

stößt, und welche Koalitionsoptionen ergeben sich hieraus? Die Autoren zeigen, dass „die Piraten in innen-, rechts- und gesellschaftspolitische Fragen explizit progressiv-libertär ausgerichtet sind, es in Fragen der Wirtschafts- und Sozialpolitik jedoch Anzeichen dafür gibt, dass die Piraten eher moderate Position einnehmen“ (S. 208).

Die Genderdebatte, die Plattformneutralität – also die Programmatik der Partei –, die Arbeit der Berliner Landtagsabgeordneten der Piraten und die Reaktion der anderen Parteien in der „Netzpoltik“ runden die Analyse ab (Beiträge von *Manuela S. Kulick*, *Felix Neumann*, *Carsten Koschmiede* und *Oskar Niedermayer*).

In einem vergleichenden Fazit ist zunächst festzuhalten, dass beide Publikationen die Landtagswahlen in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen nicht betrachten. *Oskar Niedermayer* bemerkt hierzu zu Recht, dass „bei einem normalen Verlauf der jeweiligen Legislaturperioden in den Bundesländern [...] im Jahre 2012 keine einzige Landtagswahl“ (*Oskar Niedermayer*, S. 49) stattgefunden hätte. Ausgehend von den jeweiligen Vorarbeiten war es daher folgerichtig, Berlin als Höhepunkt und wichtigsten Datenpunkt zu nutzen, ohne die weitere Entwicklung – der Wahltermin für Schleswig-Holstein war bereits seit dem 7. Juni 2011 bekannt – in den Mittelpunkt zu rücken. Die große Leistung beider Bücher ist hiervon unabhängig, dass Berlin nicht als Anfangspunkt eines „Hypes“ betrachtet wird. Vielmehr ist, vor allem bei *Bieber/Leggewie*, ein breiter Erklärungsansatz gewählt worden, der das Phänomen mit seinen gesellschaftlichen Vorläufern beziehungsweise seiner parteipolitischen Geschichte abbildet. Die einzelnen Artikel in dem von *Niedermayer* herausgegebenen Band stehen stärker unter politikwissenschaftlichen Fragestellungen, als dies bei dem interdisziplinären Ansatz von *Bieber/Leggewie* der Fall ist. Damit wirkt der erste stärker als Ist-Stands-Beschreibung, während der zweite alternative Betrachtungsweisen und perspektivische Forschungsfragen skizziert. Als Grundlagenliteratur zur Piratenpartei sind beide uneingeschränkt zu empfehlen.

Christian Nestler

Piratenpartei: Politische Kommunikation 2.0?

Odenbach, Jan: Partei, Netz, Netzpartei. Meinungs- und Willensbildung in der Piratenpartei, Springer VS, Wiesbaden 2012, 120 Seiten, € 29,95.

Wenzlaff, Oliver: Piratenkommunikation. Was die Eliten in Politik und Wirtschaft von den Piraten lernen können, ambition Verlag, Berlin 2012, 224 Seiten, € 24,99.

Kommunikation egal in welcher Form ist der wichtigste Bestandteil jedes menschlichen Zusammenlebens. Politische Kommunikation nimmt in dieser Hinsicht eine Sonderrolle ein, denn sie liegt ständig unter einem medialen Vergrößerungsglas. Im Jahr 2012 sind zwei Bücher erschienen, die die „neuartige“ Kommunikation der Piratenpartei nach Innen und Außen betrachten.

Das erste wurde von *Jan Odenbach* verfasst und wirft bereits im Titel die zentrale Frage und möglicherweise deren Antwort auf. „Partei, Netz, Netzpartei“ lässt sich zunächst in die Gleichung Partei + Netz = Netzpartei überführen (S. 17). Die als Band 31 in der Reihe „Collegé“ des Springer VS Verlags erschienene Publikation basiert auf der Diplomarbeit des

Autors. Er will die politische Meinungs- und Willensbildung der Piratenpartei, auf der Grundlage der Netzkommunikation des Berliner Landesverbandes, analysieren und damit den Einfluss der neuen Medien auf die politische Kommunikation sichtbar machen (S. 15). Die verwendeten quantitativen und qualitativen Daten, Dokumente und Interviews (S. 50 ff.) sind dabei vor dem Erfolg bei der Abgeordnetenhauswahl vom 18. September 2011 in Berlin erhoben beziehungsweise geführt worden. Die präsentierten Ergebnisse stellen wissenschaftliche Beobachtungen dar, die Momentcharakter haben, aber durchaus für zukünftige Studien von theoriebildendem Interesse sein können.

