internetbasierten Diskussion ihrer Wahlprogramme gewissermaßen ihren inhaltlichen Kern zur Diskussion stellen, zumindest in begrenztem Umfang.

Gründe für das Ausbleiben massenhafter interaktiver Resonanz müssen daher auf Parteien- und Bürgerseite gesucht werden. Auf Bürgerseite ist keine nennenswerte politische Mobilisierung durch das Internet festzustellen. Die Angebote der Parteien zur Rückkoppelung bleiben wie die in Wahlkämpfen und die zur Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung auf relativ niedrige Reichweiten beschränkt. Damit liegen die Parteien allerdings im Trend der Nutzung des Mediums. So sehr das Internet als interaktives Medium gelobt wird, so wenig ist es das für die Mehrzahl seiner Nutzer. Allgemein ist aktive politische Kommunikation im Internet, selbst in den Sozialen Medien, die Sache von Minderheiten. Damit unterscheidet sie sich aber nicht von der generellen aktiven Nutzung des Internets, die in allen Altersgruppen ebenfalls nur eine Minderheit interessiert.⁷⁴⁰ Dies bedeutet nicht, dass im Internet nicht viele politische Standpunkte zu finden wären, aber die Mehrheit bleibt online passiv.

⁷³⁹ Elisabeth Noelle-Neumann, „Öffentliche Meinung“, in *Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*, hg. von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, und Jürgen Wilke (Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009), 440.

⁷⁴⁰ Katrin Busemann und Christoph Gscheidle, „Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“, *Media Perspektiven* 7–8 (2012): 387.

Die Parteien sollten daher weiterhin ein breites Angebot zu machen versuchen. Analog zur Mitwirkungsfunktion greifen implizite oder explizite Bewertungen, welche die Menge der Teilnehmer mit dem Erfolg der Angebote gleichsetzen, aber eindeutig zu kurz. Sie scheinen eher von deliberativen oder republikanischen Demokratieidealen motiviert als von der Realität des Mediums Internet. Im Sinne der Rückkoppelungsfunktion, so wie sie sich aus dem Grundgesetz ergibt, sind die bisherigen Veränderungen zwar nicht negativ zu bewerten, einen Ersatz für andere, unvermittelte Formen der Rückkopplung und eine Verankerung der Parteien in der Gesellschaft durch ihre Mitglieder, bietet internetbasierte Kommunikation aber eindeutig nicht.

9 Weder Utopia noch Dystopia - Fazit

Wie lassen sich Veränderungen von politischer Kommunikation und Demokratie im Internetzeitalter untersuchen? Dies war die Ausgangsfrage der vorliegenden Arbeit und begründete gleichzeitig die Motivation sie zu verfassen. Um den Versuch einer Antwort auf diese Frage unternehmen zu können, wurde sie anhand von fünf Leitfragen präzisiert.

Die erste Leitfrage war eindeutig zu beantworten, wie Kapitel 3 gezeigt hat: Internetbasierte Netzwerkkommunikation hat zu grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation geführt. Sie betreffen Kommunikation und Assoziation. Bekannte Medialisierungsprozesse der Politik, die sich am besten mit dem Begriff der Interdependenz von Politik und institutionalisierten journalistischen Medien beschreiben lassen, sind weiter zu verzeichnen. Die Beziehung zwischen politischen Akteuren und Netzwerkmedien stellt aber eine neue Dimension der Medialisierung dar. Neue Qualitäten der Medialisierung von Politik ergeben sich ebenfalls. Die Entstehungsprozesse kommunikativer Macht verändern sich. Auch wenn im System der Netzwerkmedien neue Abhängigkeiten entstehen, sowohl in Bezug auf Logiken der Sinnkonstruktion und medialen Vermittlung als auch im Hinblick auf die überwiegend proprietären Technologien insbesondere der Sozialen Medien, lässt sich eine Steigerung der kommunikativen Autonomie des Einzelnen und von Gruppen feststellen. Die Bedeutung journalistischer Vermittler ist in der Realität der politischen Kommunikation immer noch groß, sie haben jedoch ihre exklusive Rolle verloren. Im Netzwerkmediensystem bewegen sich Bürger und politische Akteure wie Parteien erstmalig in der gleichen Kommunikationsumgebung, und zwar mit strukturell vergleichbaren kommunikativen Möglichkeiten.

Eine einheitliche Bedeutung für die Demokratie haben diese Entwicklungen aber nicht, wie die Diskussion der zweiten Leitfrage in den Kapiteln 4 und 5 veranschaulicht hat. Der Begriff der Demokratie ist zu vielschichtig, als dass sich nur eine Antwort finden ließe. Vielmehr beeinflussen explizite wie implizite demokratiethoretische Grundannahmen die Bewertung der Veränderungen der politischen Kommunikation und

ihrer Auswirkungen auf die Demokratie. Verlässliche Antworten auf die Frage, wie die Demokratie sich durch das Internet wandelt, sind also angesichts der Vielfalt der theoretischen Erscheinungsformen von Demokratie nicht möglich. Nur in Bezug auf eine spezifische theoretische Konzeption von Demokratie lassen sich die Effekte des Internets theoretisch diskutieren sowie empirisch nachweisbare Veränderungen sinnvoll bewerten. So sind insbesondere die deliberative und die republikanische Demokratietradition positiven Einschätzungen über die Wirkungen des Internets auf die Demokratie meist förderlich, während die liberale Tradition überschwänglich positiven, aber auch dystopischen Bewertungen eher im Weg steht.

Neben demokratietheoretischen Bezügen sollten darüber hinaus auch verfassungsmäßige Ausgestaltungen von Demokratie beachtet werden, denn diese stehen in unterschiedlichen demokratietheoretischen Traditionen und weisen der politischen Kommunikation unterschiedliche Funktionen zu. Verfassungsordnungen stellen damit einen wichtigen institutionellen Kontext dar, der nicht nur mögliche Entwicklungen von Demokratie im Internetzeitalter entscheidend mitbestimmt, sondern auch zu unterschiedlichen Bewertungen demokratierelevanter Veränderungen der politischen Kommunikation führen kann.

In diesem Sinne wurde in Kapitel 6 anhand der dritten Leitfrage versucht, mit der vor allem von der liberalen Demokratietradition geprägten demokratischen Ordnung des Grundgesetzes eine konkrete Verfassungsordnung zu beschreiben sowie die Beschränkungen und Chancen herauszuarbeiten, die sich aus dieser ergeben.

Nach den Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit und der repräsentativen Demokratie sind internetbasierten direktdemokratischen Entwicklungen enge Grenzen gesetzt. Gerade die Wechselbezüglichkeit von Repräsentanten und Repräsentierten bietet aber Anknüpfungspunkte für Entwicklungsmöglichkeiten, mit denen auch bereits experimentiert wird. Die Meinungs- und Willensbildungsprozesse der Bevölkerung, die für die Legitimation politischer Macht in der grundgesetzlichen Ordnung entscheidend sind, könnten durch internetbasierte Informations- und Partizipationskommunikation der Bürger ebenfalls im Sinne des Grundgesetzes gestärkt werden.

Um mögliche Veränderungen der grundgesetzlichen Demokratie konkret zu überprüfen, wurde die externe Kommunikation der Parteien als Beispiel gewählt, da den Parteien nach dem Grundgesetz eine besondere kommunikative Verantwortung zukommt. Die Legitimation des politischen Systems durch Kommunikation ist eine ihrer wichtigsten Funktionen.

Daraus ergab sich die Beantwortung der vierten Leitfrage in Kapitel 7: Aus der demokratischen Ordnung des Grundgesetzes folgen drei externe Kommunikationsfunktionen der Parteien: Wahlkampfkommunikation, die Mitwirkung an der politischen Willens- und Meinungsbildung sowie die Rückkoppelung zwischen Staat und Gesellschaft.

Aufgrund der strukturellen Veränderungen politischer Kommunikation besitzen die Netzwerkmedien das Potenzial, die drei Kommunikationsfunktionen der Parteien fundamental zu verändern. Dies würde auch einen Wandel der Funktionsweise der Demokratie in Deutschland bewirken und muss damit zu der Frage führen, inwieweit mögliche Veränderungen mit dem grundgesetzlichen Demokratiebegriff vereinbar wären.

Primärer Kommunikationspartner der Parteien sind nach der Verfassungsordnung die Bürger. Daraus folgt, dass neben der externen politischen Kommunikation der Parteien im Rahmen ihrer drei kommunikativen Funktionen auch die jeweilige Nachfrage- oder Bürgerseite einbezogen werden muss, um mögliche demokratierelevante Veränderungen zu analysieren und zu beurteilen.

Ob und inwiefern diese Veränderungen tatsächlich zu konstatieren sind, wurde schließlich mit der Diskussion der fünften Leitfrage in Kapitel 8 untersucht. Hierzu wurde skizziert, wie die Parteien ihre kommunikativen Funktionen im Internetzeitalter zu erfüllen versuchen sowie wie die Bürger als deren nach dem Grundgesetz wichtigste Kommunikationspartner darauf reagieren.

Die Angebotsseite der politischen Kommunikation im Internet ist bereits seit Mitte der 1990er Jahre Gegenstand der politischen Kommunikationsforschung. Parteikommunikation im Internet wurde mehrheitlich in Wahlkampfzeiten untersucht, die Alltagskommunikation der Parteien wird dagegen nur selten Gegenstand der Forschung. Insbesondere für die Wahlkampfkommunikation kommen viele Arbeiten zu eher negativen Urteilen, die den Parteien geringfügige bis umfassende Versäumnisse in Bezug auf

ihre Onlineangebote attestieren. Dabei wird die Nutzung der Angebote der Parteien durch die Bürger selten näher betrachtet. Die Berücksichtigung von Parteien- und Bürgerseite macht dagegen sowohl deutlich, dass einseitige Urteile nicht gerechtfertigt sind, als auch, dass in der Realität der politischen Kommunikation die Veränderungen weit weniger drastisch sind, als es die Theorie vermuten ließe.

Die Ausgangsbedingungen für internetbasierte Parteikommunikation auf der Bürgerseite haben sich mit Bezug auf das Mediennutzungsverhalten der Bürger nicht grundsätzlich gewandelt. Dennoch eröffnen sich den Parteien neue Möglichkeitsräume, wenn auch von überschaubarem Ausmaß, die sie bereits ab Mitte der 1990er Jahre zu nutzen begannen, also zu einer Zeit, in der erst eine Minderheit der Bevölkerung online war.

Für die Funktion Wahlkampfkommunikation ist die deutliche Erweiterung der Informationskommunikation aller Bundestagsparteien herauszuheben. Für die vermittelte Informationskommunikation nutzen die Parteien insbesondere ihre Websites, aber auch die Kanäle der Sozialen Medien. Da die grundgesetzliche Demokratie eine informierte Entscheidung der Bürger als Grundlage für die Äußerung ihrer Souveränität in Wahlen vorsieht, ist diese Entwicklung positiv zu bewerten. Wenn sich die Bürger detaillierter informieren können, verbessert sich aus dieser Perspektive ihre Fähigkeit, ihrem politischen Willen durch Wahl einer Partei Ausdruck zu verleihen. Allerdings gilt dies nur so lange die Angebote der Parteien neben denen von medialen Akteuren genutzt werden. Eine ausschließliche Information über die Parteiangebote liefe den Grundsätzen der freiheitlich-demokratischen Grundordnung entgegen.

