



Digitales Glanzpapier

Virtuelle Parteizentralen im Internet

■ Von
Christoph Bieber

Zunehmend erkennen politische Parteien das Potential, das sich ihnen im Zuge einer neuerlichen Medienrevolution eröffnet. Die Ablösung des Leitmediums Fernsehen durch das multimediale Kommunikationswunder Computer nährt zahlreiche Zukunftsvisionen. Entscheidender Vorteil der digitalen Kommunikationsumgebung scheint das Aufbrechen des traditionellen Sender-Empfänger-Schemas zu sein: Die starre *few-to-many*-Kommunikation wird ergänzt und abgelöst durch eine variabelere *many-to-many*-Kommunikation. Die mediale Einbahnstraße weicht also einer flexibleren Medien-Infrastruktur, die auch Rückmeldungen zulässt. Elementare Wichtigkeit sollen dabei "Gewinnung, Speicherung, Verarbeitung, Vermittlung, Verbreitung und Nutzung von Informationen und Wissen" erhalten. So zumindest umriß der Rat für Forschung, Technologie und Innovation, eine Ansammlung von Spitzenfunktionären aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik, kürzlich den noch recht nebulösen Begriff der "Informationsgesellschaft". Außerdem forderte der "Technologie-rat" in seinem für die Bundesregierung und diverse Ministerien angefertigten Bericht vom Dezember 1995 demokratische Prinzipien für die Informationsgesellschaft und verlangte die Ausbildung einer neuen "Medien- und Informationskultur".

„Herzlich willkommen im Internet!“ – Die freundliche Begrüßung ist Chefsache, dies scheint ein ungeschriebenes Gesetz im gerade hereinbrechenden digitalen Medienzeitalter zu sein. Welche Ausfahrt der interessierte Surfer auf der Datenautobahn auch ansteuert, auf den Leitseiten politischer Parteien gibt es kein Entkommen vor den freundlichen Blicken von Vorsitzenden, Kanzlern, Präsidenten oder Spitzenkandidaten. Freundlichkeit, Offenheit und vor allem die Möglichkeit zur Partizipation scheinen ohnehin die Tugenden der Parteien in der aufkommenden „Informationsgesellschaft“ zu sein – zumindest vermitteln dies die vollmundigen Grußadressen politischer Organisationen im weltweiten Computernetz. Beim Stöbern in den virtuellen Parteizentralen fallen auf den zweiten Blick jedoch einige Ungereimtheiten auf, die die ersten Versuche einer politischen Kommunikation auf der Datenautobahn mit einem schalen Beigeschmack versehen.



Viel interessanter als solche papierenen Berichte auf höchster Ebene ist jedoch der Blick in den virtuellen Raum des Internet: Dort formiert sich nämlich schon längst eine neue Öffentlichkeit, die politische Organisationen jeder Couleur zu kultivieren und kolonialisieren suchen. Und: Dabei zeigt sich, daß es um Demokratie und Informationskultur im Internet noch nicht überall sonderlich gut bestellt ist.

Das Design virtueller Parteizentralen

Auch wenn sich der digitale Staub auf den Baustellen links und rechts der Datenautobahn noch nicht ganz gelegt hat, sind in Bonn, Berlin, Wien, London oder Rom bereits einige neue Ausfahrten zu besichtigen – vornehmlich von den Hauptstädten aus beginnende politische Akteure in ganz Europa die Besiedlung des Cyberspace. Dabei scheint für viele jedoch der Grundsatz des "be fast or be last" zu gelten, denn nicht immer gereichen die Internet-Präsentationen ihren Anbietern zur Ehre. Eine Erkundungstour durch

