

# Interaktive Demokratie

## Politische Online-Kommunikation und digitale Politikprozesse

---

### I. Einleitung

---

„Politik im Internet“ hat sich binnen eines halben Jahrzehnts von einer vagen Utopie zu einer Routineangelegenheit entwickelt, die kaum ein Akteur der Berufspolitik und Zivilgesellschaft ignorieren kann. Alle Dimensionen des Politischen sind betroffen:

- Politik (als *policy*) wird *für das Netz* gemacht, das keineswegs so unregulierbar und unkontrollierbar ist wie erhofft (oder befürchtet);
- Politik (als *politics*) findet *im Netz* statt, das heißt, der Wettbewerb um Macht und Einfluss wird verstärkt mit Hilfe neuer Medien betrieben;
- schließlich stellen sich Fragen der *Netzpolitik* (als *polity*), nach dem Einfluss dieses Medienwandels auf Verfassung und Verfasstheit moderner Demokratien sowie nach der Architektur des Internet selbst, das keineswegs der versprochene „herrschschaftsfreie Raum“ ist.<sup>1</sup>

An diesen Wandel waren übertriebene Hoffnungen, allen voran ein Revival der „athenischen (direkten) Demokratie“ (Al Gore) geknüpft, mit ihm waren aber auch ausufernde Befürchtungen eines die liberale Demokratie gefährdenden „elektronischen Populismus“ verbunden. Beides darf man angesichts der tatsächlich gemachten Erfahrungen heute nüchterner sehen; zugleich sollte man auf dem Gebiet der politischen Kommunikation, bei dessen Erforschung neue Medien bisher kaum systematisch einbezogen worden sind,<sup>2</sup> von *technikdeterministischen* ebenso wie von

*technikindifferenten* Positionen Abschied nehmen. Das bedeutet: Weder ist das Medium selbst (oder allein) die Botschaft, wie früher euphorisch spekuliert wurde, noch kann einfach „Politics as usual“ gelten – also alter Politik-Wein in neuen Kommunikations-Schläuchen.

Die heilsame Ernüchterung im elektronischen Handel und die zerplatzten Hoffnungen der „New Economy“ tragen auch auf dem Feld der politischen Online-Kommunikation, die stets nur ein Randgebiet im Cyberspace war, dazu bei, dass sich die Spreu vom Weizen trennt. Jenseits aller mit technischen Innovationen stets verbundenen Propaganda und Kulturkritik erweist sich, dass die tiefgreifende Veränderung der sozialen Lebenswelt durch Online-Kommunikation das politische Leben nicht ausgespart hat, also Kommunikation, Praxis und Beratung von Politik vor neue Herausforderungen und der Politik-Forschung neue Aufgaben gestellt sind.

Hierzulande konzentrieren sich Aufmerksamkeit und Finanzierung vor allem auf Aspekte des „E-Government“, worunter im Kern „bürgernahe Politik“ und eine servicefreundliche Rationalisierung der Verwaltungen verstanden werden, also im Wesentlichen die Steigerung von Effizienz und Akzeptanz des politisch-administrativen Systems. Dieser Aspekt ist für Demokratien, die mit der wachsenden Komplexität der an Staat und Märkte gestellten Aufgaben zu kämpfen und zusätzlich unter dem Kontrollverlust der nationalen Staatsapparate in der globalen Arena zu leiden haben, alles andere als sekundär. Interaktive Medien können in der Tat Politikkonzepte konkretisieren, die weniger hierarchische Steuerung als eine netzwerkartige Selbstorganisation verlangen und sich dabei am Ideal des „aktivierenden“ oder „Supervisionsstaates“ orientieren.<sup>3</sup>

Doch darf diese Fokussierung, die durch eine zunehmend protektionistische Multimediapolitik

1 Vgl. Claus Leggewie/Christa Maar (Hrsg.), Internet und Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie, Mannheim 1998.

2 Vgl. das erst jüngst erschienene Handbuch von Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hrsg.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch, Opladen – Wiesbaden 1998. Auf Arbeiten zu diesem Themenbereich am Gießener „Zentrum für Medien und Interaktivität“ (ZMI) erlauben wir uns im folgenden Anmerkungsapparat hinzuweisen.

3 Vgl. zuletzt Stephan A. Jansen/Birger P. Priddat, Electronic Government. Neue Potentiale für einen modernen Staat, Stuttgart 2001; Thomas Gross, „Öffentliche Verwaltung im Internet, in: Die Öffentliche Verwaltung, (2001) 4, S. 159–164.

(Filter gegen obszöne und extremistische Inhalte, Daten- und Urheberschutz etc.) ergänzt wird, nicht die Bürgerinnen und Bürger selbst aus den Augen verlieren, denen die interaktive Online-Kommunikation mehr informationelle Selbstbestimmung verschafft hat. Traditionelle „Gatekeeper“, Vermittler und Meinungsführer können leichter umgangen werden, Meinungs- und Willensbildung sind weniger angewiesen auf dominante Akteure wie Parteien und klassische Massenmedien. Wir haben deswegen stets an das Ideal des „gut informierten Bürgers“ erinnert<sup>4</sup>, ohne der Illusion verfallen zu sein, damit wäre der Schritt von der TV-dominierten „Zuschauerdemokratie“ zur Internet-basierten „Beteiligungsdemokratie“ bereits vollzogen. Doch sollte man digitalisierte Politikprozesse stärker unter dem Gesichtspunkt ihrer Förderlichkeit für mehr Partizipation in modernen Demokratien betrachten, also im Hinblick auf ihre Input-Legitimität.<sup>5</sup>

Dabei kommt es, wie wir hier zeigen möchten, nicht allein auf die technische Infrastruktur medialer Interaktivität an, sondern auf tatsächliche Interaktion, weniger auf das Zugangspotenzial als auf effektive Informationsfreiheit. Es zeichnet sich längst eine erhebliche Deformation des „Marktplatzes der Ideen“ (wie das amerikanische Bundesverfassungsgericht das Internet genannt hat) durch exzessive Kommerzialisierung wie durch staatliche Regulierung ab, die durch die Konvergenz von Internet und Fernsehen noch verschärft werden dürfte. „Mehr vom selben“ ist aber kein Schicksal, und wir wollen am politischen Prozess reale Möglichkeiten von „Mehr Demokratie“ aufzeigen.

