

Digitalgespräch Folge 44

Von Grundsatzdebatte bis Wahlkampf: Digital Kommunizieren in politischen Parteien

Mit Isabelle Borucki von der Philipps-Universität Marburg, 21. November 2023

<https://zevedi.de/digitalgespraech-044-isabelle-borucki/>

[Der Vorspann mit Musik und Ausschnitten aus dem Gespräch beginnt.]

Marlene Görger [mg]: „Frau Borucki, Sie sind Politikwissenschaftlerin und leiten an der Philipps-Universität Marburg das Fachgebiet „Politikwissenschaftliche Methoden und Demokratie im digitalen Wandel.“

Isabelle Borucki [Borucki]: „Wir haben Mitglieder von vier Parteien befragt, wie sich eben Parteiarbeit durch die Corona-Pandemie verändert hat.“ – „Wieso brauchen wir denn da jetzt digitale Tools? Wir treffen uns doch eh beim Stammtisch, Dorffest, Gemeinderat,...“ – „Die Grünen, die hatten eher Probleme mit der Hardware, weil man halt sagt, wir möchten, äh, alles selber administrieren.“

Petra Gehring [pgg]: „Haben sich die Kommunikationsabteilungen der Parteien dadurch vergrößert und verändert?“

[Borucki]: „Ja, aber nicht so, wie es vielleicht nötig wäre...“ – „Parteimitglieder, die auch Regierungsmitglieder sind, die auch zufällig im Bundesrat sitzen, die twittern dann halt über irgendwelche Entscheidungen, über die sie vielleicht hätten nicht twittern sollen.“ – „Ich hatte und habe nach wie vor den Eindruck, dass es den Parteien gefällt, dass es im Online-Campaigning eine gewisse Wildwestmentalität gibt.“

[Der Vorspann endet, das Gespräch beginnt.]

[mg]: „In unserer Demokratie kommt politischen Parteien eine zentrale Rolle zu. Politiker:innen ohne Anbindung an eine Partei sind hierzulande selten, und noch seltener haben sie dann auch tatsächlich nennenswerten Einfluss. Wer eine politische Karriere anstrebt, gelangt in aller Regel nur über jahrelanges Engagement als Parteimitglied in Ortsverbänden, Wahlkampf und Arbeitsgruppen ans Ziel. Und wie in jeder großen Organisation gilt: Ob man die eigenen Ideale und Ziele in die Positionen der Partei wirklich einbringen kann, hängt nicht nur davon ab, wie gut die Ideen sind, wie viel Überzeugungskraft und Beharrlichkeit man mitbringt, sondern auch davon, wie gut man sich in den etablierten Strukturen bewegt und ob man von den richtigen Personen wahrgenommen wird. Die Digitalisierung verändert überall die sogenannte ‚Sichtbarkeit‘ und bringt neue Möglichkeiten in eingespielte Abläufe. Wie wir miteinander arbeiten, uns austauschen, zu gemeinsamen Entscheidungen kommen – all das verändert sich. Die geschilderten Entwicklungen machen natürlich auch vor politischen Parteien nicht Halt. Interne Prozesse werden digitalisiert, in der Pandemie fanden digitale Parteitage statt, Online-Tools zur Mitgliederbeteiligung bringen neue

Formen des Diskurses und der politischen Einflussnahme ins Spiel. Und: Parteien halten auch Kontakt zu uns, den Bürger:innen, indem sie neue Medien für ihre Öffentlichkeitsarbeit einsetzen. Wie also verändert Digitalisierung die internen Strukturen von Parteien? Welche Neuerungen haben besonders starke Auswirkungen und werden vielleicht auch kontrovers diskutiert? Wie unterscheiden sich die Digitalisierungsstrategien der verschiedenen Parteien voneinander? Und wie nutzen Parteien neue Medien, um sich und ihre Themen auch online in das Bewusstsein der potenziellen Wähler:innen zu bringen? Darüber wollen wir heute im *Digitalgespräch* reden. Mein Name ist Marlene Görger. Ich bin Physikerin und Technikphilosophin und arbeite am *Zentrum verantwortungsbewusste Digitalisierung*.“

[pgg]: „Und ich bin Petra Gehring, Professorin für Philosophie an der Technischen Universität Darmstadt. Bei uns im *Digitalgespräch* ist natürlich auch wie immer ein Gast: Die Experte für unser heutiges Thema ist Professor Dr. Isabelle Borucki, per Videokonferenz zugeschaltet aus Marburg. Herzlich willkommen im ZEVEDI-Podcast, Frau Borucki. Und vielen Dank für Ihre Zeit.“

[Borucki]: „Ja, vielen herzlichen Dank für die Einladung.“

[mg]: „Frau Borucki, Sie sind Politikwissenschaftlerin und leiten an der Philipps-Universität Marburg das Fachgebiet ‚Politikwissenschaftliche Methoden und Demokratie im digitalen Wandel‘. Zu Ihren Forschungsschwerpunkten gehört die Erforschung von Parteien und Parteiorganisation sowie politische Kommunikation, insbesondere mit Blick auf Digitalisierung und neue Medien. Zum Einstieg schauen wir uns erstmal die Digitalisierung interner Prozesse an, bevor wir über digitale Medien für die Kommunikation nach außen sprechen. Wenn man das so ganz allgemein sagen kann: Wie viel Digitalisierungswillen sehen Sie bei den Parteien, die Sie beforschen?“

[Borucki]: „[Lacht] Ähm, das ist so pauschal schwer zu sagen. Sagen wir es so: Es ist so differenziert, wie auch die Parteienlandschaft differenziert ist, ausgeprägt ist, fragmentiert ist, und da gibt es ganz viele unterschiedliche Wege, in und mit der Digitalisierung bzw. der digitalen Transformation – wie ich's lieber nennen möchte – umzugehen und sich daran anzupassen, mitzugehen oder halt vielleicht auch nicht so ganz so anzupassen. Will heißen oder sagen: Es hängt ganz, ganz stark von den jeweiligen Parteien ab und von den jeweiligen Untergliederungen, also auch, auf welcher föderalen beziehungsweise... ähm, ja, wo ich bin, in der vertikalen Ebene auch unterwegs bin.“

