

# **Parteiinterne Bedingungen für die Etablierung der Piratenpartei in Deutschland**

Arbeitspapier

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

Institut für Politische Wissenschaft

13. Juni 2013

Dominik Konrad

## Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigte sich mit den Etablierungschancen der Piratenpartei im Rahmen einer Bachelorarbeit im Institut für Politische Wissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg. Ziel war es, die innerparteilichen Bedingungen für die Etablierung der Piratenpartei zu beschreiben und zu bewerten, ob es ihr gelingen kann, bei den Bundestags- und Landtagswahlen Ergebnisse über fünf Prozent zu bekommen. Zur Erfassung der parteiinternen Bedingungen wurden die Ressourcen, die Strategie und das inhaltliche Angebot der Partei nach dem Modell von Oskar Niedermayer über die Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem untersucht. Die Ressourcen setzen sich aus Organisationsform, Mitgliedern, Führungskräften, Finanzausstattung, Motivation, innerparteilicher Willensbildung und Strategiefähigkeit der Partei zusammen. Die Strategie der Partei ist sowohl hinsichtlich ihrer Mobilisierung des eigenen Wählerpotentials als auch hinsichtlich der Abgrenzung und Konkurrenz zu anderen Parteien zu beurteilen. Das inhaltliche Angebot bezieht sich auf das Programm der Partei und versucht, die Partei auf den wesentlichen Konfliktlinien, die den Parteienwettbewerb prägen, einzuordnen. Die vorliegende Arbeit beschäftigte sich ausschließlich mit den Faktoren, welche für eine Etablierung innerhalb der Kontrolle der Partei liegen und lässt gesellschaftliche Faktoren, sowie das Verhalten und die Reaktionen der anderen Parteien außen vor. Wesentliche Ergebnisse der Analyse sind einerseits, dass die Piratenpartei eine eklatante Schwäche im Bereich der Führungskräfte hat und durch ihre prekäre Finanzsituation paralyziert wird. Die gewählte Organisationsform der Piratenpartei und ihre Mitgliederstruktur macht sie andererseits außerordentlich konkurrenzfähig gegenüber anderen Parteien. Ihre Strategie im politischen Wettbewerb ist sehr gut, wenngleich den Mitgliedern selbst häufig die Strategiefähigkeit fehlt. Der Piratenpartei gelingt es nicht, ihr Programm ansprechend und einfach zu kommunizieren. Am Ende bleibt die begründete Vermutung, dass es sich bei der Piratenpartei um eine „Hype-Partei“ handelt, die ihren Erfolg in Schüben einfährt. Bis zur Bundestagswahl 2013 scheint sich aber kein Hype dieser Art mehr einzustellen. Die Piratenpartei muss ihre vorhandenen Stärken ausbauen und ihren Schwächen soweit Rechnung tragen, dass sie nicht weiter die Achillesverse für den politischen Erfolg der Partei darstellen können. Ihren Markenkern, die onlinebasierte Entscheidungsfindung, sollte sie konsequent ausbauen und vereinfachen. Sie sollte sich Führungskräfte geben, die zumindest nach außen hin dem Bedürfnis medialer Repräsentation gerecht werden und vor allen Dingen sollte sie den Aufbau eines Systems basisdemokratisch organisierter Parteienfinanzierung in Angriff nehmen, um für den nächsten „Hype“ bereit zu sein.

Der Autor ist der Überzeugung, dass Wissen frei sein muss und stellt die Arbeit daher unter die Creative Commons „Namensnennung-Nicht-kommerziell-Weitergabe-unter-gleichen-Bedingung-en-3.0-Deutschland“-Lizenz (CC BY-NC-SA 3.0). Das Kopieren der Arbeit ist erwünscht.



## Inhalt

1. Etablierungschancen neuer Parteien im Parteiensystem.....	5
1.1 Zwischen Erfolg und Etablierung .....	5
1.2 Erfolgsbedingungen neuer Parteien nach dem Modell von Oskar Niedermayer.....	8
1.2.1 Zur Karrierestufe der Wettbewerbsbeeinflussung.....	9
1.2.2 Zur Karrierestufe der koalitionsstrategischen Inklusion.....	10
2. Parteiinterne Erfolgsfaktoren der Piratenpartei.....	11
2.1 Die Ressourcen der Piratenpartei .....	11
2.1.1 Die Organisationsform der Piratenpartei.....	12
2.1.2 Mitglieder .....	14
2.1.2.1 Vorteile der Mitgliederorganisation der Piratenpartei .....	19
2.1.2.2 Nachteile der Mitgliederorganisation der Piratenpartei .....	19
2.1.3 Führungspersonal.....	20
2.1.4 Finanzausstattung .....	24
2.1.5 Motivation.....	27
2.1.6 Innerparteiliche Willensbildung.....	27
2.1.6.1 Innerparteiliche Willensbildung als 'Tyrannie der Masse'.....	29
2.1.7 Strategiefähigkeit.....	30
2.1.8 Innovation oder leere Versprechen? .....	32
2.2 Die Strategie der Partei.....	34
2.2.1 Die Strategie der Piratenpartei als Antwort auf Beschleunigungsphänomene der Spätmoderne .....	37
2.2.2 Automatisierung als Antwort auf die Steuerungskrise der Politik? .....	38
2.3 Das inhaltliche Angebot der Partei.....	40
2.3.1 Plattformneutralität als Teilhaberversprechen .....	42
2.3.2 Plattformneutralität als Rechtssicherheit.....	42
2.3.3 Generierung von Inhalten durch das Spiel der politischen Meinungsbildung.....	44
2.3.4 Inhaltslosigkeit als Inhalt .....	45
3. Nerdpartei zwischen Macht und Marginalisierung.....	46
4. Bewertung der innerparteilichen Erfolgsfaktoren der Piratenpartei.....	47
5. Literaturverzeichnis.....	49
6. Abbildungsverzeichnis.....	55
7. Tabellenverzeichnis.....	55

## **1. Etablierungschancen neuer Parteien im Parteiensystem**

Parteiengründungen und das Agieren von Klein- und Kleinstparteien sind nicht nur in der Forschung wenig beachtet. Es ist kein alltägliches Phänomen, dass eine neue Partei im politischen System erfolgreich ist. Erst wenn die Parteien einige Hürden im politischen Wettbewerb genommen haben, werden sie auch für ein breiteres Publikum interessant. „In einem oder mehreren Bundesländern die Stufe der parlamentarischen Repräsentation zu erreichen, gelang im wiedervereinigten Deutschland bis 2011“ neben den Piraten „nur sieben weiteren, nicht im Bundestag vertretenen Parteien.“ (Niedermayer 2012, 31) Der Partei „Arbeit für Bremen und Bremerhafen“ (AFB) und der „STATT-Partei“ in Hamburg gelang jeweils nur für eine Legislaturperiode der Einzug in ein Landesparlament (ebd.). Der rechtspopulistischen Schill-Partei gelang 2001 der Einzug in das Hamburger Parlament, und unter der Bezeichnung „Offensive-D“ gelang ihr 2011 der Einzug in die Bremer Bürgerschaft (ebd.). Ebenfalls erst eine Legislaturperiode sind die Freien Wähler im bayerischen Landtag vertreten. Ihnen werden aber gute Chancen eingeräumt, den Wiedereinzug zu schaffen (ebd.). „Einen Sonderfall im deutschen Parteiengefüge bildet der „Südschleswigsche Wählerverband“ (SSW), der als Vertretung der dänischen Minderheit in Schleswig Holstein von der Fünf-Prozent-Hürde befreit und im Landtag vertreten ist.“ (ebd. 32) In mehrere Landtage einzuziehen gelang seit 1990 neben den Piraten bisher nur den drei rechtspopulistischen Parteien REP, DVU und NPD. Keiner der genannten Parteien gelang es, wie die Piraten mehr als ein halbes Jahr in bundesweiten Umfragen über der Fünf-Prozent Hürde zu liegen.<sup>1</sup> Das Aufkommen der Piratenpartei bietet Anlass, sich einmal mit ihren Erfolgsbedingungen als neuer Parteien im Parteiensystem auseinanderzusetzen.

### **1.1 Zwischen Erfolg und Etablierung**

Da die Piraten erfolgreich waren, geht es bei der Betrachtung dieser Partei auch um den Unterschied zwischen Erfolg und Etablierungschancen neuer Parteien im Parteiensystem. Es stellt sich die Frage, ob es den Piraten gelingt, an den kurzfristigen Erfolg des Einzugs in vier Landesparlamente auch langfristig anschließen zu können. „Das Auftreten einer neuen politischen Vereinigung ist nicht selten auf gesellschaftliche Veränderungen zurückzuführen, die neue Fragen und Probleme mit sich bringen und auf die

---

<sup>1</sup> Allensbach, Institut für Demoskopie - Sonntagsfrage 2013 <http://www.ifd-allensbach.de/studien-und-berichte/sonntagsfrage/gesamt.html>, abgerufen am 26.4.2013

die etablierten politischen Kräfte keine bzw. – aus Sicht eines nicht unerheblichen Teils der Wählerschaft – keine ausreichenden Antworten bieten.“ (Bartels 2012, 15) Das Aufkommen neuer Parteien stellt nicht nur die etablierten Parteien des politischen Systems vor neue Herausforderungen, es bietet auch die Möglichkeit, die Parteienforschung in ihrem Ansatz zu hinterfragen. Es scheint, als ob wichtige soziokulturelle Entwicklungen nicht gesehen, oder zumindest nicht zeitgemäß gesehen wurden. Die Piratenpartei selbst fordert in ihrem Wesen das bestehende System heraus. So „erscheint die Partei als ein großes politiksoziologisches Experiment im offenen Feld, dem sich nicht mit vorgegebenen Konzepten und Kategorien annähern lässt.“ (Odenbach 2012, 18) Festzustellen, ob die Piratenpartei bereits die eine oder andere Hürde im parteipolitischen Wettbewerb genommen hat, genügt nicht, um ihre Etablierungschancen beurteilen zu können.

Bis heute hat die Piratenpartei einen geringen Organisationsgrad. Einerseits liegt dies an ihrem geringen Alter, stärker jedoch an ihrem Bedürfnis, fundamental anders als alle Parteien zu sein, also auch möglichst wenige der vorgegebenen Strukturen zu übernehmen. Die Kategorien Erfolg und Etablierung werden von den Piratenanhängern demzufolge anders interpretiert. In einem Interview sagte der zu diesem Zeitpunkt frisch gewählte Vorsitzende der Piratenfraktion im Landtag von Nordrhein-Westfalen, Joachim Paul, angesprochen auf die Schwierigkeit politischer Entscheidungen: „Ich weiß nicht wer’s gesagt hat, aber es gibt diesen schönen Satz, „Politik ist die Kunst des Möglichen“, an der Stelle muss man dann eben nach Möglichkeiten suchen, aber unsere Überzeugung ist die, und wir sagen ja wir sind mit Politik befasst aus einer gewissen Notwehr heraus, dass nicht immer konsequent nach alternativen Lösungen gesucht worden ist. Also „alternativlos“ ist in der Piratenpartei ein nicht sehr beliebtes Wort das kann ich ihnen sagen. Da sucht man lieber und findet vielleicht die eine oder andere auch unkonventionelle Geschichte. Es ist manchmal ein etwas umständlicher Recherche und Prüfungsprozess um zu gucken: Gibt’s nicht noch ne andere Option.“<sup>2</sup> Auch Felix Neumann, der im Frühjahr 2011 eine groß angelegte Umfrage unter den Mitgliedern der Piratenpartei durchführte, teilt die Einschätzung, dass „sich die Partei als anders als die etablierten Parteien (und auch darüber hinaus) begreift und sich deswegen auch sicherlich keinem Spektrum unterwerfen will, welches nur die bisherigen Ausrichtungen der mehr oder weniger etablierten Parteien abbildet. Darin zeigt sie einen Teil des Selbstverständnisses des Andersseins – nämlich den Willen, die gemeinsamen politischen Ziele erreichen zu wollen, ohne dabei in die Fußstapfen etablierter Vorläufer zu treten und deren Kurs letztendlich doch noch unwillentlich einzuschlagen. Zu diesem Anderssein gehört auch ein starker Drang nach Freiheit. Allerdings hat die Piratenpartei keine feste Definition von dem, was sie unter dem Begriff Freiheit versteht, außer einer abstrakten Forderung nach Freiheit selbst. Ich denke, es geht dabei besonders um die Freiheit, anders sein

---

<sup>2</sup> WDR EinsZuEins (2/2) Piraten NRW willkommen im Landtag - Interview mit Joachim Paul am 31.5.2012, <http://www.youtube.com/watch?v=y9YA8gTZwb8&feature=endscreen&NR=1>, abgerufen am 3.10.2012

zu können. Also darum, Abstand von Gewohntem zu nehmen, um auf neuen Pfaden Politik zu gestalten. Hier vermuten die Piraten die Schätze, die noch unberührt sind und aus denen sich erst etwas Neues formen lässt, was anders sein könnte.“ (Neumann 2011, 205f.) Niedermayer konstatiert in seiner Analyse der parteiinternen Struktur, „dass die Piratenpartei ihr originäres Organisationsverständnis so weit verwirklicht hat, wie es die rechtlichen Rahmenbedingungen des Parteienwettbewerbs zulassen.“ (Niedermayer 2012, 85) Die Piratenpartei strebt also stets die minimal nötige Struktur an, um die Parteilichkeit gerade noch aufrecht zu erhalten. Auf der anderen Seite speist sich diese Einstellung aus dem Selbstverständnis der Partei, eine Bewegung zu sein, und der Idee, sich selbst aufzulösen, sobald alle Forderungen erfüllt worden sind. So sagte der damalige Bundesvorsitzende Sebastian Nerz in einem Interview: „Wenn ich ehrlich bin, glaube ich nicht, dass andere Parteien sich jetzt sehr schnell so weit öffnen würden, wie wir das derzeit machen. Sie hatten 60 Jahre Zeit, sich an bestimmte Prozesse zu gewöhnen, das geht nicht von heute auf morgen (...) und wenns passiert dann ist es auch in Ordnung, dann haben wir unser Ziel ja erreicht.“ „...und dann?“ „Dann werden wir schauen ob wir entweder andere, weitere Ziele haben, die wir verfolgen müssen oder ob die Piratenpartei dann überflüssig wird und wir dann eben wieder etwas anderes machen.“<sup>3</sup>

Werden die genannten Erkenntnisse zusammengelegt, entsteht das Bild einer Partei, die unter Umständen überhaupt nicht daran interessiert ist, sich zu etablieren. Eine Etablierung könnte sogar gegen ihren Willen oder gegen den Willen von Teilen der Partei gehen.<sup>4</sup> Nicht nur Erfolg und Etablierung sind Worte, die von den Piraten abgelehnt werden. Am Beispiel der Debatten auf dem Bundesparteitag in Bochum kommt die Konrad-Adenauer-Stiftung in ihrer Analyse zu dem Ergebnis, „dass es den Piraten zuallererst darum geht, neue Begriffe zu erfinden oder zumindest bestehende im Sinne der eigenen Maßstäbe umzudeuten. Das erinnert an die Wortgefechte der 68er, die Begriffe „besetzten“, um sie für die politischen Ziele zu instrumentalisieren. Ähnliche Wortklaubereien waren in Bochum zu hören.“ (Stoye und Pokorny 2012, 10) Eine wissenschaftliche Betrachtung der Piratenpartei muss also stets mit dem Hintergedanken gelesen werden, dass Worte und Wortdefinitionen aufgrund der sich fortentwickelnden Sprache nicht absolut sind. Unter Umständen versuchen die Piraten mit Absicht, wissenschaftliche Kriterien der Parteienforschung umzudeuten, sie zu umgehen oder aufzuweichen. Die Piraten haben sich zum Ziel gesetzt, nicht nur den Inhalt, sondern auch die Struktur des politischen Systems der Bundesrepublik zu verändern. Da allerdings die Geltung von Begriffen vorausgesetzt werden muss, um überhaupt Wissenschaft betreiben zu können, werden Etablierungschancen der Partei folgendermaßen definiert:

---

<sup>3</sup> ZDFneo Politix: Der piratige "Wir-sind-anders"-Hype, März 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=7OIXadWJC6Y&feature=g-user-u>, abgerufen am 3.10.2012

<sup>4</sup> Vgl. hierzu die Kerni – Volli – Debatte bei der es darum ging, ob sich die Partei ein Vollprogramm gibt um weitere Wählerschichten anzusprechen, oder ob sie sich auf die netzpolitischen Kernforderungen konzentrieren möchte, <http://www.taz.de/Bundesparteitag-der-Piraten/!61579/>, abgerufen am 2.10.2012

Als erfolgreiche Etablierung in Bezug auf die Piratenpartei soll angesehen werden, dass es ihr gelingt, weiterhin Wahlergebnisse über der Fünf-Prozent-Hürde zu erreichen und in weitere Länderparlamente und in den Bundestag einzuziehen und diesen Erfolg auch zu wiederholen. Hierzu sollen die innerparteilichen Erfolgsfaktoren der Piratenpartei nach dem Modell der Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem von Niedermayer betrachtet werden.

## **1.2 Erfolgsbedingungen neuer Parteien nach dem Modell von Oskar Niedermayer**

Oskar Niedermayer hat sich anhand der Piratenpartei mit den Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem beschäftigt und eine umfangreiche Liste an Faktoren erstellt, die für deren Erfolgchancen eine Rolle spielen (Niedermayer 2012, 9ff.). Dabei unterscheidet er zwischen parteiinternen- und parteiexternen Faktoren. Parteiinterne Faktoren sind Ressourcen wie Mitglieder, Finanzen und innerparteiliche Willensbildung, aber auch Strategie und inhaltliches Angebot der Partei. Parteiexterne Faktoren beziehen sich zum einen auf die soziostrukturelle Zusammensetzung des Wählerklientels, welches es zu mobilisieren gilt, und andererseits auf die rechtlichen Rahmenbedingungen des Parteienwettbewerbs wie beispielsweise Parteienfinanzierung und Wahlrecht. Die vorliegende Arbeit konzentriert sich auf die parteiinternen Faktoren der Erfolgchancen neuer Parteien und analysiert diese am Beispiel der Piratenpartei. Das Modell ist weiterhin einem Abänderungsprozess unterworfen, so ist der Aspekt der Regierungsübernahme erst in der aktualisierten Version von 2012 hinzugekommen.<sup>5</sup> Nach dem Modell Niedermayers werden zur Messung des Erfolgs von Parteien sechs aufeinander aufbauende Karrierestufen unterschieden (vgl. Tabelle 1). Die erste Stufe ist die „Wahlteilnahme“ mit der „Zuerkennung der Parteieigenschaft durch die Zulassung zu einer Parlamentswahl – in der Bundesrepublik die Zulassung zu einer Landtags- oder Bundestagswahl“. Darauf folgt die Stufe der „Wettbewerbsbeeinflussung“, „die Existenz oder Aktivität der Partei führen zu Reaktionen anderer Parteien im Parteienwettbewerb. Die neue Partei erhält damit parteistrategische Relevanz für ihre Konkurrentinnen“. Mit dem „Einzug in ein Parlament, d.h. in Deutschland in einen Landtag, in den Bundestag oder in das Europäische Parlament“ erhält die Partei „Parlamentarische Repräsentation“. Es folgt die „Koalitionsstrategische Inklusion“, das heißt, „mit der Partei können rein rechnerisch minimale Gewinnkoalitionen gebildet werden. Damit erhält die Partei gouvernementale Relevanz, d.h. sie wird in Überlegungen zur Regierungsbildung einbezogen“. Die vorletzte Stufe ist die „Regierungsbeteiligung“ in der „die Partei (...) als Juniorpartner an einer Regie-

---

<sup>5</sup> vgl. Niedermayer, Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem am Beispiel der Piratenpartei Deutschland, Zeitschrift für Parlamentsfragen 41, 2010, 840



„beteiligt“ wird und schließlich die „Regierungsübernahme“, bei der die Partei „die Regierungschefin/den Regierungschef“ stellt „und (...) damit die höchste Stufe ihrer Karriere erreicht“. (Niedermayer, 2012 9ff.)

1. **Wahlteilnahme** (Zuerkennung der Parteieigenschaft durch die Zulassung zu einer Parlamentswahl – in der Bundesrepublik die Zulassung zu einer Landtags- oder Bundestagswahl).
2. **Wettbewerbsbeeinflussung** (die Existenz oder Aktivität der Partei führen zu Reaktionen anderer Parteien im Parteienwettbewerb). Die neue Partei erhält damit parteistrategische Relevanz für ihre Konkurrentinnen.
3. **Parlamentarische Repräsentation** (Einzug in ein Parlament, d.h. in Deutschland in einen Landtag, in den Bundestag oder in das Europäische Parlament).
4. **Koalitionsstrategische Inklusion** (mit der Partei können rein rechnerisch minimale Gewinnkoalitionen gebildet werden). Damit erhält die Partei gouvernementale Relevanz, d.h. sie wird in Überlegungen zur Regierungsbildung einbezogen.
5. **Regierungsbeteiligung** (die Partei wird als Juniorpartner an einer Regierung beteiligt).
6. **Regierungsübernahme** (die Partei stellt die Regierungschefin/den Regierungschef und hat damit die höchste Stufe ihrer Karriere erreicht).