---

## II. Formen politischer Online-Kommunikation

---

Wollte man die Vielfalt politischer Kommunikationsvorgänge im Internet systematisieren, wäre dies inzwischen selbst in überblickshafter Form kaum noch möglich, denn der Differenzierungsgrad politischer Netzkommunikation ist binnen

4 Vgl. Claus Leggewie, Netizens oder: Der gut informierte Bürger heute, in: *Transit*, 13 (1997), S. 3 – 25; ders./Christoph Bieber, *From Voice to Vote? Neue Informations- und Kommunikationstechnologien in der Komplexen Demokratie*, in: Herbert Kubicek u. a. (Hrsg.), *Jahrbuch Telekommunikation 1999*, S. 257 – 268.

5 Vgl. dazu Pippa Norris (Hrsg.), *Critical Citizens. Global Support for Democratic Government*, New York – Oxford 1999; dies., *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Cambridge, Mass. 2001.

weniger Jahre rasant gestiegen.<sup>6</sup> Nachfolgend können wir die wesentlichen Träger und Formate politischer Online-Kommunikation nur Revue passieren lassen und versuchen, sie in den demokratietheoretischen Setzkasten eines Konzepts „digitaler Demokratie“ einzufügen. Im Vordergrund stehen dabei die Parteien als weiterhin dominante Akteure im politischen System der Bundesrepublik Deutschland; im zweiten Teil werden allgemeine Politikprozesse erläutert, die zur Entwicklung und Modernisierung demokratischer Systeme beitragen. Wir gehen damit von der Inszenierung und Selbstdarstellung der Parteien als politische Teil-Öffentlichkeiten über zur Mobilisierung zivilgesellschaftlicher Beteiligung und Kampagnen bürgerschaftlichen Engagements, worin sich die gestiegene Präferenz für „unkonventionelle Formen“ politischer Partizipation niederschlägt.

### 1. Virtuelle Parteizentralen

Online-Angebote politischer Parteien wurden bereits aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet.<sup>7</sup> Der übergreifende Terminus „digitale Parteikommunikation“ soll die Anwendung unterschiedlicher internetbasierter Technologien zur Online-Kommunikation innerhalb von bzw. durch Parteiorganisationen bezeichnen. In Anlehnung an die Unterscheidung zwischen „Binnenkommunikation“ und „Außenkommunikation“ von Parteien können darunter alle Inhalte, Formen und Formate von Online-Kommunikationsvorgängen zusammengefasst werden, die sich entweder exklusiv oder primär an Parteifunktionäre bzw. -mitglieder richten oder an ein organisationsexternes Publikum.<sup>8</sup>

Als Scharnierelement für die Entwicklung digitaler Parteikommunikation in Deutschland kann die Etablierung parteibezogener Webseiten gelten. Solche Angebote haben seit 1995 einen mehrstufigen „Produktzyklus“ durchlaufen: Zunächst nutz-

6 Vgl. einleitend die Gießener Dissertation von Christoph Bieber, *Politische Projekte im Internet*, Frankfurt/M. – New York 1999.

7 Vgl. Detlev Clemens, *Wahlkampf im Internet* bzw. Christian Müller, *Parteien im Internet*, in: Winand Gellner/Fritz von Korff (Hrsg.), *Demokratie und Internet*, Baden-Baden 1998, S. 143 – 156 und 157 – 170; Robert Kaiser, *Online-Informationenangebote der Politik. Parteien und Verbände im World Wide Web*, in: Klaus Kamps (Hrsg.), *Elektronische Demokratie*, Opladen 1999, S. 175 – 190; Stefan Marschall, *Parteien und Internet. Auf dem Weg zu internet-basierten Mitgliederparteien*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 10/2001, S. 38 – 46.

8 Vgl. Ulrich Sarcinelli, *Parteien und Politikvermittlung*, in: ders. (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*, Bonn 1998, S. 282 ff.

ten die Parteien lediglich vorhandene Werbematerialien weiter, die sie „ins Netz stellten“; auf fortgeschrittenerer Stufe produzierten sie parteibezogene Nachrichtenangebote im Stile von „Online-Magazinen“, und in einem weiteren Entwicklungsschritt integrierten sie Elemente der Mitglieder- und Funktionärskommunikation. Inzwischen befinden sich die Partei-Seiten im Übergang zu „politischen Web-Portalen“, die einen breit gefächerten Einstieg in die Politik im Netz ermöglichen und eine starke Dienstleistungsorientierung aufweisen.<sup>9</sup> Neben den zentralen Online-Angeboten der Parteien sind in den vergangenen Jahren zahlreiche eigenständige, spezialisierte Web-Seiten aus dem Umfeld oder unmittelbar aus der Parteiorganisation heraus entstanden.<sup>10</sup> Auch die Fraktionen der Bundestagsparteien unterhalten eigenständige Internetauftritte, genau wie die Jugendorganisationen der Parteien oder die Partei-Stiftungen.

Sind diese Angebote von Parteien und Fraktionen weitgehend öffentlich zugänglich, stellen Funktionärs- und Mitgliedernetze exklusive Online-Angebote dar, die nur einer bestimmten Klientel über Passwörter zugänglich sind und als Intranet fungieren. Die Entwicklung und Betreuung der Online-Präsenz der Parteien war Vorbild für den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien auf unterschiedlichen Parteiebenen. Die Nutzung interner Datennetze ist dabei stets mit einer Reorganisation bestehender Arbeitsabläufe gekoppelt. Der Bedeutungszuwachs entsprechender Koordinationsstellen innerhalb der Parteibürokratie sowie eine Revision der allgemeinen Arbeits- und Organisationsstrukturen kann als Folge einer steigenden internen Technisierung und Vernetzung gelten.<sup>11</sup> Aus dieser Perspektive erscheinen die digitalen Partei-Dependancen im Internet lediglich als Spitze eines organisationsinternen „Reform-Eisbergs“, auf den die Parteibürokratie zutreiben.