[mg]: „Das heißt, auf welcher Stufe von Mitgliedschaft oder Einflussnahme oder Rolle bin ich da?“

[Borucki]: „Genau.“

[pgg]: „Und die Bundesländer sind auch verschieden, habe ich das richtig herausgehört?“

[Borucki]: „Ja, richtig. Also es hängt erstmal davon ab: Gucke ich mir jetzt eine große Partei an, äh, oder eine, eine große alte Partei? Sagen wir es mal so, ne? Also, ähm, CDU oder SPD, die, ähm, sehr stark dezentral föderal organisiert sind, in unterschiedlicher Ausprägung wiederum, und insofern auch, äh, ja, Landesverbände haben, Regionalverbände, Bezirksverbände und dann auch notwendigerweise die Ortsverbände, die zwingend notwendig sind. Das alles ist vorgegeben durch das Parteiengesetz, das eben vorsieht, dass Parteien in ihrem Inneren demokratisch aufgestellt, organisiert sein müssen und funktionieren müssen, dass sie eben auch beispielsweise Wahlen abzuhalten haben – diese ganzen Dinge. Und das führt letztendlich dazu, dass wir eben nicht nur eine Partei CDU haben, sondern vierundsechzig oder so was. Wenn wir das jetzt mal wirklich hoch... hoch- und runterskalieren würden, also unterschiedliche Gebietskörperschaften pro Partei, die eben dann auch unterschiedlich mit diesem Monster ‚digitale Transformation‘ umgehen oder eben unterschiedliche, äh, ja auch Experimente und Wege gehen, sich da anzupassen oder eben auch nicht anzupassen. Und da gibt es durchaus aus meiner bisherigen Forschung, ja sagen wir mal, gewisse Pfadabhängigkeiten, Strukturkonservatismen, Hierarchien, die nach wie vor greifen, ähm... und so unterschiedliche Geschwindigkeiten, nicht nur zwei, sondern diverse, die man an verschiedenen Punkten festmachen kann.“

[pgg]: „Haben Sie da mal ein Beispiel so für, äh, sehr konservativ oder auch ganz anders?“

[Borucki]: „Hm-Hm. Also sehr konservativ jetzt, unabhängig vom Parteibuch oder der ideologischen Färbung her, äh, ist schon so eine gewisse, nennen wir es mal: Reaktanz, auf der Ortsvereinsebene zu beobachten, zu sagen: ‚Ja, wieso brauchen wir denn da jetzt digitale Tools? Wir treffen uns doch eh beim Stammtisch, Dorffest, Gemeinderat, weil wir haben auf dem Dorf in einer kleineren Gemeinde ja kurze Wege, wir treffen uns ja eh.‘ Dass es aber für Menschen mit Care-Arbeit, für Menschen, die in multiplen Rollen unterwegs sind, und deren Zeit eng getaktet ist, vielleicht doch ganz nice wäre, ab und an auch mal ein digitales Tool auch auf der Ortsebene nutzen zu können, sich da einbringen zu können bzw. um überhaupt ehrenamtliches Engagement in der Partei dann zu ermöglichen, ist eben so ein bisschen die, ja die Kehrseite, oder wäre eben eine Ermöglichung, äh, für Menschen, die wie gesagt mit Care-Arbeit, Job usw. stark eingebunden sind.“

[mg]: „Fordern die Mitglieder das ein? Ist das... kann man das beobachten?“

[Borucki]: „Teilweise. Also wir haben, äh, da sind allerdings unsere Ergebnisse nicht auf die gesamte deutsche Parteienlandschaft zu skalieren bzw. repräsentativ, weil wir haben Mitglieder von vier Parteien befragt über einen, äh, Ein-Jahres-Zeitraum in vier Wellen und da unterschiedliche Sachen abgefragt: Wie sich eben Parteiarbeit durch die Corona-Pandemie verändert hat, welche Bedürfnisse Menschen gegenüber ihrer Partei eigentlich haben in Bezug auf Beteiligung, in Bezug auf Mitbestimmung, in Bezug auf Teilhabe an Parteiarbeit. Und da haben wir sehr stark gesehen, dass gerade durch

Corona, durch dieses Wegfallen – andersherum gesagt: Dadurch, dass während der Corona-Pandemie persönliche Treffen ja nicht erlaubt waren, Parteiversammlungen nicht erlaubt waren, zu einem hohen Maße erstmals, war es notwendig, dass Parteien digitale Substitute erfunden haben, sozusagen, und da ausgewichen sind. Und diese Substitute haben aber dazu geführt, dass sich Menschen zurückgezogen haben, gerade an der Basis der Partei, dass sie eben gesagt haben so: ‚Ja, nee, da habe ich dann keine Lust drauf. Weil Parteiarbeit lebt durch die Sozialität, durch das soziale Gemeinsame, durch das Miteinander, und das krieg ich nicht über so ein Videokonferenz-was-auch-immer-Ding. Das möchte ich nicht und deswegen gehe ich lieber gar nicht hin.‘ Und zumindest in der letzten Befragungswelle – ‘21 im Winter – haben wir von diesem Rückzug keine Erholung feststellen können. Wäre jetzt spannend, noch mal weiterzugucken, wie es jetzt im Jahr 2023 aussieht, ob es einen Erholungseffekt gibt, dass die Leute sagen: ‚Ja, nee, äh, ich mache jetzt wieder mit.‘ Oder ob es eben eine nachhaltige, sagen wir, Schädigung der Parteiaktivität an der Basis nach sich gezogen hat, diese Pandemie. Das ist jetzt das Eine. Was wir aber auch gesehen haben – also neben diesem Rückzug – ist gleichwohl eine gesteigerte Nutzung digitaler Tools, insbesondere Konferenzen – Videokonferenzen –, aber auch kollaborativer, ich sag jetzt mal, Content-Production-Plattformen sozusagen, also um eben an Anträgen zu schreiben, um Programme zu schreiben, um andere Schriftstücke zu produzieren innerhalb der Partei für die Parteiarbeit. Aber das, denke ich, und da sind wir aber ehrlicherweise mit unseren Auswertungen noch lange nicht am Ende, dürfte aber sehr, sehr deutlich zu der Literatur sprechen, die ohnehin schon sagt: Wir haben digital divides. Heißt: Menschen, die ohnehin schon gut gebildet sind, die gut unterwegs sind in ihrem Leben, beteiligen sich auch mehr, beteiligen sich auch öfter, beteiligen sich auch digital öfter. Und wir denken, dass wir ähnliche Befunde oder eben dieselben Befunde auch innerhalb dieser Parteimitgliedschaft nachweisen können, zeigen können: Die, die aktiv sind, sind sowieso die, die immer aktiv sind. Und wir kriegen eben nicht diejenigen mobilisiert in die Parteiarbeit, die halt leider, ja nicht die leider, aber die halt weniger aktiv oder gar nicht aktiv sind.“

