

www.mehr-demokratie.de: Das Internet und die Zukunft der deutschen Politik

Jürgen Stern

1. *Demokratie im Zeitalter des Internets – eine Einleitung*
2. *Politik im Internet*
 - 2.1 Grundlegendes
 - 2.2 Sender politischer Kommunikation
 - 2.3 Empfänger politischer Kommunikation
3. *Mehr Partizipation?*
 - 3.1 Partizipation durch Medien?
 - 3.2 Neue Formen politischer Partizipation im Internet?
 - 3.3 Zur Deliberativen Demokratie durch das Internet?
 - 3.4 Wahlkämpfe und Wahlen im Internet
 - 3.4.1 Wahlkämpfe im Internet
 - 3.4.2 Wahlen mit Hilfe des Internet
4. *Auswirkungen auf die Öffentlichkeit*
 - 4.1 Am Ende der alten Öffentlichkeit?
 - 4.2 Eine neue Öffentlichkeit?
 - 4.3 Am Ende der Privatheit?
5. *Internet und Repräsentation*
6. *Effektivität, Transparenz, Partizipation und Internet – ein Fazit*

Literaturverzeichnis

1. Demokratie im Zeitalter des Internets – eine Einleitung

Das Wohl und Wehe einer Demokratie hängt zu einem erheblichen Teil von ihrer Fähigkeit zur Kommunikation ab. Schon ein sehr einfaches Modell politischer Entscheidungsfindung macht deutlich, wie wichtig Kommunikation ist. Durch sie werden Probleme, Protest, Unterstützung und vieles mehr von den Regierten an die Regierenden vermittelt. Gleichzeitig bringen die Regierenden den Regierten ihre Entscheidungen und ihre Argumente näher. Dieser Austausch begründet Legitimität demokratischer Herrschaft. Allerdings braucht auch politische Kommunikation ein „Transportmittel“, das in modernen Gesellschaften die Massenmedien sind.

Seit etwa zehn Jahren findet ein neues Phänomen auch in Deutschland Beachtung. Das Internet entwickelt sich zum größten Informationsspeicher und -verteiler der Welt. Es verändert die öffentliche Kommunikation und übt damit auch Einfluss auf das politische System Deutschlands aus. Diese Auswirkungen auf die Zukunft der bundesrepublikanischen Demokratie sind hier Thema: Nützt oder schadet das Internet der Demokratie? Am Anfang steht eine grobe Bestandsaufnahme der politischen Kommunikation im Internet. Danach werden drei wichtige Bereiche näher betrachtet, auf die ein Medium große Auswirkungen haben kann: Im ersten Teil stehen die Mitwirkungsmöglichkeiten der Bürger im Mittelpunkt: Werden sie durch das Internet verbessert? Der zweite Abschnitt lenkt die Aufmerksamkeit auf den Kommunikationsraum, die Öffentlichkeit: Wird er durch das Internet zerstört oder gefördert? Die besonders wichtige, kommunikative Beziehung zwischen Bürger und Repräsentant wird im dritten Abschnitt behandelt: Wird sie durch das Internet intensiviert oder korrumpiert? Nach Möglichkeit soll in allen drei Bereichen die empirische Rückbindung gesucht werden. Im letzten Abschnitt werden die Möglichkeiten und der Stand des Interneteinsatzes in der Verwaltung beleuchtet. Ein Gesamtbild soll im Fazit entworfen werden.

Bei der Abgrenzung des Themas sollen zum einen geklärt werden, in welchem Feld sich dieser Aufsatz bewegt, und zum anderen, anhand welcher Kriterien sich die Frage nach Nutzen oder Schaden für die Demokratie grundsätzlich beantworten lässt. Die Diskussion wird in drei Begriffen erfasst: Teledemocracy, Cyberdemocracy und Electronic Democratization. Unter dem ersten Begriff wird die Absicht verstanden, die Möglichkeiten des Kabelfernsehens und des Internets zur Einführung der direkten Demokratie zu nutzen. Cyberdemocracy dagegen hält den Bezug zur realen Welt für weniger wichtig: Bei ihr geht es eher darum, ein neues gleichsam virtuelles politisches System, das im Internet entstehen soll, demokratisch zu gestalten. Weit weniger umfassend ist das angelegt, was mit Electronic Democratization gemeint ist. Hier geht es darum, mit Hilfe der neuen Mittel die bisherige repräsentative Demokratie zu verbessern.

Die Erwartungshaltungen gegenüber der Entwicklung des Internets werden in drei Theoremen zusammengefasst: dem Demokratisierungs-, dem Reproduktions- und dem Potenzierungstheorem. Das erste sieht das Internet als einzige große Entwicklung hin zur Direkten Demokratie in allen Bereichen, es stellt also in gewisser Weise die Zielvorstellung der Anhänger der Teledemocracy dar. Das Reproduktionstheorem sieht das Netz primär als Spiegel realer Machtverhältnisse. Das Potenzierungstheorem unterstellt, dass das Internet den bereits Mächtigen noch größere Macht in die Hand gibt, um ihre Herrschaft noch besser abzusichern.

Für eine Entwicklung hin zur Teledemocracy oder zur Cyberdemocracy fehlen allerdings bisher empirische Belege. Was sich zur Zeit bereits erkennen lässt, sind vielfache Bemühungen der Electronic Democratization. Der Aufsatz lässt daher die beiden anderen Konzepte weitgehend außen vor und konzentriert sich auf Ansätze, die im weiteren Sinne der Electronic Democratization zuzuordnen sind. Es zeigt sich, dass das zweite Theorem, also die weitgehende Reproduktion der realen Welt im Internet ohne plötzlichen Aufschwung der direkten Demokratie oder der Virtualisierung zutrifft.

Bleibt die Frage nach dem Maßstab für mehr oder weniger, bessere oder schlechtere Demokratie. Hierzu soll der von dem Politikwissenschaftler Winfried Steffani formulierte Dreiklang aus Effizienz, Transparenz und Partizipation, also dem Grad der technisch-rationalen Wirtschaftlichkeit, dem Grad der Nachvollziehbarkeit und dem Grad der Mitwirkung, dienen. Diese drei Begriffe stehen in einem Spannungsverhältnis, denn die vollständige Umsetzung eines der drei würde jeweils zur Negierung der beiden anderen führen. Absolute Effizienz verträgt beispielsweise weder die politische Kontrolle noch die Beteiligung der Bürger als politischer Amateure. Stimmt dagegen das Spannungsverhältnis, kann die wichtigste Ressource der Demokratie entstehen: Legitimität. Politik, deren sinnvoller Einsatz ihrer Mittel nachvollziehbar ist und deren Zielsetzung grundsätzlich durch jeden beeinflussbar ist, hat gute Chancen als legitim angesehen zu werden, sofern sie auch einige grundlegende Werte nicht außer acht lässt.

2. Politik im Internet

Die politische Kommunikation des 21. Jahrhunderts bedient sich nicht mehr nur der klassischen Medien. Zwar bleiben Zeitungen und Zeitschriften sowie der Rundfunk wichtige Elemente. Zwar ist bis auf weiteres nicht abzusehen, dass das Fernsehen von seiner Hegemonialstellung in der politischen Information verdrängt wird, aber auch die neuen elektronischen Möglichkeiten werden seit Jahren zur Kommunikation über politische Sachverhalte genutzt. Die Frage, die hier im Hintergrund steht, lautet, ob es sich bei der Kommunikation im Internet um eine auch politisch relevante handelt.

2.1 Grundlegendes

Ohne auf die technischen Feinheiten des Internets einzugehen, lässt es sich grob so definieren: Es handelt sich um Computer, die untereinander verbunden sind und miteinander Daten austauschen. Um sich an diesem Austausch beteiligen zu können, braucht der potentielle Nutzer zweierlei: 1. Einen Computer, der mit einem Modem ausgestattet ist und somit fähig, Daten über eine Telefonleitung zu übertragen. 2. Ein Unternehmen, das den Zugang zum Internet öffnet. Dies geschieht in der Regel gegen Gebühr.

Die Nutzungsmöglichkeiten des Internets lassen sich in fünf Bereiche einteilen:

1. Abruf gespeicherter Information (World Wide Web). Darunter fällt sowohl das sogenannte „Surfen“ im Internet, also die ziellose Wanderung von einer Websi-

- te zur nächsten mehr aus Neugier und Vergnügen als aus Wissensdurst, als auch die gezielte Suche nach einer speziellen Information.
2. Das Versenden und Empfangen elektronischer Post (E-Mail). Diese Möglichkeit verdrängt zusammen mit dem Short Message Service (SMS), der in der Regel über ein Mobiltelefon zugänglich wird, besonders bei den Jugendlichen den klassischen Brief. Sie hat sich aber inzwischen auch im normalen Geschäftsverkehr eingebürgert.
 3. Die Beteiligung an Diskussionsforen. Auf vielen Websites gibt es inzwischen die Möglichkeit über ein Thema zu diskutieren. Die normalerweise sehr kurzen Beiträge werden dabei in der Reihenfolge ihres Eingangs untereinander gesetzt. Je nach Aufbau des Forums sieht der Nutzer sofort den ganzen Inhalt einer Nachricht oder muss zuerst eine Art Betreffzeile anklicken.
 4. Die sprachliche Interaktion mit anderen Nutzern. Im sogenannten Chat wird eine synchrone Kommunikation hergestellt. Kurze getippte Sätze werden auf dem Bildschirm untereinander gesetzt und gleichzeitig von allen Nutzern gelesen. Die Nutzer haben dann die Gelegenheit, sofort zu antworten oder selbst einen kurzen Text mit einem anderen Thema in die Diskussion einzubringen.
 5. Die Interaktion in virtuellen Räumen. Hier entfernt sich das Internet am weitesten von der Realität. Der Nutzer nimmt in diesen virtuellen Räumen eine neue Persönlichkeit an, als die er dann dort agiert.

Betrachtet man die Häufigkeit der Nutzung, so ist eine abnehmende Tendenz festzustellen. Nahezu jeder, der sich im Internet bewegt, verfügt über eine E-Mail-Adresse. Meist wird der elektronische Postkasten gleich mit dem Zugang zum Internet eingerichtet. Wesentlich seltener ist schon die Beteiligung an Foren, da die Nutzer meist nach Informationen suchen und nur relativ selten eine Meinung kundgeben wollen. Viele virtuelle Foren und Gästebücher auf Websites fristen daher eine traurige, kaum beachtete Existenz. Der Chat ist schon deshalb weniger gefragt, weil man sich oft an spezielle Zeiten halten muss. Zwar wird irgendwo immer irgendetwas diskutiert, aber will man sich über ein spezielles Thema „unterhalten“, so ist man wie im realen Leben gezwungen, Termine einzuhalten.

Ein wichtiges Merkmal der Kommunikation mittels des Internets ist die zeitliche Abfolge: Informationen sind in der Regel jederzeit greifbar. Während die wohlgemerkt aufgeschriebene „sprachliche Interaktion“ im Chat synchron erfolgt, gestaltet sich etwa das Abschicken und Empfangen von E-Mails asynchron. Das Internet ist somit wohl das einzige Medium, das verschiedene Aktionsfolgen verbindet.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass sich das Internet von anderen Medien durch ein höheres Potential von Interaktion, von Interaktivität unterscheidet. Auf nahezu allen Websites sind E-Mail-Adressen angegeben, durch die es möglich wird, Fragen und Anmerkungen sofort festzuhalten und binnen Sekunden an den Anbieter zu übermitteln. Dass der sie jedoch ebenso schnell wieder löschen kann, darf der Vollständigkeit halber nicht unerwähnt bleiben.