Entlang eines straffen roten Fadens entwickelt *Odenbach* seine Untersuchung. Nach der Einleitung folgt eine theoretische Vermessung des Feldes Öffentlichkeit und Netz. Im Mittelpunkt steht hierbei die Entwicklung des normativen Öffentlichkeitsbegriff nach *Jürgen Habermas*. Demnach werden die Systeme „Lebenswelt“ und „Politik“ durch einen intermediären Kommunikationsraum verbunden: die „politische Öffentlichkeit“ (S. 21 f.). In der Folge des „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ erfüllt dieser Raum nicht mehr seinen ursprünglichen Zweck (S. 23 f.). Die Netzkommunikation stellt für *Odenbach* einen möglichen „Strukturwandel 2.0“ dar und damit eine Rückkehr zum Ausgangszustand (S. 24 ff.).

Das dritte Kapitel widmet sich der Beschreibung der Organisationsmerkmale der etablierten Parteien, vor allem mit Blick auf die Netzkommunikation. Ausgehend von einer angenommenen Vorreiterrolle der Piratenpartei in diesem Bereich wird den „großen“ Parteien ein augenfälliges Defizit attestiert (S. 32).

Das vierte und fünfte Kapitel beschäftigen sich mit den theoretischen und methodischen Grundlagen der Untersuchung. Mit *Pierre Bourdieu* und *Anthony Giddens* (S. 18) entwickelt der Autor in Erweiterung des Modells zu den „Praktiken onlinegestützten Netzwerkes“ von *Jan Schmidt* seinen Analyseansatz (S. 34 f.). Kernpunkte sind die drei Strukturdimensionen – Regeln, Relationen und Code –, die „das situative Handeln im Netz rahmen“ (S. 41). Der Autor nimmt an, dass das Social-Web auch in der politischen Praxis unter Einbeziehung der Kategorie „Macht“ eine wichtige Rolle spielt (S. 44 f.). Methodisch begibt sich *Odenbach* als teilnehmender Beobachter in das Forschungsfeld – er ist seit September 2009 Mitglied der Piratenpartei (S. 59) – und will damit eine Ethnographie „der netzbasierten, digitalen Kommunikation“ bewerkstelligen (S. 48).

In Kapitel sechs und sieben – der eigentlichen Untersuchung – beschreibt der Autor ich-bezogen und vergleichsweise weitschweifig seine Erfahrungen in der Crew „Guybrush Threepwood“ (S. 54 ff.), bei Piratenwiki, Mailinglisten, Twitter, Pads und Blogs (S. 66 – 74). Problem ist hierbei unter anderem, dass Begriffe wie Crews, Squads etc. vorausgesetzt und erst im Verlauf der Schilderung erläutert werden.

Zwei wichtige Ergebnisse an diesem Punkt sind, dass zum einen die Piratenpartei in der Zeit bis zur Bundestagswahl die Zuschreibung „Netzpartei“ eher der Außenwelt als zielgerichtetem Handel in dieser Sache verdankt (S. 57 f.) und dass zum anderen ein Spannungsfeld zwischen so genannten „RealLife-Kontakten“ und den „digitalen Relationen“ unter den Mitgliedern besteht und sich in der Ineffektivität eines Teils der Netzkommunikation begründet (S. 74 f.). Der Hauptwert der weiteren Auswertung ist die Einbeziehung der Genese von LiquidFeedback (LQFB) im Berliner Landesverband (S. 82 – 87). Im Resümee wird deutlich, dass die Verzahnung zwischen Online- und Offlinewelt die Piratenpartei auszeichnet, Entscheidungen im Sinne der Fragestellung des Autors aber erst mit diesem Werkzeug stattfinden (S. 90 f.).