[mg]: „Also Sie sagten es: Die Parteien mussten in der Pandemie sich dann so Digitalisierungsmaßnahmen überlegen, um irgendwie weiter arbeitsfähig zu sein?“

[Borucki]: „Hm-Hm.“

[mg]: „Wie wird das denn gemanagt? Also gibt es da eine Parteispitze, die so anordnet: ‚Jetzt, hier Change-Management, los geht’s!‘ Oder...?“

[Borucki]: „[Lacht] Ja, das ist auch, wie eingangs schon gesagt, sehr divers und unterscheidet sich von Partei zu Partei. Beispielsweise die CDU hat versucht, ihr CRM-System zusammenzuführen und ein Einzellogin zu kreieren für die Mitglieder, hat sie auch geschafft, und dann zu sagen: ‚So, ja, ihr müsst da jetzt alle rein‘ – also ich simplifiziere das jetzt, ne? Also es war schon auch ein, gedacht als ein inklusiver Prozess, die hatten parallel ja auch noch Grundsatzprogrammentwicklungen, also auch wirklich einen langwierigen inhaltlichen Arbeitsprozess ohnehin, und dann noch diese

Herausforderungen durch die Digitalisierung, durch die Pandemie, das alles zusammenzukriegen, war, glaube ich, nicht so einfach. Ähm... Und dann war eben der Versuch, in Führungsstrichen zu sagen: ‚So, ja, wir geben euch jetzt – also euch, den Untergliederungen der Partei – ähm, ein Tool-Set an die Hand, das ihr implementieren könnt, wo ihr gucken könnt, wie ihr das anpassen könnt. Die Sachen, die gibt's, die könnt ihr euch ziehen, die könnt ihr, ähm, zur Verfügung stellen für eure Mitglieder. Und wir möchten bitte, dass ihr das nutzt.‘ Also es war jetzt nicht so a là Top-down: ‚Ihr müsst das jetzt unbedingt machen!‘, aber schon so mit der Bitte: ‚Also wir wollen doch professionell erscheinen, auch nach außen, aber vor allem auch gegenüber unseren Mitgliedern, also nutzt das bitte.‘ Das war, ähm, bei der Union so, so das Learning, und die Grünen waren parallel auch in einem Grundsatzprozess. Und bei der Partei habe ich es ein bisschen anders wahrgenommen. Einfach auch, weil es eine, vom ideologischen Grund-äh-satz her ja auch eine anders ausgerichtete Partei ist. Und die hatten eher Probleme mit der Hardware, also hier hochzuskalieren, weil bei den Grünen die ganze Hardware, ähm, bzw. auch alles, was läuft an IT, an Tools, die zur Verfügung gestellt werden, sind inhouse erstmal gehostet und dann auch entwickelt oder andersherum entwickelt und gehostet, weil man halt sagt: ‚Wir wollen uns nicht auf, äh, irgendwelche obskuren Server in USA oder sonst wo quasi einmieten, sondern wir möchten, äh, alles selber administrieren.‘ Und insofern hatten die erst mal Hardwareprobleme, ähm, haben aber auch diesen Einzellogin, also dass man mit einem Passwort und Benutzername sich anmelden kann an allen möglichen Systemen. Weil bei den Grünen war es vorher auch so, dass die ein recht großes Portfolio an Plattformen hatten, an Beteiligungsmöglichkeiten, und das teilweise dann auch schon zu viel war und auch teilweise zu überfordernd für die Mitglieder, um da überhaupt noch den Überblick zu behalten. Beispielsweise: Wenn ich jetzt mich beteiligen möchte an diesem Grundsatzprogrammprozess, an diesem Grundwerteprozess, wo komme ich denn da jetzt eigentlich rein in die entsprechenden Dokumentationen dazu? Also das wurde eben auch reformiert, verschlankt, neu gemacht, schöner gemacht, toller gemacht, sozusagen, mit auch entsprechenden Plattformen, die dann die digitalen Parteitage begleitet haben. Und das fand ich auch sehr, sehr spannend, das zu sehen, dass man nicht nur die digitalen Parteitage extrem professionell aufgezogen hat, also dass die so in Bezug auf Inszenierung wie die Bildgebung mit Musik, äh, Darstellung der Personen usw., dass das wirklich alles sehr, sehr professionell war, und das aber auch im sozusagen Backend, äh, es eine Möglichkeit gab für die Mitglieder, sich auf diesen Plattformen auch inhaltlich zu beteiligen, auszutauschen. Das fand ich schon sehr, sehr beeindruckend, wie schnell das auch einfach ging. Und, ähm, die Erklärung bei den Grünen war tatsächlich so, dass sie gesagt haben: Naja, wir hatten die Tools alle schon im Grunde, bevor die Pandemie kam. Wir hatten eben nur das Problem, dass wir es hardwaremäßig erst mal hochskalieren mussten, weil halt plötzlich so viele Zugriffe waren und wir einfach mehr Serverkapazitäten brauchten. Und Problem bei den Grünen – in Führungsstrichen ‚Problem‘ – war und ist auch noch der, ja, mehr oder weniger ungebrochene Zustrom an neuen Mitgliedern, die einfach ja auch organisiert, administriert, versorgt werden müssen mit Infos, mit Möglichkeiten, wo sie sich beteiligen, einbringen können usw. Ähm, das ist noch ein anderes, ähm... sagen wir eine

andere Herausforderung, die diese Partei meistern musste und auch noch immer muss, denke ich.“