die deutsche Parteienlandschaft im Internet förderte oftmals einander ähnliche Ergebnisse zutage: Dominiert werden die Internet-Aushängeschilder der Bundestagsparteien von den bekannten Emblemen und Symbolen, die den interessierten Bürgerinnen und Bürgern aus herkömmlichen Werbefeldzügen bekannt sind. Recht penibel wird auf die Einhaltung der *corporate identity* geachtet, natürlich sollen die Datenreisenden sich bei CDU, SPD, FDP und Grünen schnell in vertrauter Umgebung wiederfinden. Den Eindruck des Bekannten verstärken museal anmutende Porträts der Spitzenpolitiker der jeweiligen Partei. Der Hauptanteil des Internet-Angebots setzt sich aber aus Informationen zu Programm, Organisation und Aktivitäten der Partei zusammen. In recht weitläufigen Archiven und Bibliotheken finden die Internet-Touristen meist eine Auswahl von Parteigrundsätzen, Diskussionspapieren, Reden, Presseerklärungen, Zeitungsmeldungen oder eigens für das Internet zusammengestellten Materials. So entsteht ein umfangreiches Mosaik aus Texten, Fotos, manchmal auch Tönen und bewegten Bildern, das zuweilen auf Innovationsfreude oder -furcht des Anbieters hinweist. Erheblich umfangreichere und intelligenter Internet-Angebote findet ein ohnehin global orientiertes Internet-Publikum momentan in Österreich. Als Triebfeder für den alpenländischen Innovationsgeist wirkte der unerwartete Weihnachtswahlkampf des Jahres 1995. Besonders die Traditionsparteien ÖVP und SPÖ lieferten sich im Internet eine digitale Wahlschlacht. Erstmals hatten Wahlkampfstrategen erkannt, daß eine für den politischen Schlagabtausch nutzbare Medienöffentlichkeit nicht mehr nur Zeitungen und Fernsehen umfaßt, sondern auch das Internet. Von Computerexperten ließen die beiden Parteien ihre drögen Informationshalden in farbige, grafisch ansprechende, teilweise gar interaktive Tummelplätze für politisch Interessierte verwandeln. Gelegentlich

gibt auch das erfrischende Outfit den Blick auf populistische Züge frei: Im wöchentlichen „Cyber-Poll“ der SPÖ, einer Internet-Umfrage zu aktuellen Wahlkampfthemen, zogen die österreichischen Sozialdemokraten die Integrität des vormaligen Koalitionspartners ÖVP in Zweifel. In der Nachwahlzeit wurden dann die Info-Dienste wieder erheblich zurückgeschraubt und degenerierten zu Schaufenstern für die (mehr oder minder) erfolgreichen Wahlergebnisse. Immerhin bleibt den virtuellen Parteizentralen im Lande des EU-Neulings ein gediegenes und technisch hochstehendes Erscheinungsbild erhalten. Aus der einförmigen Reihe deutscher Internet-Services sticht die Aktion „Live im Internet“ vom Mannheimer SPD-Parteitag hervor: Zeitnah erfaßten emsige EDV-Genossen Redemanuskripte, Tonbänder von Pressekonferenzen und die Ergebnisse von Abstimmungen, so daß der Internet-Gemeinde erstaunlich schnell ein Blick auf die Geschehnisse ermöglicht wurde. „Live im Internet“ wurde getragen von einer Initiati-

JUSTUS-LIEBIG-
UNIVERSITÄT
GIESSEN

Christoph Bieber, M. A.

Institut für Politikwissenschaft
Karl-Glöckner-Straße 21 E
35394 Gießen
e-mail christoph.bieber@sowi.uni-giessen.de

ve, die sich im SPD-Umfeld per Internet zu formieren beginnt: Der „Virtuelle Ortsverein“ stellt eine echte Innovation dar. Technisch beschlagene Parteimitglieder organisieren sich nicht mehr als regionale Einheit der SPD, sondern konferieren im Internet und fügen somit der Parteibasis eine neue Facette hinzu. Dagegen wirkt das Bemühen des CDU-Generalsekretärs eher hausbacken: Mittels eines elektronischen Formulars, das auf den Seiten der virtuellen Parteizentrale ausgefüllt werden kann, erkundigt sich Peter Hintze nach den Lieblingsthemen der datenreisenden CDU-Klientel. In einer vorgefertigten Liste finden sich Stichworte wie „Frieden erhalten“, „Schöpfung bewahren“ oder „Europa zu-



Christoph Bieber studierte in Gießen Politikwissenschaft und Germanistik. Seit August 1995 promoviert er zum Thema

Computervermittelte Kommunikation und politische Öffentlichkeit.

