



Précis [pʁe 'si:]

// FEB 2017

Online-Partizipation in Parteien

Katharina Gerl & Prof. Dr. Stefan Marschall

Kontakt: gerl@diid.hhu.de, stefan.marschall@uni-duesseldorf

ABSTRACT

Seit die etablierten deutschen Parteien ab Mitte der 1990er Jahre im Internet vertreten sind, nutzen sie dieses Medium auch zur Beteiligung der Parteibasis. In jüngster Vergangenheit setzen die Parteien dazu eigene Online-Plattformen auf oder nutzen ihre parteiinternen Online-Mitgliedernetzwerke. Damit reagieren die Parteien zum einen auf die neuen technologischen Entwicklungen, zum anderen auf die interne und externe Nachfrage nach einer Veränderung der Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten.

Der Beitrag gibt einen einführenden Überblick über den Forschungsbereich Online-Partizipation in Parteien und liefert theoretische Ansatzpunkte sowie erste empirische Befunde.



REFERENZEN ZUM THEMA

Gerl, K., Marschall, S. & Wilker, N. (2016). Innerparteiliche Demokratie 2.0? Partizipation von Parteimitgliedern im Internet. *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 10, 115–149.

Gerl, K., Marschall, S. & Wilker, N. (2014). Neue Medien – Neue Machtverhältnisse? Eine Fallstudie zum Einsatz von Online-Beteiligungsplattformen durch Parteien. In: F. Oehmer (Hrsg.): *Politische Interessenvermittlung und Medien. Funktionen, Formen und Folgen medialer Kommunikation von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen* (S. 115–141). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Hanel, K. & Marschall, S. (2014). Der Einsatz von Online-Tools durch Parteien – Am Beispiel von onlineantrag.spd.de. In: K. Voss (Hrsg.): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet* (S. 193–201). Wiesbaden: Springer VS.

Hanel, K. & Marschall, S. (2013). The Usage of Online Collaboration Platforms by Parties. Strengthening the „Party on the Ground“ or the „Party in Central Office?“. *German Politics and Society*, 31(3), 27–42.

Hanel, K. & Marschall, S. (2012). Die Nutzung kollaborativer Online-Plattformen durch Parteien: „Top down“ oder „bottom up“? *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 22(1), 5–34.

Einleitung

Politische Parteien sind in modernen Gesellschaften mit einer Vielzahl an Herausforderungen konfrontiert. Eine zentrale Herausforderung stellen der Mitgliederschwund sowie die Inaktivität einer Mehrzahl der Parteimitglieder dar (van Biezen & Poguntke, 2014). Dies ist problematisch, da die Parteien so ihre Funktion als organisatorischer und kommunikativer „linkage“ zwischen Gesellschaft und Staat (Poguntke, 2000) nicht mehr ohne Weiteres erfüllen können: Es berührt den normativen Kern der Parteien und stellt letztlich ihre demokratische Legitimation infrage. Parteien suchen deshalb nach Wegen, um die Verbindung zur gesellschaftlichen Basis zu erneuern. Ein Ausweg wird in einer Veränderung der Kommunikationsbeziehungen zwischen den Parteien, ihren Mitgliedern und der Gesellschaft insgesamt sowie in einer Veränderung der Partizipationsmöglichkeiten in Parteien gesehen (Faucher, 2015).

Insbesondere dem Internet wird seit seiner massiven Verbreitung in den 1990er Jahren das Potenzial zugesprochen, der zunehmenden Entfremdung zwischen Parteien und Gesellschaft durch eine Demokratisierung von Willensbildungs- und Entscheidungsfindungsprozessen entgegenwirken zu können (Gibson, Nixon, & Ward, 2003). Vor dem Hintergrund der medienspezifischen Eigenschaften des Internets erhofft man sich eine Ablösung des durch Politik und Massenmedien etablierten, elitenzentrierten, unidirektionalen und top-down gesteuerten Stils politischer Kommunikation, Organisation und Partizipation („Demokratisierungsthese“; Wring & Horrocks, 2001, S. 191). Mit der technologischen Weiterentwicklung hin zum Web 2.0 als „Mitmach-Web“ und den damit verbundenen medienkulturellen Wandel haben diese Hoffnungen neue Nahrung bekommen (Gibson & Ward, 2009). Das Internet als „Meta-Medium“ (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001, S. 308) zeigt bislang nie dagewesene Potenziale für soziale Interaktion, Kommunikation, Partizipation und Organisation. Mit diesen Potenzialen gehen allerdings auch neue Anforderungen einher, die von außen an Parteien herangetragen werden oder innerhalb von Partei-