Tabelle 1: Karrierestufen neuer Parteien nach dem Modell von Niedermayer 2012, 9ff.

Bevor mit der Analyse der Piratenpartei anhand der bereits erreichten Karrierestufen begonnen werden kann, sollte auf die Operationalisierungsprobleme eingegangen werden, die sich bei der Analyse der Piratenpartei mit diesem Modell ergeben.

### **1.2.1 Zur Karrierestufe der Wettbewerbsbeeinflussung**

Bei der Karrierestufe der Wettbewerbsbeeinflussung geht es um die Frage, ab welchem Zeitpunkt eine Partei Einfluss auf das Wettbewerbsverhalten ihrer Konkurrentinnen nimmt. Während die Karrierestufen eins und drei, Wahlbeteiligung und Parlamentarische Repräsentation, eindeutig feststellbar sind, so ist dies bei der Stufe der Wettbewerbsbeeinflussung nicht der Fall. Ein eindeutig

nachprüfbares Kriterium zur Wettbewerbsbeeinflussung könnte die Hürde zur staatlichen Parteienfinanzierung sein. In Deutschland liegt sie auf Bundesebene bei 0,5 Prozent der erhaltenen Stimmen, auf Landesebene bei 1 Prozent. Überschreitet eine Partei diese Hürde, bedeutet jede weitere Stimme, welche sie erhält, einen Verlust der anderen Parteien aus der Gesamtheit staatlicher Parteienfinanzierung, während davor noch jede Stimme aufgrund des Verteilungsschlüssels einen Zugewinn für die Parteien bedeutet hätte. Zumindest bei der Piratenpartei ging das Überschreiten der zweiten Karrierestufe und der 1-, beziehungsweise 0,5-Prozent-Hürde Hand in Hand. „Im Jahre 2009 (...), kamen sie bei der Europawahl auf 0,9 Prozent, bei der Landtagswahl in Sachsen auf 1,9 Prozent, bei der Bundestagswahl auf 2,0 Prozent und bei der Landtagswahl in Schleswig-Holstein auf 1,8 Prozent. Damit hatten sie 2009 die Anspruchsberechtigung für die öffentliche Teilfinanzierung der Parteien erfüllt.“ (Niedermayer 2012, 88f.) „Es spricht auch Einiges dafür, das Erreichen der zweiten Karrierestufe, also die Wettbewerbsbeeinflussung durch Reaktionen anderer Parteien auf die Piratenpartei, in die Zeit zwischen der Europa- und Bundestagswahl (2009, Anm.) zu verorten.“ (ebd. 39)<sup>6</sup> Es wäre also folgerichtig, auch die zweite Karrierestufe an einem Wahlergebnis festzumachen.

### **1.2.2 Zur Karrierestufe der koalitionsstrategischen Inklusion**

Der Versuch, demokratische Partizipation neu zu denken, wird anhand von strukturellen Alleinstellungsmerkmalen der Piratenpartei deutlich. Von besonderer Bedeutung für das sechsstufige Karrieremodell ist die Ablehnung des Fraktionszwangs, oder positiv formuliert, das Ernstnehmen des freien Mandats des Abgeordneten.<sup>7</sup> Setzt die Piratenpartei diese Politik fort, kann mit ihr keine minimal-winning-coalition gebildet werden (Niedermayer 2012, 8f.), denn die Koalitionspartner könnten sich nie über das Abstimmungsverhalten der Piratenfraktion sicher sein. Würde dennoch unter diesen Bedingungen eine minimal-winning-coalition gebildet, würden die Abgeordneten der Piraten einen unverhältnismäßig großen Einfluss erhalten. Sie könnten unverbindlich mit der Opposition einen Gesetzesentwurf gegen ihre eigenen Koalitionspartner durchbringen. Ein solches Szenario scheint allerdings unwahrscheinlich. Die Piratenpartei hinge zunächst auf der dritten Karrierestufe fest. Viel wahrscheinlicher ist, dass die Piratenfraktionen durch ihr Abstimmungsverhalten ohne Fraktionszwang eine bestehende, knappe Regierungsmehrheit gegen Abweichler in den eigenen Reihen stabilisieren.<sup>8</sup> Damit kommt die Frage auf, ob es

<sup>6</sup> Vgl. das Kapitel „Die Beeinflussung des Parteienwettbewerbs durch die Piratenpartei“ in Niedermayer 2012, 238 ff.

<sup>7</sup> „[Die Abgeordneten] sind Vertreter des ganzen Volkes, an Aufträge und Weisungen nicht gebunden und nur ihrem Gewissen unterworfen.“ (Art. 38 Abs. 1 Satz 2 (GG))

<sup>8</sup> In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass die Regierung in Schleswig-Holstein derzeit mit einer Stimme Mehrheit regiert.

sich hier schon um die Tolerierung einer Regierungskoalition handelt und ob die Piraten mit dem Einzug in ein Landesparlament nicht bereits indirekt sofort an der Regierung beteiligt werden. Weiterhin besteht die Möglichkeit, eine minimal-winning-coalition mit Teilen der Piratenfraktion bei gleichzeitiger Weigerung eines anderen Teils zu bilden. Es zeigt sich im Hinblick auf die Piratenpartei und ihre derzeit noch bestehende Nutzung des freien Mandats also, dass sich der Unterschied zwischen dritter und vierter Karrierestufe des Modells von Niedermayer nicht klar bestimmen lässt. Aus diesem Grund werden koalitionsstrategische Überlegungen über die Piratenpartei in dieser Arbeit ausgeklammert. Es wird nur die Frage untersucht, ob es der Partei gelingen kann, die eindeutig feststellbare, dritte Hürde des Erfolgsmodells zu nehmen, also bei Wahlen über fünf Prozent zu kommen.

## **2. Parteiinterne Erfolgsfaktoren der Piratenpartei**

Nach dem Modell von Niedermayer sind die übergeordneten parteiinternen Faktoren für den Erfolg einer neuen Partei ihre Ressourcen, ihre Strategie und ihr inhaltliches Angebot. An diesen Faktoren orientiert sich die Struktur der vorliegenden Arbeit. Sie widmet sich zunächst den Ressourcen der Piratenpartei, beschreibt danach ihre Strategie und schließlich ihre politischen Inhalte. Die drei Faktoren stehen nicht nur für sich, sondern im Wechselspiel zueinander. Die Strategie der Partei zur Wählermobilisierung orientiert sich an ihren Ressourcen. Besitzt die Partei beispielsweise eine geringe Mitgliederzahl oder wenig Geld, muss sie versuchen, effiziente Nischen zur Erregung von Aufmerksamkeit zu finden. Die Inhalte der Partei wiederum orientieren sich an den Strategien zur Wählermobilisierung.

### **2.1 Die Ressourcen der Piratenpartei**

Ein Faktor für die Erfolgchancen einer Partei sind ihre Ressourcen. Sie setzen sich zusammen aus der Organisationsform, den Mitgliedern, dem Führungspersonal, den Finanzen, der Motivation, der innerparteilichen Willensbildung und der Strategiefähigkeit der Partei. Die gewählte Organisationsform beeinflusst die Finanzausstattung, die Willensbildungsprozesse und die Strategiefähigkeit der Partei. Sie wirkt sich auf die Motivation von Führungskräften und Mitgliedern aus und überzeugt im Idealfall Interessierte, der Partei beizutreten. Die Finanzausstattung der Partei beeinflusst die Motivation und die Qualität des Führungspersonals. Die soziostrukturelle Zusammensetzung der Mitglieder beeinflusst die

Strategiefähigkeit und die Willensbildungsprozesse der Partei. Schließlich beeinflusst die Strategiefähigkeit der Partei die Motivation der Mitglieder und Führung. Neue Parteien haben naturgemäß eine geringe Menge an Ressourcen, die sie im parteipolitischen Wettbewerb einsetzen können. Nur mit dem Entstehen einer politischen Lücke und dem konsequenten Einbrechen in diese können sie erfolgreich sein. Um diese Nische besetzen zu können, ist eine hohe Spezialisierung der neuen Partei nötig und sie ist dazu gezwungen, ihre Ressourcen auf diese Spezialisierung zu konzentrieren. Dies führt in der Folge zu Schwankungen innerhalb der Ressourcenbasis der neuen Parteien. Neue Parteien zwischen Erfolg und Etablierung stehen vor dem Dilemma, ihr erfolgreiches Nischendasein gegen den Widerstand des politischen Systems durch die Verbreiterung der Ressourcenbasis zu erweitern, oder noch tiefer in die Nische des Systems hineinzustoßen, indem sie die Konzentration auf eine erfolgreiche Ressource verstärken. Sie müssen den Anforderungen des politischen Wettbewerbs gerecht werden und sich eine Ressourcenbasis in allen Bereichen aufbauen, die sie auch über Durststrecken hinweg tragen kann, ohne gleichzeitig ihre politische Eigentümlichkeit zu verlieren. In folgendem Abschnitt sollen die Ressourcen der Piratenpartei untersucht und nach ihrer Tragfähigkeit für eine Etablierung beurteilt werden.

### **2.1.1 Die Organisationsform der Piratenpartei**

Nach Beyme gibt es vier Stadien zur Messung des Organisationsgrads einer Partei.<sup>9</sup>

- Die Honoratiorenpartei oder Wählerpartei: Diese Partei weist eine geringe Bindung zu ihrer Wählerschaft auf. Ihre Mitglieder rekrutieren sich hauptsächlich aus einflussreichen Bürgern.
- Die Mitgliederpartei: Diese Parteien entstehen aus außerparlamentarischen Organisationen und weisen bereits vor Beginn ihrer politischen Tätigkeit einen hohen Organisationsgrad auf. Sie zeichnen sich durch eine große Mitgliederzahl aus. Soziokulturelle Neben- und Vorfeldorganisationen begleiten das Parteimitglied im besten Fall ein Leben lang.
- Die Volkspartei: Verfolgt das Ziel der Wählermaximierung durch eine entideologisierte Orientierung zur gesellschaftlichen Mitte. Sie besitzt eine starke Führung und eine relativ schwache, heterogene Mitgliederbasis.
- Die professionalisierte Wählerpartei: Sie zeichnet sich durch Karrieremotivation der Mitglieder und Orientierung an den Massenmedien aus. Gleichzeitig herrscht eine inhaltliche Annäherung der Parteien aneinander und eine wachsende Einbindung in staatliche Strukturen.

---

<sup>9</sup> Blank und Tzschätzsch 2009, nach Beyme 2001

Wie lassen sich nun die Piraten in diese Stadien einordnen? Die Partei wäre nur in einer Hinsicht klar eine Form von professionalisierter Wählerpartei: Sie nutzt die Medien, um ihre Inhalte zu verbreiten. Dabei spielt das Internet im Gegensatz zu anderen Parteien eine wesentlich größere Rolle als herkömmliche Medienformate. Andere Charakteristika einer professionalisierten Wählerpartei lassen sich nicht finden: Zumindest bis vor den derzeitigen Wahlerfolgen schien es unwahrscheinlich, dass sie als Karriereweg dienen könnte, es lässt sich weder eine abschließende Prognose über die inhaltliche Ausrichtung der Partei machen, noch darüber, ob sie sich anderen Parteien programmatisch annähern wird. Es gibt kaum Einbindung in staatliche Strukturen. Für den Status einer Volkspartei spräche die entideologisierte Haltung der Partei. Allerdings lässt sich keine programmatische Tendenz zur gesellschaftlichen Mitte erkennen,<sup>10</sup> die Führung ist schwach, die Mitglieder sind stark. Die Partei ist auch nicht notwendigerweise an einer Stimmenmaximierung interessiert, weil sie nicht opportunistisch ist.<sup>11</sup> Für den Status einer Mitgliederpartei spräche, dass sich die Partei derzeit hauptsächlich über den Mitgliedsbeitrag ihrer Anhänger finanziert. Sie rekrutiert sich aus einer gesellschaftlichen Gruppe außerhalb des Parlaments, die schon vor der Parteigründung einen hohen Organisationsgrad hatte. Allerdings strebt sie keine allgemeine Betreuung ihrer Mitglieder und Einbindung in weitere parteinahe Organisationen an. Es bleibt also festzustellen, dass die Piratenpartei eher keine professionalisierte Wählerpartei und keine Volkspartei ist. Es gibt Anzeichen dafür, dass sie eine Mitgliederpartei ist, allerdings besitzt sie nicht den dafür typischen Betreuungsanspruch „von der Wiege bis zur Bahre“, da ihr schlicht die Strukturen dafür fehlen.

Nimmt man das Konzept der deterritorialen Vergemeinschaftung (Hepp 2008) zur Hand, gedeihen der Piratenpartei Züge einer Wähler- oder Honoratiorenpartei an. „Das originäre Kommunikations-, Partizipations- und Organisationsverständnis der Piratenpartei beruht auf den Prinzipien der Transparenz, Inklusion und Entgrenzung, d.h. die Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse sollen möglichst offen, mit möglichst breiter Beteiligung und nicht auf Parteimitglieder beschränkt ablaufen.“ (Niedermayer 2010, 847f.) Mittels des Internets haben lokale Gruppen die Möglichkeit ein übergreifendes translokales Netzwerk zu bilden. Es gibt eine sinnstiftende, subjektiv gefühlte Zusammengehörigkeit, aber keine territoriale Eingrenzung. Territoriale Bezüge spielen allerdings dahingehend eine Rolle, als es zu „lokalen und regionalen Verdichtungen kommen kann“ (Zolleis, Prokopf und Strauch 2010, 29f.). Dennoch bleibt das Zusammengehörigkeitsgefühl in seiner Deterritorialität erhalten und wird nicht von territorialen Verdichtungen absorbiert.<sup>12</sup> Dieses translokale Netzwerk ändert aber nichts an der Tatsache, dass Gruppen oder Individuen gleichzeitig noch in ihrem lokalen Kontext sozialisiert sind. Einzelne oder Gruppen können sich unverhältnismäßig stärker für ihre Interessen einsetzen als es ihre lokale

---

<sup>10</sup> Die Piratenpartei ist eine „eher linke Partei“. (vgl. Debus und Faas 2012, 209)

<sup>11</sup> „Die Piraten seien keine Karrieristen, sie wollten nicht um jeden Preis gewählt werden, also gebe es auch keinen Grund, sich zu verbiegen.“ (Zeh 2011)

<sup>12</sup> vgl. Zolleis, Prokopf und Strauch 2010, 29f.

Sozialisierung vermuten lässt, wenn sie Rückhalt und Unterstützung einer translokalen, virtuellen Gemeinschaft erhalten. Dieser Rückhalt gilt auch dann, wenn er nur von einer anonymen Masse an Internetaktivisten ausgeht. Weitere Anzeichen für eine Wählerpartei sind die ehrenamtliche Tätigkeit der Führung und eine Wählerschaft, die im Verhältnis zu den Mitgliedern groß und zugleich schwach an die Partei gebunden ist. Politische Teilhabe ist nur unter Aufwendung privater Ressourcen möglich. Zeit und Geld, sowie die Erfahrung in der Verwendung der digitalen Kommunikationsmittel schränken die Möglichkeit zur politischen Teilhabe ein. Die Partei tendiert dazu, von einer „digitalen Elite“<sup>13</sup> getragen zu werden. Gegen die Charakterisierung der Piratenpartei als Wählerpartei spricht, dass die Parteiführung keine Elite in dem Sinne darstellt, dass sie einen Führungsanspruch vertritt, die Finanzierung der Partei, abseits von Spendenaufrufen, nicht aus externen Quellen erfolgt und dass sie sich nicht aus dem Parlament heraus gegründet hat.

Durch die dezentrale Vergemeinschaftung in der Organisation einer digitalen Wählerpartei stellen die Piraten die anderen Parteien weder vor eine ideologische noch eine inhaltliche Herausforderung. Das Organisationsprinzip der Piraten ist eine Kritik an den Entscheidungsfindungsprozessen des politischen Systems der Bundesrepublik. Das Bedürfnis anders zu sein (Neumann 2011, 205f.) ist in der Piratenpartei so groß, dass sie lieber hart am Abgrund der politischen Bedeutungslosigkeit segelt, als Kompromisse zwischen praktischen politischen Anforderungen und ihren organisatorischen Prinzipien zu machen. Dies ist aber wiederum eine Einstellung, die beim Wähler Anerkennung finden kann.

### **2.1.2 Mitglieder**

Eine der Erfolgsbedingungen für neue Parteien ist die Mitgliederbasis. Dabei spielt nicht nur deren Zahl, sondern auch deren soziostrukturelle Zusammensetzung, territoriale Verteilung, Motivation und Mobilisierungsfähigkeit eine Rolle. Die Mitgliederbasis gibt die Richtung politischer Entscheidungen vor. Ebenso rekrutieren sich aus ihr Personal und Führungskräfte der Partei. Die Mitglieder sind „Seismographen gesellschaftlicher Entwicklungen und Prozesse, damit die Parteien nicht das Gespür für die Interessen, Bedürfnisse, Wünsche und Sorgen der Bürgerinnen und Bürger verlieren“ (Niedermayer 2012, 90), sie tragen durch ihre Beiträge zu einer konstanten Parteifinanzierung bei, bilden motivierte und kostengünstige Arbeitskräfte und sind im Allgemeinen wichtig bei der Vermittlung von Inhalten in ihrem sozialen Umfeld, und besonders bei Wahlkämpfen (ebd. 90 f.). Im Modell von Niedermayer sind

---

<sup>13</sup> Schmelzer 2012 und Hensel und Klecha 2013, 18

die Parteimitglieder folgendermaßen einzuordnen: Sie entfalten eine Bindungswirkung der Erfolgsbedingung der innerparteilichen Organisation, den Willenbildungsprozessen, dem Führungspersonal, der Finanzausstattung und Strategiefähigkeit und der Erfolgsbedingung der Vermittlung politischer Inhalte, der Verortung auf den wesentlichen Konfliktlinien, die den Parteienwettbewerb prägen, und der Haltung zu einzelnen relevanten Themen gegenüber dem potentiellen Wähler. Dabei treten sie unter Umständen in direkte argumentative Konkurrenz zu den Positionen anderer Parteien im parteipolitischen Wettbewerb und müssen sich mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen vor Ort bewähren. Die Struktur der Mitgliederbasis gibt also Auskunft über die Chancen zur Wählergewinnung und damit über die Erfolgsaussichten der Partei. Oskar Niedermayer bescheinigt der Piratenpartei, dass sie „bundesweit über eine Mitgliederbasis (verfügt), die die ihr zugeschriebenen Funktionen durchaus erfüllen und damit zum Erfolg der Piraten beitragen kann.“ (ebd. 92) Die Piratenpartei besitzt im April 2013 mehr als 32 000 Mitglieder. Abbildung 1 verdeutlicht die Mitgliederzuwächse der Partei seit ihrer Gründung und deren Verteilung auf die Landesverbände der Partei.

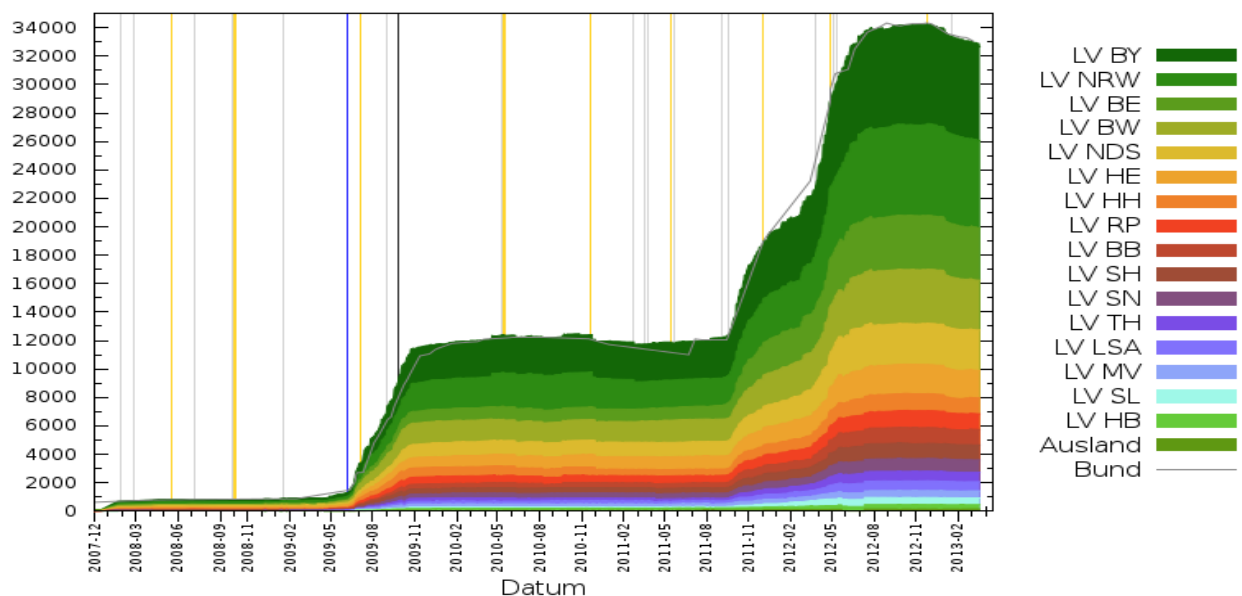


Abbildung 1: Mitgliederzahlen nach Landesverbänden, [https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken\\_zu\\_Mitgliederzahlen](https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken_zu_Mitgliederzahlen), abgerufen am 3.5.2013

Zu den Mitgliederzahlen ist anzumerken, dass die Partei Mitglieder, die ihre Beiträge nicht zahlen, nicht aus der Partei ausschließt. Von derzeit 32.000 Mitgliedern bezahlen 11.000 ihren Mitgliedsbeitrag.<sup>14</sup> Deshalb entsteht bei der Piratenpartei ein fließender Übergang zwischen Interessierten, Sympathisanten, Mitgliedern und Führungspersonal. Aufgrund des spezifischen Organisationsverständnisses der Piraten muss die Mitgliederentwicklung und -struktur der Partei von der Politikwissenschaft etwas anders behandelt werden als die der anderen Parteien. Um die Mitglieder der Partei mit denen anderer Parteien vergleichen zu können genügt es nicht, die absolute Zahl der Mitglieder wie in Abbildung 1 zu betrachten. Wird ein Vergleich der absoluten Bevölkerungszahl der Länder mit der Mitgliederzahl und der Zahl der Beitragszahler der Piratenpartei aufgestellt, so ergibt sich nach Abbildung 2 ein anderes Bild.

