

Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten aus vergleichender Perspektive - Medienwandel oder Demokratiewandel?*

Das Internet stellt ein zusätzliches Medium in der Wählerkommunikation von Abgeordneten dar. Die Debatte um elektronische Demokratie sieht das Medium darüber hinaus als Faktor für Demokratiewandel, der u. a. die Ausbildung dyadischer Repräsentationsbeziehungen unterstützt. Der erste Teil des Aufsatzes ist einer theoretischen Diskussion dieser These gewidmet. Dabei wende ich mich gegen ihren technikdeterministischen Grundtenor, indem ich sie mit institutionalistischen Theorien politischer Repräsentation konfrontiere. Im zweiten Teil des Aufsatzes teste ich die Bedeutung des Internets für die Wählerkommunikation in einer vergleichenden Untersuchung, die den bundesdeutschen Fall einschließt, und die auf die Nutzung persönlicher Webseiten durch Abgeordnete zielt. Die Analyse zeigt, dass das neue Medium Druck auf etablierte Strukturen von Wählerkommunikation ausübt. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass die Nutzung des Internets zur Wählerkommunikation von institutionellen Konfigurationen moderiert ist. Den Effekten des Mediums auf Repräsentation sind aus diesem Grund Grenzen gesetzt.

Inhalt

1. Das Internet als Mittel der Wählerkommunikation	186
2. Warum macht das Internet welchen Unterschied für die Wählerkommunikation?	188
3. Fallauswahl und Daten	193
4. Elektronische Wählerkommunikation im Deutschen Bundestag, schwedischen Riksdag und amerikanischen Repräsentantenhaus	196
5. Zusammenfassung und Ausblick	204
Literatur	206

* Die empirischen Daten für diese Analyse wurden im Rahmen des DFG geförderten Projekts „Repräsentation und Repräsentative Demokratie in der vernetzten Gesellschaft“ erhoben (ZI 608/3-1). Das Projekt war am Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung (MZES) angesiedelt. Ich bedanke mich bei der DFG und dem MZES für die gewährte Unterstützung. Ich bin auch den vielen Abgeordneten im Deutschen Bundestag zu Dank verpflichtet, die mir ihre knappe Zeit zur Verfügung gestellt haben. Besonderen Dank schulde ich Bernhard Miller, Ulrich Sieberer und Florian Fischer, die in unterschiedlichen Phasen den Aufbau des Datensatzes unterstützt haben. Eine erste Fassung des Beitrags wurde im März 2007 anlässlich eines Workshops am Max-Planck Institut für Gesellschaftsforschung in Köln vorgestellt. Ich danke Philip Manow, André Kaiser, Annika Hennl, Holger Döring, Simone Burkhart, Ulrich Sieberer und Thomas Gschwend für hilfreiche Kommentare im Rahmen dieses Workshops.

1. Das Internet als Mittel der Wählerkommunikation

Die Praktiken und Prozesse der Wählerkommunikation von Abgeordneten stellen ein etabliertes Forschungsfeld in der vergleichenden Politikwissenschaft dar. Die zentralen Befunde der einschlägigen Literatur lassen sich in zwei Thesen zusammenfassen.¹ Erstens ist die direkte Kommunikation mit den Wählern in den etablierten europäischen Demokratien im Vergleich zu den USA von geringer Intensität. Politische Parteien stellen in den westeuropäischen Demokratien die zentralen Verbindungsglieder zwischen Bürger und Staat dar. Zweitens steht bei der Wählerkommunikation von europäischen Abgeordneten, sofern sie denn stattfindet, der (unpolitische) Zweck der Bereitstellung von Dienstleistungen für individuelle Wähler und die Sorge um die strukturellen Interessen des Wahlkreises im Mittelpunkt. Die Herstellung von Politikresponsivität, also das Bemühen um die Vertretung der politischen Präferenzen der Wähler im Wahlkreis in Fragen der nationalen Politik, tritt demgegenüber in den Hintergrund.

Das Internet führt zu einer Erweiterung des Instrumentariums der etablierten Formen von Wählerkommunikation. Im europäischen Kontext lässt dies vor allem seine rege Nutzung durch politische Parteien erwarten. Parteien können ihre internen Kommunikationsflüsse durch Intranets, E-Maillisten oder gar die Durchführung virtueller Parteitage intensivieren (Marschall 2001; Pedersen/Saglie 2005). Die externe Kommunikation von Parteien kann u. a. über zentrale Webseiten effektiver gestaltet werden (Kaiser 1999; Schweitzer 2005). Jackson (2007) sieht das Internet dabei vor allem als Mittel zur Rekrutierung freiwilliger Helfer im Wahlkampf. Römmel (2003) interpretiert das Internet als Katalysator im Prozess der Professionalisierung von Parteikommunikation.

Verfechter elektronischer Demokratie wie Benjamin Barber (1984), Iain McLean (1989) oder Lawrence Grossman (1993) begreifen das Internet als transformativen Mechanismus, der die Strukturen von Demokratie in grundlegender Weise berührt. Die Anwendung des Mediums ist aus dieser Sicht nicht durch den etablierten politischen Kontext bestimmt. Von ihm werden umgekehrt direkte Effekte auf eben diesen Kontext erwartet. Das Internet markiert aus Sicht der Theorie der elektronischen Demokratie eine mediale Revolution, durch die erstmals dezentrale, interaktive Massenkommunikation zu geringen Kosten möglich ist. Aus dieser technischen Zäsur werden weitreichende Folgen für die Demokratie abgeleitet. Die schnelle Verbreitung des World Wide Web (WWW) ab Mitte der 90er-Jahre (Norris 2001; Räsänen 2006), die veränderten Mediennutzungsmuster bei jüngeren Generationen (Tapscott 1998; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2007), und die gesellschaftliche Mobilisierung um das Thema der elektronischen Demokratie stützen in dieser Deutung die politische Wirkkraft der neuen medientechnischen Gelegenheiten und damit die These von der Existenz eines medientechnisch induzierten Demokratiewandels.

Die Stärkung dyadischer Repräsentationsbeziehungen stellt in den etablierten europäischen Demokratien eine spezifische und plausible Form des medientechnisch induzierten Demokratiewandels dar. Stephen Coleman (2000: 5), der Inhaber des ersten Lehrstuhls für E-Democracy am Jesus College der Universität Oxford, konkretisiert ein entsprechendes

1 Fenno 1978; Patzelt 1993; Herzog u. a. 1993; Norton/Wood 1993; Searing 1994; Müller/Saalfeld 1997; Müller u. a. 2001.

Szenario in der folgenden Weise: „Elected Representatives will take the opportunity to connect directly with citizens now that every politician can have the means to distribute unmediated messages at low cost; E-Mail will be used extensively and there will be filtering software so that messages from constituents can have priority over those from lobbyists; More MP's will begin to conduct cyber-surgeries, allowing their constituents as well as local interest groups to meet with them via video-conferences.“ Intermediäre Strukturen als Mittel zur Organisation von Repräsentationsbeziehungen verlieren aufgrund der neuartigen Kapazitäten des Internets aus dieser Sicht an Bedeutung. An ihrer Stelle werden neuartige Formen der direkten digitalen Wählerkommunikation gesehen, die eine Stärkung dyadischer Formen der Repräsentation bewirken.

Das Internet hat in dem zitierten Szenario im Grunde zwei Folgen für die etablierten Strukturen von Wählerkommunikation: Zum einen ermöglicht das neue Medium eine Konvergenz zwischen verschiedenartigen Systemen und Strukturen von Wählerkommunikation. Es bietet konkrete Anreize für Abgeordnete in parlamentarischen Demokratien, verstärkt an Parteiorganisationen vorbei mit ihren Wählern zu kommunizieren. Diese Entwicklung soll hier als *Individualisierung der Wählerkommunikation* bezeichnet werden. Zum zweiten zeichnet Colemann das Internet als Quelle einer grundlegenden Veränderung des Charakters von Wählerkommunikation. In seiner Darstellung werden Abgeordnete das globale Computernetzwerk zur Intensivierung von politischen Debatten mit unorganisierten Wählern im Wahlkreis nutzen, mit der Zielsetzung der Herstellung von Politikkongruenz, also der Kongruenz zwischen Wählerinteressen und Entscheidungshandeln in Fragen der nationalen Politik. Diese Entwicklung soll hier als *Politisierung von Wählerkommunikation* bezeichnet werden.

In diesem Beitrag wird die Nutzung des Internets in der Wählerkommunikation von Abgeordneten im Licht der skizzierten These für drei Parlamente zu jeweils zwei Untersuchungszeitpunkten untersucht. Bei den Parlamenten handelt es sich um den schwedischen Riksdag, das amerikanische Repräsentantenhaus, und den Deutschen Bundestag. Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf dem Phänomen der Individualisierung von Wählerkommunikation. Dabei stellt sich die Frage, ob Abgeordnete das Internet im Rahmen der jeweils etablierten Strukturen von Wählerkommunikation nutzen, oder ob Nutzungsmuster zu beobachten sind, die über alle Parlamente hinweg in die gleiche Richtung deuten. Das gewählte Vergleichsdesign untersucht das Nutzungshandeln in politischen Kontexten, die durch unterschiedliche wahlsystemische Anreize und Regierungstypen ausgezeichnet sind. Es erlaubt so eine gesicherte empirische Antwort auf die gestellte Forschungsfrage. Der gewählte Gegenstand der Mediennutzung stellt eine notwendige Bedingung für die Stärkung dyadischer Repräsentationsbeziehungen als Folge neuer medientechnischer Gelegenheiten dar. Die digitale Wählerkommunikation von Abgeordneten ist zudem selbst Teil des Konstrukt der dyadischen Repräsentation. Es handelt sich damit um einen relevanten Indikator für die empirische Untersuchung der aufgeworfenen Frage.

Die Untersuchung erfolgt in vier Schritten. Zunächst werden die entscheidenden Einflussfaktoren zur Erklärung von Repräsentationshandeln identifiziert und auf elektronische Wählerkommunikation bezogen. Danach wird die Fallauswahl auf der Grundlage dieser theoretischen Überlegungen begründet und die Datengrundlage der empirischen Analyse

vorgestellt. In einem dritten Schritt werden die formulierten theoretischen Erwartungen empirisch getestet. Der vierte Teil enthält ein kurzes Fazit zur Ausgangsfrage und einen Ausblick zum weiteren Forschungsbedarf.

