

/// Politische Parteien – offen, interaktiv und partizipativ?

Jede Stimme zählt

Das Vertrauen in die politischen Parteien ist in den vergangenen Jahren tendenziell rückläufig. Viele Menschen wenden sich gerade von den Volksparteien ab und sprechen ihnen in Wahlen ihr Misstrauen aus. Diese Unzufriedenheit speist sich jedoch nicht nur aus inhaltlichen Erwägungen. Es ist auch die Art, wie in deutschen Parteien immer noch Politik gemacht wird. Die Menschen sind in der heutigen digitalen Gesellschaft besser informiert als je zuvor und können Politik praktisch in Echtzeit verfolgen. Immer mehr Bürger wollen die Politik jedoch nicht nur passiv verfolgen, sondern einen aktiven Beitrag leisten.

Möglichkeiten der Mitarbeit

Dieser Beitrag kann eine Bürgeranfrage per Mail sein, ein Gespräch am Bürgerstand in der Fußgängerzone oder ein Telefongespräch mit dem politischen Mandatsträger vor Ort. Bürger haben die Möglichkeit, relativ schnell auf Missstände aufmerksam zu machen – und sind in der Regel gut informiert. Die politischen Parteien scheinen mit dem Grad und der Geschwindigkeit dieser Partizipation manchmal überfordert zu sein – in der digitalen und der analogen Welt.

Dieser Artikel möchte praktische Wege vorschlagen, um dieses Dilemma zu beenden. Er möchte den politischen Parteien Mut machen, neue Wege zu gehen und Experimente zu wagen. Denn nur durch diese Veränderungen können Parteien sicherstellen, dass sie auch noch in der Zukunft eine wichtige Rolle in der deutschen Politik spielen werden.

Parteien sind mit der schnellen Partizipation der Bürger überfordert.

Status quo: Ebenen der Mitbestimmungs- und Beteiligungsmöglichkeiten der Parteien

Die dargestellten drei Ebenen beschreiben die bestehenden Mitbestimmungs- und Beteiligungsmöglichkeiten innerhalb der meisten Parteien in Deutschland.

Ebene	Art der Beteiligung	Zielgruppe
1	Diskussionsstärkung und Meinungs austausch	Bürger, Parteimitglieder
2	Mitwirkung an konkreten Sachfragen	Parteimitglieder, punktuell Bürger bzw. externe Experten
3	Direkt demokratische Entscheidung von Grundsatzfragen sowie konkreten Sachfragen	Parteimitglieder

Die bisherigen Anstrengungen politischer Parteien konzentrieren sich auf die erste Beteiligungsebene. Hierbei ist festzustellen, dass Diskussionsstärkung und Meinungs austausch für politische Parteien schon immer zum Kerngeschäft gehörten. Im digitalen Zeitalter verschiebt sich diese Art der Beteiligung jedoch zunehmend ins Netz. Die Parteien müssen sich noch mehr auf die dortigen Rahmenbedingungen einstellen und ihre Kommunikation sowie die dazu gehörenden Formate anpassen.

Auch Parteimitglieder sollen durch Online-Tools besser in die inhaltliche Arbeit eingebunden werden.

Das größte Potenzial für eine bessere Bürgereinbindung innerhalb deutscher Parteien befindet sich ohne Zweifel auf der zweiten Beteiligungsebene. In diesem Bereich wurden in den vergangenen Jahren Anstrengungen unternommen, um Mitglieder besser in die inhaltliche, bzw. programmatische Arbeit der Parteien einzubinden. Als Beispiel ist an dieser Stelle das Online-Tool „Beteiligungsgrün“ von Bündnis 90/Die Grünen zu nennen. Mit Hilfe dieses Tools soll bis Ende des Jahres 2019 ein neues Grundsatzprogramm erarbeitet werden. Damit wird den Mitgliedern von Bündnis 90/Die Grünen die Möglichkeit gegeben, an konkreten Sachfragen mitzuarbeiten und ihre Ideen einzubringen. Diese Form der Beteiligung trägt dem größeren Wunsch nach Partizipation innerhalb der Mitgliedschaft Rechnung. Der größere politische Partizipationswille ist jedoch kein rein parteispezifisches Phänomen, sondern ein wachsender Trend in unserer Gesellschaft. Umso bedenklicher

ist es, dass die meisten Parteien nicht von dieser Entwicklung profitieren. Sie sind nicht dazu imstande, die Einsatzbereitschaft und das Interesse der Bürger zu nutzen. Um dies zu erreichen, bedarf es kultureller und organisatorischer Veränderungen innerhalb der Parteien.