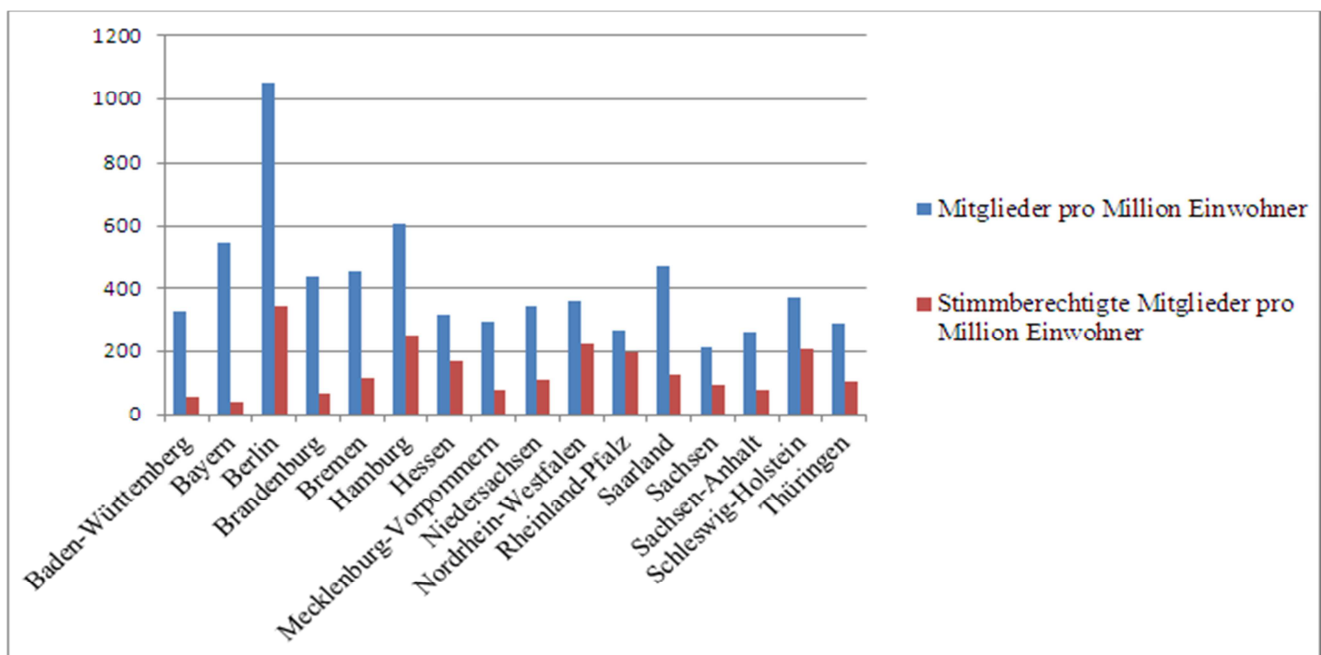


Abbildung 2: Mitglieder und Zahlende Mitglieder pro Million Einwohner nach Bundesland, aus:

[https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken\\_zu\\_Mitgliederzahlen](https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken_zu_Mitgliederzahlen), Stand: Februar 2013, abgerufen am 3.5.2013

Anhand Abbildung 2 wird erkennbar, dass Berlin im Vergleich zur Einwohnerzahl mit Abstand die meisten Mitglieder und zahlenden Mitglieder hat. Die größte Zahlerquote der Mitglieder hat Rheinland-Pfalz, die schlechteste Quote hat Bayern, ist aber nach Berlin und Hamburg das Land mit der höchsten Mitgliederzahl pro Einwohner und im Allgemeinen der größte Landesverband der Partei.

<sup>14</sup> <http://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder>, abgerufen am 16.5.2013



Überdurchschnittlich stark vertreten ist die Piratenpartei in Bayern, den Stadtstaaten und dem Saarland. Besonders schlecht vertreten ist sie in Sachsen und Sachsen-Anhalt.

Tobias Neumann erstellte im Frühjahr 2011 eine Umfrage zum politischen Selbstverständnis der Piraten, in welcher es ihm gelang, auch einen Querschnitt der Mitgliederstruktur zu erstellen. Seine Daten sind allerdings ungenau, da sie sich zum einen nur auf die etwa 2.700 Piraten beziehen, welche 2011 an der Onlineumfrage teilnahmen, und da die Partei zum anderen seit dieser Zeit einen erheblichen Mitgliederzuwachs verzeichnete.<sup>15</sup> Der Großteil der Parteimitglieder ist männlichen Geschlechts. Nur 10 Prozent der Befragten gaben an, weiblich zu sein. Die am stärksten vertretene Altersgruppe liegt mit etwa 62 Prozent zwischen 20 und 34 Jahren, danach folgt die Altersgruppe zwischen 34 und 44 Jahren mit etwa 10 Prozent. Im Bereich von 45 bis 60 Jahre sinken die Mitgliederzahlen deutlich auf 1 Prozent ab. Mittlere Reife haben 20 Prozent, einen Hauptschulabschluss nur etwa drei Prozent der Mitglieder. Einen akademischen Abschluss besitzen knapp 37 Prozent der Mitglieder und eine (Fach-)Hochschulreife haben etwa 40 Prozent. Vergleicht man dies mit den anderen Parteien, so fällt auf, dass die Mitglieder der Piratenpartei überdurchschnittlich stark aus einem akademischen Umfeld stammen.<sup>16</sup> Im Schnitt haben innerhalb der anderen Parteien 10 Prozent das Abitur und 37 Prozent ein abgeschlossenes Studium. Die Piraten werden an dieser Stelle nur von den Grünen überholt, bei denen 80 Prozent der Mitglieder das Abitur oder einen Studienabschluss aufweisen. Gleichzeitig sind die Grünen allerdings im Schnitt um 17 Jahre älter (Neumann 2012, 141). Die Piratenpartei ist mit großem Abstand die Partei mit dem geringsten Altersdurchschnitt, welcher bei 29 Jahren liegt (Neumann 2011, 192), gefolgt von den Grünen mit 46 Jahren und der FDP mit 51 Jahren. CDU, CSU und SPD bewegen sich bei 58 Jahren und die Linkspartei hat einen Altersdurchschnitt von 60 Jahren.<sup>17</sup> Ein Viertel der Parteimitglieder sind Studenten, zwei Drittel sind voll erwerbstätig. Von den Erwerbstätigen gaben fast alle an, in einem Angestelltenverhältnis zu sein. Die Piratenpartei besteht also zum Großteil aus Männern im Alter zwischen 20 und 34 Jahren mit akademischem Bildungshintergrund, die entweder noch studieren oder bereits erwerbstätig sind.

Mit dem erneuten Mitgliederzuwachs beginnend mit dem Einzug der Piraten in das Berliner Abgeordnetenhaus und den Wahlen in Saarland, Nordrhein-Westfalen und Schleswig Holstein, hat sich die soziostrukturelle Zusammensetzung von September 2011 bis Juli 2012 noch einmal wesentlich verändert (vgl. Abbildung 1). Es sind mehr ältere Menschen in die Partei eingetreten, sodass sich das Durchschnittsalter der Parteimitglieder um acht Jahre auf 37 Jahre erhöht hat.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> vgl. Neumann 2012, 141 f., ausführlicher Neumann 2011

<sup>16</sup> Bezugnahme auf die Erhebung „Parteimitglieder im Vergleich: Partizipation und Repräsentation“ von 1998. Vgl. Heinrich, Lübker und Biehl 2002, 17 und <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland>, abgerufen am 13.10.2012

<sup>17</sup> Niedermayer, 2011, 18 f. und Abfrage des Durchschnittsalters der Parteien unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/192255/umfrage/durchschnittsalter-in-den-parteien>, abgerufen am 13.10.2012

<sup>18</sup> [https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken\\_zu\\_Mitgliederzahlen](https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken_zu_Mitgliederzahlen), Stand: Februar 2013, abgerufen am 3.5.2013

Nach einer Umfrage der Konrad-Adenauer-Stiftung im Jahr 2012 machen die Piraten-Sympathisanten 12 Prozent der Bevölkerung aus. Diese setzen sich wie in Tabelle 2 dargestellt zusammen.

Gruppen	Anteil Piratensympathisanten	Gruppen	Anteil Piratensympathisanten
Gesamtbevölkerung	12		
Geschlecht			
weiblich	9,2	männlich* <sup>1</sup>	15,1
Alter			
16-20 Jahre	23	21-29 Jahre	22,8
30-39 Jahre	20,2	40-49 Jahre	14,8
50-59 Jahre	8,8	60 Jahre und älter	2,8
Schulabschluss			
Hauptschulabschluss	8,9	Mittlere Reife	16,3
Abitur/Fachabitur	11,1	Kein Schulabschluss	_* <sup>2</sup>
Keine Angabe	0	Noch in der Schule	_* <sup>2</sup>
Berufsstand			
Berufstätig	14,4	Arbeitslos	26,3
Rente	3,2	(Hoch-)Schule/ Ausbildung	25,5
Arbeiter	14,2	Angestellte	11
Beamte	4,7	Selbstständige	7,1
Konfession			
Katholisch	9,4	Evangelisch	10,5
Andere Konfession	12,9	Konfessionslos	16,3

\*1Lesebeispiel: 15,1 Prozent der Männer könnten sich vorstellen, bei einer Bundestagswahl die Piraten zu wählen.

Tabelle 2: Soziostrukturelle Zusammensetzung der Piratensympathisanten, Stoye und Pokorny 2013, 21

\*<sup>2</sup>zu geringe Fallzahl

Die größten Sympathien erhält die Partei von Studierenden, Auszubildenden und Arbeitslosen. Für die Partei interessieren sich eher Männer, wobei die Zahl der mit den Piraten sympathisierenden Frauen mit 9,2 im Vergleich zu 15,1 Prozent männlicher Sympathisanten deutlich höher ist als die Zahl der weiblichen Mitglieder, die nur etwa 10 Prozent der Partei ausmachen. Etwa ein Fünftel der 16- bis 39-jährigen Bevölkerung sympathisiert mit den Piraten, wobei die Zahl der Sympathisanten mit steigendem Alter abnimmt.

### **2.1.2.1 Vorteile der Mitgliederorganisation der Piratenpartei**

Ein Vorteil der Partei ist ihr junges Alter. Sie wird dadurch als einsteigerfreundlich empfunden. Der Akademisierungsgrad der Piratenpartei ist hoch, das Durchschnittsalter gering, also besitzt sie im Vergleich zu ihren Konkurrentinnen ein überdurchschnittliches Innovations- und Entwicklungspotential. Bereits seit 2009 lässt sich die Mitgliedschaft online beantragen. Die von Medien und etablierten Parteien häufig gescholtene Inhaltsleere wird zum Vorteil bei der Mitgliederrekrutierung. Die inhaltlichen Positionen sind nicht verfestigt, die Strukturen durchlässig. Es gibt einen fließenden Übergang zwischen interessiertem Bürger und aktivem Mitglied, einen Parteiausschluss bei Zahlungsrückstand gibt es nicht, das Mitglied verliert nur sein Stimmrecht, erhält dieses aber wieder, sobald die Beiträge beglichen sind. Es entstehen keine weiteren Verbindlichkeiten. Hinzu kommt die Ausrichtung der Partei auf eine flache Hierarchie, thematische Offenheit und ein entideologisiertes Diskussionsklima, so dass persönliches Engagement als sinnvoll erachtet wird. Einer Professionalisierung entzieht sich die Partei, indem sie keinen ihrer Amtsträger bezahlt. Die den Volksparteien eigene Orientierung zur gesellschaftlichen Mitte weicht bei den Piraten dem Ziel, Menschen durch niedrige Hürden wieder zurück in den politischen Prozess zu holen. Selbst eine Mitgliedschaft in anderen Parteien wird toleriert. Dadurch erfüllt die Piratenpartei einerseits das in ihrer Präambel festgesetzte Teilhabeverständnis<sup>19</sup> und begründet andererseits mit einem, mehr aus Not und im Bewusstsein der eigenen Bedeutungslosigkeit im Jahr 2006, aufgestellten Strukturprinzip ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem sie andere Parteien vor eine organisatorische und keine inhaltliche Herausforderung stellt.

### **2.1.2.2 Nachteile der Mitgliederorganisation der Piratenpartei**

Das Organisationsprinzip kann sich nachteilig auswirken, wenn sich Unverbindlichkeit und Unplanbarkeit ausbreiten. Besonders in Bezug auf Finanzlage und Wahlkampftätigkeit der Partei ist dies problematisch. Es gibt Ressourcenvergeudung unterschiedlichster Art. Die Materialverbreitung innerhalb der Partei ist fehlerhaft, Spenden und Mitgliedsbeiträge werden verspätet und unvollständig verrechnet, politische Steilvorlagen bleiben ungenutzt, die Kommunikationskultur innerhalb der Partei aber auch mit Medien und Verbänden verkommt, politische Arbeit ist unkoordiniert, plan- und ziellos und verläuft schnell

---

<sup>19</sup> „Gleichzeitig glauben wir, dass diese Themen für Bürger aus dem gesamten traditionellen politischen Spektrum unterstützenswert sind, und dass eine Positionierung in diesem Spektrum uns in unserem gemeinsamen Streben nach Wahrung der Privatsphäre und Freiheit für Wissen und Kultur hinderlich sein würde.“ Grundsatzprogramm der Piratenpartei, Januar 2012 <http://www.piratenpartei.de/wp-content/uploads/2012/02/Grundsatzprogramm-Piratenpartei.pdf> abgerufen am 3.5.2013

im Sand, sobald die Motivation einmal abhandengekommen ist (Hensel 2012, 47). Das Aufrechterhalten flacher Hierarchien führt zu einer Inflation des Ehrenamts. Das Führungspersonal brennt aus, es herrscht Unprofessionalität und Dilettantismus. Die Ablehnung des Delegiertensystems bringt Probleme mit sich. Die Zulassung aller Mitglieder zu den Parteitag führt zu „Zufallsmehrheiten“ (Appelius und Fuhrer 2012, 219). Nicht alle Mitglieder können oder wollen sich die Kosten für die Anreise leisten. Der Organisationsgrad der Landes-, Bezirks-, und Kreisverbände beeinflusst mitunter, wie viele Mitglieder von dort zum Parteitag kommen. Mitglieder, die näher am Veranstaltungsort leben, haben eine günstigere Anreise. Die Wahl des Versammlungsortes gerät zur strategischen Entscheidung über die zukünftige politische Ausrichtung der Partei (Debus und Faas 2012, 224f.). Die Piraten sind nicht vor Lobbyismus sicher. Durch eine Finanzierung der Anreise und Übernachtung durch Dritte könnten Parteitage von Interessensgruppen zu ihren Gunsten beeinflusst werden. Die Partei läuft außerdem Gefahr, aufgrund ihrer niedrigen Einstiegshürden durch Personal von Interessenverbänden übernommen zu werden. Auf diese Art könnte die Partei sich Lobbyismus oder zumindest eine unkontrollierbare Klientelwirtschaft durch die Hintertür einfangen, die sie eigentlich bekämpfen wollte.

### **2.1.3 Führungspersonal**

Das Verhältnis der Piratenpartei zu Führungsfiguren ist ambivalent. Einerseits wird sie aufgrund des Parteiengesetzes dazu verpflichtet, sich Führungspersonal auf allen Ebenen zu geben, andererseits soll dieses Personal so wenig wie möglich die innerparteiliche Willensbildung durch Nutzung von Autorität beeinflussen. Pointiert wird diese Einstellung durch den Spruch „Themen statt Köpfe“. Die gewählte Führung soll sich also im Idealfall wie ein Basismitglied verhalten und nur die absolut notwendigen Tätigkeiten zur Aufrechterhaltung der Struktur übernehmen. „Die Vorstände innerhalb der Partei (haben) lediglich eine verwaltende Rolle ohne selbstständige politische Gestaltung inne.“ (Lang 2012) Dieses Verständnis von Führung belegt eine große Furcht vor Bevormundung und entspricht dem basisdemokratischen Anspruch der Partei. Im Idealfall sind die Führungspersonen der Piratenpartei ein Proxy für die Vermittlung der Meinung der Basis „gegenüber den Medien, staatlichen Stellen, NGOs und anderen Parteien“ (ebd.). „Allerdings kann die Diskrepanz zwischen diesem Selbstverständnis und der Führungsrolle, die seitens der Medien von Parteiführungskräften erwartet und von anderen Parteien auch ausgefüllt wird, zu steigenden Irritationen führen, da eine Partei allein die traditionellen politischen Rollenerwartungen schwerlich ändern kann.“ (Niedermayer 2012, 95) Es scheint aber einen grundlegenden Wandel in der Präsentation und Nutzung von Führungseliten zur Wählermobilisierung zu geben. Zwar „la-

gerte die in den Gremien etablierte Funktionärselite in den letzten Jahrzehnten ihre Kommunikationsplanung zunehmend auf externe Agenturen aus (und) professionelle Politikberater und Kommunikationsstrategen versuchen seither, die Vermittlung von Politik in den Massenmedien zu kontrollieren.“ „Mittlerweile jedoch scheint die Wirkung zentral geplanter und mit hohem finanziellen Aufwand in den Massenmedien umgesetzter Kampagnen zu verpuffen.“ „Diese Form der Anpassung der politischen Kommunikation an die Erfordernisse einer massenmedialen Öffentlichkeit hatte mit den Wahlsiegen von Clinton, Blair und Schröder in den 1990er Jahren einen Höhepunkt erreicht.“ (Odenbach 2012, 29) Mit dem Aufkommen neuer Medien entsteht auch ein Wandel im Begriff massenmedialer Öffentlichkeit. Politische Führungspersonen haben sich, vor allem in Bezugnahme auf das Internet, anders aufzustellen. In der Piratenpartei herrscht kaum ein Mangel an Führungswillen, sondern eher ein Mangel an Folgefähigkeit. Die Schwäche der Führungskräfte hängt eng mit der Frage der prinzipiellen Strategiefähigkeit der Partei zusammen. Eine schwache Führungsebene bedeutet, zumindest hinsichtlich der Wählergewinnung, nicht auf möglichst große Effizienz zu setzen. Die von der Parteiführung vertretenen, wenigen Positionen stellen dafür einen breiten Konsens der Parteibasis da und haben damit einen höheren Grad an „Ehrlichkeit“.

Bei aller Weigerung der Piratenpartei, ihren Führungspersonen Steuerungsautorität zu geben, ist sie dennoch aufgrund des Parteiengesetzes zur Wahl eines Bundesvorstands verpflichtet. Ebenso kann sie ohne die Aufstellung von Kandidaten nicht in ein Landesparlament einziehen. So kommt diesen hervorstehenden Personen zwangsweise Entscheidungs- und Handlungsautonomie zu, auch wenn dies von der Partei kritisch gesehen wird. Die Mitglieder der Partei müssen sich darauf verlassen können, dass die von ihr gewählten Führungskräfte den Prinzipien der Partei treu bleiben, haben aber kaum Einfluss darauf, ob diese das auch wirklich tun. Es gibt drei Faktoren, damit Führungspersonal als Ressource zur Wählermobilisierung im Modell Niedermayers erfolgreich sein kann: Führungspersonal muss bekannt sein, Kommunikationsfähigkeiten nach außen und Führungsfähigkeiten nach innen besitzen.

Für die Piratenpartei gibt es keine Operationalisierung der Bekanntheit und des Einflusses der Führungspersonen. Um sich in diesem Abschnitt nicht auf vage Vermutungen stützen zu müssen, kann die Analyse von Google Trends herangezogen werden. Google Trends erhebt die Anzahl an Aufrufen eines bestimmten Suchbegriffs zu einem bestimmten Zeitpunkt und generiert daraus Trends über die Beliebtheit des entsprechenden Suchbegriffs. Da der Marktanteil von Google weit über 90 Prozent liegt,<sup>20</sup> ist die Analyse der Suchmaschine repräsentativ. Werden die Suchabfragen der bekannten Personen der Piratenpartei verglichen, so lässt sich, wie in Abbildung 3 dargestellt, ein deutlicher Trend erkennen.