[pgg]: „Und Sie haben noch zwei weitere untersucht, kann man das auch noch beschreiben?“

[Borucki]: „Ja, stimmt! Äh, die wollte ich jetzt nicht unterschlagen. Wir haben natürlich SPD und Linke auch untersucht und befragt. Ähm, bei der SPD war es ähnlich wie bei der CDU. Deswegen meinte ich ja vorhin auch einleitend: So die großen alten Volksparteien ähneln sich nicht nur in ihrer Struktur, sondern auch in ihrem Umgang, äh, mit der digitalen Transformation im Vergleich zu den, sagen wir mal, jüngeren Nischenparteien, wenngleich die Linke ja eher so eine, ja eine Fusionspartei ist. Und insofern ja, ist sich auch die Parteienforschung nicht so ganz einig, wie alt diese Partei eigentlich ist. Wir sagen immer: Naja, gut, mit der Vereinigung, kann man dann sagen, ist also so jetzt die heutige Linke, wie wir sie kennen, mit diesem Etikett ‚die Linke‘ entstanden, wenngleich sie Vorgängerparteien hat. So. Lange Rede, kurzer Sinn. Es hängt auch damit zusammen, wie groß eine Partei ist. Also nicht nur in Bezug auf Mitgliederzahlen, sondern eben auch in Bezug auf Wahlerfolg. In Bezug auf: Wie viel Ressourcen in finanzieller, personeller Hinsicht hat sie zur Verfügung? Und das ist ganz klar bei den großen Parteien deutlich mehr. Die haben mehr Manpower, mehr Money, um einfach zu investieren in bestimmte, ja, Inszenierungen von Parteitag. Die haben einfach das Geld, um eine Messehalle zu mieten und zu sagen: Wir stellen da jetzt eine coole Bühne hin und wir haben da eine professionelle Technik, weil wir können es uns leisten. Jetzt kommt noch mal das CDU-Beispiel: Die haben mir verraten, dass sie alleine einen sechsstelligen Beitrag... Betrag, äh, gebraucht haben, um die Cyber-Security der digitalen Parteitage abzusichern. Und das war eben pro Parteitag so um die 100.000 €, einfach nur um sicherzustellen, dass die Server nicht geknackt werden oder was auch immer für Sicherheitsvorkehrungen da nötig waren. Da bin ich technisch tatsächlich nicht versiert genug, um das jetzt ausführen zu können. Aber das nur mal so als einen Stellenwert. Und, also bei SPD war es tatsächlich so, dass die, die zumindest meiner Kenntnis nach die einzigen sind, die einen Versuch tatsächlich gestartet haben und den auch kodifiziert haben in ihrer Satzung, dieses Territorialitätsprinzip aus dem Parteiengesetz nicht auszuhebeln, aber zumindest ein bisschen aufzuweichen, nämlich über diese Online-Themenforen, also dass man als Mitglied oder als interessiertes, als interessierte Person nicht notwendigerweise in einen Ortsverein eintreten muss, der am Wohnort ist – also Wohnort gebunden ist – und dann eben immer zu einer gewissen bestimmten Zeit, einmal die Woche da aufschlagen muss – per-sön-lich! Sondern dass man sich eben digital vernetzen kann, orts- und zeitunabhängig über diese Online-Themenforen, die eben eingeführt wurden und auch gesetzt – ähm – ja entsprechend statutarische Rechte haben, die also beratend bei Parteitag auftreten dürfen, ähm, die da auch ein, ein Vorschlagsrecht haben bzw. ein Beratungsrecht. Und insofern wäre diese Partei oder wären diese Online-Themenforen meiner Ansicht nach so ein erster Vorstoß in die Richtung: Wie integrieren wir digitale Transformation als Arbeitsweise oder Digitalisierung als Arbeitsweise in einem ja doch netzwerkartigen Kollektiv? Wie integrieren wir das eigentlich in unsere Organisationsstruktur, die vom Parteiengesetz

her aus den 60er Jahren ist, ja? Also insofern aus Zeiten vor der Digitalisierung gedacht. Und bei den Linken ist es halt so, die probieren sehr viel aus, scheitern aber, weil – was heißt hier scheitern, nicht – aber ich denke, diese Partei und auch deren Mitglieder haben am ehesten noch Probleme mit den Ressourcen, und insofern ist es hier halt auch schwerer zu sagen: Ja, äh, wir machen jetzt hier voll den unglaublich aufwendigen, äh, Digitalwahlkampf oder unglaublich aufwendige digitale Parteitage. Hatte diese Partei auch, wenngleich ja dann auch die diversen Führungsskandale kamen rund um Wissler und Co., also jetzt im Zuge der Bundestagswahl, der letzten. Und da hatten wir aber auch eher den Eindruck, dass die Parteiaktivität auf der Mitgliedschaftsseite nicht ganz so rückläufig war, ähm, wie vorhin beschrieben, bei den großen Parteien. Es ist im Übrigen bei den Grünen am wenigsten Rückgang gewesen, um das noch mal aufzugreifen, und bei den Linken am zweitwenigsten und dann bei den beiden Großen – um diese Klammer noch mal zu schließen, was den Rückgang der Parteiaktivität während der Pandemie anging.“

