

Innerparteiliche Demokratie 2.0? Partizipation von Parteimitgliedern im Internet

Katharina Gerl · Stefan Marschall · Nadja Wilker

Online publiziert: 11. Mai 2016
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Zusammenfassung Politische Parteien sind verstärkt dazu übergegangen, politische Beteiligung über das Internet zu ermöglichen, beispielsweise mithilfe von Online-Plattformen, die Bürgern und Parteimitgliedern erlauben, politische Fragen zu diskutieren und gemeinsam an Dokumenten wie Wahlprogrammen zu arbeiten. Jedoch nehmen an solchen Beteiligungsformaten oft nur wenige Personen teil. Anhand des Einsatzes einer solchen Plattform seitens der Partei Die Grünen untersucht der Beitrag, warum einige Parteimitglieder von dieser Beteiligungsmöglichkeit Gebrauch gemacht haben, andere wiederum nicht. Dabei wird auf traditionelle Modelle zur Erklärung von politischer Beteiligung zurückgegriffen und gezeigt, dass innerparteiliche Online-Beteiligung weniger durch Ressourcen oder Einstellungen motiviert wird. Vielmehr ist entscheidend, dass es starke Anreize zur Beteiligung gibt.

Schlüsselwörter Politische Partizipation · Parteien · Online-Partizipation · Internet

Intra-Party Democracy 2.0? Participation of Party Members on the Internet

Abstract Only recently, political parties tend to encourage participation via the Internet between elections, e. g. by online platforms which allow citizens and party members to discuss policy issues and generate proposals. However, in most cases

M.A. K. Gerl (✉) · Prof. Dr. S. Marschall · M.A. N. Wilker
Institut für Sozialwissenschaften, Politikwissenschaft II, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf,
Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf, Deutschland
E-Mail: katharina.gerl@uni-duesseldorf.de

Prof. Dr. S. Marschall
E-Mail: stefan.marschall@uni-duesseldorf.de

M.A. N. Wilker
E-Mail: nadja.wilker@uni-duesseldorf.de

only few people take part. Drawing on the case of the German Green Party and applying three well established models that explain political participation offline, the paper tries to explain why some party members use these innovative channels to communicate their preferences while others do not. Comparing users and non-users, we conclude that neither resources nor attitudes alone can explain participation. Rather, participation is motivated by incentives the platforms offer to their users.

Keywords Political Participation · Political Parties · Online-Participation · Internet

1 Einleitung¹

Neben anderen politischen Akteuren sind es vor allem die Parteien, die seit einigen Jahren vermehrt Beteiligungsangebote im Internet sowohl für ihre Mitglieder als auch für Nichtmitglieder bereitstellen. Sie reagieren damit zum einen auf technische Entwicklungen, die neue Beteiligungsformen innerhalb und außerhalb von Parteien ermöglichen, zum anderen auf gesellschaftliche Nutzungsmuster und Erwartungen, die mit diesen Möglichkeiten verknüpft sind (Emmer et al. 2011; Vowe 2014; Gibson et al. 2003; Jackson und Lilleker 2009). Die Nutzung neuer Online-Partizipationsmöglichkeiten zur Stärkung der parteibezogenen Beteiligung und der Ausbau der Mitbestimmungsstrukturen für die Mitglieder von Parteien sind nicht zuletzt auch aus legitimatorischen und normativen Gründen valent, stehen die Parteien – zumindest in Deutschland auch verfassungsrechtlich – unter dem Druck, ihre internen Prozesse demokratisch zu gestalten. Aufgrund der zentralen Stellung von politischen Parteien in repräsentativen Demokratien und vor dem Hintergrund der sinkenden Mitgliederzahlen (van Biezen et al. 2012) sowie des hohen Anteils an passiven Parteimitgliedern (Spier 2011; Bruter und Harrison 2009; Heidar 2006) ist es somit auch demokratietheoretisch relevant, die Mobilisierungspotenziale neuer Online-Partizipationsangebote für die Parteien in den Blick zu nehmen.

Das Internet generell und das Web 2.0 mit seinen partizipativen und kollaborativen Funktionalitäten im Besonderen bieten für Parteien das Potenzial, Prozesse der internen Willensbildung zu öffnen, zu verändern und innerparteiliche Demokratie neu zu konfigurieren (Gibson et al. 2013). Die tatsächliche Nutzung der durch die Parteien bereitgestellten Partizipationsangebote bleibt allerdings in vielen Fällen hinter den Erwartungen zurück; es zeigt sich eine Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage (Bullwinkel und Probst 2014; Hanel et al. 2014).

Wie lässt sich diese Diskrepanz erklären? Zwar liegen sowohl zur Erklärung politischer (Nicht-)Partizipation im Allgemeinen, zur politischen Online-Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern als auch zum speziellen Fall der Beteiligung in Parteien theoretische Ansätze und empirische Befunde vor. Ein theoretisches und empirisches Desiderat besteht dagegen immer noch bei der Frage, wer sich warum *innerhalb von Parteien online* beteiligt respektive wer warum nicht. Zur Schlie-

¹ Wir danken den Gutachter/innen für ihre Hinweise zu einer ersten Version des Beitrags. Des Weiteren sind wir Sarah Charisis, Mareike Laub und Melissa Schiefer für die Unterstützung bei der Fragebogenentwicklung, Datenauswertung und Manuskripterstellung verbunden.

ßung dieser Forschungslücke möchte diese Studie beitragen und ein Modell zur Erklärung von innerparteilicher Online-Partizipation entwickeln. Helfen hierbei Ansätze der allgemeinen Partizipationsforschung weiter, treffen die Erklärungsmuster für innerparteiliche Offline-Partizipation zu – oder müssen wir nach ganz neuen Erklärungsansätzen suchen? Um zu erklären, warum sich bestimmte Parteimitglieder online beteiligen und andere nicht, vergleicht die vorliegende Untersuchung Nutzer/innen mit Nichtnutzer/innen innerparteilicher Online-Partizipationsangebote hinsichtlich in der Literatur als partizipationsrelevant eingestufte Merkmale.

Zunächst stellt der Beitrag theoretische Ansatzpunkte und Befunde aus der allgemeinen sowie aus der parteibezogenen Partizipationsforschung vor, die mikroanalytische Erklärungsfaktoren für Beteiligung identifizieren. Aus diesen Ansätzen werden forschungsleitende Erwartungen entwickelt und auf die politische Online-Partizipation in Parteien übertragen. Diese Erwartungen werden empirisch in einem konkreten Untersuchungskontext geprüft: anhand der Nutzung einer Online-Plattform, die für die Mitglieder einer etablierten bundesdeutschen Partei auf Landesebene bereitgestellt worden ist. Die empirischen Befunde werden mit Blick auf die theoretisch entwickelten Erwartungen diskutiert, um abschließend zu erörtern, inwieweit die Ergebnisse Rückschlüsse auf ein generelles Erklärungsmodell innerparteilicher Online-Partizipation geben können.

2 Politische Partizipation in Theorie und Forschung

Mit der online-basierten innerparteilichen Partizipation wird in dieser Studie eine spezifische Form der Beteiligung analysiert, die zunächst in den allgemeinen Kontext der politischen Partizipationsforschung gestellt werden soll (vgl. van Deth 2009). Ausgangspunkt ist das Verständnis politischer Beteiligung von Max Kaase, der politische Partizipation definiert als alle Handlungen, „die Bürger freiwillig mit dem Ziel vornehmen, Entscheidungen auf den verschiedenen Ebenen des politischen Systems zu beeinflussen“ (1997, S. 169). Dieses breit angelegte Verständnis politischer Partizipation lässt sich auch auf Handlungen im Internet übertragen bzw. schließt diese nicht aus.² Ausmaß und Qualität politischer Partizipation variieren von Individuum zu Individuum – sowohl hinsichtlich klassischer als auch neuer, internetbasierter Partizipationsformen wie dem Verfassen oder Teilen politischer Inhalte in Sozialen Netzwerken, der Teilnahme an Online-Diskussionen oder Online-Petitionen. Diese Varianz auf der Mikroebene wirft die Frage nach den Bedingungen und Erklärungsfaktoren für politische Partizipation auf. Die traditionelle politische Partizipationsforschung bietet hier drei grundlegende Ansätze mit unterschiedlichen Faktorenbündeln zur Erklärung variierender Beteiligungsgrade, die in Teilen auch schon für Formen der Online-Partizipation überprüft worden sind und im folgenden Abschnitt erläutert werden: das *Ressourcenmodell*, das *sozialpsychologische Modell*

² Welche Formen von Online-Aktivitäten überhaupt als politische Partizipation angesehen werden können und ob es sich dabei um von der Offline-Partizipation distinkte Partizipationsformen handelt oder ob sie lediglich das online-basierte Substitut zu Offline-Partizipationsformen darstellen, ist strittig (Gibson und Cantijoch 2013; Oser et al. 2013).

und das *General-Incentives-Modell* (für einen Überblick über alle Modelle s. Seyd und Whiteley 2002).

2.1 Erklärungsfaktoren für politische Partizipation

Das Ressourcenmodell (Sozioökonomisches Standardmodell) geht davon aus, dass vor allem sozialstrukturelle Merkmale bestimmen, ob und wie intensiv sich jemand politisch beteiligt (Verba und Nie 1972). Als partizipationsrelevante Ressourcen werden vor allem die Schulbildung, das Einkommen und die gesellschaftliche Position betrachtet. Später ist dieser Ansatz zum Civic Voluntarism Model erweitert worden (Verba et al. 1995). Die Antwort auf die Frage, warum Menschen (nicht) partizipieren, lässt sich auf folgende Dimensionen herunterbrechen: (1) weil sie nicht wollen, (2) weil sie nicht können, (3) weil sie nicht gefragt werden (vgl. Brady et al. 1995). Das Civic Voluntarism Model fokussiert vor allem auf das „nicht können“. Dabei werden die sozioökonomischen Faktoren um zusätzliche partizipationsrelevante Ressourcen ergänzt: Geld, Zeit und civic skills.³ Die Autoren gehen davon aus, dass nicht alle Faktoren gleich stark wirken, sondern nach der Art der politischen Beteiligung differenziert werden muss, da unterschiedliche Formen politischen Engagements unterschiedliche Ressourcen erfordern.

Im Gegensatz zum Ressourcenmodell vermutet der sozialpsychologische Ansatz, dass vor allem individuelle Einstellungen wie das politische Interesse, die Wahrnehmung der *political efficacy* (Campbell et al. 1954; Vetter 1997) sowie „interne und externe Normen“ (Klein 2006, S. 37) wie die Einstellung zur Demokratie oder subjektiv wahrgenommene Partizipationsnormen die unterschiedliche Bereitschaft zur politischen Partizipation erklären (grundlegend Milbrath und Goel 1977; Dalton 2008). Außerdem relevant für die Bereitschaft zur politischen Partizipation sind im sozialpsychologischen Ansatz die politische Selbsteinschätzung auf der Links-Rechts-Skala sowie die (post-)materialistische Werteorientierung (Steinbrecher 2009).

Ein dritter Erklärungsansatz, das General-Incentives-Modell, basiert auf Rational-Choice-Annahmen und erklärt politische Partizipation unter Rückgriff auf individuelle Kosten-Nutzen-Kalkulationen (Seyd und Whiteley 1992; Seyd und Whiteley 2002). Demnach entscheiden sich Individuen dazu, politisch aktiv zu werden, wenn die positiven die negativen Anreize überwiegen (Klein 2006). Seyd und Whiteley (2002, S. 51–53) führen zunächst selektive Anreize an. Selektive Anreize sind dann „prozessbezogen“, wenn der Nutzen aus der Partizipation selbst entspringt, z. B. daraus, dass man Gleichgesinnte trifft. Dagegen sind sie „ergebnisbezogen“, wenn sie einen direkten Nutzen für den Einzelnen implizieren, wie z. B. die Aussicht auf ein politisches Mandat (Klein 2006, S. 37). Zur Gruppe der selektiven Anreize gehören darüber hinaus die ideologischen Motive, d. h. der Austausch mit Menschen mit gleichen politischen Wertvorstellungen und das Eintreten für diese Werte und politischen Ziele. Von den selektiven Anreizen werden die kollektiven Anreize unterschieden. Hier liegt der Nutzen nicht im Erreichen eines persönlichen, sondern eines

³ Unter „civic skills“ verstehen die Autoren: „communications and organizational“ capacities that are essential to political activity“ (Brady et al. 1995, S. 272).

gemeinsamen politischen Ziels (Klein 2006). All diesen positiven Anreizen stehen Kosten gegenüber, z. B. Mitgliedschaftsbeiträge, die Zeit für das Engagement oder soziale Interaktionskosten.