---

<sup>20</sup> Marktanteile der Suchmaschinen weltweit, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/222849/umfrage/marktanteile-der-suchmaschinen-weltweit>, abgerufen am 30.4.2013

### Interest over time

The number 100 represents the peak search interest

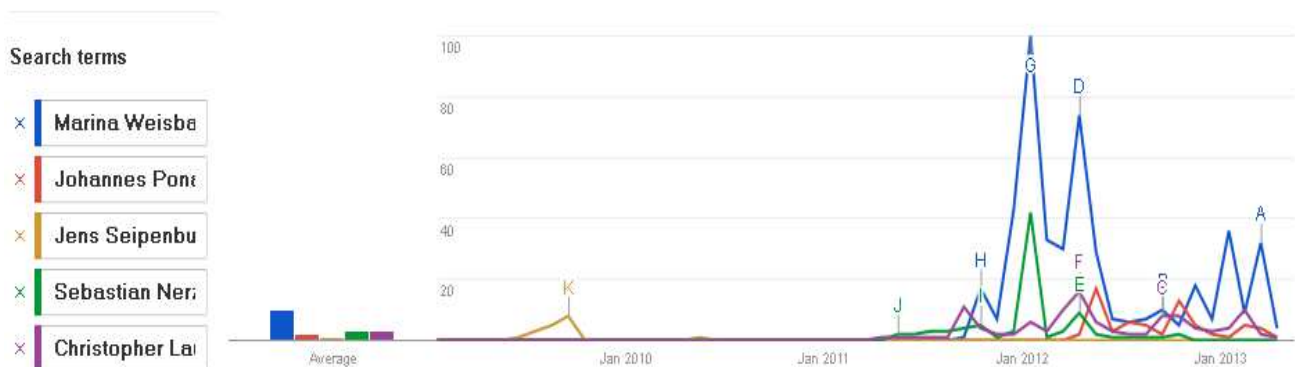


Abbildung 3: Zahl der Suchanfragen nach bekannten Mitgliedern der Piratenpartei von 2009 bis heute, Google Trends 2013, abgerufen am 1.5.2013

Mit großem Abstand hat die ehemalige politische Geschäftsführerin Marina Weisband die meisten Suchanfragen bei Google erhalten. Die häufig in Medien und Zeitungen geäußerte Behauptung, Frau Weisband sei eine Hoffnungsträgerin der Partei, kann somit bestätigt werden. Es gibt überhaupt nur drei Zeitpunkte, an denen sie von anderen Personen der Partei in den Suchanfragen überholt wurde.

Im September 2009 erhielt der damalige Bundesvorsitzende der Piratenpartei, Jens Seipenbusch, im Zusammenhang mit der bevorstehenden Bundestagswahl eine Reihe an Anfragen durch einen Artikel im Handelsblatt. Christopher Lauer und der nicht in der Statistik aufgeführte Spitzenkandidat der Berliner Piraten, Andreas Baum, erhielten mit ihrem Einzug in das Berliner Abgeordnetenhaus im September 2011 zusammen mit dem Bundesvorsitzenden Sebastian Nerz einige Anfragen. Schließlich sorgte die Bekanntgabe des Verzichts auf eine erneute Kandidatur des politischen Geschäftsführers Johannes Ponnert für eine große Zahl an Anfragen seiner Person im Oktober 2012.

Die mit Abstand meisten Anfragen eines Amtsträgers der Piratenpartei generierte aber Marina Weisband. Daher soll im Folgenden hauptsächlich ihre Führungslaufbahn betrachtet werden, um zu untersuchen, welche Rolle sie in der Repräsentation und Führung der Partei spielte. Auf den Einzug der Piraten ins Berliner Abgeordnetenhaus folgte das Interesse einer breiten Bevölkerungsschicht an der neuen Partei. Das Bedürfnis nach medialer Aufarbeitung stieg und mit Frau Weisband war ein „schönes weibliches Gesicht“ der Partei gefunden, das den Eindruck einer Nerd- beziehungsweise Internetpartei konterka-

rierte und es schwierig machte, die Partei in eine Schublade zu stecken. Frau Weisband selbst konnte mit ihrer Kandidatur im Frühjahr 2011 noch nicht wissen, was auf sie zukam und so geschah es, dass sie in die Aufgabe der medialen Repräsentation der Partei mehr hineinstolperte als hineinwuchs. In ihrem Blog, auf Twitter und in vielen Fernsehauftritten konnte ihre politische Karriere mitverfolgt werden. Sie war kommunikativ, offen und sehr emotional. Es folgen einige Beispiele des Kommunikationsverhaltens Weisbands, die sich zeitlich mit den Spitzen der Suchabfragen von Google Trends überschneiden.

Als die Bildzeitung im Dezember 2011 titelte „Würden sie diese Frau gerne wählen?“<sup>21</sup> begann sich Weisband im Fokus medialer Aufmerksamkeit zunehmend unwohl zu fühlen. Dazu schrieb sie in ihrem Blog:

„Ich bin in der Piratenpartei nie Sexismus begegnet. Ich habe nicht an Sexismus geglaubt. Aber das hier ist er. Natürlich ist das nicht nur ein Sexismus-Problem. Nein, es ist ein Auflagen-Problem. Medien sind Konsumgüter und befinden sich im Wettbewerb. (...) Mir ist ein guter kritischer Artikel viel lieber, als zehn himmelhochlobende Artikel darüber, „wie schön diese Piratin ist“. Im Moment fühle ich mich wie eine Stumme, während alles über mich spricht. Mich gruselt der Gedanke am meisten, dass es natürlich nicht nur mir so geht, sondern vermutlich jeder medienwirksamen Gestalt.“<sup>22</sup>

Mit einem Tweet vom 19. April 2012 machte sie indirekt klar, dass sie wohl nicht in der Maybrit Illner Sendung an diesem Abend auftreten würde. Aufgrund eines Schwächeanfalls kurz vor der Sendung musste sie kurzfristig vertreten werden.

@afelia, 19.4.2013: „Frau #Illner hat mir vorhin übrigens die Hand gehalten, als die Sanitäter mich gepiekt haben. :3“

Zur größten Abfrage bezüglich Marina Weisband, die Google Trends erfasst hat, führte ihre Ankündigung, für eine erneute Kandidatur nicht zur Verfügung zu stehen.<sup>23</sup> Es war klar geworden, dass sowohl Weisband als auch die Piratenpartei an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gekommen und dem Hype und der Erwartungshaltung der Medien nicht gewachsen waren.

Die Hoffnungen auf ein politisches Comeback von Frau Weisband wurden nicht aufgegeben. Zweimal konnte der Begriff Marina Weisband noch Suchabfragen hervorrufen, nämlich bei einem Artikel der

---

<sup>21</sup> Würden sie diese Frau gerne wählen? Dezember 2011, <http://www.bild.de/politik/inland/piratenpartei/die-schoene-geschaeftsfuehrerin-marina-weisband-21518302.bild.html>, abgerufen am 30.4.2013

<sup>22</sup> Meine Rolle in den Medien, Dezember 2011, <http://www.marinastied.de/?p=675>, abgerufen am 30.4.2013

<sup>23</sup> Piratin Marina Weisband tritt nicht mehr an Januar 2012, <http://www.morgenpost.de/politik/article1890523/Piratin-Marina-Weisband-tritt-nicht-mehr-an.html>, abgerufen am 16.5.2013



Rheinischen Post, in dem sie sich über ihre Kindheit und die gesundheitlichen Einschränkungen im Zuge der Reaktorkatastrophe in Tschernobyl äußerte,<sup>24</sup> und bei der Diskussion über ein mögliches Comeback. Als im Spiegel ein Artikel veröffentlicht wurde, welcher eine mögliche Rückkehr Weisbands auf die politische Bühne in Aussicht stellte, wurde dieser von ihr vehement dementiert.<sup>25</sup> Ob Weisband mit dem noch andauernden Verharren im Privileg medialer Bekanntheit ohne deren gezielte Nutzung zur Artikulation politischer Forderungen sich und der Partei einen Gefallen tut, ist fraglich. Auch sie arbeitet gegen den Abwärtstrend ihrer Partei. Der mediale Hype ist vorbei und die Situation Weisbands ein Abbild dieser Paralyse.

Trotz aller Vorbehalte gegenüber medialer Selbstdarstellung und politischer Privilegierung Einzelner sollte sich die Piratenpartei überlegen, wie sie sich in Zukunft zu den Massenmedien abseits des Internets positionieren will. Die Piraten müssen dem Bedürfnis der Wähler nach charismatischen Persönlichkeiten zumindest nach außen hin gerecht werden, wenn sie langfristig erfolgreich sein wollen. Ihre Zielgruppe sprechen sie am besten mit der Kontrastierung von Erwartungshaltungen an. Frau Weisband war dafür das beste Beispiel. Durch ihre große gefühlsmäßige Offenheit in ihrer direkten Kommunikation, mit der sie ihr Amt führte, machte sie es möglich, sich abseits von Technik auch emotional mit den Themen der Partei identifizieren zu können.

#### **2.1.4 Finanzausstattung**

Um in Deutschland in den Genuss staatlicher Parteienfinanzierung zu kommen, muss eine Partei wesentlich geringere Hürden nehmen als für den Einzug in ein Parlament. Bereits bei Erreichen von 0,5 Prozent Stimmenanteil einer Bundestagswahl und 1 Prozent der Stimmen einer Landtagswahl erhält eine Partei das Recht auf staatliche Zuschüsse. Bis zu vier Millionen Stimmen bekommt die Partei pro Stimme 85 Cent, danach 70 Cent. Ebenso erhält sie auf jeden gespendeten Euro noch einen staatlichen Zuschuss von 38 Cent. Mitglieds- und Mandatsträgerbeiträge gelten in dieser Hinsicht ebenfalls als Spenden. „Trotz der großen Bedeutung der finanziellen Ressourcen sind die Piraten nach Meinung von Bernd Schlömer, Piraten-Schatzmeister von Juli 2009 bis Mai 2011, sehr leichtfertig mit ihren Finanzen umgegangen. Statt gut geführter Bücher fand der Schatzmeister nur eine Kiste mit Zetteln vor.“<sup>26</sup> Durch

---

<sup>24</sup> Weisband leidet an Tschernobyl Folgen 7.3.2013 <http://www.rp-online.de/politik/deutschland/weisband-leidet-an-tschernobyl-folgen-1.3240363>, abgerufen am 30.4.2013

<sup>25</sup> Ich habe keinen Bock mehr, November 2012, <http://www.marinasielied.de/?p=762>, abgerufen am 30.4.2013

<sup>26</sup> Niedermayer 2012, 85 nach Bechtold 2009



fehlende Belege der Jahre 2006 bis 2009 entstanden der Partei Einnahmeverluste, die sich doppelt schwer auswirkten. Einerseits konnte sie kaum staatliche Spendenzuschüsse erhalten, andererseits dürfen aufgrund des „aus der Verfassung abgeleiteten Verbots einer ‚überwiegenden‘ staatlichen Parteienfinanzierung“ die an die Parteien ausgeschütteten „staatlichen Mittel nicht höher sein (...) als die von der Partei selbst erwirtschafteten und im Rechenschaftsbericht ausgewiesenen Eigeneinnahmen des Vorjahres.“ (Niedermayer 2012, 88) Sind die Eigeneinnahmen geringer als die der Partei zustehenden staatlichen Zuschüsse, wird die Ausschüttung auf diesen Wert gekürzt. Im Jahr 2009 konnte die Partei erstmals Parteienfinanzierung in Anspruch nehmen. Aufgrund ihres Wahlerfolgs hätten ihr eigentlich gemäß der Parteienfinanzierung 840.554,51 Euro zugestanden. Da sie aber anhand des Rechenschaftsberichts des Jahres 2008 nur 31.504,68 Euro selbst erwirtschaftet hatte, wurden die Zuwendungen auf diesen Betrag begrenzt (Niedermayer 2012, 89).<sup>27</sup> Im Jahr 2010 hätten ihr aus der staatlichen Parteienfinanzierung 1.041.946,36 Euro zugestanden, aufgrund der Eigeneinnahmen wurden die Zuwendungen jedoch auf 585.162,46 Euro begrenzt. Für das Jahr 2011 standen der Partei Mittel aus der Parteienfinanzierung von 1.543.466,53 Euro zu, da allerdings ihre Eigeneinnahmen nur bei 611.511,46 Euro lagen, wurde die ausbezahlte Summe auf diesen Betrag begrenzt. Für das Jahr 2012 stand der Partei ein Anspruch der staatlichen Parteienfinanzierung von 2.104.885,71 Euro zu, aufgrund der geringen Eigeneinnahmen wurden ihr allerdings nur 805.202,36 Euro ausbezahlt. Tabelle 3 fasst diese Zahlen noch einmal zusammen.

<b>Jahr</b>	<b>Anspruch</b>	<b>Auszahlung</b>
2009	840.554,51	31.504,68
2010	1.041.946,36	585.162,46
2011	1.543.466,53	611.511,46
2012	2.104.885,71	805.202,36
<b>gesamt</b>	<b>5.530.853,11</b>	<b>2.033.380,96</b>

Tabelle 3: Anspruch und Wahrnehmung der staatlichen Parteienfinanzierung der Piratenpartei von 2009 bis 2012, [http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz\\_staatl\\_mittel](http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz_staatl_mittel), abgerufen am 2.5.2013

<sup>27</sup> Zugrunde gelegt werden die Festsetzungen der staatlichen Mittel für die Parteienfinanzierung in den entsprechenden Jahren. Abgerufen unter: [http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz\\_staatl\\_mittel/](http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz_staatl_mittel/) am 2.5.2013

Insgesamt ergibt sich daraus ein nicht eingelöster Anspruch aus der staatlichen Parteienfinanzierung von 3.497.472,15 Euro. Die Piraten nahmen bis zum Jahr 2012 umgerechnet nur 36,76 Prozent der ihnen eigentlich zur Verfügung stehenden staatlichen Mittel aus der Parteienfinanzierung wahr. An der Finanzlage der Piratenpartei wird besonders deutlich, wie sehr sich die Partei mit ihrem selbstverordneten Dilettantismus und der Verweigerung der Professionalisierung unnötig das Leben schwer macht. Geld könnte gut in die Wahlkämpfe, die digitale und analoge Infrastruktur und vieles andere investiert werden. Hinzu kommen Elemente der Mittelvergeudung. Die „Flauschcon“ beispielsweise, welche die Piraten im Herbst 2012 zur Verbreitung innerparteilicher Harmonie ausrichteten, schlug anstatt mit den geplanten 2.400 Euro am Ende mit 28.000 Euro zu Buche (Reinbold 2012). Seit Beginn ihrer Finanzierung hatte die Piratenpartei stets weniger Mittel zur Verfügung als die NPD und die Republikaner. Die ÖDP überholte sie erst im Jahr 2012. Vergleicht man die Finanzlage der Piratenpartei mit den Finanzen der im Bundestag vertretenen Parteien (Abbildung 3), wird die Differenz deutlich. Der größte Hemmfaktor für einen langfristigen Erfolg der Piratenpartei liegt in den ungeordneten Parteifinanzen.

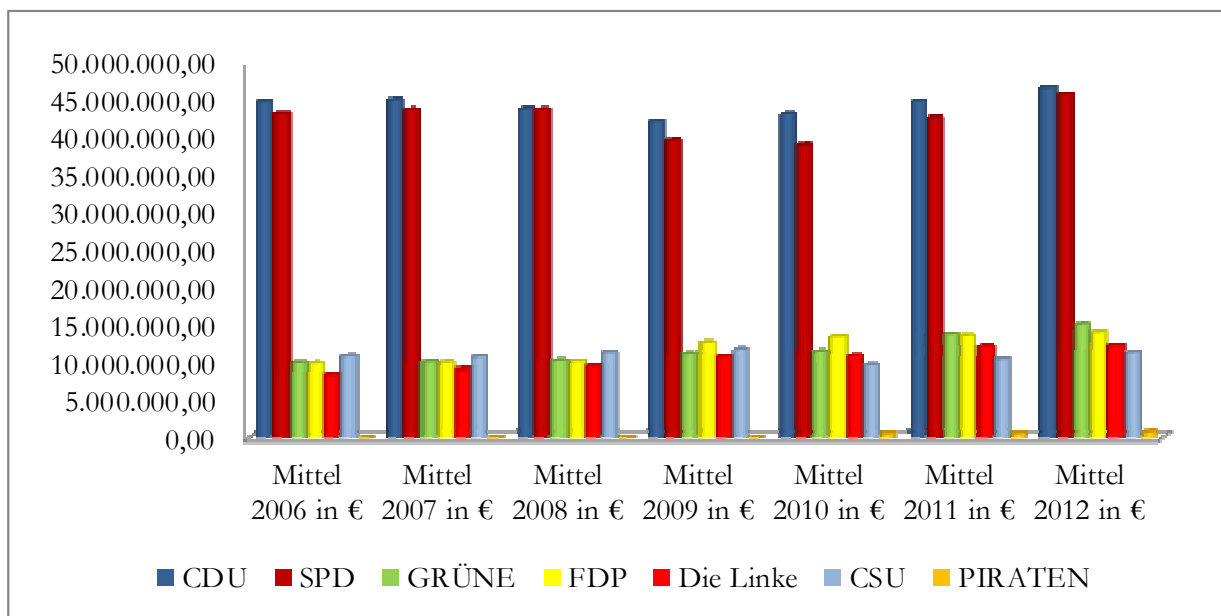


Abbildung 3: Höhe der staatlichen Mittel der im Bundestag vertretenen Parteien und der Piraten von 2006 bis 2012, [http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz\\_staatl\\_mittel](http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz_staatl_mittel), abgerufen am 2.5.2013

### **2.1.5 Motivation**

Nicht nur aufgrund des ungewöhnlichen Mitgliederzuwachses scheint es, als würde es der Partei gelingen, Menschen für den politischen Prozess zu begeistern. Zur Beteiligung innerhalb der Piratenpartei resümiert Neumann, dass „ein Großteil der Mitglieder (69 Prozent) (...) vor dem Eintritt in die Piratenpartei politisch inaktiv (war). Seit ihrem Parteieintritt wenden aber 54 Prozent dieser Befragten mindestens eine Stunde pro Woche für inhaltliche, organisatorische oder kommunikative Parteiarbeit auf“ (Neumann 2012, 144). „In der Gesamtbetrachtung der drei Aspekte innerparteiliche Demokratie, Kommunikation und Partizipation lässt sich (anhand der Mitgliederbefragung) festhalten, dass die Partei vieles von dem hält, was sie verspricht. Sie wirbt mit einem umfangreichen Mitmachangebot, mit dem die Mitglieder überwiegend zufrieden sind.“ (ebd. 137) Motivation und Engagement lassen sich schwer messen, aber diese Daten legen zumindest die Vermutung nahe, dass diese bei den Mitgliedern der Piratenpartei hoch sind. Zum einen gelingt es ihr, eine überdurchschnittlich große Zahl junger und gebildeter Menschen zu gewinnen, zum anderen ist die Geschwindigkeit der Mitgliederzuwächse hoch. Der Partei gelingt es, Menschen in den politischen Prozess zu integrieren, die vorher politisch inaktiv waren. Das Motiv der Beteiligung kann sich durch das erhöhte Maß an Einfluss auf die programmatische Entwicklung der Partei erklären lassen. Durch die Möglichkeit von Onlineabstimmungen und der Kernforderung der Partei nach Beteiligung und Transparenz sowie durch das Ablehnen eines Delegiertensystems erhalten die Mitglieder viel Einfluss auf die Entwicklung der Partei.

Das Lavieren an den Grenzen des politischen Systems wird zum Nachteil, wenn die Partei auf aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen nicht reagieren kann. Mangels einer zentralen Steuerung entsteht Chaos. Konflikte um die strategische Ausrichtung können nicht autoritär entschieden werden. Es besteht die Möglichkeit, dass die Piratenpartei auf inhaltlicher und organisatorischer Ebene zwischen den anderen Parteien zerrieben wird (Niedermayer 2012, 95f.), was die Motivation ihrer Mitglieder dämpfen könnte.