[pgg]: „Mal neugierig gefragt: Vor der Pandemie gab es ja auch schon eine Entwicklung.“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[pgg]: „Die ist natürlich durch die Pandemie total verändert worden, aber es ist ja schon vor der Pandemie einiges da gewesen, vermutlich auch ein bisschen verschiedene Ansätze.“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[pgg]: „Kann man das noch mit ins Bild holen? Also wenn wir jetzt mal versuchen, uns die Pandemie wegzudenken.“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[mg]: „Wie war es vor der Pandemie und hat sich jetzt danach, äh, das Feld sehr stark verändert? Oder haben wir jetzt quasi dieselbe Art von Boost durch die Pandemie und danach geht es so weiter, wie's auch ohne Pandemie gegangen wäre?“

[Borucki]: „Hm-hm. Also wir hatten auf jeden Fall einen Boost: Pandemie als Brandbeschleuniger oder als Katalysator schon angestoßener Prozesse definitiv, die aber ohne Pandemie noch länger gedauert hätten. Und deswegen meine ich ‚Brandbeschleuniger‘. Also, es war schon einiges aufgesetzt, aufgegleist, beispielsweise bei der CDU. Diese Umstellung auf ein neues CRM, das war aus den 90ern das Alte, und eben auch generell Runderneuerung auch der Social-Media-Redaktion und auch der Überlegungen: ‚Was machen wir eigentlich mit diesem Social-Media?‘ Ich erinnere an ‚die Zerstörung der CDU‘ und den, den großen Aufruhr, den Rezo damals gemacht hatte, 2019, und man dann, äh, statt mit einem Gegenvideo mit einem PDF reagierte, was ja dann noch mehr, ja, Unmut, äh, hervorrief ob der Schwierigkeiten dieser Partei,

sich auf der Bundesebene mit so jemandem wie Rezo auseinanderzusetzen. Also insofern bringe ich den Fall ganz gerne, um so ein bisschen aufzuzeigen, dass man sich da noch sehr schwer tat zu dem Zeitpunkt und durch die Pandemie, das aber da nochmal deutlich beschleunigt wurde, auch personell, weil es dann eben dort auch Wechsel gab, jüngere Leute mit in die, ähm... Social-Media-Redaktion reinkamen und auch hier eben versucht wurde, stärker an Zielgruppen ranzukommen, die zu erreichen, die eben in Social-Media unterwegs sind. Bei den anderen Parteien war es ähnlich, dass Dinge schon angestoßen worden waren. Die erste Organisationsreform der SPD in Richtung digital, ähm, geht im Grunde auf Matthias Machnig und den Begriff der ‚Netzwerkpartei‘ aus 2000 oder 2002 zurück. Also das ist eine 20-jährige Geschichte, auf die die Partei da im Grunde referenzieren könnte, wenn sie wollte, in Bezug auf Digitalisierung. Und im Übrigen war es auch Gerhard Schröder, der seine Regierungserklärungen hat streamen lassen, ‘98, äh, übers Internet. Also insofern, da gab es schon Versuche, nicht nur Regierungskommunikation, sondern eben auch die Parteikommunikation ins Internet zu verlagern, übers Internet zu kommunizieren. Das ist aber immer so ein, ja, ein-Schritt-vor-zwei-Schritte-zurück-Spielchen gewesen, weil es halt auch ein unterschiedliches Gezerre zwischen den unterschiedlichen Untergliederungen einer Partei ist und, ja, man sich halt auch immer fragt: Ja, was bringt das denn jetzt – sozusagen, ne? Also was, was ist der Mehrwert? Das haben ja auch viele in unseren Experteninterviews vor der Pandemie berichtet, so dass immer man als Digital-Avantgarde innerhalb der Partei, schlimmstenfalls als, als die Nerds dargestellt wird und bestenfalls als diejenigen, die Innovation reinbringen. Also, das ist so ein bisschen das Spannungsfeld zwischen eben der... ja, doch eher strukturkonservativeren Organisationslogik – ‚So, wir haben hier unsere Ochsentour, da müssen die Politiker:innen sich hochkämpfen in der Partei!‘ – und auf der anderen Seite der Medienlogik, der sozialen Medien, der digitalen Medien, die immer schneller werden, die immer schnellere Schlagzeilen erfordern, die immer mehr und kleinteiligere, fragmentiertere... Feedbacks und Reaktionen erfordern. Und da irgendwo sich als ein ja doch vielgestaltiger, als eine vielgestaltige Organisation sich anzupassen ist, ist schon eine große Herausforderung.“

[mg]: „Wir sind jetzt ja schon fast mittendrin in der Außenwirkung und der Außenkommunikation. Bevor wir da dann richtig drangehen, noch mal eine Frage stellen zu diesen Online-Themenforen. Das finde ich ganz spannend. Also Sie hatten das jetzt ja auch beschrieben als so ein Beispiel für eine echte Innovation.“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[mg]: „Die auch Prozesse in der Partei, auch rechtsverbindliche Strukturen oder, oder Rechtsverbindlichkeit schaffende Strukturen betrifft.“

[Borucki]: „Ja.“

[mg]: „Wie wird das bewertet? Was sind da, also was ist das Neue daran und wie bewerten die Personen, mit denen Sie sprechen konnten das?“