en entstehen. Deshalb stellen die neuen Medien zugleich eine große Chance für die Erneuerung von Parteien, aber auch eine Herausforderung dar, da die spezifischen Charakteristika des Internets (Interaktivität, räumliche und zeitliche Entgrenzung, kommunikative Gleichheit usw.) den etablierten Mustern der Politikvermittlung genauso widersprechen wie der Funktions-, Kommunikations- und Organisationslogik von Parteien als „top-down“ organisierten Verbänden. Etablierte Organisationen wie Parteien werden deshalb die Potenziale der neuen Medien für ihre Zwecke zu instrumentalisieren versuchen, so die Vertreter der „Normalisierungsthese“ (Castel, 2013, p. 151; Hindman, 2010). Aus dieser Perspektive geht man davon aus, dass die Parteiführung die neuen Medien zur Verfestigung ihrer Machtposition gegenüber der Basis nutzt (Lipow & Seyd, 1996). Die Verwendung der neuen Medien durch die Parteien sei zudem als Teil einer Symbolpolitik zu verstehen (Larsson, 2013).

Vor diesem Hintergrund gibt der Beitrag einen kompakten Überblick, wie sich die Praxis der Online-Partizipation in Parteien entwickelt hat und welche Ziele Parteien dabei verfolgen. Der Fokus liegt auf den etablierten deutschen Parteien sowie auf top-down initiierten Partizipationsoptionen.

Theoretische Grundlagen

Aus partizipationstheoretischer Sicht ist politische Partizipation in Parteien ein zweistufiger Prozess: Die Entscheidung zum Parteibeitritt wird von der aktiven Beteiligung an der innerparteilichen Willensbildung und Entscheidungsfindung unterschieden (Klein, 2006). Grundsätzlich bietet das Internet die Möglichkeit zur physischen und zeitlichen Entgrenzung der Parteiarbeit, sodass sich das Engagement für eine Partei flexibler gestalten und somit besser mit den sonstigen Verpflichtungen vieler Bürger vereinbaren lässt. Dementsprechend lassen sich in Anlehnung an Marschall (2013, p. 271) im Hinblick auf die Potenziale der neuen Medien für die Partizipation in Parteien drei Dimensionen betrachten: a) die Rekrutierung neuer Mitglieder, b) die Organisation und Mobilisierung der Mitgliedschaft und schließlich c) Formen der digitalen Mit-

gliedschaft und Mitarbeit in Parteien. In Bezug auf die digitale Mitarbeit kann grundsätzlich zwischen „hybriden Formen der Einbindung“ (Marschall, 2013, p. 279), also einer Kombination digitaler und analoger Teilhabe (siehe auch „blended participation“ bei Bieber, 2014, p. 182) und einer „virtuelle[n] Variante“ unterschieden werden, wobei letztere „ausschließlich auf dem Internet stattfindet“ (Marschall, 2013, p. 279; H. i. O.). In Bezug auf Dimensionen der innerparteilichen Demokratie kann Online-Partizipation im Bereich der programmatischen Entwicklung sowie der Kandidatenselektion oder zur Ausweitung der Rechenschaftspflicht der Parteiführung gegenüber der Basis genutzt werden (Scarrow, 2005).

Aufgrund der Partizipations- und Integrationsfunktion von Parteien, aber auch vor dem Hintergrund des demokratischen Gleichheitsprinzips spielt es eine Rolle, inwieweit die Online-Medien veränderte Möglichkeiten der Partizipation in Parteien schaffen, an wen sich diese Angebote richten und wer davon Gebrauch macht. Parteiinterne Partizipation hat gerade in Deutschland einen hohen Stellenwert, da die Parteien durch das Parteiengesetz zur innerparteilichen Demokratie verpflichtet sind. Das führt dazu, dass Parteimitglieder ausgewiesene Partizipations- und Informationsrechte in Bezug auf die innerparteiliche Willensbildung und Entscheidungsfindung haben. Darüber hinaus können sich Mitglieder, aber auch Sympathisanten informell für Parteien engagieren. Organisationstheoretisch stehen Parteien im Kontext der (Online-)Beteiligung vor vielfältigen Problemen. Zum einen geht es um die Spannung zwischen Partizipationsprivilegien der formalen Mitglieder und den Partizipationsmöglichkeiten der Nichtmitglieder. Zum anderen müssen Parteien den Konflikt zwischen Effizienz und Partizipation ausbalancieren: Mehr Partizipation kann zu Lasten der effizienten Willensbildung und Entscheidungsfindung gehen. Beides wirkt sich auf die Gestaltung der Partizipationsoptionen in Parteien aus, auch der Online-Optionen.