### **2.1.6 Innerparteiliche Willensbildung**

Eine weitere Ressource stellt die innerparteiliche Willensbildung dar. Ihre wichtigste Aufgabe ist die Entwicklung einer Strategie und eines Programms. Dabei spielen sowohl das Organisationsprinzip, die Mitgliederstruktur, das Führungspersonal, als auch die Motivation der Parteimitglieder eine Rolle. Anhand der bereits ausgeführten, hoch ausgeprägten Motivation der Mitglieder, nicht vorhandenem Füh-

rungspersonal und der geringen Finanzkraft der Partei ist von einem großen Willen zur Mitgestaltung bei gleichzeitig kritischem Zustand der dafür zur Verfügung stehenden Mittel auszugehen. Die derzeit wichtigste Software zur innerparteilichen Meinungsbildung der Piraten ist Liquid Feedback.<sup>28</sup> Reicht ein Mitglied einen Themenvorschlag in Liquid Feedback ein, muss innerhalb von 15 Tagen ein Quorum von 10 Prozent der Mitglieder erreicht werden, die ihr Interesse an dem Vorschlag bekunden. Danach können innerhalb von 30 Tagen Änderungsvorschläge und Alternativen gemacht werden, bevor der Vorschlag bei einer Zustimmung von 10 Prozent in die Ruhephase geht. Für 15 Tage können keine Vorschläge zum Thema gemacht werden. Danach folgt die Abstimmungsphase, die ebenfalls 15 Tage dauert. Der Prozess läuft dabei automatisch ab. Ebenso automatisch kann auch das eigene Stimmverhalten eingestellt werden, so besteht die Möglichkeit des „Auto-Ablehnens“ in einem Themenbereich. Die eigene Stimme lässt sich auf einen anderen Nutzer delegieren, der die Stimme dann zusätzlich zu seiner eigenen nutzen kann. Liquid Feedback ist aber bis heute mehr der Wunschtraum der Piraten als ein belastbares, sicheres und funktionierendes System zur Mehrheitsfindung. Nicht nur aus sicherheitstechnischen Gründen ist es innerparteilich umstritten. Grundsätzliche Streitpunkte wie Abstimmungsmodalitäten, Delegationsverfall oder die Einführung einer Klarnamenspflicht sind nicht entschieden. Ob die Partei auch Nichtmitgliedern den Zugang zu Liquid Feedback ermöglichen will und wie sie die Ergebnisse der dortigen Abstimmungen für die Partei- und Parlamentsarbeit nutzen will, ist offen. Eine echte Einflussnahme über Liquid Feedback oder über ein ähnliches Meinungsbildungstool gäbe es nur, wenn die Abstimmungsergebnisse eine Bindungswirkung entfalten würden. Sonst wäre Liquid Feedback nur eine Utopie, welche in Wahrheit den Entscheidungen der Parteitage oder dem Veto der Abgeordneten unterworfen bliebe. Gelingt es der Partei nicht, einen bindenden Zusammenhang zwischen Onlineabstimmungen und ihrer politischen Agenda herzustellen, könnte sie ein Glaubwürdigkeitsproblem bekommen. Sollte allerdings aus dem freien Mandat der Abgeordneten, welches die Partei derzeit in Kontrast zur Fraktionsdisziplin vertritt, die Idee entspringen, Ergebnisse von Abstimmungen in Liquid Feedback freiwillig in entsprechenden Anteilen in Abstimmungen in den Parlamenten umzusetzen, wäre damit eine Form der parlamentarischen Repräsentation erreicht, die sich einerseits innerhalb des Rahmens der parlamentarischen Ordnung abspielen und andererseits dem Bürger eine größere Einflussmöglichkeit bieten würde als bisher. Die Vertreter der Piraten im Berliner Abgeordnetenhaus orientieren sich bereits jetzt an den Abstimmungsergebnissen des Berliner Ablegers dieser Software (Koschmieder 2012, 216ff.). Weitere wichtige digitale Kommunikationsmittel der Piraten sind Twitter, Mailinglisten und das dazugehörige, sich automatisch synchronisierende Forum, Blogs, Youtubeaccounts, Social Media Angebote wie Facebook, das Piratenwiki und eigene Homepages der Gliederungen. Onlinetreffen finden in der Voice-over-IP Software Mumble statt, außerdem gibt es eine kollaborative Textverarbeitungssoftware, das Pira-

---

<sup>28</sup> Vgl. Bieber und Lewitzki 2012, 114-116 und ZDF Info - Das LiquidFeedback der Piratenpartei <http://www.youtube.com/watch?v=jU02Sr2icWg>, abgerufen am 3.5.2013

tenpad, mit dem die Partei neben Protokollen auch Ideen entwickelt und Brainstorming betreibt. Ein wichtiges Element der onlinebasierten parteiinternen Willensbildung sind die mit steigender Häufigkeit und Professionalität versendeten Limesurvey-Umfragen. Alle Mitglieder erhalten diese per Mail zugesandt und dürfen zu Themen wie der Antragsreihenfolge auf Landes- und Bundesparteitagen, dem Design der Wahlplakate und der Auswahl der Wahlkampflogos abstimmen. Jedes Frühjahr findet in Kassel die sogenannte „Marina“ statt, bei der sich alle Vorstände der Piraten zur Vernetzung und zum Erfahrungsaustausch treffen.<sup>29</sup> Die Parteitage dienen als große Mitgliederversammlungen ebenfalls zur Kommunikation. Auf allen Ebenen gibt es politische Arbeitsgruppen, deren Treffen wahlweise offline oder online im Mumble stattfinden, zusätzlich per Videostream ins Netz übertragen oder aufgezeichnet werden, und deren Protokoll gegebenenfalls kollaborativ im Piratenpad erarbeitet wird. Auf diese Art produziert die Partei eine Menge Daten, die wiederum in Youtube, auf eigenen Homepages oder im Piratenwiki zugänglich gemacht werden.

Seit einiger Zeit versucht die Partei sich am Konzept des dezentralen Parteitags, um auf diese Weise vor allem langfristig die hohe Zahl der Teilnehmer auf dem Bundesparteitag in den Griff zu bekommen. Dabei sollen mehrere Versammlungen über das Netz zusammengeschaltet werden um so einen Parteitag gemeinsam durchzuführen. Auf kommunaler Ebene gibt es erste Versuche dazu. Rechtlich gesehen betritt die Partei damit Neuland. Neben dezentralen Parteitagen wird die Idee einer „ständigen Mitgliederversammlung“ diskutiert, es ist allerdings völlig unklar, wie diese in Zukunft ausgestaltet sein soll.<sup>30</sup> Die Mitgliederzahl in Kombination mit dem Versprechen auf gleichberechtigte Teilhabe stellt die Partei vor große Herausforderungen. Ihr Teilhabeversprechen wird sie nur mit einer noch umfangreicheren Digitalisierung einhalten können.

### **2.1.6.1 Innerparteiliche Willensbildung als Tyrannei der Masse**

Der Generalsekretär der FDP, Patrick Döring vertrat in der Berliner Runde nach der Wahl im Saarland im März 2012 eine Position, die innerhalb der Piratenpartei auf große Ablehnung stieß. Er sagte, dass seiner Ansicht nach die Diskussionen im Netz „manchmal so stark von der Tyrannei der Masse geprägt“

---

<sup>29</sup> [http://wiki.piratenpartei.de/Marina\\_Kassel](http://wiki.piratenpartei.de/Marina_Kassel), abgerufen am 28.4.2013

<sup>30</sup> Für eine ausführliche Besprechung des Repräsentationsproblems bei Mitgliederversammlungen im Verhältnis zu Delegiertenversammlungen vgl. Appelius und Fuhrer 2012, 218-224

seien, dass er sich „das als Liberaler nicht wünsche, dass dieses Politikbild sich durchsetzt“<sup>31</sup>. Der französische Politikwissenschaftler Alexis de Tocqueville schreibt in seinem Werk „Über die Demokratie in Amerika“, welche Folgen das unbeschränkte Mehrheitsprinzip in politischen Prozessen haben kann. Der Mehrheit oder irgendeiner Macht die Befugnis einzuräumen „Alles zu tun“ führe zur Tyrannei. Die Mehrheit unterdrücke die Minderheit und es gebe keine Möglichkeit sich gegen Unrecht zu wehren, sodass der Mensch, der sich nicht der Mehrheit anpassen wolle, Gefahr laufe, entrechtet zu werden. Wird von der Mehrheit ein Entschluss gefasst, erübrigt sich jede Diskussion und jeder Zweifel über die tatsächliche Richtigkeit der Entscheidung. Das Mehrheitsprinzip führe zu Unbeständigkeit von Gesetzgebung und Verwaltung und die Politik orientiere sich an Tagesinteressen.<sup>32</sup> Die Piratenpartei läuft mit dem Streben nach der größtmöglichen Demokratie Gefahr, eine Inhaltstyrannei ohne Minderheitenschutz zu erzeugen. So könnte sie gerade die Menschen abschrecken, die mit ihrem Einsatz und ihren Ideen das politische System erneuern wollen.

### **2.1.7 Strategiefähigkeit**

Strategie ist ein „genauer Plan des eigenen Vorgehens“ zum Erreichen eines langfristigen Ziels, „in dem man diejenigen Faktoren, die in die eigene Aktion hineinspielen könnten, von vornherein einzukalkulieren versucht.“<sup>33</sup> Die Strategiefähigkeit von Parteien bemisst sich also daran, ob sie in der Lage sind, langfristige Ziele zu verfolgen und diese auch gegen Widerstände durchsetzen können. Bisher wurde „in der Parteilorschung mit guten Gründen angenommen, dass eine Partei ohne strategisches Führungszentrum im politischen Wettbewerb deutliche Nachteile hat.“ (Niedermayer 2012, 95 f.) Dieses strategische Zentrum besitzt die Piratenpartei nicht. Bisher hat der Partei aber diese Tatsache „noch nicht gravierend geschadet.“ (ebd)<sup>34</sup> Regionale, unabhängig gestaltete politische Aktionen sind eine Alternative zu groß angelegten Medienkampagnen. Ein zu großer Zentrismus kann sich negativ auf die Mobilisierung auswirken, weil auf akute regionale Entwicklungen nicht reagiert werden kann, wenn die Parteiführung zu weit entfernt von der regionalen Realität ist und die Akteure vor Ort keine Handlungsvollmacht besitzen.

---

<sup>31</sup> FDP Generalsekretär löst mit Kritik an Piraten Shitstorm aus, März 2012 <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fdp-generalsekretar-doering-loest-mit-kritik-an-piraten-shitstorm-aus-a-823718.html>, abgerufen am 27.4.2013

<sup>32</sup> Nach Tocqueville 1959, 289ff.

<sup>33</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Strategie>, abgerufen am 3.5.2013

<sup>34</sup> Vgl. Zolleis, Prokopf und Strauch 2010, 22)

Die selbstverordnete Basisdemokratie und Strukturlosigkeit der Piraten bedeutet, dass sich ihre Strategiefähigkeit nicht anhand der Führungskräfte oder der politischen Positionen beurteilen lässt. Aspekte wie die schlechte Finanzlage, die innerparteiliche Diskussionskultur und das lückenhafte Programm lassen prinzipielle Zweifel an der Strategiefähigkeit der Piratenpartei aufkommen. Vorteil der mangelnden Strategiefähigkeit der Piratenpartei ist, dass sie beim Kontakt mit dem Bürger als authentisch wahrgenommen wird und aufgrund des „seriösen Dilettantismus“ nicht der Eindruck entsteht, die „Katze im Sack“ zu kaufen. Taktik ist ein „aufgrund von Überlegungen im Hinblick auf Zweckmäßigkeit und Erfolg festgelegtes Vorgehen“<sup>35</sup>. Bei den Piraten tritt Taktik an die Stelle der Strategie. Die Kombination der taktischen Fähigkeiten des Einzelnen ergeben die Strategie der Partei. Dieser Effekt wird bei den Piraten als „Schwarmintelligenz“ bezeichnet. Die Fähigkeit zur Taktik erklärt sich aus dem soziokulturellen Milieu, aus dem sich die Mitglieder der Partei rekrutieren. Die Nerdkultur ist für die Strategiefähigkeit der Partei verantwortlich. Ein Nerd ist meist ein in der Schule ausgegrenzter, unreifer Mitschüler, der sich durch sein uncooles Äußeres auszeichnet und seltsamen Hobbies nachgeht. Er hat sich eher der Entwicklung seines Intellekts verschrieben, als sich an allgemeine Konventionen anzupassen, zu denen einerseits soziale und gesellschaftliche Interaktion, sowie passender Kleidungsstil, Körperhygiene und ein gepflegtes Äußeres gehören. Einerseits wird der Nerd sozial ausgegrenzt, was ein darauf folgendes Fluchtverhalten verursacht, andererseits gibt es ein anziehendes Moment, das den Nerd antreibt, freiwillig so zu werden. Es ist der Reiz, etwas unabhängig von allen anderen erschaffen und aufbauen zu können, eine Autonomie in einer „Kompensationswelt“ (Mertens 2012, 62) zu entwickeln, im Idealfall jedoch eine andere Sicht auf die Wirklichkeit zu finden, die abseits der Konventionen liegt.<sup>36</sup> Deshalb werden „Nerds von Computern angezogen“ (ebd. 63). „Für Menschen, die ausgegrenzt werden, (...) ist die unhintergehbare Regelstruktur von Computerprogrammen ungemein attraktiv. Nicht der Computer hat Nerds hervorgebracht, aber er hat so viele Nerds angezogen, dass man sie als Typus überhaupt erkennen konnte. (...) Und dass ihre Kleidung, Körperhygiene und ihr Sozialverhalten nicht den allgemeinen Standards entspricht, hat nichts mit fehlender Zeit und Selbstvergessenheit zu tun, sondern damit, dass (sic!) die anderen Standards nicht als Standards begreifen, sondern als das, was gerade so üblich ist, als Konventionen. Ein System, aus dem der Nerd aktiv ausgeschlossen wird oder mit dem er von vorneherein nichts anfangen kann, genau das ist sein Makel, oder seine Besonderheit, je nachdem, wie man darauf schaut. Und deshalb beschäftigt er sich damit nicht mehr, wenn er eine Kompensationswelt gefunden hat. Nicht der Nerd wird ausgegrenzt, er grenzt sich selbst aus, weil er sich nur inner-

---

<sup>35</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Taktik>, abgerufen am 3.5.2013

<sup>36</sup> „So if intelligence in itself is not a factor in popularity, why are smart kids so consistently unpopular? The answer, I think, is that they don't really want to be popular. If someone had told me that at the time, I would have laughed at him. (...) Of course I wanted to be popular. But in fact I didn't, not enough. There was something else I wanted more: to be smart. Not simply do well in school, though that counted for something, but to design beautiful rockets, or to write well, or to understand how to program computers. In general, to make great things.“ (Mertens 62, nach Graham 2003)



halb der Zauberkreise von Spielen aufhält und nichts mit dem Unkontrollierbaren außerhalb anfangen darf, will oder kann. (...) Der Computer ist komplett indiskriminierend. Der korrekte Nerd-Computer-Syllogismus lautet dann auch: Nerds sind sozial Ausgegrenzte. Der Computer ist eine indiskriminierende Welt. Also werden Nerds vom Computer angezogen, weil sie dort nicht ausgegrenzt werden.“ (ebd. 62f.) Die spezifischen Charakteristika der Nerdkultur finden nun ihre politische Manifestation in der Piratenpartei. Es ist der Reiz, etwas unabhängig von anderen erschaffen zu können und eine andere Sicht auf die politische Wirklichkeit dieses Landes zu gewinnen. Das grundsätzlich Andere an der Piratenpartei kommt durch ihre Einstellung zum politischen Establishment und leitet sich aus dem Verhältnis der Nerds zu Regeln und Konventionen her: „Wenn sie sich nur in Bezug auf Regeln begreifen können, dann ist damit nicht blinder Gehorsam gemeint. Der subkulturelle und subversive Geruch, der Nerds manchmal umweht, kommt daher, dass sie sich nur funktionierenden und sinnvollen Regeln unterwerfen wollen. Regeln, deren einziger Sinn darin besteht, dass sie befolgt werden müssen, sind für sie keine Regeln, weil sich aus ihnen kein Spiel ergibt: keine unendliche Entwicklung von Formen, über die man permanent Kontrolle ausüben kann.“ (ebd.) Die Entscheidungsprozesse der Partei werden aus dieser Sicht erklärbar. Obwohl beispielsweise in Bochum „die Abstimmung zu einem einzelnen Punkt gern eine ganze Stunde dauern (konnte), (...) schien es, dass diese langwierigen, zeitaufwändigen Abstimmungsprozesse den Erwartungen der Parteimitglieder gerecht werden.“ (Stoye und Pokorny 2012, 5) In der Partei herrscht also hinsichtlich aller Formen von „Prozess“ Disziplin, da die Mitglieder die Regeln als „sinnvoll“ anerkennen. Die Sozialisierung der Mitglieder begünstigt eine Strategiefähigkeit der Partei. Für die Nerds stellt sich die „technische Herausforderung“ das „System“ der Bundesrepublik zu „knacken“. Dafür kennen sie Taktiken und Strategien.

### **2.1.8 Innovation oder leere Versprechen?**

Der Piratenpartei ist es gelungen, ihr spezifisches Organisationsverständnis so weit zu verwirklichen, dass es „als Erfolgsfaktor wirksam sein kann“ (Niedermayer 2012, 98). Seit 2009 verfügt sie „über eine flächendeckende territoriale Organisationsstruktur“ (ebd. 82) und hat ihre Finanzprobleme zumindest so weit im Griff, „dass sie weniger als früher einen Hemmfaktor für die allgemeinen politischen und Wahlkampfaktivitäten der Partei darstellt“ (ebd. 99). Ebenfalls können die Piraten auf eine Mitgliederbasis aufbauen, „die die ihr zugeschriebenen Funktionen durchaus erfüllen und damit zum Erfolg der Piratenpartei beitragen kann“ (ebd. 92). Wichtig für die Etablierungschancen der Partei wird sein, ob das diffuse



Netzwerk der Partizipationsmöglichkeiten und das Transparenzgebot ohne strategisches Zentrum den Wettbewerb auf Augenhöhe mit den etablierten Parteien aufnehmen kann. „Die Diskrepanz zwischen dem eigenen Selbstverständnis und der Führungsrolle, die seitens der Medien von Parteiführungskräften erwartet und von den anderen Parteien auch ausgefüllt wird, (kann) zu steigenden Irritationen führen, da eine Partei allein die traditionellen politischen Rollenerwartungen schwerlich ändern kann.“ (ebd. 95) Dabei steht die Partei aber nicht nur vor dem Problem gegen die Konkurrenz zu bestehen, sie muss auch ihren Politikansatz vor dem Wähler legitimieren. Die Prozessverliebtheit und die „Do-it-yourself“-Atmosphäre der Piraten birgt die Gefahr, dass sich die Partei in ihren eigenen Prozessen verliert und weite Teile der Bevölkerung bei einer ausschließlichen Onlineorientierung schlicht ausschließt, weil diese mit den komplizierten Kommunikationstools der Partei nichts anfangen können. Die schwache Finanzausstattung ist ein Hindernis, welches sich die Partei selbst zuzuschreiben hat, ihre dezentrale Organisationsstruktur schwankt zwischen Strategiefähigkeit und Flexibilisierung. Die Piratenpartei hat vor allem aufgrund der Digitalisierung der Parteiarbeit einen Vorsprung auf organisatorischer Ebene. Diese Organisationsstruktur ist zwar derzeit Alleinstellungsmerkmal, kann aber von anderen Parteien übernommen werden. Das Wichtigste muss die Partei allerdings bis heute schuldig bleiben: Den Beweis, ob ihr Organisationsprinzip einer politischen Verantwortung gewachsen ist, oder ob die Konzepte von Liquid Democracy nur Wunschvorstellungen sind, „bei denen sich am Ende herausstellt, dass (...) (sie) anstatt zu beschleunigen, die Demokratie womöglich durch weitere Anforderungen verlangsamen, von denen am Ende niemand so richtig weiß, warum sie nötig geworden sind. Dass sie technisch möglich geworden sind, dürfte dann vielen als Erklärung nicht mehr genügen.“ (Lamla und Rosa 2012, 184 f.) Eine gute inhaltliche Arbeit ist als Erfolgsfaktor für Parteien weiter wichtig. Dies gilt nicht nur für die etablierten Parteien sondern auch für die Piraten. Deren Etablierungschancen hängen davon ab, ob ihre Organisationsform in der Lage ist, Inhalte zu produzieren, die auf dem Wählermarkt konkurrenzfähig sind. Die Piratenpartei „muss aufzeigen, wie sich die „Liquid Democracy“ als staatliche Innovation zur Lösung der gesellschaftlichen Neuordnungsprobleme im digitalen Kommunikations- und Interaktionsraum nicht nur anbietet, sondern auch tatsächlich als legitimations- und effizienzpolitisch überlegen erweisen kann. Das lässt sich nur an echten Konfliktkonstellationen und nicht durch ein rein formales institutionelles Design klären. Erst wenn ein solcher Test durchlaufen wurde, sollte darüber nachgedacht werden, inwiefern dieses neue Paradigma der Demokratie seine Innovationskraft auch in anderen gesellschaftlichen Problembereichen mobilisieren könnte und sollte. Andernfalls droht die Partei, aufs Neue nur leere politische Versprechen, also Utopien im schlechten Sinne, zu produzieren“ (ebd.).