2. Warum macht das Internet welchen Unterschied für die Wählerkommunikation?

Beginnen wir mit einem kleinen Gedankenexperiment. Man stelle sich einen Abgeordneten in einem beliebigen westeuropäischen Parlament vor. Dieser Abgeordnete informiert seine Wähler auf einer persönlichen Webseite in regelmäßigen Abständen über die parlamentarische Agenda. Er artikuliert und erläutert in diesem Zusammenhang seine eigenen Positionen zu den jeweiligen Entscheidungsfragen. Mithilfe von E-Mail, Diskussionsforen und Videokonferenzen berät sich unser hypothetischer Abgeordneter mit seinen Wählern im Vorfeld der Entscheidungsfindung. Dabei geht es um wechselseitige Überzeugungsarbeit, um Aufklärung und um die Organisation von Willensbildung an solchen Punkten, an denen keine originären Präferenzen auf Wählerseite vorhanden sind. Gleichzeitig geht es auch um die Rückkopplung der Wählerkommunikation mit jenen Verhandlungen, die parallel im parlamentarischen Raum im Rahmen von Fraktionen und Ausschüssen stattfinden. Möglicherweise führt der besagte Abgeordnete im Vorfeld der Schlussabstimmung im Plenum eine digitale Befragung unter seinen Wählern durch, die ihm als Anhaltspunkt für sein eigenes Abstimmungsverhalten dienen kann. In Fällen, in denen unser Modellabgeordneter dem Mehrheitswillen in seinem Wahlkreis nicht folgen will oder kann, wird er dies auf seiner persönlichen Webseite dokumentieren und begründen.

Das angestellte Gedankenexperiment ist kontrafaktischer Natur. Es steht im Gegensatz zu den realen Prozessen und Strukturen von Wählerkommunikation in der Wahl-, Parteien-, und Mediendemokratie. In der Wahldemokratie stellt der Wahlkampf den zentralen Mechanismus in der Politikvermittlung zwischen Parlament und Gesellschaft dar. Die Intensität der Wählerkommunikation ist während der Legislaturperiode im Vergleich zu der Phase des Wahlkampfs gering. Im Mittelpunkt der Wahldemokratie steht zudem politische Verantwortlichkeit, nicht Responsivität. Wähler bestätigen oder sanktionieren in der Regel retrospektiv die Politik von Amtsinhabern. Sie haben im Wahlprozess nur einen sehr begrenzten Einfluss auf die politische Agenda und die Positionen der Wahlkämpfer. Die Parteidemokratie bedingt, dass in der Mehrzahl der westeuropäischen Demokratien die sachpolitisch relevanten Aspekte von Wählerkommunikation in hohem Maß über Parteiorganisationen mediatisiert werden. Eine direkte Beteiligung der Wähler an der politischen Willensbildung außerhalb von Parteiorganisationen und eine sachpolitisch definierte Verantwortlichkeit von einzelnen Abgeordneten existiert in diesen Zusammenhängen nicht (Thomassen 1994). In der Mediendemokratie nutzen vor allem Parteiführungen die Massenmedien im Zuge von Öffentlichkeitsarbeit als zentrale Mechanismen zur öffentlichen Darstellung ihrer Positionen (Wiesendahl 1998). Abgeordnete werden hier als individuelle Akteure kaum aktiv werden.

Direkte Formen der Wählerkommunikation, die sich jenseits intermediärer Strukturen der Politikvermittlung bewegen, und die im Sinne des oben skizzierten Modells durch eine enge Beziehung zwischen einzelnen Abgeordneten und ihren Wählern geprägt sind, nehmen in der Mehrzahl der etablierten westlichen Demokratien einen relativ geringen Stellenwert

ein. Wenn sie zustande kommen, sind sie vorrangig auf die Bereitstellung individueller Dienstleistungen (casework) oder auf das Eintreten für die strukturellen Belange und Interessen des Wahlkreises konzentriert. Das Ausmaß dieser Formen von Wählerkommunikation variiert zwischen Systemen und ist in den USA am weitesten verbreitet. Für die USA gilt auch, dass hier die sachpolitische Dimension von Wählerkommunikation ihren stärksten Niederschlag findet.

Handelt es sich vor dem Hintergrund der Realität von Wählerkommunikation in den etablierten Demokratien bei dem oben angestellten Gedankenexperiment um eine Utopie? Tatsache ist, dass die neuen digitalen Medien eine hohe technische Reife erreicht und eine weite Verbreitung in den etablierten Demokratien gefunden haben (Räsänen 2006). Die im Voraus skizzierten Formen der Wählerkommunikation sind technisch möglich; mit allen thematisierten Kommunikationsstrategien können aufgrund der fortgeschrittenen Verbreitung des Internets in den etablierten Demokratien Wählermehrheiten erreicht werden. Internetanwendungen wie Webseiten zur Informationsgewinnung, elektronische Diskussionsforen oder elektronische Abstimmungen haben zudem in den Mediennutzungsgewohnheiten der Wähler Eingang gefunden (Hermes 2006). Von dieser entwickelten medientechnischen Infrastruktur gehen weiterhin zwei konkrete Anreize und eine direkte Wirkung aus, die in die Richtung einer konsequenten Umsetzung ihrer Potenziale zum Zweck der direkten, nicht mediatisierten Wählerkommunikation drängen. Dabei handelt es sich um Gelegenheitsanreize und wahlstrategische Anreize. Die direkte Wirkung des Internets auf Abgeordnete vermittelt sich über den Prozess der Mediensozialisation. Die konkreten Formen der Entfaltung dieser Anreize und Wirkungen können in der folgenden Weise umrissen werden.

Von dem globalen Netzwerk, das wir Internet nennen, gehen erstens Gelegenheitsanreize aus. Neue digitale Medien senken die individuellen Kosten für Massenkommunikation auf ein Maß, das jeden Akteur faktisch zu einem eigenständigen Medienunternehmen werden lässt. Nachrichten können von individuellen Akteuren an Wählergruppen in Wort, Bild und Ton übermittelt werden, ohne dass hierzu der Aufbau einer Medienorganisation und damit der Einsatz größerer Mengen von Ressourcen nötig wäre. Neue digitale Medien senken darüber hinaus auch die technischen Hürden für interaktive Wählerkommunikation. Sie ermöglichen dezentrale medienvermittelte Kommunikation zwischen großen Gruppen über hohe räumliche Distanzen hinweg.

Von den neuen digitalen Medien gehen zweitens Anreize zu wahlstrategischem Handeln aus. Die Kostensenkung in der Massenkommunikation ist für Abgeordnete dann von politischem Interesse, wenn dadurch auch eine kritische Masse von Wählern erreicht werden kann. Das ist aus der subjektiven Sicht von Parlamentariern dann der Fall, wenn das Internet in der eigenen Wählerschaft in ausreichendem Maß verbreitet ist, bzw. wenn davon ausgegangen werden kann, dass eine ausreichende Zahl von Wählern Zugang zu dem Medium hat und es auch zum Zweck der Kommunikation rege nutzt. Sobald sich bei den Abgeordneten eine solche Wahrnehmung einstellt, entstehen wahlstrategische Anreize zur direkten elektronischen Wählerkommunikation.

Sie werden durch die normative Aufladung der Debatte verstärkt. In der Diskussion um das Phänomen der elektronischen Wählerkommunikation schwingt die in der normativen Repräsentationstheorie etablierte Idee des Delegierten als Idealbild von Repräsentation mit

(Pitkin 1967). Repräsentation wird in dieser Denktradition dann als legitim erachtet, wenn sich Repräsentanten als Instrumente ihrer Wähler wahrnehmen bzw. wenn sie ihre Wahl als sachpolitisches Mandat interpretieren. Neue digitale Medien werden in der gesellschaftlichen Debatte in einer mehr oder minder bewussten Weise als Vehikel zur Umsetzung eben jener Mandatstheorie begriffen.² Die Anreizwirkung dieser normativen Debatte entfaltet sich über den Prozess der gesellschaftlichen Mobilisierung. Je stärker sich Unterstützerkoalitionen um dieses Thema organisieren, desto stärker wird die wahlstrategisch motivierte Anreizwirkung auf der Ebene des Akteurshandelns ausfallen.

Von den neuen digitalen Medien gehen drittens auch direkte Wirkungen im Sinne von Sozialisierungswirkungen aus. Die Idee der Technikgeneration, die von Technikhistorikern vertreten wird, besagt in diesem Zusammenhang, dass Personen, die mit einer neuen technischen Innovation aufwachsen, entsprechende Fertigkeiten im Umgang mit ihnen erwerben (Bedienungskompetenz) und einen entsprechenden Nutzerethos ausbilden (positive Bewertungskriterien). Aufgrund solcher gemeinsamer individueller Prädispositionen bilden die betroffenen Personen einen Generationenzusammenhang aus und fungieren als Träger einer spezifischen Technik. Sackmann und Weymann (1994) unterscheiden in diesem Sinn zwischen drei Technikgenerationen im Verlauf des 20. Jahrhunderts: der vortechnischen Generation (vor 1939 geboren), der Generation der Haushaltstechnisierung (zwischen 1939 und 1963 geboren), und der Computergeneration (1964 und später geboren). Abgeordnete, die zur Computergeneration gezählt werden können, sollten eine vergleichsweise hohe Prädisposition in die Richtung der individualisierten Nutzung des Internets in der Wählerkommunikation besitzen.

Ungeachtet der skizzierten medienbezogenen Theorien und Hypothesen wissen wir aus der empirischen Literatur zum Phänomen der politischen Repräsentation, dass das Repräsentationshandeln politischer Akteure – zu dem auch die Prozesse der Medienwahl und der Wählerkommunikation zu zählen sind – maßgeblich von zwei institutionell definierten Anreizmechanismen bestimmt ist, die nicht auf die Medieninfrastruktur zurückgeführt werden können. Bei diesen Mechanismen handelt es sich um den Regierungstypus und die Form der wahlsystemischen Anreize. Der Hinweis auf die institutionellen Grundlagen von Repräsentationshandeln richtet sich im Rahmen meiner Argumentation gegen eine technikdeterministisch verengte Sichtweise in der Auseinandersetzung mit der zugrunde liegenden Fragestellung. Die mit der institutionellen Ebene verbundenen Wirkprozesse und Hypothesen sollen in der Folge in aller Kürze rekapituliert werden.