Empirische Befunde

Betrachtet man die Nutzung der neuen technologischen Potenziale durch die Parteien, so zeigt sich, dass zunächst die Organisation der Mitgliedschaft eine bedeutende Rolle eingenommen hat. So wurden in den Parteien noch vor der Einrichtung von Homepages parteiinterne Intranetze und Mitgliedermanagement-Systeme eingeführt, die die interne Kommunikation und Organisation erleichtert haben. Das elektronische Mitgliedermanagement wurde seit Beginn der 1990er Jahre entsprechend der technologischen Entwicklung ausgebaut. Heute werden über die Mitgliedermanagementsysteme nicht nur die Mitglieder verwaltet, sondern auch Bürgeranfragen abgewickelt, die die Parteien über das Internet erreichen (Gerl, 2016).

Seit Mitte der 1990er Jahre sind die etablierten Parteien in Deutschland auch mit eigenen Homepages im Internet. Seitdem hat sich der zunächst organisatorische Nutzen des Internets zu einem primär strategisch-kommunikativen Nutzen gewandelt. Die zunehmende Reichweite, aber vor allem die Möglichkeit zur direkten Kommunikation stellen enorme Vorteile der Online-Kommunikation gegenüber der massenmedial vermittelten Kommunikation dar. Das Internet ist für die Parteien auch deshalb so attraktiv, weil es beides ermöglicht: eine top-down Steuerung ebenso wie die bottom-up Beteiligung (Schulz, 2014). Neben der Information der Mitglieder erhoffen sich die Parteien, über ihre Online-Kanäle Mitglieder und Unterstützer zu mobilisieren sowie neue Zielgruppen zu erreichen.

Dazu haben die Parteien in Deutschland haben seit Mitte der 2000er Jahre die Möglichkeit geschaffen auch direkt über die Homepages einer Partei beizutreten. Dies stellt eine Absenkung der Zugangshürden zu den Parteien dar und soll das Beitrittsverfahren erleichtern. Die Möglichkeit zum Online-Beitritt stellt die Parteien aber auch vor Probleme, etwa weil die Integration der online beigetretenen Mitglieder in die Partei z.B. über den Kontakt zur Basis vor Ort organisiert werden muss, da das Ortsprinzip im Parteienrecht nach wie vor Gültigkeit hat.

Durch das Aufkommen der Sozialen Netzwerke Mitte der 2000er Jahre haben sich die Möglichkeiten der Mobilisierung für die Parteien noch einmal erheblich verändert: Parteien können noch gezielter kommunizieren und ihr Unterstützernetzwerk bedienen. Dieses wird als Multiplikator in den sozialen Netzwerken und anderen relevanten Online-Plattformen bedeutsam, denn über die Netzwerke jedes einzelnen Unterstützers erhöht sich die Chance der Parteien, ihre Inhalte auch an Personen außerhalb ihrer (parteiinternen) Netzwerke zu vermitteln und die potentielle Reichweite erhöht werden. Problematisch aus Sicht der Parteien ist daran allerdings, dass dabei die Botschaften der Parteien verwässert werden können.

Neben der Mobilisierung in den großen sozialen Netzwerken setzen die Parteien insbesondere im Kontext von Wahlkämpfen auf die punktuelle Einbindung der Basis im Rahmen von Kampagnen (Gibson, 2013). Zur Koordination der Unterstützer/innen werden Online-Plattformen genutzt, beispielsweise „Meine Kampagne“ bei den Grünen oder „connect17“ bei der CDU. Unterstützer können sich auf den Plattformen anmelden, dort direkt ein Kompetenzprofil sowie das zur Verfügung stehende Zeitbudget hinterlegen und können so von den Parteien gezielt und koordiniert eingesetzt werden. Über die Plattformen stellen die Parteien Werbematerialien und Informationen für die Unterstützer/innen bereit.