Die übertragenen Daten können vielerlei Gestalt annehmen: Zum Formenschatz des Internet zählen Texte ebenso wie Bilder, Grafiken, Töne, Sprache und bewegte, animierte Bilder sowie Filme. Dieser Sachverhalt wird im Allgemeinen mit dem Stichwort *Multimedialität* zutreffend bezeichnet. Damit verbindet sich das Problem

der Kapazitäten der Datenleitungen. Einfache Texte erscheinen, selbst wenn sie über die normale Telefonleitung übertragen werden, recht schnell. Versucht man jedoch, auf diesem Weg farbige Bilder auf den Bildschirm zu holen, so dauert dies mitunter Minuten.

Stellt man nun die Frage nach der Art des Mediums, so fällt auf, dass es sich beim Internet nicht um ein völlig neues Medium handelt, sondern um die Verbindung bereits bekannter Medien: des Drucks, des Radios und des Fernsehens. Folglich trifft der Begriff „Hybridmedium“ (Joachim R. Höflich zit. n. Marschall 1999a: 152) den Charakter des Internets gut. Zu den Eigenschaften des Internets zählt ebenfalls zum einen, dass die Inhalte des Netzes grundsätzlich von überall her über einen Computer zugänglich sind. Zum anderen gehört zu seinen Merkmalen, dass sich potentiell jeder als Nutzer oder auch als Anbieter von Inhalten beteiligen kann, wobei die Transaktionskosten im Vergleich zu konventionellen Medien eher klein sind, da sich mit geringen Mitteln ein Internetangebot erstellen lässt, dessen mögliche Nutzer ähnlich zahlreich sind wie bei den etablierten Massenmedien (Hellwege 1997: 11ff.). Die Bereitstellung eines Onlineangebots lässt sich mit wenigen Hundert Mark realisieren. Über das Onlineangebot lassen sich aber zudem sehr viel mehr Informationen verbreiten, die nicht nur einen Tag, sondern Monate im Netz bleiben können.

Ist das Internet aber selbst ein Massenmedium? Teilweise erfüllt es die von *Gerhard Maletzke* 1963 vorgeschlagenen Kriterien: Es macht öffentliche Aussagen, die sich an ein vielfältiges Publikum richten. Nur die von *Maletzke* geforderte Einseitigkeit ist beim Internet durch die relativ einfache Antwortmöglichkeit nur bedingt gegeben. Wie noch gezeigt wird, werden diese aber recht selten genutzt. Im ganzen ist *Theodor Zipfel* zuzustimmen, der auf Grundlage der oben genannten Anforderungen auch die computergestützte Kommunikation als Massenkommunikation einordnet (Vgl. Zipfel 1998: 30f.).

Abschließend sei mit *Ulrich Weiß* darauf hingewiesen, dass das Internet als technisches Medium aus seiner Natur heraus gegenüber den Inhalten neutral ist. Seine Möglichkeiten können von etablierten politischen Kräften ebenso instrumentalisiert werden wie von Extremisten oder Kriminellen (Vgl. Weiß 1998: 33f.). Es ist keineswegs verwunderlich, dass lange Zeit über das Internet viele Aktivitäten abgewickelt wurden, die das Licht der Öffentlichkeit lieber mieden, da das Internet als anonym gilt und der heimische Rechner recht gut abzuschirmen ist. Rechtsextreme Vereinigungen organisieren ihre Treffen per E-Mail. Pornografisches Material aller Art wird durch das Netz verschickt.

2.2 Sender politischer Kommunikation

Kaum ein politischer Akteur ist heute nicht im *world wide web* vertreten: Staatliche Stellen, von der Bundesregierung bis zur kleinen Gemeinde, präsentieren sich ebenso im Netz wie der Bundestag und die Landesparlamente, die Parteien jeder Schattierung und jeder Größe, parteinahe Stiftungen, Verbände, politisch engagierte Organisationen aller Art und Medien. Wenn sich auch noch nicht alle Politiker und Institutionen *online* vorstellen, so gehört es inzwischen doch zum Selbstverständnis der meisten Akteure, die Mittel der modernen Kommunikation zu beherrschen.

Die Qualität der Präsentation spiegelt dabei ähnlich wie bisher in der Regel die Ressourcen der Akteure wider. Dabei fällt nicht nur der Umfang des Angebots ins Gewicht, also etwa ob die Website ein Diskussionsforum enthält, sondern auch die Aktualität der bereitgestellten Informationen. Exemplarisch hat dies *Christian Müller* für die Angebote der Parteien festgestellt (Vgl. Müller 1998: 157 – 169). Es erscheint plausibel, dass die Bundesregierung mit ihren Mitteln ein insgesamt besseres, umfangreicheres und aktuelleres Onlineangebot auf die Beine stellen kann, als die Stadt Regen im Bayerischen Wald. Ähnliches gilt auf Seiten der Parteien, wenn man die Angebote von CDU und SPD mit dem Internetauftritt der Partei der Bibel-treuen Christen vergleicht. Die großen Gewerkschaften sind in der Lage, viermal am Tag über den Stand der Tarifverhandlungen zu informieren, während die Homepage kleiner Vereine noch den Stand von vor Jahren wiedergibt. Oftmals fehlen kleineren Organisationen nach der Einrichtung einer Homepage die Mittel, sie auf dem Laufenden zu halten. Häufig schlafen die Aktivitäten auf diesem Gebiet auch ein, wenn der Betreuer des Angebots den Verein verlässt.

Die Präsenz im Internet trägt nicht nur zu einem modernen Image bei, ist nicht nur Statussymbol, sondern bringt auch erhebliche Vorteile. Besonders wichtig sind die beiden folgenden: Über das Internet gelingt es zum einen, eine Zielgruppe besser zu erreichen, die sich dem Werben der politischen Akteure bisher weitgehend entzogen hat: die Jugendlichen. Zum anderen sind die Akteure, sofern sie nicht selbst ein Medium sind, nicht mehr auf die Vermittlung durch die etablierten Massenmedien angewiesen, die viele Informationen aussortieren und somit als Filter wirken. Oftmals holen die Redaktionen auch eine Stellungnahme der politischen Gegner des jeweiligen Akteurs ein. Wenigstens Qualitätszeitungen sind noch darauf bedacht, beide Seiten zu Wort kommen zu lassen. Die beabsichtigte propagandistische Wirkung wird dadurch allerdings eingeschränkt. Durch das Internet wird es den politischen Akteuren nun möglich, zumindest den Teil ihrer jeweiligen Klientel, der über einen Internetzugang verfügt und ihn zur politischen Information nutzt, direkt und unwidersprochen anzugehen (Vgl. Marschall 2001: 41). Man muss kein Kommunikationsexperte sein, um den Reiz dieser unmittelbaren Ansprache zu erkennen. Das Internet ist in der Lage zwischen politischer Werbung und Information eine Brücke zu schlagen: Slogans, Spiele und Cartoons zielen auf den Effekt, aber auch die Informationsangebote sind schnell verfügbar. Dabei ist allerdings interessant festzustellen, dass ein ansehnlicher Teil der Zielgruppe der Akteure und Parteien die Journalisten der etablierten Medien sind.

Neben der Chance, die Aufmerksamkeit der Jugendlichen zu erhalten und die eigene Klientel ohne lästige Kommentierung zu erreichen, lassen sich, so hoffen zumindest einige Politikwissenschaftler, die Parteien als Organisationen wieder attraktiver machen. Die weitgehende Anonymität im und das niedrigschwellige Angebot durch das Internet sollen Sympathisanten an die Parteien binden. *Daniel Dettling* rät den Parteien, den politisch interessierten Bürgern über das Internet differenzierte Partizipationsangebote zu offerieren. Im Virtuellen Ortsverein, wie ihn die SPD praktiziert, sieht er „... die technische Plattform, eine Volkspartei wieder mit dem Volk zu verbinden“ (Dettling 2001: 6; vgl. auch Marschall 2001: 45f.). Der virtuelle Ortsverein steht SPD-Mitgliedern und Interessierten offen und hatte 2001 etwa 1000 Mitglieder, die zu 80 Prozent das SPD-Parteibuch hatten. Aus verschiedenen rechtlichen Gründen ist der Virtuelle Ortsverband gegenüber einem realen Ortsverein

nicht gleichberechtigt. So darf der virtuelle Verein keine Beschlussvorlagen für Parteitage einbringen. In der Partei ist er als „Freak-Verein“ verschrien und muss mit einigen Problemen fertig werden: Verstopfte Mailboxen, hohe Anfälligkeit der Diskussionen gegenüber Störenfriedern und eine geringe Abstimmungsbeteiligung. Ob sich der Aufwand für den Aufbau einer solchen virtuellen Organisation lohnt, um 200 Nicht-Mitglieder an die Partei zu binden, mag die SPD selbst entscheiden. Aber der Virtuelle Ortsverband kann kaum als erfolgreich angesehen werden, wenn man bedenkt, dass zur Zielgruppe die ganze deutsche das Internet nutzende Bevölkerung zählt.

Für Mitglieder, Unterstützer und Interessenten sollten nach *Detting* jeweils spezielle Informationsangebote geschaffen werden. Bisher trennen die Parteien sehr viel grober: Ihren Ortsvereinen machen sie ihr Intranet zugänglich, für Mitglieder, die nicht als Funktionsträger engagiert sind, ein geschütztes Angebot auf der allgemeinen Seite und für parteifremde Interessierte steht das allgemeine Internetangebot zur Verfügung.

Bisherige Angebote der virtuellen Beteiligung haben wenig Anklang gefunden: Beim Landesverband der Grünen Baden-Württemberg beteiligten sich nur 1,3 Prozent der Mitglieder an einem virtuellen Parteitag. Die CDU kam immerhin auf knappe 3 Prozent Beteiligung bei einem Vor-Parteitag.

Inzwischen haben sich auch einige von Parteien und etablierten Medien weitgehend unabhängige Anbieter politischer Informationen etabliert. Zum Beispiel: <http://www.politik-digital.de> oder <http://www.politikscreen.de>. Politik-digital verzeichnet nach eigenen Angaben etwa eine halbe Million Seiten-Zugriffe pro Monat. Auf der Website finden sich unter anderem Tests politischer Homepages, vornehmlich von Bundestagsabgeordneten, Angebote zu Live-Chats mit prominenten Politikern und deren Dokumentation, Informationen zur Politik in Deutschland und Europa sowie Software zur Online-Petition. Der das Angebot tragende Verein hat sich grundsätzlich politische Bildungsarbeit zum Thema „Elektronische Demokratie“ zur Aufgabe gemacht. Auf der Seite wird über neuere Entwicklungen auf diesem Gebiet informiert. Zur allgemeinen politischen Information eignet sich das Angebot nur sehr bedingt. Es muss zumindest als sehr selektiv eingeschätzt werden. Die technischen Einrichtungen und die 60 Mitarbeiter, die allerdings zum Großteil ehrenamtlich tätig sind, werden von Sponsoren finanziert, zu denen auch das Magazin Stern gehört.

2.3 Empfänger politischer Kommunikation

Die Zahl der Menschen, die über die technischen Möglichkeiten verfügen, das Internet zu nutzen, stieg bisher sehr schnell. Während 1997 allein in der Bundesrepublik Deutschland 4,1 Millionen Menschen von den Möglichkeiten des Internets Gebrauch machten, gehen optimistische Schätzungen für das Jahr 2000 von 18,3 Millionen Internetnutzern aus. Der Anteil an der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren hat sich damit innerhalb von drei Jahren von 6,5 auf 28,6 Prozent erhöht. Der Anteil der Frauen wuchs von 27 auf 39 Prozent. Etwa die Hälfte der 14 bis 29 Jahre alten Bevölkerung sind im Jahr 2000 *online*. Mit steigendem Alter sinkt die Zahl der Internetnutzer. In der Gruppe 60 und älter gehen die Schätzungen von etwa vier Prozent Nutzern aus. Mit zunehmender Bildung wächst auch die Zahl der Internet-

anwender: 79,2 Prozent der Abiturienten und 86 Prozent der Studenten nutzen das Internet. (Vgl. Eimeren 2000) Mit der formalen Bildung sinkt der Anteil derjenigen, die sich im Internet bewegen. Die Zahlen sind mehr als Größenordnungen denn als exakte Angaben zu verstehen. Als solche werden sie aber von verschiedenen Untersuchungen bestätigt.