Sein wissenschaftliches Interesse an Fragen politischer Kommunikation entstand im Rahmen der Arbeitsgruppe *Science of Signs*, einer interdisziplinären Projektgruppe am Institut für Politikwissenschaft (siehe Literaturhinweis). Den Mittelpunkt seiner Dissertation bilden Untersuchungen politischer und urbaner Internet-Projekte sowie Fragen zum Entwicklungsprozess einer "Informationsgesellschaft".

sammenführen" – mehr als ein elektronisches Kreuzchen wird dem Benutzer nicht angeboten.

123 Kilobyte Kohl

In der immer bunter werdenden Welt des Internet dominiert der Einsatz von Bildern und Symbolen den Aufbau der virtuellen Parteizentralen. Dabei tauchen regelmäßige Muster in den verschiedensten Diensten auf und bestimmen die Architektur im Datenraum. Ikonengleich warten etwa die digitalen Abbilder der Partei-

Heroen darauf, den "surfenden" Internet-Touristen zu ködern. So kommt es, daß beispielsweise mittels Scanner digitalisierte Porträts von Helmut Kohl und Konrad Adenauer die Datenreisenden begrüßen: Ganz oben auf der CDU-Homepage, direkt unter dem Jubel-Logo "50 Jahre CDU-Verantwortung für Deutschland und Europa" prangen die Konterfeis der Partei-Legenden, benutzerfreundlich mit der Angabe ihres digitalen Volumens versehen, denn man kann die beiden – für den Hausge-

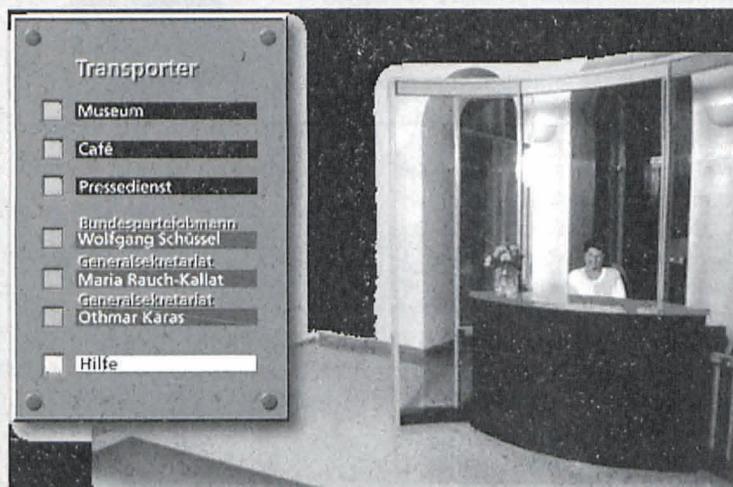
brauch – unverzüglich im eigenen Datenspeicher zwischenlagern. Bei der SPD übernimmt der neue Vorsitzende Oskar Lafontaine die Anchorman-Funktion und verkündet eine kleine, persönlich signierte Grußadresse.