Parlamentarische Regierungssysteme gelten in der einschlägigen Literatur als Hürde für individualisierte Formen des Repräsentationshandelns und somit auch als Hürde für eine weitgehende Nutzung der neuen medientechnischen Gelegenheiten durch Abgeordnete. Ozbudun (1970: 356) hat in seiner klassischen Studie zur Parteikohäsion argumentiert, dass Abgeordnete der Regierungsmehrheit, die zum Fall der Regierung beitragen, damit auch den eigenen Anteil am Nutzen des Regierens verlieren und im Fall von Neuwahlen ihres Mandats verlustig gehen. Ozbudun argumentiert weiter, dass der Eindruck der fehlenden Geschlossenheit nicht nur die Wahlchancen der betroffenen Partei mindert, sondern auch die

2 Das wird z. B. für Deutschland in den jüngsten Initiativen von www.abgeordnetenwatch.de deutlich. Als Beispiel aus der Vergangenheit können die Experimente von Krauch (1972) gelten.

Wahlchancen der ihr angehörigen Parlamentarier. Aus diesen Überlegungen zieht er den Schluss, dass das parlamentarische System aus individuellen Nutzenerwägungen heraus durch eine hohe Geschlossenheit von Fraktionen bestimmt ist. Diermeier und Feddersen (1998) oder Huber (1996) haben im Sinne dieser Überlegung aus einer spieltheoretischen Perspektive argumentiert, dass das Recht zur Vertrauensfrage im parlamentarischen System eine hinreichende Bedingung für die Geschlossenheit von Fraktionen darstellt.

Giovanni Sartori (1997) unterscheidet zwischen drei Unterformen des Parlamentarismus, die er aus verschiedenartigen kulturellen Grundlagen ableitet, und die er mit verschiedenartigen Effekten auf der Ebene von Repräsentationshandeln verbindet. Der parteizentrierte Parlamentarismus, den Sartori vor allem in Skandinavien ansiedelt, garantiert in der Deutung des Autors eine hohe Fraktionskohäsion, die auf der ideologischen, programmatischen und sozial-strukturellen Homogenität der Parteien beruht und aus der die Geschlossenheit der Fraktionen erwächst.³ Den exekutivdominierten Parlamentarismus, den Sartori in der Bundesrepublik und in Großbritannien verortet, verbindet er ebenfalls mit hoher Geschlossenheit, die allerdings zu einem geringeren Teil aus Kohäsion erwächst. Vielmehr seien hier institutionelle Grundlagen ursächlich wie das Wahlsystem oder institutionelle „Kniffe“ wie Parteienverbote oder konstruktive Misstrauensvoten. Geschlossenheit wird von Sartori hier in stärkerer Weise auf Parteidisziplin zurückgeführt. Der dritte Typus des parlamentszentrierten Parlamentarismus ist im Rahmen der vorliegenden Argumentation ohne weitere Bedeutung und muss deshalb nicht weiter erörtert werden.

Das Präsidialsystem bietet im Gegensatz zum Parlamentarismus günstige Voraussetzungen für ein hohes Maß an individualisiertem Repräsentationshandeln und damit auch für eine entsprechende Nutzung des Internets in der Wählerkommunikation. Präsidialsysteme sind im Gegensatz zum Parlamentarismus durch eine strikte institutionelle Gewaltenteilung ausgezeichnet, die auf einer verfassten Bestandsgarantie der Regierung basiert. Das Repräsentationshandeln der Parlamentarier steht damit in keinem unmittelbaren Zusammenhang zu der Frage des Mandatserhalts. Ozbudun (1970: 356) argumentiert, dass Parlamentarier im Präsidialsystem eben nicht mit dem Dilemma konfrontiert sind, entweder das Programm der eigenen Regierung zu unterstützen oder der Opposition an die Macht zu verhelfen.

Das Wahlsystem stellt einen zweiten Faktor dar, der in der einschlägigen Literatur auf Repräsentationshandeln bezogen wird. Autoren wie Gallagher u. a. (1995: 271-300) oder Kaiser (2002) haben in diesem Zusammenhang den Gegenstand der Wahl als wichtiges Kriterium zur Unterscheidung von Wahlsystemen thematisiert. Wahlsysteme, bei denen Parteilisten zur Wahl stehen, setzen aus dieser Sicht Anreize zu einem hohen Maß an Geschlossenheit. Wahlsysteme, die umgekehrt dem Wähler die Entscheidung über Personen überlassen, werden mit einer gegenteiligen Wirkung in Zusammenhang gebracht. Nohlen (2000: 137 f.) erklärt die Anreizwirkung des personalisierten Wählens im Rahmen der relativen Mehrheitswahl damit, dass Abgeordnete in diesem Fall über eine eigene elektorale Basis verfügen, und dass ihre Wiederwahl damit in geringerer Weise von regionalen oder nationalen Parteieliten abhängig ist. Die Personalisierung der Wählerstimme kann über die formulierte Grundregel

3 Zur Abgrenzung der Begriffe der Geschlossenheit, Kohäsion und Disziplin siehe Bowler u. a. (1999) oder Sieberer 2006.

hinaus mit weiteren wahlsystemischen Faktoren in Verbindung gebracht werden, die jeweils unterschiedliche Anreizwirkungen für Repräsentationshandeln zur Folge haben.

Gallagher und Marsh (1988) haben gezeigt, dass der Prozess der Kandidatennominierung eigene Wirkungen auf Repräsentationshandeln ausübt, die unabhängig vom Wahlsystem zu sehen sind. Die Unabhängigkeit der im Wahlkreis gewählten Abgeordneten ist aus dieser Sicht zum einen von der Dezentralität der Kandidatennominierung bestimmt. Erst mit steigender Dezentralisierung kann tatsächlich von einer unabhängigen elektoralen Basis gesprochen werden. Darüber hinaus muss die Dezentralität der Nominierung von der Demokratisierung des Prozesses unterschieden werden (Rahat/Hazan 2001). Inklusive Selektorate, die alle Parteimitglieder oder sogar alle Wähler im Wahlkreis einschließen, steigern die Chance auf die Existenz einer personenorientierten elektoralen Basis, und damit auf parteiunabhängiges Repräsentationshandeln.

Richard Katz (1980: 31 ff.) sieht die Binnenwahl (intra party choice), also den öffentlichen Wettbewerb zwischen Kandidaten einer Partei, als wichtigen Anreiz zu unabhängigem Repräsentationshandeln. Das Institut der Binnenwahl ist zum einen im Rahmen der Proportionalwahl mit flexibler Liste verankert. Hallerberg (2004: 20) erklärt diesen Zusammenhang damit, dass die Binnenwahl in Verbindung mit großen Wahlkreisen zu einer Intensivierung des innerparteilichen Wettbewerbs führt, weil Abgeordnete zu einer schärferen Abgrenzung und Profilierung gezwungen sind, um Sichtbarkeit innerhalb des Bewerberfeldes ihrer eigenen Partei herzustellen. Katz (1980) argumentiert dahingegen im Blick auf die moderierende Wirkung der Wahlkreisgröße in eine gegensätzliche Richtung. Für ihn erschweren große Wahlkreise die direkte Kommunikation zwischen Abgeordneten und Wählern und führen so eher zu parteizugewandtem Repräsentationshandeln. Das Institut der Binnenwahl kann auch mit der relativen Mehrheitswahl in Einerwahlkreisen gekoppelt werden. Das ist dann der Fall, wenn die Kandidatennomination über sogenannte Vorwahlen (primaries) erfolgt. Unter diesen Bedingungen ist ein starker Anreiz zur marktorientierten Profilierung und zur „Produktinnovation“ aufseiten der Abgeordneten gegeben – somit zu parteiunabhängigem, individualisiertem Handeln.

Mischwahlsysteme kombinieren zwei verschiedene Anreizsysteme, indem sie in der Regel die Verhältniswahl mit geschlossener Liste neben die Mehrheitswahl in Einerwahlkreisen stellen. Daraus folgt die Erwartung, dass solche Abgeordnete, die in Wahlkreisen nach dem Majoritätsprinzip gewählt wurden, ein höheres Maß an Unabhängigkeit in ihrem Repräsentationshandeln zeigen, als solche Abgeordnete, die ihr Mandat der Listenwahl verdanken (Klingemann/Wessels 2001). In der neueren Debatte um Mischwahlsysteme wird nun allerdings die Frage diskutiert, inwieweit die beiden kombinierten Anreizsysteme tatsächlich getrennte Anreizwirkung auf der Akteursebene entfalten, und inwieweit nicht eher von Kontaminationseffekten ausgegangen werden muss (Ferrara/Herron/Nikishiwa 2005). Im Zusammenhang der hier verfolgten Fragestellung ist besonders die Idee einer einseitigen „Ansteckung“ der über die Liste gewählten Abgeordneten durch die Regeln der relativen Mehrheitswahl im Wahlkreis von Bedeutung. Unter diesen Bedingungen wäre der Anreiz zu unabhängigem Repräsentationshandeln nicht nur auf jene Abgeordneten beschränkt, die im Wahlkreis gewählt wurden. Vielmehr entsprächen Mischwahlsysteme in ihrer Anreizwirkung dann eher dem Typus der Mehrheitswahlsysteme.

Bawn und Thies (2003: 20, 24) sehen einen solchen Kontaminationseffekt, der auf beiden Wahlebenen Anreize zur Individualisierung setzt, vor allem in solchen Mischwahlsystemen gegeben, in denen wie in Japan oder Deutschland eine Doppelkandidatur möglich ist. Die Autoren erwarten hier, dass Abgeordnete, die auf beiden Wahlebenen kandidiert haben, in jedem Fall einen Wahlkreisbezug ausbilden, unabhängig von der Frage, auf welchem Weg sie letztendlich gewählt wurden. Dieses Argument wurde von Zittel (2007) und Zittel/Gschwend (2007) mit dem Hinweis auf die moderierende Wirkung der Wettbewerbskonstellation im Wahlkreis erweitert. Die vermutete Anreizwirkung der Kandidatur im Wahlkreis wird von den Autoren nur dann als wirksam erachteten und empirisch nachgewiesen, wenn „Doppelkandidaten“ eine realistische Gewinnchance im Wahlkreis besitzen.

Die Hauptdefizite der Diskussion um elektronische Demokratie bzw. um elektronische Wählerkommunikation liegen in einer unzureichenden Integration der referierten Theorien zur Wirkung von Wahl- und Regierungssystemen auf Repräsentationshandeln. Umgekehrt kann allerdings auch festgestellt werden, dass die etablierten Repräsentationstheorien die neueren Entwicklungen in der Medieninfrastruktur bzw. ihre Implikationen für Repräsentationshandeln unzureichend wahrnehmen. An diesen beiden Defiziten setzt die folgende empirische Analyse an. Sie zielt auf eine systematische und vergleichende Untersuchung der Wirkung der skizzierten Anreizmechanismen auf die Nutzung des Internets zur Wählerkommunikation. Dabei ist zu klären, ob das Internet ungeachtet der relevanten politischen Kontextfaktoren zur direkten Wählerkommunikation genutzt wird, oder ob eben diese Kontextfaktoren die Nutzungsmuster in der bewährten Form strukturieren – ungeachtet der medientechnisch induzierten Wirkkräfte.