Neben erweiterten Informationsmöglichkeiten erlauben die Mobilisierungs- und Partizipationsangebote der Parteien, insbesondere in Form parteieigener Sozialer Netzwerke, in Wahlkämpfen ein breiteres Spektrum an Beteiligungsmöglichkeiten, von sporadischer Unterstützung der Kampagnen bis hin zur Koordination des Offlinewahlkampfes. Insgesamt lässt sich damit eine neue Qualität der Wahlkampfkommunikation auf Angebotsseite feststellen.

Die Veränderungen der Funktion Wahlkampfkommunikation gehen allerdings bisher auch eher von der Angebotsseite aus. Die Informationskommunikation der Bürger ändert sich während Wahlkämpfen nicht wesentlich. Im Internet sind politische Informationen nur eine von vielen genutzten Inhaltsformen. Die Parteien konkurrieren online mit einer

Vielzahl anderer Formate. Je mehr das Internet zum Metamedium wird, über das alle medialen Bedürfnisse gedeckt werden, desto stärker wird diese Konkurrenz werden. Zudem sind die Internetangebote etablierter journalistischer Medien weiterhin deutlich reichweitenstärker als Parteiangebote. Die Resonanz auf die Mobilisierungs- und Partizipationsangebote der Parteien auf Bürgerseite bleibt gemessen an den Reichweiten ebenfalls verhalten. Dies gilt selbst für die Altersgruppen, die mit den Netzwerkmedien aufgewachsen sind, auch wenn dort behutsame Verlagerungen ins Netz erkennbar sind.

Wie bei der Wahlkampfkommunikation sind auch bei der einzigen Funktion, die das Grundgesetz explizit nennt, eindeutige Veränderungen aufseiten der Parteien zu verzeichnen. Die Parteien versuchen, über verschiedene Kanäle vermittelter Kommunikation an der politischen Meinungs- und Willensbildung des Volkes mitzuwirken. Neben sachlich-inhaltlichen Informationen dokumentieren die Parteien über die Netzwerkmedien auch die Parteiarbeit in weit größerem Ausmaß als dies journalistische Medien tun. Damit kommen sie ihrer grundgesetzlichen Aufgabe nach. Man kann von einer neuen Qualität der Erfüllung der Mitwirkungsfunktion sprechen. Allerdings ist zu beachten, dass die Parteien die Willensbildungsprozesse der Verfassungsordnung gemäß nicht dominieren dürfen.

Mit Blick auf die tatsächliche internetbasierte Informationskommunikation, die der Willensbildung auf Bürgerseite zugrunde liegt, sind die Parteien von entsprechender Dominanz allerdings weit entfernt. Ähnlich wie in Wahlkämpfen werden die Angebote der Parteien auch im Alltag von den Bürgern genutzt, jedoch weit weniger als die Angebote journalistischer Medien. Im Sinne der grundgesetzlichen Ordnung ist dies positiv zu bewerten. Zwar wäre eine stärkere Resonanz auf Bürgerseite im Sinne der grundgesetzlichen Mitwirkungsfunktion wünschenswert, würden sich die Bürger jedoch überwiegend aus Quellen politischer Akteure wie Parteien informieren, entspräche dies genauso wenig wie in Wahlkämpfen den Anforderungen der grundgesetzlichen Demokratie an eine freie und offene Meinungsbildung.

Die Rückkoppelung von politischem System und Gesellschaft ist die dritte Kommunikationsfunktion der Parteien. Als chamäleonhafte Entitäten zwischen Staat und Gesellschaft nehmen die Parteien eine besonders wichtige Stellung ein, die über die Rol-

le reiner Interessenaggregation weit hinausgeht. Im Rahmen der Rückkoppelungsfunktion ist die Interessenaggregation allerdings elementar.

Vermittelte Onlinekommunikation ist dabei nur ein möglicher Rückkoppelungskanal. Diesen versuchen die Parteien im Rahmen ihrer Onlinekommunikation zu nutzen, indem sie sowohl eigene Plattformen zur Rückkoppelung schaffen als auch Rückkoppelung über ihre Profile in den Sozialen Medien zulassen. Gerade Letztere sind allerdings aufgrund struktureller Limitation nur sehr bedingt als Kanäle für Rückkoppelung im Sinne der Verfassungsordnung geeignet.

Auf Bürgerseite ist die Resonanz auf die Angebote der Parteien wie bei der Wahlkampfkommunikation und der Mitwirkungsfunktion gering. Eine repräsentative internetbasierte Verknüpfung von gesellschaftlichen Meinungen und Positionen mit dem politischen System über die Parteien setzte deutlich höhere Nutzerzahlen voraus. Die geringe Resonanz der Parteiangebote entspricht jedoch den allgemeinen Nutzungsmustern für aktive politische Onlinekommunikation auf Bürgerseite. Die Mehrheit der Bürger, auch der jüngeren, äußert sich online nicht politisch. Im Sinne der Rückkoppelungsfunktion, wie sie sich aus Verfassungs- und Staatsrecht ergibt, wäre eine größere Resonanz auf die Angebote der Parteien durchaus erstrebenswert.

Dass digitale Parteikommunikation nur geringe Wirkung auf die politische Meinungslage hätte, lässt sich aus diesen Ergebnissen allerdings nicht folgern, denn die Wirkungsmechanismen politischer Onlinekommunikation sind in der Forschung noch nicht eindeutig etabliert.⁷⁴¹ Während zwar geringe Reichweiten zu verzeichnen sind, das heißt eine direkte Breitenwirkung ausgeschlossen werden kann, sind andere Wirkungsmechanismen durchaus denkbar. Dazu gehören etwa Wirkungskaskaden innerhalb von Eliten aus Politik und Medien.⁷⁴² Auch ein „Spin-Off-Effekt“ ist denkbar, bei dem die Onlinekommunikation vor allem auf die Medien wirkt.⁷⁴³ Dies hätte nicht nur Auswirkungen auf die Willensbildungsprozesse in der Gesellschaft, sondern auch wiederum

⁷⁴¹ Vgl. Kapitel 2.

⁷⁴² S. dazu: Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, 110 – 112.

⁷⁴³ S. dazu: Marcinkowski und Metag, „Lassen sich mit dem Internet Wählerstimmen gewinnen?“, 28.

Konsequenzen innerhalb des politischen Systems, denn Wirkungen massenmedialer Diskurse auf die Einstellungen politischer Eliten gelten als gesichert.⁷⁴⁴

Insgesamt sind die Veränderungen der drei Kommunikationsfunktionen der Parteien jedoch bisher auf Angebotsseite gravierender als auf Nachfrageseite. In diesem Sinne lässt sich dem Fazit zustimmen, dass das politische Internet zuvorderst eine Obsession einer Minderheit aus Journalisten, Aktivisten, Akademikern und wenigen Politikern zu sein scheint, während es auf der Agenda der Bürger noch wenig präsent ist.⁷⁴⁵ Bisher liegen darüber hinaus trotz aller strukturellen Veränderungen auch keine Erkenntnisse vor, die Anlass zu der Vermutung gäben, dass die Netzwerkmedien die von Dahrendorf getroffene Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Öffentlichkeit hinfällig machen würden.⁷⁴⁶ Das Interesse an politischer Beteiligung scheint allein durch die Verbreitung des Internets nicht zu wachsen. Dass Menge und Niveau politischer Beteiligung nur dank der Netzwerktechnologien explosionsartig steigen würden, darf man getrost als republikanisch oder deliberativ grundierten Wunschtraum abtun. Im Sinne der liberalen Demokratietradition und damit der grundgesetzlichen Demokratie stellt dies auch kein Problem dar.

Um den kommunikativen Funktionen nachzukommen, die sich aus dem Grundgesetz ableiten lassen, sollten die Parteien ihre Onlineangebote als Teil der vermittelten Parteikommunikation weiter um- und ausbauen und immer wieder mit neuen Formaten experimentieren. Diese werden aber auch mittelfristig nicht die Bedeutung von journalistischen Medien für die Vermittlung von Inhalten von den Parteien an die Bürger besitzen. Im Sinne der grundgesetzlichen Demokratie ist zudem unvermittelte Parteikommunikation beispielsweise im Rahmen von Versammlungsöffentlichkeiten und eine Verankerung der Parteien in der Gesellschaft durch ihre Mitglieder von Onlinekommunikation gar nicht zu ersetzen.

Sicherlich gibt es Verbesserungspotenzial aufseiten der Parteien. So mag etwa die Vielfalt der Parteiangebote den Strukturen von Parteien entsprechen, den Logiken der Netzwerkmedien läuft sie eher zuwider. Letztere erfordern eigentlich eine starke Zentralisierung, sowohl weil dies der Logik von Verlinkungen und dem Fluss von Traffic in

⁷⁴⁴ Zur Medienwirkung auf politische Akteure s.: Hans Mathias Kepplinger, „Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers“, *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, Nr. 2 (2007): 4 – 5.

⁷⁴⁵ Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, 81.

⁷⁴⁶ Vgl. Dahrendorf, „Aktive und passive Öffentlichkeit“, 1114.

den Netzwerkmedien entspricht⁷⁴⁷, als auch weil sich nur so konsistente Botschaften verbreiten lassen. Entsprechend waren die in Wissenschaft und Medien vielzitierten Kampagnen der US-Präsidentschaftswahlkämpfe, die neue Dimensionen der Onlinekommunikation aufzeigten, stark zentralisierte, generalstabsmäßig geplante Unternehmungen. Wenn deutsche Onlinekampagnen in Bezug auf Information, Mobilisierung und Persuasion ähnlich erfolgreich sein wollen, müssen sie versuchen, sich mit ihrem Kommunikationsangebot soweit wie möglich von den traditionellen Parteistrukturen in Deutschland zu lösen. Mehr Gehör für die Parteien im Metamedium Internet wäre dabei sicher in Sinne des Grundgesetzes.

Forderungen nach umfassender Partizipationskommunikation sind dagegen weder realistisch noch vom grundgesetzlichen Demokratieverständnis gefordert. Diskursive Rationalität, die dank Internettechnologien von der interessierten Masse zu den politisch Verantwortlichen sickert, ist vom Grundgesetz nicht vorgeschrieben und sie ist für das Funktionieren der Demokratie in Deutschland auch nicht nötig, selbst wenn sie wünschenswert sein mag. Die Öffnung der Programmdebatten der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013 ist bereits ein weitgehender Schritt in diese Richtung, aber das politische System und die Entscheidungen, die es treffen muss, bleiben auch im Internetzeitalter komplex. Politische Beteiligung bleibt anstrengend. An den Grundlagen politischer Beteiligung hat sich nichts geändert. Im Sinn des Eingangs bemühten Zitats von Max Weber sind Leidenschaft und Augenmaß weiterhin nötig und das Bohren politischer Bretter dauert weiterhin lange, auch wenn teilweise neue Werkzeuge verwendet werden. Politische Beteiligung im Sinne der grundgesetzlichen Demokratie kann und sollten nicht auf simple netzmediale Logiken wie „Gefällt mir“ oder „Gefällt mir nicht“ heruntergebrochen werden. Und dass digitale politische Information und insbesondere Partizipation einfacher seien, als ihre analogen Pendants, ist eine Vermutung, die in der Euphorie über die ‚demokratisierenden‘ Möglichkeiten des Internets oft mitschwingen mag, die aber in der Sache nicht gerechtfertigt ist. Der Aufstieg und absehbare Fall der Piraten-Partei illustrieren dies.