Eine versteckte und in dieser Form wohl kaum beabsichtigte Form der Interaktivität findet sich dann doch bei allen Internet-Services politischer Akteure: Stück für Stück lassen sich die Partei-Seiten in ihre Einzelteile zerlegen und auf den heimischen Computer oder Drucker kopieren – die technischen Standards, denen die Internet-Präsentationen gehorchen müssen, machen es möglich. Auf diesem Umweg findet schließlich doch die so oft geforderte „Interaktion“ zwischen Partei und informationshungrigem Bürger statt. Die folgenreiche Rede Oskar Lafontaines vom SPD-Parteitag als Textdatei, den Kanzler als handliche Computergrafik oder den historischen Blick auf das Brandenburger Tor vom 9. November 1989? Ein Mausklick genügt und schon beginnt der Datenfang. Könnte man vieles aus diesem Angebot noch unter der Rubrik „Digitale Sammlerstücke“ verbuchen, weist der scheinbar unvermeidliche Bestellkatalog realer Partei-Devotionalien in eine andere Richtung. Beinahe ausnahmslos bringen die Parteien auch noch Bezugshinweise für jegliche auch abseits des Internet verfügbaren Werbemittel auf den Info-Seiten unter. So wird der wahre Charakter der Selbstdarstellungen politischer Parteien sichtbar: Sie sind nichts anderes als immerwährende Wahlveranstaltungen. Das Internet wird umfunktioniert zu einer "hypermedialen" Werbeumgebung.

Ein weiter Weg zur demokratischen Informationskultur

Dabei erschöpft sich die derzeit verfügbare computervermittelte politische Kommunikation häufig in eiliger digitaler Aufbereitung längst bekannter Glanzpapierwerbung. Die neuen technischen Möglichkeiten werden nicht einmal gebührend ausgenutzt. Bisher

Politik im Internet – Einstiegshilfen



Grüß Gott wünscht die Österreichische Volkspartei

Die politische Landkarte im Internet ist augenblicklich starken Veränderungen unterworfen. Beinahe im Wochenrhythmus werden neue Homepages der Netzöffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Nicht einmal eine auszugsweise Auflistung ist unter diesen Umständen möglich, zudem kommt es immer wieder zu kurzfristigen „Adressänderungen“. Aus diesen Gründen sollen hier nur die Adressen der inzwischen „offiziellen“ Parteizentralen von CDU, SPD und FDP genannt werden:

http://www.cdu.de	CDU
http://www.spd.de	SPD
http://www.liberaled.de	FDP

Interessant gestaltet sich auch der Blick auf die wahlkampforientierten Server in Österreich, beispielhaft sind hier vor allem:

http://www.spoe.or.at	SPÖ
http://www.eunet.co.at/oevp	ÖVP

In allen genannten Info-Diensten sind jedoch zahlreiche Querverweise und „Wegweiser“ zu anderen „politischen“ Internet-Seiten vorhanden.

Erwähnenswert ist außerdem das Angebot des Deutschen Bundestages, das erst seit kurzem einen Startpunkt für politische Datenreisen darstellt:

<http://www.bundestag.de>

offenbaren die meisten der politisch motivierten Gehversuche im Internet bei einer ersten Analyse vor allem Unsicherheit und Unbehagen (siehe "Cyber-Poll"), als daß die Parteien, Fraktionen oder Ministerien eine neue Form von Medienkompetenz (oder gar -kultur) entwickeln.

Vereinzelt lassen sich jedoch Phasen einer beschleunigten und zuweilen gar durchdachten Internet-Offensive beobachten. Aus dem politischen Tagesgeschehen herausragende Ereignisse wie etwa der spektakuläre SPD-Parteitag von Mannheim oder der weihnachtliche Wahlkampf im Nachbarland Österreich forcieren Interesse und Engagement im virtuellen Datenraum. Gleichzeitig legen diese Lichtblicke aber auch offen, daß dem neuen Medium selten mehr als nur wahltaktische Funktionen zugebilligt werden. Ist das die Informationskultur, die eine demokratische Informationsgesellschaft bestimmen soll? Wohl kaum. Im derzeitigen Stadium stellen die Bemühungen politischer Akteure im Internet kaum mehr dar als symbolische und wenig durchdachte Effekthascherei, die letztlich das vorgeblich „direktdemokratische Potential“ des neuen Mediums ignoriert. Die so optimistisch als dezentral und gleichberechtigt beschriebene Struktur des Internet wird im Augenblick zur Verstärkung eines wohlbekannten Effektes verwendet. Der für den Benutzer freie Zugriff auf das parteiliche Datenmaterial suggeriert ein Gefühl der eigenen Wichtigkeit. In realiter verdeutlicht dieses Sender-Empfänger-Verhältnis jedoch nichts anderes als die auch weiterhin bestehende Ungleichverteilung von Macht: Auf der einen Seite der Informationsanbieter, der über den Inhalt seines Internet-Angebots entscheidet, auf der anderen Seite der Informationsempfänger, der zwar über eine breite Wahlmöglichkeit verfügt, das Angebot jedoch nicht wirklich modifizieren kann. So wirken die noch jungen Internet-Services der politischen Parteien häufig wie Informationsfriedhöfe – das basisdemokrati-

Kommunikationsnetze sind eine quasi "direktdemokratische Technologie".