[Borucki]: „Also das Neue daran ist eben, wie gesagt, dass Mitgliedern die Möglichkeit gegeben wird, orts- und zeitunabhängig miteinander in Interaktion zu treten, sich auszutauschen, Initiativen innerhalb der Partei anzustoßen und dann vor dem, ja, höchsten Gremium einer Partei – nämlich dem Parteitag – anzusprechen, vorzutragen und eben dann in den, ja, allgemeinen parteiinternen Prozess einzugeben. Also das ist schon insofern eine Innovation, als halt, wie gesagt, dieses Territorialitätsprinzip dadurch... ja, nicht umgangen wird, aber man braucht es dadurch nicht mehr. Und es gab wirklich in der Partei großen Streit darum, welche Rechte denn letztlich so ein Online-Themenforum dann haben soll. Und das, was jetzt der Fall, äh, oder was jetzt Konsens ist, war tatsächlich, ja... oder: ist Ergebnis eines ziemlich langen, äh, Streitprozesses, könnte man sagen. Oder Aushandlungsprozesses. Nennen wir es vielleicht lieber Aushandlungsprozess. Das ist die eine demokratische Innovation, könnte man sagen. Die Frage ist halt nur: Wie stark wird es genutzt? Und da sehe ich leider gerade nicht so viel. Da sehe ich dann eher, dass das die Parteien oder die Partei, insbesondere die SPD, die sich das gegeben hat, da noch nicht so wirklich aus dem Quark kommt, sozusagen dieses neue Instrument auch wirklich zu nutzen, was sie sich da selber gegeben hat. Ähm, und das ist dann schon so ein bisschen verwunderlich, da man ja dieses Instrument jetzt ja an der Hand hätte. Ne? Ich muss sagen, da habe ich bisher ehrlicherweise nur Hintergrundinformationen dazu, wie das eingeordnet wird, also auch noch keine, ja sozusagen, harte empirische Evidenz, weil ja auch, also sowohl was die digitale Transformation anbelangt als auch die Pandemie, wir in Prozessen sind, deren Finalität noch nicht wirklich abschätzbar sind. Hm, also ich habe da jetzt noch keine Einschätzung darauf hingehend, ob diese Online-Themenforen jetzt bei der SPD wirklich den erhofften Mehrwert erbringen werden, dass eben Menschen, die im Ausland leben, Menschen, die viel umziehen, Menschen, die, ähm... ja, auch einfach vielleicht keine Lust haben, sich im Kreisverband So-wie-noch oder Ortsverein anzumelden und denen, weil sie eben auch beispielsweise pendeln und dann in ihrer Arbeitsstätten-äh-Stadt sozusagen in so einen Ortsverein gehen würden und nicht an ihrem Wohnort. Also, wie da die Nutzung ist und auch wie es tatsächlich ankommt, da hält die Partei sich momentan noch sehr bedeckt. Ich habe fast die Befürchtung, dass es nicht so den Anklang findet, wie eigentlich erhofft, sonst hätte das nämlich schon längst deutlich größere Kreise gezogen in puncto, dass andere Parteien das nachmachen, auch implementieren, weil man merkt: Okay, da ist Zug dahinter, da gehen die Leute rein, die machen da mit, und da entstehen dann auch neue Ideen, die auf Parteitagen dann auch entsprechend Widerhall finden. Also insofern ist es vielleicht wieder eines der interessantesten Experimente, die aber, ja... womöglich in, in einem gewissen strukturkonservativen Sand verlaufen.“

[mg]: „Könnte es da vielleicht auch so Beharrungskräfte geben, die sagen: Wir finden...“

[Borucki]: „Ja, absolut.“

[mg]: „...das eigentlich ganz gut, dass man diesen Aufwand betreiben muss und vor Ort sein muss und so? Oder dass vielleicht auch bestimmte Themen über die Foren stärker repräsentiert würden, als sie das bisher sind?“

[Borucki]: „Ja klar. Also man hat logischerweise auch gewisse Selektionsmechanismen damit am Start, ne? Dass man sagt: ‚Äh, wir haben diese Prinzipien, die es einfach braucht, um erstens Mitglied in der Partei sein zu können und dann eben auch da mitzumachen, regelmäßig zu erscheinen, sich zu beteiligen, zu helfen bei Wahlkämpfen, Plakate aufzuhängen usw.‘ Und wenn man dann selber kandidieren möchte, dann eben auch entsprechend, ja, in der Lage ist, Klinkenputzen zu können, äh, sowohl was die finanziellen als auch die personellen Ressourcen angeht. Also ich brauche ja auch erst mal Zeit, und, ähm, wenn wir uns angucken, dass die Durchdringungsrate der Parteien, also die Frage, wie viele Menschen sind denn eigentlich in unserer Gesellschaft Mitglied in Parteien, bei so rund 2,5 % liegt, ist es halt recht gering und daran sieht man: Okay, es muss schon einen bestimmten Antrieb haben, im Menschen jeweils, in der Persönlichkeitsstruktur, zu sagen: Ich gehe in so eine Partei rein, ich mache das, weil ich entweder ein eigenes politisches Interesse habe, weil ich denke, ich möchte da Karriere machen oder weil es den Menschen eben idealistisch um die Sache geht, was zu erreichen, was zu bewirken, für die Gesellschaft was zu erreichen und sich da sozusagen anzu-äh, äh-bieten und zu dienen. Aber das machen eben relativ wenige.“

[pgg]: „Dann kann man sich ja vielleicht auch vorstellen, dass man da nicht, nicht unbedingt so eine Art Überholspur möchte, was die Themensetzung angeht,...“

[Borucki]: „Genau, genau.“

[pgg]: „...sondern, dass man einfach sagt: Dann sollen die sich schon wirklich auch mal in die Diskussion reinbringen, die Leute.“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[pgg]: „Und dann wollen wir auch wissen, wer dahintersteckt, und so, und dann gibt es jetzt hier nicht so ein Extra-Forum, wo man... von irgendwo her jetzt plötzlich die Partei lenken oder mitsteuern kann.“

[Borucki]: „Genau. Das waren auch die Hauptargumente dagegen, zu sagen: ‚So, ja, das ist ja so ein Bypass, ne? Das ist ja ein Bypassing, äh, der eigentlichen Strukturen. Und ist das denn überhaupt okay? Darf man, kann man das denn überhaupt machen?‘“