Abzuwarten bleibt allerdings, wie sich die Bürgerseite entwickelt, wenn das Internet immer mehr zum Metamedium wird, über das beinahe alle medialen Bedürfnisse gedeckt werden. Auch die Verbreitung mobiler Zugangsgeräte wie Smartphones oder Tablets, die

⁷⁴⁷ Vgl. Kapitel 8.1

zu einer noch tieferen Integration der Netzwerkmedien in den Alltag der Nutzer führt, dürfte noch für Veränderungen sorgen. Die bisherige Entwicklung zeigt jedoch auch, dass weder utopische noch dystopische Szenarien begründet sind. Die Gewinne an kommunikativer Autonomie, die sowohl Parteien als auch Bürger betreffen, und die damit einhergehenden Möglichkeiten zur Verschiebung kommunikativer Macht sind bisher in Deutschland eher theoretischer Natur.

Literaturverzeichnis

Fachliteratur und Studien

Abromeit, Heidrun. *Wozu braucht man Demokratie? Die postnationale Herausforderung der Demokratietheorie*. Opladen: Leske + Budrich, 2002.

Albers, Hagen. „Politik im ‚Social Web‘. Der Onlinewahlkampf 2009“. In *Die Bundestagswahl 2009 Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung*, herausgegeben von Karl-Rudolf Korte. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Amann, Melanie. „Ad Acta“. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, 4. Juni 2012.
„Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne (Wirtschaftspolitik) - BITKOM“, August 2009. http://www.bitkom.org/de/themen/57545_60824.aspx.

Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. *AGOF internet facts 2010-I*, Januar 2010. <http://www.agof.de/studienarchiv-2010.1011.de.html>.

———. *AGOF internet facts 2013-01*, Januar 2013. <http://www.agof.de/internet-facts.583.de.html>.

Badura, Peter. „§ 25 Die parlamentarische Demokratie“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. II. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2004.

Beckett, Lois. „Everything We Know (So Far) About Obama’s Big Data Tactics“. *ProPublica*, 29. November 2012. <http://www.propublica.org/article/everything-we-know-so-far-about-obamas-big-data-operation>.

Beck, Klaus. „Kommunikation“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

———. „Medien“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

———. „Zweistufenfluss“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Benda, Ernst, Werner Maihofer, und Hans-Jochen Vogel, Hrsg. *Handbuch des Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 1994.

Benkler, Yochai. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven [u.a.]: Yale University Press, 2006.

Best, Stefanie, und Bernhard Engel. „Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung“. *Media Perspektiven* 11 (2011): 525.

Bieber, Christoph. „Der Online-Wahlkampf im Superwahljahr 2009“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

———. „Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?“. In *Parteiendemokratie in Deutschland*, herausgegeben von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss. Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001.

———. *Politik Digital: Online zum Wähler*. Salzhemmendorf: Blumenkamp, 2010.

Bieber, Christoph, und Christian Schwöbel. „Politische Online-Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Europa- und Bundestagswahl“. In *Superwahljahr 2009. Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*, herausgegeben von Jens Tenscher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Bilgeri, Alexander, Dorothea Lamatsch, und Alexander Siedschlag. „Wahlkampf im Internet – Erfahrungen, Lehren, Perspektiven“. In *Kursbuch Internet und Politik 2002. Schwerpunkt: Wahlkampf im Netz*, herausgegeben von Alexander Siedschlag, Alexander Bilgeri, und Dorothea Lamatsch. Opladen: Leske + Budrich, 2002.

Bilgeri, Alexander, David Rose, und Christoph Leischwitz. „Im Auftrag des ganzen Web-Volkes! politikerscreen.de teste die Homepages der Bundestagsabgeordneten zum zweiten Mal“. In *Kursbuch Internet und Politik 2003*, herausgegeben von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.

BITKOM. *Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland*. Berlin, 2011. http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_68888.aspx.

Böckenförde, Ernst-Wolfgang. „§ 24 Demokratie als Verfassungsprinzip“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. II. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2004.

———. „§ 34 Demokratische Willensbildung und Repräsentation“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

———. *Staat, Verfassung, Demokratie: Studien zur Verfassungstheorie und zum Verfassungsrecht*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1992.

Bösch, Frank. „Katalysator der Demokratisierung? Presse, Politik und Gesellschaft vor 1914“. In *Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert*, herausgegeben von Frank Bösch und Norbert Frei. Göttingen: Wallstein-Verlag, 2006.

Brecht, Bertolt. „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“. In *Gesammelt Werke. Schriften zur Literatur und Kunst I*, Bd. 18. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1967.

———. „Erläuterungen zum ‚Ozeanflug‘“. In *Gesammelt Werke. Schriften zur Literatur und Kunst I*, Bd. 18. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1967.

Bremmer, Ian. „Democracy in Cyberspace. What Information Technology Can and Cannot Do.“ *Foreign Affairs* 89, Nr. 6 (2010): 86.

Brenner, Michael. „§ 44 Das Prinzip Parlamentarismus“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

Brettschneider, Frank. *Öffentliche Meinung und Politik: eine empirische Studie zur Responsivität des Deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.

Brodocz, André, und Gary S. Schaal, Hrsg. *Politische Theorien der Gegenwart I*. Opladen: Budrich, 2009.

Bruns, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang, 2008.

———. „Produktion. Von medialer zu politischer Partizipation“. In *Soziale Netze in der digitalen Welt: das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht*, herausgegeben von Christoph Bieber. Frankfurt a. M.: Campus, 2009.

Bundestag, und Bundesarchiv, Hrsg. *Der Parlamentarische Rat 1948-1949 Akten und Protokolle*. Bd. 9. München: Oldenbourg, 1996.

„Bundeswahlleiter - Übersicht Bundestagswahl 2009“, o. J. http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_09/ergebnisse/bundesergebnisse/index.html.

„BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Deine Fragen zum ‚grünen Wandel‘“, 1. März 2013. <http://www.gruene.de/partei/deine-fragen-zum-gruenen-wandel.html>.

„BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Ich werde AKTIV“, 10. August 2002. http://web.archive.org/web/20020810215142/http://www.gruene-partei.de/rsvgn/rs_dok/0,,2136,00.htm.

„BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Mitmachen, Anmelden, Datenschutz“, 24. September 2012. <http://www.gruene.de/meine-kampagne/mitmachen-anmelden-datenschutz.html>.

„Bürgerprogramm 2002“, 2. Dezember 2001. <http://web.archive.org/web/20011202225410/http://www.buergerprogramm2002.de/>.

Busemann, Katrin, und Christoph Gscheidle. „Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“. *Media Perspektiven* 7–8 (2012): 380.

Cardoso, Gustavo. „From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society“. *International Journal of Communication* 2 (2008): 587.

Castells, Manuel. *Communication Power*. Oxford [u.a.]: Oxford University Press, 2009.

———. *The Rise of the Network Society*. The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol. 1. Oxford: John Wiley & Sons, 2009.

„CDU Deutschlands/Foren“, 10. Februar 1998. <http://web.archive.org/web/19980210081800/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>

„CDU Diskussionsforum“, 31. Oktober 1996.
<http://web.archive.org/web/19961031131311/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>

„CDU - Forum / Interaktiv“, 2. August 2012.
<http://web.archive.org/web/20120802192152/http://diskussion.cdu.de/index.html>.

Cecere, Vito. „Online-Wahlkampf 2002. Neue Maßstäbe für politische Kommunikation im Internet?“. In *Kursbuch Internet und Politik 2003*, herausgegeben von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.

Chadwick, Andrew, und Philip N. Howard, Hrsg. *Routledge Handbook of Internet Politics*. 1. publ. Routledge International Handbooks. London [u.a.]: Routledge, 2009.

„Christlich Demokratische Union Deutschlands“, o. J. <http://www.cdu.de/index.htm>.

„Christlich Demokratische Union Deutschlands - die zentrale Internetplattform der CDU, der Volkspartei der Mitte.“, o. J. <http://www.cdu.de/portal2009/indexportal.htm>.

Clarke, Paul B. C., und Joe Foweraker, Hrsg. *Encyclopedia of Democratic Thought*. London [u.a.]: Routledge, 2001.

Coleman, Stephen. „Making Parliamentary Democracy Visible. Speaking To, With, and For the Public in the Age of Digital Technology“. In *Routledge Handbook of Internet Politics*, herausgegeben von Andrew Chadwick und Philip N. Howard. London [u.a.]: Routledge, 2009.

Coleman, Stephen, und Jay G. Blumler. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Communication, Society, and Politics. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 2009.

Crouch, Colin. *Postdemokratie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2008.

CSU. *Geschäftsordnung CSU*, 12. September 2011.
https://www.csu.de/dateien/csunet/oeffentlich/dokumente/Geschaeftsordnung_FINAL.pdf.

„csu.de - Unterstützer-Team“, 2005.
http://web.archive.org/web/20050905173831/http://www.csu.de/btw/display/unterstuetze_r/cont_aktionen.

Dahrendorf, Ralph. „Aktive und passive Öffentlichkeit“. *Merkur* 12 (1967): 1109.

Dalrymple, Kajsia E., und Dietram A. Scheufele. „Finally Informing the Electorate? How the Internet Got People Thinking about Presidential Politics in 2004“. *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, Nr. 3 (2007): 96–111.

Decker, Frank. „Parteiendemokratie im Wandel“. In *Handbuch der deutschen Parteien*, herausgegeben von Frank Decker und Viola Neu. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

Decker, Frank, und Viola Neu, Hrsg. *Handbuch der deutschen Parteien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

Delli Carpini, Michael. „Mediating Democratic Engagement: The Impact of of Communications on Citizen’s Involvement in Political and Civic Life“. In *Handbook of Political Communication Research*, herausgegeben von Lynda Lee Kaid. Mahwah [u.a.]: Erlbaum, 2004.

Denkler, Thorsten, und Oliver Das Gupta. „Ansgar Hevelings Angriff auf das Internet: ‚Völlig wahnsinnige Kriegsrhetorik‘.“ *sueddeutsche.de*, 3. Februar 2012. <http://www.sueddeutsche.de/politik/ansgar-hevelings-angriff-auf-das-internet-voellig-wahnsinnige-kriegsrhetorik-1.1274792>.

Des Forges, Alison. „Call to Genocide: Radio in Rwanda, 1994“. In *The Media and the Rwanda Genocide*, herausgegeben von Allan Thompson. London [u.a.]: Pluto Press, 2007.

Deutscher Bundestag. *Bericht der Gemeinsamen Verfassungskommission von Bundestag und Bundesrat - Bundestagsdrucksache 12/6000*. Bonn, 5. November 1993.

———. *Schlussbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ (Bundestagsdrucksache 17/12550)*. Berlin, 5. April 2013.

———. *Siebter Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ - Demokratie und Staat (Bundestagsdrucksache 17/12290)*. Berlin, 6. Februar 2013.

„Deutschlandprogramm 2009 - FDP Wahlprogramm“, 22. Juni 2009. http://web.archive.org/web/20090622192400/http://www.deutschlandprogramm.de/webcom/show_article.php?wc_c=1213&wc_id=5.

„Die CSU, Forum“, 8. März 2000. <http://web.archive.org/web/20000308040133/http://www.csu.de/forum/beitrag/default.htm>.

„Die Liberalen - Die Liberalen“, 13. März 1997.
<http://web.archive.org/web/19970313030817/http://www.fdp.de/>.

„Die Liberalen - Ideenwettbewerb“, 25. Mai 1998.
<http://web.archive.org/web/19980525033252/http://www.fdp.de/fdpbv/idee/>.