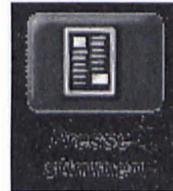
(Rat für Forschung, Technologie und Innovation, Statement im Bericht: Informationsgesellschaft, Chancen, Innovationen und Herausforderungen, Dezember 1995)

sche Internet existiert bislang nur in Nischen.

Das Design politischer Internet-Angebote muß sich künftig noch immens verändern, sonst informieren sich die Parteien zu Tode – reine Recherchedatenbanken haben im schnell wachsenden Internet-Business keine Chance gegen kommerzielle Angebote. Es gibt Grund genug zur Annahme, daß das zur Zeit noch spärlich bestellte Experimentierfeld Internet sich in künftigen Wahlkämpfen zunächst zum vollwertigen Wahlkampfinstrument entwickeln wird. Auf den damit verbundenen Know-How- und Popularitätsschub folgen muß aber ein konsequentes Nutzen der zahlreichen Feedback-Optionen, die dem gewandelten technischen Potential angepaßt sind. Die bislang weitverbreiteten "top-to-bottom"-Modelle einer Politik- und Informationsvermittlung via Internet müssen ergänzt werden durch die Entwicklung neuer partizipativer Politikformen. Erst auf diese Weise können die Internet-Initiativen ihren Beitrag zur Schaffung einer wirklich demokratischen Informationskultur leisten, die im übrigen erst dann diesen Namen verdient.

LITERATUR

Baringhorst, Sigrid; Müller, Bianca; Schmied, Holger (Hg.). Macht der Zeichen – Zeichen der Macht. Neue Strategien politischer Kommunikation. Frankfurt: Peter Lang, 1995.
Die Aufsatzsammlung versucht, anhand ausgewählter Einzelfallanalysen die wachsende Bedeutung von Überzeugungsstrategien in der Politik zu illustrieren. Im Mittelpunkt der Untersuchungen stehen zumeist aktuelle Werbe- und Imagekampagnen von Unternehmen, Parteien, Behörden und Organisationen.



Cyberspace

Ausdruck für den nicht faßbaren - "virtuellen" - Ort, in dem die Datentransaktionen des Internet stattfinden.



Electronic-Mail (E-Mail)

Mittels dieser Kommunikationstechnik können Nachrichten in Form von Computerdateien über das Internet gesendet und empfangen werden.



Homepage

(dt. "Leitseite"): Begrüßungs- und Inhaltsseite, mit der sich der Anbieter eines bestimmten Informationsservices im World Wide Web vorstellt. Dort befinden sich in der Regel verschiedene Querverweise zu weiteren Angeboten eines Servers.



Internet

Globales Computer-Netzwerk, bestehend aus per Telefonleitung miteinander verbundenen Rechnern.



Kilobyte

Größenangabe für den Speicherplatzbedarf einer Datei.



Multimedia

Computergestützte Kombination von Text, Bild, Grafik, Ton und Sprache zur Darstellung von Informationen.

Server

Aus dem technischen Computervokabular abgeleitete Bezeichnung für den Rechner, von dem aus ein Informationsdienst in das Internet eingespeist wird.

World Wide Web (WWW)

Methode/Standard zur multimedialen Informationsaufbereitung im Internet. Die Darstellung folgt einer Unterteilung in einzelne World Wide Web-Seiten, deren Layout zumeist an der Größe eines PC-Bildschirms orientiert ist.