

POLITICUM 92

Steirisches Institut für Politik & Zeitgeschichte

SCHRIFTEN

PARTEI 21

Claus ALBERTANI
Wernfried DETTLING
Christopher DREXLER
Herwig HÖSELE
Waltraud KLASNIC
Reinhold LOPATKA
Wolfgang MANTL
Klaus POIER
Alexander PURGER
Hans RAUSCHER
Claus REITAN
Bernd SCHILCHER
Andreas SCHNIDER
Hermann SCHÜTZENHÖFER
Hubert SICKINGER
Andreas UNTERBERGER
Hubert WACHTER
Judith WILHELM

Von der Parteien- zur Mediendemokratie

Reinhold Lopatka

Personalisierung und Inszenierung

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts vollzieht sich in der Politikgestaltung in Österreich eine stille und weitgreifende Transformation, die besonders stark bei Wahlkämpfen deutlich wird. Die Parteiendemokratie, die in Österreich eine besondere Ausprägung und einen europaweit einzigartigen Organisationsgrad in den siebziger Jahren erreicht hat, befindet sich europaweit auf dem Rückzug. Die Mediendemokratie ist unaufhaltsam im Vormarsch.

Die besten politischen Inhalte und Ideen bleiben ohne die entsprechende Verpackung und den mediengerechten Verkauf unbeachtet. Die Darstellung von Politik hat, will sie bemerkt werden, spektakulär zu erfolgen. Das gelingt umso besser, je stärker eine Partei die Personalisierung und Inszenierung ihrer politischen Arbeit beherrscht.

Waren noch vor zwei Jahrzehnten die Medienvertreter jene, die Politik beobachteten, beobachten nun in der Mediendemokratie zunehmend die Politikvertreter die Medien, um sich bestmöglich ins Bild zu bringen. Die Regeln der Mediendemokratie stehen dabei oft im Kontrast zu jenen der Parteiendemokratie.

Während der politische Prozess innerhalb von Parteien langwierig und vielschichtig ist, hat die mediale Aufmerksamkeit nur jener, der rasch auf Ereignisse reagiert und innerhalb von maximal einer Minute in Nachrichtensendungen mit seiner „Botschaft durchkommt“. Die Willensbildung in politischen Parteien braucht relativ lange, will man auch die Mitglieder in diese miteinbinden. Der Parteiobmann hat jedoch oft innerhalb von Stunden oder gar Minuten für seine Partei Stellung zu beziehen.

Es erfolgen hier tatsächlich tektonische Verschiebungen in der Politik, die nicht mehr umkehrbar sind. Allein mit der Arbeit des herkömmlichen Parteiapparates sind keine Wahlen mehr zu gewinnen, entscheidend ist der mediale Auftritt des Spitzenvertreters einer Partei und die professionelle Präsentation von Positionen, Konzepten und Kandida-

tionen. Gefragt sind griffige Sager und eine kameragerechte Aufmachung.

Die Aktivitäten der Partei spielen zwar auf kommunaler Ebene (Gemeinderatswahlen) und in der Interessensvertretung (Personalvertretungs-, Betriebsrats- und Kammerwahlen) nach wie vor eine Rolle, in der Bundespolitik jedoch verlieren sie an Bedeutung.

Was bis heute geblieben ist, ist das Monopol des Parteiapparates, KandidatInnen aufzustellen. Starke Parteichefs verzichten allerdings seit einigen Jahren nicht mehr darauf, selbst Persönlichkeiten aufzustellen, die nicht aus der „Parteienwelt“, sondern aus der „Medienwelt“ kommen.

Auch bei der Auswahl des Spitzenkandidaten gewinnt der Vorrang der Medien vor der innerparteilichen Willensbildung an Bedeutung. Mangelnde Medienresonanz macht einem möglichen Spitzenkandidaten weit mehr zu schaffen als innerparteiliche Kritik. Mit entsprechend positiver medialer Begleitmusik kann dann ein Parteichef auch viel rascher und nachhaltiger die Ausrichtung seiner Partei ändern als über innerparteiliche Abstimmungsmechanismen.

Talkshows anstelle parlamentarischer Debatten

Die österreichischen Parteien haben bisher ihre zentrale Funktion der politischen Willensbildung auf der Bühne des Parlaments und der Landtage durch ihre Abgeordneten wahrgenommen.

Nun lösen zunehmend „Talkshows“ den parlamentarischen Diskurs ab, der größtenteils unter Ausschluss einer breiten Öffentlichkeit stattfindet, während Politik im Fernsehen Anklang findet. Mehr als zwei Millionen Zuseher verfolgten zu Spitzenzeiten die TV-Diskussion der vier Spitzenkandidaten bei der letzten Nationalratswahl. Nachwahlenanalysen zeigen, dass die TV-Auftritte gerade für Wechselwähler in ihrer Willensbildung von vorrangiger Bedeutung sind. Der Umbruch vom traditionellen zum audiovisuellen Wahlkampf ist bereits erfolgt. „Der