„DIE LINKE. - Parteidebatte“, März 2013. <http://parteidebatte.die-linke.de/>.

„Die Programmdebatte geht in die zweite Phase - FDP -“, 15. März 2013.
<http://www.liberale.de/Die-Programmdebatte-geht-in-die-zweite-Phase/12342c18764i1p18/index.html>.

Donges, Patrick. „Medialisierung / Mediatisierung“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

———. *Medialisierung politischer Organisationen: Parteien in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

———. „Mediengesellschaft“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Donsbach, Wolfgang. „Risiken und Nebenwirkungen des Internets für die politische Kommunikation“. *Studies in Communication Media* 1, Nr. 2011 (o. J.): 119.

Eichhorn, Wolfgang. „Agenda-Setting“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Emmer, Martin. *Politische Mobilisierung durch das Internet?: eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums*. München: Fischer, 2005.

Emmer, Martin, und Marco Bräuer. „Online-Kommunikation politischer Akteure“. In *Handbuch Online-Kommunikation*, herausgegeben von Wolfgang Schweiger und Klaus Beck. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Emmer, Martin, Gerhard Vowe, und Jens Wolling. *Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2011.

Enzensberger, Hans Magnus. „1970: Baukasten zu einer Theorie der Medien“. In *Palaver. Politische Überlegungen (1967-1973)*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1974.

———. „Das digitale Evangelium: Propheten, Nutznießer und Verächter“. In *Die Elixiere der Wissenschaft: Seitenblicke in Poesie und Prosa*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2004.

Faas, Thorsten, und Julia Partheymüller. „Aber jetzt?! Politische Internetnutzung in den Bundestagswahlkämpfen 2005 und 2009“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Faas, Thorsten, und Ansgar Wolsing. „Das Internet als Wahlkampfinstrument: Die Nachfrageseite“. In *Politische Kommunikation*, herausgegeben von Robert Grünewald, Ralf Gülden-zopf, und Melanie Piepenschneider. Münster [u.a.]: LIT Verlag, 2011.

„Facebook hat in Deutschland mehr als 25 Millionen User“. *heise online*, 14. Februar 2013. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-hat-in-Deutschland-mehr-als-25-Millionen-User-1803867.html>.

„FDP Bundesverband - Interaktive Infos“, 5. September 2005. http://web.archive.org/web/20050905162415/http://wahlkampf.fdp.de/webcom/show_article.php/_c-586/i.html.

„FDP - Deutschlandprogramm 2005 - Diskussion zum Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl 2005“, 1. September 2005. <http://web.archive.org/web/20050901071938/http://www.deutschlandprogramm.de/>.

Fisch, Martin, und Christoph Gescheidle. „Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys“. *Media Perspektiven* 7 (2008): 356.

Forschungsgruppe Wahlen e.V. *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2002*. Mannheim, 2002.

———. *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2005*. Mannheim, 2005.

———. *Internet-Strukturdaten III. Quartal 2009*. Mannheim, 2009.

———. *Internet-Strukturdaten II. Quartal 2009*. Mannheim, 2009.

———. *Internet-Strukturdaten I. Quartal 2005*. Mannheim, 2005.

———. *Internet-Strukturdaten I. Quartal 2009*. Mannheim, 2009.

———. *Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2011*. Mannheim, 2012.

———. *Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2012*. Mannheim, 2013.

Foucault, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Harmondsworth: Penguin, 1979.

„Fragenbögen und Daten der Erhebungen 2002-2009“, November 2012. <http://www.tu-ilmenau.de/empk/forschung-research/politische-kommunikation/politische-online-kommunikation/fragenboegen-und-daten-der-erhebungen-2002-2009/>.

Freedom House. *Freedom in the World 2012*, 2012.

„Freie Demokratische Partei (FDP) - Die Liberalen“, o. J. <http://www.fdp.de/>.

Gabriel, Oscar, und Jürgen Maier. „Politische Soziologie in Deutschland — Forschungsfelder, Analyseperspektiven, ausgewählte empirische Befunde“. *Politische Vierteljahresschrift* 50, Nr. 3 (2009): 506–38.

Gathmann, Florian, Tatjana Heid, und Veit Medick. „Politiker-Protest gegen Wut im Netz: Shitstorm, nein danke!“. *SPIEGEL ONLINE*, 25. April 2012. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/shitstorm-politiker-fuerchten-hass-im-internet-a-829312.html>.

Geese, Stefan, Camille Zubayr, und Heinz Gerhard. „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 aus Sicht der Zuschauer“. *Media Perspektiven* 12 (2005): 613.

———. „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer“. *Media Perspektiven* 12 (2009): 637.

Gellner, Winand, und Gerd Strohmeier. „Parteien in Internet-Wahlkämpfen“. In *Parteien in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002.

Gerhards, Maria, und Walter Klingler. „Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen“. *Media Perspektiven* 11 (2011): 543.

Gibson, Rachel K., und Andrea Römmele. „Measuring the Professionalization of Political Campaigning“. *Party Politics* 15, Nr. 3 (2009): 265.

Gibson, Rachel, Andrea Römmele, und Stephen Ward. „German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Election“. *German Politics* 12, Nr. 1 (2003): 79.

Giddens, Anthony. *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt a. M.: Campus, 1995.

Greven, Michael. „Sind Demokratien reformierbar? Bedarf, Bedingungen und normative Orientierungen für eine Demokratiereform“. In *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, herausgegeben von Claus Offe. Frankfurt a. M.: Campus, 2003.

Grimm, Dieter. „§ 14 Politische Parteien“. In *Handbuch des Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Ernst Benda, Werner Maihofer, und Hans-Jochen Vogel. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 1994.

———. „Die Parteien im Verfassungsrecht: Doppelrolle zwischen Gesellschaft und Staat.“ In *Parteien in der Krise? In- und ausländische Perspektiven*, herausgegeben von Peter Haungs und Eckhard Jesse. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, 1987.

„grundsatzdebatte.de“, 4. Januar 2001.
<http://web.archive.org/web/20010124033000/http://www.grundsatzdebatte.de/content.php3?menuitem=01>.

Grünwald, Robert, Ralf Gülden-zopf, und Melanie Piepenschneider, Hrsg. *Politische Kommunikation*. Münster [u.a.]: LIT Verlag, 2011.

Grunwald, Armin. *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie: Tendenzen politischer Kommunikation im Internet*. Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. Berlin: Edition Sigma, 2006.

Gurevitch, Michael, Stephen Coleman, und Jay G. Blumler. „Political Communication - Old and New Media Relationships“. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625, Nr. 1 (2009): 164.

„GuttenPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“, o. J.
http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki.

Habermas, Jürgen. „Drei Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Politik“. In *Die Chancen der Freiheit. Grundprobleme der Demokratie*, herausgegeben von Herfried Münkler. München [u.a.]: Piper, 1992.

———. *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1993.

———. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2006.

Hasenbrink, Uwe, und Jan-Hinrik Schmidt. „Medienübergreifende Informationsrepertoires“. *Media Perspektiven* 1 (2013).

Hebecker, Eike. „Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage“. In *Parteien in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002.

Heinrich, Robert. „Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009“. In *Grassroot-Campaigning*, herausgegeben von Rudolf Speth. Wiesbaden: Springer VS, 2013.

Held, David. *Models of Democracy*. Cambridge: Polity Press, 2006.

Hendrik Heuermann, und Ulrike Reinhard, Hrsg. *Reboot_D Digitale Demokratie - Alles auf Anfang*. Neckarhausen: whois verlags- & vertriebsgesellschaft, 2009.

Hennewig, Stefan. „Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU“. In *Grassroot-Campaigning*, herausgegeben von Rudolf Speth. Wiesbaden: Springer VS, 2013.

Herzog, Roman. *Verfassungsrechtliche Grundlagen des Parteienstaates*. Heidelberg: C.F. Müller Juristischer Verlag, 1993.

Herzog, Roman, und Bernd Grzeszick. „Artikel 20 Bundesstaatliche Verfassung; Widerstandsrecht“. In *Grundgesetz: Kommentar*, herausgegeben von Theodor Maunz und Günter Dürig. München: C.H. Beck, 2012.

Hesse, Joachim Jens, und Thomas Ellwein. *Das Regierungssystem der Bundesrepublik Deutschland*. Baden-Baden: Nomos, 2010.

Hindman, Matthew Scott. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press, 2009.

Höcker, Beate. „Mehr Demokratie via Internet?“. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 39–40 (2002): 37.

Holtz-Bacha, Christina. „Bundestagswahlkampf 2002: Ich oder der“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2002*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 2003. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, o. J.

———. „Bundestagswahlkampf 2005 - Die Überraschungswahl“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

———. „Wahljahr 2009 – Professionalisierung verzögert?“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 189–244. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

„Homepage BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundesverband - GRÜNE DiskussionsFOREN“, 3. November 2001. <http://web.archive.org/web/20011103160037/http://www.gruene.de/forum.htm>.

Huber, Peter M. „Parteien in der Demokratie“. In *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, herausgegeben von Peter Badura und Horst Dreier. Tübingen: Mohr Siebeck, 2001.

„Ihre Vorteile Mitglied im CSU-net - csu.de“, Dezember 2012. <https://www.csu.de/csunet/registrieren.htm?EprSecureRedir=1>.

Imhof, Kurt, Roger Blum, und Heinz Bonfadelli, Hrsg. *Demokratie in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Imhof, Kurt, Roger Blum, Heinz Bonfadelli, und Otfried Jarren. „Einleitung: Demokratie in der Mediengesellschaft“. In *Demokratie in der Mediengesellschaft*, herausgegeben von Kurt Imhof, Roger Blum, Heinz Bonfadelli, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Institut für Demoskopie Allensbach. *Allensbacher Computer und Technikanalyse 2012*. Allensbach, 2012. <http://www.ifd-allensbach.de/acta/inhalte/uebersicht-der-ermittlungen/informations-und-mediennutzungsverhalten.html>.

„Internet Archive: Digital Library of Free Books, Movies, Music & Wayback Machine“, o. J. <http://archive.org>.

Ipsen, Jörn. „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“. In *Parteiengesetz (Gesetz über die politischen Parteien): Kommentar*, herausgegeben von Jörn Ipsen. München: Beck, 2008.

———. „§ 2 Begriff der Partei“. In *Parteiengesetz (Gesetz über die politischen Parteien): Kommentar*, herausgegeben von Jörn Ipsen. München: Beck, 2008.

———. , Hrsg. *40 Jahre Parteiengesetz Symposium im Deutschen Bundestag*. Göttingen: V & R Unipress, 2009. <http://site.ebrary.com/id/10525829>.

———. , Hrsg. *Parteiengesetz (Gesetz über die politischen Parteien): Kommentar*. München: Beck, 2008.

Isensee, Josef, und Paul Kirchhof, Hrsg. *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2003.

Jackson, Nigel A., und Darren G. Lilleker. „Building an Architecture of Participation? Political Parties and Web 2.0 in Britain.“ *Journal of Information Technology & Politics* 6, Nr. 3/4 (2009): 232. doi:10.1080/19331680903028438.

Jarren, Otfried, und Patrick Donges. *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Jarren, Otfried, und Ulrich Sarcinelli. „Politische Kommunikation‘ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung.“ In *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, herausgegeben von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer, Hrsg. *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

Jarren, Otfried, und Adrian Steiner. „Intermediäre Organisationen unter Medieneinfluss? Zum Wandel der politischen Kommunikation von Parteien, Verbänden und Bewegungen“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

Jungherr, Andreas. „Online Campaigning in Germany: The CDU Online Campaign for the General Election 2009 in Germany“. *German Politics* 21, Nr. 3 (2012): 317.