## 2.2 Die Strategie der Partei

Wie bereits erwähnt, muss die grundsätzliche Strategiefähigkeit der Piratenpartei in Zweifel gezogen werden. Einzig anhand der Strategiefähigkeit, welche sich aus der soziostrukturellen Zusammensetzung der Mitglieder erklären lässt, kann eine Strategie der Partei dargelegt werden. Diese „Strategie“ ist aber nicht zielgerichtet, gelenkt und gesteuert, sondern eine Idee. In den Jahren 2011 und 2012 trat die Partei unter anderem mit der Forderung nach mehr Transparenz und Bürgerbeteiligung den politischen Wettbewerb an. In diesem Begriffspaar steckt die Forderung der Verringerung der Kosten der Informationsbeschaffung zur Wahlentscheidung auf dessen Basis Anthony Downs 1957 eine Theorie der Wahlökonomie aufgestellt hat.<sup>37</sup> Nach seiner Theorie versucht der Wähler durch seine Wahlentscheidung immer den für sich größtmöglichen Nutzen im Verhältnis zum geringstmöglichen Aufwand zu finden. Dabei steht er vor der Herausforderung möglichst vollständige Informationen über die zur Wahl stehenden Parteien zu gewinnen und muss dafür unter Umständen erheblichen Aufwand in Kauf nehmen. Dennoch muss er seine Wahlentscheidung irgendwann auf der Basis unvollständiger Informationen treffen. Zusätzlich zum Aufwand der Beschaffung von Informationen kommt noch der Aufwand des Wählens als Akt an sich. Das Problem dieser Theorie ist, dass sie nicht erklären kann, warum Menschen zur Wahl gehen, obwohl die zur Aussicht stehenden Gewinne nicht den entsprechenden Aufwand rechtfertigen. Zur Verdeutlichung dieses sog. Wahlparadoxon stellten William Riker und Peter Ordeshook die in Abbildung 4 dargestellte Gleichung auf.

---

<sup>37</sup> Downs 1957 und Downs 1957a, 135 ff.

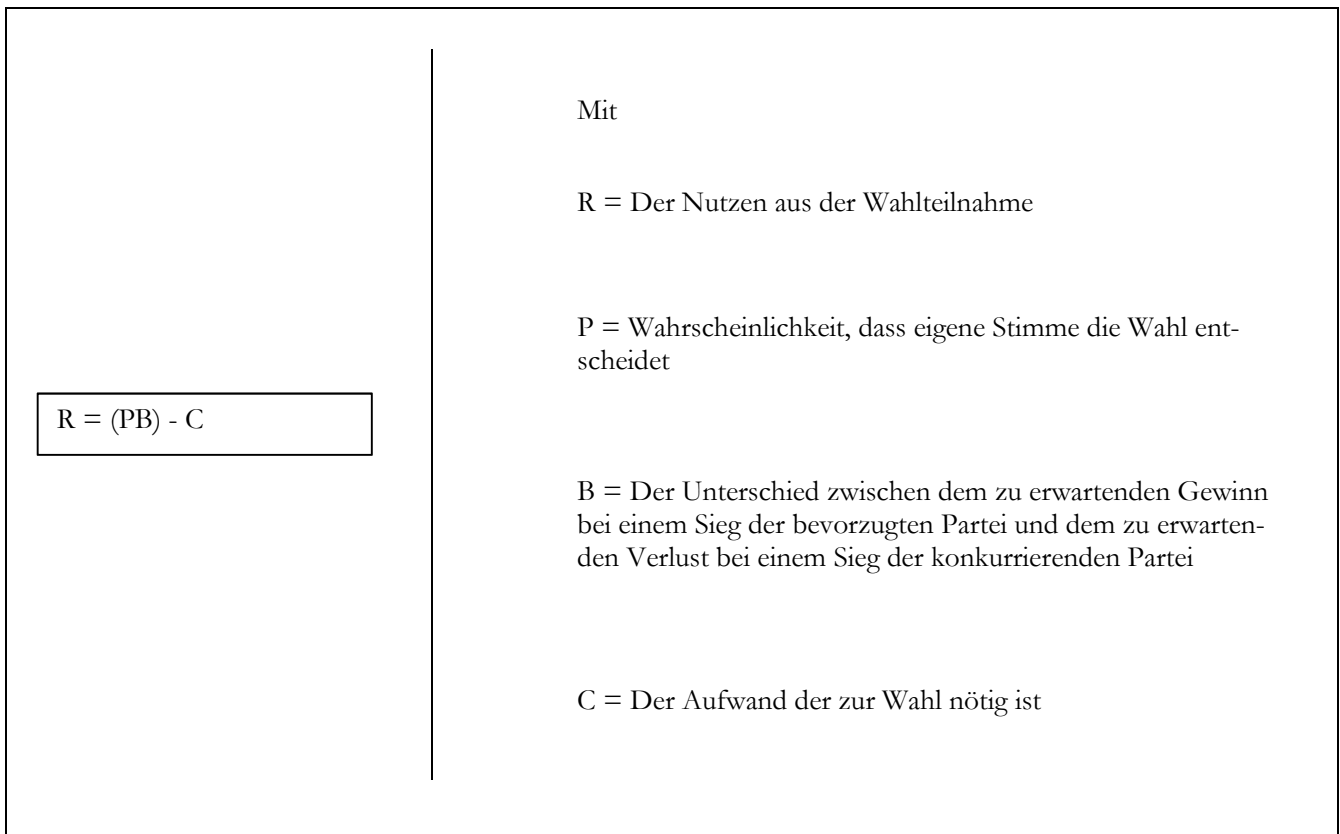


Abbildung 4: Wahlökonomische Gleichung nach William Riker und Peter Ordeshook 1968, 25

Gibt es bei einer Wahl sehr viele Wahlbeteiligte, tendiert  $P$  gegen Null. Dies führt dazu, dass die Kosten zur Wahlteilnahme größer sind als der potentielle Nutzen.<sup>38</sup> Downs erkannte dieses Problem und versuchte zu erklären, warum Menschen dennoch zur Wahl gehen. Er sah in der Wahlbeteiligung ein langfristiges Ziel des Wählers in der Aufrechterhaltung und Legitimierung eines demokratischen Systems und damit das Wählen als Bürgerpflicht.

Die Strategie der Piratenpartei liegt in der Änderung der Variablen zu ihren Gunsten. Sie erhöht den Nutzen des Bürgers, den er bei Stimmabgabe im Vergleich zu anderen Parteien hat. Mit der Forderung nach mehr Transparenz und Bürgerbeteiligung verbindet die Piratenpartei die Wahlentscheidung mit einem Versprechen auf zukünftig leichtere Wahlentscheidungen durch besseren Zugang zu Informationen, also einem Weniger an Ressourcenaufwand. Dem Wähler scheint nicht unbedingt das aktuelle Programm der Piraten attraktiv, aber sich in Zukunft leichter orientieren zu können ist für ihn gewinnbringend. Die thematische Leere der Partei verringert zudem den Aufwand der Informationsbeschaffung. Gleichzeitig wird mit dem Versprechen, jederzeit Einfluss nehmen zu können, die Wahlentscheidung

<sup>38</sup> Der Wert einer Stimme betrug etwa  $2,3 \cdot 10^{-8}$  vom Ganzen bei der Bundestagswahl 2009

erleichtert. Wenn auf der Basis unvollständiger Informationen eine Entscheidung getroffen werden soll, der Wähler sich aber völlig unsicher ist, welche Partei für ihn die richtige ist, besteht in der Wahl der Piratenpartei das „kleinste Übel“. Unter Voraussetzung einer dauerhaft möglichen, unkomplizierten Einflussnahme auf die Partei kann der Wähler seine Informationsbeschaffung in Raten abarbeiten und muss sie nicht auf den Wahltag genau ableisten. Mit der Erhöhung des Nutzens der Wahlteilnahme sinkt gleichzeitig die Notwendigkeit, die Wahl mit anderen Motiven wie staatstragendem Verhalten und Bürgerpflicht zu begründen. Das Wahlverhalten wird entideologisiert, wählen zu gehen macht mehr Sinn und Nichtwähler können in den politischen Prozess zurückgeholt werden.<sup>39</sup>

Die online basierten Kommunikationsmittel tragen ebenfalls zur Verbesserung der Wahlökonomie bei. Eine der Besonderheiten von Liquid Feedback ist die Möglichkeit seine Stimme auf andere Beteiligte zu delegieren. Die Notwendigkeit zur Informationsbeschaffung für den Delegierenden entfällt und weicht einem Vertrauensverhältnis. Gleichzeitig erhöht sich das Gewicht der Stimme des Delegierten, sodass die Wahrscheinlichkeit, dass seine Stimme die Wahl entscheidet (Faktor P) zunimmt und sich für ihn die Abstimmung und Informationsbeschaffung mehr lohnt. Weiterhin verringern sich die Kosten des Wahlaktes bei einer Onlineabstimmung auf das Setzen eines Klicks (Faktor C). Die klassischen Delegiertensysteme erreichen in der digitalen Form ein Vielfaches an Effizienz. Diese Strategie der Wählergenerierung wird mit sinkender Parteibindung effektiver, da der Aufwand für den Einstieg in eine Partei für einen Nichtgebundenen davon abhängt, wie komplex die Partei aufgebaut ist. Durch geringe Einstiegshürden kann die Piratenpartei hier punkten. Bei steigender Parteibindung wird diese Strategie schwächer. Der Aufwand zur Informationsbeschaffung bleibt zwar gleich niedrig, der Wähler nimmt aber mit steigender Parteibindung immer unwilliger den Informationsverlust in Kauf, den er bei einem Wechsel der Parteipräferenz zu bewältigen hätte. Es herrscht Unsicherheit, ob die neue Partei die Programmpunkte, die ihm wichtig sind, angemessen vertreten wird.

Ein weiterer Erfolgsfaktor der Piratenpartei liegt in der Bündelung einer Reihe von Nischenthemen, derer sich die Volksparteien aufgrund ihrer Tendenz zur gesellschaftlichen Mitte (Nohlen 2001) nicht annehmen. Es handelt sich dabei um eine Erhöhung des Faktors B, dem Unterschied zwischen dem zu erwartenden Gewinn bei einem Sieg der bevorzugten Partei und dem zu erwartenden Verlust bei einem Sieg der konkurrierenden Partei. Die Piratenpartei besetzt neben der Netzpolitik Themen wie die Neuordnung der Suchtpolitik, die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs, die rechtliche Stärkung Prostituierteter, die Aufklärung über Pornografie im Unterricht, die Gleichberechtigung transsexueller Menschen, die allgemeine Freigabe von Normen, eine Reform des Urheberrechts, ein Verbandsklagerecht für Tierchutzorganisationen, Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, Gleichberechtigung psychisch Kranker und

---

<sup>39</sup> Die Wahlergebnisse der Wahlen mit Piratenbeteiligung legen dies nahe (Vgl. Niedermayer, Die Wähler der Piratenpartei: wo kommen sie her, wer sind sie und was bewegt sie zur Piratenwahl? 2012).

das Ende der Teilfinanzierung kirchlicher Einrichtungen durch den Staat. Bei vielen dieser Forderungen erscheint es unwahrscheinlich, dass sie innerhalb der nächsten Legislaturperiode den öffentlichen Diskurs erreichen werden. Ist der potentielle Wähler allerdings von der Bedeutsamkeit eines dieser Themen überzeugt, ist er gezwungen die Piratenpartei zu wählen, um das Thema auf die politische Agenda zu bekommen. Der Unterschied zwischen dem zu erwartenden persönlichen Verlust bei einem Nichteinzug der Piratenpartei in den Bundestag und dem entsprechenden Gewinn (Faktor B) wird also maximiert.

Wenn bei wachsendem politischen Interesse der Bevölkerung gegenüber den Piraten das Engagement in der Partei zunimmt und die Mitgliederzahl steigt, steigen die Einsparungen der beteiligten Personen die sie bei der Informationsbeschaffung zu erwarten haben und die potentiellen Gewinne bei der Wahlentscheidung aufgrund der economies of scale. In diesem sich selbst verstärkenden Prozess, entsteht der sogenannte „Hype“, der bei den Piraten in den Jahren 2009 und 2012 aufkam. Dieser flaut wieder ab, sobald die bestehenden Strukturen an die Grenze ihrer Aufnahmefähigkeit gekommen sind und damit die Attraktivität der Faktoren Informationsbeschaffung und politische Mitbestimmung wieder sinkt. Hat die Partei die Zuwächse vollständig verarbeitet, geht es wieder bergauf.

### **2.2.1 Die Strategie der Piratenpartei als Antwort auf Beschleunigungsphänomene der Spätmoderne**

Es gibt zwei Gründe, warum es einer Partei gelingen kann mit der Forderung nach einer Reform des politischen Prozesses Wählerstimmen zu gewinnen. Einerseits muss es eine Innovation gegeben haben, die von den bereits etablierten Parteien nicht ausreichend genutzt wurde, andererseits muss es Probleme geben, die innerhalb der Grenzen des politischen Prozesses nicht gelöst werden konnten und die sich mit der Zeit verschlimmert haben. „Die Defizite, auf welche die Umgestaltung des Parteienspektrums reagiert, können zum einen prozeduraler oder prozessualer Natur sein, was bedeutet, dass die überlieferten Institutionen und Praktiken der politischen Willensbildung, Entscheidungsfindung und Implementation aufgrund veränderter gesellschaftlicher Bedingungen nicht mehr angemessen funktionieren.“ (Lamla und Rosa 2012, 176)

Lamla und Rosa argumentieren, dass sich der Aufstieg der Piraten „als eine Reaktion auf das Beschleunigungsdefizit der Demokratie“ (ebd. 177) verstehen lässt und dass sie mit den Themen Transparenz und Bürgerbeteiligung Probleme der strukturellen Politik, nicht der inhaltlichen Politik, ansprechen. Innerhalb der wahlökonomischen Theorie von Anthony Downs bedeutet die politische Beschleunigung

für den Wähler eine Erhöhung des Aufwands zur Informationsbeschaffung. Mit zunehmender Einflussnahme verschiedener Interessensgruppen und zunehmender Pluralisierung und Dynamisierung der Gesellschaft verzögert sich der Gesetzgebungsprozess. Gleichzeitig nimmt die Geschwindigkeit sozioökonomischer Prozesse zu. Es herrscht ein Desynchronisationsproblem der parlamentarisch-repräsentativen Demokratie. Der Versuch der politischen Steuerung erscheint vielfach nur als „Bremsversuch“ (ebd. 177), sie wird zum „Feuerlöscher und Folgenbearbeiter“ (ebd.). Diese Entwicklung führt zu „Politikverdrossenheit und (...) Entfremdung vom politischen System“ (ebd. 178). Die Informationsbeschaffung vor der Wahl wird immer aufwendiger, der Ressourcenverbrauch zur Informationsbeschaffung vor der Wahlteilnahme steigt. Werden außerplanmäßig Neuwahlen durchgeführt, wird dieses Problem noch gravierender. Auf der anderen Seite wird der Gewinn, den der Wähler bei einem Sieg der präferierten Partei, und der Verlust, den er bei dem Sieg einer anderen Partei hat, immer geringer. Einerseits bewegen sich die Volksparteien in die politische Mitte, gleichzeitig scheint es aber auch, als wäre ohnehin keine der Parteien der Aufgabe gewachsen, politische Steuerung zu übernehmen. „Dass die Piraten eine wählbare Alternative auch für viele Wählerinnen und Wähler geworden sind, welche deren Personen, Ziele oder Prinzipien gar nicht kennen, legt es deshalb nahe, sie auch als eine strukturelle Reaktion auf das Desynchronisationsproblem oder Beschleunigungsdefizit der parlamentarisch-repräsentativen Demokratie zu verstehen.“ (ebd.) Die Piratenpartei gibt auf diese Herausforderung insofern eine Antwort, als sie die „Geschwindigkeit wirtschaftlicher und finanzieller Transaktionen, wissenschaftlich-technologischer Entwicklungen und kultureller Kommunikations-, Diffusionsprozesse und Mobilisierungsprozesse“ (ebd. 177) mittels Technisierung und Teilautomatisierung wieder unter die Kontrolle des politischen Prozesses zu bringen versucht. Durch die territoriale und temporale Entgrenzung des politischen Diskurses gibt sie eine Antwort auf das spätmoderne Beschleunigungsphänomen und verringert zumindest die Kosten der Informationsbeschaffung und der Transaktion. Einen Vorschlag zur Lösung der politischen Steuerungskrise bleibt sie allerdings schuldig.

### **2.2.2 Automatisierung als Antwort auf die Steuerungskrise der Politik?**

In der Präambel ihres Grundsatzprogramms von 2006 formuliert die Piratenpartei bereits das Problem der gesellschaftlichen Beschleunigungsprozesse aus dem sie ihren Auftrag zur politischen Gestaltung ableitet. „Im Zuge der Digitalen Revolution aller Lebensbereiche sind trotz aller Lippenbekenntnisse die Würde und die Freiheit des Menschen in bisher ungeahnter Art und Weise gefährdet. Dies geschieht

zudem in einem Tempo, das die gesellschaftliche Meinungsbildung und die staatliche Gesetzgebung ebenso überfordert wie den Einzelnen selbst. Gleichzeitig schwinden die Möglichkeiten, diesen Prozess mit demokratisch gewonnenen Regeln auf der Ebene eines einzelnen Staates zu gestalten dahin.“<sup>40</sup> Die Analyse der Konrad-Adenauer Stiftung belegt, dass die Beschleunigungsphänomene in der Bevölkerung wahrgenommen werden. Zwei Drittel der Befragten einer repräsentativen Umfrage würden der Aussage zustimmen, „Heutzutage geht alles so schnell, da kann man als normaler Mensch kaum noch Schritt halten“. Dabei unterscheiden sich die Gruppen aller Befragten und die der Piraten-Sympathisanten nicht. „Dies ist insofern erstaunlich, als dass die Piraten-Anhänger überwiegend jung sind und als internetaffin gelten.“ (Stoye und Pokorny 2013, 26) Die Piratenpartei versucht nun mit verschiedenen Ansätzen an der Lösung des Desynchronisationsproblems zu arbeiten. Zum einen führt sie ihre Parteitätigkeiten online aus und verringert die innerparteilichen Organisations- und Kommunikationskosten und die Kommunikationskosten der Partei mit ihren potentiellen Wählern, ebenso spart sie Fahrt- und Unterbringungskosten, die Anmietung geeigneter Räume und Kosten für Telefonanschlüsse und Briefverkehr. Durch die Digitalisierung der Parteiarbeit beschleunigt und flexibilisiert sie die Meinungsbildung und macht sich von örtlichen oder zeitlichen Begrenzungen unabhängig. Die Onlinetätigkeit der Piratenpartei verringert aber nicht nur die Kosten zur innerparteilichen Willensbildung, sondern verkürzt die Kommunikationswege und flexibilisiert die Teilhabemöglichkeiten auch in Bezug auf den Wähler. Die Partei spart Werbematerial. Es müssen weniger Flyer und Broschüren gedruckt werden, weniger Wahlwerbepots müssen geschaltet, weniger Wahlplakate angefertigt werden, als bei anderen Parteien, da die Piratenpartei ihre Wählerklientel hauptsächlich im Internet rekrutiert.<sup>41</sup> Programm und Positionen der Partei können mit wenigen Klicks aufgerufen werden und die Kosten zur Informationsbeschaffung des Wählers verringern sich deutlich, vorausgesetzt, er findet sich in der Onlinewelt zurecht. Für die Piraten bedeuten ein unsicheres und dynamisches politisches Umfeld wie bei den kurzfristig anberaumte Wahlen im Saarland und in Nordrhein-Westfalen sogar einen Wettbewerbsvorteil, „als sie über Twitter, Blogs und Internetforen in Windeseile eine gewaltige Mobilisierungsenergie zu entfachen“ (Lamla und Rosa 2012, 177) vermögen.

Einen Bereich der Kernwählerschaft der Piratenpartei macht die „freie Software Bewegung“ aus (Hensel 2012, 43 f.). Diese möchte Software urheberrechtsfrei für alle frei verfügbar machen. Zu diesem Zweck wurde die Creative-Commons-Lizenz entwickelt, die es gestattet, Software unter Nennung des Autors nicht-gewinnorientiert zu kopieren, zu verändern und zu verbreiten. Produziert die „freie Software Bewegung“ etwas, produziert sie es auch für die Partei und so auf freiwillig-kollaborativer Basis ein Netz-

---

<sup>40</sup> Grundsatzprogramm der Piratenpartei, Januar 2012 <http://www.piratenpartei.de/wp-content/uploads/2012/02/Grundsatzprogramm-Piratenpartei.pdf>, abgerufen am 3.5.2013

<sup>41</sup> vgl. Niedermayer, Die Wähler der Piratenpartei: wo kommen sie her, wer sind sie und was bewegt sie zur Piratenwahl? 2012 und Niedermayer, Die Piraten im parteipolitischen Wettbewerb 2012, 40



werk an Kommunikationssystemen, Archiven, Abstimmungswerkzeugen, Diskussionsportalen und Protokollsoftware, welche einerseits die Arbeitsgeschwindigkeit und Effizienz der Partei erhöht, andererseits einen nicht unerheblichen wirtschaftlichen Wert darstellt, der sich aufgrund der nichtkommerziellen Lizenzen allerdings nicht bemessen lässt. Zur Organisation und Verwaltung der großen Menge an Information verwendet die Partei eine Vielzahl an Programmen unterschiedlichster Komplexität. Die einfachsten lassen sich bereits mit einem Minimum an informationstechnischen Fähigkeiten erstellen. Meist dienen sie demjenigen, der sie programmiert hat, zur Erledigung monotoner Tätigkeiten die er nicht selbst durchführen möchte. Sich im Allgemeinen über das Programmieren Gedanken zu machen macht nur Sinn, wenn die Tätigkeit insgesamt länger dauern würde als das Programmieren an sich. Dies ist allerdings selten der Fall, weshalb diese Programme oft keinen wirtschaftlichen Wert haben. Einen Gewinn für die Allgemeinheit stellen sie dar, wenn sie nach dem Programmieren unter die Creative-Commons-Lizenz gestellt und allen Nutzern zur Verfügung gestellt werden. Der Bereitstellende muss sich im Umkehrschluss darauf verlassen können, dass andere ihre Programme auch allen zur Verfügung stellen.<sup>42</sup> Die Piratenpartei verwendet zur Erledigung von Verwaltungstätigkeiten eine Vielzahl an kleinen Programmen, sogenannten Bots. Sie „sorgen für die Eintragung von Sitzungsterminen in Kalendern, erledigen Wartungs- und Aufräumarbeiten oder kümmern sich um alle Anfragen die andere Nutzer an den Betreiber des Bots richten.“ (Bieber und Lewitzki 2012, 117) Die Bots im digitalen Arbeitsraum der Piratenpartei übernehmen also Tätigkeiten, die in der analogen Verwaltung von Angestellten erledigt werden müssten. Dies bedeutet zum einen Einsparung und Entlastung der Parteimitglieder und zum anderen eine Beschleunigung der Arbeit, da Tätigkeiten in der digitalen Welt im Bruchteil einer Sekunde ausgeführt werden können.