## 2. Foren, Chats und Online-Ereignisse

Als wichtige „Sonderformate“ parteipolitischer Online-Kommunikation können hier noch Diskus-

9 Vgl. ausführlich Christoph Bieber, *Parteienkommunikation im Internet: Modernisierung von Mitgliederparteien?*, in: Oscar W. Gabriel/Oskar Niedermayer/Richard Stöss (Hrsg.), *Parteiendemokratie in Deutschland*, Bonn 2001.

10 Darüber hinaus zählen Web-Sites einzelner Politiker, so genannte „Politiker-Homepages“, zum Spektrum der „digitalen Parteikommunikation“, die in vielen Fällen als „spin-off“-Entwicklungen aus den Partei-Sites hervorgegangen sind.

11 Vgl. St. Marshall (Anm. 7), S. 40 ff.

sionsforen, Politiker-Chats und Online-Veranstaltungen wie die „Virtuellen Parteitage“ genannt werden. Die meist aus den schnell überfüllten Online-Gästebüchern hervorgegangenen parteiinternen Diskussionsforen haben für die Etablierung der Online-Angebote der Parteien eine bedeutende Rolle gespielt. Eine für viele Online-Angebote typische „Auslagerung“ der kommunikativen Aktivität an die Nutzer hat dazu beigetragen, dass sich entlang der auf den Partei-Websites diskutierten Themen Nutzergruppen konstituiert haben, die oft über längere Zeiträume in wechselnden personellen Konstellationen einen dauerhaften politischen Diskurs führen.

Ergänzt (und bisweilen bedrängt) werden die Diskussionsforen seit etwa 1998 durch Online-Chats, die als zeitlich begrenzte, thematisch fokussierte „Veranstaltungsöffentlichkeiten“ mit prominenter Beteiligung angesehen werden können. In mehr oder weniger regelmäßiger Folge veranstaltet, übernehmen Chats eine ähnliche Funktion wie die Diskussionsforen; auch sie vermitteln den Kontakt zwischen Bürgerschaft und Politik in Form eines organisierten, öffentlich zugänglichen Austauschs. Als dominierendes Format können inzwischen die regelmäßig wiederkehrenden „Wahlkampf-Chats“ gelten, aber auch andere politische Ereignisse wie Parteitage begünstigen Netz-Auftritte von Politikern. Politiker-Chats übernehmen bislang eher inszenatorische und symbolische als inhaltliche Funktionen: Die Diskussionen im Chat verlaufen zumeist zwar sachlich und argumentativ, doch eine Integration dieser Kommunikationsvorgänge in tatsächliches politisches Handeln bleibt fraglich.<sup>12</sup> Woran es hier besonders mangelt, ist die effektive Anbindung an die Entscheidungskommunikation im engeren Sinne und deren Simulation durch pseudointeraktive und demoskopische Elemente.

Eine im Verhältnis dazu elaborierte Kommunikationsaktivität stellte der im November 2000 durchgeführte „Virtuelle Parteitag“ von Bündnis 90/Die Grünen in Baden-Württemberg dar ([www.virtueller-parteitag.de](http://www.virtueller-parteitag.de)). Bei diesem Online-Event konnten alle Mitglieder des Landesverbandes über eine eigens eingerichtete Website zwei Leitanträge diskutieren und kommentieren. Den Delegierten vorbehalten blieb die Teilnahme an

12 Einblick in Inhalte typischer Chat-Kommunikationen liefern die Dokumentationen von Anbietern wie politik-digital ([www.politik-digital.de/salon/transcripte](http://www.politik-digital.de/salon/transcripte)) oder Stern.de ([www.stern.de/politik/chataktuell/archiv](http://www.stern.de/politik/chataktuell/archiv)). Vgl. ausführlich Christoph Bieber, *Politische Online-Inszenierungen*, in: Hans J. Kleinsteuber (Hrsg.), *Aktuelle Medien-Trends in den USA*, Wiesbaden 2001, S. 265 – 279.

einer digitalen Abstimmung über die Antrags-  
texte. Erste Einschätzungen zu Ablauf und Nut-  
zung der digitalen Veranstaltung zeigen, dass die  
Übertragung wichtiger Kommunikations- und Ent-  
scheidungsprozesse in den Datenraum möglich ist,  
die Mitwirkung an derartigen Online-Veranstal-  
tungen jedoch noch als äußerst voraussetzungsvoll  
zu bezeichnen ist.<sup>13</sup> Zudem fällt die Tendenz zur  
„Individualisierung“ der Beteiligung auf: Es eröff-  
neten sich zwar neue, flexiblere Beteiligungschancen,  
aber die erwünschte Bindungskraft des Ereignis-  
ses „Parteitag“ schwächte sich ab.

### 3. Digitale Parteiorganisation

Auch im Bereich der Parteiorganisation hat sich  
das Internet als kreatives Aktionsfeld entwickelt  
und für die Entstehung „Virtueller Parteigliede-  
rungen“ gesorgt. Die prominentesten Beispiele  
hierfür liefern die „virtuellen Orts- und Landes-  
verbände“, die in den vergangenen Jahren sukzes-  
sive gegründet wurden. Derartige Vereinigungen  
können als Vorbild für eine neue Organisations-  
ebene gelten, deren Eingliederung in das her-  
kömmliche Gefüge der Parteistruktur gerade erst  
beginnt. Wichtigstes Merkmal dieser Strukturen ist  
ihre „virtuelle Verfasstheit“, welche die übliche  
regionale Konstruktion der Parteigliederungen  
überschreitet und in der Regel auch keinen formalen  
Beitritt zur Parteiorganisation mehr erfordert.  
Was sich hier mit der Abkehr von Territorialprinzip  
und Vollmitgliedschaft abzeichnet, ist im Hin-  
blick auf die herkömmliche Parteiorganisation  
geradezu revolutionär.