3. Fallauswahl und Daten

Im Folgenden wird untersucht, ob und inwieweit das Internet von Abgeordneten zur Wählerkommunikation genutzt wird. Im Mittelpunkt steht dabei die Entscheidung zur Nutzung einer persönlichen Webseite. Zusätzlich werde ich die Informationsqualität der untersuchten Webseiten und den Grad ihrer Interaktivität betrachten. Die Informationsqualität der Seiten wurde im Zuge einer Inhaltsanalyse ermittelt, bei der sieben post-hoc definierte Informationstypen als vorhanden oder nicht vorhanden vercodet wurden. Auf dieser Grundlage wurde ein Informationsindex gebildet, der zwischen 0 (keine Webseite oder nicht mehr als ein relevanter Informationstypus) und 2 (vier oder mehr Informationstypen) schwankt. Der Grad der Interaktivität der Seiten wurde im Zuge der Inhaltsanalyse durch die Vercodung der vorhandenen interaktiven Komponenten ermittelt. Der Interaktivitätsindex, der auf dieser Grundlage gebildet wurde, unterscheidet zwischen Seiten ohne interaktive Komponenten (0), Seiten mit traditionellen one-to-one Interaktionsformen wie E-Mail oder Webmail (1), und Seiten mit erweiterten one-to-many oder many-to-many Anwendungsformen wie Diskussionsforen oder Online-Surveys (2).

Die skizzierte Vorgehensweise lässt sich über die einschlägige Literatur gut begründen. Es steht darin außer Zweifel, dass die verfügbare Informationsmenge sowie der Grad und die Form der Interaktivität wichtige Dimensionen bei der Untersuchung von Webseiten darstellen. Die Operationalisierung der beiden Dimensionen über die Vercodung der vorhandenen

Angebotsformen ist gängige Praxis in vergleichenden Untersuchungen mit hoher Fallzahl (siehe z. B. Norris 2001; Gibson u. a. 2003). Die post-hoc Definition der relevanten Informationsinhalte war an Plausibilitätsüberlegungen angelehnt. Es dürften kaum Zweifel darüber bestehen, dass Positionspapiere, Presseerklärungen oder Informationen über parlamentarische Initiativen von Abgeordneten relevante Informationen im Prozess der Wählerkommunikation darstellen.

In der folgenden empirischen Analyse wird über den beschreibenden Anspruch hinaus auch untersucht, welche der im voraus diskutierten Anreizmechanismen die Entscheidung zur direkten elektronischen Wählerkommunikation beeinflussen. Dabei konzentriert sich die Analyse im Wesentlichen auf die Ebene der Nutzungsentscheidung, also auf die Frage, ob persönliche Webseiten zur Wählerkommunikation genutzt werden. Zu diesem Zweck wurde ein vergleichendes Untersuchungsdesign gewählt, das sowohl einen internationalen Vergleich wie einen Vergleich über Zeit einschließt.

Der internationale Vergleich umfasst den schwedischen Riksdag, das amerikanische Repräsentantenhaus und den Deutschen Bundestag. Diese Fallauswahl stellt im Blick auf die diskutierten unabhängigen Variablen die gewünschte Varianz her. Beim amerikanischen Repräsentantenhaus haben wir es mit dem Prototyp eines Präsidialsystems zu tun, der Deutsche Bundestag repräsentiert den Fall eines exekutivdominierten Parlamentarismus, beim schwedischen Riksdag handelt es sich um einen parteizentrierten Parlamentarismus im Sinne Sartoris. Die drei ausgewählten Fälle unterscheiden sich auch systematisch auf der wahlsystemischen Ebene.

Im amerikanischen Fall werden die Abgeordneten über die Mehrheitswahl in Einerwahlkreisen gewählt, wobei in der Mehrzahl der Wahlkreise ein Vorwahlsystem vorgeschaltet ist. Damit werden die Anreize zu individualisiertem Repräsentationshandeln, die vom Präsidialsystem der USA ausgehen, weiter verstärkt (Hernson 1986). Die Abgeordneten des schwedischen Riksdags werden seit 1998 durch ein Präferenzwahlsystem gewählt, das auf einem äußerst dezentralisierten Prozess der Kandidatennomination beruht, und dessen Demokratisierungssgrad in der Literatur als fortgeschritten bezeichnet wird. Damit steht im schwedischen Fall das Wahlsystem in seiner Anreizwirkung auf Repräsentationshandeln in einem Spannungsverhältnis zu der vorherrschenden Form des Parlamentarismus (Möller 1999).

Beim Mischwahlsystem der Bundesrepublik Deutschland haben wir es einerseits mit Abgeordneten zu tun, die über die Verhältniswahl bei geschlossenen Parteilisten und bei einer bedingt dezentralisierten und demokratisierten Ausgestaltung des Verfahrens der Kandidatennomination gewählt werden. Dem stehen Abgeordnete gegenüber, die über die Mehrheitswahl in Einerwahlkreisen bei einer etwas stärker dezentralisierten Kandidatennomination gewählt werden (Schüttmeyer/Sturm 2007). Klingemann und Wessels (2001) sowie Lancaster und Patterson (1990) haben für den Deutschen Fall empirisch gezeigt, dass sich direkt gewählte Abgeordnete in ihrem Repräsentationshandeln systematisch von jenen Parlamentariern unterscheiden, die über die Liste ihrer Partei in den Bundestag eingezogen sind. Im Spiegel der oben skizzierten neueren Literatur zur Funktionsweise von Mischwahlsystemen ist darüber hinaus zu fragen, wie sich das Institut der Doppelkandidatur im deutschen Fall auswirkt und welche Anreizwirkungen von der Wettbewerbskonstellation in den jeweiligen Wahlkreisen ausgehen. Zittel und Gschwend (2007) haben in diesem Zusammenhang für den

Wahlkampf gezeigt, dass Wahlkreiskandidaten dann stärker individualisierte Wahlkämpfe durchführen, wenn eine realistische Gewinnchance besteht. Die nachfolgende Analyse muss zeigen, ob dieser Zusammenhang auch für die Nutzung neuer digitaler Medien in der Wählerkommunikation bestätigt werden kann.

Medientechnisch definierte Anreize wie die Generationenzugehörigkeit der Abgeordneten oder die Internetnutzung in der Wählerschaft stellen in der nachfolgenden Analyse alternative Faktoren zur Erklärung direkter digitaler Wählerkommunikation dar. Sofern die sichtbare Anreizwirkung dieser Faktoren kleiner ist als diejenigen Unterschiede in der elektronischen Wählerkommunikation, die zwischen den Parlamenten festgestellt werden können, ist die Annahme plausibel, dass der Wandel der Medieninfrastruktur in seiner Wirkung auf Repräsentation begrenzt bleibt. Die neuen digitalen Medien haben umgekehrt dann eine gesteigerte Bedeutung für Repräsentation, wenn die Anreizwirkungen der medientechnisch definierten Faktoren die institutionell bestimmten Handlungsmuster zu überlagern beginnen, wenn die Binnenunterschiede also größer werden als die systematischen Unterschiede zwischen den Parlamenten. Der Grad der Internetnutzung in der Wählerschaft wird aufgrund fehlender Daten für die Ebene der Wahlkreise hier über die sozio-ökonomische Struktur der Wahlkreise gemessen (Einkommen/Bildung/Anteil von Personen unter 35 Jahren). Diese Vorgehensweise kann durch den engen empirischen Zusammenhang zwischen den beiden Faktoren gerechtfertigt werden (Norris 2001; Eimeren u. a. 2004).

Durch den Vergleich über Zeit soll in der nachfolgenden Analyse die Robustheit der Ergebnisse getestet und für den Einfluss situativer Faktoren kontrolliert werden. Die neuen Medien haben zu bestimmten Zeitpunkten ein hohes Maß an Euphorie entfacht, der kurzfristige Handlungsrelevanz zugeschrieben werden kann. Da die vorliegende Analyse an der Frage nach der nachhaltigen Wirkung der neuen Medien auf Wählerkommunikation interessiert ist, soll durch einen Vergleich über Zeit für die Wirkung solcher situativen Faktoren kontrolliert werden.

Die nachfolgende quantitative Analyse wird durch eine qualitative Komponente ergänzt. Mit diesem Methodenmix werden zwei Ziele verfolgt. Durch die Verknüpfung von quantitativer und qualitativer Analyse sollen erstens die bestätigten Anreizwirkungen verifizieren werden. Die Verifizierung der Wirkungsannahmen ist vor allem im Rahmen des gewählten „Small-N-Vergleichs“ von erheblicher Bedeutung. Die ausgewählten Fälle sind durch ein Bündel von potenziellen Wirkfaktoren gekennzeichnet, deren Einflussnahme aufgrund der geringen Zahl von drei Fällen nicht gänzlich ausgeschlossen werden kann. Ob und bis zu welchem Grad das Wahlsystem und der Regierungstypus die gemessenen Wirkungen tatsächlich entfalten, kann unter diesen Bedingungen nur durch eine qualitativ gestützte Prozessanalyse ermittelt werden. Auf diese Weise können die relevanten Vermittlungsmechanismen zwischen der Makroebene und dem untersuchten Akteurshandeln identifiziert und nachvollzogen werden. Zweitens bietet die gewählte qualitative Komponente die Chance zur Erklärung von nicht bestätigten Hypothesen.

Als Datenbasis für die nachfolgende empirische Untersuchung stehen die Inhaltsanalysen aller persönlichen Webseiten in den drei ausgewählten Parlamenten zu zwei Untersuchungszeitpunkten zur Verfügung (April 2000 und April 2004). Hinzu kommen Leitfadeninterviews mit 80 Parlamentarien und Mitarbeitern in den drei Parlamenten, die in der Zeit zwischen

2000 und 2004 durchgeführt wurden. Untersucht wird die Frage, inwieweit persönliche Webseiten zum Zweck der individualisierten elektronischen Wählerkommunikation genutzt werden. Der Untersuchungszeitraum, dessen Ende einige Jahre zurückliegt, stellt im Licht der Zwecksetzung der Analyse kein Problem dar. In der vorliegenden Untersuchung geht es nicht um die Dokumentation kurzfristiger technikbezogener „Moden“ in der Internetnutzung. Es geht vielmehr um die Identifikation langfristiger und stabiler Wirkzusammenhänge, die zur Erklärung und Prognose der politischen Wirkung medientechnischer Innovationen beitragen können.

