
Das Internet in Wahlkämpfen

Andreas Jungherr • Harald Schoen

Das Internet in Wahlkämpfen

Konzepte, Wirkungen
und Kampagnenfunktionen

Andreas Jungherr
Universität Bamberg
Bamberg, Deutschland

Harald Schoen
Universität Bamberg
Bamberg, Deutschland

ISBN 978-3-658-01011-9
DOI 10.1007/978-3-658-01012-6

ISBN 978-3-658-01012-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	ix
1. Das Internet in Wahlkämpfen: Ein Überblick	1
2. Technische Entwicklung und gesellschaftliche Erwartungen	11
3. Das Internet in Deutschland	37
4. Das Internet in Wahlkämpfen in den USA und Deutschland	69
4.1. Die Nutzung des Internets in amerikanischen Wahlkämpfen	71
4.2. Das Internet in deutschen Wahlkämpfen	124
5. Das Ende des Anfangs: Die ersten zwanzig Jahre	139
Literatur	149

Tabellen und Abbildungen

Tabellenverzeichnis

1.	Internetinnovationen und Kampagnenzyklen in den USA und Deutschland seit 2000	40
2.	Wichtige Stationen der politischen Internetnutzung in den Vereinigten Staaten von 1992 bis 2009	72
3.	Wichtige Stationen der politischen Internetnutzung in Deutschland von 1992 bis 2012	128

Abbildungsverzeichnis

1.	Wissenschaftliche Artikel zur Nutzung des Internets und anderer Medien in politischen Kampagnen von 1991 bis 2011	4
2.	Internetnutzung in Deutschland von 1997 bis 2012	42
3.	Internetnutzung in den EU-Staaten und den USA 2011	44
4.	Internetnutzung in den deutschen Bundesländern 2012	45
5.	Internetnutzung in unterschiedlichen sozialen Gruppen in Deutschland 2012	46
6.	Web-2.0-Nutzung in Deutschland von 2007 bis 2012	50
7.	Verbreitung verschiedener Formen der Internetnutzung in Deutschland 2012	51
8.	Nutzung des Internets zur politischen Information in Deutschland 2011	52
9.	Bevorzugte Kommunikationskanäle zur näheren Information über Themen in Deutschland 2000 und 2011	53
10.	Formen des politischen Engagements off- und online in Deutschland 2011	56

11.	Häufigkeit der Political Net Activists in verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen 2011	58
12.	Politisches Interesse der Gesamtbevölkerung und der Political Net Activists 2011	59
13.	Parteilpolitische Präferenzen der Gesamtbevölkerung und der Political Net Activists 2011	60
14.	Theoretisch mögliche Effekte von Internetnutzung auf politische Partizipation	62
15.	Mögliche Effekte politischer Webseiten nach Bimber und Davis (2003, 141)	81
16.	Die Nutzung des Internets als politisches Informationsmedium in den USA und Deutschland in Wahljahren seit 2000	126

Vorwort

Noch ein Text zur Rolle des Internets in der Politik, und dann auch gleich noch in Form eines Buches. Ist das nötig, muss das wirklich sein? Wir wissen doch spätestens seit Barack Obama, dass ohne das Internet kein Kandidat mehr erfolgreich Wahlkampf führen kann. Spätestens seit Angela Merkel wissen wir aber auch, dass das Internet als Wahlkampfinstrument grandios überschätzt wird. Wir wissen spätestens seit den Handy-Bildern vom Tahrir-Platz in Kairo, dass das Internet der Feind jedes totalitären Regimes ist. Wir wissen aber auch spätestens seit der großen Firewall von China, dass das Internet sehr wohl zur Zufriedenheit von autoritären Regimen kontrolliert werden kann. Kurz, wir wissen eine ganze Menge über das Internet und seine Rolle in der Politik, allerdings nicht selten Widersprüchliches. Vermutlich ist das gar kein Wunder, handelt es sich beim Internet doch um eine verhältnismäßig neue technische Entwicklung, die samt ihren vielfältigen gesellschaftlichen Auswirkungen einem Großteil der Bevölkerung und der Mehrheit unserer politischen Entscheider wohl erst allmählich bewusst wird.