Vorreiter der Entwicklung war der „Virtuelle Orts-  
verein“ der SPD (VOV, [www.vov.de](http://www.vov.de)), der sich im  
Juni 1995 konstituierte, formal als „Arbeitskreis  
beim Parteivorstand“ gilt und nicht den Status  
eines regulären Ortsvereins hat. Das zweite Bei-  
spiel liefert der im Juli 2000 gegründete Internet-  
Landesverband der FDP (lv-net, [www.fdp-lv-  
net.de](http://www.fdp-lv-<br/>net.de)). Der lv-net strebt einen Sonderstatus als  
„Auslandsgruppe im Sinne der Bundessatzung“  
an, da die Gruppierung „als Landesverband nicht

13 Vgl. Till Westermayer, Was passiert, wenn eine Partei im  
Netz tagt? Der „Virtuelle Parteitag“ von Bündnis 90/  
Die Grünen aus soziologischer Sicht, Freiburg 2001 ([www.westermayer.de/till/uni/parteitag-im-netz.pdf](http://www.westermayer.de/till/uni/parteitag-im-netz.pdf)). Ähnlich das  
„Bürgerprogramm 2002“ ([www.buergerprogramm2002.de](http://www.buergerprogramm2002.de))  
der FDP und das „eManifest – Bildung für freie Menschen“  
der Heinrich-Böll-Stiftung ([www.bildung2010.de](http://www.bildung2010.de)), wo in ei-  
nem an parteipolitische Diskussionen angebandenen Setting  
registrierte Teilnehmer (im Falle der FDP die Parteimit-  
glieder) in einer „virtuellen Arbeitsumgebung“ an einem  
kollektiv erstellten Text arbeiten. Die Vorgehensweise ähnelt  
dem Verfahren des Virtuellen Parteitages, die Formulierung  
von Leitartikeln zu koordinieren.

territorial erfassbar“ ([www.fdp-lv-net.de](http://www.fdp-lv-net.de)) sei.<sup>14</sup>  
Hinsichtlich der Parteimitgliedschaft wirkt auch  
das liberale Modell in Richtung einer Öffnung  
der traditionellen Parteistrukturen, wobei noch  
nach (stimmberechtigten) „Mitgliedern“ und (dis-  
kussionsberechtigten) „Förderern“ unterschieden  
wird.

Für diese neuen Parteigliederungen scheint die  
Formalisierung innerhalb bewährter Strukturen  
unumgänglich zu sein, um auf das bestehende  
Machtgefüge der Parteiorganisationen einwirken  
zu können. Dabei werden gezielt Ansatzpunkte  
zur behutsamen Modernisierung identifiziert und  
die Rekrutierungserfolge der virtuellen Gliederun-  
gen als Argument für eine Durchsetzung struktu-  
reller Neuerungen angeführt. Die Schaffung  
weitgehend autonomer, themengebundener Ar-  
beitsplattformen für Mitglieder und Nichtmitglie-  
der kann als Entwicklungsschritt virtueller Gliede-  
rungen auf dem Weg zur langfristigen Etablie-  
rung im Organisationsgefüge politischer Parteien  
gelten.

### 4. Online-Wahlkämpfe

Bereits im Bundestagswahlkampf 1998 hatte sich  
das Internet als Arena politischer Kommunika-  
tion etablieren können; allerdings nutzte das Gros  
der Parteien und Kandidaten das Netz damals  
noch eher in experimenteller Manier.<sup>15</sup> Mit Blick  
auf die bevorstehenden Bundestagswahlen gelten  
nun aber gerade die parteiinternen Computernetze  
als strategisch wichtiges Element für einen  
professionellen Wahlkampf. Bis dahin streben  
zumindest CDU und SPD jeweils eine weitrei-  
chende Verflechtung ihrer Internet- und Intranet-  
Angebote an, um so ein schnelles und flächen-  
deckendes Mobilisieren der aktiven Parteibasis  
und der im Wahlkampf involvierten Parteigliede-  
rungen zu ermöglichen.

Als Vorbild fungiert hier vor allem der massive  
Einsatz Neuer Medien im US-Präsidentenwahl-  
kampf 2000, als das Internet nicht nur als  
zusätzlicher Kanal zum Vertrieb von Werbemate-  
rialien, sondern auch als Mittel zur Ausweitung  
und Refinanzierung der Kampagne eingesetzt

14 Die formale Anerkennung als Gruppe „bundesun-  
mittelbarer“ Mitglieder, die keinen anderen Landes- oder  
Ortsverbänden angehören, wurde im Rahmen des Bundes-  
parteitages der FDP vom 4. bis 6. Mai 2001 angestrebt. So-  
eben ist der „17. Landesverband der PDS“ unter [www.pds-  
lv17.de](http://www.pds-<br/>lv17.de) online gegangen, der seine politische Arbeit aus-  
schließlich im Internet organisieren und sich mit inter-  
netrelevanten Themen beschäftigen soll.

15 Vgl. Claus Leggewie/Christoph Bieber, Das Internet als  
Wahlkampfarena, in: Süddeutsche Zeitung vom 5./6. 9. 1998.

wurde.<sup>16</sup> In den verschiedenen Landtags- und Kommunalwahlkämpfen in Deutschland hat sich jedoch auch ein spezifischer Stil des „deutschen Online-Campaigning“ ausgebildet, der noch immer stark auf das Internet als Werbemedium setzt. Personenorientierte Angebote für Spitzen- und Wahlkreiskandidaten gehören inzwischen zum Standard, doch eine strategische Verflechtung mit der „analogen Kampagne“ ist bislang nur in Einzelfällen zu beobachten und dürfte auch im kommenden Bundestagswahlkampf noch nicht in vollem Maße stattfinden.