Die dritte Beteiligungsebene ist innerhalb der Parteien ausschließlich für Mitglieder bestimmt. Sie steht sinnbildlich für die Exklusivität einer Parteimitgliedschaft. In den vergangenen Jahren hat diese Form der Mitgliederbeteiligung merklich zugenommen. Beispiele dafür sind unter anderem der Mitgliederentscheid der FDP in Nordrhein-Westfalen über den damaligen Koalitionsvertrag (2017), die Befragung der CSU-Mitglieder zu Volksentscheiden (2016) oder das SPD-Mitgliedervotum zum Koalitionsvertrag auf Bundesebene (2018). Es war übrigens die SPD, die als erste Partei in Deutschland im Jahr 1993 per Mitgliederbefragung ihren Parteivorsitzenden wählte (Rudolf Scharping).

Bürgereinbindung durch Diskussionsstärkung und Meinungsaustausch

Am 18. Februar 2019 war es wieder einmal so weit: digitale Bürgersprechstunde mit der CDU-Politikerin Julia Klöckner. Nach einer kurzen Funkstille meldete sich die amtierende Bundeslandwirtschaftsministerin mit einem Facebook-Live-Video zurück. Diese Art der politischen Mitbestimmung und Beteiligung ist in der heutigen Bürgerkommunikation weit verbreitet. Zahlreiche Kommunal-, Landes- und Bundespolitiker stehen auf diesem Wege Interessierten regelmäßig Rede und Antwort. Im Fokus stehen dabei die Diskussionsstärkung sowie der Meinungsaustausch.

Facebook-Live-Videos sind eine gute Möglichkeit der Kommunikation zwischen Bürgern und Politikern.

Fakt ist, dass im Internet oft Menschen erreicht werden, die Politiker bei ihren Bürgerständen oder Sprechstunden nicht ansprechen können. Genau das Gleiche gilt auch für Parteiveranstaltungen. Die Realität ist nun einmal, dass solche Veranstaltungen zu einem überwiegenden Teil von der eigenen Klientel besucht werden.

Online-Formate können an dieser Stelle eine doppelte Funktion einnehmen. Zum einen fördern sie den Austausch zwischen Politik und Bürgern im Netz. Zum anderen können sie eine Möglichkeit sein, um reale Begegnungen einzufädeln. Beide Potenziale werden zurzeit von den Parteien in Deutschland noch nicht ausreichend genutzt. Dies liegt auch daran, dass die Online-Bürgerkommunikation lange unter die Kategorie „nice to have“ gefallen ist. Im Hinblick auf die Wichtigkeit sozialer Netzwerke und dem Internet als primäre Informationsquelle war dies eine grobe Fehleinschätzung.

Was kann also getan werden?

- Parteien müssen proaktiver auf die Menschen zugehen und sie politisch „abholen“ (Formate: Haustürbesuche, Einladung zum Grillen, Hospitationen und Besuche in sozialen Einrichtungen, Bürgerdialoge etc.).
- Starre Grenze zwischen Online und Offline muss aufgehoben werden. Alle Online-Aktivitäten müssen eine Relevanz in der analogen Welt haben und umgekehrt.
- Parteien müssen Diskussionsstärkung und Meinungsaustausch strategischer planen und regelmäßiger durchführen.
- Parteien und deren Mitglieder müssen interaktiver und präsenter im Netz sein (Formate: Facebook-Live, Instagram, Dialogplattform auf der Internetseite etc.).
- Parteien und deren Mitglieder müssen emphatisch und authentisch für eine Dialogkultur stehen. Sie müssen nahbar sein.
- Parteien müssen zielgruppenspezifischer (Berufsgruppen, Geographie etc.) kommunizieren und handeln. Unsere Gesellschaft hat sich individualisiert, die politische Kommunikation hingegen noch nicht in ausreichendem Maße.

Die Mitmachmöglichkeit in Parteien muss für Externe erleichtert werden.

Bürgereinbindung durch Mitwirkung an konkreten Sachfragen

Die bisherige Mitwirkung an Sachfragen beschränkt sich zurzeit fast ausschließlich auf die eigenen Mitglieder. In Fachgremien oder bei Expertengesprächen werden punktuell Bürger bzw. Experten in die inhaltliche Arbeit eingebunden. Das Kernproblem ist dabei, dass die Mitmachmöglichkeiten für Externe äußerst eingeschränkt sind und es an niedrigschwelligen Angeboten fehlt. Genau diese Angebote müssen in Parteien des 21. Jahrhunderts geschaffen werden – in der analogen und in der digitalen Welt. Damit würden Parteien der veränderten Beteiligungskultur in unserer Gesellschaft Rechnung tragen.