4. Elektronische Wählerkommunikation im Deutschen Bundestag, schwedischen Riksdag und amerikanischen Repräsentantenhaus

Die vergleichende Analyse der elektronischen Wählerkommunikation von Abgeordneten führt für den Untersuchungszeitraum zu sechs Kernbefunden, die ich in der Folge berichtet werden.

Tabelle 1
Persönliche Webseiten in drei Parlamenten

	<i>4/2000 (N = 1405)</i>	<i>4/2004 (N = 1366)</i>	<i>Zuwachs in %</i>
Nutzung in %	51,8	87,6	+ 69,1
Hohe Infoqualität in %	11,7	33,5	+ 186,3
Hohe Interaktivität in %	4,8	9,2	+ 91,6

Erstens zeigt die empirische Analyse, dass der medientechnische Wandel die Abgeordneten in allen untersuchten Parlamenten unter sichtbaren Nutzungsdruck setzt. Das lässt sich an der wachsenden Anzahl persönlicher Webseiten im Zeitverlauf festmachen, die in Tabelle 1 dokumentiert ist. Von insgesamt 1405 untersuchten Abgeordneten veröffentlichten im April 2000 bereits 705 (51,8 %) ein personalisiertes Angebot im World Wide Web. Im April 2004 betrug die entsprechende Zahl 1164 (87,6 %) bei einer Grundgesamtheit von 1366 Abgeordneten.

Der Nutzungsdruck, der von den neuen medientechnischen Gelegenheiten ausgeht, zeigt sich auch im Blick auf die gesteigerte Informationsqualität und Interaktivität der untersuchten Webseiten. Im April 2000 veröffentlichten 11,7 % (165) aller Abgeordneten ein Angebot mit vergleichsweise hohem Informationsgehalt gemessen an der Zahl der Textsorten, die über Hypertext-Verweise auf den Webseiten zugänglich gemacht wurden. Im April 2004 betrug die entsprechende Zahl bereits 33,5 % (458). Im April 2000 nutzten 4,8 % (68) der Abgeordneten ihre persönliche Webseite als Plattform für weitergehende Formen der Wählerinteraktion (Diskussionsforen, Gästebücher, Online-Surveys). Im April 2004 lag die entsprechende Zahl bei 9,2 % (126).

Die vergleichende Analyse der Webseiten zeigt zweitens systematische Unterschiede zwischen den drei Untersuchungsebenen (Mediennutzung, Wählerinformation, Wählerinteraktion). Tabelle 1 dokumentiert, dass weitergehende interaktive Elemente der Wählerkommunikation wie Diskussionsforen, Gästebücher und Online-Surveys zu beiden Untersuchungszeitpunkten eine vergleichsweise geringe Rolle in der elektronischen Wählerkommunikation der Abgeordneten spielen. Der Zuwachs fällt im Vergleich zu den entsprechenden Entwicklungen auf den Ebenen der Mediennutzung und der Wählerinformation zudem eher gering aus.

Die Analyse der persönlichen Webseiten zeigt drittens, dass die Quantität und Qualität elektronischer Wählerkommunikation systematisch zwischen den drei untersuchten Parlamenten variiert. Die Unterschiede zeigen größtenteils die erwarteten Muster. Im amerikanischen Repräsentantenhaus beobachten wir laut Tabelle 2 bereits zum ersten Untersuchungszeitpunkt eine weitgehende Verbreitung von persönlichen Webseiten. Fast 99 % aller amerikanischen Abgeordneten verfügen im April 2000 über eine persönliche Webseite. Die entsprechenden Nutzungszahlen für den Bundestag und den Riksdag liegen zu diesem Zeitpunkt bei rund 30 bzw. 27 %. Die weitere Entwicklung bis zum April 2004 verläuft in den beiden europäischen Parlamenten dann mit einer unterschiedlichen Dynamik. Im Bundestag setzt sich das Web als Mittel der Wählerkommunikation weitestgehend durch; zum zweiten Untersuchungszeitpunkt publizieren 88 % der deutschen Abgeordneten ein Angebot im Web. Im Riksdag beträgt die entsprechende Zahl dagegen lediglich 68 %. Die Entwicklung der direkten elektronischen Wählerkommunikation ist im schwedischen Fall somit weniger dynamisch als im deutschen.

*Tabelle 2
Persönliche Webseiten im Bundestag, Riksdagen und Repräsentantenhaus*

		4/2000 (N = 1405)	4/2004 (N = 1366)	Zuwachs in %
US House	Nutzung in %	98,8	99,8	+1
	Hohe Infoqualität in %	37,5	81,8	+ 118
	Hohe Interaktivität in %	6,3	4,0	- 37
Bundestag	Nutzung in %	29,8	87,8	+ 185
	Hohe Infoqualität in %	0,8	15,7	+ 1863
	Hohe Interaktivität in %	4,7	16,5	+ 251
Riksdagen	Nutzung in %	27,4	68,1	+ 149
	Hohe Infoqualität in %	0	5,2	+ 520
	Hohe Interaktivität in %	3,2	3,2	0

Systematische Unterschiede zwischen den untersuchten Parlamenten zeigen sich laut Tabelle 2 auch auf der Ebene der Informationsqualität. Während im Repräsentantenhaus zum zweiten Untersuchungszeitpunkt 81 % aller Abgeordneten ein Angebot mit hoher Informationsqualität bereitstellen, betragen die entsprechenden Werte für den Bundestag und den

Riksdag lediglich 16 und 5 %. Das heißt, dass viele Angebote in den beiden europäischen Parlamenten vergleichsweise wenige Informationen enthalten, die für die Wähler von politischer Relevanz wären; in vielen Fällen handelt es sich lediglich um digitale Broschüren. Der schwedische Riksdag fällt dabei deutlich hinter den Bundestag zurück. Nur eine sehr kleine Minderheit der schwedischen Abgeordneten nutzt das Internet in einer ernsthaften und politisch bedeutsamen Form zur elektronischen Wählerkommunikation im oben skizzierten Sinn.

Auch bei den interaktiven Angeboten lassen sich systematische Unterschiede zwischen den untersuchten Parlamenten feststellen. Das Muster weicht dabei allerdings von den oben formulierten Erwartungen ab. Im amerikanischen Repräsentantenhaus und im schwedischen Riksdag sind Formen der erweiterten Wählerinteraktion über Diskussionsforen oder Online-Surveys kaum verbreitet. Zum zweiten Untersuchungszeitpunkt experimentieren nur rund 4 % der amerikanischen Abgeordneten und 3 % der schwedischen Abgeordneten mit solchen Anwendungen. In beiden Fällen ist auch keine nennenswerte Entwicklung über Zeit festzustellen. Im amerikanischen Fall ist die Entwicklung sogar rückläufig. Der Deutsche Bundestag weist mit 16 % im April 2004 dahingegen einen vergleichsweise hohen Anteil von interaktiven Angeboten auf, die über E-Mail oder Webmail hinausgehen. Allerdings zeigt eine differenzierte Betrachtung, dass es sich bei der Mehrzahl dieser Angebote, um elektronische Gästebücher handelt, und damit um eher konservative Formen der Wählerinteraktion. Diskussionsforen oder Online-Surveys stellen auch im Bundestag die Ausnahme dar.

Mit dem vierten Kernbefund der Analyse richtet sich der Blick auf die Erklärung der skizzierten Nutzungsmuster. Dabei werde ich mich in exemplarischer Absicht auf die Ebene der Nutzungsentscheidung (ja/nein) konzentrieren. Die systematischen Unterschiede zwischen den Parlamenten lassen sich bis zu einem gewissen Grade wie erwartet auf den jeweiligen Regierungstypus zurückführen. Die Leitfadeninterviews stützen diese These und verdeutlichen dabei zudem die Bedeutung zweier Mechanismen, die zwischen Regierungstypus und Akteurshandeln vermitteln. Bei diesen beiden Mechanismen handelt es sich um den Grad der Ressourcenausstattung der Abgeordneten und um das vorherrschende Repräsentationsideal bzw. die vorherrschende Repräsentationsrolle.

Der schwedische parteizentrierte Parlamentarismus vermittelt sich auf der Akteursebene über einen hohen Grad der Zentralisierung von Ressourcen. Die schwedischen Abgeordneten thematisieren als zentrale Hürde für die Nutzung einer persönlichen Webseite das Fehlen von Mitarbeitern und finanziellen Ressourcen. Im Riksdag fließen nach den Schilderungen der Befragten die öffentlichen Mittel für die parlamentarische Arbeit direkt an die Parteigruppen, die frei über die weitere Verwendung entscheiden können. Im Durchschnitt finanzieren die Parteigruppen aus diesen Mitteln ein Drittel einer Mitarbeiterstelle für jeden ihrer Abgeordneten. Weitere öffentliche Zuwendungen zur Finanzierung von Unterstützung für ihre parlamentarische Arbeit stehen den Abgeordneten nur in Form einer kleinen Aufwandsentschädigung zur Verfügung, von der auch eine Übernachtungsmöglichkeit in Stockholm finanziert werden muss. Den schwedischen Volksvertretern fehlt es sogar an eigenen Büroräumen im Riksdag. Das nachstehende Zitat steht exemplarisch für eine Vielzahl von Äußerungen, die die schwache Ressourcenausstattung der schwedischen Abgeordneten als zentrale Ursache für eine negative Nutzenentscheidung anführen.

I read [E-Mail] personally and I answer them directly. I have no staff to do this. So, this is more work [...] A Website is certainly the thing I'd like to do but what I couldn't do because of restricted resources [...] I don't have time, because I have no one to help me out. (Interview SMP0001)

Im amerikanischen Präsidialsystem spielt die Frage der Ressourcenausstattung für die Nutzungsentscheidung keine Rolle. Die amerikanischen Abgeordneten verfügen über einen Mitarbeiterstab von bis zu 15 Personen, die zum größten Teil Funktionen in der Wählerkommunikation wahrnehmen. In der Regel existiert in jedem Büro die Position des Systemadministrators, bei der in der Regel die Zuständigkeit für die Pflege der Webseite und der technischen Infrastruktur liegt. Hinzu kommen zwei bis drei sogenannte „legislative correspondents“, die Aufgaben in der Bearbeitung der Wählerpost wahrnehmen und die mit der Verbreitung der elektronischen Wählerkommunikation im amerikanischen Kongress auch in die Bearbeitung von E-Mail eingebunden sind. Das hohe Budget, das amerikanischen Abgeordneten zur Ausübung ihres Mandats gewährt wird, stellt zusätzliche Mittel zur Finanzierung externer Dienstleistungen im Bereich der elektronischen Wählerkommunikation bereit. Damit kann vor allem auf Dienstleistungen etwa bei der Programmierung und Pflege von Webseiten zurückgegriffen werden.