Die Einbettung von Chat-Veranstaltungen oder anderen Online-Events in den Wahlkampfkalender der Kandidaten wird zwar zunehmen, doch zugleich übernehmen solche Ereignisse immer stärker die Züge alter „Politainment-Formate“ in die neue Medienumgebung. Diese Entwicklung kann man als Beispiel für eine mögliche ‚Kolonisation‘ der neuen durch die alten (TV-fixierten) Medien ansehen und bedauern, da sie die echten Potenziale der Online-Kommunikation unter Wert behandeln. Die Entwicklung und Betreuung themenorientierter Wahlkampf-Sites nach dem Muster der FDP in Nordrhein-Westfalen ([www.nrwbrauchttempo.de](http://www.nrwbrauchttempo.de)) kann als Erfolg versprechend gelten, ist allerdings auch mit hohem Material- und Personalaufwand verbunden. Dem Einsatz spielerischer Elemente, ebenso wie Versuchen zur Integration von E-Commerce-Anwendungen in die Wahlkampfkommunikation, dürfte allenfalls geringfügige Bedeutung zukommen.

Sollten sich genuin neue Kampagnenformate – wie etwa parteien- und kandidatenübergreifende Online-Diskurse – entwickeln, dürfte dies weniger auf die Initiative der Wahlkampfakteure selbst zurückgehen als auf das eigenständige Interesse von Medienanbietern oder von „digitalen Wahlkampfakteuren“, die erst im Zuge der Online-Kampagne entstehen. Dieser Trend bestätigt die in der Partizipationsforschung angenommene Verstärkung der Präferenz für außerparlamentarische Mobilisierung und unkonventionelle Beteiligung, die parallel läuft mit der Tendenz zur Apathie und Aversion gegen professionelle Politik, die mit dem unscharfen Terminus Politikverdrossenheit bezeichnet wird. In diesem Zusammenhang kann Online-Kommunikation, die man als „individualisierte Massenkommunikation“ charakterisiert hat,

Tendenzen zur Fragmentierung der Öffentlichkeit befördern, die bereits in der alten Medienlandschaft angelegt war.<sup>17</sup>

## 5. Online-Protest

Gewissermaßen als „Spiegelung“ des Online-Wahlkampfes „von oben“ haben ebenfalls seit Mitte der neunziger Jahre „Kampagnen von unten“, zumeist in Form von Protestaktionen, das Internet als interessantes Medium politischer Kommunikation entdeckt. Stießen noch zu jener Zeit viele Online-Kampagnen auf Ablehnung und Unverständnis, so hat sich in den vergangenen zwei Jahren die Situation grundlegend geändert. Im Zuge der Etablierung einer politischen Online-Arena hat sich auch die Angriffsfläche für Protestkommunikation erheblich vergrößert; politische Akteure bzw. Akteurskollektive sind darüber hinaus im Internet zur sichtbaren Zielscheibe für politischen Protest geworden.

In einigen Fällen erwies sich bereits die gewachsene Flexibilität des politischen Systems gegenüber Online-Protesten.<sup>18</sup> Auch auf der Ebene der eingesetzten Protestmittel hat eine Weiterentwicklung älterer „Protesttechniken“ stattgefunden. Dabei übernimmt häufig das Umfeld der so genannten „Netzkunst“ die Paten- und Urheberschaft für neue Methoden politischen Online-Protests. Wie schon im Falle des „Electronic Disturbance Theatre“, das maßgeblich an der Durchführung der ersten „Virtuellen Sit-Ins“ beteiligt war, sind auch die Aktivitäten der Gruppe „etoy“ ([www.etoy.com](http://www.etoy.com)) an der Grenze zwischen Netzkunst und politisch motiviertem Netzaktivismus zu verorten. Prominentestes Beispiel ist die als „Toywar“ (vgl. [www.toywar.com](http://www.toywar.com)) bekannt gewordene Auseinandersetzung zwischen „etoy“ und dem digitalen Spielwarenhändler „eToys“ ([www.etoys.com](http://www.etoys.com)). Mit einer Vielzahl von Informationssammlungen, Boykottaufrufen und direkten Protestaktionen war es der Künstlergruppe gelungen, das Weihnachtsgeschäft der Spielzeugplattform zu behindern und den Aktienkurs von eToys ins Bodenlose fallen zu lassen.

Auch der Protest gegen „lufthansa.com“ profitierte von der Verbindung zwischen Netzkunst und Netzprotest, da hier Konzept und Technik der „Virtuellen Sit-Ins“ zum Einsatz kamen. Unter ihrer technischen Bezeichnung des „Denial-of-Ser-

16 Vgl. Christoph Bieber, Millennium-Campaigning. Der US-Präsidentenwahlkampf 2000 im Internet, in: Klaus Kamps (Hrsg.), Trans-Atlantik, Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation, Wiesbaden 2000, S. 93–110.

17 Vgl. J. Jochen Fuhrmann/Arno Orzessek (Hrsg.), Zerstreute Öffentlichkeiten, München 2001.

18 Vgl. Christoph Bieber, Protestkommunikation im Internet, in: Bernd Holznagel (Hrsg.), Elektronische Demokratie, München 2001.

vice“-Angriff haben sich „Virtuelle Sit-Ins“ zum festen Bestandteil im digitalen Protestrepertoire entwickelt. Gleichzeitig hat dieses Protestformat eine heftige Diskussion um die „politische Brauchbarkeit“ solcher Aktionen ausgelöst. Um den Zusammenbruch eines Servers („Denial-of-Service“, DoS) aufgrund einer hohen Zahl gleichzeitiger Anfragen auszulösen, sind nicht notwendigerweise viele Internet-Surfer notwendig, denn der „Protest“ kann auch auf „maschinelle“ Weise simuliert werden.

Diese „Automatisierung des Protests“ dient als Kritikpunkt: Eine künstlich herbeigerufene „DoS“-Attacke hat keinen „politischen“ Wert, weil die Authentizität des Protests nicht gewährleistet ist. Inzwischen betonen Online-Aktivistinnen daher immer wieder ihren Willen zur Offenlegung der angewendeten Protest-Techniken, um eine „Authentifizierung“ der Teilnehmer zu ermöglichen. Für die Anerkennung politischer Meinungsäußerungen im Internet spielt demnach die Unterscheidung zwischen „öffentlicher“ und „anonymer“ Kommunikation eine wesentliche Rolle.