Die Präsentation der finalen Ergebnisse folgt dem aufgeworfenen Analyseraster, verliert allerdings den Bezug zur Theorie des *Habermasschen* Strukturwandels. Ein wichtiger Befund ist, dass die Partizipation im Willens- und Meinungsbildungsprozess der Partei mit Werten um die 20 Prozent nicht signifikant höher ist als in anderen Parteien (S. 99) und dass durch die „proaktive Einstellung ihrer Mitglieder gegenüber den Herausforderungen der digitalen Technologie“ die Transaktionskosten niedrig sind und die Partei sich somit eine gewisse Flexibilität geschaffen hat (S. 104).

Von einer anderen Seite betrachtet *Oliver Wenzlaff* die Kommunikation der Piraten. Der promovierte Stadt- und Regionalplaner, der gegenwärtig in einer PR-Agentur für Finanzkommunikation arbeitet, nähert sich der „Piratenkommunikation“ primär über die Auswertung von Aussagen größtenteils bekannter Parteimitglieder (S. 9). Die Publikation versteht sich in einem offenen Sinne als Ratgeber (S. 6), von dem keine letztthin gültigen Antworten erwartet werden sollen (S. 13). Zielsetzung ist, „die Unterschiede in der Sprache der Piraten zu den etablierten Parteien herauszufühlen“ (S. 10). Methodisch wird dies durch eine Betrachtung verschiedener Aussagen auf unterschiedlichen Kommunikationsebenen und durch Interviews bewerkstelligt. Bei den Interviewpartnern handelt es sich zum einen um Parteimitglieder und zum anderen um Kommunikationsexperten.

Die Struktur des Bandes stellt sich als Dreischritt dar. Zunächst wird unter dem Titel „Wer sind die eigentlich, diese Piraten?“ die Geschichte und Programmatik dargestellt. Im zweiten Schritt, „Wie klingt sie denn nun, die Piratensprache?“, wird die Kommunikation beschrieben. Abschließend fragt sich der Autor: „Was kann die Wirtschaft von der Sprache der Piraten lernen?“. Ergänzt wird der Band durch einen Anhang mit der Transkription der Experteninterviews sowie einem Endnotenverzeichnis.

Zur Geschichte der Piratenpartei bemüht *Wenzlaff* einige fundierte Werke, zahlreiche Zeitungsartikel sowie Aussagen von Mitgliedern. Der journalistische Stil und die Rezeption von wenig analytischen Zeitungberichten sorgen für eine kurzweilige Lektüre, reduzieren den Neuigkeitsgehalt aber erheblich. So wird über den Mitgliederanstieg nach dem Wahlerfolg der Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus Folgendes gesagt: „Viele Neumitglieder sind älter und haben keine Erfahrung mit dem Internet“ (S. 24). Diese Verkürzung, auf der Basis der Aussage eines Zeitungsartikels zeichnet ein Bild der Partei, das schlicht falsch ist.

Der zweite Teil wendet sich Sprachbeispielen zu: Sachdiskussionen, dem Shitstorm und der Werkzeug-Ebene. Für den Autor auffällig ist, dass die Piraten weit weniger „geschliffen“ (S. 63 ff.) sprechen und schreiben, als dies die etablierten Parteien tun. Dieses „simple Daherreden“ wird zunächst von Wählern als positive Neuerung wahrgenommen. Im Nachhinein, also nach Wahlerfolgen, misst der Wähler die Piraten aber, wie die anderen Parteien auch, an ihren Leistungen und nicht an ihren Aussagen (S. 30, S. 96 – 100). Hieraus folgert *Wenzlaff*, dass es eine Anpassung der Partei an diese Bedingungen, vor allem im Programm gab und weiterhin geben wird. Die überraschendste Aussage des Buches in dieser Hinsicht ist: „Der Blick auf die unterschiedlichen Sprach- beziehungsweise Textebenen zeigt, dass die Piratenpartei in vielen Punkten gar nicht so anders ist als andere Parteien“ (S. 107).