Im deutschen exekutivdominierten Parlamentarismus nehmen die Abgeordneten hinsichtlich ihrer Ressourcenausstattung eine mittlere Stellung zwischen dem Repräsentantenhaus und dem Riksdag ein. Die durchschnittlich zwei bis drei persönlichen Mitarbeiter, die den Bundestagsabgeordneten zur Verfügung stehen, können dabei nur in eingeschränkter Weise Aufgaben im Bereich der elektronischen Wählerkommunikation ausfüllen. Aber das eigene Budget, über das die deutschen Parlamentarier verfügen, erlaubt die Beschäftigung von Hilfskräften oder externen Mitarbeitern auf Mini-Job-Basis. Diese Mitarbeiter spielen für die deutschen Abgeordneten eine wichtige Rolle zur Unterstützung ihrer direkten Wählerkommunikation im Internet. Auf diese Weise erwerben sie z. B. Expertise zur Programmierung und grafischen Gestaltung ihrer Angebote.

Der schwedische parteizentrierte Parlamentarismus vermittelt sich auf der Akteursebene auch über die vorherrschende Repräsentationsrolle. Im schwedischen Riksdag wird dem kollektivistischen Repräsentationsideal eine vergleichsweise hohe Bedeutung zugemessen. Einige Abgeordnete stellen einen direkten und ausdrücklichen Zusammenhang zwischen diesem Repräsentationsideal und ihrer Entscheidung gegen eine persönliche Webseite her. Das nachstehende Zitat steht exemplarisch für die Sichtweise, dass im schwedischen Parlament Parteien und ihre Programme repräsentiert sein sollten, und dass aus diesem Grund kein Bedarf für direkte Formen der Wählerkommunikation im Internet besteht.

I am against the personal vote, I am not a friend of that [...]. When you are going to elect the people in the parliament, you have to choose [between] party programs. I am a tool to make this program go through. I am not important as a person. Therefore I am not interested in [...] putting up my own Webpage. (Interview SMP0005)

Das Bekenntnis zu einem kollektivistischen Repräsentationsideal ist nicht in allen schwedischen Parteigruppen gleichermaßen verbreitet. Vielmehr unterscheiden sich die Parteien nach ihrer Position auf dem Rechts-Links-Spektrum. Abgeordnete der Parteien im linken

Parteispektrum (Venstre, Miljoe, Sozialdemokraten) betonen wie das untenstehenden Beispiel exemplarisch zeigt, durchgängig das Ideal der kollektivistischen Repräsentation und lehnen auf dieser Grundlage die Nutzung von persönlichen Webseiten zur Wählerkommunikation ab. Für die Partei der Linksozialisten existierte zum Untersuchungszeitpunkt nach Aussage der Befragten sogar eine informelle kollektive Entscheidung gegen die Nutzung persönlicher Webseiten. Die Abgeordneten der Parteien des rechten Spektrums zeigen eine größere Aufgeschlossenheit gegenüber der Idee der individualistischen Repräsentation und damit für die Wählerkommunikation über persönliche Webseiten.

[The use of personal websites depends] on whether you are a party that believes in personal elections, meaning that you go out and tell people to vote for me because I am the best. I think most of the parties in the parliament like that. We don't like that. We think it is the party's policy that is most important. I don't go out on election night and tell people to vote for me. That means that I don't have any use whatsoever for a private Website. The party has a Website.
(Interview SMP0406)

Im amerikanischen Repräsentantenhaus ist das kollektivistische Repräsentationsideal ohne jede Bedeutung für die Kommunikationsstrategien der Abgeordneten. Im Deutschen Bundestag spielt es keine Rolle auf der Ebene der Nutzungsentscheidung. Das heißt, die Frage, ob eine persönliche Webseite eingerichtet werden soll, steht für die deutschen Abgeordneten in keinem Zusammenhang zu der Frage, wer im Bundestag repräsentiert werden sollte, Wähler oder Parteien. Auf der Ebene der Entscheidungen über Inhalte finden sich jedoch durchaus Äußerungen, in denen der Wille zur Geschlossenheit in der Wählerkommunikation deutlich wird. Die nachstehende Äußerung steht exemplarisch für eine solche Position.

[...] zu 90 % [stimme ich] mit den Auffassungen meiner Partei [...] überein, da muss ich mich nicht abgrenzen und irgendetwas sagen, um die restlichen 10 % herauszustellen. Das ist auch immer ein Abwägungsprozess [...] Nein, ich bin da nicht Parteisoldat, aber das ist eine grundsätzliche Sache. Wenn es eine Mehrheitsentscheidung gibt, dann akzeptiere ich die. Dann kann ich zwar im persönlichen Gespräch sagen, dass ich dagegen stimme, aber es ist nicht um mich damit zu schmücken in Anführungsstrichen, denn etwas anderes ist das nicht, weil ich sonst die Konsequenzen irgendwann mal ziehen müsste.
(Interview DMP0405)

Der fünfte Kernbefund der Analyse zeigt, dass in allen drei untersuchten Fällen die Entscheidung zur direkten elektronischen Kommunikation von wahlstrategischen Überlegungen berührt ist. Das folgende Zitat dokumentiert dies exemplarisch aus Sicht eines schwedischen Abgeordneten. Die hier thematisierte Anreizwirkung des Wahlsystems ist allerdings wie oben bereits angedeutet in hohem Maße von jenen Anreizwirkungen überlagert, die vom parteizentrierten Parlamentarismus ausgehen. Sie wirkt an ehesten auf Abgeordnete aus dem rechten Parteispektrum, die in geringerer Weise dem kollektivistischen Repräsentationsideal verhaftet sind. Der Umstand, dass das nachstehende Zitat von einem Abgeordneten der liberalen Folkepartiet stammt, ist somit kein Zufall.

I am in favor of more personal elections. You elect a person and not only a party [...] For me as an MP, as a singular individual MP, [a personal website]

is important [...] You can always be number one [...] well; I think it is important because it is a personal election campaign. The more people who vote for you, the more strength you feel. And I got more. Only Prime Minister Göran Persson and the former leader of the Christian Democrats got more votes than I did. (Interview SMP0408)

Im Deutschen Bundestag und im amerikanischen Repräsentantenhaus wird die wahlstrategische Bedeutung einer persönlichen Webseite ohne Wenn und Aber thematisiert. Das Internet erscheint hier aus zweierlei Hinsicht als unverzichtbares Mittel der Wählerkommunikation im Wahlkreis. Bei der Entscheidung gegen eine persönliche Webseite werden erstens negative Effekte für das Wahlergebnis befürchtet. Die Abgeordneten verbinden mit dem Medium somit nicht unbedingt einen hohen elektoralen Nutzen. Sie sind sich aber in der Einschätzung einig, dass der Verzicht darauf in jedem Fall schadet. Das nachstehende Zitat zeigt zweitens, dass die elektronische Wählerkommunikation von direkt gewählten Abgeordneten als integraler Bestandteil der Wahlkreiskommunikation begriffen wird, der zum Zweck der Sicherung des Direktmandats beiträgt.

Klar, das Mandat [...] ist Butter und Brot. Ohne das ist alles nichts. Insofern ist Wahlkreisarbeit und natürlich das Direktmandat ganz wichtig. Ein Abgeordneter, der direkt gewählt worden ist, hat natürlich ein Pfund, das ist sein Wahlkreis. Jetzt haben Abgeordnete eher Glück, dass sie in einer konservativen Gegend leben, andere haben eher Pech. [Ich lebe] auch eher in einem schwierigen Wahlkreis, aber trotzdem ist das unser ganz großes Ziel, dort die Nase vorne zu haben bei der Erststimme. Daraufhin wird auch die Webseite getrimmt. Die Webseite lesen die [Wähler im Wahlkreis] und die ist für die [Wähler im Wahlkreis]. Die Webseite ist nicht für die Hamburger. Die Hamburger sollen nehmen was wir bieten aber [im Wahlkreis] soll der Wurm dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Das ist schon klar. Daraufhin wird das auch getrimmt. (Interview DMP0410)

Tabelle 3 bestätigt die qualitativen Befunde zur Wirkung des deutschen Mischwahlsystems nur für den ersten Untersuchungszeitpunkt. Die Tabelle zeigt dabei auch, dass die Entscheidung für eine persönliche Webseite nicht vorrangig durch den Modus der Wahl erklärt ist. Die spezifische Wettbewerbskonstellation im Wahlkreis gemessen an der Gewinnchance bei Doppelkandidaturen stellt die entscheidende Größe zur Erklärung einer positiven Nutzungsentscheidung dar. Abgeordnete, die in der vorausgehenden Wahl im Wahlkreis kandidiert und knapp verloren haben, die aber dann über die Parteiliste im Zuge einer Doppelkandidatur ein Mandat errungen haben, nutzen zusammen mit direkt gewählten Abgeordneten mit einer größeren Wahrscheinlichkeit das Internet zur direkten Wählerkommunikation. Beide Gruppen unterscheiden sich darin systematisch von solchen Abgeordneten, die ausschließlich auf einer Liste kandidiert haben, oder die ihren Wahlkreis im Zuge einer Doppelkandidatur klar verloren haben. Wir beobachten also einen moderierten Kontaminationseffekt.