Schließlich verläuft die Organisation digitaler Protestkommunikation längst nicht mehr nur innerhalb von Landes- oder Domain-Grenzen, sondern lässt immer auch die Kooperation bzw. Konfrontation mit internationalen Akteuren zu. Dieses latente Globalisierungspotenzial äußert sich am deutlichsten in der Entstehung eines weltweiten Protest-Netzwerks, das im Internet eine hauptsächliche Identitätsquelle und Organisationsmöglichkeit gefunden zu haben scheint. So verzeichnet die Portalseite „protest.net“ ([www.protest.net](http://www.protest.net)) einen umfangreichen Kalender mit zahlreichen protestwürdigen Veranstaltungen und verweist auf zahlreiche spezialisierte Protest-Seiten, die sich der Online-Begleitung der Aktivitäten unterschiedlicher „Globalisierungsakteure“ verschrieben haben. So sind regelmäßig Ankündigungen zu den bevorstehenden Ereignissen vorzufinden, zudem halten einige Websites präzise Hinweise zur Durchführung von Protestaktionen vor Ort bereit. Darüber hinaus tragen Online-Plattformen wie das „Z-Magazine“ ([www.zmag.org](http://www.zmag.org)) oder das „Independent Media Center“ ([www.indymedia.org](http://www.indymedia.org)) zur Etablierung einer alternativen Öffentlichkeit bei, um die Berichterstattung der Mainstream-Medien zu konterkarieren.

Bemerkenswert ist die realistische und nüchterne Sicht der Macher dieser Online-Medien, für die ohne direkten Austausch die Organisation des Protests der „Globalisierungsgegner“ unmöglich ist; auch fällt es ihnen schwer, dieses falsche Eti-

kett loszuwerden, das die Mainstream-Medien den Kritikern der vorherrschenden und Befürwortern einer sozial inklusiven und ökologisch nachhaltigen Globalisierung anheften. Eine kritische Haltung zur aktuellen weltwirtschaftlichen Verflechtung und die Nutzung eines Mediums, das man als „globales Medium“ par excellence bezeichnen könnte, steht keinesfalls im Widerspruch zueinander; vielmehr ist das Internet ein veritables „Agenda-Medium“, das den Wahlspruch „Global denken, lokal handeln“ operationalisieren helfen kann.

---

### III. Digitale Politikprozesse

---

Auch andere Politikprozesse haben digitale Erweiterungen erfahren: Wesentliche Routinen politischer Systeme wie die Organisation von Wahlen, effizientes Verwaltungshandeln, aber auch bürgerschaftliches Engagement können im Umfeld Neuer Medien als Gegenstand „politischer Kommunikation“ gefasst werden und sollen wenigstens skizzenhaft in die vorliegende Zusammenschau integriert werden.

#### 1. E-Voting: Wählen per Mausclick?

Die digitale Stimmabgabe gilt vielen schon seit dem Aufkommen der Online-Kommunikation geradezu als Krönung der „elektronischen Demokratie“. In der Tat lassen sich – parallel zu Fortschritten der Kryptographie und bei der „digitalen Signatur“ im elektronischen Handel – virtuelle Stimmabgaben denken. Viele Befürworter von Internet-Wahlen erhoffen sich davon eine Umkehr der rückläufigen Trends bei der Wahlbeteiligung.

Zu hohen Erwartungen muss man hier allerdings aus zwei Gründen entgegentreten: Erstens ist die digitale Abstimmungstechnologie bei weitem nicht so sicher und vor allem verfassungsrechtlich nicht so unproblematisch, wie ihre Verfechter (und kommerziellen Aspiranten) behaupten.<sup>19</sup> Zweitens (und wichtiger) verschenkt man wesentliche Potenziale interaktiver Medien, wenn man „elektronische Demokratie“ verkürzt auf die Einschaltung eines neuen technischen Hilfsmittels. In diese Richtung weisen amerikanische Ansätze (wie [vote.com](http://vote.com)), die sich bei Verantwortlichen in Europa wachsender Beliebtheit erfreuen, obwohl

<sup>19</sup> Vgl. Hubertus Buchstein, Präsenzwahl, Briefwahl, Onlinewahl und der Grundsatz der geheimen Stimmabgabe, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 31 (2000) 4, S. 886–902.

die Differenz zwischen Umfrage und Abstimmung hier verwischt wird und in der Tat, in Verlängerung der pseudo-partizipativen TED-Demokratie, jener „elektronische Populismus“ am Horizont steht, den Kritiker als Gefahr für die repräsentative Demokratie stets gewittert haben.

Zukünftig ist allerdings von einem erweiterten staatlichen Handlungsbedarf mit Blick auf den konkreten „Mehrwert“ für die Wahlbürger durch elektronische Abstimmungsmöglichkeiten auszugehen. Bisherige Ansätze für „E-Voting“-Lösungen stellen die Effekte für die Rationalisierung der Wahlorganisation in den Vordergrund, die Chancen sowohl für die Wähler wie auch der zu Wählenden werden dabei fast ignoriert.<sup>20</sup>

Werden „E-Voting“-Verfahren auch in Zukunft weiterhin als politische „E-Business“-Anwendungen konzipiert, könnte dies kontraproduktive Folgen für ihre Akzeptanz haben: Die Entwicklung sicherer Kommunikationsumgebungen für den elektronischen Handel kann zu einer Abschreckung potenzieller Benutzergruppen führen, die durch hohe Sicherheitsanforderungen sowie eine unzureichende Verknüpfung der Möglichkeiten digitaler Stimmabgabe und allgemeiner Wahlinformation abgeschreckt werden. Um derartige Negativeffekte ausgleichen zu können, muss der technologische, am „E-Business“ orientierte Kern des Abstimmungsvorgangs von einer kommunikativen- und diskussionsfähigen Online-Umgebung gerahmt werden.