Jun, Uwe. *Der Wandel von Parteien in der Mediendemokratie. SPD und Labour Party im Vergleich*. Frankfurt a. M.: Campus, 2004.

———. „Liegt die Zukunft politischer Partizipation wirklich bei der ‚Produktion‘? – Anmerkungen zum Beitrag von Axel Bruns“. In *Soziale Netze in der digitalen Welt: das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht*, herausgegeben von Christoph Bieber. Frankfurt a. M.: Campus, 2009.

———. „Organisationsreformen der Mitgliederparteien ohne durchschlagenden Erfolg: Die innerparteilichen Veränderungen von CDU und SPD seit den 1990er Jahren“. In *Die Zukunft der Mitgliederpartei*, herausgegeben von Uwe Jun, Oskar Niedermayer, und Elmar Wiesendahl. Opladen: Budrich, 2009.

———. „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

———. „Volksparteien under Pressure: Challenges and Adaptation“. *German Politics* 20, Nr. 1 (2011): 200.

Jun, Uwe, Oskar Niedermayer, und Elmar Wiesendahl, Hrsg. *Die Zukunft der Mitgliederpartei*. Opladen: Budrich, 2009.

Jürgens, Pascal, und Andreas Jungherr. „Wahlkampf vom Sofa aus: Twitter im Bundestagswahlkampf 2009“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Kepplinger, Hans Mathias. „Wirkung der Massenmedien“. In *Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*, herausgegeben von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, und Jürgen Wilke. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009.

Kepplinger, Hans Mathias, und Nicole Podschuweit. „Der Online-Wahlkampf der Parteien. Alternative oder Ergänzung?“. In *Am Ende der Gewissheiten: Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung*, herausgegeben von Heinrich Oberreuter. München: Olzog, 2011.

Kerkman, Christof. „Big Data im Wahlkampf: ‚Es geht hier nicht um die Hemdenfarbe‘.“ *Handelsblatt*, 17. Dezember 2012. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/big-data-im-wahlkampf-es-geht-hier-nicht-um-die-hemdenfarbe/7492926.html>.

Kersten, Jens. „§ 1 Verfassungsrechtliche Stellung und Aufgaben der Parteien“. In *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, herausgegeben von Jens Kersten und Stephan Rixen. Stuttgart: Kohlhammer, 2007.

Kersten, Jens, und Stephan Rixen, Hrsg. *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*. Stuttgart: Kohlhammer, 2007.

„Kindesmissbrauch im Netz: Schwarz-Gelb entsagt den Internetsperren“. *ZEIT ONLINE*, 9. Februar 2010. <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-02/internetsperre-kinderpornografie-loeschgesetz>.

Klein, Hans H. „Artikel 21 Parteien“. In *Grundgesetz: Kommentar*, herausgegeben von Theodor Maunz und Günter Dürig. München: C.H. Beck, 2012.

———. „Artikel 38 Wahlgrundsätze, aktives und passives Wahlrecht“. In *Grundgesetz: Kommentar*, herausgegeben von Theodor Maunz und Günter Dürig. München: C.H. Beck, 2012.

———. „Bundesverfassungsgericht und Parteiengesetz“. In *40 Jahre Parteiengesetz Symposium im Deutschen Bundestag*, herausgegeben von Jörn Ipsen. Göttingen: V & R Unipress, 2009.

———. „Die parlamentarisch-repräsentative Demokratie des Grundgesetzes. Wie übt das Volk seine Macht aus?“. In *Repräsentative oder plebiszitäre Demokratie - eine Alternative?: Grundlagen, Vergleiche, Perspektiven*, herausgegeben von Günther Rüter. Baden-Baden: Nomos, 1996.

Klingemann, Hans-Dieter, und Friedhelm Neidhardt, Hrsg. *Zur Zukunft der Demokratie: Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung: WZB-Jahrbuch. Berlin: Edition Sigma, 2000.

Kloepfer, Michael. „§ 42 Öffentliche Meinung, Massenmedien“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

Klumpe, Bettina. „15 Jahre Onlineforschung bei ARD und ZDF“. *Media Perspektiven* 7–8 (2011): 370.

Krause, Paul. „§ 35 Verfassungsrechtliche Möglichkeiten unmittelbarer Demokratie“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

Krüger, Udo Michael. „Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung“. *Media Perspektiven* 4 (2012): 215.

Kunert, Jessica, und Jan Schmidt. „Hub, Fine-Tuner oder Business as Usual? Social Network Sites und die Bundestagswahl 2009“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Kunig, Philipp. „§ 40 Parteien“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

———. „Der Rechtsstaat“. In *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, herausgegeben von Peter Badura und Horst Dreier. Tübingen: Mohr Siebeck, 2001.

Lakoff, George. *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics*. New York [u.a.]: Penguin, 2009.

Leggewie, Claus. „Den Laptop auch mal zuklappen. Zur Kritik der Distributionsmittel einer politischen Bewegung – eine skeptische Nachbetrachtung“. In *Unter Piraten: Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, herausgegeben von Christoph Bieber und Claus Leggewie. Bielefeld: Transcript, 2012.

———. „Die Medien der Demokratie. Eine realistische Theorie der Wechselwirkung von Demokratisierung und Medialisierung“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

Leggewie, Claus, und Christoph Bieber. „Demokratie 2.0. Wie tragen neue Medien zur demokratischen Erneuerung bei?“. In *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, herausgegeben von Claus Offe. Frankfurt a. M.: Campus, 2003.

Levy, Steven. „Exclusive: Inside Facebook’s Bid to Reinvent Music, News and Everything“. *Wired.com*, 22. September 2011. <http://www.wired.com/business/2011/09/facebook-new-profile-apps/>.

Lilleker, Darren G, Karolina Koc-Michalska, Eva Johanna Schweitzer, Michal Jacunski, Nigel Jackson, und Thierry Vedel. „Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning“. *European Journal of Communication* 26, Nr. 3 (2011): 195.

„Linksaktiv.de“, 7. Dezember 2011. <http://web.archive.org/web/20111207183301/http://linksaktiv.de/linksaktiv/pg/expages/read/Help>.

Llanque, Marcus. „III. Politische Institutionen“. In *Politische Theorie und Ideengeschichte*, herausgegeben von Marcus Llanque und Herfried Münkler. Berlin: Akademie Verlag, 2007.

Luhmann, Niklas. *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996.

Machnig, Matthias, Hrsg. *Politik - Medien - Wähler: Wahlkampf im Medienzeitalter*. Opladen: Leske + Budrich, 2002.

Maier, Jürgen. „Was die Bürger über Politik (nicht) wissen – und was die Massenmedien damit zu tun haben – ein Forschungsüberblick“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

Maihofer, Werner. „§ 12 Prinzipien freiheitlicher Demokratie“. In *Handbuch des Verfassungsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Ernst Benda, Werner Maihofer, und Hans-Jochen Vogel. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 1994.

Marcinkowski, Frank, und Julia Metag. „Lassen sich mit dem Internet Wählerstimmen gewinnen?“. *Publizistik* 58, Nr. 1 (2013): 23.

Margolis, Michael, und Gerson Moreno-Riaño. *The Prospect of Internet Democracy*. Farnham [u.a.]: Ashgate, 2009.

Marschall, Stefan, und Martin Schultze. „Normalisierung oder Mobilisierung? Die Auswirkungen politischer Online-Kommunikation auf die Wahlbeteiligung am Beispiel einer Internet-Applikation zur Bundestagswahl 2009“. *Politische Vierteljahresschrift* 53, Nr. 3 (2012): 444.

Martinsen, Renate. „Öffentlichkeit in der ‚Mediendemokratie‘ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

Mathias Kepplinger, Hans. „Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers“. *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, Nr. 2 (2007): 3.

Maunz, Theodor, und Günter Dürig. *Grundgesetz: Kommentar*. München: C.H. Beck, 2012.

McLuhan, Marshall. *Understanding Media*. London: Routledge, 2001.

Meckel, Miriam, Christian Hoffmann, Eliane Bucher, und Anne Suphan. *Politiker im Netz. Der Social Media Activity Index 2011 des 17. Deutschen Bundestags. Zwischenbericht*. St. Gallen, 2011.

„Mehr Erfahren | Adhocracy“, o. J. https://adhocracy.de/_pages/mehr-erfahren/.

„Mein Bereich | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, Dezember 2012. https://www.spd.de/Mein_Bereich/Persoенliche_News/?openreg=true.

„meine freiheit“, Januar 2013. <https://network.meine-freiheit.de/about>.

Merkel, Wolfgang. „„Eingebettete“ und defekte Demokratien: Theorie und Empirie“. In *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, herausgegeben von Claus Offe. Frankfurt a. M.: Campus, 2003.

Merz, Manuel, Stefan Rhein, und Julia Vetter. *Wahlkampf im Internet*. 3. Aufl. Münster [u.a.]: LIT Verlag, 2012.

„Methode ACTA 2012“, o. J. <http://www.ifd-allensbach.de/acta/konzept/methode.html>.

Meyer, Thomas. *Was ist Demokratie? Eine diskursive Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

„MMX Core Reports - comScore, Inc“, o. J.
http://www.comscore.com/ger/Products_Services/Product_Index/Media_Metrix_Suite/Media_Metrix_Core_Reports.

Morlok, Martin. „Demokratie und Wahlen“. In *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, herausgegeben von Peter Badura und Horst Dreier. Tübingen: Mohr Siebeck, 2001.

Negroponte, Nicholas. *Being Digital*. London: Hodder & Stoughton, 1995.

„Neue Soziale Marktwirtschaft / Ein Projekt der CDU Deutschlands“, 1. Dezember 2001.
<http://web.archive.org/web/20011201114445/http://www.neue-soziale-marktwirtschaft.cdu.de/index.html>.

Noelle-Neumann, Elisabeth. „Öffentliche Meinung“. In *Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation*, herausgegeben von Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, und Jürgen Wilke. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009.

Nolte, Paul. „Von der repräsentativen zur multiplen Demokratie“. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 1–2 (2011).

———. *Was ist Demokratie? Geschichte und Gegenwart*. München: C.H. Beck, 2012.

Norris, Pippa. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 2001.

Noveck, Beth Simone. „Government by the People“. In *Rebooting America. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age*, herausgegeben von Personal Democracy Forum. New York: Personal Democracy Press, 2008.

———. *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2009.

Oberreuter, Heinrich. *Parteien in der Bundesrepublik Deutschland*. München: Olzog, 1990.

———. „Repräsentative und plebiszitäre Elemente als sich ergänzende politische Prinzipien“. In *Repräsentative oder plebiszitäre Demokratie - eine Alternative?: Grund-*

lagen, Vergleiche, Perspektiven, herausgegeben von Günther Rüter. Baden-Baden: Nomos, 1996.

Offe, Claus. „Einleitung: Reformbedarf und Reformoptionen der Demokratie“. In *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, herausgegeben von Claus Offe. Frankfurt a. M.: Campus, 2003.

Ottmann, Henning. „Liberale, republikanische, deliberative Demokratie“. In *Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls; Festschrift für Heinrich Oberreuter zum 65. Geburtstag*, herausgegeben von Werner J Patzelt, Martin Sebaldt, und Uwe Kranenpohl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

Ott, Raphaela. „Weblogs als Medium politischer Kommunikation im Bundestagswahlkampf 2005“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Panbianco, Angelo. *Political Parties. Organization and Power*. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press, 1988.