Die Unterschiede in der Erklärungskraft der wahlsystemischen Anreize zwischen den beiden Untersuchungszeitpunkten können für den Bundestag im Spiegel der Interviews in dreifacher Weise spekulativ gedeutet werden. Erstens führt die zunehmende Verbreitung von persönlichen Webseiten zu einer geringen Zahl von verbleibenden Parlamentariern ohne

Webseite im Jahre 2004. Die Nutzungsentscheidungen einer solch kleinen Gruppe dürften eher von personenbezogenen Faktoren als von systematisch wirksamen politischen Anreizen abhängig sein. Zweitens führt die weitgehende Verbreitung des Mediums zu einer Normalisierung im Sinne der Sättigung des Angebots. Die alleinige Existenz einer Webseite dürfte unter dieser Bedingung keinen Wettbewerbsvorteil im Wahlkampf mehr darstellen. Wahlsystemische Effekte wären folgerichtig dann auch nicht mehr zu erwarten. Drittens könnte die Abwesenheit des erwarteten Effekts der vollständigen Kontaminierung der parteibezogenen Logik der Zweitstimmenkonkurrenz durch die personalisierende Logik der Erststimmenkonkurrenz geschuldet sein. In den Interviews mit den deutschen Abgeordneten deutet sich der Umstand an, dass das Erstimmenergebnis im Wahlkreis in jedem Fall von wahlstrategischer Bedeutung ist, auch für solche Parlamentarier, die auf dieser Ebene keine realistische Gewinnchance haben. Die wahlstrategische Bedeutung besteht in dem Fall darin, die Qualität der eigenen Kandidatur in der Parteiöffentlichkeit durch ein möglichst hohes Erstimmenergebnis zu dokumentieren. Damit soll die Chance auf eine sichere Listenposition im Zuge der Listenminierungsverfahren verbessert werden. Die Unterschiede zwischen den beiden Untersuchungszeitpunkten signalisieren im Licht dieses Arguments keine verringerte, sondern eine veränderte Wirkung des Wahlsystems auf Mediennutzungsentscheidungen in der direkten Wählerkommunikation.

Der sechste und letzte Kernbefund der vorliegenden Analyse lenkt unsere Aufmerksamkeit auf die Bedeutung der oben diskutierten medienbezogenen Anreizfaktoren. Tabelle 3 zeigt für den Deutschen Bundestag die erwarteten Effekte. In der hier dokumentierten logistischen multivariaten Regression zeigt sich, dass für den Deutschen Bundestag die Generationszugehörigkeit der Abgeordneten und die Nutzerinteressen im Wahlkreis gemessen an sozio-ökonomischen Indikatoren zu beiden Untersuchungszeitpunkten Erklärungskraft besitzen. Mit der Zugehörigkeit zur jungen Generationskohorte und mit einer hohen Internetverbreitung im Wahlkreis steigt die Wahrscheinlichkeit, dass eine persönliche Webseite in der Wählerkommunikation genutzt wird.

Im Riksdag vermitteln sich die medientechnischen Anreize nach Tabelle 3 über die Nutzerinteressen im Wahlkreis und dies lediglich zum ersten Untersuchungszeitpunkt. Zum zweiten Untersuchungszeitpunkt findet sich ein Zusammenhang zwischen Nutzerinteressen und Mediennutzung, der jedoch gegen die erwartete Richtung geht. Die Erklärung für dieses inkonsistente Muster wurde bereits im Vorausgehenden thematisiert. Sie liegt in der hohen Bedeutung des Faktors Partei und in den parteibezogenen Unterschieden im jeweils vorherrschenden Repräsentationsideal der schwedischen Abgeordneten. Dies wird auch durch einen genaueren Blick auf die Inhalte der untersuchten Webseiten deutlich. Bei der Mehrzahl der 2004 im Riksdag angebotenen persönlichen Webseiten handelt es sich um Standardseiten der Parteien, die auf der inhaltlichen Ebene eine begrenzte Personalisierung erlauben und die im Wesentlichen in ihrer Pflege von Unterstützungsleistungen der Parteien abhängig sind. Während solche Unterstützungsleistungen aktiv von den Parteien des rechten Parteienpektrums bereitgestellt werden, sind die diesbezüglichen Aktivitäten der Parteien im linken Spektrum geringer, somit ist auch die Nutzungs frequenz bei den Abgeordneten dieser Parteien geringer.

Tabelle 3

Medientechnischer Wandel, wahlsystemische Anreize und persönliche Webseiten im Riksdag und im Bundestag, April 2000 und 2004

	Mediennutzung Bundestag		Mediennutzung Riksdag	
	2000 (N = 501)	2004 (N = 574)	2000 (N = 343)	2004 (N = 349)
Generationszugehörigkeit	0.717*** (0.227)	1.027*** (0.364)	-0.324 (0.244)	0.367 (0.253)
Anteil Wähler <35 im Wahlkreis		0.127** (0.063)		
Einkommen im Wahlkreis	0.000*** (0.000)		0.043*** (0.014)	-0.019 (0.013)
Bildung im Wahlkreis	0.000 (0.015)	-0.002 (0.023)	0.017 (0.031)	-0.053* (0.029)
Wahlmodus	-0.347 (0.268)	0.087 (0.429)	0.584* (0.300)	-0.374 (0.325)
Gewinnchance	0.776*** (0.293)	0.367 (0.432)		
Wahlkreisgröße			-0.066** (0.031)	0.022 (0.026)

Einträge sind unstandardisierte logistische Regressionskoeffizienten (multivariat) mit robusten Standardfehlern in Klammern;
Signifikanzniveaus: * p<0,1; ** p<0,05; *** p<0,01

Die gesellschaftliche Mobilisierung um die Idee der elektronischen Wählerkommunikation führt uns wieder auf die Systemebene und die Erklärung der Unterschiede zwischen Parlamenten zurück. Die Rolle organisierter Nutzerinteressen stellt im Spiegel der Leitfadeninterviews einen wichtigen Faktor zur Erklärung der systematischen Unterschiede in der Mediennutzung zwischen den untersuchten Parlamenten dar. In den USA und der Bundesrepublik Deutschland wird in den Leitfadeninterviews die Bedeutung von Organisationen wie dem *Congress Online Project* (USA) oder *Politikerscreen* (Deutschland) für die Nutzungsentscheidung deutlich. Beide Organisationen erstellen bzw. erstellten u. a. Ranglisten persönlicher Webseiten, die jährlich ein gewisses Medienn Interesse erfahren und für die Abgeordneten so Anreize zur Nutzung setzen. Darüber hinaus existiert in beiden Ländern eine Vielzahl von Dienstleistungsunternehmen, die den Abgeordneten aktiv Produkte zur elektronischen Wählerkommunikation anbieten. Dies geschieht in gesteigerter Intensität im Vorfeld von Wahlkämpfen. Innovative Vermarktungsstrategien sorgen dabei wie im nachstehenden

Zitat geschildert für relativ niedrige Einstiegshürden. Im schwedischen Fall spielt dahingegen keiner dieser Faktoren in den geführten Interviews eine Rolle.

[Ich] hatte das große Glück, dass [...] ich von einer Webagentur hier in Berlin das Angebot gekriegt habe, dass sie mir kostenlos ein Content-Management System zur Verfügung stellen, und dass, falls ich gewählt werden sollte, ich denen halt einen bestimmten Betrag zurückzahle. Die Damen und Herren der Agentur hatten dann Glück, ich bin gewählt worden, und zahle an die immer noch sehr viel Geld, na ja, was heißt viel, aber zahle halt den üblichen Betrag.
(Interview DMP0421)

Die gesellschaftliche Mobilisierung um die Idee der direkten elektronischen Wählerkommunikation ist wie das vorstehende Beispiel zeigt auch von Profitinteressen getrieben. Elektronische Demokratie ist in den USA und Deutschland zu einem marktgängigen Produkt geworden. Solche Profitinteressen stellen fraglos einen Reflex des Nachfragermarktes dar, und damit der Ressourcenausstattung und der Motivation der Abgeordneten. Der kurze Exkurs zur Wirkung gesellschaftlicher Interessenkoalitionen verweist somit auf die vielschichtigen Grundlagen der gesellschaftlichen Mobilisierung um das Thema der elektronischen Wählerkommunikation. Der schwedische Fall deutet allerdings an, dass bei einem Fehlen der institutionellen Grundlagen die gesellschaftliche Mobilisierung vergleichsweise schwach ausfällt, dass also die gesellschaftliche Mobilisierung auch ein Stück weit das Resultat der diskutierten institutionellen Anreize ist.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich der Grad der Nutzung des Internets zur direkten Wählerkommunikation in den untersuchten Parlamenten zum Ende des Untersuchungszeitraums deutlich unterscheidet, und dass die Unterschiede die jeweiligen institutionellen Anreizstrukturen widerspiegeln. Im parteizentrierten Parlamentarismus Schwedens spielen persönliche Webseiten als Mittel der direkten Wählerkommunikation eine geringe Rolle. Entsprechende Anreize, die von der wahlsystemischen Ebene ausgehen, werden vom Regierungstypus überlagert. Das Präsidialsystem der USA stellt den gegenteiligen Fall dar. Hier führt eine konsistent starke Anreizwirkung, die vom Wahlsystem und vom Regierungstypus ausgeht, zu einem hohen Nutzungsgrad. Durch die elektronische Wählerkommunikation werden bestehende Strukturen fortgeschrieben bzw. in einem neuen Medium umgesetzt. Dieser Befund deutet darauf hin, dass in Schweden und den USA das Internet zu einem Medienwandel in der Wählerkommunikation führt, im Sinne der Erweiterung des Instrumentariums der etablierten Strukturen der Wählerkommunikation.

Der Bundestag stellt in der vorliegenden Untersuchung den interessantesten Fall dar. Hier wird eine Entwicklungsdynamik sichtbar, die eher in die Richtung eines Strukturwandels in der Wählerkommunikation deutet, und damit in die Richtung von Demokratiewandel. Die Anreize, die von den neuen medientechnischen Gelegenheiten ausgehen, entfalten hier die größten Wirkungen. Das ist womöglich auch dem Umstand geschuldet, dass die institutionellen Anreize zur direkten Wählerkommunikation zwar moderater Natur, gleichzeitig

aber effizient in dem Sinne sind, dass sie im Blick auf Repräsentationshandeln gleichgerichtet wirken und somit keine unüberwindbaren Hürden aufbauen.

Mit der vorausgehenden Analyse ist natürlich keineswegs nachgewiesen, dass die untersuchten Nutzungsmuster im bundesdeutschen Fall tatsächlich in Demokratiewandel münden. Die Mediennutzung ist eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für weitergehende Effekte auf der Ebene der Institutionen der repräsentativen Demokratie. Eine gesicherte und weitergehende Antwort auf die Frage nach der Wirkung des Internets auf Repräsentationsbeziehungen verlangt zum einen eine vertiefende Untersuchung der Inhalte der direkten elektronischen Wählerkommunikation sowie des Verhältnisses zwischen Wählerkommunikation on- und offline. Im Zuge solcher Untersuchungen müsste erstens nachgewiesen werden, dass sich die direkte elektronische Wählerkommunikation dezidiert an die eigene Wählerschaft richtet, und dass mögliche Adressaten wie die Massenmedien oder Fachöffentlichkeiten dabei von geringer Bedeutung sind. Zweitens müsste gezeigt werden, dass Abgeordnete über diesen Kanal zunehmend parteipolitisch unabhängige Positionen beziehen. Die entscheidende Frage ist dann weiter, wie sich ein solches Kommunikationsmuster online auf die Wählerkommunikation offline auswirkt. In diesem Zusammenhang müsste erstens gefragt werden, ob es zu Substitutionseffekten kommt, ob also Abgeordnete vermehrte Anstrengungen im Bereich der elektronischen Wählerkommunikation unternehmen zulasten anderer Kommunikationskanäle offline. Zweitens stellt sich die Frage nach Strukturangleichungen. Führt die gesteigerte Aufmerksamkeit gegenüber dem Wahlkreis online zu entsprechenden Justierungen in der Wählerkommunikation offline?