Den drei Faktorenbündeln wird, auch in einer modellübergreifenden Kombination der nicht immer trennscharfen Faktoren, eine hohe Erklärungskraft für politische Partizipation zugesprochen; hierfür liegt beachtliche empirische Evidenz vor. Inwiefern sich diese ursprünglich für klassische Formen der politischen Partizipation identifizierten Einflussfaktoren auch auf die Online-Partizipation übertragen lassen, ist strittig. Die bisherigen Befunde sind ambivalent und in Teilen widersprüchlich.

Mittlerweile liegen zwar zahlreiche empirische Analysen vor, die in den Blick nehmen, wer sich politisch online engagiert (u. a. Emmer et al. 2011; Schlozman et al. 2012; Escher 2010; Dalton 2008; Chadwick und Howard 2009; Anduiza et al. 2012), allerdings werden dabei teilweise unterschiedliche Verständnisse von Online-Partizipation angelegt und verschiedene Partizipationsformen in unterschiedlichen Kontexten in den Blick genommen, die einen Vergleich der Befunde erschweren.

Grundsätzlich lässt sich jedoch festhalten, dass anfängliche Erwartungen, mit neuen internetbasierten Partizipationskanälen neue Gruppen erreichen zu können, durch empirische Studien weitestgehend widerlegt wurden: Internetbasierte Kommunikations- und Partizipationsoptionen sprechen vor allem diejenigen an, die ohnehin politisch engagiert sind. Es kommt daher insgesamt eher zu einer Stabilisierung der Asymmetrie innerhalb der politischen Partizipation statt zu einer Mobilisierung neuer Gruppen oder einer grundlegenden Veränderung der Partizipationsmuster (Gibson et al. 2005; Jensen 2013; Norris 2001; Shah et al. 2005; Schlozman et al. 2012, Vowe 2014). In einigen Studien wurden hinsichtlich einzelner Faktoren dennoch Unterschiede zwischen Offline- und Online-Partizipation festgestellt: So sind beispielsweise diejenigen, die sich online politisch beteiligen, tendenziell jünger als diejenigen, die offline partizipieren (Jensen 2013; Vowe 2014; Schlozman et al. 2012; Oser et al. 2013).⁴ Insgesamt scheinen zudem einige der traditionellen Faktoren für die Online-Beteiligung eine geringere Rolle zu spielen (Jensen 2013; Krueger 2002). Vielmehr stellen Umfang und Art der generellen Nutzung des Internets, sogenannte „Internet skills“⁵, wichtige Prädiktoren für Online-Partizipation dar (Krueger 2002; Vonbun und Schönbach 2014). Die Internet skills sind dabei abhängig von Alter und Geschlecht, nicht aber unmittelbar von sozioökonomischen Faktoren.

Kurzum: Die Erklärungsmodelle politischer Offline-Partizipation können nicht eins zu eins auf den Online-Bereich übertragen werden. Sie bedürfen der Modifikation je nach Kontext und konkreter Form der Partizipation sowie einer Erweiterung um internetspezifische Faktoren (s. auch Voss 2014). Inwiefern sich darüber hinaus

⁴ Schlozman et al. (2012) zeigen allerdings, dass die Jüngeren im Vergleich zu den Älteren im Rahmen ihrer Online-Partizipation eher neue Partizipationsformen wie die Beteiligung an Online-Diskussionen in Sozialen Netzwerken nutzen. Die Autoren zeigen aber auch, dass auch für Online-Partizipation sowohl innerhalb der Altersgruppen als auch über die Altersgruppen hinweg ein hoher sozioökonomischer Status begünstigend wirkt.

⁵ Internet skills werden anhand eines additiven Indexes erhoben, der die folgenden Items umfasst: „created a Web page, bookmarked a Web page, got news on Web, sent an attachment via email, used a signature file when e-mailing, and sent secure mail when e-mailing“ (Krueger 2002, S. 485).

für den speziellen Fall der Partizipation innerhalb von Parteien weitere Modifikationen ergeben, wird im folgenden Abschnitt diskutiert.

2.2 Politische Partizipation in Parteien

In Anlehnung an Klein (2006, S. 36) kann die parteibezogene Partizipation als „zweistufiger Prozess“ betrachtet werden, der auf der ersten Stufe die Entscheidung zum Eintritt in eine Partei und auf der zweiten Stufe den Grad der Aktivität innerhalb der Partei umfasst. Bezogen auf das innerparteiliche Engagement kann die passive Mitgliedschaft als „Low-Costs-Aktivität“ von der innerparteilichen Partizipation als „High-Costs-Aktivität“ (Klein 2006, S. 40) unterschieden werden.

Die dargestellten Ansätze zur Erklärung unterschiedlicher Grade politischer Partizipation sind mitunter anhand der Partizipation in Parteien entwickelt respektive an dieses Phänomen angelegt und überprüft worden. So entwarf Niedermayer (1989, S. 63–170) ein Modell zur Analyse individueller innerparteilicher Partizipation, das die drei theoretischen Faktorenbündel allgemeiner politischer Partizipation berücksichtigt: die Ressourcen, Prädispositionen und so genannte Opportunitäten, also Kontextbedingungen wie die allgemeinen „sozio-politischen Rahmenbedingungen“ sowie „die parteiorganisatorischen Anreizsysteme“ (Niedermayer 1989, S. 145). Dieses Modell – erweitert um die jüngeren Überlegungen zum General-Incentives-Ansatz – wurde für den deutschen Kontext bereits mehrfach im Rahmen von großen Parteimitgliederstudien angelegt.

Die jüngsten und umfassendsten Befunde zur Mitgliedschaft und Partizipation in deutschen Parteien bietet die Parteimitgliederstudie 2009. Auf Grundlage dieser Daten fragen Hoffmann (2011) und Laux (2011) danach, wer überhaupt Mitglied einer Partei wird und welche Faktoren diese Entscheidung erklären bzw. begünstigen. Hoffmann vergleicht dazu die drei beschriebenen Ansätze. Die mit Abstand größte Erklärungskraft für den Beitritt in eine Partei weist der sozialpsychologische Ansatz auf, wobei Hoffmann darauf hinweist, dass die relevanten Faktoren politisches Interesse und political efficacy auch durch sozialstrukturelle Merkmale wie den Bildungsgrad positiv beeinflusst werden (Hoffmann 2011). Laux (2011) wiederum fokussiert auf das General-Incentives-Modell und vergleicht die Bedeutung verschiedener Anreizdimensionen. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass bei der Entscheidung für den Beitritt in eine Partei *kollektive* politische Anreize das stärkste Motiv darstellen. Weiteren Studien zufolge lassen sich die Motivlagen zwischen bestimmten Gruppen noch weiter differenzieren: Bei jüngeren Parteimitgliedern scheinen im Hinblick auf die Entscheidung zum Beitritt in eine Partei selektive, ergebnisbezogene Motive zu überwiegen, also der Wunsch, Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen (Klein 2006, S. 51).

Spier (2011) wiederum versucht unterschiedliche Aktivitätsgrade *innerhalb* der Mitgliedschaft von Parteien zu erklären. Bei dem Vergleich aktiver und weniger aktiver Parteimitglieder kommt er zu dem Schluss, dass bei der Partizipation innerhalb von Parteien weniger die Ressourcen, also die sozialstrukturellen Faktoren, eine Rolle spielen als vielmehr die Anreize (ebd., S. 117). Jun (2009) stellt generell einen Wandel der Motive der innerparteilichen Partizipation hin zu selektiven, ergebnisbezogenen Anreizen fest.

Es wird deutlich, dass für die Erklärung der Beteiligung in Parteien die drei Ansätze der generellen Partizipationsforschung modifiziert angewendet werden können. Dabei scheint das General-Incentives-Modell besonders erklärungskräftig zu sein. Bei der Frage nach der *online-basierten* Beteiligung in Parteien tut sich dagegen eine konzeptionelle und empirische Forschungslücke auf. In den einschlägigen Analysen zur internetbasierten Partizipation in Parteien stehen vor allem mögliche Formen und Formate, Einsatzzwecke und Ziele sowie die Integration in die Organisations- und Entscheidungsstrukturen im Mittelpunkt. Außerdem wurden Mobilisierungspotenziale auch über die Parteimitgliedschaft hinaus in den Blick genommen, insbesondere im Kontext von Wahlkämpfen (vgl. z. B. den Überblick bei Bieber 2014a, Gibson 2015; Gibson et al. 2013; Römmele 2003).

2.3 Modell und Erwartungen

Die unterschiedliche Beteiligung an online-basierter innerparteilicher Partizipation wurde bisher nicht untersucht. An dieser Stelle setzt die vorliegende Untersuchung an. Im Folgenden werden aus dem Forschungsstand zur Online-Partizipation sowie zur klassischen innerparteilichen Partizipation theoretische Erwartungen in ein Erklärungsmodell *innerparteilicher Online-Partizipation* integriert.

Für eine Analyse dieser spezifischen Form von Beteiligung werden die klassischen Ansätze zur Erklärung politischer Partizipation um internet-, partei- und kontextspezifische Faktoren erweitert (Abb. 1). Wie dargestellt deuten Studien an, dass es für die politische Online-Partizipation eine Rolle spielt, inwiefern eine Person nicht nur über civic skills, sondern auch über Internet skills verfügt, da davon ausgegangen werden kann, dass aufgrund der sehr unterschiedlichen Beteiligungsformate im Internet anwendungsspezifische Nutzungshürden existieren. Wir erwarten, dass vor allem Personen, die das Internet häufig und vielseitig nutzen, dieses auch für die politische Beteiligung in Anspruch nehmen. Zudem liegt die Vermutung nahe, dass innerparteiliche Partizipation auch durch parteispezifische Ressourcen gefördert wird, z. B. durch Erfahrungen mit der Parteiarbeit, die Dauer der Mitgliedschaft sowie dem Besetzen einer Funktion innerhalb der Partei.

Die klassischen sozialpsychologischen Faktoren wiederum werden ergänzt um die Einstellungen der potenziell Partizipierenden gegenüber der Bedeutung von innerparteilicher Beteiligung generell sowie gegenüber der spezifischen Form der (Online-)Partizipation bzw. des Partizipationsangebots. Hier ist anzunehmen, dass diejenigen, die bestimmten Formen der Beteiligung gegenüber negativ eingestellt sind, diese Partizipationsformen auch nicht nutzen. Weiterhin ist zu vermuten, dass Parteimitglieder, die innerparteiliche Partizipation auf der Grundlage einer Beteiligungsnorm als wichtig ansehen, eher in der Partei aktiv werden als Personen, die innerparteilicher Partizipation einen geringen Stellenwert beimessen. Zudem sollte sich die generelle Zufriedenheit mit der Partei positiv auf die Bereitschaft zur innerparteilichen Partizipation auswirken.

Zur Konkretisierung des *Incentives-Modells* sollen schließlich die denkbaren positiven und negativen Anreize für die Online-Partizipation berücksichtigt werden. Was die positiven Anreize und Motive betrifft, wird davon ausgegangen, dass für



Abb. 1 Modell innerparteilicher Online-Partizipation (Quelle: Eigene Darstellung)

die Online-Partizipation andere Anreize relevant sind als für die Offline-Partizipation.

3 Vorgehensweise und Datengrundlage

Die Wirksamkeit der Faktoren des Modells innerparteilicher Online-Partizipation soll anhand einer spezifischen Form innerparteilicher Online-Partizipation überprüft werden: der (Nicht-)Teilnahme an einer von einer Partei aufgesetzten Online-Plattform. Mit einer solchen Plattform wird ein Instrument innerparteilicher Partizipation in den Blick genommen, das mittlerweile gängig und verbreitet ist. Nahezu alle etablierten deutschen Parteien bieten z. B. eigene Mitgliedernetzwerke an, über die innerparteiliche Partizipation beispielsweise im Rahmen von Programmdebatten ermöglicht wird (Bieber 2014a, 2014b).

Im Folgenden wird die Datengrundlage näher erläutert. Daran anschließend wird dargelegt, wie die theoretisch abgeleiteten und erweiterten sozialstrukturellen, sozialpsychologischen und motivationalen Faktorenbündel für die empirische Überprüfung der forschungsleitenden Annahmen operationalisiert werden.