Menschen wollen sich heutzutage öfters punktuell und zeitlich begrenzt einbringen. Hierfür wünschen sie sich zunehmend seltener einen formalisierten Rahmen. Es geht vielmehr darum, sich effektiv und niedrigschwellig zu engagieren. Die unten aufgeführten Mitmachmöglichkeiten sollen eine Antwort auf die sich veränderten Rahmenbedingungen darstellen. Die drei Mitmachmöglichkeiten sollen individuellere Angebote schaffen und dazu führen, dass es nicht nur den formalen Mitgliedsstatus innerhalb von Parteien gibt. Dadurch können Parteien wieder ihre Basis vergrößern und an Legitimation hinzugewinnen.

Drei Mitmachoptionen in einer Partei



Unterstützer – punktuelle und unregelmäßige Mitarbeit an Sachfragen

Als Unterstützer steht man einer Partei nahe und identifiziert sich auch größtenteils mit deren Inhalten und Werten. Trotzdem möchte sich ein Unterstützer nicht zwingend regelmäßig einbringen. Bei dieser Mitmachoption geht es unter anderem um flexibles, punktuell und unregelmäßiges Engagement.

Ein Unterstützer möchte sich flexibel, punktuell und unregelmäßig engagieren.

Beispiel: Hannah (21) ist Studentin und beschäftigt sich nicht regelmäßig mit der aktuellen Tagespolitik. Die Debatte über den Klimawandel interessiert sie jedoch gerade sehr und deshalb möchte sie ihre Gedanken dazu in die ihr nahestehende Partei einbringen. Dies könnte in der Praxis auf verschiedenen Wegen funktionieren:

- über digitale Unterstützerplattformen der Parteien,
- über eine Veranstaltungsserie zum Thema Klimaschutz oder lokalen Aktionen.

Schnuppermitglied – zeitlich begrenzte und projektorientierte Mitarbeit an Sachfragen

Als Schnuppermitglied möchte man sich aktiv und projektbezogen für einen bestimmten Zeitraum einbringen. Bei dieser Mitmachoption geht es darum, an konkreten Projekten zu arbeiten.

Beispiel: Jörg (35) hat ein Unternehmen erfolgreich gegründet und möchte die daraus gewonnenen Erfahrungen in die Politik einbringen. Konkret möchte er die politischen Rahmenbedingungen für Startups verbessern (u. a. Bürokratieabbau, finanzielle Förderung). Dies könnte in der Praxis wie folgt funktionieren:

- über Projektgruppen, Arbeitskreise oder Ausschüsse über einen bestimmten Zeitraum.

Mitglied – längerfristige Mitarbeit an Sachfragen

Als Mitglied möchte man sich längerfristig in eine Partei einbringen, bzw. an eine Partei binden. Die Parteien in Deutschland nutzen das Potenzial ihrer Mitglieder nicht ausreichend. Dies könnte in der Praxis unter anderem mit folgenden Elementen realisiert werden:

- über exklusive Informationen zu politischen Neuigkeiten (Mehrwert Mitgliedschaft),
- über regelmäßige thematische Mitgliederabfragen (u. a. zu aktuellen Themen),
- über gut gepflegte Mitgliederdatenbanken,
- über eine interaktive Mitgliederplattform.

Bürgerkommunikation ist keine Einbahnstraße.

Die aufgezeigten Vorschläge machen deutlich, wie sich Parteien breiter aufstellen können. Die Parteien müssen in Zukunft diesen Weg gehen, um gesellschaftlich so relevant zu bleiben wie in der Vergangenheit. Fakt ist nämlich, dass Bürgerkommunikation keine Einbahnstraße ist. Bürger wollen nicht nur Informationen erhalten und zuhören. Viele Menschen wollen sich aktiv mit ihren Ideen einbringen. Dies ist aufgrund der technologischen Möglichkeiten nie so einfach gewesen wie in unserer heutigen Zeit. Zu diesem Zweck müssen Parteien organisatorisch neue Wege gehen. Dazu gehört nicht nur, agiler und schneller zu sein. Es ist von zentraler Bedeutung, dass Parteien als offene und partizipative Organisationen fungieren.

ADRIAN SONDER

Blogger und
persönlicher Referent des Bundestagsabgeordneten
Kai Whittaker (CDU)