In der öffentlichen Diskussion über technische Innovationen werden nicht selten scheinbar allgemein geteilte Meinungen und Urteile als gesicherte Erkenntnisse behandelt. Es ist die Stunde der gesellschaftlichen Vordenker, der Technik-Gurus, aber auch die Stunde der Zivilisationskritiker und Sozialapokalyptiker. In der Darstellung der einen eröffnet eine neue technische Entwicklung, in unserem Fall das Internet, die Möglichkeit, gesellschaftliche Zwänge abzustreifen und überkommene Ordnungsvorstellungen zu überwinden, die aus den beschränkten technischen Möglichkeiten der Vergangenheit erwachsen seien. Endlich könnten Menschen hierarchiefrei zusammenleben. Die anderen sehen eine wüste gesellschaftliche Leere am Horizont drohen, bevölkert von Menschen ohne soziale Kontakte, entfremdet voneinander und der Welt, und dies alles verursacht von der Technik, die sie nutzen. Zugegeben, diese beiden Szenarien überzeichnen die Positionen der Vertreter dieser entgegengesetzten Denkrichtungen. Doch sind die Ähnlichkeiten zu diversen Äußerungen und öffentlichen Stellungnahmen von Intellektuellen, Journalisten und Politikern nicht zu übersehen.

Besonders die Rolle des Internets in Wahlkämpfen ist Gegenstand vielfältiger, ja gegenläufiger Spekulationen. Für die einen ist das Internet der Auslöser einer transformativen Revolution, die politische Machtverhältnisse zugunsten kleiner, nicht etablierter, bislang machtloser Akteure verändern wird. Für die anderen ist das Gerede über das Internet nur eine Modeerscheinung. In ihren Augen hat das Internet nichts an politischen Machtverhältnissen geändert, ändert nichts an ihnen und wird auch nichts an ihnen ändern. Beide Positionen eignen sich zwar ausgezeichnet für hitzige Diskussionen in Talkshows, werden der tatsächlichen gesellschaftlichen Entwicklung allerdings nicht gerecht. Beide Extreme helfen auch denjenigen nicht weiter, die in ihrem Beruf, etwa als Verantwortliche für politische Kampagnen, darauf angewiesen sind, die Potentiale des Internets für die Ziele ihrer Organisation realistisch einzuschätzen. Ebensowenig können diese Extrempositionen Forscherinnen, Journalisten, Lehrerinnen oder interessierte Bürger zufriedenstellen, die sich einen Überblick darüber verschaffen wollen, welche Rolle das Internet in Wahlkämpfen spielt.

Für Leser, die aus diesen oder anderen Gründen an einer pragmatischen Einschätzung der Rolle des Internets in Wahlkämpfen interessiert sind, bieten wir mit diesem kurzen Band einen konzentrierten Überblick über Konzepte, Wirkungen und Kampagnenfunktionen, die in der wissenschaftlichen Literatur zu diesem Themenfeld diskutiert werden. Wir hoffen, in unserer Darstellung den Sensationalismus der tagesaktuellen Diskussion zu vermeiden und stattdessen einen leicht lesbaren Einstieg in die einschlägige wissenschaftliche Literatur zu ermöglichen.

Dieser Band entstand im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung, die auf uns mit der Frage zukam: „Was wissen Wissenschaftler eigentlich über Onlinekampagnen?“ Diese scheinbar einfache Frage führte uns zu den in diesem Band diskutierten Fragen und Konzepten.

Bei der Arbeit an diesem Buch wurden wir von vielen Seiten unterstützt. Alexandra Pohl und Sven Pelz erstellten eine umfangreiche Literaturlistenbank zu Texten über die Rolle des Internets in Wahlkämpfen. Thomas Kling kämpfte sich durch frühe Versionen des Textes und half uns, den Text lesbar zu halten. Kathrin Eismann und Helga Nützel übernahmen Satz bzw. Korrekturarbeiten. David Karpf, Darren Lilleker und Rasmus Kleis Nielsen waren frühe Gesprächspartner, die ihre Sicht auf die Forschungslage und die aktuellen Herausforderungen des Feldes mit uns teilten. Daniel Kreiss stellte uns das Manuskript seines Buches „Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama“ lange vor dessen Veröffentlichung zur Verfügung, sodass wir seine Erkenntnisse über die Obama-Kampagne in unserem Buch

berücksichtigen konnten. Ralf Gülden-zopf stieß dieses Unterfangen an und begleitete es von Seiten der Konrad-Adenauer-Stiftung. Ihnen allen gebührt unser Dank. Einige der interessanteren Ideen und Formulierungen in diesem Text verdanken wir also vielfältiger Unterstützung. Für die Fehler, Missverständnisse und systematischen Auslassungen auf den folgenden Seiten sind einzig und allein wir verantwortlich.

Bamberg, im August 2012

Andreas Jungherr und Harald Schoen