Man kann von einer dreifachen Kluft (digital divide) sprechen: zwischen Männern und Frauen, jungen und alten, mehr und weniger gebildeten Menschen. Die Zahlen deuten darauf hin, dass sich die erste Kluft relativ schnell schließen wird. Die Alterskluft zu überbrücken, wird einen längeren Prozess erfordern. Als besonders stabil werden sich wohl die Unterschiede entlang der verschiedenen Bildungsstufen erweisen. Zumindest der letzte Befund zeigt deutliche Parallelen zu den bisherigen Ergebnissen der Forschungen, die sich mit der klassischen Wissensklufthypothese beschäftigt haben. Hinreichend aussagekräftige Studien fehlen allerdings noch. Daher darf man gespannt sein auf die Ergebnisse, die Gerd Vowe in der zweiten Welle seiner von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierten Untersuchung über die digital divide erzielt.

Die Gewohnheiten der Internetnutzer werden wie folgt beschrieben:

„Die meisten von ihnen empfangen routinemäßig E-mails, haben bereits Gesprächsforen und Newsgroups besucht, laden Dateien herunter, informieren sich mehr oder weniger regelmäßig über PC und Software, rufen aktuelle Nachrichten ab und greifen auf Ratgeber- und Serviceseiten zu. Reiseinformationen, Veranstaltungshinweise und Kartenservice sowie der Abruf aktueller Informationen aus der Region zählen zu den wichtigsten verbraucherrelevanten Angeboten.“ (Eimeren 2000: 341)

Bezüglich der Nutzung spezifisch politischer Inhalte gibt diese allgemeine Beschreibung wenig Anhaltspunkte. Die Typologie der Wünsche Intermedia 96/97, eine repräsentative Untersuchung unter Leitung der Burda-Medienforschung, die sich auch mit den Online-Nutzern beschäftigt hat, stellte bei ihnen ein geringfügig höheres Interesse an der Politik in Deutschland fest. Dieser Umstand rührt wohl nicht zuletzt aus dem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung höheren Bildungsgrad der Online-Nutzer her.

Ein Anhaltspunkt für den Umfang der politischen Nutzung des Internets sind die Selbstzeugnisse der Anbieter: Der Bundestagsserver verzeichnete 1998 27 Millionen Zugriffe, die zu 40 Prozent aus dem Schul- und Wissenschaftsbereich kamen, und erhielt täglich rund 800 E-Mails. Ende 1997 war die SPD, die im August 1995 als erste Partei eine Website ins Netz stellte, mit 1,2 Millionen Zugriffen auf ihr Internetangebot der Spitzenreiter unter den deutschen Parteien. Aus der Masse der Nutzer erhielt die SPD im gleichen Zeitraum 15000 E-Mails als Rückmeldung (Vgl. Müller 1998: 164ff.). Die FDP gibt für Anfang 2000 400000 Zugriffe an. Freilich sagen diese Zahlen nichts über die Identität der Nutzer, die Dauer und die Intensität der Beschäftigung mit den Inhalten des jeweiligen Anbieters aus. Daher sind sie zwar sehr eindrucksvoll, aber mit Vorsicht zu genießen.

3. Mehr Partizipation?

Die Mitwirkung möglichst vieler Bürger an der Demokratie gilt als sehr wichtig. Sinken die Wahlbeteiligungen in Deutschland unter 80 Prozent, gilt das allgemein als Krisenphänomen, als Beweis für die Politikverdrossenheit breiter Bevölkerungsschichten und als Ausweis für das Versagen der Politiker. Eine angemessene Wahlbeteiligung ist zwar sicherlich wünschenswert, aber die Politikwissenschaft definiert Partizipation weit über das Wählen hinaus:

„Unter Partizipation werden in demokratisch verfaßten Ländern i.d.R. alle Tätigkeiten verstanden, die Bürger freiwillig mit dem Ziel unternehmen, Entscheidungen auf verschiedenen Ebenen des Politischen Systems zu beeinflussen.“ (Kaase 1996: 521)

Partizipation ist also keineswegs auf den Wahltag beschränkt. Sie kann unzählige Formen annehmen und erfolgt stetig. Sei es die Mitgliedschaft in einer Partei, sei es eine Spende für einen Umweltschutzverband, sei es durch ein Gespräch mit dem Bürgermeister. Es ist daher zu fragen, ob das Internet dazu beiträgt, mehr Bürgern die gezielte Einflussnahme auf die verschiedenen Ebenen des politischen Systems in Deutschland zu ermöglichen.

3.1 Partizipation durch Medien?

Zuerst ist erneut auf den Charakter des Internets als Medium hinzuweisen. Partizipation ist in erster Linie eine Handlung einer Person oder einer Gruppe von Menschen, die in ein reales Ergebnis mündet. Die Medien schränken diese Direktheit ein. Sie sind Vermittler von Sinndeutungen, daher sind gewisse Aktionsformen, zum Beispiel Demonstrationen, außerhalb ihrer technischen Möglichkeiten und doch spielen sie eine wichtige Rolle, weil sie Partizipation Einzelner allgemein bekannt machen können. Dadurch können sie ihr größere Wirkung verschaffen. Sie bedürfen dazu jedoch normalerweise einer konkreten Anregung.

Die bekannten Massenmedien, allen voran das Fernsehen, gefolgt von Radio und Printmedien, erfüllen wichtige Funktionen in der deutschen Gesellschaft: Sie aggregieren, selektieren und artikulieren, ähnlich den Verbänden oder den Parteien, aber auf ihre eigene Weise, wenn auch nicht in ähnlichem Ausmaß, ihre oder die von ihnen wahrgenommenen Anliegen ihres Publikums. Bestimmte Themen bringen sie so in die öffentliche Diskussion ein oder forcieren sie. So bestimmen sie im Zusammenspiel mit den anderen politischen Akteuren wesentlich die Tagesordnung des politischen Geschehens (Agenda-Setting-Theorie).

Das Internet artikuliert eine Fülle von Anliegen, ohne jedoch auszuwählen oder zusammenzufassen. Im Netz stehen die Selbstdarstellungen der Bürgerinitiativen gegen Mobilfunk genauso wie die Pressemitteilungen der Grauen Panther. Dadurch entsteht eine thematische Breite, die für die Adressaten, also in der Regel die Entscheidungsträger des zentralen Entscheidungssystems der jeweiligen politischen Ebene, kaum noch zu überblicken ist, wenn sie denn überhaupt daran Interesse zeigen. Hier verliert das Internet seinen Charakter als Massenmedium im Sinne eines machtvollen Fürsprechers für breite Bevölkerungsschichten weitgehend. In dieser Beziehung kann das Internet kaum mit den klassischen Massenmedien konkurrieren, etwa mit der gebündelten Auflagenmacht der Bild-Zeitung. Es gelingt nur relativ selten,

ein Thema aus dem Internet in die Öffentlichkeit zu bringen. Hinzu kommt, dass Suchmaschinen, mit deren Hilfe man sich im Netz orientiert, jeweils nur einen Bruchteil des Internets wirklich erfassen. Die öffentliche Nichtbeachtung vieler Websites ist die Regel. Ein Beispiel für eine Ausnahme ist der Lewinsky-Skandal, der durch einen Artikel in einem Online-Magazin ins Rollen kam.

3.2 Neue Formen politischer Partizipation im Internet?

Neue Formen politischer Partizipation sucht man im Internet vergebens. Was unterscheidet qualitativ die Protest-E-Mail von einem Protest-Brief? Was ist neu daran, statt Infobroschüren Informationen auf einer Homepage zur Verfügung zu stellen? Nichts – sofern man nach den Inhalten fragt. Berücksichtigt man dagegen die Form, die Quantität und die aus ihr folgenden Transaktionskosten, so erweist sich das Internet als anders und vor allem als deutlich günstiger. Während ein politischer Akteur vor der Verbreitung des Internets Druck- und Versandkosten tragen musste, genügt heute die Einrichtung einer Website und das Versenden von E-Mails, das zwar auch nicht kostenlos, aber doch günstiger als die üblichen Vertriebswege ist.

Das Abschicken einer E-Mail ist schneller geschehen als das eines normalen Briefes. Allerdings ist auch die Antwort im Handumdrehen automatisch verschickt, was etwa 1993 beim Intelligent Information Infrastructure Project der Fall war, das das Weiße Haus zusammen mit dem M.I.T. durchgeführt hat. So kann es durchaus vorkommen, dass Texte, die der Bürger an sich in den kommunikativen Prozess der Politik einbringen wollte, wirkungslos und vor allen Dingen ungelesen verpuffen. Selbst wenn sich ein Akteur bemüht, die Beiträge der Nutzer ernst zu nehmen, steht er schnell vor großen praktischen Problemen. So überschreiten die Betreuer der Online-Foren bei den politischen Parteien schnell ihre formalen Kompetenzen, wenn sie auf Beiträge sachgerecht antworten. Dies war besonders bei der CDU ein Problem. Inzwischen kümmern sich dort die Fachbereichsleiter um diese Aufgabe. Dazu kommt die kurze Personaldecke in den Online-Redaktionen der Parteien. Mit mehreren hundert Beiträgen pro Tag sind die Kapazitäten beispielsweise bei der FDP schlicht überfordert. Mit beidem haben die Grünen kein Problem: Ihr Forum wird kaum genutzt. Hinzu kommt, dass vielfach nur wenige Diskutanten für einen Großteil der Beiträge verantwortlich zeichnet.

Für den Bürger, der Informationen über bestimmte Gebiete sucht, immerhin eine wesentliche Vorstufe der Partizipation, oder seine Meinung Entscheidungsträgern mitteilen will, ist das Internet nicht nur kostengünstiger, sondern meist auch schneller und unkomplizierter. Ein geradezu klassisches Beispiel für schnelle und günstige Informationsgewinnung ist die elektronische Veröffentlichung des sogenannten „Starr-Report“ 1998. Vier Millionen Menschen haben sich binnen weniger Tage mit Hilfe des Internets über die Details der Sex-Affäre des damaligen US-Präsidenten Bill Clinton informiert. Dabei ist allerdings anzumerken, dass diese Veröffentlichung von einem breiten Echo in den etablierten Medien begleitet worden ist und dass zu der politischen Information ein gewisser Unterhaltungswert kam.

Ist allerdings nicht ganz genau bekannt, wonach gesucht wird, hat man mit einigen grundlegenden Problemen zu kämpfen. Die Informationen des Internets werden weder geordnet noch auf ihre Richtigkeit geprüft. Die Suche und Auswahl der

Informationen muss der Bürger übernehmen, der damit im Vergleich zu den konventionellen Medien in eine weit aktivere, selbstständigere Rolle gedrängt wird. Er benötigt einiges Vorwissen über das Thema und den Anbieter, damit es ihm gelingt, die Information richtig zu gewichten. Gewähr für die Qualität und Richtigkeit kann nämlich im Internet nur das Vertrauen in den Anbieter geben. Hier setzt die „Wissensluft-Hypothese“ an. Gemünzt auf das Internet könnte man sie so formulieren: Nutzer, die möglicherweise auf Grund eines höheren sozioökonomischen Status über ein größeres Vorwissen verfügen, können das Wissen, das sie im Internet erwerben, besser verwenden als die Menschen mit weniger Allgemeinwissen. So erweitert sich die Wissensluft durch den Einfluss des Internets weiter.