Darüber hinaus haben sich auch die innerparteilichen Partizipationsmöglichkeiten verändert, wobei es sich bei der Internet-Partizipation nicht unbedingt um neue Formate handelt, sondern eher um Online-Versionen bestehender Partizipationsoptionen. Dabei zeigen sich unterschiedliche Formen der Einbindung sowie Unterschiede in Bezug auf die Beteiligungsrechte zwischen der formalen Mitgliedschaft und den Nichtmitgliedern. Strukturiert man die Möglichkeiten zur Beteiligung anhand der Dimensionen innerparteilicher Demokratie (Programmentwicklung, Kandidatenselektion, Informationsrechte bzw. Rechenschaftspflicht), zeigt sich, dass Online-Beteiligung primär im Bereich der Pro-

grammentwicklung angeboten wird (Gerl, 2016). Beispiele dafür sind Online-Plattformen zur Erarbeitung von Anträgen, Online-Zukunftsdialoge oder die Beteiligung an der Erarbeitung von Parteiprogrammen (u. a. Duclos, 2013; Hanel & Marschall, 2012). In der Regel sind die Beteiligungsrechte für Mitglieder dabei weitergehend als die von Nichtmitgliedern, um einen Anreiz zur Mitgliedschaft zu erhalten. Neben diesen eher seltenen Fällen der kollaborativen Einbindung dominieren im Online-Beteiligungsangebot der Parteien konsultative Angebote, die dazu dienen, Meinungen und Stimmungen zu bestimmten Themen zu erfassen oder neue Themen auf die parteipolitische Agenda zu bringen. In Ansätzen finden sich auch Möglichkeiten der Personalselektion; als Beispiel kann die „Green Primary“ der Grünen für die Europawahl 2014 angeführt werden. Auch wird der Bereich der Information zwischen Parteiführung und Parteibasis online ausgeweitet. Live-Streamings von vormals geschlossenen Veranstaltungen, der Einbezug von Live-Feedback über die sozialen Netzwerke im Rahmen von Parteiveranstaltungen, Video-Chats mit Fachpolitikern, Facebook-Sprechstunden oder ähnliche Formate können als Ausdruck der Öffnung der Parteien verstanden werden und einen Beitrag zum Abbau von Informationsasymmetrien innerhalb von Parteien leisten (Gerl, 2016).

Insgesamt betrachtet sind die Parteien nach wie vor zurückhaltend, was die Ausschöpfung der interaktiven Potenziale der neuen Medien angeht (Zeh & Holtz-Bacha, 2015). Als Gründe für den zurückhaltenden Einsatz internetbasierter Interaktionsangebote werden die Angst vor einem Kontrollverlust über die Inhalte, finanzielle Belastungen, mangelnde Kenntnis im Umgang mit den neuen Medien sowie innerparteiliche Widerstände gegen die neuen Technologien angeführt (Castel, 2013, S. 153–154; Emmer & Bräuer, 2010, S. 321; Lilleker & Vedel, 2013, S. 414). Die Online-Partizipations- und Kommunikationsmöglichkeiten in Parteien tendenziell von den Parteiliten gesteuert, von der Entscheidung über den Einsatz von Beteiligungsverfahren bis hin zur Entscheidung über den Umgang mit den online erzeugten Inhalten (Avril, 2013; Margetts, 2013).

In Bezug auf die Nachfrage nach Online-Partizipationsangeboten zeigt sich, dass diese bislang auf ein recht geringes Interesse bei den Mitgliedern und den Sympathisanten stoßen, obwohl diese mehrheitlich Online-Beteiligungsmöglichkeiten und auch einer Einbindung von Nichtmitgliedern über diesen Kanal nicht negativ gegenüberstehen (Bukow 2013). Der Sinn von Online-Beteiligung wird aber durchaus differenziert bewertet; nicht alle Formen der Parteiarbeit lassen sich online angemessen abbilden. Mit Blick auf das Mobilisierungspotenzial zeigt sich, dass durch die Online-Angebote in erster Linie Personen angesprochen werden, die ohnehin politisch aktiv sind, ob in Parteien oder darüber hinaus (u. a. Gerl, Marschall, & Wilker, 2016; Ritzi & Wagner, 2016). Politische Partizipation in Parteien ist und bleibt eine voraussetzungsvolle Beteiligungsform, dies gilt auch für den Online-Kontext. Ein weiterer Grund für die geringe Mobilisierungsfähigkeit der Online-Angebote könnte darin bestehen, dass sich diese Formen der Aktivität nicht unbedingt mit den Beitrittsmotiven der Parteimitglieder decken: Für diejenigen, die soziale Motive anführen, ist der Online-Kontext kein Ersatz und diejenigen, die Einfluss nehmen wollen, stoßen hier schnell an Grenzen, da Online-Verfahren in der Regel unverbindlich bleiben. Des Weiteren führt die Anonymität im Online-Kontext dazu, dass mit einem Engagement hier kaum Reputationsgewinne verbunden sind.