„PDS-Online“, 15. September 2000.
<http://web.archive.org/web/20000915125319/http://www1.pds-online.de/>.

Personal Democracy Forum, Hrsg. *Rebooting America. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age*. New York: Personal Democracy Press, 2008.

Pfetsch, Barbara, und Frank Marcinkowski. „Problemlagen der ‚Mediendemokratie‘ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik“. In *Politik in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

Plouffe, David. *The Audacity to Win: The Inside Story and Lessons of Barack Obama's Historic Victory*. New York: Viking, 2009.

Politik Digital. „Das grüne Tor im Netz“. *Politik Digital*, o. J. <http://politik-digital.de/das-gruene-tor-im-netz/>.

„PolitMonitor“, o. J. <https://www.uni-hohenheim.de/politmonitor/start.php>.

„Portal Liberal - FDP, FDP-Fraktion, Stiftung für die Freiheit -“, o. J. <http://www.liberale.de/>.

Postman, Neil. *Informing Ourselves to Death*, 11. Oktober 1990. http://w2.eff.org/Net_culture/Criticisms/informing_ourselves_to_death.paper.

„Regierungsprogramm der CDU Deutschlands | ‚Was mir am Herzen liegt!‘“, März 2013. <https://www.regierungsprogramm.cdu.de/>.

Richard J, Bernstein. „Democratic Hope“. *The Hedgehog Review* 10, Nr. 1 (2008): 36.

Rixen, Stephan. „Einleitung“. In *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, herausgegeben von Jens Kersten und Stephan Rixen. Stuttgart: Kohlhammer, 2007.

Rogg, Arne. *Demokratie und Internet: der Einfluss von computervermittelter Kommunikation auf Macht, Repräsentation, Legitimation und Öffentlichkeit*. Opladen: Leske + Budrich, 2003.

Römmele, Andrea, und Sabine Einwiller. „Soziale Medien in der Bundestagswahl 2009“. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 1 (2012): 103.

„Rote Wahlmannschaft“, 5. September 2005. <http://web.archive.org/web/20050905161927/http://www.rote-wahlmannschaft.de/servlet/PB/-s/1u1oz8ii8cc71172ce8cu2gnug7rpp95/menu/1058390/index.html>.

Rottbeck, Britta. *Der Onlinewahlkampf der Volksparteien 2009. Eine Empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS, 2013.

Röttger, Ulrike, und Sarah Zielmann. „Characteristics and Developments of Political Party Web Campaigns in Germany, France, the United Kingdom and the United States between 1997 and 2007“. In *Political Campaigning on the Web*, herausgegeben von Sigrid Baringhorst, Veronika Kneip, und Johanna Niesyto. transcript Verlag, 2009.

Rußman, Uta. „Webkampagnen im Vergleich“. In *Superwahljahr 2009. Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*, herausgegeben von Jens Tenschler. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Sarcinelli, Ulrich. „Medien und Demokratie“. In *Demokratie in Deutschland: Zustand - Herausforderungen - Perspektiven*, herausgegeben von Tobias Mörschel und Christian Krell. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

———. *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft: Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

———. *Politische Kommunikation in Deutschland: Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009.

———. „Zur Entzauberung von Medialisierungseffekten: Befunde zur Interdependenz von Politik und Medien im intermediären System“. In *Demokratie in der Mediengesellschaft*, herausgegeben von Kurt Imhof, Roger Blum, und Heinz Bonfadelli. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Sartori, Giovanni. *Demokratietheorie*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1992.

Saxer, Ulrich. „Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse“. In *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft: Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, herausgegeben von Ulrich Sarcinelli. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

———. „System, Systemwandel und politische Kommunikation“. In *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, herausgegeben von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

Schaal, Gary S., und Felix Heidenreich. *Einführung in die politischen Theorien der Moderne*. Opladen [u.a.]: Budrich, 2009.

Schalt, Fabian, Micha Kreitz, Fabian Magerl, Katrin Schirmmacher, und Florian Melchert, Hrsg. *Neuanfang statt Niedergang: die Zukunft der Mitgliederparteien*. Münster [u.a.]: LIT, 2009.

Schemel, Britta. „Das Internet im Bundestagswahlkampf 2002 – Anlass und Instrument der Parteienmodernisierung“. In *Kursbuch Internet und Politik 2003*, herausgegeben von Alexander Siedschlag und Alexander Bilgeri. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.

Schenk, Michael, und Malthe Wolf. „Die digitale Spaltung der Gesellschaft: Zur politikorientierten Nutzung des Internet und der traditionellen Medien in den sozialen Milieus“. In *Demokratie in der Mediengesellschaft*, herausgegeben von Kurt Imhof, Roger Blum, Heinz Bonfadelli, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Schmidt, Holger. „Zeitenwende im Internet“. *FAZ.NET*, 29. November 2011. <http://faz-community.faz.net/blogs/netzkonom/archive/2011/11/29/zeitenwende-im-internet.aspx>.

Schmidt, Jan. „Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen“. In *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*, herausgegeben von Ansgar Zerfuß, Ansgar Welker, und Jan Schmidt. Köln: Halem, 2008.

Schmidt, Manfred G. *Demokratiethorien: eine Einführung*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2010.

Schmitt-Beck, Rüdiger, und Ansgar Wolsing. „Der Wähler begegnet den Parteien“. In *Die Bundestagswahl 2009 Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung*, herausgegeben von Karl-Rudolf Korte. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Schmitt Glaeser, Walter. „§ 38 Die grundrechtliche Freiheit des Bürgers zur Mitwirkung an der Willensbildung“. In *Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland*, herausgegeben von Josef Isensee und Paul Kirchhof, Bd. III. Heidelberg: C.F. Müller Verlag, 2005.

Scholz, Rupert. „Staatsleitung im parlamentarischen Regierungssystem“. In *Festschrift 50 Jahre Bundesverfassungsgericht*, herausgegeben von Peter Badura und Horst Dreier. Tübingen: Mohr Siebeck, 2001.

Schulze, Gerhard. *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus, 2005.

Schulz, Winfried. *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

Schumpeter, Joseph A. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York [u.a.]: Harper Perennial Modern Classics, 2008.

Schweiger, Wolfgang. „Internet“. In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

Schweitzer, Eva Johanna. „Mediatisierung im Online-Wahlkampf: Befunde einer vergleichenden Inhaltsanalyse deutscher Partei-Websites zu den Wahljahren 2002-2009“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von

Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

———. „Normalisierung 2.0. Die Online-Wahlkämpfe deutscher Parteien zu den Bundestagswahlen 2002-2009“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 189–244. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

———. „Professionalisierung im Online-Wahlkampf? Ein Längsschnittvergleich deutscher Partei-Websites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2005*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

———. „Wahlkampf im Internet - Eine Analyse der Internetauftritte von SPD, CDU, Bündnis 90 / Die Grünen und FDP zur Bundestagswahl 2002“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2002*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 2003. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, o. J.

Schweitzer, Eva Johanna, und Steffen Albrecht. „Das Internet im Wahlkampf: Eine Einführung“. In *Das Internet im Wahlkampf: Analysen zur Bundestagswahl 2009*, herausgegeben von Eva Johanna Schweitzer und Steffen Albrecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Seifert, Markus. „Neue Demokratie durch das Internet? Zum Einfluss des Netzes auf die bürgerschaftliche politische Kommunikation“. *Forschungsjournal neue soziale Bewegungen* 19, Nr. 2 (2006): 48.

Shirky, Clay. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. London: Lane, 2008.

Shirvani, Foroud. *Das Parteienrecht und der Strukturwandel im Parteiensystem: staats- und europarechtliche Untersuchungen zu den strukturellen Veränderungen im bundesdeutschen und europäischen Parteiensystem*. Tübingen: Mohr Siebeck, 2010.

Siebenhaar, Klaus. „Wie und Warum kommt der Mensch zu seinen Medien?“. In *Medien im 21. Jahrhundert: Theorie - Technologie - Markt*, herausgegeben von Klaus Siebenhaar. Münster [u.a.]: LIT, 2008.

„Sozialdemokratische Partei Deutschlands“, 21. Dezember 1996. <http://web.archive.org/web/19961221212345/http://www.spd.de/>.

„SPD | Klartext“, 1998.
<http://web.archive.org/web/19971211023833/http://www.spd.de/klartext/index.htm>.

„SPD Jungendmemorandum“, 1996.
<http://web.archive.org/web/20070425125711/http://www.november1996.spd-parteitag.de/hallo.htm>.

„Startseite | CDUplus“, Dezember 2012. <https://www.cduplus.cdu.de/>.

Stein, Ekkehart, und Götz Frank. *Staatsrecht*. Tübingen: Mohr Siebeck, 2010.

Stern, Jürgen. „Web 2.0 trifft Politik 3.11: Bringt politische Kommunikation durch das Internet mehr Transparenz, Partizipation und Legitimität?“. In *Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls; Festschrift für Heinrich Oberreuter zum 65. Geburtstag*, herausgegeben von Werner J Patzelt, Martin Sebaldt, und Uwe Kranenpohl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007.

Strecker, David, und Gary S. Schaal. „Die politische Theorie der Deliberation: Jürgen Habermas“. In *Politische Theorien der Gegenwart II*, herausgegeben von André Brodocz und Gary S. Schaal. Opladen: Budrich, 2009.

Sunstein, Cass. „Neither Hayek nor Habermas“. *Public Choice* 134, Nr. 1 (2008): 87.

Sunstein, Cass R. *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

———. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press, 2009.

„teAM Zukunft - Home“, 12. August 2005.
<http://web.archive.org/web/20050812083625/http://www.team-zukunft.cdu.de/>.

„teAM Zukunft - Home“, 23. September 2005.
<http://web.archive.org/web/20050923200548/http://team-zukunft.cdu.de/>.

Tenscher, Jens, und Laura Will. „Abgeordnete online? Internetaktivitäten und -bewertungen der Mitglieder des Deutschen Bundestages“. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 3 (2010): 504.

Thimm, Caja, Jessica Einspänner, und Mark Dang-Anh. „Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses“. In *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*, herausgegeben von Friedrich Krotz und Andreas Hepp. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

———. „Twitter als Wahlkampfmedium“. *Publizistik* 57, Nr. 3 (2012): 293.

Tocqueville, Alexis de. *Über die Demokratie in Amerika*. Stuttgart: Reclam, 1986.

Tomik, Stefan. „Widerstand gegen ‚Zensursula‘ - In der Internetgemeinde gibt es Kritik an den Online-Sperren“. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26. Mai 2009.

„Transparency and Open Government - Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies | The White House“, 21. Januar 2009. http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment/.

Tsatsos, Dimitris Th. „Die politischen Parteien in der Grundgesetzordnung“. In *Parteiendemokratie in Deutschland*, herausgegeben von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss. Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001.

„Twitter Help Center | Über Trending Topics“, o. J. <https://support.twitter.com/articles/317695-uber-trending-topics>.

Unger, Simone. *Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei der Bundestagswahl 2009*. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

Unruh, Peter. *Der Verfassungsbegriff des Grundgesetzes: eine verfassungstheoretische Rekonstruktion*. Tübingen: Mohr Siebeck, 2002.

Van Eimeren, Birgit, und Beate Frees. „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012“. *Media Perspektiven* 7–8 (2012): 362.

———. „Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011.“ *Media Perspektiven* 7–8 (2011): 334.