Trend zum Regierungsparlament und zur Mediendemokratie ist unverkennbar. Wenn die Entscheidungen in der Regierung fallen und die Debatten in den Medien stattfinden, was macht dann noch das Parlament?“ Das fragte sich daher jüngst die grüne Vizepräsidentin des deutschen Bundestages, Antje Vollmer, folgerichtig in einem Spiegel-Interview. „Die Handlungsspielräume nationalstaatlicher Politik schrumpfen gegen Null, während der Handlungsbedarf exponentiell steigt“, umschreibt der deutsche Soziologe Ulrich Beck das zweite Dilemma, das nationalstaatliche Regierungen und Parlamente plagt. Wenn die großen Entscheidungen zunehmend in Brüssel fallen, was bleibt dann für 448 Landtagsabgeordnete und für mehr als 50 Landesräte zu tun, wenn schon die Bundesregierung, 183 Nationalratsabgeordnete und 62 Bundesräten kaum mehr Gestaltungsspielräume vorfinden. Diese Frage wird die Parteien noch sehr befassen, da die wichtigen Parteifunktionäre auf Landes- und Bezirksebene größtenteils auch Mandatsträger sind. Hier sind innerparteiliche Konflikte vorprogrammiert. Wer macht in Hinkunft die herkömmliche Parteiarbeit, sollte die Anzahl der Mandatare merklich reduziert werden? Eine weitere Schwächung der Parteiapparate wäre die logische Folge.

Die Schwerpunktsetzung der Parteiarbeit ist daher neu auszurichten. An der Spitze der Überlegungen hat die Bearbeitung von Sachthemen (Issues) zu stehen und die Entwicklung von mittel- und langfristigen Perspektiven, für die die Partei steht. Dabei darf jedoch eine Partei keinesfalls stehen bleiben. Ebenso wichtig sind die Kommunikationsstrategie und das Erscheinungsbild der Partei und ihrer Spitzenrepräsentanten (Images).

Themenführerschaft gelingt nur dann, wenn es der Partei gelingt, über ihre Spitzenvertreter die Aufmerksamkeit der Massenmedien auf ihre Anliegen zu lenken. Der Parteiapparat und die Parteimitglieder schaffen es heute nicht mehr, gegen das Fernsehen und die großen Printmedien die öffentliche Meinung in die von der Parteispitze vorgegebene Richtung zu lenken. Hier kommt die zentrale Rolle den wenigen TV-bekanntesten Spitzenleuten jeder Partei zu.

So sehr die Mediengesellschaft von Events (gut inszenierten Scheinveranstaltungen) und Images (wohlkalkulierten Handlungen, die Eindruck hinterlassen sollen) geprägt wird, wird sich letztendlich nur der Politiker und mit ihm seine Partei durchsetzen, der am Kern des politischen Handelns mit Ver-

antwortung und Ernsthaftigkeit festhält. Das steht nicht im Widerspruch dazu, dass die Medien- die Parteiendemokratie abgelöst hat. ÖVP-Chef Wolfgang Schüssel war bei den letzten Nationalratswahlen gerade deswegen so erfolgreich, weil er niemals um die Gunst von Zeitgeistmagazinen gebuhlt, noch „homestories“ platziert hat, sondern seine Positionen selbstbewusst durchgetragen und in den TV-Auftritten klargemacht hat.

Struktur-, Werte- und Themenwandel

Selbst der grandiose, historische Wahlsieg von Wolfgang Schüssel mit einem Zugewinn von mehr als 800.000 Stimmen und 15,4 Prozentpunkten darf nicht über innerparteiliche Probleme hinwegtäuschen, die auch vor der ÖVP nicht Halt gemacht haben. Die ÖVP – wie SPÖ und FPÖ, etwas schwächer die Grünen – haben Probleme, da es einen starken Struktur-, Werte- und Themenwandel gibt.

So haben ÖVP und SPÖ in den letzten zehn Jahren tausende Mitglieder verloren, die FPÖ hat erst zuletzt einen Mitgliederschwund zu verzeichnen gehabt. Zweitens nimmt die Überalterung der Parteien deutlich zu, und drittens weist die aktive innerparteiliche Mitwirkung an der Willensbildung der Parteien Defizite auf, die bei zehntausenden Parteimitgliedern zu einer völligen Lethargie geführt hat. Zu diesen strukturellen Fragen kommt noch der Werte- und Themenwandel.

Neben der Neuausrichtung der Parteien auf die neuen Herausforderungen durch die Mediendemokratie haben sie auch Antworten auf diese Problemstellungen zu erarbeiten.

Sicherlich ist der europaweit einzigartig hohe Mitgliederstand, den ÖVP und SPÖ gehabt haben, in Zukunft nicht mehr erreichbar, da die Parteien – wie alle großen Organisationen im Land – nicht mehr die Bindungsfähigkeit und auch nicht die Palette an Benefizien leisten können wie noch in den siebziger Jahren. Weniger Mitglieder zu haben, ist nicht unbedingt von Nachteil für eine politische Partei. Viel wichtiger sind engagierte Mitdenker und Mitarbeiter. Daher muss es ein attraktives Angebot für politisch Interessierte geben, die in einer Partei aktiv mitwirken wollen. Die Zeit von Massenmitgliederparteien gehört der Vergangenheit an und würde auch demokratiepolitisch keinen Fortschritt bringen. Bei Nationalratswahlen hatte die ÖVP Ende der achtzi-