### **2.3 Das inhaltliche Angebot der Partei**

Der Erfolg der Piratenpartei ab Herbst 2011 wurde als nicht dauerhaft angesehen. Die Partei galt als „One-Trick-Pony“ mit dem einzigen Thema Netzpolitik (Seeman 2012, 91), deren Inhaltsleere ein Problem für ihren langfristigen Erfolg darstellen würde (Stoye und Pokorny 2013, 10f.). „Wenn man die Liste mit Forderungen im Wahlprogramm der Piraten betrachtet, dann kann es einem so vorkommen, als hätte dort jemand zusammenhanglose Gutmenschenforderungen kombiniert.“ (Seeman 2012, 92)

---

<sup>42</sup> Zum Aufbau von Vertrauen und Gefühlen wechselseitiger Verpflichtung im digitalen Kommunikationsraum vgl. Lamla und Rosa 2012, 180-183



Über die politische Position der Piratenpartei herrschte Verwirrung. Dabei gibt es keinen einheitlichen Vorwurf. Einerseits wurde der Partei vorgeworfen, sie habe kein Programm, andererseits wurde ihr vorgeworfen, sie wäre eine Ein-Themen-Partei und schließlich wurde behauptet, all die Themen, die sie vertreten würde, wären idealistisch und nicht umsetzbar. Inhaltliche Positionen einer Partei werden aber nicht aus der Luft gegriffen, sondern leiten sich aus einem übergeordneten philosophischen Prinzip ab. Aus dem Kernbereich Netzpolitik der Piratenpartei lassen sich politische Überzeugungen herleiten, die das Gesamtprogramm systematisierbar machen. Eines der wesentlichen Grundprinzipien des Internets ist die Netzneutralität. Es geht dabei darum, dass sämtliche Daten diskriminierungsfrei, ohne Überprüfung der Pakete über den schnellsten freien Weg von einem Punkt zum anderen weitergeleitet werden. Die allgemeine Gleichbehandlung aller Inhalte im Internet sorgt für die idealen Voraussetzungen für einen „gelungenen Diskurs“ nach der Definition von Habermas. „Die ideale Sprechaktsituation erfordert gleiche Chancen auf Dialoginitiation und -beteiligung und gleiche Chancen der Deutungs- und Argumentationsqualität sowie natürliche Herrschaftsfreiheit.“ (ebd. 94) Diese Form der idealen Teilhabesituation versucht die Piratenpartei programmatisch auf möglichst viele Lebensbereiche zu übertragen. Es geht dabei um eine angepasste Form von Chancengleichheit, die von den Piraten als „Plattformneutralität“ bezeichnet wird. „Plattformneutralität identifiziert die wichtigen Infrastrukturen, die gesellschaftlichen Austausch ermöglichen, und versucht ihren diskriminierungsfreien Zugang und Betrieb zu gewährleisten. Diskriminierungsfrei bedeutet aber eben nicht nur antirassistisch oder antisexistisch, sondern grundsätzlich die Verhinderung der Selektion von Kommunikation von dritten aufgrund von welchen Merkmalen auch immer. Es ist die Gewährleistung eines allgemeinen, freien, gleichen, unmittelbaren Zugangs. Plattformneutralität wäre also die Herstellung von Herrschaftsfreiheit durch diskriminierungsfreie Zugänglichmachung von gesellschaftlich relevanten Infrastrukturen.“ (ebd. 95)

Anhand der Plattformneutralität lassen sich die Forderungen der Piratenpartei erklären. Die Forderung nach einem fahrscheinlosen öffentlichen Nahverkehr wird zur Forderung nach diskriminierungsfreiem Zugang zur Plattform der öffentlichen Verkehrsmittel. Die Trennung von Kirche und Staat wird zur Forderung nach einem diskriminierungsfreien Zugang zu Religionsgemeinschaften, die Forderung nach einem bedingungslosen Grundeinkommen zur Forderung nach diskriminierungsfreiem Zugang zu gesellschaftlicher Teilhabe im Allgemeinen (ebd. 95f.). Es herrscht parteiintern keine Einigkeit darüber, was Plattformneutralität im konkreten Fall bedeutet. Diskriminierungsfreier Zugang zur Gesellschaft durch das bedingungslose Grundeinkommen kann, je nach Pirat, entweder ein Grundgehalt auf dem Niveau der Sozialhilfe, oder ein monatliches Einkommen von 1.000 Euro oder mehr bedeuten. Nichtpositionierung der Partei zu wichtigen Themen lässt sich ebenso mit der Plattformneutralität erklären. Gibt es keine Position zu einem politischen Bereich, hat sich in der „Plattform“ Piratenpartei

keine Position durchgesetzt, welche die Parteimitglieder für konkurrenzfähig gegenüber den Positionen anderer Parteien halten.

### **2.3.1 Plattformneutralität als Teilhaberversprechen**

Die Forderung der Plattformneutralität des politischen Systems ist auch eine Antwort auf die Beschleunigungsphänomene der Zeit. Wird der Auffassung gefolgt, dass die staatlichen Steuerungsmechanismen versagen, folgt daraus, dass die staatlich garantierten Teilhabemechanismen nicht mehr in gleichem Maße wirksam sind. Ein Zugang zur politischen Willensbildung ist nur noch dort möglich, wo Nutzer und Bereitsteller geringe Hürden zur Beteiligung zu überwinden haben. Mit zunehmender geografischer und sozialer Entfernung vom politischen Tagesgeschäft steigen die Kosten zur politischen Beteiligung. Dies ist der Grund, warum Nichtwähler von den Piraten angezogen werden. In Berlin und im Saarland wurden die Piraten nicht wegen ihres Inhalts gewählt (Niedermayer 2012, 71), gleichzeitig gelang es der Partei, verhältnismäßig viele Nichtwähler für sich zu gewinnen (ebd. 65), welche nicht dem „traditionellen Protestwähler der Vergangenheit“ zugeordnet werden können, da „diese extreme Parteien gewählt haben. Die Piraten werden jedoch nicht von den Wählern als extreme Partei wahrgenommen.“ (ebd. 72f.) Diese Nichtwähler waren vorher mit ihren prinzipiellen Beteiligungsmöglichkeiten zufrieden gewesen, sehen sich nun aber zunehmend entmündigt und marginalisiert. Antriebsgrund für die Rückkehr dieser Nichtwähler ist also die Furcht, vom demokratischen System abgehängt zu werden. Für diese Wählergruppe war der Inhalt des „Mehr Demokratie an sich“ der Piratenpartei ausreichend und ausschlaggebend. Die Nische zur politischen Mobilisierung im Wahlkampf liegt für die Piratenpartei darin, die Furcht der Menschen zu „nutzen“, von demokratischer Beteiligung ausgeschlossen zu werden.

### **2.3.2 Plattformneutralität als Rechtssicherheit**

Wird der oben ausgeführten Auffassung gefolgt, dass staatliche Steuerungsmechanismen versagen, entsteht ein Problem bei der Umsetzung von Gesetzen und der Kontrolle von Gesetzesverstößen. Im

Internet herrscht kein Vertrauen „des einzelnen Staatsbürgers in eine durch Rechtsordnung und Rechtspflege garantierte Rechtmäßigkeit der äußeren Erscheinung der ihn umgebenden und ihm begegnenden rechtlich bedeutsamen Verhältnisse und Dinge. Der Grundsatz der Rechtssicherheit, formal besonders ausgeprägt in den verschiedenen Prozessordnungen, garantiert dem Einzelnen“ nicht mehr „die gleiche rechtliche Wertung gleichartiger Einzelfälle, die Voraussehbarkeit von Rechtsfolgen sowie das Vertrauen darauf, dass eine von den Gerichten getroffene Entscheidung durchgesetzt wird.“ Die Merkmale der Rechtssicherheit, „das Verbot rückwirkender Gesetze (besonders solche belastender Art), die Wahrung des Vertrauensgrundsatzes und die Garantie der Rechtskraft“<sup>43</sup> sind nach Meinung der Piraten im Internet nicht umgesetzt. Ein wichtiges Beispiel ist das Zugängerschwerungsgesetz, das im Jahr 2009 gegen den Protest der Piratenanhänger verabschiedet und für sie zum Kernthema des Wahlkampfes wurde.<sup>44</sup> Sie „hatten in Bezug auf das Zugängerschwerungsgesetz nicht nur Unmut empfunden, weil dieses Gesetz ihre eigenen Interessen verletzte, sondern auch weil sie es für ineffektiv und damit schlicht für politisch inakzeptabel hielten. Dieses Gesetz stand im Wahljahr plötzlich pars pro toto für ihr ganzes Misstrauen gegenüber politischen Entscheidungen. (...) Das Zugängerschwerungsgesetz galt für sie als Beweis für eine ineffiziente Politik, die ihre Interessen nicht mehr vertreten konnte oder wollte.“ (Zolleis, Prokopf und Strauch 2010, 31)

Die Piraten zweifeln an der Legitimität und Leistungsfähigkeit des Rechtsstaates. Durch die Digitalisierung entstehen neue öffentliche Räume, an welche die derzeitige Gesetzgebung ihrer Meinung nach nicht angepasst ist. Besonderes im Bereich des Urheberrechts sehen sie Probleme. Sie sorgen sich auch um Datenschutz, Meinungsfreiheit und gleichberechtigten Zugang zum Internet. Weitere Fragen kommen noch auf die Gesellschaft zu: Wie wird das Aufkommen eines alternativen Währungssystems gehandhabt, was bedeuten Automatisierungsprozesse für den Arbeitsmarkt, welche Auswirkungen haben 3D-Drucker auf Handel und Produktion, was bedeutet die Möglichkeit dauerhafter Ortsbestimmung, Audio- und Videoaufnahmen durch die technischen Neuerungen wie „Google Glass“, wie wird amtssichere Kommunikation über das Internet möglich und was passiert beispielsweise im Todesfall mit dem digitalen Nachlass. Zusätzlich zu den juristischen Kenntnissen benötigt der Einzelne ein großes Maß an informationstechnischem Hintergrundwissen, um die genannten Probleme überhaupt als Probleme wahrzunehmen und lösen zu können. Plattformneutralität bedeutet in diesem Zusammenhang für die Piratenpartei Rechtssicherheit und den Schutz vor Willkür. Die Forderungen nach Transparenz und Bürgerbeteiligung erfassen diesen Themenbereich nicht ausreichend. Gelingt es den Piraten, ihr politisches Kernkonzept in eine ansprechende Formel zu packen, könnten sie noch punkten.

---

<sup>43</sup> Rechtssicherheit im Lexikon der BPB, <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/recht-a-z/22781/rechtssicherheit>, abgerufen am 27.4.2013

<sup>44</sup> Bartels, Die Piratenpartei 2009, 75ff.

### 2.3.3 Generierung von Inhalten durch das Spiel der politischen Meinungsbildung

Für eine Partei, die sich aus der technischen Welt herausbildet, sind Spiel und Ernst in notwendiger Weise verschränkt. „Der Computer ist das perfekte Spiel, egal, welches Programm auf ihm läuft, man kann gar nicht anders als zu spielen, wenn man mit ihm umgehen möchte. Der Prozessor versteht nur bestimmte Befehle, und um zwischen ihm und dem Menschen vor ihm zu vermitteln, müssen diese Befehle in immer neue Algorithmen eingepasst werden, um immer wieder neue Formen zu erzeugen.“ (Mertens 2012, 63) Das innerparteiliche Willensbildungssystem ist nach dem Verständnis der Piraten ein Computer, der mit Anfragen gefüttert wird. Gemäß dem Prinzip der Plattformneutralität soll kein Inhalt auf Kosten eines anderen schlechter behandelt werden. Die Partei wird als Plattform zur Artikulation bestimmter politischer Forderungen, Ideen und Interessen gesehen, die sich auch wieder ändern können. Bei einem Programmtest in der Informatik werden manchmal zufällige Variablen in eine Datenmaske eingegeben, um die Programmierung auf Fehler zu testen. Ebenso geht es bei manchen Anträgen nur darum, politische Strukturen auf ihre formale Funktionsfähigkeit zu testen. Der Inhalt der Anträge kann dabei absichtlich völlig unsinnig sein. Die Besprechung eines solchen Antrags nur wegen seiner Lächerlichkeit abzulehnen, würde aus Sicht der Piraten gegen die Plattformneutralität verstoßen. Die damit einhergehende selbstverschriebene ergebnisoffene Diskussionskultur würde leiden. Lieber werden diese Anträge mit der gleichen Ernsthaftigkeit wie andere behandelt, als einen etwaigen verrückt klingenden, aber guten Vorschlag wegzuwischen. Das populärste Beispiel in diesem Zusammenhang ist die Abstimmung des Zeitreiseantrags auf dem Bundesparteitag in Bochum. Die Piratenpartei produziert also Inhalte, indem sie mit den Prinzipien politischer Partizipation „spielt“. Sie rhetorisch anzugehen (Koschmieder 2012a, 20), würde die Partei nicht politisch treffen, sondern in eine intensivere Phase der Selbstreflexion und des inhaltlichen Experimentierens führen. „Eine Selbstbezeichnung von Großparteien wie der SPD, CDU und CSU, die durch Ausweitung ihrer Wählerbasis nach möglichst vielen Stimmen für strategische Mehrheiten streben,“ (Nohlen 2001) ist ihr deshalb fremd, weil sie kein Angebot vorlegen möchte, welches der Wähler anzunehmen oder abzulehnen hat, sondern Politik als transparenten und partizipativen Prozess versteht. Ebenso möchte sie nicht „die „politische Rhetorik und werbende Selbstdarstellung“ der Volksparteien übernehmen, die sich „auf den Anspruch (stützen), schichtübergreifend und weltanschaulich verbindend breite Wählerschichten in sich aufzunehmen und in ihrer Interessenvielfalt ausgleichend vertreten zu wollen.“ (ebd.) Sie fordert jeden Bürger auf, sich an der politischen Willensbildung zu beteiligen, bietet allerdings selbst keine Regeln dafür, in welche Richtung der Prozess gehen soll. So steht als letzter Satz in der Präambel des Grundsatzprogramms: „Gleichzeitig glauben wir, dass diese Themen für Bürger aus dem gesamten traditionellen politischen Spektrum unter-

stützenswert sind, und dass eine Positionierung in diesem Spektrum uns in unserem gemeinsamen Streben nach Wahrung der Privatsphäre und Freiheit für Wissen und Kultur hinderlich sein würde.“<sup>45</sup> Dieser Prozess ist nicht auf einen Ausgleich ausgerichtet. Wer sich nicht beteiligen möchte, wird nicht berücksichtigt.

### **2.3.4 Inhaltslosigkeit als Inhalt**

Der Erfolg des inhaltlichen Politikangebots einer Partei hängt nicht nur von einem umfassenden politischen Angebot und der Haltung zu wichtigen Einzelthemen ab. Für den Wähler zählt auch die Frage, ob die Partei einen ganzheitlichen Politikansatz vertritt, oder zumindest, ob er in ihr das Potential dafür sieht. Da eine neue Partei nicht im gleichen Maß alle politischen Themen bearbeiten kann wie die etablierten Parteien, ist es für sie vorteilhaft, sich nicht zu positionieren, gute Entscheidungen zu versprechen und sich im Zweifel dem status quo anzuschließen. Von der Partei muss hierzu eine Entscheidung zur Nicht-Entscheidung getroffen werden und sie muss diese glaubhaft vermitteln. So wird die Nicht-Entscheidung zu einer programmatischen Aussage. Entscheidet sich der Wähler für eine solche Partei, wählt er den status quo der Politik in den Feldern, zu denen die Partei keine Meinung hat, oder das Potential eines in der Zukunft verbesserten inhaltlichen Angebots und verschmäht dadurch bewusst die Angebote der anderen Parteien in diesem Bereich. Somit wird „das ‚Protest- bzw. Unzufriedenheitsmotiv‘ ein genuin inhaltliches Wahlmotiv. Protestwahl und inhaltliche Wahl sollten also nicht als einander ausschließende Motive betrachtet werden.“ (Niedermayer 2012, 72) Schon der erste Erfolg der Piratenpartei lässt sich nicht auf eine Protestwahl zurückführen. „Mit den internetbezogenen Kernthemen Reform des Urheberrechts und Stärkung der (digitalen) Bürgerrechte errang die Partei bei der Europawahl 2009 erstmals zwei Sitze, weil das Thema durch äußere Umstände kurz vor der Wahl enorm an Bedeutung gewonnen hatte.“ (Koschmieder 2012a, 18) Die Verweigerung von Inhalten wird Programm und Wahltaktik. Die Partei dient als Projektionsfläche der Wünsche und Bedürfnisse der Wähler.

Die Projektionen des Wählers werden zum Problem für die Partei, wenn sie mit der Wirklichkeit zusammentreffen. Die Irritation über die inhaltliche Einordnung der Piratenpartei wird perfekt, wenn sich

---

<sup>45</sup> Grundsatzprogramm der Piratenpartei, Januar 2012 <http://www.piratenpartei.de/wp-content/uploads/2012/02/Grundsatzprogramm-Piratenpartei.pdf>, abgerufen am 3.5.2013

deren Führungsfiguren weigern gemäß dem Selbstverständnis der Partei Positionen zu kommunizieren oder ihre allgemeine Meinung zum politischen Tagesgeschäft zu äußern. Die Partei nimmt im Modell Niedermayers keine „Haltung zu einzelnen relevanten Themen“ ein, die „Verortung der Partei auf den wesentlichen Konfliktlinien die den Parteienwettbewerb prägen“ (Niedermayer 2012, 10) fällt den Wählern schwer. Mit einer Nicht-Positionierung verschreckt sie aber auch keine Wählergruppe zugunsten einer anderen. In der flachen Hierarchie der Partei und dem fluiden Übergang zwischen interessiertem Bürger und engagiertem Mitglied wird der Einzelne zum Eigenengagement bewegt. Er ist angehalten, seine eigenen politischen Forderungen und Wünsche auf der „Plattform Piratenpartei“ einzubringen, und eine Mehrheit für seine Position zu erringen. Kann die Partei die Projektionen der Bürger nicht mehr bedienen, weil die zur Verfügung gestellte Plattform „voll“ ist, stellen sich Zweifel beim Wähler ein, ob inhaltsleere Politik überhaupt Politik ist, beziehungsweise die Partei in ihrer Form überhaupt eine Daseinsberechtigung als politische Vereinigung haben kann, wenn sie keine politischen Positionen vertritt oder vertreten möchte. Erfolg und Abstieg der Partei im Jahr 2009 und 2013 hängen mit dem Zyklus von Projektion und Enttäuschung zusammen. Mangelhafte politische Positionierung aufgrund der Plattformneutralität begünstigt also einerseits das Auf und andererseits das Ab der Partei.

### **3. Nerdpartei zwischen Macht und Marginalisierung**

Oskar Niedermayer argumentiert, „dass sich in Folge der Wiedervereinigung in Form eines „DDR-Erbes“ eine Interessenslage in der deutschen Wählerschaft gebildet hat, die das System der Bundesrepublik und ihre Grundlagen zumindest partiell in Frage stellt.“<sup>46</sup> Damit sei zum einen die Wählerschaft der Linkspartei, aber auch die der Piraten gemeint. Aus dieser Situation heraus gelingt es den Piraten, „die Unzufriedenheit mit dem bestehenden System durch ihre neue, offenere, partizipativere, direktere Art Demokratie zu betreiben, in positive Bahnen zu lenken und daraus Wasser für ihre Antriebsmühlen (bzw. –schrauben) zu machen.“ (Debus und Faas 2012, 208) Die Piratenpartei betreibt dabei keine Systemkritik, sondern eine Institutionenkritik. Sie hinterfragt alles nach seinem Sinn, was sich jenseits der rein formal-rechtlichen Bestimmungen im politischen System der Bundesrepublik „etabliert“ hat und tritt dabei als Vermittler der „Versöhnung der Prinzipien kultureller Autonomie und staatlicher Rechts-

---

<sup>46</sup> Debus und Faas 2012, 193 f. nach Niedermayer 2008: Plädoyer für die Abschaffung der Links-Rechts-Dimension, in: Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte, 55, S. 32-35 und 2010: Rot-Grün-Präferenz statt rot-rot-grüner Lagerbildung: Zur künftigen Strategie der SPD, in: Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte, 57, S. 28-31

durchsetzung“ (Lamla und Rosa 2012, 183) auf, indem sie die Freiheiten der Bürger und die Grenzen des Staates neu verhandelt. Auf diese Art stabilisiert und erneuert sie das politische System der Bundesrepublik.