3.1 Untersuchungskontext und Datenerhebung

Als Untersuchungskontext dient die Online-Plattform „beteiligung.gruene-nrw.de“, die vom Landesverband der Grünen in Nordrhein-Westfalen seit Anfang 2013 betrieben wird. Mit dem Ziel, „die Parteibasis als demos [der] Partei im Sinne der politischen Mitbestimmung auf bestmögliche Weise“ (Grüne NRW 2012b) einzube-

ziehen, hat der Landesverband der Grünen NRW diese Online-Beteiligungsplattform für seine Parteimitglieder eingerichtet. Die Funktionen, die die Plattform innerhalb der Partearbeit haben soll, sind vielfältig. Teilnehmer/innen und Parteigliederungen können die Seite beispielsweise zur Diskussion von Ideen und (Wahl-)Programmen, zur Entscheidungsfindung oder zur Vorbereitung von Treffen/Versammlungen nutzen (s. Grüne NRW 2012a). Registrierte Mitglieder können auf der Plattform Gruppen gründen, inhaltliche Beiträge zu Themen formulieren und Beiträge anderer kommentieren oder bewerten. Bis zum Start der Datenerhebung haben sich auf der Plattform insgesamt knapp 1400 Personen registriert.

Um der Frage auf den Grund zu gehen, ob und wie diese Plattform von den Parteimitgliedern wahrgenommen und genutzt worden ist und inwiefern sich Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen der Plattform unterscheiden, sind 9546 Mitglieder der Landespartei per E-Mail gebeten worden, an einer standardisierten Onlinebefragung teilzunehmen.⁶ Diese Gruppe umfasst alle Parteimitglieder der Grünen NRW, die beim Landesverband eine E-Mail-Adresse angegeben haben. Insgesamt hatte der NRW-Landesverband zu diesem Zeitpunkt ca. 13.000 Mitglieder. Es wurden also knapp 73 Prozent aller Mitglieder mit der Umfrage erreicht. Die Befragung lief vom 12. September bis zum 12. Oktober 2014. Es liegen 1272 vollständig ausgefüllte Fragebögen von Parteimitgliedern vor. Damit beträgt die Rücklaufquote 13,3 Prozent.⁷

Die Grundgesamtheit sind diejenigen Mitglieder der Partei, die die Möglichkeit hatten, das Partizipationsangebot wahrzunehmen, also alle, die über einen Zugang zum Internet verfügen. Es handelt sich um einen Personenkreis, der größer ist als die Gruppe der angefragten Personen, da vermutlich nicht alle online-fähigen Mitglieder ihre E-Mail-Adresse beim Landesverband hinterlegt haben. Über diese Grundgesamtheit gibt es keine genauen Vergleichsdaten. Insofern können wir die Qualität der Stichprobe nicht in Relation mit den Merkmalen der Grundgesamtheit setzen. Es liegen nur Informationen zu der über die Grundgesamtheit hinausreichenden Gruppe aller Mitglieder im Landesverband vor.

Üblicherweise liegt das Durchschnittsalter von Online-Stichproben unter dem der Grundgesamtheit (Zerback und Maurer 2014). Im vorliegenden Fall ist es – zumindest mit Blick auf die größere Gruppe aller Mitglieder des Landesverbandes – umgekehrt: Das Durchschnittsalter der befragten Parteimitglieder liegt bei rund 50 Jahren, das der Mitglieder der Grünen NRW laut Landesverband bei „Mitte Vierzig“. Die Geschlechterverteilung in der Stichprobe weist eine leichte Überrepräsentation von Männern auf, was wiederum den Erfahrungen anderer Online-Umfragen entspricht: In der Stichprobe sind 34,9 Prozent der Befragten weiblich und 65,1 Prozent männlich ($N = 1241$); die Geschlechterverteilung im Landesverband der Grünen beläuft sich auf 39 Prozent Frauen zu 61 Prozent Männern. Die Stichprobe ist also hinsichtlich des Alters und des Geschlechts leicht verzerrt, allerdings nur mit Blick auf die gesamte Gruppe der Parteimitglieder mit und ohne Online-Zugang.

⁶ Insgesamt wurden (inklusive Nicht-Mitgliedern) 10.946 Personen zur Teilnahme an der Umfrage aufgefordert. Personen, die nicht auf die erste Einladung reagierten, wurden nach ca. zwei Wochen ein weiteres Mal an die Umfrage erinnert.

⁷ Online-Surveys erzielen zumeist deutlich niedrigere Rücklaufquoten als schriftliche oder persönliche Formen der Befragung (Maurer und Jandura 2009). Vor diesem Hintergrund wird der erzielte Rücklauf als noch zufriedenstellend eingestuft.

3.2 Operationalisierung der zentralen Konstrukte

Für die Untersuchung der Nutzung der Plattform mussten die theoretischen Konstrukte in empirische Indikatoren übersetzt werden, die mittels einer Befragung erhoben werden können. Für die klassischen soziostrukturellen Merkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Erwerbsstatus, Beruf) und sozialpsychologischen Faktoren (politisches Interesse, external efficacy, internal efficacy) wurde auf etablierte Instrumente zurückgegriffen. Daher beschränkt sich die folgende Darstellung auf die Erläuterung der zentralen Indikatoren für die jeweils ergänzten bzw. angepassten Faktoren (internet-, partei- und fallbezogen).

3.2.1 Ergänzte sozialstrukturelle Faktoren und Ressourcen

Zunächst zu den ergänzten sozialstrukturellen Faktoren und Ressourcen: *Internet skills* wurden in der Erhebung quantitativ als die allgemeine *Internetnutzung* in Stunden pro Woche und qualitativ als die *politische* Internetnutzung erfasst. Als Indikatoren für letztere wurden verschiedene Formen der politischen Internetnutzung unterschieden: Zum einen wurde erhoben, wie häufig das Internet genutzt wird, um sich politisch zu informieren. Dafür wurden verschiedene Informationsmöglichkeiten abgefragt (z. B. Häufigkeit der Nutzung von Nachrichtenseiten oder Blogs). Hieraus wurde die Variable *online politisch informieren* als additiver Index der Mittelwerte mit drei Ausprägungen gebildet („nie“, „selten oder gelegentlich“, „oft bis sehr oft“). Zum anderen wurde über verschiedene Items erhoben, ob bestimmte Formen der politischen Partizipation über das Internet schon einmal praktiziert worden sind (z. B. eine Online-Petition unterschreiben, eine Online-Kampagne organisieren). Aus diesen Items ergaben sich über eine Faktorenanalyse drei Unterformen der politischen Online-Partizipation: *online abstimmen*, *online diskutieren/beraten* und *online mobilisieren* (jeweils „schon einmal gemacht“/„noch nie gemacht“).⁸

Als parteibezogene Ressourcen wurden zum einen die *Dauer der Mitgliedschaft* (in Jahren) erhoben sowie zum anderen, ob der oder die Befragte ein Amt oder eine Funktion in der Partei innehat (*Amts- oder Funktionsträger ja/nein*). Des Weiteren wurde abgefragt, in welchen Formen sich der/die Befragte in der Partei im vergangenen Jahr wie häufig engagiert hat. Aus der Abfrage verschiedener Arten der klassischen Offline-Parteiarbeit (z. B. Besuch von Veranstaltungen, Verteilen von Informationsmaterial)⁹ und der Parteiarbeit über das Internet (z. B. Newsletter abonnieren, an Online-Diskussionen teilnehmen) wurden auf Grundlage einer Faktorenanalyse drei additive Indizes der jeweiligen Mittelwerte mit je drei Ausprägungen („nie“, „selten oder gelegentlich“, „oft bis sehr oft“) gebildet: Die *Parteiarbeit offline* umfasst die Häufigkeit der Ausübung verschiedener Formen der klassischen Parteiarbeit. Der Index *Parteiarbeit online aktiv* fasst verschiedene Formen internetbasierter Parteiarbeit zusammen, die eine aktive, produzierende Tätigkeit erfordern. Im Index *Parteiarbeit online passiv* sind passive, rezipierende Formen der Online-Parteiarbeit zusammengefasst.

⁸ Die Items und Ausprägungen sind angelehnt an Emmer et al. (2011).

⁹ In Anlehnung an Spier et al. (2011).

3.2.2 Ergänzte sozialpsychologische Faktoren

Zur Ergänzung des sozialpsychologischen Faktorenbündels um die spezifische Einstellung zum Internet in der Parteiarbeit wurde die *Einstellung zu Online-Plattformen* erfasst. Diese wurde darüber abgefragt, wie die zukünftige Bedeutung solcher Plattformen für die Arbeit in der Partei gesehen wird: ob diese zunehmen soll, ob die derzeitige Bedeutung als ausreichend betrachtet wird oder ob solche Plattformen überhaupt nicht mehr eingesetzt werden sollten.

Zudem wurden parteibezogene Einstellungen erhoben. Hier wurde differenziert nach den verschiedenen Ebenen (Partei insgesamt, Wahlkreisebene, Landesebene, Bundesebene) die *Zufriedenheit mit der Partei* sowie die *Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten in der Partei* abgefragt (Fünfer-Skala, „sehr unzufrieden“ bis „sehr zufrieden“).

3.2.3 Angepasste motivationale Faktoren

Um die Anreize für die Nutzung der Plattform bzw. für ihre Nichtnutzung zu erfassen, wurden die Nutzer/innen gefragt, warum sie sich auf der Plattform angemeldet haben. Sie sollten für verschiedene *positive Anreize*¹⁰ (z. B. „aus Spaß an der politischen Arbeit“, „um Themen und Inhalte der Partei zu beeinflussen“) angeben, wie stark diese sie jeweils zur Nutzung motiviert haben (Fünfer-Skala, „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“).

Diejenigen, die zuvor angegeben hatten, sich nicht auf der Plattform angemeldet zu haben, wurden wiederum nach *negativen Anreizen* gefragt, die sie möglicherweise von der Nutzung der Plattform abgehalten haben. Auch hier wurden den Befragten denkbare Gründe für die Nichtteilnahme präsentiert (z. B. „keine Zeit“, „technische Probleme“) und sie wurden gebeten einzuschätzen, inwiefern diese bei ihnen zutreffen (Fünfer-Skala, „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“).

4 Ergebnisse

Ziel der Befragung war es herauszufinden, wer innerhalb von Parteien das Internet zur Beteiligung nutzt, und die im theoretischen Abschnitt beschriebenen sozialstrukturellen, sozialpsychologischen und motivationalen Faktorenbündel hinsichtlich ihrer Rolle für die innerparteiliche Online-Partizipation zu überprüfen. Dafür wurde die Nutzung eines konkreten innerparteilichen Partizipationsangebots untersucht.

Zunächst ist festzuhalten, dass unter den befragten Parteimitgliedern grundsätzlich eine positive Haltung gegenüber dem Einsatz von Online-Plattformen für die Parteiarbeit vorherrscht: Nur 3,5 Prozent aller Befragten sind der Meinung, dass Online-Plattformen in Zukunft gar nicht mehr eingesetzt werden sollten. Weniger als 4 Prozent der Befragten, die die Plattform nicht genutzt haben, gaben an, sich

¹⁰ Die positiven Anreize orientieren sich an den Operationalisierungen der Anreiztypen des General-Incentives-Modells, wie sie in Spier et al. 2011 verwendet wurden.

Tab. 1 Bivariater Vergleich der sozioökonomischen Faktoren

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/-innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
Durchschnittsalter in Jahren	48,9	52,0	
<i>Geschlecht</i>			0,071*
Männlich	69,2 Prozent (110)	61,4 Prozent (278)	
Weiblich	30,8 Prozent (49)	38,6 Prozent (175)	
<i>Bildung</i>			0,077
Kein Abschluss	0,6 Prozent (1)	0,0 Prozent (0)	
Hauptschulabschluss	1,9 Prozent (3)	2,8 Prozent (13)	
Mittlere Reife/Realschulabschluss	9,9 Prozent (16)	8,9 Prozent (41)	
(Fach-)Abitur	17,3 Prozent (28)	19,2 Prozent (89)	
(Fach-)Hochschulabschluss	70,4 Prozent (114)	69,1 Prozent (320)	
<i>Berufsgruppe</i>			0,166***
Arbeiter	0,7 Prozent (1)	4,9 Prozent (21)	
Angestellte in der Wirtschaft	23,1 Prozent (33)	24,1 Prozent (104)	
Beamte u. Angestellte im öffentlichen Dienst	51,7 Prozent (74)	50,3 Prozent (217)	
Selbstständige	13,3 Prozent (19)	11,1 Prozent (48)	
Akademische freie Berufe/ Freiberufler	5,6 Prozent (8)	8,4 Prozent (36)	
Sonstiges	5,6 Prozent (8)	1,2 Prozent (5)	
<i>Erwerbsstatus</i>			0,129**
Nicht erwerbstätig	4,5 Prozent (7)	2,9 Prozent (13)	
In Rente	11,5 Prozent (18)	17,8 Prozent (79)	
In Aus-/Weiterbildung	10,2 Prozent (16)	4,5 Prozent (20)	
Erwerbstätig	73,9 Prozent (116)	74,8 Prozent (332)	

Quelle: Eigene Erhebung. Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

auch in Zukunft unter keinen Umständen auf einer Online-Plattform beteiligen zu wollen. Als Begründung für diese Haltung erhielt die Aussage „Ich diskutiere lieber persönlich als über das Internet mit meinen Parteifreund*innen über politische Themen“ die meiste Zustimmung.