Fazit und Ausblick

Aus Sicht der Parteien kann mit der Bereitstellung von Online-Partizipationsangeboten Unterschiedliches erreicht werden: Zum einen erfüllen diese Angebote eine symbolische Funktion; die Parteien können dadurch zeigen, dass sie zeitgemäß sind, was aus Perspektive des Legitimationserhalts von Bedeutung ist. Andererseits erfüllen diese Angebote aber auch eine instrumentelle Funktion (Bukow, 2013; Jun, 2015): Aufgrund der sinkenden Mitgliederzahlen und vor dem Hintergrund der hohen Anzahl an passiven Mitgliedern müssen sich Parteien zunehmend um gesellschaftliche Verankerung bemühen.

Für die nahe Zukunft ist fraglich, dass sich an der zweigleisigen Beteiligungsstrategie in Bezug auf die Online-Partizipationsmöglichkeiten in Parteien, die sich im Hinblick auf den Einfluss zwischen Parteimitgliedern und Nichtmitgliedern unterscheidet, etwas ändern wird. Auch werden die Online-Angebote weiterhin als Ergänzung zu den analogen formalen Verfahren fungieren. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass sich die Möglichkeiten zur Partizipation in Parteien über das Internet zukünftig ausweiten werden. Online-Partizipation in Parteien wird deshalb als Gegenstand politikwissenschaftlicher Forschung weiterhin Aufmerksamkeit verdienen.

Parteiintern wird zunehmend daran gearbeitet, bestehende Prozesse etwa bei der Programmearbeit oder der Vorbereitung von Parteitagen online zu organisieren. Hierzu arbeiten die Parteien an eigenen Plattformen und technischen Lösungen, die zu den Anforderungen der Parteiarbeit passen. So könnte sich Online-Beteiligung langfristig besser in die bestehenden Prozesse einbinden lassen. Bislang fehlt es in der Regel an der Anbindung der internetbasierten Beteiligungsformen an die formale Willensbildung und Entscheidungsfindung.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass Online-Partizipation in Parteien klare Begrenzungen hat. Es bestehen formal-rechtliche Hürden (Satzungen, Parteiengesetz), die die Ausschöpfung der Potenziale der neuen Medien durch die Parteien begrenzen. Allerdings ließen sich diese Hürden zumindest im Hinblick auf die Satzungen durch die Parteien selbst abbauen. Außerdem sollte die Bedeutung der sozialen Funktion der Parteien nicht aus dem Blickfeld geraten. Nach wie vor wichtig für den Beitritt in eine Partei sind soziale Motive (Spier et al., 2012).

Zukünftige Forschung sollte sich zum einen mit den „feinen Unterschieden“ in den Online-Strategien der Parteien befassen. Außerdem erscheint es aufschlussreich, sich stärker den informellen Strukturen, also z.B. der Organisationskultur in Parteien zuzuwenden. Dazu zählt auch, den Bereich der bottom-up initiierten Online-Beteiligung in Parteien intensiver zu erforschen.