Bedeutende Auswirkungen des Internets auf Partizipationsmöglichkeiten der Bürger sind jedoch auf einem zweiten Gebiet, einer zweiten Vorstufe der Beteiligung, zu erwarten: Die Organisationsfähigkeit von Interessen steigt. Insbesondere Randgruppen können sich nach Einschätzung von *Helmut Scherer* leichter organisieren: Die Betroffenen finden sich eher zusammen und können dann „schneller und vor allem auch kostengünstiger arbeiten“ (Vgl. Scherer 1998: 183).

Ein erstes Beispiel dafür sind die Studentenproteste im Jahr 1997. Die Studenten verfügten weder über große finanzielle Mittel noch über eine starke Lobby oder eine straffe Organisation. Über die Server der Hochschulen wurden neue Aktionsformen möglich: etwa eine online übertragene Dauervorlesung. Über gegenseitige Verweise auf den Websites wurde aus den streikenden Studenten an den einzelnen Universitäten ein bundesweites Streiknetzwerk, auf das auch die etablierten Medien aufmerksam wurden. Von den Internetseiten konnten Vorlagen für Flugblätter und Texte für Protestlieder heruntergeladen werden. Online-Diskussionsforen und Mailinglisten fungierten als virtuelle Streikzentralen. Im Chat wurde über Ziele und Aktionsformen diskutiert. Diese interne Abstimmung trug erheblich zur großen Wirkung des Protests bei.

Im Vergleich zu den Studentenprotesten ist Greenpeace organisatorisch um einiges gefestigter. Dort steht wiederum die Information im Vordergrund. Konventionelle Kampagnen werden mit einer Fülle von Hintergrundinformationen begleitet. Gleichzeitig kann der Nutzer über die Website mit Spenden seinen Beitrag leisten oder sich nahezu kostenlos an den Protesten beteiligen: Die in Augen von Greenpeace Verantwortlichen werden auf diese Weise mit E-Mails überflutet.

Einige Erfolge können inzwischen sogar Organisationen verbuchen, die nur im Internet existieren. Nicht zuletzt die Kampagne der Electronic Frontier Foundation hat 1997 sogar den US-Kongress dazu bewegt, ein Gesetz, den Communications Decency Act, aufzuheben. Zurzeit finden sich für den deutschsprachigen Raum eine Reihe von Aktionsplattformen. Auf der Website politik-digital.de sind 15 Kampagnen verzeichnet, die sich mit einer Fülle verschiedener Themen beschäftigen. Die Aktionen richten sich unter anderem gegen eine „Surfsteuer“, gegen Gen-Food und Kinderpornografie (<http://www.politik-digital.de/e-demokratie/netzkampagnen> (Stand: 20.11.2001)). Die Internetpartei in der Schweiz ist dagegen gescheitert und sang- und klanglos untergegangen. Für den Erfolg bleibt in der absehbaren Zukunft entscheidend, dass die etablierten Massenmedien die virtuellen Aktionen mit dem knappen Rohstoff Aufmerksamkeit versorgen.

3.3 Zur Deliberativen Demokratie durch das Internet?

Eine Utopie, die durch das Internet Wirklichkeit werden soll, ist die Diskussion aller über alles Politische: das Modell der Deliberativen Demokratie. Sie setzt dabei auf die Überzeugungskraft systematischer Erwägungen und auf verständigungsorientiertes Handeln der Bürger. In ihrem Zentrum steht die diskursive Erarbeitung einer konsensfähigen Meinung in der Öffentlichkeit. Es muss also ein öffentlicher argumentativer Austausch von Informationen etabliert werden, der alle Beteiligten gleichberechtigt einbezieht. Prinzipiell sollte diese Beteiligung chancengleich und zudem frei von externen wie internen Zwängen sein (Vgl. Nohlen 1998: 108f.). Das Internet soll dazu nicht nur die benötigten Informationen in ihrer ganzen Vielfalt dar- und zur Verfügung stellen, sondern gleichzeitig das Diskussionsforum dazu bieten. Ganz abgesehen davon, dass die breite Bevölkerung wenig Neigung dazu zeigt, sich in diesem Maße im politischen Geschehen zu engagieren, dürfen erste bescheidene Versuche damit als gescheitert angesehen werden.

In den USA wurde versucht, eine traditionelle lokale Veranstaltung zur Diskussion politischer Probleme, die „town-hall Meetings“, die in den Staaten Neuenglands eine lange Tradition haben, im Internet nachzubilden. Besonders Ross Perot, unabhängiger Bewerber um das Amt des US-Präsidenten, hat sich in den Wahlkämpfen von 1992 und 1996 für die Idee einer electronic town hall stark gemacht. Jeder Teilnehmer sollte dort über das Internet die Möglichkeit haben, seine Meinung zu erläutern und über verschiedene Vorschläge abzustimmen. Perot wollte diese Entscheidungen dann als verbindlich für sein Handeln als Präsident ansehen (Vgl. Bühl, 2000: 288; vgl. auch Hagen, 1997: 83f.; sowie Hellwege 1997: 25ff.). Präsident Clinton setzte im Wahlkampf zwar ebenfalls in erheblichem Maße auf „town-hall Meetings“, allerdings auf reale Veranstaltungen, die vom Fernsehen übertragen wurden.

Statusbarrieren, die bisher einen gleichberechtigten rationalen Diskurs verhinderten, sind im Internet, wie *Hubertus Buchstein* ausführt, durch die dort mögliche Anonymität aufgehoben. Allerdings verschleiert sie auch die Verantwortlichkeit für die Beiträge und dient als Schutzschild für unsinnige oder beleidigende Äußerungen. Gleichzeitig sind die meisten Diskussionen, die bisher im Chat stattfanden und nur einen Hauch von Bekanntheit erlangt haben, stark hierarchisch strukturiert: Die mehr oder weniger anonyme Masse der Netznutzer befragt einen mehr oder weniger bekannten Politiker, der sein bestes tut, um in einer bestimmten Zeit möglichst viele Antworten zu geben.

Erste Untersuchungen zeigen, dass im virtuellen Diskurs keine ausführliche Erörterungen komplexer Sachverhalte stattfinden; der Austausch verkürzter Argumente, nicht die Suche nach einem Kompromiss, sondern die Polarisierung und der grobe Streit dominieren (Vgl. Buchstein, 1996: 600ff.). Zudem wird ein solcher Austausch sehr schnell unübersichtlich, wie *Maren Hellwege* anmerkt, wenn sich eine größere Zahl an Interessierten beteiligt (Vgl. Hellwege 1997: 27.). Dies lässt sich auch bei Online-Konferenzen des Deutschen Bundestages nachvollziehen: Wolfgang Schäuble konnte im Juni 1998 gerade einmal 34 von den 364 an ihn gerichteten Fragen beantworten. Zudem brauchen selbst kleine virtuelle Versammlungen etwa zehnmal so lange, um zu einem Ergebnis zu kommen wie reale Menschen.

Ein weiteres Hindernis für die Einführung der Deliberativen Demokratie ist die geringe Dialogbereitschaft der Bundesregierung. Dort wird das Internet bisher als

Einbahnstrasse angesehen: Das Interesse der Regierung richtet sich allein darauf, die Informationen über die eigene, natürlich als erfolgreich dargestellte Arbeit unter das Volk zu bringen. Daher wird in der Regel auf Dialogangebote auf den Websites verzichtet. Den Todesstoß versetzen der Idee der Deliberativen Demokratie per Internet jedoch die Nutzer selbst. Sie beteiligen sich schlicht nicht am Diskurs: Selbst unter den ausgewiesenermaßen politisch interessierten Nutzern, die nur eine kleine Minderheit darstellen, interessiert sich die Hälfte nicht für die interaktiven Möglichkeiten des Internets (E-Mail, Foren, Chats, eigene Homepage).

3.4 Wahlkämpfe und Wahlen im Internet

Bisher wurden Fragen eher grundsätzlicher Natur gestellt. Im letzten Abschnitt dieses Gliederungspunktes sollen die Auswirkungen des neuen Mediums in praxisnahen Feldern untersucht werden. Wie verändert das Zusammenspiel von Politik und Internet die Demokratie? Wahlkämpfe sind zwar nicht alltäglich, kehren aber doch regelmäßig wieder und sind von großer Wichtigkeit. Politik geschieht zwischen den Wahlkämpfen. Diesen Streit um bessere Konzepte und bessere Öffentlichkeitswirksamkeit zu organisieren, ist auch Aufgabe der Parteien. In ihrer internen Organisation nutzen sie das Internet. Letztlich gefundene Lösungen werden in Gesetze gegossen und von der Verwaltung in praktisches Handeln umgesetzt. Hier hat die Einführung des Internets vieles in Bewegung gebracht.

3.4.1 Wahlkämpfe im Internet

Wenn es um die Macht geht, mobilisieren die Parteien alle ihre Kräfte. Als das klassische Beispiel für die Wirksamkeit des Einsatzes elektronischer Medien im Wahlkampf gilt die amerikanische Präsidentschaftswahl von 1960. Der hauchdünne Sieg John F. Kennedys wird in der Regel darauf zurückgeführt, dass er im Fernsehen kompetenter, vertrauenswürdiger und sympathischer wirkte als Richard Nixon. Bisher hat dem Internet niemand wahlentscheidende Wirkung zugesprochen, trotzdem wird es bei den Wahlen seit der amerikanischen Präsidentschaftswahl von 1996 als wichtiger Faktor angesehen.

Den schnellen Erfolg des neuen Mediums in diesem Bereich erklärt *Detlev Clemens* durch zwei Faktoren:

„An erster Stelle stand die hohe Symbolkraft, als Kandidat in diesem faszinierenden, Grenzen sprengenden neuen Kommunikationsraum präsent und ansprechbar zu sein. Das suggerierte Zukunftsorientierung und Bürgernähe. Zweitens lagen die primären Kosten einer Website so niedrig, daß, selbst wenn der konkrete Nutzen nicht zu ermesen war, es sicher keine Fehlinvestition war, aus einem Millionenbudget ein paar Tausend Dollar für ein fortschrittliches und ja vielleicht stimmenwirksames Werbemittel einzusetzen.“ (Clemens 1998: 144f.)

Die Parteien vermitteln auf ihren Websites aktuelle Informationen über Kandidaten und Programm, dazu kommen Bilder, Verweise auf Angebote von Teilliederungen und Werbemittel, etwa Aufkleber, die auf dem eigenen Drucker erstellt werden können. Dabei stellen sich Kandidaten wie Parteien im besten Licht dar. *Christoph Bieber* entwarf dafür das Bild „der Helden auf der Homepage“ (Bieber 1997: 95). Dem Beispiel der USA folgten die britischen Parteien bei den Unterhauswahlen 1997

und die deutschen bei den Bundestagswahlen 1998. Die steigende Bedeutung des Internets konnte auch bei den US-Präsidentenwahlen des Jahres 2000 verfolgt werden. George Bush jun. und Al Gore lieferten sich auch im Internet ein spannendes Duell. Immer mehr orientieren sich die Parteien dabei am Webauftritt großer Firmen, betreiben auf diese Weise professionelles Politik-Marketing. Es war festzustellen, dass die politische Information kaum an der Hochglanzoberfläche der Startseite der jeweiligen Website erschien. Sie war dennoch in sehr großen Ausmaß und zu vielen Themen sehr detailliert vorhanden.