Volkman, Uwe. „Parteien zwischen verfassungsrechtlichem Anspruch und politischer Wirklichkeit“. In *40 Jahre Parteiengesetz Symposium im Deutschen Bundestag*, herausgegeben von Jörn Ipsen. Göttingen: V & R Unipress, 2009.

Von Alemann, Ulrich. *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

———. „Zwei Dekaden Party Change-Forschung. Eine kritische Bilanz“. In *Krise oder Wandel der Parteiendemokratie? Festschrift für Ulrich von Alemann*, herausgegeben von David Gehne und Ulrich von Alemann. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Von Alemann, Ulrich, Rolf G. Heinze, und Josef Schmid. „Parteien im Modernisierungsprozeß“. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 1–2 (1998): 29.

Von Alemann, Ulrich, und Stefan Marschall, Hrsg. *Parteien in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002.

Von Beyme, Klaus. „30 Jahre Parteiengesetz: Zum Stand der Parteienforschung“. In *30 Jahre Parteiengesetz in Deutschland: Die Parteiinstitution im internationalen Vergleich*, herausgegeben von Dimitris Tsatsos. Baden-Baden: Nomos, 2002.

———. „Demokratiereform als Reform der parlamentarischen Parteiendemokratie“. In *Demokratisierung der Demokratie: Diagnosen und Reformvorschläge*, herausgegeben von Claus Offe. Frankfurt a. M.: Campus, 2003.

———. „Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker“. In *Parteiendemokratie in Deutschland*, herausgegeben von Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer, und Richard Stöss. Berlin: Bundeszentrale für politische Bildung, 2001.

———. „Parteien und Parteiengesetzgebung - Grenzen der rechtlichen Regulierung als Mittel gegen die Parteienverdrossenheit“. In *Neuanfang statt Niedergang: die Zukunft der Mitgliederparteien*, herausgegeben von Fabian Schalt, Micha Kreitz, Fabian Magerl, Katrin Schirmacher, und Florian Melchert. Münster [u.a.]: LIT, 2009.

Von Pape, Thilo, und Thorsten Quandt. „Wen erreicht der Wahlkampf 2.0? Eine Repräsentativstudie zum Informationsverhalten im Bundestagswahlkampf 2009“. *Media Perspektiven* 9 (2010): 390.

„VroniPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“, o. J. <http://de.vroniplag.wikia.com/wiki/Home>.

Ward, Stephen, und Rachel Gibson. „European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation and Change“. In *Routledge Handbook of Internet Politics*, herausgegeben von Andrew Chadwick und Philip N. Howard. London [u.a.]: Routledge, 2009.

„Was muss in Deutschland besser werden? | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, 25. Februar 2013. http://www.spd.de/aktuelles/90816/20130225_spd_buergerdialog.html.

Weber, Max. *Politik als Beruf*. München [u.a.]: Duncker & Humblot, 1919.

———. *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie*. Tübingen: Mohr, 1980.

Wegmann, Maike. „Franky goes Web 2.0“ – Der SPD-Wahlkampf im Netz“. In *Social Media: Theorie und Praxis digitaler Sozialität*, herausgegeben von Mario Anastasiadis und Caja Thimm. Frankfurt a. M.: Lang, 2011.

„Weiterentwicklung nach dem Relaunch | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, 10. Dezember 2010. http://www.spd.de/aktuelles/5016/20101011_weiterentwicklung_nach_dem_relaunch.html.

Westen, Drew. *The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation*. New York: PublicAffairs, 2007.

Wiesendahl, Elmar. *Parteien*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2006.

———. „Parteienkommunikation“. In *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: ein Handbuch mit Lexikonteil*, herausgegeben von Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, und Ulrich Saxer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

———. „Parteienkommunikation parochial. Hindernisse beim Übergang in das Online-Parteienzeitalter“. In *Parteien in der Mediendemokratie*, herausgegeben von Ulrich von Alemann und Stefan Marschall. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002.

———. „Partizipation und Engagementbereitschaft in Parteien“. In *Demokratie in Deutschland: Zustand - Herausforderungen - Perspektiven*, herausgegeben von Tobias Mörschel und Christian Krell. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

———. *Volksparteien: Aufstieg, Krise, Zukunft*. Opladen: Budrich, 2011.

———. „Zwischen Wende und Ende - Zur Zukunft der Mitgliederparteien“. In *Neuanfang statt Niedergang: die Zukunft der Mitgliederparteien*, herausgegeben von Fabian Schalt, Micha Kreitz, Fabian Magerl, Katrin Schirmacher, und Florian Melchert. Münster [u.a.]: LIT, 2009.

„Wiki-Diskussion um grünes Wahlprogramm“. *heise online*, 1. Juni 2005. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wiki-Diskussion-um-gruenes-Wahlprogramm-106961.html>.

„William J Clinton Presidential Library & Museum - Archived White House Web Sites - VP Remarks - International Telecommunications Union“, 13. Oktober 1994. http://clinton1.nara.gov/White_House/EOP/OVP/html/telunion.html.

Wimmer, Katrin. *Die Internetkampagnen im Bundestagswahlkampf 2009*. CAP Working Paper. Centrum für angewandte Politikforschung an der LMU München, 2009.

Wißmann, Hinnerk. „§ 2 Begriff der Partei“. In *Parteiengesetz (PartG) und europäisches Parteienrecht: Kommentar*, herausgegeben von Jens Kersten und Stephan Rixen. Stuttgart: Kohlhammer, 2007.

Wolling, Jens, Markus Seifert, und Martin Emmer, Hrsg. *Politik 2.0? : die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*. Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer, 2010.

Zeh, Reimar. „Wie viele Fans hat Angela Merkel? Wahlkampf in Social Network Sites“. In *Die Massenmedien im Wahlkampf*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 189–244. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Zeitler, Benjamin. „Störfaktor CSU? Die Organisation der Unionskampagnen zu den Bundestagswahlen 2002, 2005 und 2009.“ In *Die CSU Strukturwandel, Modernisierung und Herausforderungen einer Volkspartei*, herausgegeben von Gerhard Hopp, Martin Sebaldt, und Benjamin Zeitler. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.

Zeitschrift für Politikberatung - Forum. „Soziale Medien im Bundestagswahlkampf“. *Zeitschrift für Politikberatung* 3 (2012): 151.

Zippelius, Reinhold, Thomas Würtenberger, und Theodor Maunz. *Deutsches Staatsrecht*. München: Beck, 2008.

Zittel, Thomas. *Mehr Responsivität durch neue digitale Medien?: Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten in Deutschland, Schweden und den USA*. Baden-Baden: Nomos, 2010.

Zubayr, Camille, und Heinz Gerhard. „Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 aus Sicht der Zuschauer“. *Media Perspektiven* 12 (2002): 586.

Weitere Quellen

- Amann, Melanie. „Ad Acta“. Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 4. Juni 2012.
- „Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne (Wirtschaftspolitik) - BITKOM“, August 2009. http://www.bitkom.org/de/themen/57545_60824.aspx.
- Beckett, Lois. „Everything We Know (So Far) About Obama's Big Data Tactics“. ProPublica, 29. November 2012. <http://www.propublica.org/article/everything-we-know-so-far-about-obamas-big-data-operation>.
- „Bundeswahlleiter - Übersicht Bundestagswahl 2009“. http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_09/ergebnisse/bundesergebnisse/index.html.
- „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Deine Fragen zum ‚grünen Wandel‘“, 1. März 2013. <http://www.gruene.de/partei/deine-fragen-zum-gruenen-wandel.html>.
- „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Ich werde AKTIV“, 10. August 2002. http://web.archive.org/web/20020810215142/http://www.gruene-partei.de/rsvgn/rs_dok/0,,2136,00.htm.
- „BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundespartei - Mitmachen, Anmelden, Datenschutz“, 24. September 2012. <http://www.gruene.de/meine-kampagne/mitmachen-anmelden-datenschutz.html>.
- „Bürgerprogramm 2002“, 2. Dezember 2001. <http://web.archive.org/web/20011202225410/http://www.buergerprogramm2002.de/>.
- BVerfG, 1 BvR 400/51 vom 15.1.1958
- BVerfG, 1 BvR 46/65 vom 3.10.1969
- BverfG, 2 BvB 1, 2, 3/01 vom 18. 3.2003
- BVerfG, 2 BvB 1/93 vom 17.11.1994
- BVerfG, 2 BvE 1/76 vom 2.3.1977
- BverfG, 2 BvE 2/89 vom 9.4.1992
- BVerfG, 2 BvF 1/65 vom 19.7.1966
- BVerfG, 2 BvF 1/652 vom 19.7.1966
- BverfG, 2 BvF 1/78 vom 24.7.1979
- BverfG, 2 BvF 3, 6/58 vom 30.7.1958
- BVerfG, 2 BvF 4/03 vom 12.3.2008
- BVerfG, 2 BvH 1/52 vom 5.4.1952
- BverfG, 2 BvL 5/98 vom 5.12.2002
- BVerfG, 2 BvR 373/60, 442/60 vom 12.6.1960
- „CDU - Forum / Interaktiv“, 2. August 2012. <http://web.archive.org/web/20120802192152/http://diskussion.cdu.de/index.html>.
- „CDU Deutschlands/Foren“, 10. Februar 1998. <http://web.archive.org/web/19980210081800/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>.

- „CDU Diskussionsforum“, 31. Oktober 1996.
<http://web.archive.org/web/19961031131311/http://www.cdu.de/bpt/forum/message.html>.
- „Christlich Demokratische Union Deutschlands“. <http://www.cdu.de/index.htm>.
- „Christlich Demokratische Union Deutschlands - die zentrale Internetplattform der CDU, der Volkspartei der Mitte.“ <http://www.cdu.de/portal2009/indexportal.htm>.
- CSU. Geschäftsordnung CSUnet, 12. September 2011.
https://www.csu.de/dateien/csunet/oeffentlich/dokumente/Geschaeftsordnung_FINAL.pdf.
- „csu.de - Unterstützer-Team“, 2005.
http://web.archive.org/web/20050905173831/http://www.csu.de/btw/display/unterstue-tzer/cont_aktionen.
- Denkler, Thorsten, und Oliver Das Gupta. „Ansgar Hevelings Angriff auf das Internet: ‚Völlig wahnsinnige Kriegsrhetorik‘“. [sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de/politik/ansgar-hevelings-angriff-auf-das-internet-voellig-wahnsinnige-kriegsrhetorik-1.1274792), 3. Februar 2012.
<http://www.sueddeutsche.de/politik/ansgar-hevelings-angriff-auf-das-internet-voellig-wahnsinnige-kriegsrhetorik-1.1274792>.
- „Deutschlandprogramm 2009 - FDP Wahlprogramm“, 22. Juni 2009.
http://web.archive.org/web/20090622192400/http://www.deutschlandprogramm.de/webcom/show_article.php?wc_c=1213&wc_id=5.
- „Die CSU, Forum“, 8. März 2000.
<http://web.archive.org/web/20000308040133/http://www.csu.de/forum/beitrag/default.htm>.
- „Die Liberalen - Die Liberalen“, 13. März 1997.
<http://web.archive.org/web/19970313030817/http://www.fdp.de/>.
- „Die Liberalen - Ideenwettbewerb“, 25. Mai 1998.
<http://web.archive.org/web/19980525033252/http://www.fdp.de/fdpbv/idee/>.
- „DIE LINKE. - Parteidebatte“, März 2013. <http://parteidebatte.die-linke.de/>.
- „Die Programmdebatte geht in die zweite Phase - FDP -“, 15. März 2013.
<http://www.liberales.de/Die-Programmdebatte-geht-in-die-zweite-Phase/12342c18764i1p18/index.html>.
- „Facebook hat in Deutschland mehr als 25 Millionen User“. [heise online](http://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-hat-in-Deutschland-mehr-als-25-Millionen-User-1803867.html), 14. Februar 2013. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-hat-in-Deutschland-mehr-als-25-Millionen-User-1803867.html>.
- „FDP - Deutschlandprogramm 2005 - Diskussion zum Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl 2005“, 1. September 2005.
<http://web.archive.org/web/20050901071938/http://www.deutschlandprogramm.de/>.
- „FDP Bundesverband - Interaktive Infos“, 5. September 2005.
http://web.archive.org/web/20050905162415/http://wahlkampf.fdp.de/webcom/show_article.php/_c-586/i.html.
- „Fragenbögen und Daten der Erhebungen 2002-2009“, November 2012. <http://www.tu-ilmenau.de/empk/forschung-research/politische-kommunikation/politische-online-kommunikation/fragenboegen-und-daten-der-erhebungen-2002-2009/>.