Für die weiteren Analysen stellt sich zunächst einmal die Frage, wie viele der befragten Mitglieder des Landesverbandes der Grünen NRW die beschriebene Online-Plattform überhaupt kannten und sich dort registriert haben. Tatsächlich gab etwa die Hälfte (647) der befragten Parteimitglieder an, nicht von der Plattform gehört zu haben, das Angebot also gar nicht zu kennen. Hier könnte vermutet werden, dass bestimmte Gruppen innerhalb der Partei systematisch von dieser Information ausgeschlossen waren, etwa weil sie über bestimmte Kommunikationskanäle nicht erreicht werden konnten. Ein Vergleich zumindest der soziodemografischen Merkmale zeigt jedoch, dass es kaum signifikante oder interpretierbare Unterschiede zwischen denjenigen, die die Plattform kannten, und denjenigen, die sie nicht kannten, gibt. Sie unterscheiden sich lediglich signifikant, wenn auch schwach im Hinblick auf ihre Stellung innerhalb der Partei: 53,8 Prozent derjenigen, die mindestens ein Amt oder

Tab. 2 Bivariater Vergleich der Internetnutzung

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/-innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
Internetnutzung allgemein in Std/ Woche (Mittelwert)	22,9	16,0	
<i>Online politisch informieren^a</i>			0,176***
Nie	2,5 Prozent (4)	5,2 Prozent (24)	
Selten oder gelegentlich	74,5 Prozent (120)	85,0 Prozent (391)	
Oft bis sehr oft	23,0 Prozent (37)	9,8 Prozent (45)	
<i>Online abstimmen^b</i>			0,079**
Nicht gemacht	4,9 Prozent (8)	10,0 Prozent (46)	
Schon mal gemacht	95,1 Prozent (154)	90,0 Prozent (415)	
<i>Online diskutieren/beraten^c</i>			0,139***
Nicht gemacht	67,9 Prozent (110)	81,1 Prozent (374)	
Schon mal gemacht	32,1 Prozent (52)	18,9 Prozent (87)	
<i>Online mobilisieren^d</i>			0,245***
Nicht gemacht	42,6 Prozent (69)	69,6 Prozent (321)	
Schon mal gemacht	57,4 Prozent (93)	30,4 Prozent (140)	

Quelle: Eigene Erhebung. Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

^a Index aus „Wie häufig ...“ a) „besuchen Sie Nachrichtenportale, um Artikel über ein politisches Thema zu lesen?“, b) „besuchen Sie Webseiten von Parteien und Politiker*innen?“, c) „lesen Sie einen Weblog oder ein Forum, in dem es um Politik geht?“ d) „lesen Sie Artikel bei Wikipedia zu einem politischen Thema?“, e) „sehen Sie sich auf einem Videoportal wie YouTube oder MyVideo ein Video mit politischem Inhalt an?“, f) „hören oder sehen Sie sich einen Podcast oder Videocast mit politischem Inhalt an?“ [„nie“ bis „sehr oft“]

^b Index aus „An einer Online-Abstimmung zu einem politischen Sachverhalt teilgenommen“ und „Eine Online-Petition mitgezeichnet“ [„schon mal gemacht“/„noch nie gemacht“]

^c Index aus „Online über einen Bürgerhaushalt beraten“ und „An einer Online-Konsultation zu einem politischen Sachverhalt teilgenommen“ [„schon mal gemacht“/„noch nie gemacht“]

^d Index aus „Eine Online-Petition erstellt“, „Politische Beiträge in einem Sozialen Netzwerk (Facebook, Twitter o. ä.) verfasst“ und „Eine politische Kampagne im Internet mitorganisiert“ [„schon mal gemacht“/„noch nie gemacht“]

Alle Items, die jeweils zu einem Index zusammengefasst sind, wurden vorher anhand einer Faktorenanalyse ermittelt und mit einem Reliabilitätstest überprüft.

eine Funktion in der Partei innehaben, kannten die Plattform. Von denjenigen ohne Amt oder Funktion sind es dagegen nur 43,4 Prozent ($p = 0,00$, $\Phi = 0,103$). Auch kennen 61,3 Prozent der Mitglieder, die angeben, sich oft bis sehr oft offline in der Partei zu engagieren, die Plattform, während es von denen, die sich selten oder gelegentlich einbringen, nur 46,3 Prozent sind ($p = 0,00$, $\Phi = 0,156$).

Im Folgenden werden nun die Befragten in den Analysefokus gerückt, die die Plattform kannten und somit überhaupt die Möglichkeit hatten, das Online-Beteiligungsangebot zu nutzen ($N = 625$). Von diesen 625 Befragten haben sich rund 26 Prozent auf der Plattform registriert und können damit als *Nutzer/innen* der Plattform ($N = 162$) definiert werden. Diese Gruppe weist ein besonders hohes politisches Interesse auf und engagiert sich auch in anderen Formen oft in der Partei (s. Tab. 2 und 3). Die häufigste Form der Nutzung der Plattform war das Lesen von Beiträgen anderer; 76 Prozent der Nutzer/innen haben dies gemacht. Aktivere Formen der Be-

Tab. 3 Bivariater Vergleich der parteibezogenen Faktoren

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/-innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
Durchschnittl. Dauer Parteimitgliedschaft in Jahren	11,9	12,5	
<i>Amtsinhaber/Funktionsträger</i>			0,159***
Kein Amt/keine Funktion	26,5 Prozent (43)	44,3 Prozent (205)	
Mind. ein Amt/eine Funktion	73,5 Prozent (119)	55,7 Prozent (258)	
<i>Parteiarbeit offline^a</i>			0,203***
Nie	7,5 Prozent (12)	25,8 Prozent (119)	
Selten oder gelegentlich	48,4 Prozent (78)	43,3 Prozent (200)	
Oft bis sehr oft	44,1 Prozent (71)	31,0 Prozent (143)	
<i>Parteiarbeit online aktiv^b</i>			0,270***
Nie	29,2 Prozent (47)	57,6 Prozent (264)	
Selten oder gelegentlich	60,9 Prozent (98)	39,7 Prozent (182)	
Oft bis sehr oft	9,9 Prozent (16)	2,6 Prozent (12)	
<i>Parteiarbeit online passiv^c</i>			0,169***
Nie	3,7 Prozent (6)	5,0 Prozent (23)	
Selten oder gelegentlich	54,7 Prozent (88)	70,8 Prozent (325)	
Oft bis sehr oft	41,6 Prozent (67)	24,2 Prozent (111)	

Quelle: Eigene Erhebung. Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

^a Index aus „Wie oft haben Sie im vergangenen Jahr ...“ a) „eine Parteiversammlung besucht?“, b) „Feste oder gesellige Veranstaltungen der Partei besucht?“, c) „ein Amt in der Partei übernommen?“, d) „Plakate geklebt, Informationsmaterial verteilt?“, e) „bei der Organisation der Parteiarbeit mitgeholfen?“, f) „für ein öffentliches Amt kandidiert?“, g) „an der Formulierung politischer Aussagen mitgewirkt?“, h) „bei sozialen Aktionen mitgemacht?“, i) „persönlich neue Mitglieder geworben?“ und j) „Beiträge in Parteimedien verfasst?“ [„nie“ bis „sehr oft“]

^b Index aus „Wie oft haben Sie im vergangenen Jahr ...“ a) „an einer Online-Diskussion der Partei teilgenommen?“, b) „auf Ihrer privaten Homepage oder in einem Sozialen Netzwerk Inhalte der Partei geteilt oder verlinkt (z. B. Hinweise auf Veranstaltungen oder Webseiten)?“, c) „einen Verbesserungsvorschlag oder Kritik per E-Mail in die Partei eingebracht?“, d) „in einem Sozialen Netzwerk eine Unterstützerguppe für eine*n Politiker*in der Grünen NRW erstellt?“ und e) „im Internet um neue Mitglieder geworben?“ [„nie“ bis „sehr oft“]

^c Index aus „Wie oft haben Sie im vergangenen Jahr ...“ a) „den Newsletter der Grünen gelesen?“, b) „Informationsmaterialien der Partei heruntergeladen?“ und c) „an einer im Internet durch die Partei organisierten Unterschriften- oder Mailingaktion teilgenommen?“ [„nie“ bis „sehr oft“]

Alle Items, die jeweils zu einem Index zusammengefasst sind, wurden vorher anhand einer Faktorenanalyse ermittelt und mit einem Reliabilitätstest überprüft

teilung wie das Erstellen von Vorschlägen oder Kommentaren hat nur knapp ein Viertel der befragten Plattformnutzer/innen genutzt.

Etwa drei Viertel der Befragten mit Kenntnis der Online-Plattform haben diese dagegen überhaupt nicht genutzt, d. h. sich dort nicht einmal registriert. Sie werden hier definiert als *Nichtnutzer/innen* ($N = 463$), die den *Nutzern/innen* der Plattform gegenübergestellt werden. Diese beiden Gruppen werden im Folgenden zunächst bivariat hinsichtlich der dargestellten Faktoren verglichen, um eventuelle systematische Unterschiede zwischen ihnen zu identifizieren. Um die Erklärungskraft der einzelnen Modelle und des Gesamtmodells hinsichtlich der Plattformnutzung zu

Tab. 4 Bivariater Vergleich der sozialpsychologischen Faktoren

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
<i>Politisches Interesse</i>			0,097*
Weniger stark bis überhaupt nicht	0,6 Prozent (1)	0,9 Prozent (4)	
Mittelmäßig	4,3 Prozent (7)	10,6 Prozent (49)	
Ziemlich stark bis sehr stark	95,1 Prozent (154)	88,6 Prozent (410)	
<i>Internal efficacy</i>			0,115**
Stimme nicht zu	0,6 Prozent (1)	0,0 Prozent (0)	
Teils-teils	3,7 Prozent (6)	9,5 Prozent (44)	
Stimme zu	95,7 Prozent (154)	90,5 Prozent (417)	
<i>External efficacy</i>			0,082
Stimme nicht zu	4,4 Prozent (7)	3,7 Prozent (17)	
Teils-teils	66,9 Prozent (107)	75,1 Prozent (344)	
Stimme zu	28,8 Prozent (46)	21,2 Prozent (97)	

Quelle: Eigene Erhebung. Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

überprüfen, wurden darüber hinaus in einem zweiten Schritt multivariate Analysen mithilfe von Regressionsmodellen durchgeführt.

4.1 Soziostrukturelle Faktoren und Ressourcen

Hinsichtlich des (erweiterten) Ressourcenansatzes findet man differenzierte Ergebnisse, wenn man die Nutzer/innen der Plattform mit den Nichtnutzer/innen vergleicht. Betrachtet man zunächst die klassischen sozioökonomischen Faktoren (Tab. 1), zeigt sich nur beim *Durchschnittsalter* ein eindeutiger und signifikanter Unterschied: Die Nutzer/innen sind im Durchschnitt etwas jünger. Betrachtet man die *Berufsgruppen* und den *Erwerbsstatus*, zeigen sich zwar signifikante, aber nur sehr schwache Unterschiede, bei *Bildung* und *Geschlecht* liegen keine signifikanten Unterschiede vor. Beim Bildungsgrad ist freilich zu bedenken, dass die Mitgliedschaft der Grünen mit einem Akademikeranteil von fast 70 Prozent in der Bundespartei ohnehin überdurchschnittlich hoch gebildet ist (Klein 2011).