[mg]: „Jetzt überlappen sich so bisschen die Bereiche, aber nutzen denn Mitglieder soziale Medien auch, um sich und das, was sie interessiert, sozusagen so ein bisschen ins Gespräch reinzuzwingen? Also man hat dann ja auch sofort eine Öffentlichkeit,...“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[mg]: „...die man vielleicht auch in so einem Mitgliederforum, im Geschlossenen gar nicht hätte.“

[Borucki]: „Nee, definitiv. Und das ist auch das, was, ähm, diese beiden Logiken, die ich vorhin beschrieben hatte, also diese Organisationslogik und die Social-Media-Logik, die sich überlappen, in ein Spannungsverhältnis bringt, und was auch die Parteien an sich in ein Spannungsverhältnis bringt, weil – logischerweise – Parteimitglieder, die auch Regierungsmitglieder sind, die auch zufällig im Bundesrat sitzen, die twittern dann halt über irgendwelche Entscheidungen, über die sie vielleicht hätten nicht twittern sollen. Da gab es ja diesen Fall mit Julia Klöckner, die da aus einer geschlossenen Sitzung berichtet hat, wie gerade so, äh, der Diskussionsstand ist, und ich glaube, Markus Söder hat sowas auch mal gemacht. Und da gibt es diverse Beispiele des sogenannten ‚Leakings‘ aus eigentlich informellen oder geschlossenen Sitzungen, äh, über den Beratungsstand über Social-Media. Und logischerweise sind die meisten Parteipolitiker, wenn sie mal auf einem gewissen Karrierelevel sind, auch auf Social-Media vertreten und da auch recht aktiv, weil logischerweise da auch Wählergruppen erreicht oder sogar erschlossen und mobilisiert werden können. Also insofern ist das nicht mehr wegzukriegen, und das wissen die Parteien auch. Also ist auch nicht mehr einzufangen insofern, als dass man jetzt sagen kann: ‚Okay, ihr müsst jetzt alle nur noch so und so kommunizieren auf Social-Media.‘, sondern die Krux ist vielmehr dann, es hinzukriegen, den Spagat zwischen: Das ist jetzt Politiker:in XY, die auf persönlichem Profil kommuniziert, und das ist die Partei und das ist die Parteimeinung oder Parteilinie, die jetzt kommuniziert wird, oder eben, wenn Partei in Regierungsverantwortung ist, gar die Regierungslinie. Und das ist ja auch noch mal ein anderer Spagat. Also will damit sagen: Parteien tun sich oder haben sich schwer damit getan, Social-Media erst mal anzuerkennen, überhaupt als ernstzunehmende Medien, als ernstzunehmende Plattformen. Das war lange Zeit so: ‚Ach, Spielwiese für eine Minderheit, brauchen wir nicht.‘ Und jetzt haben Sie aber tatsächlich doch die Einsicht gewonnen: ‚Naja, da passiert was, und das ist ernstzunehmen.‘ Aber jetzt ist eben die Schwierigkeit, das tatsächlich adäquat zu integrieren in die Parteienkommunikation und dann eben auch in der Kommunikation deutlich zu machen, wie die jeweiligen Standpunkte sind, und eben auch dann intern den jeweiligen Politiker:innen klarzumachen: ‚Okay, wir haben jetzt hier Guidelines, das ist wichtig, weil so, wie ihr kommuniziert als Person, das wirkt dann auch auf die Partei zurück und andersrum. Lasst uns doch bitte an einem Strang ziehen usw., dass das alles integriert ist.‘ Das ist eben so der Versuch, das in Eins zu gießen oder eben in Kommunikation zu bringen, was aber teilweise dann... oder auch öfter an Persönlichkeiten, persönlichen Befindlichkeiten scheitert oder scheitern kann, oder wo es dann eben Bruchlinien gibt, wenn es Konflikte gibt usw. Und das ist ja dann auch das, wo es spannend wird letztlich, das zu beobachten.“

[pgg]: „Haben sich die Kommunikationsabteilungen der Parteien dadurch vergrößert und verändert?“

[Borucki]: „Ja, aber nicht so, wie es vielleicht nötig wäre... Eine Zeit lang ist immer so eine Zahl rumgegeistert – ich weiß nicht, ob die noch valide ist oder ob es inzwischen eine Urban Legend ist – dass die AfD von Anfang an mit zwanzig, dreißig Menschen gestartet ist, die alleine für Social-Media zuständig waren, und die CDU hatte drei bis fünf Menschen. Inzwischen, ich hatte es ja vorhin erwähnt, äh, hat auch die CDU da aufgestockt. Aber was wir definitiv sehen in der Social-Media-Aktivität, ist, dass die AfD da deutlich den Vorsprung einfach hat,... also erlangt hat, und auch noch immer hält. Weil – und das zeigen auch diverse Studien sowohl auf der lokalen, kommunalen als auch der regionalen Ebene – die anderen Parteien der AfD diesen Kommunikationsraum überlassen haben, weil sie ihn eben nicht ernst genommen haben, insbesondere *Facebook*, insbesondere *Twitter*, später auch *TikTok* und auch *Instagram*... weil sie einfach nicht genug da rein sind und die AfD das aber schon gemacht hat und auch noch immer sehr aktiv macht und insofern da auch eine ganz andere Reichweite generieren kann als die anderen Parteien. Das sehen wir, wenn wir gucken, wie viel posten die Parteien, wie viel wird es geteilt, um jetzt Teilen vielleicht als ein valideres, äh, Maß der Interaktion und der Reichweite zu nehmen, weil es ja schon dann eine... eine höhere Hemmschwelle, sage ich jetzt mal, und ein höheres Engagement erfordert, etwas zu teilen als zu liken. Und das ist bei der AfD einfach am höchsten. Durchweg.