## 2. Bürgerbeteiligung im Netz

Auch bürgerschaftliches Engagement erlebt in Zeiten des Internet als „andere Seite“ herkömmlicher Beteiligung einen Aufschwung. Beteiligungswillige Bürger entdecken die offenen Diskussionsforen virtueller Parteizentralen und politischer Online-Medien sowie weitere kommunikative Orte im Datenraum. Hierbei kommt es, meist temporär und themenbezogen, zu einer virtuellen Vergemeinschaftung, die lokale Kommunikation über politisch-administrative Fragen verdichten und global erweitern kann, indem sie physisch nicht anwesende, aber thematisch betroffene und interessierte Personengruppen einbezieht und eine Netzarchitektur bereitstellt, die verschiedene

<sup>20</sup> Selten reflektieren die Beiträge zur Diskussion um die Einführung von „E-Voting“-Verfahren diese Techniklastigkeit; dagegen Herbert Kubicek/Martin Wind, Elektronisch Wählen. Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Online-Wahlen zum Studierendenparlament und zum Bundestag, in: Verwaltung und Management. Zeitschrift für allgemeine Verwaltung, (2001) 3, S. 132 – 141.

Grade von Information, dauerhaftem Interesse und Kompetenz kombiniert.

Neue Beteiligungsformen entstehen aber nicht allein durch die konkrete Anbindung an bereits vorhandene Politik-Prozesse, sondern offenbaren sich auch bei einem Blick auf innovative Online-Projekte, die bislang nur selten als genuines „Bürgerengagement“ verstanden werden. Viele der in den letzten Jahren entstandenen Informations-, Kommunikations- und Aktionsplattformen im Internet sind Produkte bürgerschaftlichen Engagements: Betreiber, Programmierer, Autoren und Techniker erbringen den größten Teil ihrer Leistungen für politische Projekte im Internet auf ehrenamtlicher Basis.

Der ebenso geachtete wie gefürchtete Chaos Computer Club (CCC) zeigt paradigmatisch auf, wie technologisches in soziales Kapital überführt werden kann. Ihre über Jahre hinweg erworbene Kompetenz im Umgang mit Computersystemen und Datennetzen setzen CCC-Mitglieder häufig dazu ein, um auf Schwachstellen der digitalen Informations-Infrastruktur hinzuweisen oder staatliche Eingriffs- und Regulierungsversuche zu diskreditieren. Galionsfiguren des CCC wie der jüngst verstorbene Wau Holland oder Andreas Müller-Maguhn haben es zu mehrfachem Expertenstatus bei diversen Anhörungen im Rahmen bundespolitischer Entscheidungsfindung gebracht. Müller-Maguhn verfolgt darüber hinaus als gewählter Regionalvertreter für Europa im Amt eines ICANN-Direktors eine Art „weltbürger-schaftliches Engagement“.

Nicht nur die Hamburger Hacker gestalten den Diskurs um Informationsfreiheit, Datenschutz und Datenmissbrauch mit: So betreuen der Bielefelder „Verein zur Förderung des öffentlichen bewegten und unbewegten Datenverkehrs“ (FoeBuD, [www.foebud.org](http://www.foebud.org)) und der in München registrierte „Förderverein Informationstechnik und Gesellschaft“ (FITUG, [www.fitug.de](http://www.fitug.de)) ebenfalls inhaltsstarke Online-Angebote zu diesen Themen. Mit umfangreichen Informationssammlungen bieten sie wichtige Orientierungshilfen in diesen für viele undurchdringlichen neuen Gegenstandsbereich von Politik.

Durch bürgerschaftliche Mitgestaltung erfährt auch der Bereich der Netzkultur eine Stärkung und Ausweitung. Der Berliner Verein mikro ([www.mikro.org](http://www.mikro.org)) widmet sich der „Pflege von Netzkulturen“, unterhält ein anspruchsvolles Kultur- und Veranstaltungsprogramm, zeichnet aber auch für die Organisation öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen verantwortlich. Grundle-

gende Motivation für die Vereinsmitglieder ist „das Bedürfnis nach einer kritischen Auseinandersetzung mit den kulturellen, sozialen und politischen Folgen des Einsatzes von Medientechnologien in der Gegenwartsgesellschaft“ und die Bereitstellung einer „Plattform für eine Auseinandersetzung mit kompetenten, kritischen und selbstbewussten Anwendungen von Medientechnologien“.<sup>21</sup>

Auch ohne Festlegung auf ein konkretes politisches Thema ist eine Beteiligung auf freiwilliger Basis zu beobachten: Der Berliner Verein poldi.net hat sich der „demokratischen und digitalen Entwicklung der europäischen Informationsgesellschaft“ verschrieben. Dazu unterhält der Verein mit [www.politik-digital.de](http://www.politik-digital.de) und [www.europadigital.de](http://www.europadigital.de) zwei Webseiten, die sich seit der vergangenen Bundestagswahl zu viel beachteten Politik-Plattformen im Internet entwickelt haben.<sup>22</sup>

Während die Netzvereine eine Art bürgerschaftliches „Grundrauschen“ im Umfeld einer entstehenden „Internet-Politik“ darstellen, gibt es im Bereich der Politik-Implementation innovative Möglichkeiten zur Bürgerbeteiligung durch neue Medien. Hier ist etwa die Nutzung bürgerschaftlicher Expertise für Planungs-, Mediations- oder Gesetzgebungsverfahren zu nennen. Mögliche Akteure sind die zahlreichen regionalen „Bürger-netze“, die sich um die kleinräumige „Verkabelung“ von Landkreisen, Kommunen oder Stadtvierteln kümmern und einen großen Beitrag zur Verbreitung „digitaler Medienkompetenz“ leisten. Nicht selten unterstützen diese nichtkommerziellen Internet-Projekte die klassischen Angebote öffentlicher Informationsdienstleister, fügen deren Leistungsspektrum jedoch häufig neue Facetten hinzu und dienen politischen Akteuren als Beispielgeber. Hier lässt sich dann auch die Brücke schlagen vom E-Government zur E-Democracy.

