

Internetkommunikation von Abgeordneten: Neue Aspekte der Parlamentarismusforschung

Zittel, Thomas: Mehr Responsivität durch neue digitale Medien? Die elektronische Wählerkommunikation von Abgeordneten in Deutschland, Schweden und den USA (Kommunikation in Politik und Wirtschaft, Band 2), Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2010, 267 Seiten, € 49,-.

Kommunikation über das Internet gehört für Abgeordnete in etablierten repräsentativen Demokratien inzwischen zur gängigen Alltagspraxis. Wie die politischen Akteure dieses neue Medium konkret nutzen, zeigen bereits vereinzelte explorative oder fallbezogene Studien, deren repräsentationstheoretischer Gehalt jedoch gering bleibt. Dagegen ist *Thomas Zittels* Arbeit, die auf seine Habilitationsschrift an der Universität Mannheim 2007 zurückgeht, weitaus mehr als solch eine situative Momentaufnahme. In seiner internationalen Vergleichsstudie, bei der zu zwei Zeitpunkten (2000 und 2004) mittels quantitativer und qualitativer Methoden Daten im Deutschen Bundestag, im Schwedischen Riksdag und im US-amerikanischen Repräsentantenhaus erhoben wurden, fragt er, inwiefern die repräsentative Demokratie durch direkte Kommunikation zwischen Abgeordneten und Bürgern via Internet an Responsivität gewinnen kann. Er geht dabei von der grundsätzlichen Annahme aus, dass die digitale Wählerkommunikation den Prozess zur Herstellung einer möglichst weitgehenden Kongruenz zwischen den Wählerinteressen und dem parlamentarischen Handeln der politischen Repräsentanten positiv befördert. Wie und warum die Abgeordneten das World Wide Web zu diesem Zweck nutzen, welche Interessen sie damit verbinden, welche institutionell oder sozial bedingten Anreizstrukturen für digitale Wählerkommunikation wirken und welche Kommunikationsstrategien sich daraus entwickeln, sind die zentralen Forschungsfragen.

In mehrfacher Hinsicht leistet *Thomas Zittel* deren fundierte Bearbeitung. Im umfassenden theoretischen Teil der Studie entwickelt er ein überzeugendes „empirisches Modell elektronischer Demokratie“ zur Erklärung der direkten elektronischen Wählerkommunikation von Abgeordneten, das nicht nur von einem kommunikativen Anpassungsdruck der Parlamentarier aufgrund medientechnischer Gegebenheiten ausgeht, sondern auch politische und soziale Einflussfaktoren (Art des Regierungs- und Wahlsystems, Generationenwandel in Parlament und Gesellschaft, Wahlkreisstruktur) integriert. Die Modellkonstruktion steht dabei auf einem soliden Theoriesockel, da sich seine Überlegungen einerseits auf die theoretische Diskussion zum Phänomen der elektronischen Demokratie und des damit verbundenen Demokratiewandels beziehen. Andererseits zeichnet sich das Modell durch eine repräsentativdemokratische Dimension aus, wobei die Repräsentations- beziehungsweise Responsivitätskonzepte von *Hanna Pitkin*, *Warren Miller* und *Donald Stokes* im Forschungszusammenhang weiter entwickelt werden. Hierbei diskutiert *Zittel* den Stellenwert direkter Wählerkommunikation bei der Herstellung von Responsivität, präzisiert die Formen und Strategien dieser Kommunikation und rezipiert die einschlägige Literatur, in der Abgeordnetenrollen mit konkreten Kommunikationsstrategien in Zusammenhang gebracht werden. Insgesamt stellt sich also die Frage, inwiefern die medialen, sozialen und politischen Kontextfaktoren direkt oder indirekt auf die Akteure im parlamentarischen Raum wirken und diese in Nutzungsverhalten wie -entscheidungen bezüglich webbasierter Wäh-

lerkommunikation positiv oder negativ beeinflussen und damit auf verschiedene Ebenen von Responsivität rückwirken.

Im empirischen Teil der Arbeit werden die Websites aller Parlamentarier in den drei Ländern (2000: 1.453, 2004: 1.385 Websites) untersucht. Ergänzend wurden 73 Leitfadeninterviews mit Abgeordneten und ihren Mitarbeitern geführt, was letztlich nicht nur die inhaltliche Ebene bereichert, sondern auch Schlussfolgerungen erlaubt, die durch eine breite Datenbasis abgesichert sind. Die Auswertung der Untersuchungsergebnisse bestätigt die vorformulierten Annahmen: In allen drei Ländern nutzen Abgeordnete das World Wide Web als Mittel der personalisierten Wählerkommunikation mit gestiegener Intensität seit Mitte der 90er Jahre. Es zeigt sich weiterhin, dass die Nutzungsentscheidungen zur digitalen Wählerkommunikation und die Anwendungsarten von den im Modell aufgeführten Faktoren unterschiedlich beeinflusst werden. *Zittel* stellt detailliert dar, inwiefern es auf die Web-Kommunikation einen Einfluss hat, ob es sich im jeweiligen Land beispielsweise um eine präsidentielle oder parlamentarische Demokratie handelt, ob Verhältnis-, Mehrheits- oder Mischwahlen stattfinden oder ob es sich um einkommens- und bildungsstarke oder anders strukturierte Wahlkreise handelt. Durch die Entwicklung spezifischer Kategorien zur qualitativen und quantitativen Analyse von persönlichen Websites liefert der Autor nicht nur Erkenntnisse zur Nutzungsverbreitung dieser Seiten, sondern auch zu den konkreten Formaten und Strategien, die zur Anwendung kommen. Nachvollziehbar und sinnvoll ist dabei seine Unterscheidung nach den Einsatzformen der Websites als Mittel direkter Wählerkommunikation, wobei er eine Abgrenzung zwischen Wählerinformation und Wählerinteraktion vornimmt. Während erstere in allen drei Ländern ein deutlicher Qualitätsanstieg zu verzeichnen ist, lassen die Entwicklungen der öffentlichen Wählerinteraktion (Gästebücher, Foren etc.) ungenutzte Potentiale vermuten. Die private Wählerinteraktion per E-Mail oder Webmail ist dagegen im Untersuchungszeitraum stark angestiegen. Dass und in welchem Maße es bei diesen Punkten länderspezifische Unterschiede gibt, die sich aus den im Modell angeführten Faktoren ergeben, wird klar herausgestellt und durch die Sicht der Abgeordneten auf diese Kommunikationsbereiche ergänzt. Im Ergebnis bestätigt sich, dass die jeweilige Ausprägung digitaler Wählerkommunikation in Deutschland, Schweden und den USA auf mehrdimensionale Einflüsse zurückzuführen ist.

Thomas Zittel leistet mit seiner Arbeit einen wertvollen Beitrag für die Parlamentarismusforschung, was nicht nur durch den erheblichen Datenumfang, sondern auch durch die komplexe Auswertung, bei der das Responsivitätskonzept im Mittelpunkt steht, zu begründen ist. Hierbei wird erstmals umfassend dargestellt, wie Internetkommunikation das Verhältnis zwischen Repräsentanten und Repräsentierten beeinflusst. Dabei lassen seine Ergebnisse bereits ahnen, was neuere Forschungen bestätigen: Gerade in Bezug auf das Web 2.0 befindet sich die digitale Wählerkommunikation noch in ihren Kinderschuhen.

Julia Schubert