Eine weitere, speziell auf Online-Partizipation bezogene Ressource stellen die *Internet skills* dar, die sowohl über die rein quantitative Nutzung des Internets als auch über die politische Nutzung erhoben wurden (Tab. 2). Hier zeigt sich vor allem hinsichtlich der *quantitativen Internetnutzung* ein eindeutiger Unterschied zwischen den Nutzer/innen und den Nichtnutzer/innen der Plattform: Erstere gehen im Durchschnitt knapp 23 Stunden pro Woche online, die Nichtnutzer/innen dagegen nur 16 Stunden. Beim Vergleich der *politischen Nutzung des Internets* ergibt sich dagegen nur bei der Tätigkeit mit dem höchsten Aktivitätsgrad, *online mobilisieren*, ein eindeutiger Unterschied zwischen Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen; ein wesentlich größerer Anteil der Nutzer/innen hat das Internet schon einmal zur politischen Mobilisierung anderer genutzt. Die Nutzer/innen der Plattform gehören also zu denjenigen, die das Netz besonders aktiv zur politischen Arbeit nutzen, indem sie z. B. in Sozialen Netzwerken Beiträge verfassen, Online-Kampagnen organisieren

Tab. 5 Parteibezogene Einstellungen

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
<i>Einstellung zu aktivem Parteiengagement</i>			0,123**
Gar nicht wichtig	0,0 Prozent (0)	0,0 Prozent (0)	
Eher unwichtig	1,2 Prozent (2)	2,4 Prozent (11)	
Teils-teils	11,7 Prozent (19)	15,9 Prozent (73)	
Eher wichtig	40,1 Prozent (65)	48,0 Prozent (221)	
Sehr wichtig	46,9 Prozent (76)	33,7 Prozent (155)	
<i>Bedeutung von Online-Plattformen</i>			0,160***
Sollte zunehmen	74,1 Prozent (120)	58,3 Prozent (270)	
Ausreichend	21,6 Prozent (35)	31,5 Prozent (146)	
Sollten nicht mehr eingesetzt werden	1,9 Prozent (3)	1,3 Prozent (6)	
Weiß nicht	2,5 Prozent (4)	8,9 Prozent (41)	
<i>Zufriedenheit mit der Partei insgesamt</i>			0,098*
Unzufrieden	15,6 Prozent (25)	10,0 Prozent (46)	
Teils-teils	25,6 Prozent (41)	33,8 Prozent (156)	
Zufrieden	58,8 Prozent (94)	56,3 Prozent (260)	
<i>Zufriedenheit mit der Partei auf Bundesebene</i>			0,054
Unzufrieden	31,9 Prozent (51)	28,0 Prozent (129)	
Teils-teils	34,4 Prozent (55)	32,4 Prozent (149)	
Zufrieden	33,8 Prozent (54)	39,6 Prozent (182)	
<i>Zufriedenheit mit der Partei auf Landesebene</i>			0,087*
Unzufrieden	13,2 Prozent (21)	15,1 Prozent (69)	
Teils-teils	21,4 Prozent (34)	29,0 Prozent (133)	
Zufrieden	65,4 Prozent (104)	55,9 Prozent (256)	

oder Petitionen erstellen. Auch bei den anderen Formen der politischen Internetnutzung war der Anteil unter den Plattformnutzer/innen höher als unter den Nichtnutzer/innen, allerdings sind diese Unterschiede nur schwach bzw. im Falle des Index *online abstimmen* auch nicht signifikant. Die Befragten zeichnen sich demnach insgesamt durch eine hohe Internetkompetenz aus.

Neben den internetspezifischen Ressourcen und Fähigkeiten wurden zudem parteispezifische Faktoren als zusätzliche Ressourcen erhoben und verglichen (Tab. 3). Hier zeigte sich hinsichtlich der *Dauer der Mitgliedschaft* basierend auf einem Mittelwertvergleich kein signifikanter Unterschied zwischen den Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen. Ein schwacher, aber signifikanter Zusammenhang ist bei der Variable *Amts- oder Funktionsträger* zu erkennen: Deutlich mehr Nutzer/innen als Nichtnutzer/innen haben zumindest ein Amt oder eine Funktion in der Partei inne. Noch stärkere Unterschiede zwischen den beiden Gruppen ergeben sich hinsichtlich der *Parteiarbeit offline*: 41,1 Prozent der Nutzer/innen im Gegensatz zu 31,0 Prozent der Nichtnutzer/innen sind oft oder sehr oft offline in der Partei aktiv. Auf einem

Tab. 5 Parteibezogene Einstellungen (Fortsetzung)

	Nutzer/innen	Nichtnutzer/innen	Zusammenhangsmaß (Cramers-V)
<i>Zufriedenheit mit der Partei auf Wahlkreisebene</i>			0,069
Unzufrieden	16,4 Prozent (26)	11,3 Prozent (52)	
Teils-teils	23,9 Prozent (38)	23,5 Prozent (108)	
Zufrieden	59,7 Prozent (95)	65,1 Prozent (299)	
<i>Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten in der Partei insgesamt</i>			0,087
Unzufrieden	24,7 Prozent (38)	17,4 Prozent (76)	
Teils-teils	31,8 Prozent (49)	31,6 Prozent (138)	
Zufrieden	43,5 Prozent (67)	51,0 Prozent (223)	
<i>Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten in der Partei auf Bundesebene</i>			0,075
Unzufrieden	41,1 Prozent (62)	35,1 Prozent (145)	
Teils-teils	33,8 Prozent (51)	32,2 Prozent (133)	
Zufrieden	25,2 Prozent (38)	32,7 Prozent (135)	
<i>Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten in der Partei auf Landesebene</i>			0,038
Unzufrieden	23,8 Prozent (36)	22,0 Prozent (91)	
Teils-teils	33,8 Prozent (51)	31,4 Prozent (130)	
Zufrieden	42,4 Prozent (64)	46,6 Prozent (193)	
<i>Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten in der Partei auf Wahlkreisebene</i>			0,109**
Unzufrieden	22,4 Prozent (35)	14,2 Prozent (62)	
Teils-teils	19,9 Prozent (31)	17,6 Prozent (77)	
Zufrieden	57,7 Prozent (90)	68,2 Prozent (298)	

Quelle: Eigene Erhebung. Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

geringen Niveau, aber noch deutlicher zeigen sich signifikante Unterschiede bei der *Parteiarbeit online aktiv*: 9,9 Prozent der Nutzer/innen im Gegensatz zu 2,6 Prozent der Nichtnutzer/innen partizipieren oft oder sehr oft aktiv online im Rahmen der Parteiarbeit. Diese Befunde passen zu der zuvor festgestellten besonders hohen Internetkompetenz der Nutzer/innen. Auch bei der *Parteiarbeit online passiv* liegen die Nutzer/innen vor den Nichtnutzer/innen, allerdings ist dieser Unterschied weniger stark.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die befragten Parteimitglieder insgesamt über eine hohe Ausstattung an partizipationsrelevanten Faktoren und Ressourcen verfügen. Sie sind hochgebildet, internetaffin und online wie offline politisch engagiert. Vergleicht man vor diesem Hintergrund die Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen der Beteiligungsplattform hinsichtlich der klassischen soziostrukturellen Faktoren, zeigen sich – wenn überhaupt – nur schwache Unterschiede. Unterschiede ergeben sich erst bei der Betrachtung der erweiterten Faktoren: Am deutlichsten unterscheiden sich die Gruppen bezüglich der quantitativen Internetnutzung, bei der klassischen innerparteilichen Offline-Partizipation wie auch bei der aktiven Partizipation über das Internet. Diejenigen Parteimitglieder, die die Online-Plattform genutzt haben, sind auch anderweitig besonders für die Partei engagiert und nutzen für ihr politisches Engagement das Internet mehr als andere Gruppen – auch wenn dieses nicht das Hauptmedium ihrer politischen Arbeit darstellt.

Trotz der bivariaten Zusammenhänge: Bei binär-logistischen Regressionsanalysen mit der Nutzung bzw. Nichtnutzung der Plattform als abhängiger Variable weisen verschiedene Modellkombinationen mit den dargestellten Variablen keine zufriedenstellende Erklärungskraft auf. Auch verlieren die einzelnen Faktoren ihre Signifikanz (s. Anhang, Tab. 6, 7 und 8).

4.2 Sozialpsychologische Faktoren

Auch die Erklärungsfaktoren des sozialpsychologischen Ansatzes liefern nur bedingt Hinweise auf Ursachen der (Nicht-)Beteiligung (Tab. 4). Hier lässt sich zunächst einmal festhalten, dass das politische Interesse der Befragten insgesamt sehr hoch ist – nicht ganz untypisch für Parteimitglieder. Der Anteil derjenigen mit einem starken bis sehr starken politischen Interesse ist zwar unter den Nutzer/innen noch höher als unter den Nichtnutzer/innen, allerdings ist dieser signifikante Unterschied nur sehr schwach. Auch die *internal efficacy* ist insgesamt sehr hoch; die Unterschiede sind auch hier nur gering. Bei der *external efficacy* unterscheiden sich die beiden Gruppen nicht signifikant voneinander.

Neben den klassischen Einstellungsvariablen wurden wie beschrieben noch weitere Einstellungen abgefragt, bei denen ein Einfluss auf die Beteiligung vermutet werden kann (Tab. 5), z. B. die *Beteiligungsnorm* als generelle Bedeutung, die dem Parteiengagement beigemessen wird. Jemand, der es grundsätzlich nicht wichtig findet, sich aktiv in der Partei zu engagieren, wird vermutlich auch weniger Interesse an der Beteiligung über eine Online-Plattform haben. Diese Vermutung wird hier tendenziell bestätigt; die Unterschiede zwischen den Nutzer/innen und den Nichtnutzer/innen sind schwach, aber signifikant: Unter den Nutzern/innen gibt es mehr Befragte, denen es sehr wichtig ist, dass man sich aktiv in der Partei engagiert. Dies geht konform mit ihrem tatsächlichen Engagement, wie oben beschrieben. Ebenfalls abgefragt wurde die *Einstellung zur Bedeutungszunahme von Online-Beteiligungsplattformen* in der Partei. Hier entsprechen die Ergebnisse ebenfalls der Erwartung, dass die Nutzer/innen eines solchen Angebots diesem positiver gegenüberstehen: Deutlich mehr Nutzer/innen als Nichtnutzer/innen sprechen sich für eine Bedeutungszunahme von Online-Beteiligungsplattformen aus. Die niedrigen Zusammenhangsmaße bei diesen beiden Einstellungsvariablen weisen allerdings auf eine insgesamt eher schwache Erklärungskraft hin. Des Weiteren wurde noch die *Zufriedenheit mit der Partei* sowie mit den *Einflussmöglichkeiten in der Partei* sowohl insgesamt als auch auf den verschiedenen politischen Ebenen abgefragt. Bei der generellen *Zufriedenheit* zeigen sich allerdings nur schwach signifikante, kaum ausgeprägte Unterschiede zwischen den Gruppen; in beiden liegt der Anteil der Zufriedenen bei über 50 Prozent. Bei der *Zufriedenheit mit den Einflussmöglichkeiten* gab es nur für die Wahlkreisebene signifikante, aber schwache Unterschiede.

Die sozialpsychologischen Faktoren sind hinsichtlich ihrer Erklärungskraft für die Nutzung/Nichtnutzung der Plattform auch multivariat analysiert worden. Wie schon bei den sozialstrukturellen Faktoren werden hier die schwach ausgeprägten Zusammenhänge, die sich in den bivariaten Analysen gezeigt haben, in den Regressionsanalysen hinfällig. Keines der getesteten Modelle weist eine zufriedenstellende

Erklärungskraft auf oder enthält aussagekräftige, signifikante Faktoren (s. Anhang, Tab. 9 und 10).

Über den Test der einzelnen Faktorenbündel hinaus wurden zudem alle bisher bivariat betrachteten Faktoren beider Ansätze in ein Gesamtmodell übertragen (s. Anhang, Tab. 11). Durch die hohe Anzahl der Variablen steigt zwar die Modellgüte an, die einzelnen Variablen weisen aber keine Signifikanz mehr auf und können somit nicht weiter interpretiert werden. Insgesamt zeigt sich, dass die beiden bis hierhin dargestellten Faktorenbündel die Beteiligung auf der Plattform nicht hinreichend erklären können.

4.3 Anreize der (Nicht-)Beteiligung

Abschließend werden nun die Motive für die Nutzung respektive Nichtnutzung der Plattform analysiert. Hierzu wurden (1) die positiven Anreize bei den Nutzer/innen und (2) negative Anreize bei denen, die sich nicht auf der Plattform registriert haben, abgefragt. Dementsprechend ist hier kein unmittelbarer Vergleich der Gruppen möglich.