Auch unterhalb der Bundesebene, auf der die Parteien mit relativ bescheidenen Mitteln arbeiteten, entfaltete sich eine Vielfalt von Websites auf Landes- und auf Wahlkreisebene (Vgl. Clemens 1998: 145ff.). Inzwischen findet sich kaum noch ein Kreisverband, der nicht im Internet präsent ist. Mit politischen Ratespielen versuchten die Parteien einerseits, den Wähler für ihre Website zu interessieren, und betrieben andererseits die Informationsgewinnung über ihn. Je mehr der Wähler auf den verschiedenen Wegen Auskunft über sich gibt, desto genauer fällt sein Profil in der Parteizentrale aus. Dieses Profil kann dazu genutzt werden, speziell auf ihn abgestimmte Informationspäckchen zu schnüren, sie ihm per E-Mail ins Haus zu schicken und ihn so von der eigenen Kompetenz zu überzeugen. Bisher waren die Parteien aber nicht willens, genug zu investieren, um diese neue Informationsquelle zu nutzen. Die Nutzer sind dagegen in gewissen Umfang bereit, sich mit Informationen der Parteien versorgen zu lassen: Im amerikanischen Präsidentenwahlkampf 1996 abonnierten 10.000 Menschen den Online-Informationsdienst von Bob Dole. Die vergleichbaren Zahlen für den Wahlkampf 2000 dürften deutlich höher liegen. Nicht vergessen werden dürfen hierbei noch zwei Nebenziele, die die Parteien in den USA verfolgen: die Anwerbung freiwilliger Helfer und die Einwerbung von Spendengeldern. Einer von einhundert Besuchern einer Kandidatenpage spendete und zwar durchschnittlich zwischen 100 und 150 Dollar. Die Unkosten pro Spendendollar waren niedrig, sie lagen zwischen 0,08 und 0,18 Dollar (Vgl. Brunner 2002: 6).

Es scheint nicht gewagt, eine weitere Intensivierung des Internetwahlkampfes auch für Deutschland vorauszusagen. Einen ersten Schritt dazu hat die Union mit der Einrichtung der Seite „<http://www.wahlfakten.de>“ (Stand: 21. 11. 2001) getan. In welchem Ausmaß allerdings amerikanische Verhältnisse einziehen werden, bleibt abzuwarten.

3.4.2 Wahlen mit Hilfe des Internet

Der Urnengang ist der zentrale Akt der Machtverteilung im demokratischen Staat. In Deutschland wird Parteien und Personen Vertrauen gegeben und entzogen. Der Machtwechsel von 1998 ist dafür das beste Beispiel. Die Wahl ist von fünf Grundsätzen geprägt: Sie muss frei, gleich, unmittelbar, allgemein und geheim sein. In Deutschland ist dies in Artikel 38 des Grundgesetzes festgelegt. Im folgenden soll geprüft werden, ob Wahlen mit Hilfe des Internets vorteilhafter für die Demokratie gestaltet werden können.

Eine wichtige Frage, die noch im Vorfeld geklärt werden muss, ist, ob das Internet eine bessere Wahlmaschine sein, oder ob es an die Stelle der Brief- bzw. der Präsenzwahl treten soll. Versteht man unter Online-Wahlen den Ersatz des Stimmzettels aus Papier durch einen Computer mit Netzanschluss in der Wahlkabine, so

ist dagegen wenig einzuwenden, da keiner der obigen Grundsätze wesentlich verletzt wird. Allerdings sollte nach den Erfahrungen mit den Wahlmaschinen in den USA bei den Präsidentschaftswahlen 2000 auf eine einfache und unmissverständliche Benutzeroberfläche geachtet werden. In Bayern werden bei den Kommunalwahlen 2002 einige Gemeinden ein Strichcodesystem einsetzen. Auf dem Stimmzettel ist dafür neben dem Namen des Kandidaten ein Strichcode abgedruckt, den der Wähler mit einem speziellen Lesestift entlang fahren muss, um seine Stimme abzugeben. Die Kommunen versprechen sich davon eine schnellere Auszählung und eine Kostenersparnis, da weniger Wahlhelfer eingesetzt werden müssen. Dies stellt gerade in Anbetracht des komplizierten bayerischen Kommunalwahlrechts, das die Möglichkeit zum Kumulieren und Panaschieren der Stimmen enthält, ein sehr interessantes Experiment dar.

Wird dagegen statt des Gangs in die Wahlkabine der Mausclick vom heimischen PC vorgesehen, entbrennt eine vielfältige Diskussion. Sie soll hier nicht nachvollzogen werden. Dazu sei auf eine umfangreiche Studie verwiesen, die das Internet Policy Institute durchgeführt hat (Zugänglich unter <http://www.internet-policy.org> (Stand: 25.04.01)). Die technischen und sozialen Fragen, die mit einer Wahl per Internet verbunden wären, werden darin ausführlich behandelt. Allein der mangelnde Datenschutz und die Anfälligkeit der bis jetzt bekannten Systeme für Betrugsversuche lassen das Institut zu folgendem Schluss kommen:

„Remote Internet voting systems pose significant risk to the integrity of the voting process and should not be fielded for use in public elections until substantial technical and social science issues are addressed.“ (Internet Policy Institute 2001: 34.)

Das Internet Policy Institute empfiehlt weitere Forschungen auf technischem wie auf sozialem Gebiet, denn auch die Frage nach wachsender Wahlbeteiligung durch die bequemere Wahl mit Hilfe des Computers sieht es als nicht eindeutig beantwortet an. Betrachtet man bisherige Erleichterungen der Stimmabgabe, in Deutschland besonders die Einführung der Briefwahl, so kann festgestellt werden, dass sie zwar gerne angenommen wurden und immer stärker genutzt werden, ob sie jedoch die Wahlbeteiligung erhöhten, bleibt zumindest zweifelhaft.

Jenseits dieser Fragen gibt es aber einen sehr gewichtigen Einwand, der trotz aller technischen Entwicklungen bestehen bleiben wird. *Hubertus Buchsteins* Argumentation folgend sei das zentrale und entscheidende Kriterium in den Mittelpunkt gestellt: die Geheimhaltung der persönlichen Wahlentscheidung eines Bürgers.

Wahlen müssen geheim sein, um frei zu sein. Ob ein Wähler einer Gewohnheit und oder seinem Gewissen folgt, ob er seinen Nutzen optimieren und/oder der Republik zur in seinen Augen besten Regierung verhelfen will, seine Entscheidung geht nur ihn etwas an. Werben dürfen die Parteien bis 50 Meter um das Wahllokal, aber der Moment der Entscheidung muss frei sein von jeglicher Art von Druck, um die freie Entscheidung zu gewährleisten. Dies gilt zum einen gegenüber dem Staat: Anders als in diktatorischen und totalitären Gemeinwesen hat der Bürger demokratischer Staaten das Recht, unkontrolliert und ohne Angst vor Repressionen über die Staatsführung zu entscheiden. Der Wahlakt soll eben nicht zu einem reinen Zettel falten wie in der ehemaligen DDR verkommen. Diese Freiheit gilt aber auch gegenüber seinen Mitbürgern. Niemand soll wegen seiner politischen Überzeugungen diskriminiert werden. Es erübrigt sich fast, an die im Grundgesetz garantierte Mei-

nungsfreiheit zu erinnern. Während mit Hilfe technischer Verfahren die Gefahr weitgehend ausgeschaltet werden könnte, dass der Staat zurückverfolgen kann, wer wen gewählt hat, ist es außerhalb technischer Möglichkeiten zu kontrollieren, was vor dem Monitor geschieht.

Sozialer Druck, der bisher nicht in die Wahlkabine reichte, kann vor dem Bildschirm zu Hause, ähnlich wie es schon beim Ausfüllen der Briefwahlunterlagen der Fall sein kann, sein Potential voll entfalten: Es steht zu befürchten, dass etwa auf Wahlpartys massiver Konformitätsdruck erzeugt wird. Natürlich ist es wünschenswert, dass jeder Wähler die Courage hat, zu seiner Entscheidung zu stehen, aber er darf nicht dazu gezwungen werden. Aus einer an sich freien Entscheidung würde wahrscheinlich vielfach ein Akt des Wohlgefallens vor Freunden und Verwandten.

Eine solche Entwicklung würde den demokratischen Staat ins Mark treffen, da eine seiner wichtigsten Legitimationsquellen die Wahl ist, eine Wahl, die auf freier Entscheidung beruht. Wird die freie Entscheidung gefährdet, wird auch die Demokratie zumindest geschwächt. Für eine erzwungene Entscheidung übernimmt niemand gern Verantwortung. Aber worauf soll sich ein Parlament, eine Regierung denn sonst stützen? Aus diesem Grund ist die Wahl von zu Hause aus, unabhängig davon, ob per Computer oder per Brief, grundsätzlich abzulehnen. Allerdings könnten solche Erwägungen auf Grund konkreter Entwicklungen bald gegenstandslos werden. An den technischen Verfahren wird fleißig getüftelt. Besonders an der Universität Osnabrück wird mit Hochdruck an der Entwicklung technischer Verfahren zur Internetwahl gearbeitet. Aber die Wahlen aus Bequemlichkeit ihrer legitimitätsstiftenden Funktion zu berauben, wäre ein schlechtes Geschäft.

4. Auswirkungen auf die Öffentlichkeit

Was würde von dem, was unter der Berliner Reichstagskuppel gesprochen wird, in die Weiten Deutschlands dringen, wenn es die Öffentlichkeit nicht gäbe? Man darf getrost davon ausgehen, dass es recht wenig wäre. Wo bliebe die kommunikative Verbindung zwischen Regierten und Regierenden, Bürger und Staat, wenn es sie nicht gäbe? Die Öffentlichkeit, hier verstanden als Diskurssphäre der Bürger, ist von eminenter Bedeutung für die Demokratie, weil es in ihr und durch sie den politischen Akteuren möglich ist, zwei Funktionen zu erfüllen:

„erstens die Vermittlung von Interessen der Bürgerschaft in den Bereich staatlichen Entscheidungshandelns hinein; zweitens sollte der Kommunikationsraum die Transparenz gesellschaftlicher Problemlagen sowie von Herrschaftsstrukturen und -prozessen herstellen. Erst diese Publizität ermöglicht die Kontrolle der Repräsentanten und die unverzichtbare Partizipation der Repräsentierten.“ (Marschall 1997: 305)

Eben diesen allgemein zugänglichen Kommunikationsraum sehen Skeptiker durch die weitgehende Verwendung des Internets gespalten, Optimisten dagegen ins nahezu Unendliche geweitet. Die Frage, wessen Einschätzung sich eher mit der Realität deckt, steht im Mittelpunkt der nachstehenden Überlegungen.

4.1 Am Ende der alten Öffentlichkeit?

Die Skeptiker bestätigen die Wichtigkeit der Öffentlichkeit und sehen sie gleichzeitig als gefährdet an. Die Erosion des gemeinsamen Kommunikationsraums begann spätestens mit der Einführung des Privatfernsehens in Deutschland. Keine besonders guten Überlebenschancen gibt daher *Winand Gellner* der Öffentlichkeit, wie sie im Moment besteht:

„Die nahezu ins Unabsehbare gehende Erweiterung der Kanäle für Fernsehprogramme sowie die Ergänzung der traditionellen Massenmedien durch sogenannte Multimedia-Angebote führen im Ergebnis zu einer Auflösung des öffentlichen Raums, der sich zunehmend in die Privatheit der Haushalte verlagert. Was gegenwärtig ansteht, ist demnach nicht weniger als die *Privatisierung der Öffentlichkeit*.“ (Gellner 1997: 25 (Hervorhebung im Original); vgl. auch Gellner 1998: 11.)

Gellner zeichnet weiter das Bild einer Gesellschaft als eines Nebeneinanders von Privatmenschen, die ihre Verpflichtung gegenüber der Gemeinschaft ignorieren. In der Tat wäre mit solcherart extrem desinteressierten Bürgern kaum Staat zu machen. Eine Folge dieser Entwicklung wäre ein Schwinden der Empfänger für allgemeine politische Kommunikation, für Kommunikation, die über Einzelinteressen hinausweist. Daraus könnte man wahre Horrorszenarien entwickeln: Niedrige Wahlbeteiligungen wären dann noch das geringste Übel.