### 3. Internetdiskurse

„Regierung durch Diskussion“ hieß in der politischen Theorie- und Ideengeschichte die Fundierung und Qualifizierung demokratischer Mehrheiten durch vor- und nachgeschaltete Diskussion. Das bezeichnet die Notwendigkeit, über politische Streitfragen nicht nur abzustimmen, sondern der

Entscheidung durch gründliche Erörterung in aller Öffentlichkeit mehr Legitimation zu verleihen. „Entschieden werden muss“, lautet der Grundsatz politischer Dezision, die in repräsentativen Demokratien überwiegend durch die Mehrheitsentscheidung gewählter Volksvertreter herbeigeführt wird; öffentliche Deliberation kann im Sinne der „partizipatorischen Demokratie“ die Qualität dieser Entscheidung verbessern, zumal sie nicht allein den Eliten überlassen bleibt, sondern in verschiedener Intensität auf die öffentliche und veröffentlichte Meinung rekurriert. Diese Form der Kommunikation vollzieht sich in öffentlichen Diskursen diverser Formate, und Online-Medien sind nun besonders prädestiniert, Diskurse zu organisieren.

Um auf die Eingangsbeispiele zurückzukommen: Chats und Online-Foren der Parteien sind in der Regel schwach strukturiert und sachlich offen; ein virtueller Parteitag oder eine Debatte über das Informationsfreiheitsgesetz muss hingegen thematisch beschränkt und moderiert werden. Die (bisher unzureichende) Forschung über die Wirklichkeit und Wirkung solcher E-Diskurse zeigt, dass ihre Formate stark von Konventionen herkömmlicher Medien geprägt bleiben. Die Funktion „Sprechen/Schreiben“ (Expression) wird auch hier stärker bedient als die Funktionen „Zuhören“ (Reziprozität), „Antworten“ (Responsivität), „andere Standpunkte einnehmen“ (Empathie) und „(Sich-)Überzeugen(-lassen)“ (Persuasion).

Experimente mit Meinungsumfragen, digitalen Planungszellen und virtueller Konfliktmediation zeigen, dass Online-Kommunikation bei entsprechender Moderation ausgezeichnete Ergebnisse gezeitigt hat.<sup>23</sup> Für eine Zivilgesellschaft, der man in wachsendem Maße Selbsttätigkeit und Eigeninitiative empfiehlt, sowie für ein staatliches Organisationshandeln, das sich am Ideal des Verhandlungsstaates und der kooperativen Demokratie ausrichtet, stellt diese Qualifizierung des Diskurses durch interaktive Medien eine echte Herausforderung dar.

---

## IV. Ausblick

---

Abschließend soll die Frage aufgeworfen werden, wie sich die politische Online-Kommunikation in

21 Vgl. <http://www.mikro.org/Doku98-99/allg-d.html>

22 Das Angebot von politik-digital wurde im Juni 2001 mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet. Die Jury begründete dies insbesondere mit der Nutzung des „Internets als Erweiterung des öffentlichen Raums“. Die Verfasser beteiligen sich als Vorstands- bzw. Kuratoriumsmitglied an den Aktivitäten des Vereins.

23 Vgl. Anthony G. Wilhelm, *Democracy in the Digital Age*, New York 2000. Zu diesem Themenbereich veröffentlichen wir demnächst einen Bericht aus dem laufenden Projekt „Evaluation internetgestützter ITA-Diskurse“.



einem Kontext weiterentwickeln wird, der nicht mehr von der kommerziellen Euphorie der neunziger Jahre gekennzeichnet ist und sich schon auf den entgegengesetzten Pendelschlag einzustellen hat, wonach das Internet angeblich „tot“ und eine stärkere Fokussierung politischer Prozesse darauf nicht anzuraten sei. Aber noch unternimmt man verzweifelt wirkende Anstrengungen, mehr Menschen „ins Netz zu holen“; das Programm „Internet für alle“ soll die „Inter-Nots“ und weniger „angeschlossene“ Gruppen (Frauen, Senioren, ethnische Minderheiten, formal weniger gebildete Personen) aktivieren und frustrierte „User“ zurückholen.

Aus demokratiepolitischer Sicht ist die Herstellung gleicher Zugangsbedingungen ganz unverzichtbar; die zügig voranschreitende Privatisierung und Kommerzialisierung des WWW und seine allmähliche Verwandlung in ein (weiteres) Bezahl-Medium kann nicht hingenommen werden, doch ist ein Äquivalent zum öffentlich-rechtlichen

Rundfunk hier nicht in Sicht.<sup>24</sup> Es mag sein, dass die wirtschaftliche Liberalisierung – im Begleiteffekt zur Ausschöpfung weiterer Nutzergruppen – Online-Kommunikation in der heutigen Größenordnung von Telefonie, Rundfunk und Fernsehen verfügbar macht und das Internet so zu einem effektiven Massenmedium wird. Aber in der reinen Verbreiterung liegt gar nicht der Qualitätsanspruch für die politische Kommunikation – eher kann man sie wohl in der Möglichkeit einer Vertiefung des politischen Diskurses suchen. Daran nehmen erfahrungsgemäß immer nur wenige „politisch Aktive“ teil, die punktuell und anlassbezogen durch die „Menschen auf der Straße“ ergänzt werden. Unter dieser Prämisse, die eine variable und flexible Kommunikationsarchitektur erfordert, hat der „gut informierte Bürger“ ein noch weitgehend unausgeschöpftes Potenzial.

---

<sup>24</sup> Vgl. Claus Leggewie, Netzbürger ohne Lobby, in: Die ZEIT, Nr. 8/2001.

# Jahresbände

Aus Politik und Zeitgeschichte

mit komplettem  
Inhaltsverzeichnis  
Sach- und Personenregister



**25,- DM**

*Jahrgang* **2000**

*Noch begrenzt vorrätig (Preise w. o.): Jahrgänge: 1992 - 1999*



Bundeszentrale  
für politische  
Bildung

Bestell-  
Adresse:

**Das Parlament,**

Vertriebsabteilung  
54290 Trier

Fleischstraße 62-65.  
Telefax (06 51) 97 99-153  
[http://www.das-parlament.de/  
html/abo4.cfm](http://www.das-parlament.de/html/abo4.cfm)