Bei den Nutzern/innen waren einige Motive und Anreize für die Beteiligung besonders stark ausgeprägt: Mehr als 77 Prozent haben erklärt, mit der Nutzung der Plattform Einfluss auf die Inhalte und Themen der Partei nehmen und den politischen Kurs der Partei mitbestimmen zu wollen. Relevant waren zudem der Wunsch nach Informationen und der Spaß an der Parteiarbeit. Das Interesse an einem Parteiamt oder die Hoffnung auf berufliche Vorteile spielten dagegen fast gar keine Rolle (Abb. 2).

Bei der empirischen Überprüfung der positiven Anreize mittels einer Faktorenanalyse zeigte sich, dass sich einige Items zwar entsprechend der General-Incentives-Theorie zu Typen zusammenfassen lassen, sich für den spezifischen Fall aber auch neue, induktiv gewonnene Anreiztypen ergeben.

Die folgenden Anreiztypen aus der General-Incentives-Literatur konnten mittels der Faktorenanalyse bestätigt werden: *ideologische Anreize* („um Einfluss auf die Inhalte/Themen der Partei zu nehmen“, „um den politischen Kurs der Partei mitzubestimmen“), *prozessbezogene Anreize* („um mir eine Meinung zu einem bestimmten Thema zu bilden“, „um besser informiert zu sein“), und *ergebnisbezogene Anreize* („um berufliche Vorteile zu haben“, „aus Interesse an einem Parteiamt“). Darüber hinaus lassen sich empirisch noch folgende Anreiztypen bilden: *parteibezogene Anreize* („um meine Sympathie mit der Partei auszudrücken“, „aus Verantwortungsgefühl gegenüber der Partei“, „um sich mit netten Leuten auszutauschen“, „aus Spaß an der politischen Arbeit“) und *plattformbezogene Anreize* („um zu sehen, wie eine solche Plattform funktioniert“, „um diese neue Beteiligungsform zu unterstützen“).

Zusammenfassend zeigt sich, dass bei den befragten Plattformnutzer/innen die Motive zur Beteiligung weniger selektiv ergebnisbezogen (Anstreben eines Amtes, Karrierevorteil) sind, sondern prozessbezogene und ideologische Anreize die entscheidende Rolle spielen (Abb. 3).

Bei der Erfassung der Gründe für die Nichtnutzung wurde noch einmal unterschieden zwischen denjenigen, die sich die Plattform gar nicht erst angeschaut haben (*Nichtaufruf*) und denjenigen, die die Plattform zwar aufgerufen, sich dann

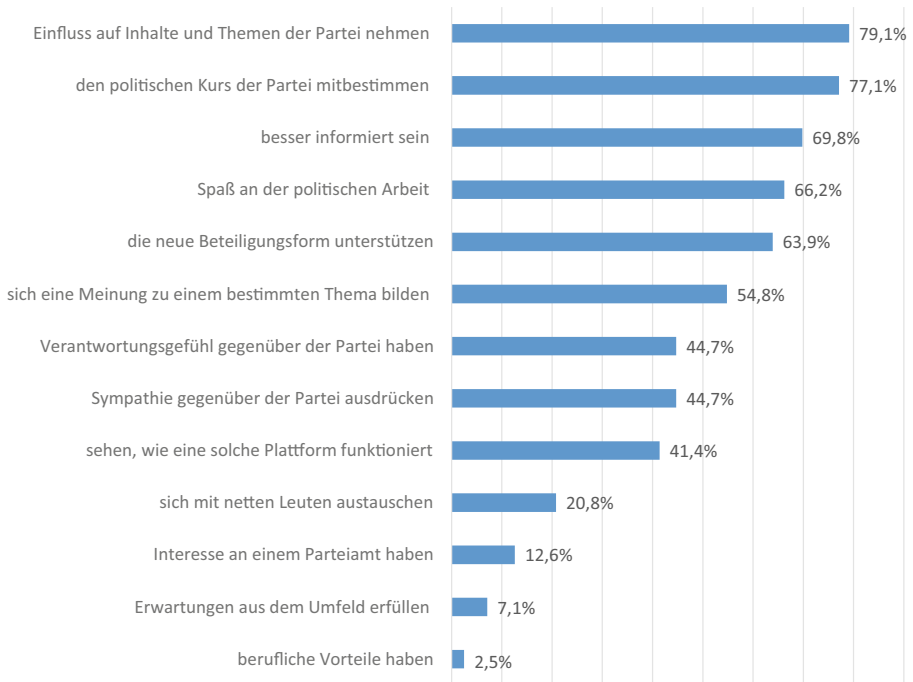


Abb. 2 Positive Anreize der Beteiligung (Quelle: Eigene Erhebung. Die Befragten konnten sich zu jedem Item in den vorgegebenen Antwortkategorien „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“ (Fünfer-Skala) positionieren. Die Prozentangaben beziehen sich auf die Zusammenfassung der Angaben „trifft eher zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

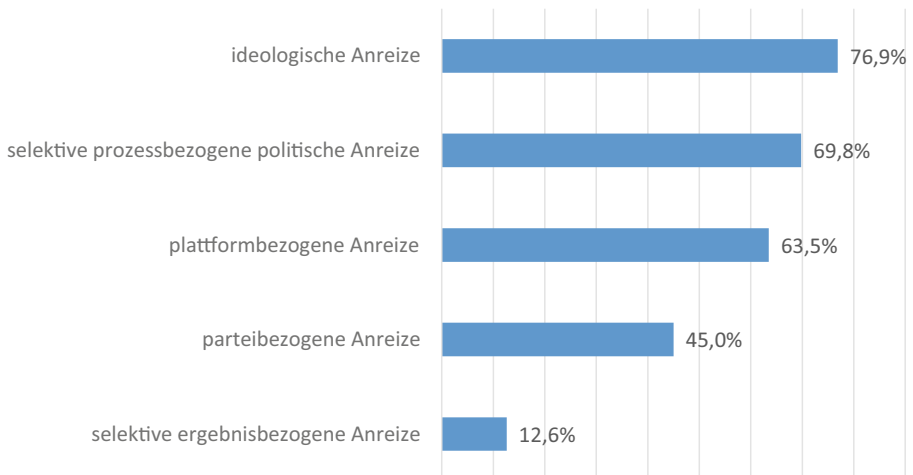


Abb. 3 Positive Anreiztypen (Quelle: Eigene Erhebung)

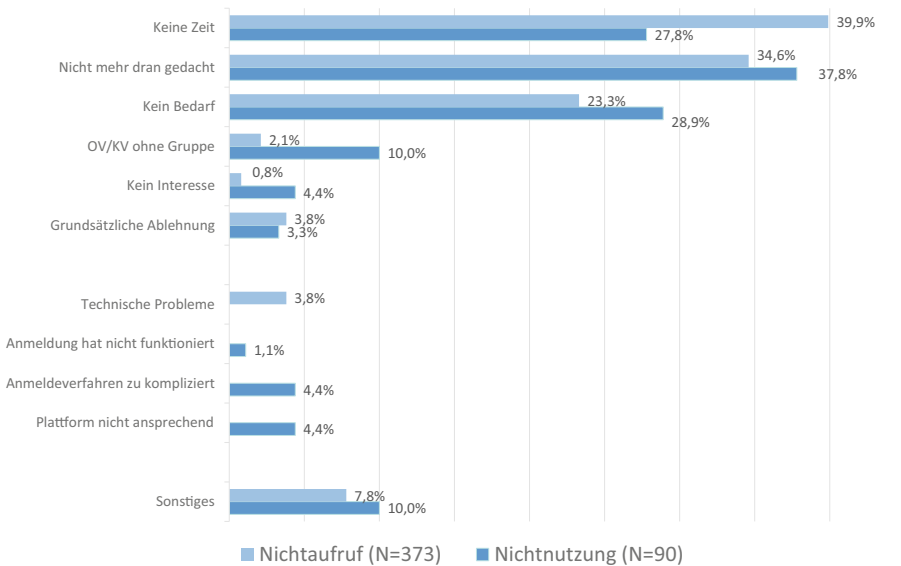


Abb. 4 Negative Anreize der Nichtnutzung (Quelle: Eigene Erhebung)

aber nicht angemeldet haben (*Nichtanmeldung*). Bei denjenigen, die die Seite zumindest aufgerufen haben, könnten Gründe für die Nichtnutzung vorgelegen haben, die das konkrete Erscheinungsbild der Plattform oder technische Probleme bei der Anmeldung betreffen. Solche Aspekte wurden entsprechend nur bei dieser Gruppe abgefragt.

Insgesamt lässt sich hier festhalten, dass die Gründe für die Nichtnutzung wesentlich diffuser sind als die Gründe für die Nutzung. Die Zustimmung zu den einzelnen Items fällt nicht so eindeutig aus. Aber es lässt sich durchaus erkennen, dass es keine technischen Hürden oder die konkrete Gestaltung der Homepage waren, die die Parteimitglieder von der Nutzung abgehalten haben, sondern eher subjektive Gründe (Abb. 4).

Zusammenfassend lässt sich für die Überprüfung des General-Incentive-Ansatzes festhalten, dass sich deutliche Motivmuster bei den Nutzerinnen und Nutzern der Plattform finden lassen, die auf die Wirksamkeit von insbesondere ideologischen Anreizen hinweisen. Die Nichtnutzung des Angebots erscheint demgegenüber – und nicht überraschend – unmotivierter. Allerdings erweist sich zur Erklärung der Nichtnutzung unter anderem ein Faktor des Ressourcen-Ansatzes („keine Zeit“) durchaus als relevant.

5 Zusammenfassung und Ausblick

Für die Parteiendemokratie eröffnen das Internet und insbesondere die Möglichkeiten des Web 2.0 die Chance, innerparteiliche Demokratie zu stärken und Menschen

für die Partizipation in Parteien zu mobilisieren. Tatsächlich – so bestätigt es auch die vorliegende Analyse – sind diese Mobilisierungskapazitäten jedoch begrenzt.

So zeigt der Vergleich der Nutzer/innen und Nichtnutzer/innen einer Beteiligungsplattform, die von einer etablierten deutschen Partei angeboten worden ist, dass mit internetbasierten Partizipationsoptionen nicht zwingend neue oder andere Parteimitglieder erreicht werden als mit den klassischen innerparteilichen Beteiligungsmöglichkeiten. Vor allem diejenigen, die sich bereits anderweitig in der Partei engagieren, nutzten die Plattform *zusätzlich*. Die Folge ist eine *Normalisierung* der Parteipartizipation. Die Analysen zeigen zudem, dass für den Fall der betrachteten internetbasierten Partizipationsformen klassische Ressourcen wie Bildung und Erwerbsstatus zumindest nicht unmittelbar erklären, warum sich ein Parteimitglied beteiligt oder nicht. Für den vorliegenden Untersuchungskontext zeigt sich jedoch die Bedeutung ergänzender Faktoren wie der Internet skills. So weisen die Nutzer/innen der Plattform eine häufigere generelle und politische Internetnutzung auf als die Nichtnutzer/innen. Auch der sozialpsychologische Ansatz muss differenziert betrachtet werden.

Zumindest für einen kleinen Teil der Mitglieder zeichnet sich der Stellenwert von direkten sozialen Kontakten und eines persönlichen Austausches ab, die bei der internetbasierten Parteiarbeit fehlen. Gleichzeitig gaben immerhin 20 Prozent der Nutzer/innen an, dass sie sich auf der Plattform angemeldet haben, um sich mit netten Leuten auszutauschen, zwei Drittel nannten den Spaß an der politischen Arbeit als Grund. Online-Parteiarbeit wird also nicht nur als „trockene“, rein sachliche Arbeit wahrgenommen. Dennoch: Die Auswertung der anderen Anreize und Motive legt schließlich nahe, dass die Nutzer/innen sich von ihrer Beteiligung vor allem Einfluss auf die Inhalte und Themen der Partei erhoffen und den inhaltlichen Kurs der Partei mitbestimmen möchten – sie sind also vor allem durch politische, sachbezogene Aspekte motivierbar.

Dass bestimmte Erklärungsfaktoren der generellen Partizipationsforschung in diesem Untersuchungskontext nicht greifen, kann nicht überraschen. So reduziert sich bei Mitgliedern von Parteien die allgemeine Bevölkerungsheterogenität in einer Reihe von Punkten erheblich: Parteimitglieder verfügen insgesamt über ein hohes Ressourcenrepertoire sowie über vergleichsweise homogene Einstellungen und Wahrnehmungen. Angesichts dieser Homogenität in der Untersuchungs- und Aussageeinheit ist die Varianz in der abhängigen Variable umso überraschender. Es müssen andere Gründe sein, die zur Beteiligung führen oder davon abhalten. Hier haben sich die Erweiterungen der Modelle sowie der Anreiz-Ansatz als erklärungskräftig erwiesen.