Das Internet bietet die Möglichkeit, sich selektiv ausschließlich nach eigenen Interessen zu informieren. So wäre es denkbar, dass sich ein Bürger beispielsweise nur noch über die Entwicklungen auf dem Gebiet des Tierschutzes oder die neuesten Liebschaften der Filmstars informieren lässt. Das Internet ist für die beschriebenen, nur an eigenen Belangen interessierten Menschen das ideale Medium. Durch verschiedene Filter lassen sich unerwünschte Mitteilungen ausblenden. Es erscheint daher plausibel, dass Individualisten dieser Prägung es verstärkt zur Information nutzen und daher den Konsum anderer Medien, die bisher allgemeine Öffentlichkeit konstituiert haben, einschränken: Weniger Zeit in Radio, Fernsehen und Zeitungen investieren.

Allerdings lässt sich eine solche Entwicklung an den empirischen Daten und an der Alltagserfahrung nicht nachvollziehen: Die Vielfalt der Fernsehprogramme hat bisher nicht zu einer Aufspaltung der Öffentlichkeit geführt (Vgl. Schulz 1997a: 98f.). Die Qualität der Nachrichten und Informationssendungen auf RTL, SAT1 und den anderen Privatsendern ist nachweislich zumindest zweifelhaft. Dort wird auch die politische Information so aufbereitet, dass mit ihr Zuschauer gebunden werden, eine hohe Quote erreicht wird. Trotzdem werden die gleichen Themen aufgegriffen wie bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten oder der Tagespresse. Beschränkt man sich auf die wesentlichen Fakten des politischen Geschehens, so ist der Unterschied zwischen Tagesschau und Action News nicht allzu groß.

Betrachtet man nun die Internetnutzer, so ist festzustellen, dass sie keineswegs den Konsum der anderen Medien vermeiden. Sie erhöhen vielmehr das Zeitbudget, das sie für Medien insgesamt aufwenden. Relativ geringe Einsparungen gehen etwa zu gleichen Teilen auf Kosten des Fernsehens, des Hörfunks und der Printmedien. Jedoch bleiben nach den jetzigen Prognosen existentielle Gefahren für eine Mediengattung aus. Die gesamte Nutzungsdauer von Medien soll in der Bundesrepublik von 1995 bis 2015 stark wachsen:

Tab. 1: Die tägliche Mediennutzung in Deutschland 1995 und 2015

Medium	1995	2015
Gesamtnutzung	391 Min.	430 Min.
Online-Dienste	12 Min.	75 Min.
Fernsehen	156 Min.	150 Min.
Hörfunk	156 Min.	142 Min.
Printmedien	55 Min.	48 Min.

Quelle: Zimmer 2000: 125

14 Prozent der Nutzer lesen weniger, aber 28 Prozent schalten den Fernseher weniger ein, 80 Prozent lesen genauso viel, während 71 Prozent ihren Fernsehkonsum auf gleichem Niveau halten (Vgl. Zimmer 2000: 123ff.). Diese Zahlen sollten die Furcht vor einer Atomisierung der Öffentlichkeit besänftigen.

Zudem lässt sich auch im Internet beobachten, dass fast alle bereits etablierten Medien präsent sind. Ihr Vorsprung an Glaubwürdigkeit lässt sie auch im Netz zur bevorzugten Quelle der Information werden. Nicht die gänzlich internetbasierten Dienste werden vorrangig genutzt, sondern die Ableger bekannter Institutionen: sueddeutsche.de, faz.de, spiegelonline.de oder dradio.de (Deutschlandfunk) werden aufgerufen. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Redaktionen der sonstigen Nachrichtenanbieter, etwa Provider wie t-online, sehr ähnlichen Selektionskriterien folgen wie die Redakteure der Nachrichtensendungen des Fernsehens oder der Tageszeitungen. Ähnliches lässt sich für die online-Zeitungen feststellen: Ihr Informationsangebot stimmt zum größten Teil mit dem ihrer gedruckten Entsprechung überein. Es ist zwar aktueller aber letztlich nach den gleichen Maßstäben gewichtet. Letztlich sind es erst Zusatzangebote, z.B. die Voll-Text-Archivrecherche, durch die es etwa für Abonnenten interessant wird, auch die Onlineausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift zu nutzen.

4.2 Eine neue Öffentlichkeit?

Andere setzen in die Möglichkeiten des Internets große Hoffnungen. *Stefan Marschall* sieht den zentralen Unterschied zwischen dem neuen und den alten Medien im „Input-Bereich“. Wer bisher keine ausreichende Vertretung in der Gesellschaft hatte, sich kein Gehör verschaffen konnte, dem öffnet das Internet einen neuen Weg. Wie bereits ausgeführt, benötigt man, um seine Informationen über das Internet in den Diskurs einzuspeisen weit weniger Ressourcen als über die konventionellen Kanäle. Dies wird zu einer thematischen Breite führen, die bisher nicht erreicht werden konnte und die überdies ort- und zeitunabhängig zugänglich ist (Vgl. Marschall 1997: 311ff.). Nur im Zusammenwirken mit den konventionellen Massenmedien allerdings wird dadurch erheblicher politischer Einfluss möglich. Ein gutes Beispiel dafür ist Transparency International. Es handelt sich um eine Organisation, die sich der Bekämpfung der Korruption widmet. Sie verfügt über keine allzu großen Ressourcen, schon allein deswegen, weil die Bekämpfung der Bestechung, so wichtig sie ist, nicht viele Spenden einbringt. Daher macht Transparency International ihre Informationen über das Internet zugänglich und bietet somit die Grundlage für die Berichterstattung der breitenwirksamen Medien (Vgl. Marschall 1998b: 52). Das langwierige Drucken und Verschicken eines Berichts in Buchform entfällt.

Neueste Entwicklungen können tagesaktuell beschrieben, kommentiert und mit Hintergrundinformationen versehen werden.

Gleichzeitig erwächst mit dieser Vielfalt ein Problem: Die Übersicht geht weiter verloren. Anders gesagt: Die intellektuellen Fähigkeiten sowie die zeitlichen Ressourcen der Nutzer reichen oft nicht mehr aus, um sich einen Überblick zu verschaffen. Auch der Nutzen einer Suchmaschine geht gegen Null, wenn ihre Suche mehrere tausend Treffer zu Tage bzw. auf den Bildschirm fördert. Hier erweist sich mit bestechender Klarheit die Funktionalität der Massenmedien alten Stils. Sie übernehmen die Auswahlarbeit für den Leser, den Hörer und den Zuschauer. Hier wird deutlich, welchen Nachteil die niedrigen Kommunikationskosten im Internet haben (Vgl. Marschall 1997: 316f.). Noch nie hatten so viele Menschen die Gelegenheit, so viele Informationen so schnell und so billig anderen zugänglich zu machen, noch nie brach aber auch eine solche Informationswelle über die Menschheit herein. Manchmal wird in diesem Zusammenhang schon von einem „information overkill“ gesprochen.

Marschall weist zurecht darauf hin, dass der Nutzer, will er nicht im Meer der Informationen ertrinken, neue Fähigkeiten entwickeln muss: „Die *Auswahl* der relevanten Informationen wird zu der entscheidenden Herausforderung“ (Marschall 1997: 317). Dafür braucht er aber erhebliches Vorwissen, das ihm Anhaltspunkte dafür liefert, wo er glaubwürdige Informationen zu einem bestimmten Thema im Netz findet. Triviale Beispiele: Will er etwas über den Stand der Gesetzgebung erfahren, muss er wissen, dass der Bundestag das dafür zuständige Verfassungsorgan ist, und sich in dessen Internetangebot noch mit etwas intuitivem Geschick zur entsprechenden Datenbank vorarbeiten. Wer weiß in der breiten Bevölkerung schon von der Existenz des Bundes- und der Landeswahlleiter, auf deren Websites sich die jeweiligen Wahlergebnisse exakt recherchieren lassen? Damit wird klar: Ein Grundstock von Wissen ist unabdingbar, wenn man sich im Internet auf die Jagd nach Informationen macht.

Ein weiteres Problem, das sich dem Internetnutzer stellt, ist das der Glaubwürdigkeit. Es ist selbst Laien ein Leichtes, Internetseiten zu fälschen und so einen falschen Eindruck zu erwecken. Ein Opfer einer solchen Manipulation wurde im Winter 2000/2001 die österreichische Partei FPÖ. Wer statt www.fpoe.at die Adresse www.fpo.at aufrief, bekam eine Seite auf den Bildschirm, die der echten FPÖ-Seite täuschend ähnlich war. Allerdings mit um rassistische Vokabeln ergänzte Texte und hinzugefügte Links, über die etwa zum Ku-Klux-Klan verwiesen wurde. Die intuitive Suche nach der richtigen Homepage kann in die Irre führen: Im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf war Jürgen Rüttgers, Spitzenkandidat der CDU, unter www.ruettgers-4-u.de zu erreichen. Die Adresse www.der-ruettgers.de führte dagegen auf eine von den Jusos erstellte Seite, die den Zweck verfolgte, den gegnerischen Kandidaten in ein möglichst schlechtes Licht zu rücken. Diese einfache Täuschungsmöglichkeit ist einer der Gründe, warum das Internet als Ganzes bei den Bürgern als weniger glaubwürdig gilt als das Fernsehen und die Tageszeitungen.

Weitet man den Blick aber über die westlichen Demokratien hinaus, so wird ein deutlich positiver Effekt des Internets in Bezug auf die Herstellung von Öffentlichkeit deutlich. *Karl Kaiser* weist darauf hin, dass das Internet in autoritären Regimen das Informationsmonopol der Regierung bricht. Wo Parteizeitungen und Staatsfernsehen vor Konkurrenz geschützt sind, wird das Internet zu einer unzen-

sierten, nahezu unzensurierbaren Informationsquelle. Selbst aufwändige Kontrollen, wie sie etwa von der chinesischen Regierung durchgeführt werden, bleiben faktisch wirkungslos. Was die BBC für die Deutschen während des Zweiten Weltkriegs war, nämlich eine Quelle vergleichsweise objektiver Informationen, ist das Internet heute für Chinesen und andere Bürger autoritärer Regime. Gleichzeitig funktioniert der Informationsfluss aber auch in die andere Richtung: Authentische Informationen über die Zustände in einem Land können der Weltöffentlichkeit zur Kenntnis gebracht werden. So ist beispielsweise bekannt, dass die besten Informationen über die Unruhen, die zur Ablösung des serbischen Präsidenten Slobodan Milošević führten, von serbischen Studenten im Internet veröffentlicht wurden (Vgl. Kaiser 2001: 8). Dabei darf nicht unerwähnt bleiben, dass das Internet mit einer bestimmten technischen Entwicklungsstufe verbunden ist. Der einfache chinesische Bauer, der kaum über einen Telefonanschluss verfügt, bleibt von den Informationen des Internet ausgeschlossen. Sie öffnen sich nur wohlhabenden Eliten.

4.3 Am Ende der Privatheit?

Datenschutz ist nicht nur bei Wahlen ein großes Problem des Internets. Daten, die im elektronischen Netz übertragen werden und nicht mit relativ großem Aufwand geschützt sind, bleiben nicht geheim: E-Mails können gelesen werden, auch die Informationen, die abgerufen werden, können recht leicht nachvollzogen werden: „Kein Wunder, dass der Bürger, jetzt als „Netzbürger“, nicht wissen kann, welche Informationen, wo über ihn gespeichert sind“ (Ulrich 2000: 15). Auf diese Weise werden „intime Netzbiographien“ erstellt. Es kann nachvollzogen werden, wer wann welche Internetseite aufgerufen hat. Der Schutz der Privatsphäre im virtuellen Raum ist kaum gegeben. Deshalb wird ständig davor gewarnt, sensible Informationen, etwa eine Kreditkartennummer, im Internet preis zu geben. Der Bundesdatenschutzbeauftragte geht in seinem 17. Tätigkeitsbericht davon aus, dass jeder Bundesbürger über 18 Jahren 52 mal in Unternehmensdatenbanken erfasst ist, teilweise ohne davon zu wissen. Diese Informationen sind nicht nur für Unternehmen interessant, sie stellen auch für politische Parteien demokratischer oder staatliche Überwachungsorganisationen diktatorischer Systeme verführerische Informationsquellen dar. Es ist bekannt, dass die National Security Agency der USA es zu ihren Aufgaben zählt, den globalen E-Mail-Verkehr nach bestimmten Schlüsselworten zu durchforsten. Daher sehen die USA auch die Entwicklung einer sicheren Verschlüsselungsmethode für E-Mails als Angriff auf die nationale Sicherheit an.