Weitergehende Wirkungen der untersuchten Nutzungsmuster auf Repräsentationsbeziehungen setzen auch Effekte auf der Verhaltens- und Einstellungsebene von Abgeordneten voraus. Ein wichtiges zukünftiges Forschungsziel besteht in diesem Zusammenhang darin, die Nutzungsmuster in der elektronischen Wählerkommunikation in einen empirischen Bezug zum parlamentarischen Handeln von Abgeordneten zu setzen. Demokratiewandel setzt voraus, dass Abgeordnete, die das Internet zur direkten Wählerkommunikation nutzen, ein stärker wahlkreisbezogenes Handeln im parlamentarischen Prozess an den Tag legen, und dass sich in diesem Sinne dyadische Repräsentationsbeziehungen ausbilden, die im Gegensatz zu den bis dato kollektivistisch geprägten Strukturen in den westeuropäischen Demokratien stehen.

Die direkte elektronische Wählerkommunikation stellt eine neue Entwicklung dar, die, wie die vorausgegangene Analyse zeigt, sich in einem frühen Stadium befindet. Aus diesem Grund weisen die im Ausblick skizzierten Forschungsfragen weit in die Zukunft. Da die Nutzung von neuen medientechnischen Gelegenheiten durch Abgeordnete aber einerseits einen kleinen Ausschnitt des Konstrukts der dyadischen Repräsentation ausmacht, und da sie andererseits auch eine notwendige Bedingung für weitergehende Entwicklungen darstellt, deutet die vorliegende Analyse darauf hin, dass die Zukunft in selektiver Weise begonnen hat.

Literatur

Barber, Benjamin, 1984: Strong Democracy. Participatory Politics for a New Age, Berkeley u. a.

Bawn, Kathleen/Thies, Michael F., 2003: A Comparative Theory of Electoral Incentives: Representing the Unorganized under PR, Plurality and Mixed-Member Systems, in: *Journal of Theoretical Politics* 15, 5–32.

Bowler, Shaun/Farrell, David M./Katz, Richard S., 1999: Party Cohesion, Party Discipline, and Parliaments, in: dies. (Hrsg.), *Party Discipline and Parliamentary Government*, Columbus.

Campbell, Anne/Harrop, Andrew/Thompson, Bill, 1999: Towards the Virtual Parliament – What Computers can do for MPs, in: *Parliamentary Affairs* 52, 388–403.

Coleman, Stephen, 2000: E-Guide for Parliamentarians. How to be an Online-Representative, London.

Diermeier, Daniel/Feddersen, Tim, 1998: Cohesion in Legislatures and the Vote of Confidence Procedure, in: *American Political Science Review* 92, 611–621.

Eimeren, Birgit van/Gerhard, Heinz/Frees, Beate, 2004: Internetverbreitung in Deutschland: Potential vorerst ausgeschöpft?, in: *Media Perspektiven* 8, 350–370.

Fenno, Richard, 1978: Home Style. House Members in their Districts, Boston.

Ferrara, Federico/Herron, Erik S./Nishikawa, Misa, 2005: Mixed Electoral Systems: Contamination and its Consequences, New York.

Gallagher, Michael/Laver, Michael/Mair, Peter, 1995: Representative Government in Modern Europe, New York.

Gallagher, Michael/Marsh, Michael (Hrsg.), 1988: Candidate Selection in Comparative Perspective. The Secret Garden of Politics, London.

Gibson, Rachel K./Margolis, Michael/Resnick, David/Ward, Stephen J., 2003: Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis, in: *Party Politics* 9, 47–75.

Grossman, Lawrence, 1993: The Electronic Republic, New York.

Hallerberg, Mark, 2004: Electoral Laws, Government, and Parliament, in: Herbert Döring/Mark Hallerberg (Hrsg.), Patterns of Parliamentary Behavior. Passage of Legislation across Western Europe, Aldershot.

Hermes, Jöke, 2006: Citizenship in the Age of the Internet, in: *European Journal of Communication* 21, 295–309.

Hernson, Paul S., 1986: Do Parties Make a Difference? The Role of Party Organizations in Congressional Elections, in: *The Journal of Politics* 48, 589–615.

Herzog, Dietrich/Rebenstorf, Hilke/Weßels, Bernhard (Hrsg.), 1993: Parlament und Gesellschaft. Eine Funktionsanalyse der Repräsentativen Demokratie, Opladen.

Huber, John D., 1996: The Vote of Confidence Procedure in Parliamentary Democracies, in: *American Political Science Review* 90, 269–282.

Jackson, Nigel, 2007: Political Parties, the Internet and the General Election: Third Time Lucky?, in: *Internet Research* 17, 249–271.

Kaiser, André, 2002: Gemischte Wahlsysteme. Ein Vorschlag zur typologischen Einordnung, in: *ZPol* 12, 1547–1574.

Kaiser, Robert, 1999: Online-Informationsangebote der Politischen Parteien. Parteien und Verbände im World Wide Web, in: Klaus Kamps (Hrsg.), *Elektronische Demokratie? Perspektiven Politischer Partizipation*, Opladen/Wiesbaden, 175–190.

Katz, Richard S., 1980: *A Theory of Parties and Electoral Systems*, Baltimore.

Klingemann, Hans-Dieter/Wessels, Bernhard, 2001: The Political Consequences of Germany's Mixed-Member System: Personalization at the Grass Roots?, in: Matthew S. Shugart/Martin P. Wattenberg (Hrsg.), *Mixed-Member Electoral Systems. The Best of both Worlds?*, Oxford, 279–296.

Krauch, Helmut, 1972: *Computerdemokratie*, Düsseldorf.

Lancaster, Thomas D./Patterson, David W., 1990: Comparative Pork Barrel Politics. Perceptions from the West German Bundestag, in: *Comparative Political Studies* 22, 458–477.

Marschall, Stefan, 2001: Parteien und Internet – Auf dem Weg zu internet-basierten Mitgliederparteien?, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B10, 38–46.

McLean, Iain, 1989: *Democracy and New Technology*, Cambridge.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.), 2007: *JIM 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*, Stuttgart.

Möller, Tommy, 1999: The Swedish Election 1998: A Protest Vote and the Birth of a New Political Landscape?, in: *Scandinavian Political Studies* 22, 261–276.

Müller, Wolfgang C./Jenny, Marcelo/Steininger, Barbara, 2001: Die österreichischen Abgeordneten. Individuelle Präferenzen und politisches Verhalten, Wien.

Müller, Wolfgang C./Saalfeld, Thomas (Hrsg.), 1997: *Members of Parliament in Western Europe: Roles and Behavior*, London.

Nohlen, Dieter, 2000: *Wahlrecht und Parteiensystem*, Opladen.

Norton, Philip/Wood, David M., 1993: *Back from Westminster. British Members of Parliament and their Constituents*, Lexington.

Norris, Pippa, 2001: *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Cambridge.

Ozbudun, Ergun, 1970: Party Cohesion in Western Democracies: A Causal Analysis, Beverly Hills.

Patzelt, Werner J., 1993: Abgeordnete und Repräsentation, Passau.

Pedersen, Karina/Saglie, Jo, 2005: New Technologie in Ageing Parties – Internet Use in Danish and Norwegian Parties, in: *Party Politics* 11, 359–377.

Pitkin, Hanna F., 1967: *The Concept of Representation*, Berkeley.

Räsänen, Pekka, 2006: Information Society for All? Structural Characteristics of Internet use in 15 European Countries, in: *European Societies* 8, 59–81.

Rahat, Gideon/Hazan, Reuven Y., 2001: Candidate Selection Methods. An Analytical Framework, in: *Party Politics* 7, 297–322.

Römmele, Andrea, 2003: Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies, in: *Party Politics* 9, 7–20.

Sackmann, Reinhold/Weymann, Ansgar, 1994: *Die Technisierung des Alltags. Generationen und technische Innovation*, Frankfurt a. M./New York.

Sartori, Giovanni, 1997: Comparative Constitutional Engineering. An Inquiry into Structures, Incentives and Outcomes, Hounds-mills.

Schüttemeyer, Suzanne S./Sturm, Roland, 2006: Der Kandidat – das (fast) unbekannte Wesen: Befunde und Überlegungen zur Aufstellung der Bewerber zum Deutschen Bundestag, in : ZParl 36, 39-553

Schweitzer, Eva J., 2005: Election Campaigning Online – German Party Websites in the 2002 National Elections, in: European Journal of Communication 20, 327–351.

Searing, David D., 1994: Westminster's World. Understanding Political Roles, Cambridge.

Sieberer, Ulrich, 2006: Party Unity in Parliamentary Democracies: A Comparative Analysis, in: The Journal of Legislative Studies 12, 150–178.

Tapscott, Don, 1998: Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation, New York.

Thomassen, Jacques, 1994: Empirical Research into Political Representation: Failing Democracy or Failing Models?, in: M. Kent Jennings/Thomas E. Mann (Hrsg.), Elections at Home and Abroad: Essays in Honour of Warren E. Miller, Ann Arbor, 237–264.

Wiesendahl, Elmar, 1998: Parteienkommunikation, in: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hrsg.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Opladen.

Zittel, Thomas, 2007: Demokratie und Internet – Mehr Responsivität durch neue digitale Medien?, Mannheim (unveröffentlichtes Habilitationsmanuskript).

Zittel, Thomas/Gschwend, Thomas, 2007: Individualisierte Wahlkämpfe im Wahlkreis. Eine Analyse am Beispiel des Bundestagswahlkampfes von 2005, in: PVS 48, 293–321.

Korrespondenzanschrift:

Prof. Dr. Thomas Zittel
Lehrstuhl für Vergleichende Politikwissenschaft (Vertretung)
Geschwister-Scholl-Institut für Politische Wissenschaft
Ludwig-Maximilians-Universität München
Oettingenstr. 67
80538 München
E-Mail: thomas.zittel@gsi.uni-muenchen.de
Web: http://www.gsi.uni-muenchen.de/personen/aplprof_pd/zittel/index.html