Bei der Interpretation der Befunde müssen jedoch die Grenzen der Generalisierbarkeit auf innerparteiliche Online-Partizipation allgemein berücksichtigt werden. Einschränkungen ergeben sich aus der spezifischen Natur des gewählten Untersuchungskontextes. So handelt es sich um einen besonderen Kontext der innerparteilichen Online-Partizipation, der hier betrachtet worden ist: in einem spezifischen deutschen Landesverband einer grünen Partei.

Auch das konkrete Format der Online-Partizipation konstituiert einen spezifischen Kontext. Weitet man die Perspektive von der Nutzung der spezifischen Plattform auf die generelle Bereitschaft zum innerparteilichen Online-Engagement, zeigt sich auch

in den vorliegenden Daten, dass die Internet skills und die Erfahrungen mit anderen Partizipationsformen tatsächlich die größte Erklärungskraft haben: Wer sich anderweitig (offline) in der Partei engagiert und in anderen Kontexten das Internet zur politischen Kommunikation und Partizipation nutzt, macht dies mit hoher Wahrscheinlichkeit auch online für die Partei.

Die befragten Parteimitglieder können und wollen also durchaus online partizipieren, sie tun dies aber nicht auch zwangsläufig. Inwiefern Angebote innerparteilicher Demokratie 2.0 tatsächlich genutzt werden, hängt offensichtlich von den kontextspezifischen Anreizen ab. Insofern ist die Untersuchung anderer Online-Partizipationsformate in weiteren Parteien angezeigt.

Anhang

Ergebnistabellen aus den logistischen Regressionsanalysen

Hinweise zur Interpretation der Tabellen: Die abhängige, binär codierte Variable ist die Nutzung der Plattform mit den Ausprägungen *Nutzer/innen* (0) und *Nichtnutzer/innen* (1). Ziel ist es, die Nichtnutzung zu erklären, d. h. Faktoren zu finden, die die Nichtnutzung wahrscheinlicher machen. Die Referenzkategorie der unabhängigen Variablen ist daher immer die Kategorie, von der angenommen wird, dass sie die Nutzung (0) wahrscheinlicher macht und damit die Nichtnutzung unwahrscheinlicher. Ein positiver odds-ratio-Wert bedeutet, dass alle Befragten in dieser Kategorie eine x-mal so hohe Wahrscheinlichkeit haben, zu den Nichtnutzern (1) zu gehören.

Tab. 6 Basismodell der sozialstrukturellen Faktoren

	Odds ratio	
<i>Alter (Referenz: 14–34 Jahre)</i>		
35–49 Jahre	1,224	(0,374)
50–64 Jahre	1,587	(0,367)
65 Jahre und älter	3,230*	(0,620)
<i>Geschlecht (Referenz: männlich)</i>		
Weiblich	1,858***	(0,226)
<i>Bildung (Referenz: (Fach-)Hochschulabschluss)</i>		
Mittlere Reife/Realschulabschluss	0,997	(0,354)
(Fach-)Abitur	1,422	(0,311)
<i>Beruf (Referenz: Beamte/Angestellte im öffentlichen Dienst)</i>		
Arbeiter	37,805**	(1,426)
Angestellte	8,342**	(1,079)
Sonstige	6,277*	(1,068)
Selbstständige	4,360	(1,076)
Akademische freie Berufe/Freiberufler	9,559**	(1,089)
<i>Erwerbstätigkeit (Referenz: erwerbstätig)</i>		
Nicht erwerbstätig	0,516	(0,537)
In Rente	0,927	(0,428)
In Aus-/Weiterbildung	1,193	(0,891)
<i>Pseudo-R² (Nagelkerke)</i>	0,086	
<i>N</i>	537	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Tab. 7 Sozialstrukturelle Faktoren mit Internet skills

	Odds ratio	
<i>Alter (Referenz: 14–34 Jahre)</i>		
35–49 Jahre	0,991	(0,386)
50–64 Jahre	1,064	(0,393)
65 Jahre und älter	1,730	(0,648)
<i>Geschlecht (Referenz: männlich)</i>		
Weiblich	1,622**	(0,233)
<i>Bildung (Referenz: (Fach-)Hochschulabschluss)</i>		
Mittlere Reife/Realschulabschluss	0,924	(0,365)
(Fach-)Abitur	1,488	(0,320)
<i>Beruf (Referenz: Beamte/Angestellte im öffentlichen Dienst)</i>		
Arbeiter	23,736**	(1,466)
Angestellte	7,659*	(1,112)
Sonstige	5,466	(1,098)
Selbstständige	3,896	(1,120)
Akademische freie Berufe/Freiberufler	9,430**	(1,128)
<i>Erwerbstätigkeit (Referenz: erwerbstätig)</i>		
Nicht erwerbstätig	0,533	(0,551)
In Rente	0,929	(0,433)
In Aus-/Weiterbildung	1,180	(0,926)
<i>Internetnutzung (Referenz: (mind. 36 Stunden/Woche)</i>		
7 oder weniger Stunden/Woche	1,142	(0,435)
8 bis 35 Stunden/Woche	1,105	(0,339)
<i>Qualitative Internetnutzung (Referenz: hoch)</i>		
Gering	1,962	(0,546)
Mittel	1,273	(0,244)
<i>Online Partizipation (Referenz jeweils: schon mal gemacht)</i>		
Abstimmen	1,319	(0,448)
Diskutieren	1,425	(0,250)
Mobilisieren	1,977***	(0,230)
<i>Pseudo-R² (Nagelkerke)</i>	0.141	
<i>N</i>	534	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Tab. 8 Sozialstrukturelle Faktoren mit Internet skills und party skills

	Odds ratio	
<i>Alter (Referenz: 14–34 Jahre)</i>		
35–49 Jahre	1,004	(0,423)
50–64 Jahre	1,192	(0,450)
65 Jahre und älter	2,326	(0,723)
<i>Geschlecht (Referenz: männlich)</i>		
Weiblich	1,846**	(0,248)
<i>Bildung (Referenz: (Fach-)Hochschulabschluss)</i>		
Mittlere Reife/Realschulabschluss	1,010	(0,379)
(Fach-)Abitur	1,544	(0,333)
<i>Beruf (Referenz: Beamte/Angestellte im öffentlichen Dienst)</i>		
Arbeiter	16,400*	(1,511)
Angestellte	6,851*	(1,155)
Sonstige	4,818	(1,139)
Selbstständige	3,707	(1,160)
Akademische freie Berufe/Freiberufler	8,753*	(1,176)
<i>Erwerbstätigkeit (Referenz: erwerbstätig)</i>		
Nicht erwerbstätig	0,489	(0,575)
In Rente	0,912	(0,468)
In Aus-/Weiterbildung	1,140	(0,971)
<i>Internetnutzung (Referenz: mind. 36 Stunden/Woche)</i>		
7 oder weniger Stunden/Woche	1,058	(0,468)
8 bis 35 Stunden/Woche	1,085	(0,371)
<i>Qualitative Internetnutzung (Referenz: hoch)</i>		
Gering	1,560	(0,569)
Mittel	1,205	(0,261)

Tab. 8 Sozialstrukturelle Faktoren mit Internet skills und party skills (Fortsetzung)

	Odds ratio	
<i>Online Partizipation (Referenz jeweils: schon mal gemacht)</i>		
Abstimmen	1,319	(0,511)
Diskutieren	1,280	(0,267)
Mobilisieren	1,172	(0,277)
<i>Amt (Referenz: mind. ein Amt/eine Funktion)</i>		
Kein Amt/keine Funktion	1,419	(0,282)
<i>Dauer Mitgliedschaft (Referenz: 21 bis 35 Jahre)</i>		
Ein Jahr oder weniger	1,214	(0,462)
Zwischen 2 und 10 Jahre	0,927	(0,319)
Zwischen 11 und 20 Jahre	0,654	(0,331)
<i>Parteiarbeit offline (ohne Spende) (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	1,821	(0,463)
Selten oder gelegentlich	0,619*	(0,283)
<i>Parteiarbeit online aktiv/produktiv (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	2,942*	(0,572)
Selten oder gelegentlich	1,753	(0,490)
<i>Parteiarbeit online passiv/rezipierend (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	1,160	(0,583)
Selten oder gelegentlich	1,511	(0,257)
Pseudo-R ² (Nagelkerke)	0,212	
N	525	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Tab. 9 Basismodell mit sozialpsychologischen Faktoren

	Odds ratio	
<i>Politisches Interesse (Referenz: hohes Interesse)</i>		
Kein Interesse	XXX	XXX
Mittelmäßiges Interesse	2,445*	(0,467)
<i>„Wichtige politische Fragen kann ich gut einschätzen und verstehen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,498	(0,830)
Teils-teils	0,627	(0,361)
<i>„Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	1,194	(0,820)
Teils-teils	5,314***	(0,562)
<i>„Die Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	1,960*	(0,346)
Teils-teils	1,370	(0,288)
<i>„Die Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,976	(0,354)
Teils-teils	1,012	(0,290)
Pseudo-R ² (Nagelkerke)	0,075	
N	606	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Tab. 10 Sozialpsychologische Faktoren mit erweiterten Einstellungen

	Odds ratio	
<i>Politisches Interesse (Referenz: hohes Interesse)</i>		
Kein Interesse	XXX	XXX
Mittelmäßiges Interesse	2,129	(0,552)
<i>„Wichtige politische Fragen kann ich gut einschätzen und verstehen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,523	(0,987)
Teils-teils	0,574	(0,407)
<i>„Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,918	(1,003)
Teils-teils	3,505**	(0,585)
<i>„Die Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	2,163*	(0,406)
Teils-teils	1,398	(0,333)
<i>„Die Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	1,156	(0,408)
Teils-teils	1,212	(0,327)
<i>Einstellung zu Online-Plattform (Referenz: Bedeutung soll zunehmen)</i>		
Bedeutung soll abnehmen	3,006	(1,181)
Bedeutung ist ausreichend	1,563*	(0,246)
<i>Bedeutung Parteiengagement (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	2,333	(1,136)
Teils-teils	1,554	(0,352)
<i>Zufriedenheit mit der Partei insgesamt (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,946	(0,480)
Teils-teils	1,689*	(0,294)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Wahlkreis (Referenz: zufrieden)</i>		

Tab. 10 Sozialpsychologische Faktoren mit erweiterten Einstellungen (Fortsetzung)

	Odds ratio	
Unzufrieden	0,564	(0,412)
Teils-teils	0,874	(0,291)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Landesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	2,347**	(0,435)
Teils-teils	1,816**	(0,279)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Bundesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,597	(0,362)
Teils-teils	0,660	(0,300)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten insgesamt (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,822	(0,413)
Teils-teils	0,931	(0,308)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Wahlkreis (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,699	(0,376)
Teils-teils	0,890	(0,330)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Landesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,826	(0,470)
Teils-teils	0,934	(0,325)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Bundesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,912	(0,453)
Teils-teils	0,858	(0,356)
<i>Pseudo-R2 (Nagelkerke)</i>	0,147	
<i>N</i>	499	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Tab. 11 Gesamtmodell mit allen sozialstrukturellen und sozialpsychologischen Faktoren

	Odds ratio	
<i>Alter (Referenz: 14–34 Jahre)</i>		
35–49 Jahre	1,380	(0,529)
50–64 Jahre	1,296	(0,546)
65 Jahre und älter	2,482	(0,858)
<i>Geschlecht (Referenz: männlich)</i>		
Weiblich	1,587	(0,317)
<i>Bildung (Referenz: (Fach-)Hochschulabschluss)</i>		
Mittlere Reife	0,886	(0,448)
Abitur	1,742	(0,445)
<i>Beruf (Referenz: Beamte/Angestellte im öffentlichen Dienst)</i>		
Arbeiter	XXX	XXX
Angestellte	10,807*	(1,399)
Sonstige	6,125	(1,392)
Selbstständige	5,491	(1,433)
Akademische freie Berufe/Freiberufler	12,994*	(1,440)
<i>Erwerbstätigkeit (Referenz: erwerbstätig)</i>		
Nicht erwerbstätig	0,240*	(0,748)
In Rente	0,734	(0,549)
In Aus-/Weiterbildung	1,847	(1,178)
<i>Internetnutzung (Referenz: mind. 36 Stunden/Woche)</i>		
7 oder weniger Stunden/Woche	1,201	(0,575)
8 bis 35 Stunden/Woche	1,683	(0,469)
<i>Qualitative Internetnutzung (Referenz: hoch)</i>		
Gering	1,471	(0,689)
Mittel	1,180	(0,309)
<i>Online Partizipation (Referenz jeweils: schon mal gemacht)</i>		
Abstimmen	1,007	(0,646)
Diskutieren	1,330	(0,312)
Mobilisieren	1,457	(0,343)
<i>Politisches Interesse (Referenz: hohes Interesse)</i>		
Kein Interesse	XXX	XXX
Mittelmäßiges Interesse	3,140	(0,757)
<i>„Wichtige politische Fragen kann ich gut einschätzen und verstehen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,229	(1,112)
Teils-teils	0,500	(0,509)
<i>„Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	0,876	(1,094)
Teils-teils	1,503	(0,656)
<i>„Die Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	2,999**	(0,529)
Teils-teils	1,546	(0,415)