Verschärft wird dieses Problem dadurch, dass mit der Einführung des Online-Handels und der elektronischen Verwaltung immer mehr sensible Daten im Internet übertragen werden. Die anwachsenden Ströme ungeschützter Informationen werden nicht nur bei Kriminellen Begehrlichkeiten wecken. Es steht zu vermuten, dass auch Ökonomie und Politik nicht zögern werden, die neuen Informationsströme anzuzapfen – zumindest solange dies nicht gesellschaftlich geächtet oder gesetzlich verboten ist. So wird ein Teil der Privatheit der Bürger, verstanden als Schonraum vor der Gesellschaft und Schutzraum vor dem Staat, zu einem großen Teil aufgehoben. Das vom Bundesverfassungsgericht formulierte Recht auf informationelle Selbstbestimmung wird dabei schwer verletzt. Besonders die mögliche Vernetzung

an verschiedener Stelle gelagerter Informationen ist besorgniserregend. Hier besteht weiterer Handlungsbedarf für den Gesetzgeber, um das Privatleben der Staatsbürger zu schützen (Vgl. Ulrich 2000: 15).

5. Internet und Repräsentation

In der ersten Euphorie über das Aufkommen des Internets sahen manche Wissenschaftler den Anfang vom Ende der repräsentativen Demokratie gekommen. Diese Ansicht vertrat beispielsweise schon sehr früh der Amerikaner *Alvin Toffler*. Endlich könnten die Bürger sich ort- und zeitunabhängig informieren und auf Basis dieser Informationen nach einem intensiven Diskurs selbst durch das Internet die Entscheidung über die eigenen Belange treffen. Das Ideal der direkten Demokratie schien der Realisierung näher als jemals zuvor, da zwei große Hindernisse ihrer Einführung, eben Ort und Zeit, überwunden schienen. Das Idyll einer virtuellen Versammlungsdemokratie nach Appenzeller Vorbild schien zum Greifen nahe. Manche Amerikaner träumten davon, die Kongressmitglieder nach Hause zu schicken und das Volk selbst regelmäßig über die Geschicke des Landes entscheiden zu lassen. Nun, auf dem Capitol Hill herrscht noch immer reger Betrieb. Inzwischen hat sich – auch in der Wissenschaft – die Einschätzung allgemein durchgesetzt, dass das Internet keinesfalls Ersatz, wohl aber sinnvolle Ergänzung der repräsentativen Demokratie sein kann. Im Folgenden soll untersucht werden, wie dies geschehen kann und welche Auswirkungen daraus erwachsen werden.

Für *Hanna Pitkin* bedeutet Repräsentation Aufgeschlossenheit der Repräsentanten gegenüber den Interessen der Repräsentierten, bezeichnet mit dem Begriff Responsivität. Die Abgeordneten sollen sich nicht in den Hauptstädten einigeln, sondern in ständigem Kontakt mit der Welt allgemein, vor allem aber mit ihren Wählern bleiben. *Pitkin* hält die Autorität im Sinne der Fähigkeit zur selbstbestimmten Entscheidung für ebenso wichtig. Heute würde man dafür vielleicht eher den Begriff politische Führung verwenden, gemeint ist das Gleiche: Abgeordnete sollen den Mut haben, unbequeme aber als notwendig erkannte Entscheidungen – auch gegen den Wählerwillen – zu treffen. Sie sollen sich nicht zum Sklaven der Umfragewerte machen. Zwischen diesen Polen gilt es, Balance zu halten. Autorität ist allerdings nicht nur eine Charakterfrage, sondern auch eine Frage der möglichen Sanktionen, sprich der verweigerten Wiederwahl, die einen Mandatsträger ereilen kann.

Bisher hatten die Abgeordneten relativ großen Spielraum, da ihr Handeln kaum nachvollzogen werden konnte. Dies änderte sich mit der Einführung der elektronischen Massenmedien und erreicht nun eine neue Qualität: Das Internet macht es dem einfachen Bürger möglich, sich relativ einfach und schnell in den Datenbanken der Parlamente über bestimmte Fragen zu informieren und einem Abgeordneten ebenso schnell eine E-Mail mit der eigenen Meinung zu schicken (Vgl. Zittel 1998: 113ff.; sowie Zittel 2001).

Das Internet trifft dabei allerdings auf unterschiedliche Strukturen. Dies soll an einem kleinen Vergleich zwischen der Bundesrepublik und den Vereinigten Staaten von Amerika deutlich gemacht werden: Während in den USA der Abgeordnete stärker als politischer Einzelunternehmer auftritt und als solcher bemüht ist, seine

Wiederwahl zu sichern, hat sein deutscher Kollege zwar das gleiche Ziel, ist aber mehr in eine Gemeinschaft, in Partei und Fraktion, eingebunden. Die Fraktion bildet einen gewissen Schutz für den Abgeordneten. Auf seine Verpflichtung ihr gegenüber kann er verweisen, wenn er gegen den Wunsch der Wähler seines Wahlkreises stimmt. Der amerikanische Repräsentant muss und kann dagegen sensibler auf Willensbekundungen aus seinem Wahlkreis reagieren und sie eher in Abstimmungsverhalten umsetzen. Der deutsche Abgeordnete ist gegenüber seinem amerikanischen Kollegen besser gegen Einflussnahme von außen, durch andere politische Akteure und auch durch das Internet, geschützt. Vom Standpunkt der Bürger aus gesehen, hat aber ein Amerikaner bessere Durchgriffsmöglichkeiten auf seinen Abgeordneten als ein Deutscher. Daher ist davon auszugehen, dass das Internet im amerikanischen Kongress stärkere Auswirkungen haben wird als im Deutschen Bundestag, da es dort von den Abgeordneten aus Eigeninteresse sensibler aufgenommen wird.

Grundsätzlich bleibt aber festzustellen, dass das Internet es interessierten Bürgern ermöglicht, sich besser über das Geschehen in Parlamenten zu informieren. In den USA nutzten schon 1995 50.000 Besucher täglich den entsprechenden Service des US-Kongresses, der mit seinem Namen „thomas“ an Thomas Jefferson, den Vater der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung, erinnert. Über „thomas“ haben sie zum Beispiel Zugang zu den aktuellen Sitzungsprotokollen. Dies verringert die Unterschiede zwischen den Informationsniveaus der Bürger und der Abgeordneten. Fragt man allerdings nach den konkreten Nutzern, so stellt sich heraus, dass die Nutzung dieser Einrichtungen wieder eine Frage der Ressourcen ist. Die kontinuierliche Beobachtung des Parlamentsgeschehens, die Grundvoraussetzung, um sich sinnvoll in der politische Geschehen einzubringen, kostet, so trivial es klingt, vor allem Zeit und Geld, Ressourcen, über die vor allem Organisationen verfügen. Daher verbessert das Internet nur unmerklich die Situation des einzelnen Staatsbürgers, sondern öffnet einen weiteren Zugang für bereits gut informierte politische Akteure. Für diese aber, in der Regel sind es Verbände, haben die bisherigen Internetangebote allerdings keinen allzu großen Nutzen, da sie in der Regel nur den Weg bereits verabschiedeter Gesetze dokumentieren. Sie liefern also Informationen, die nicht mehr behilflich sein können bei der Beeinflussung von Vorlagen. Wie die einschlägigen Studien zeigen, sehen Verbandsvertreter die besten Möglichkeiten zur Beeinflussung der Gesetzgebung zu einem Zeitpunkt, an dem man davon im Internet noch nichts sieht und noch nichts sehen kann, da die zuständigen Referenten in den Ministerien noch an den Entwürfen sitzen. Es erscheint allerdings auch wenig sinnvoll, die Interna der Verwaltung ins Internet zu stellen. Hier ist eine sinnvolle Grenze der Publizität erreicht.

6. Effektivität, Transparenz, Partizipation und Internet – ein Fazit

Obwohl sich bisher weder das politische Interesse der Nutzer noch die Nutzung exakt und wissenschaftlich befriedigend quantifizieren bzw. qualifizieren lassen, so kann doch festgestellt werden, dass die vielfachen Angebote der politischen Akteure in erheblichem Maße genutzt werden. Erheblich genug, um es zu rechtfertigen, die Auswirkungen des Internets auf die Politik zu prüfen. Ungefilterte Kommunika-

tion wird durch das Netz billiger und schneller. Die steigenden Nutzerzahlen versprechen eine große Reichweite, besonders unter den jungen Bürgern.

Die Möglichkeit der Partizipation mit Hilfe von Medien ist grundsätzlich ambivalent einzuschätzen. Im ganzen kann festgestellt werden, dass das Internet zwar keine wesentlich neuen Partizipationsmöglichkeiten schafft, die bekannten aber kostengünstiger, schneller, im ganzen bequemer macht. Auf Vorstufen der Partizipation, nämlich Information und Organisation, kann das Internet aber sehr wohl positive Wirkungen erzielen. Allerdings ergibt sich auch dabei das Problem der Bewertung und Auswahl der korrekten und relevanten Daten. Eine positive Wirkung des Internets in Richtung der Herstellung eines deliberativen Diskurses ist nicht zu erwarten.

Das neue Medium wird zum festen Bestandteil von Wahlkämpfen werden. Als aktuelles, relativ billiges und Zukunftsfähigkeit beweisendes Mittel zur Ansprache der Wähler werden es die Parteien mit zunehmender Professionalität nutzen. Die Nutzung des Internets für den Wahlakt selbst sollte wegen der zahlreichen technischen Probleme und vor allem wegen der nicht zu gewährleistenden Geheimhaltung einer Wahl von zu Hause aus unterbleiben. Es bleibt abzuwarten, ob diese Überlegungen fähig sind, dem Argument Bequemlichkeit Paroli zu bieten.

Wird sich der demokratische Kommunikationsraum Nummer eins, die massenmediale Öffentlichkeit, auflösen, oder wird sie durch das Internet erneuert? Der kommunikative Raum wird sicherlich erweitert. Zu den Öffentlichkeit erzeugenden Alt-Medien tritt das Internet. Zu einem Teil wird es ihre Meldungen, Themen und Diskurse widerspiegeln. Insofern besteht keine Gefahr, dass sich Teile der Bevölkerung ins Internet verabschieden und sich mehr als jetzt aus dem kommunikativen Verbund der deutschen Gesellschaft ausklinken. Ein anderer Teil wird Raum bieten für Gruppen und Interessen in der deutschen Gesellschaft, die von den Massenmedien alter Prägung wenig oder nicht berücksichtigt werden. In diesem Bereich wird man sich allerdings nur mit einer guten Allgemeinbildung und der Fähigkeit zur Unterscheidung zurechtfinden können. Weitgehend unbeachtet werden dagegen immer mehr Informationen über die Nutzer des Internets gesammelt, eine Entwicklung, die eine ernsthafte Gefahr für die Privatheit darstellt und die zu einer totalen Öffentlichkeit führen kann, sofern ihr nicht entgegengetreten wird.