- „Freie Demokratische Partei (FDP) - Die Liberalen“. <http://www.fdp.de/>.
- Gathmann, Florian, Tatjana Heid, und Veit Medick. „Politiker-Protest gegen Wut im Netz: Shitstorm, nein danke!“ SPIEGEL ONLINE, 25. April 2012. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/shitstorm-politiker-fuerchten-hass-im-internet-a-829312.html>.
- „grundsatzdebatte.de“, 4. Januar 2001. <http://web.archive.org/web/20010124033000/http://www.grundsatzdebatte.de/content.php3?menuitem=01>.
- „GuttenPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“. http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki.
- „Homepage BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Bundesverband - GRÜNE Diskussions-FOREN“, 3. November 2001. <http://web.archive.org/web/20011103160037/http://www.gruene.de/forum.htm>.
- „Ihre Vorteile Mitglied im CSU-net - csu.de“, Dezember 2012. <https://www.csu.de/csunet/registrieren.htm?EprSecureRedir=1>.
- „Internet Archive: Digital Library of Free Books, Movies, Music & Wayback Machine“. <http://archive.org>.
- Kerkman, Christof. „Big Data im Wahlkampf: ‚Es geht hier nicht um die Hemdenfarbe‘“. Handelsblatt, 17. Dezember 2012. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/big-data-im-wahlkampf-es-geht-hier-nicht-um-die-hemdenfarbe/7492926.html>.
- „Kindesmissbrauch im Netz: Schwarz-Gelb entsagt den Internetsperren“. ZEIT ONLINE, 9. Februar 2010. <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-02/internetsperre-kinderpornografie-loeschgesetz>.
- Levy, Steven. „Exclusive: Inside Facebook’s Bid to Reinvent Music, News and Everything“. Wired.com, 22. September 2011. <http://www.wired.com/business/2011/09/facebook-new-profile-apps/>.
- „Linksaktiv.de“, 7. Dezember 2011. <http://web.archive.org/web/20111207183301/http://linksaktiv.de/linksaktiv/pg/expages/read/Help>.
- „Mehr Erfahren | Adhocracy“. https://adhocracy.de/_pages/mehr-erfahren/.
- „Mein Bereich | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, Dezember 2012. https://www.spd.de/Mein_Bereich/Persoенliche_News/?openreg=true.
- „meine freiheit“, Januar 2013. <https://network.meine-freiheit.de/about>.
- „Methode ACTA 2012“. <http://www.ifd-allensbach.de/acta/konzept/methode.html>.
- „MMX Core Reports - comScore, Inc“. http://www.comscore.com/ger/Products_Services/Product_Index/Media_Metrix_Suite/Media_Metrix_Core_Reports.
- „Neue Soziale Marktwirtschaft / Ein Projekt der CDU Deutschlands“, 1. Dezember 2001. <http://web.archive.org/web/20011201114445/http://www.neue-soziale-marktwirtschaft.cdu.de/index.html>.

- „PDS-Online“, 15. September 2000.
<http://web.archive.org/web/20000915125319/http://www1.pds-online.de/>.
- Politik Digital. „Das grüne Tor im Netz“. Politik Digital. <http://politik-digital.de/das-gruene-tor-im-netz/>.
- „PolitMonitor“. <https://www.uni-hohenheim.de/politmonitor/start.php>.
- „Portal Liberal - FDP, FDP-Fraktion, Stiftung für die Freiheit -“. <http://www.liberale.de/>.
- „Regierungsprogramm der CDU Deutschlands | ‚Was mir am Herzen liegt!‘“, März 2013. <https://www.regierungsprogramm.cdu.de/>.
- „Rote Wahlmannschaft“, 5. September 2005.
<http://web.archive.org/web/20050905161927/http://www.rote-wahlmannschaft.de/servlet/PB/-s/1u1oz8ii8cc71172ce8cu2gnug7rpp95/menu/1058390/index.html>.
- Schmidt, Holger. „Zeitenwende im Internet“. FAZ.NET, 29. November 2011. <http://faz-community.faz.net/blogs/netzkonom/archive/2011/11/29/zeitenwende-im-internet.aspx>.
- „Sozialdemokratische Partei Deutschlands“, 21. Dezember 1996.
<http://web.archive.org/web/19961221212345/http://www.spd.de/>.
- „SPD | Klartext“, 1998.
<http://web.archive.org/web/19971211023833/http://www.spd.de/klartext/index.htm>.
- „SPD Jugendmemorandum“, 1996.
<http://web.archive.org/web/20070425125711/http://www.november1996.spd-parteitag.de/hallo.htm>.
- „Startseite | CDUplus“, Dezember 2012. <https://www.cduplus.cdu.de/>.
- „teAM Zukunft - Home“, 12. August 2005.
<http://web.archive.org/web/20050812083625/http://www.team-zukunft.cdu.de/>.
- „teAM Zukunft - Home“, 23. September 2005.
<http://web.archive.org/web/20050923200548/http://team-zukunft.cdu.de/>.
- Tomik, Stefan. „Widerstand gegen ‚Zensursula‘ - In der Internetgemeinde gibt es Kritik an den Online-Sperren“. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 26. Mai 2009.
- „Transparency and Open Government - Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies | The White House“, 21. Januar 2009.
http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment/.
- „Twitter Help Center | Über Trending Topics“.
<https://support.twitter.com/articles/317695-uber-trending-topics>.
- „VroniPlag Wiki – kollaborative Plagiatsdokumentation“.
<http://de.vroniplag.wikia.com/wiki/Home>.
- „Was muss in Deutschland besser werden? | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, 25. Februar 2013.
http://www.spd.de/aktuelles/90816/20130225_spd_buergerdialog.html.
- „Weiterentwicklung nach dem Relaunch | Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)“, 10. Dezember 2010.

- http://www.spd.de/aktuelles/5016/20101011_weiterentwicklung_nach_dem_relaunch.html.
- „Wiki-Diskussion um grünes Wahlprogramm“. heise online, 1. Juni 2005.
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Wiki-Diskussion-um-gruenes-Wahlprogramm-106961.html>.
- „William J Clinton Presidential Library & Museum - Archived White House Web Sites - VP Remarks - International Telecommunications Union“, 13. Oktober 1994.
http://clinton1.nara.gov/White_House/EOP/OVP/html/telunion.html.

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit fragt nach möglichen Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter und ihren Auswirkungen auf die Demokratie. Sie wählt einen interdisziplinären Ansatz, der über medien- und kommunikationswissenschaftliche Zugänge hinaus auch Staatsrecht und Politikwissenschaft berücksichtigt.

Konkret wird die externe Onlinekommunikation der in der 17. Wahlperiode im deutschen Bundestag vertretenen Parteien untersucht und gefragt, wie diese sich auf die grundgesetzliche Demokratie auswirkt.

Nach theoretischen Vorbemerkungen, die sowohl grundlegende Begriffe klären als auch die Notwendigkeit des hier gewählten Ansatzes verdeutlichen, werden die grundlegenden strukturellen Veränderungen der politischen Kommunikation aufgezeigt.

Danach werden der Begriff Demokratie einer kurzen ideengeschichtlichen Reflexion unterzogen und drei besonders wichtige demokratietheoretische Traditionslinien vorgestellt. Anhand dieser wird deutlich, dass nicht pauschal von Effekten des Internets auf die Demokratie gesprochen werden kann, sondern entsprechende Analysen immer ihre demokratietheoretischen Grundlagen offen legen sollten.

Mit dem Demokratiebegriff des Grundgesetzes wird anschließend auch ein konkreter verfassungsspezifischer Kontext vorgestellt. Ausgehend von diesem werden dann drei kommunikative Funktionen für die Parteien abgeleitet und geprüft, wie die Parteien diese im Internetzeitalter erfüllen sowie inwiefern dies die grundgesetzliche Demokratie verändert. Dabei wird auch die Bürgerseite einbezogen, das heißt die Nachfrage nach politischer Kommunikation seitens der Bürger.

Die Arbeit liefert Ergebnisse sowohl auf theoretischer als auch auf empirischer Ebene. Die Notwendigkeit normativer Einordnungen der Veränderungen der politischen Kommunikation im Internetzeitalter wird umfassend hergeleitet und begründet. Darüber hinaus wird mit dem Demokratiebegriff des Grundgesetzes und den drei Kommunikationsfunktionen der Parteien ein konkreter Bewertungsmaßstab entwickelt.

Dieser wird anschließend auf die externe Onlinekommunikation der Parteien angewandt. Dabei wird festgestellt, dass die Veränderungen auf Seiten der Parteien bisher als größer einzustufen sind, als die auf Bürgerseite. Denn die Parteien machen umfassende Angebote, die allerdings nur begrenzte Resonanz erfahren. Aus der Perspektive der grundgesetzlichen Demokratie sind die Veränderungen insgesamt dennoch eher positiv zu bewerten, die Bewertungen variieren aber von Funktion zu Funktion.

Abstract

Possible changes of political communication in the age of the internet and their impact on democracy are the main focus of this dissertation. An interdisciplinary approach is chosen, combining perspectives of media studies and communication sciences as well as public law and political science.

The specific research object is the online communication of the parties present in the 17th legislative session of the German Bundestag and its impact on German democracy.

The dissertation begins with theoretical remarks which define basic terms and make the case for the chosen approach.

Then the term democracy is examined in the context of the history of political thought and three important theoretical traditions or strands of democracy are presented. Based on these, the effect of theoretical foundations on the assessment of the internet's 'democratizing' powers is shown. The argument is made that any analysis of the effects of the internet on democracy should explicitly reveal its understanding of democracy.

The dissertation then moves on to introduce the specific notion of democracy encompassed by the German 'constitution', the Basic Law or Grundgesetz. Based on this notion three communicative functions for political parties are extracted from the constitutional order.

The final chapters explore how the political parties fulfill these functions and which impact this may have on German democracy. Besides the external online communication of the parties the respective demand by citizens is assessed.

The dissertation provides theoretical as well as empirical results. On the level of theory the need for normative evaluation of the impact of the internet on democracy is demonstrated and a corresponding theoretical framework is developed with reference to the German Basic Law. The examination of empirical data of the offerings of parties as well as their use by citizens show that the changes on the supply side of political online communication are greater than those on the demand side. The evaluations of these changes according to the principles of the Basic Law are positive over all, but vary within the functions.