Literatur

- Avril, E. (2013). The Evolution of Decision-Making in the British Labour Party: From Grassroots to Networks? In E. Avril & C. Zumello (Hrsg.), *New Technology, Organizational Change and Governance* (S. 102–117). London: Palgrave Macmillan.
- Bieber, C. (2014). Online-Partizipation in Parteien – Ein Überblick. In K. Voss (Hrsg.), *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet* (S. 171–191). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bukow, S. (2013). *Die professionalisierte Mitgliederpartei: Politische Parteien zwischen institutionellen Erwartungen und organisationaler Wirklichkeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Castel, G. (2013). The Evolution of UK Parties in the Web 2.0 and Post-Spin Era. In E. Avril & C. Zumello (Hrsg.), *New Technology, Organizational Change and Governance* (S. 151–168). London: Palgrave Macmillan.
- DiMaggio, P. J., Hargittai, E., Neuman, R. W., & Robinson, J. P. (2001). Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, (27), 307–336.
- Duclos, N. (2013). The Scottish National Party and Organizational Democratization. In E. Avril & C. Zumello (Eds.), *New Technology, Organizational Change and Governance* (S. 118–132). London: Palgrave Macmillan.
- Emmer, M., & Bräuer, M. (2010). Online-Kommunikation politischer Akteure. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 311–337). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Faucher, F. (2015). New forms of political participation: Changing demands or changing opportunities to participate in political parties? *Comparative European Politics*, 13(4), 405–429.
- Gerl, K. (2016): *Zwischen Ortsverein und Cyber-Party. Auswirkungen neuer Medien auf Parteien als Organisationen*. Unveröffentlichte Dissertation, Universität Düsseldorf.
- Gerl, K., Marschall, S., & Wilker, N. (2016). Innerparteiliche Demokratie 2.0? *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 10(S2), 115–149.
- Gibson, R. K. (2013). Party Change, Social Media and the Rise of ‚Citizen-initiated‘ Campaigning. *Party Politics*, 1–15.
- Gibson, R. K., Nixon, P., & Ward, S. (Hrsg.). (2003). *Political parties and the Internet: Net gain?* London, New York: Routledge.
- Gibson, R. K., & Ward, S. (2009). Parties in the Digital Age: A Review Article. *Representation*, 45(1), 87–100.
- Hanel, K., & Marschall, S. (2012). Die Nutzung kollaborativer Online-Plattformen durch Parteien: Top down oder bottom up? *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 5–34.
- Hindman, M. S. (2010). *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Jun, U. (2015). Medialisierung politischer Parteien – eine strategische Notwendigkeit und ihre Wirkungen. In M. Jäckel (Hrsg.), *Wandel und Kontinuität der politischen Kommunikation* (S. 17–44). Opladen [u.a.]: Budrich.
- Klein, M. (2006). Partizipation in politischen Parteien.: Eine empirische Analyse des Mobilisierungspotenzials politischer Parteien sowie der Struktur innerparteilicher Partizipation in Deutschland. *Politische Vierteljahresschrift*, 47(1), 35–61.
- Larsson, A. O. (2013). „Rejected Bits of Program Code“: Why Notions of „Politics 2.0“ Remain (Mostly) Unfulfilled. *Journal of Information Technology & Politics*, 10(1), 72–85.
- Lilleker, D. G., & Vedel, T. (2013). The Internet in Campaigns and Elections. In W. H. Dutton (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Internet studies* (S. 401–420). Oxford: Oxford University Press.
- Lipow, A., & Seyd, P. (1996). The Politics of Anti-Partyism. *Parliamentary Affairs*, 42(2), 273–284.
- Margetts, H. (2013). The Internet and Democracy. In W. H. Dutton (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Internet studies* (S. 421–437). Oxford: Oxford University Press.
- Marschall, S. (2013). „Mitgliederpartei 2.0“: Chancen und Grenzen virtueller Parteimitgliedschaft. In U. v. Alemann, M. Morlok, & T. Spier (Eds.), *Parteien ohne Mitglieder?* (S. 271–287). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

- Poguntke, T. (2000). *Parteiorganisation im Wandel: Gesellschaftliche Verankerung und organisatorische Anpassung im europäischen Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Ritzi, C., & Wagner, A. (2016). Symbolisch oder echt?: Die politische Beteiligung junger Erwachsener in Deutschland online und offline. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 47(2), 304–326.
- Scarrow, S. (2005). *Political Parties and Democracy in Theoretical and Practical Perspectives: Implementing Intra-Party Democracy*. Washington, D.C.
- Schulz, W. (2014). Mediatization and New Media. In F. Esser & J. Strömbäck (Hrsg.), *Mediatizations of politics. Understanding the transformation of Western democracies* (S. 57–73). Basingstoke [England], New York: Palgrave Macmillan.
- Spier, T., Klein, M., Alemann, U. v., Hoffmann, H., Laux, A., Nonnenmacher, A., & Rohrbach, K. (Hrsg.). (2012). *Parteimitglieder in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- van Biezen, I., & Poguntke, T. (2014). The decline of membership-based politics. *Party Politics*, 20(2).
- Wring, D., & Horrocks, I. (2001). Virtual Hype? The Transformation of Political Parties?: New media and the ‚crisis‘ of democracy. In B. Axford & R. Huggins (Eds.), *New media and politics* (S. 191–209). London: Sage.
- Zeh, R., & Holtz-Bacha, C. (2015). Internet, Social Media Use and Political Participation in the 2013 Parliamentary Election in Germany. In G. Lachapelle (Ed.), *De Gruyter Textbook. Political Parties in the Digital Age* (S. 43–57). Berlin/Boston, Germany: de Gruyter.