[pgg]: „Jetzt gibt es ja noch eine neue technologische Welle durch die großen Sprachmodelle,“

[Borucki]: „Hm-hm.“

[mg]: „durch KI, durch generative KI.“

[Borucki]: „Ja.“

[pgg]: „Haben Sie schon ein Gefühl, wie Parteien damit jetzt umgehen?“

[Borucki]: „Ich glaube, sie sind da sehr gespannt und sehr neugierig, gleichwohl auch vielleicht etwas... reserviert und ängstlich, was da so auf sie zukommen mag noch oder was das alles bedeutet. Was genau aber tatsächlich dann in Parteien damit passieren wird, also ob wir Chatbots an die Hand bekommen, die uns helfen bei der Mitgliederintegration oder im Wahlkampf oder in der Kommunikation, also dass Parteien sozusagen proaktiv mit sprachgenerierender KI arbeiten, das sehe ich jetzt bisher noch nicht. Ich weiß aber natürlich nicht, was intern, äh, in den Parteien gerade gesprochen wird, gerade in diesem Bereich, plane aber tatsächlich in, äh, der Richtung, was... in Richtung eines Forschungsprojekts jetzt wieder aufzusetzen und hier, äh, eben auch mit Parteien zusammenzuarbeiten, die uns da vielleicht dann auch Einblicke geben, wie sie mit sprachgenerierender und anderer KI arbeiten, um eben Mitglieder zu integrieren, Mitgliederkommunikation zu betreiben, aber eben auch nach außen hin. Also da sind wir gerade noch,... zumindest mein Bereich, äh, völlig in den Kinderschuhen,

und ich denke auch die, die Parteien sind da noch sehr vorsichtig tastend unterwegs zwischen neugierig und reserviert. [Lacht] Vielleicht könnte man das so beschreiben.“

[mg]: „Welche Rolle spielen denn Überlegungen zu Kommunikationsrichtlinien oder Selbstverpflichtungen? Also wir sind jetzt ja gerade, was generative KI betrifft, in einem Bereich, wo es auch ethisch irgendwie eine Rolle spielt. In den sozialen Medien ist das ja [Borucki: „Ja.“] auch nicht so ganz eindeutig, wie man sich da irgendwie richtig verhält. Gibt es da irgendwelche Vorschläge oder vielleicht sogar Vorbilder?“

[Borucki]: „Hm, ja, die *NRW School of Governance*, zu der ich ja bis vorletztes, nee letztes Jahr noch gehörte, war, war Teil einer Initiative für eine Selbstverpflichtung im Wahlkampf 2021, im Bundestagswahlkampf. *Campaign Watch* hieß das, und, ähm, wir hatten eigentlich die Idee, dass wir möglichst alle Parteien gewinnen könnten, das zu unterzeichnen, da mitzumachen, eben bei einer ethisch inspirierten... ja, Selbstverpflichtung, den Wahlkampf zu führen, also keine Hate Speech zu verbreiten, oder viel basaler: nicht mit Fake News zu arbeiten und eben auch vor allem wenig negative Campaigning zu machen usw. Ende vom Lied: Es hat, wenn ich mich richtig erinnere, kaum jemand unterzeichnet oder gar niemand. Die Grünen haben eine eigene Selbstverpflichtung herausgegeben, was ja schon mal gut war in Bezug auf transparenten Wahlkampf, ne? Auch transparent zu machen: Wo wird denn eigentlich Microtargeting eingesetzt? Wo wird bezahlte Werbung eingesetzt? Gegen welche Zielgruppen oder um welche Zielgruppen zu erreichen, ne? In die Richtung geht es ja auch. Inwiefern wird auch mittels Microtargeting Wahlkampf gesteuert? Kurzum: Ich hatte und habe nach wie vor den Eindruck, dass es den Parteien gefällt, dass es im Online-Campaigning eine gewisse Wildwestmentalität gibt in Bezug auf die Regulierung sowohl dessen, was ja rein rechtlich erlaubt ist, als auch dessen, was ethisch-moralisch korrekt ist. Und dass es ihnen noch ganz recht ist, da möglichst viel Freiraum und Spielraum zu haben, und dass es eben keine großartige Regulierung dieses, ähm, dieses Feldes gibt. Zumindest sehe ich da keine Anstrengungen in die Richtung der Regulierung von Online-Wahlkämpfen. Wie das jetzt normativ zu bewerten ist – ja, ist dann eine ganz andere Diskussion. Aber das ist so mal die, die Feststellung, sagen wir es mal so. Wir müssen schon, denke ich, ganz dringend darüber reden, dass, äh, auch die Grundsätze, die wir im analogen Wahlkampf haben, äh, und die wir aber auch im Digitalen haben – ‚Do no harm!‘ – dass das auch eben gelten sollte und wir eben nicht einfach alles dürfen, nur weil es, nur weil es auf irgendwelchen Social-Media-Plattformen ist.“

[pgg]: „Definitiv. Es ist ja auch so, dass glaube ich mit Schaudern, äh, die deutsche Öffentlichkeit zum Beispiel auf die USA blickt und, äh, die, diese... [Borucki: „Absolut.“] nicht nur Niveauverlust, sondern Brutalität auch von... [Borucki: „Ja.“] Skrupellosigkeit, von Wahlkampf dort, das kann man ja in der Demokratie nicht wollen. Also, ich denke, eine Mehrheit wird sich immer für einen irgendwie fairen und gepflegten Austausch da einsetzen, wenn sie denn da votieren könnte, aber es sind ja die Parteien, die da jetzt am Zug sind.“

[Borucki]: „Ja, richtig. Danke ich auch.“

[Der Abspann mit Musik beginnt.]

[mg]: „Und damit ist dieses *Digitalgespräch* zu Ende und wir bedanken uns bei Isabelle Borucki von der Philipps-Universität Marburg für diese spannenden Einblicke und interessante Diskussion. Viele Grüße! Und wie immer auch vielen Dank an Sie, liebe Zuhörerinnen und Zuhörer, für das Interesse und die Aufmerksamkeit. Und wenn Sie mögen, hören wir uns wieder in drei Wochen, zur nächsten Folge des *Digitalgesprächs* einen Podcast von ZEVEDI, dem Zentrum verantwortungsbewusste Digitalisierung.“



This work is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>