Tab. 11 Gesamtmodell mit allen sozialstrukturellen und sozialpsychologischen Faktoren (Fortsetzung)

	Odds ratio	
<i>„Die Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung“ (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	1,310	(0,512)
Teils-teils	1,119	(0,414)
<i>Einstellung zu Online-Plattform (Referenz: Bedeutung soll zunehmen)</i>		
Bedeutung soll abnehmen	XXX	XXX
Bedeutung ist ausreichend	1,458	(0,314)
<i>Bedeutung Parteiengagement (Referenz: stimme zu)</i>		
Stimme nicht zu	2,177	(1,421)
Teils-teils	0,642	(0,508)
<i>Zufriedenheit mit der Partei insgesamt (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,933	(0,651)
Teils-teils	1,758	(0,382)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Wahlkreis (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,561	(0,515)
Teils-teils	0,942	(0,376)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Landesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	1,937	(0,540)
Teils-teils	1,666	(0,347)
<i>Zufriedenheit mit der Partei – Bundesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,469*	(0,457)
Teils-teils	0,994	(0,390)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten insgesamt (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,716	(0,528)
Teils-teils	0,810	(0,385)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Wahlkreis (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,865	(0,484)
Teils-teils	0,752	(0,404)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Landesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	0,624	(0,566)
Teils-teils	0,693	(0,424)
<i>Zufriedenheit mit Einflussmöglichkeiten – Bundesebene (Referenz: zufrieden)</i>		
Unzufrieden	1,505	(0,557)
Teils-teils	0,925	(0,448)
<i>Amt (Referenz: mind. ein Amt/eine Funktion)</i>		
Kein Amt/keine Funktion	1,677	(0,361)
<i>Dauer Mitgliedschaft (Referenz: 21 bis 35 Jahre)</i>		
Ein Jahr oder weniger	1,102	(0,558)
Zwischen 2 und 10 Jahre	1,183	(0,390)
Zwischen 11 und 20 Jahre	0,687	(0,405)
<i>Parteiarbeit offline (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	2,198	(0,674)
Selten oder gelegentlich	0,433**	(0,363)

Tab. 11 Gesamtmodell mit allen sozialstrukturellen und sozialpsychologischen Faktoren (Fortsetzung)

	Odds ratio	
<i>Parteiarbeit online aktiv/produktiv (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	2,859	(0,693)
Selten oder gelegentlich	1,630	(0,587)
<i>Parteiarbeit online passiv/rezipierend (Referenz: oft bis sehr oft)</i>		
Nie	0,957	(0,731)
Selten oder gelegentlich	1,423	(0,321)
<i>Pseudo-R2 (Nagelkerke)</i>	0,341	
<i>N</i>	424	

Signifikanzniveaus: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$; Standardfehler in Klammern

Literatur

- Anduiza, Eva, Michael J. Jensen, und Laia Jorba (Hrsg.). 2012. *Digital Media and Political Engagement Worldwide. A Comparative Study*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bieber, Christoph. 2014a. Online-Partizipation in Parteien – Ein Überblick. In *Internet und Partizipation*, Hrsg. Kathrin Voss, 173–191. Wiesbaden: Springer.
- Bieber, Christoph. 2014b. Innovation und politische Beteiligung. Von der Computer-Demokratie zur Liquid Democracy. In *Handbuch Innovationen*, Hrsg. Manfred Mai, 189–208. Wiesbaden: Springer.
- Biezen, Ingrid van, Peter Mair, und Thomas Poguntke. 2012. Going, going, ... gone? The Decline of Party Membership in Contemporary Europe. *European Journal of Political Research* 51(1):24–56.
- Brady, Henry E., Sidney Verba, und Kay L. Schlozman. 1995. Beyond SES: A Resource Model of Political Participation. *The American Political Science Review* 89(2):271–294.
- Bruter, Michael, und Sarah Harrison. 2009. *The Future of Our Democracies: Young Party Members in Europe*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
- Bullwinkel, Bastian, und Lothar Probst. 2014. Innerparteiliche Willensbildung und Entscheidungsprozesse durch digitale Partizipation. Ein Praxistest des Konzepts der Liquid Democracy. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 45(2):382–401.
- Campbell, Angus, Gerald Gurin, und Warren E. Miller. 1954. *The voter decides*. Evanston: Row, Peterson and Co.
- Chadwick, Andrew, und Philip N. Howard. 2009. *Routledge Handbook of Internet Politics*. Oxon, New York: Routledge.
- Dalton, Russell J. 2008. *Citizen Politics: public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, 5. Aufl., Washington, DC: CQ Press.
- Deth, Jan W. 2009. Politische Partizipation. In *Politische Soziologie. Ein Studienbuch*, Hrsg. Viktoria Kaina, Andrea Römmele, 141–162. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Emmer, Martin, Gerhard Vowe, und Jens Wolling (Hrsg.). 2011. *Bürger Online: die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Escher, Tobias. 2010. Wi(e)der die üblichen Verdächtigen? Politische Beteiligung via Internet. In *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*, Hrsg. Jens Wolling, Markus Seifert, Martin Emmer, 131–150. München: Nomos.
- Gibson, Rachel K., Paul Nixon, und Stephen Ward (Hrsg.). 2003. *Political Parties and the Internet: Net Gain?* London: Routledge.
- Gibson, Rachel K., und Marta Cantijoch. 2013. Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? *The Journal of Politics* 75(3):701–716.
- Gibson, Rachel K., Wainer Lusoli, und Stephen Ward. 2005. Online Participation in the UK: Testing a „Contextualised“ Model of Internet Effects. *The British Journal of Politics & International Relations* 7(4):561–583.
- Gibson, Rachel K. 2015. Party change, social media and the rise of „citizen-initiated“ Campaigning. *Party Politics* 21(2):183–197.
- Gibson, Rachel K., Kevin Gillian, Fabienne Geffret, Benjamin Lee, und Stephen Ward. 2013. Party organizational change and ICTs: The growth of a virtual grassroots? *New Media & Society* 15(1):31–51.

- Grüne NRW. 2012a. Anwendungsmöglichkeiten. <https://beteiligung.gruene-nrw.de/static/ueber-diese-seite/anwendungsmoeglichkeiten.html>. Zugegriffen: 4. Mai 2016
- Grüne NRW 2012b. Teilhabe und Beteiligung stärken – Chancen des Digitalen Wandels nutzen. <https://gruene-nrw.de/beschluesse/teilhabe-und-beteiligung-staerken-chancen-des-digitalen-wandels-nutzen/>. Zugegriffen: 4. Mai 2016.
- Hanel, Katharina, Stefan Marschall, und Nadja Wilker. 2014. Neue Medien – neue Machtverhältnisse? Eine Fallstudie zum Einsatz von Online-Beteiligungsplattformen durch Parteien. In *Politische Interessenvermittlung und Medien. Funktionen, Formen und Folgen medialer Kommunikation von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen*, Hrsg. Franziska Oehmer, 115–140. Baden-Baden: Nomos.
- Heidar, Knut. 2006. Party Membership and Participation. In *Handbook of Party Politics*, Hrsg. Richard S. Katz und William Crotty, 301–315. London: SAGE.
- Hoffmann, Hanna. 2011. Warum werden Bürger Mitglied in einer Partei? In *Parteimitglieder in Deutschland*, Hrsg. Tim Spier, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher, Katharina Rohrbach, 79–95. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jackson, Nigel A., und Darren G. Lilleker. 2009. Building an architecture of participation. Political parties and Web 2.0 in Britain. *Journal of Information Technology & Politics* 6(3):232–250.
- Jun, Uwe. 2009. Politische Parteien als Gegenstand der Politischen Soziologie. In *Politische Soziologie. Ein Studienbuch*, Hrsg. Viktoria Kaina, Andrea Römmele, 235–265. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jensen, Jakob L. 2013. Political Participation Online: The Replacement and the Mobilisation Hypotheses Revisited. *Scandinavian Political Studies* 36(4):347–364.
- Kaase, Max. 1997. Vergleichende Politische Partizipationsforschung. In *Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Handbuch*, Hrsg. Dirk Berg-Schlosser, Ferdinand Müller-Rommel, 159–174. Opladen: Leske+Budrich.
- Klein, Markus. 2006. Partizipation in politischen Parteien. Eine empirische Analyse des Mobilisierungspotentials politischer Parteien sowie der Struktur innerparteilicher Partizipation in Deutschland. *Politische Vierteljahresschrift* 47(1):35–61.
- Klein, Markus. 2011. Wie sind die Parteien gesellschaftlich verwurzelt? In *Parteimitglieder in Deutschland*, Hrsg. Tim Spier, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher, Katharina Rohrbach, 39–59. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krueger, Brian S. 2002. Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States: A Resource Approach. *American Politics Research* 30:476–498.
- Laux, Annika. 2011. Was motiviert Parteimitglieder zum Beitritt? In *Parteimitglieder in Deutschland*, Hrsg. Tim Spier, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher, Katharina Rohrbach, 61–78. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Markus, und Olaf Jandura. 2009. Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*, Hrsg. Nikolaus Jakob, Harald Schoen, Thomas Zerback, 61–74. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Milbrath, Lester W., und Madan L. Goel. 1977. *Political Participation: Why and How Do People Get Involved in Politics?* 2. Aufl., Chicago: Rand McNally.
- Niedermayer, Oskar. 1989. *Innerparteiliche Partizipation*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Norris, Pippa 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet WorldWide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oser, Jennifer, Marc Hooghe, und Sofie Marien. 2013. Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly* 66(1):91–101.
- Römmele, Andrea. 2003. Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies. *Party Politics* 9(1):7–21.
- Schlozman, Kay L., Henry E. Brady, und Sidney Verba. 2012. Beyond SES: A Ressource Model of Political Participation. *The American Political Science Review* 89(2):271–294.
- Seyd, Patrick, und Paul Whiteley. 1992. *Labour's Grass Roots. The Politics of Party Membership*. New York: Oxford University Press.
- Seyd, Patrick, und Paul Whiteley. 2002. *High-Intensity Participation: The Dynamics of Party Activism in Britain*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Shah, Dhavan V., Jaeho Cho, William P. Eveland, und Nojin Kwak. 2005. Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation. *Communication Research* 32:531–565.

- Spier, Tim 2011. Wie aktiv sind die Mitglieder der Parteien? In *Parteimitglieder in Deutschland*, Hrsg. Tim Spier, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher, Katharina Rohrbach, 97–119. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Spier, Tim, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher, und Katharina Rohrbach. 2011. *Parteimitglieder in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Steinbrecher, Markus. 2009. *Politische Partizipation in Deutschland. Studien Zur Wahl- und Einstellungsforschung*, 56–92. Baden-Baden: Nomos.
- Verba, Sidney, und Norman H. Nie. 1972. *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper and Row.
- Verba, Sidney, Kay L. Schlozman, und Henry E. Brady. 1995. *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Vetter, Angelika. 1997. *Political Efficacy – Reliabilität und Validität*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Vonbun, Ramona, und Klaus Schönbach. 2014. Wer ist aktiv im Social Web? *Publizistik* 59:199–212.
- Voss, Kathrin. 2014. Internet & Partizipation – Einleitung. In *Internet und Partizipation*, Hrsg. Kathrin Voss, 9–23. Wiesbaden: Springer.
- Vowe, Gerhard. 2014. Digital Citizens und Schweigende Mehrheit. Wie verändert sich die politische Beteiligung der Bürger durch das Internet? Ergebnisse einer kommunikationswissenschaftlichen Langzeitstudie. In *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*, Hrsg. Kathrin Voss, 25–52. Wiesbaden: Springer.
- Zerback, Thomas, und Marcus Maurer. 2014. Repräsentativität in Online-Befragungen. In *Handbuch Online-Forschung: Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen*, Hrsg. Martin Welker, 76–103. Köln: von Halem.