Für die Piratenpartei stellt sich hinsichtlich der Wählbarkeit für breite Bevölkerungsschichten die Herausforderung, den Begriff der Nerdpartei positiv umzudeuten oder für sich abzulegen. Der Begriff Nerd ist „in diesem aktuellen Diskurs (...) nur die gegenwärtige hegemoniale Diskreditation“ (Mertens 2012, 64) der Piratenwähler. Bei den Nerds handelt es sich „allerdings um die sozial Ausgegrenzten (...), die nun wegen des Erfolgs ihrer Alternativwelt (im politischen Wettbewerb, Anm.) noch einmal ausgegrenzt werden müssen.“ (ebd.) Dies ist „die Pointe dieses gegenwärtigen Geschehens.“ (ebd.) Offen bleibt, ob eine weitere Ausgrenzung gelingen kann. In der Auseinandersetzung mit den Folgen der Digitalisierung für die Gesellschaft ist die Piratenpartei Vorreiter. Sie ist „nicht nur als profane Imitation der Muster und Gewohnheiten digitaler Kommunikation, sondern vielmehr als parteipolitische Interpretation der Wert- und Glaubenssätze der Internetkultur zu verstehen (...). Eben dies markiert zugleich den entscheidenden Unterschied zwischen den Piraten und den Bemühungen der etablierten Parteien in diesem Bereich.“ (Hensel 2012, 45 f.)

#### **4. Bewertung der innerparteilichen Erfolgsfaktoren der Piratenpartei**

In der Folge sollen die Erfolgsfaktoren der Piratenpartei nach einem Notensystem von sehr gut bis ungenügend bewertet werden. Das gewählte Organisationsprinzip der Partei ist befriedigend. Es gestattet der Partei, ihr spezifisches Politikverständnis umzusetzen, für eine erfolgreiche Etablierung muss es aber weiter verbessert werden. Die Mitglieder der Partei sind jung und gebildet, die Voraussetzungen für einen nachhaltigen Erfolg der Partei sind sehr gut. Die Qualität der Führungskräfte ist mangelhaft, denn mit Ausnahme von Marina Weisband konnte keine Führungskraft ein großes Maß an Aufmerksamkeit und Einfluss auf sich vereinen. Die Finanzausstattung der Partei ist ungenügend. Die Partei schafft es mit den ihr zur Verfügung stehenden Mittel gerade, den laufenden Betrieb aufrecht zu erhalten und ist darüber hinaus auf umfangreiche freiwillige Hilfe der Parteimitglieder angewiesen. Die Finanzlage ist das größte Wachstumshemmnis der Partei. Die Motivation in der Partei ist gut, wenngleich die allgemeinen Rahmenbedingungen, vor allem die Strukturlosigkeit und die Finanzlage, auf die Stimmung drücken. Ebenfalls als gut ist die innerparteiliche Willensbildung zu bewerten. Die Partei kann ihr Beteiligungsver-



sprechen weitestgehend umsetzen, kommt aber bei den Mitgliederversammlungen und der Integration neuer Mitglieder immer wieder an ihre Grenzen. Die Strategiefähigkeit der Piraten ist aufgrund des Milieus, aus dem sie sich bildet, ausreichend. Größere Kooperationsfähigkeit der Mitglieder und die Konzentration auf politische Arbeit könnte der Partei helfen, diesen Bereich zu verbessern. Die Strategie der Partei zur Wählermobilisierung ist sehr gut. Durch ihr onlinebasiertes Angebot bietet sie einen niedrighwelligen Einstieg für Interessierte. Mit ihrem Mitmachangebot gelingt es ihr, sämtliche wahlökonomische Faktoren zu ihren Gunsten zu ändern. Die inhaltliche Positionierung der Partei ist ausreichend, könnte aber durch eindeutige Schlagworte und eine ausgearbeitete Parteiphilosophie verbessert werden. Aus Organisationsform, Mitglieder, Führungspersonal, Motivation, Finanzausstattung, Innerparteilicher Willensbildung und Strategiefähigkeit ergeben sich die Ressourcen der Partei. Diese werden mit der Strategie und den politischen Inhalten eins zu eins gewichtet. Für die Piratenpartei ergibt sich hinsichtlich der innerparteilichen Ausgangsbedingungen also eine befriedigende Lage für die Etablierung im bundesdeutschen System.



## 5. Literaturverzeichnis

- Allensbach, Institut für Demoskopie - Sonntagsfrage. 2013. <http://www.ifd-allensbach.de/studien-und-berichte/sonntagsfrage/gesamt.html> (Zugriff am 26. April 2013).
- Forscher testen Google Trends als Mittel für Wirtschaftsvorhersagen. 26. April 2013. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Forscher-testen-Google-Trends-als-Mittel-fuer-Wirtschaftsvorhersagen-1851021.html> (Zugriff am 30. April 2013).
- Appelius, Stefan, und Armin Fuhrer. *Das Betriebssystem erneuern, Alles über die Piratenpartei*. Berlin: Berlin Story Verlag, 2012.
- Bartels, Henning. *Die Piratenpartei*. Berlin, 2009.
- Bartels, Henning. „Die Vorgeschichte: die Urheberrechtsdebatte und die schwedische Piratenpartei.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 15-28. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Bechtold, Sonja. „Piratenpartei: Schatzmeister Schlömers Wettlauf gegen die Zeit.“ *spiegel.de*. 30. Dezember 2009. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,668849,00.html> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- „Berliner Morgenpost.“ *Piratin Marina Weisband tritt nicht mehr an*. 25. Januar 2012. <http://www.morgenpost.de/politik/article1890523/Piratin-Marina-Weisband-tritt-nicht-mehr-an.html> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- Beyme, Klaus von. „Von den Volksparteien zu den professionalisierten Wählerparteien, Anmerkungen zur Weiterentwicklung politologischer Parteien-Typologien.“ *Zeitschrift für Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Bildung*, 2001.
- Bieber, Christoph, und Markus Lewitzki. „Das Kommunikationsmanagement der Piraten.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 101-124. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- „bild.de.“ *Würden sie diese Frau gerne wählen?* Dezember 2011. <http://www.bild.de/politik/inland/piratenpartei/die-schoene-geschaeftsfuehrerin-marina-weisband-21518302.bild.html> (Zugriff am 30. April 2012).
- Blank, Florian, und Julia Tzschätzsch. „Parteitypen.“ *bpb.de*. 28. August 2009. <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/42045/eigenschaften-und-parteitypen?p=all> (Zugriff am 9. Oktober 2012).
- Blumberg, Fabian. *Partei der "digital natives"? Eine Analyse der Genese und Etablierungschancen der Piratenpartei*, [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_18785-544-1-30.pdf](http://www.kas.de/wf/doc/kas_18785-544-1-30.pdf). Herausgeber: Konrad-Adenauer-Stiftung. Berlin, 2010.
- Böhning, Björn. *Alles nur Polemik*. 30. März 2012. <http://www.bjoern-boehning.de/2012/03/30/alles-nur-polemik/> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- „bpb.de.“ *Eintrag: Rechtssicherheit*. 2007. <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/recht-a-z/22781/rechtssicherheit> (Zugriff am 2. Mai 2013).

- „bundestag.de.“ *Festsetzung der staatlichen Mittel zur Parteienfinanzierung*. 2013.  
[http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz\\_staatl\\_mittel](http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/festsetz_staatl_mittel) (Zugriff am 2. Mai 2013).
- Busch, Andreas. „Kontinuität statt Wandel: Die Innen- und Rechtspolitik der großen Koalition.“ In *Die zweite große Koalition*, von Christoph Egle, 403 ff. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010.
- Debus, Marc, und Torsten Faas. „Die Piratenpartei in der ideologisch-programmatischen Parteienkonstellation Deutschlands: Das Füllen einer Lücke?“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 189-212. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Downs, Anthony. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Brothers, 1957.
- . „An Economic Theory of Political Action in a Democracy,  
<http://www.agoraproject.eu/app/webroot/papers/S7.%20An%20Economic%20Theory%20of%20Political%20Action%20in%20a%20Democracy%20%28Downs%201957%29.pdf>.“ *The Journal of Political Economy*, 65, No. 2., April 1957: 135-150.
- „duden.de.“ *Strategie*. 2013. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Strategie> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- „duden.de.“ *Taktik*. 2013. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Taktik> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- Google Trends. 2013. <http://www.google.de/trends/> (Zugriff am 1. Mai 2013).
- Graham, Paul. „Why Nerds are unpopular.“ *paulgraham.com*. Februar 2003.  
<http://paulgraham.com/nerds.html> (Zugriff am 14. Oktober 2012).
- Heinrich, Roberto, Malte Lübker, und Heiko Biehl. „Parteimitglieder im Vergleich: Partizipation und Repräsentation.“ *www2.politik.uni-halle.de*. Juli 2002. <http://www2.politik.uni-halle.de/schuettemeyer/downloads/ppp-kurzfassung.pdf> (Zugriff am 13. Oktober 2012).
- Hensel, Alexander. „Das Milieu der Piraten: Die Erben der Internetkultur.“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, Herausgeber: Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 41-51. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.
- Hensel, Alexander, und Stefan Klecha. *Die Piratenpartei, Havarie eines politischen Projekts?* Frankfurt am Main: Otto-Brenner Stiftung, 2013.
- Hepp, Andreas. „Medienkommunikation und deterritoriale Vergemeinschaftung. Medienwandel und die Posttraditionalisierung von translokalen Vergemeinschaftungen.“ In *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*, Herausgeber: Ronald Hitzler, Anne Honer, & Michaela Pfadenhauer, 132-150. Wiesbaden, 2008.
- Jabbusch, Sebastian. *Liquid Democracy in der Piratenpartei, Magisterarbeit*,  
<http://www.sebastianjabbusch.de/wp-content/uploads/2011/10/Liquid-Democracy-in-der-Piratenpartei-Eine-Neue-Chance-fur-die-innerparteiliche-Demokratie-im-21-Jahrhundert-By-Sebastian-Jabbusch.pdf>. Greifswald, 2011.
- Köhntopp, Kristian. *Mitzeichner zu Mitgliedern*. 27. Mai 2009. <http://blog.koehntopp.de/archives/2461-Mitzeichner-zuMitgliedern.html> (Zugriff am 2. Oktober 2012).

- Korte, Karl-Rudolf. „Der Altmaier-Effekt: Was lernen etablierte von den Piraten?“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, Herausgeber: Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 199-208. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.
- Koschmieder, Carsten. „Die Piratenfraktion im Berliner Abgeordnetenhaus.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 213-235. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- . *Piraten und Possenreißer statt Politiker und Populisten*. Friedrich-Ebert-Stiftung, 2012.
- Krätzig, Sebastian. *Das deutsche Parteiensystem und die Krise der politischen Repräsentation am Beispiel der FDP und der Piratenpartei, Masterarbeit*. Hannover, 2010.
- Laaff, Meike. *Bundesparteitag der Piraten. Kernis gegen Vollis*. Herausgeber: taz.de. 11. November 2010. <http://www.taz.de/Bundesparteitag-der-Piraten/!61579/> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- Lamla, Jörn, und Hartmut Rosa. „Beschleunigungsphänomen und demokratisches Experiment: Auf welche Problemlage reagieren die Piraten?“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, von Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 175-185. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.
- Lang, Christopher. *www.piratenpartei.de*. 26. Januar 2012. <http://www.piratenpartei.de/node/1550> (Zugriff am 26. April 2013).
- „marinaslied.de.“ *Meine Rolle in den Medien*. Dezember 2011. <http://www.marinaslied.de/?p=675> (Zugriff am 30. April 2013).
- „marinaslied.de.“ *Ich habe keinen Bock mehr*. November 2012. <http://www.marinaslied.de/?p=762> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- Mertens, Mathias. „Nerds. Computer. Piraten. Die kulturgeschichtliche Erklärung eines Syllogismus.“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, Herausgeber: Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 53-65. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.
- Neumann, Tobias. *Die Piratenpartei Deutschland. Entwicklung und Selbstverständnis*. Berlin: Contumax, 2011.
- Neumann, Tobias. „Ein Blick nach Innen: Das Selbstverständnis der Piraten.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 125-148. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Niedermayer, Oskar. „Die netzpolitischen Reaktionen der anderen Parteien auf das Erscheinen der Piratenpartei.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 237-257. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Niedermayer, Oskar. „Die Piraten im parteipolitischen Wettbewerb.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 29-61. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Niedermayer, Oskar. „Die Wähler der Piratenpartei: wo kommen sie her, wer sind sie und was bewegt sie zur Piratenwahl?“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 63-73. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

- Niedermayer, Oskar. „Einleitung: Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 7-14. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Niedermayer, Oskar. „Organisationsstruktur, Finanzen und Personal der Piratenpartei.“ In *Die Piratenpartei*, Herausgeber: Oskar Niedermayer, 81-99. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- . „Parteimitglieder in Deutschland.“ <http://www.polsoz.fu-berlin.de>. 2011. [http://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/empsoz/schriften/Arbeitshefte/Oskar\\_Niedermayer\\_-\\_Parteimitglieder\\_in\\_Deutschland\\_\\_Version\\_2011.pdf](http://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/empsoz/schriften/Arbeitshefte/Oskar_Niedermayer_-_Parteimitglieder_in_Deutschland__Version_2011.pdf) (Zugriff am 13. Oktober 2012).
- . „Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem am Beispiel der Piratenpartei Deutschland.“ *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 41, 2010: 838-854.
- Nohlen, Dieter. *Kleines Lexikon der Politik*. München: Beck'sche Reihe, 2001.
- Odenbach, Jan. *Partei, Netz, Netzpartei: Meinungs- und Willensbildung in der Piratenpartei*. Wiesbaden: Springer VS, 2012.
- Paetau, Michael. „Die Piratenpartei. Vision einer freien Wissensordnung.“ *Forum Wissenschaft*, 2010: 51-54 [http://www.paetau.net/pdf/paetau\\_piraten\\_2010.pdf](http://www.paetau.net/pdf/paetau_piraten_2010.pdf).
- „piratenpartei.de.“ *Grundsatzprogramm der Piratenpartei*. Januar 2012. <http://www.piratenpartei.de/wp-content/uploads/2012/02/Grundsatzprogramm-Piratenpartei.pdf> (Zugriff am 3. Mai 2013).
- Reinbold, Fabian. „spiegel.de.“ 15. November 2012. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/flauschkonferenz-der-piraten-sorgt-fuer-finanz-aerger-a-867288.html> (Zugriff am 2013. April 26).
- „Rheinische Post.“ *Weisband leidet an Tschernobyl Folgen*. 7. März 2013. <http://www.rp-online.de/politik/deutschland/weisband-leidet-an-tschernobyl-folgen-1.3240363> (Zugriff am 30. April 2013).
- Riker, William, und Peter Ordeshook. „A Theory of the Calculus of Voting.“ 1968. [http://www.uky.edu/~clthyn2/PS671/Riker\\_1968APSR.pdf](http://www.uky.edu/~clthyn2/PS671/Riker_1968APSR.pdf) (Zugriff am 5. Oktober 2012).
- Schmelzer, Thomas. „Wirkungslose Wunderwaffe.“ 20. Mai 2012. <http://www.sueddeutsche.de/politik/2.220/buergerbeteiligung-im-internet-wirkungslose-wunderwaffe-1.1358838> (Zugriff am 26. April 2013).
- Schröpfer, Carsten. *10. Bundesparteitag der Piratenpartei Deutschland. Neumünster, 28. und 29. April 2012*. [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_30966-544-1-30.pdf](http://www.kas.de/wf/doc/kas_30966-544-1-30.pdf). Herausgeber: Konrad-Adenauer-Stiftung. Berlin, 2012.
- Schuler, Katharina. „Die Piraten sind die neue Mitte.“ *zeit.de*. 10. April 2012. <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2012-04/piraten-umfrage-guellner> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- Seeman, Michael. „Plattfromneutralität - das politische Denken der Piraten.“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, Herausgeber: Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 92-99. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.

- Siri, Jasmin. „Digital Natives, Digital Immigrants. Die Kritik an der Piratenpartei und ihr Interesse.“ *Forum Recht (FoR)*, 2009: 25-26.
- Siri, Jasmin, und Paula-Irene Villa. „Piratinnen - Fehlanzeige Gender?“ In *Unter Piraten, Erkundungen in einer neuen politischen Arena*, Herausgeber: Christoph Bieber, & Claus Leggewie, 145-171. Bielefeld: transcript Verlag, 2012.
- „spiegel.de.“ *FDP Generalsekretär löst mit Kritik an Piraten Shitstorm aus*. 26. März 2012. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fdp-generalsekretaer-doering-loest-mit-kritik-an-piraten-shitstorm-aus-a-823718.html> (Zugriff am 27. April 2013).
- „Statista.com.“ *Marktanteile der Suchmaschinen weltweit*. 2013. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/222849/umfrage/marktanteile-der-suchmaschinen-weltweit/> (Zugriff am 30. April 2013).
- Stöcker, Christian. „Enthüllung über Stuxnet-Virus: Obamas Cyber-Angriff auf Irans Atomanlagen.“ *spiegel.de*. 1. Juni 2012. <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/usa-und-israel-sollen-stuxnet-virus-gegen-iran-entwickelt-haben-a-836401.html> (Zugriff am 3. Oktober 2012).
- Stoye, Sabine, und Sabine Pokorny. „Shitstormkristallisationspunkt“ – oder: *Wenn's konkret wird wird's kontrovers*. Herausgeber: Konrad-Adenauer-Stiftung. Berlin, 2012.
- . *Vermessung der Piraten*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2013.
- Theile, Merlind. „Das Ende der Amateure.“ *spiegel.de*. 7. April 2012. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-84789655.html> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- . *Piratenpartei in der Krise. Klar zum Kentern*. 19. November 2010. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,728903,00.html> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- Tocqueville, Alexis de. *Über die Demokratie in Amerika, Erster Teil*. Stuttgart: Deutsche-Verlags-Anstalt, 1959.
- Wagner, Marie Katharina. *Piratenpartei: Angebot zum Anderssein*. Herausgeber: faz.net. 30. April 2012. <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/piratenpartei-angebot-zum-anderssein-11735063.html> (Zugriff am 2. Oktober 2012).
- „wiki.piratenpartei.de.“ *Mitgliederzahlen 2013*. Februar 2013. [https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken\\_zu\\_Mitgliederzahlen](https://wiki.piratenpartei.de/Mitglieder#Grafiken_zu_Mitgliederzahlen), Stand: Februar 2013 (Zugriff am 1. Mai 2013).
- „youtube.com.“ *WDR EinsZuEins (1/2) Piraten NRW willkommen im Landtag - Interview mit Joachim Paul*. 31. Mai 2012. <http://www.youtube.com/watch?v=N7JILGTdROK&feature=relmfu> (Zugriff am 3. Oktober 2012).
- „youtube.com.“ *ZDFneo Politix: Der piratige "Wir-sind-anders"-Hype*. 28. März 2012. <http://www.youtube.com/watch?v=7OIXadWJC6Y&feature=g-user-u> (Zugriff am 3. Oktober 2012).
- „youtube.com.“ *ZDF Info - Das LiquidFeedback der Piratenpartei*. 3. Mai 2012. <http://www.youtube.com/watch?v=jU02Sr2icWg> (Zugriff am 3. Mai 2013).

Zeh, Juli. „Augen zu und durch.“ *sz-magazin.sueddeutsche.de*. 2011. <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/36648/2> (Zugriff am 9. Oktober 2012).

Zolleis, Udo, Simon Prokopf, und Fabian Strauch. *Die Piratenpartei. Hype oder Herausforderung für die deutsche Parteienlandschaft? Aktuelle Analysen Nr. 55*, [http://www.hss.de/uploads/tx\\_ddceventsbrowser/AA-55\\_Piratenpartei\\_02.pdf](http://www.hss.de/uploads/tx_ddceventsbrowser/AA-55_Piratenpartei_02.pdf). Herausgeber: Hanns-Seidel-Stiftung. München: Hanns-Seidel-Stiftung, 2010.

## **6. Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Mitgliederzahlen nach Landesverbänden .....	15
Abbildung 2: Mitglieder und Zahlende Mitglieder pro Million Einwohner nach Bundesland .....	16
Abbildung 3: Zahl der Suchanfragen nach bekannten Mitgliedern der Piratenpartei von 2009 bis heute .....	22
Abbildung 4: Höhe der staatlichen Mittel der im Bundestag vertretenen Parteien und der Piraten von 2006 bis 2012 .....	26
Abbildung 5: Wahlökonomische Gleichung nach William Riker und Peter Ordeshook 1968.....	35

## **7. Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Karrierestufen neuer Parteien nach dem Modell von Niedermayer.....	9
Tabelle 2: Soziostrukturelle Zusammensetzung der Piratensympathisanten.....	18
Tabelle 3: Anspruch und Wahrnehmung der staatlichen Parteienfinanzierung der Piratenpartei von 2009 bis 2012 .....	25