Das Internet ersetzt die klassischen Massenmedien als Informationslieferanten nicht: Es tritt als neue Quelle hinzu und übernimmt zudem noch weitgehend die allgemeine Tagesordnung. Es ist daher nicht Sargnagel der klassischen Öffentlichkeit und Schlussstein der Privatheit, sondern bietet mit seinen Mitteln Öffentlichkeit, die der bisherigen thematisch weitgehend entspricht. Öffentlichkeit entsteht durch das Internet in weit größerem Ausmaß als in den klassischen Medien. Pluralismus und Fragmentierung gehen dabei allerdings Hand in Hand. International gesehen ist das Internet eine Chance, das Informationsmonopol autoritärer Regime zu brechen. Der Nutzer braucht allerdings weit größere Fähigkeiten, um sie zumindest partiell wahrnehmen zu können, weit mehr als um eine Tageszeitung aufzuschlagen oder den Fernseher einzuschalten (Vgl. Marschall 1997: 318). Hinzu kommt, dass sich hier erneut ein Glaubwürdigkeitsproblem stellt.

Der Bürger bekommt durch das Internet die Chance, die Handlungen seines Repräsentanten besser zu kontrollieren und ihm seine Anliegen schneller und kostengünstiger zu übermitteln. Das bisherige Informationsangebot der Parlamente ist allerdings noch mangelhaft, ebenso reicht die Informationsverarbeitungskapazität

der Abgeordneten keineswegs aus. Schließlich sorgen strukturelle Unterschiede dafür, dass der Durchgriff des Wählers auf den Abgeordneten in den Vereinigten Staaten von Amerika besser erfolgt als in der Bundesrepublik Deutschland.

Legt man nun an diese Ergebnisse den Maßstab aus Effizienz, Transparenz und Partizipation an, so kommt man zu einem zwiespältigen Ergebnis: Bei der Wirtschaftlichkeit sind geringe Zuwächse zu erwarten. Starke positive Auswirkungen sind abzusehen im Punkt Transparenz. Die Informationen des Internets dienen auch zur besseren Ausleuchtung des politischen Raumes. Hier sind jedoch zwei Einschränkungen zu machen. 1. Ungefilterte Information bedeutet oft auch parteiische Information, deren Bewertung und Einordnung fehlt. 2. Nur relativ gut situierte und halbwegs intelligente Bürger sind überhaupt in der Lage, das Internet zu nutzen und seine Informationen zu gewichten. Transparenz heißt also hier Durchschaubarkeit nur für eine bestimmte Elite. Bei der Partizipation sind die negativen Aspekte deutlich schwerer zu gewichten als die positiven. Möglichen kleineren Verbesserungen bei Information und Organisation stehen schwerwiegende negative Tendenzen bei der Gestaltung des Wahlakts gegenüber. Das Internet wird also weder den demokratischen Himmel noch die Hölle auf Erden hervorrufen.

Letztlich sind es die Bürger, die das neue Medium zum Positiven oder Negativen benutzen werden. *Horst Opaschowski* kann aus seinen Untersuchungen über die Lebensgewohnheiten der Jugendlichen keine großen Hoffnungen ableiten:

„Auch in Zukunft will die Generation @ zwischen Anspannung und Entspannung leben, will sie Surfer, Mailer oder Chatter ebenso sein wie Zuhörer, Zuschauer oder Couch Potatoe, also passiver Genießer. Es ist ein viel zu idealisiertes Bild, zu glauben, die neue Mediengeneration werde sich vom Fernsehen abwenden und sich einer aktiven Gestaltung des Lebens zuwenden, so daß unsere Welt dadurch besser werden könnte. Nein – die schöne Medienwelt wird das Leben in Zukunft angenehmer, bequemer und abwechslungsreicher machen. Aber: Die Welt wird dadurch nicht besser.“ (*Opaschowski 1999: 16*)

Die Technologie Internet wird ihren Siegeszug fortsetzen. Die Ergebnisse dieser Arbeit lassen es aber geraten erscheinen, ihn nicht nur zu verfolgen, sondern aktiv zu gestalten. Hier gilt es, Kompetenzen und Werte zu vermitteln. Die Demokratie immer wieder zu begründen bleibt auch und gerade im Zeitalter des Internets eine wichtige Aufgabe, zu der auch das Internet der politischen Bildung in Schule, Hochschule und Erwachsenenbildung hilfreich sein kann (Vgl. dazu *Harth 2000*). Hier Möglichkeiten zu finden, ist eine Hauptaufgabe der politischen Bildung in der Zukunft.

Literatur

- Bieber, Christoph*, 1997: Erst surfen, dann wählen? Die US-Präsidentenwahlen 1996 und das Internet, in: *Transit Europäische Revue*, Heft 13, S. 94-103.
- Brunner, Wolfram*, 2002: *Wahlkampf in den USA V: Finanzierung, Organisation, Planung*, Sankt Augustin.
- Buchstein, Hubertus*, 1996: Bittere Bytes: Cyberbürger und Demokratietheorie, in: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie*, Jg. 44 (1996), S. 583-607.
- Bühl, Achim*, 2000: *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts, Sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*, Wiesbaden.
- Clemens, Detlev*, 1998: *Wahlkampf im Internet*, in: *Gellner Winand, Korff Fritz von (Hg.)*, 1998: *Demokratie und Internet*, Baden-Baden, S. 143-156.

- Eimeren, Birgit van, Gerhard Heinz* 2000: ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internet-Nutzung, in: *Media Perspektiven*, Heft 8, S. 338-349.
- Gellner, Winand*, 1997: Individualisierung und Globalisierung, Die Privatisierung der Öffentlichkeit? in: *Rohe Karl* (Hg.), 1997: Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft, Baden-Baden, S. 25-44.
- Gellner, Winand, Korff Fritz von* (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden.
- Hagen, Lutz M.* (Hg.), 1998: Online-Medien als Quellen politischer Information, Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten, Opladen, Wiesbaden.
- Hagen, Martin*, 1997: Elektronische Demokratie: Computernetzwerke und politische Theorie in den USA, Hamburg.
- Harth, Thilo*, 2000: Das Internet als Herausforderung politischer Bildung, Schwalbach/Ts.
- Hellwege, Maren*, 1997: Zum Einfluß des Internets auf die Kommunikationsstrukturen des politischen Systems der USA: Gegenwart und Zukunftsszenarien, Passau (unveröffentlichte Diplomarbeit).
- Jarren, Otfried*, 1998: Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation?, in: *APuZ* B40/98, S. 13-21.
- Jarren, Otfried, Sarcinelli Ulrich, Saxer Ulrich*, 1998: Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Wiesbaden.
- Kaase, Max*, 1996: Partizipation, in: *Nohlen Dieter* (Hg.), 1996: Wörterbuch Staat und Politik, Bonn, S. 521-527.
- Kaase, Max*, 1998: Politische Kommunikation – Politikwissenschaftliche Perspektiven, in: *Jarren Otfried, Sarcinelli Ulrich, Saxer Ulrich*, 1998: Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Wiesbaden, S. 97-113.
- Kaiser, Karl*, 2001: Wie das Internet die Weltpolitik verändert, Diktaturen werden es schwerer haben, und die Prägekraft der Territorialstaaten wird abnehmen, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 10. Januar 2001, Nr. 8, S. 8.
- Kamps, Klaus* (Hg.), 1999: Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation, Opladen, Wiesbaden.
- Kleinsteuber, Hans J., Hagen Martin*, 1998: Was bedeutet „elektronische Demokratie“? Zur Diskussion und Praxis in den USA und Deutschland, in: *ZParl*, Heft 1, S. 128-143.
- Leggewie, Claus, Maar Christa* (Hg.), 1998: Internet Politik, Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie?, Köln.
- Marschall, Stefan*, 1997: Politik „online“ – Demokratische Öffentlichkeit dank Internet?, in: *Publizistik*, Heft 3, S. 304-324.
- Marschall, Stefan*, 1998: Netzöffentlichkeit – eine demokratische Alternative?, in: *Gellner Winand, Korff Fritz von* (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden, S. 43-54.
- Marschall, Stefan*, 1999: Das Internet als globaler Raum öffentlicher medialer Kommunikation, in: *Donges Patrick, Jarren Otfried, Schatz Heribert* (Hg.), 1999: Globalisierung der Medien? Opladen, Wiesbaden, S. 151-169.
- Marschall, Stefan*, 2001: Parteien und Internet – Auf dem Weg zu internet-basierten Mitgliederparteien?, in: *APuZ* B10, S. 38-46.
- Meier-Walser, Reinhard C., Harth Thilo* (Hg.), 2001: Politikwelt Internet, Neue demokratische Beteiligungschancen mit dem Internet?, München.
- Müller, Christian*, Parteien im Internet, in: *Gellner Winand, Korff Fritz von* (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden, S. 157-169.
- Nerverla, Irene* (Hg.), 1998: Das Netz-Medium, Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung, Opladen/Wiesbaden.
- Nohlen, Dieter* (Hg.), 1996: Wörterbuch Staat und Politik, Bonn.
- Nohlen, Dieter* (Hg.), 1998: Lexikon der Politik, Politische Begriffe, Band 7, München.
- Opaschowski, Horst W.*, 1999: Von der Generation X zur Generation @, Leben im Informationszeitalter, in: *APuZ* B41/99, S. 10-16.
- Prommer, Elizabeth, Vowe Gerhard*, 1998: Computervermittelte Kommunikation: Öffentlichkeit im Wandel, Konstanz.
- Rohe, Karl* (Hg.), 1997: Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft, Baden-Baden.

- Rössler, Patrick (Hg.), 1998: Online-Kommunikation, Beiträge zu Nutzung und Wirkung, Opladen, Wiesbaden.
- Rössler, Patrick, Wirth Werner (Hg.), 1999: Glaubwürdigkeit im Internet, Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde, München.
- Scherer, Helmut, 1998: Partizipation für alle?, Die Veränderung des Politikprozesses durch das Internet, in: Rössler Patrick (Hg.), 1998: Online-Kommunikation, Beiträge zu Nutzung und Wirkung, Opladen, Wiesbaden, S. 171-188.
- Schiller, Dietmar, 1998: Parlamente Online: Zum Strukturwandel parlamentarischer Öffentlichkeit im Internetzeitalter, in: Gellner Winand, Korff Fritz von (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden, S. 127-142.
- Schulz, Winfried, 1997a: Politische Kommunikation, Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik, Opladen, Wiesbaden.
- Schulz, Winfried, 1997b: Neue Medien – Chancen und Risiken, Tendenzen der Medienentwicklung und ihre Folgen, in: APuZ B47/97, S. 3-12.
- Steffani, Winfried, (Hg.), 1973: Parlamentarismus ohne Transparenz, Opladen.
- Ulrich, Otto, 2000: Abschied vom privaten Leben, Das ungezügelte Internet bedroht die bürgerliche Demokratie. Die Politik unterschätzt das Problem, in: Die Zeit vom 14. September, Nr. 38, S. 15.
- Weiß, Ulrich, 1998: Das Politische am Internet, Eine politikphilosophische Reflexion, in: Gellner Winand, Korff Fritz von (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden, S. 27-42.
- Zimmer, Gerhard, 2000: Interaktives Fernsehen – Durchbruch via Internet?, Entwicklungsstand und Perspektiven interaktiver Fernsehanwendung in Deutschland, in: Media Perspektiven, Heft 3, S. 110-126.
- Zipfel, Theodor, 1998: Online-Medien und politische Kommunikation im demokratischen System, in: Hagen Lutz M. (Hg.), 1998: Online-Medien als Quellen politischer Information, Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten, Opladen, Wiesbaden, S. 20-53.
- Zittel, Thomas, 1998: Repräsentativverfassung und neue Kommunikationsmedien, in: Gellner Winand, Korff Fritz von (Hg.), 1998: Demokratie und Internet, Baden-Baden, S. 111-125.
- Zittel, Thomas, 2000: Elektronische Demokratie: ein Demokratietypus der Zukunft?, in: ZParl, Heft 4, S. 903-925.