Im dritten Teil kommt der Ratgebercharakter des Bandes voll zum Tragen. Der Autor bricht eine Lanze für mehr Klartext und damit für bessere Verständlichkeit in der Wirtschaft (S. 115). Inwieweit die Wirtschaft allerdings von der Piratenpartei lernen kann, bleibt unklar. Die in der Argumentation bemühten Experten gehen eher davon aus, dass das Potential hier gering ist (S. 113 f.) und allenfalls kosmetischer Natur (S. 115 f.). Was die Piraten auszeichnet, ist eine Offenheit, die bis ins Naive geht, aber gerade damit strahlen sie Natur-

lichkeit aus. Vor dem Hintergrund, dass Vertrauen und Nachvollziehbarkeit Motivationen für Kauf- oder Wahlentscheidungen sind, kann man hier nicht widersprechen. Im Fazit heißt es daher auch mit Blick auf etablierte Politik und Wirtschaft: mehr Offenheit wagen (S. 142).

Vor dem Hintergrund, dass mit der Ständigen Mitgliederversammlung (SMV) – auch wenn diese beim Bundesparteitag im Mai 2013 noch gescheitert ist – ein weiteres permanentes Onlineportal in den Startlöchern steht, ist es wichtig, die weitere Entwicklung der „Netzpartei“ zu beobachten. Beide Autoren haben durch ihre Vorgehensweise die besondere Kommunikation in ihren Vorzügen und Nachteilen gezeichnet. *Jan Odenbach* liefert eine gute Beschreibung von Arbeitsabläufen im Landesverband Berlin und zum Teil darüber hinaus. Die Darstellung gibt kenntnisreich Einblicke in den Jargon und die kommunikativen Regeln sowie die nicht zu unterschätzende Bedeutung von LQFB für die Partei. Dem breiten Verwendungsgebiet auf der Rückseite des Buches, die praktisch alle Dozierenden und Studierenden der Geistes- und Sozialwissenschaften einschließt, ist so dennoch nicht zuzustimmen. Dafür fehlt der methodisch und theoretisch gut angelegten Studie die Tiefe und vor allem geht ihr mit der Beschränkung auf einen Landesverband und ein konkretes Thema die Belastbarkeit ab. *Oliver Wenzlaff* hat eine populärwissenschaftliche Bearbeitung des Themas Parteikommunikation vorgelegt. Es stellt sich als eine Art Selbsthilfebuch für die Wirtschaft und indirekt für die Politik dar. Die umfassend präsentierten Ergebnisse verlassen sich zu stark auf Zeitungsbeiträge und Einzelaussagen von Protagonisten. Die Experteninterviews konterkarieren die Thesen und Aussagen des Autors nicht selten.

Beide Bücher haben ihre Berechtigung im Forschungsfeld, stellen aber keine unumgänglichen Beiträge in der Auseinandersetzung mit dem Thema dar.

Christian Nestler

Occupy-Bewegung: Fernwehträume und Kapitalismuskritik eines Revolutionsromantikers

Graeber, David: Inside Occupy, Campus Verlag, Frankfurt am Main 2012, 200 Seiten, € 14,99.

Graeber, David: Schulden. Die ersten 5.000 Jahre, Klett-Cotta, Stuttgart 2012, 536 Seiten, € 26,95.

Selten gibt es in der Politik eine Personenidentität zwischen Theoretiker und Praktiker. Auf den amerikanischen Anarchisten *David Graeber* trifft beides zu, wie sich nun in deutscher Übersetzung zweier konträrer Werke nachlesen lässt, das eine theoretisch, das andere praktisch orientiert. Als Aktivist, Vermummter im gewalttätigen Schwarzen Block, macht er etwa beim Werfen von Farbbeuteln selbst mit: „Man darf ja mal eine Scheibe einschmeißen!“¹. Zugleich gilt er als intellektueller Ideengeber von Occupy Wall Street, in deutschen Medien als „Mastermind der Bewegung“² gefeiert und mit einem Buch über 5.000 Jahre Schulden

1 *David Graeber* im Interview, Mit dem Kopf gegen die Wand, in: Der Spiegel vom 14. Mai 2012, S. 136 – 139, S. 136 f.

2 *Franziska Augstein*, Rezension von David Graeber „Inside Occupy“, in: SZ vom 21. Mai 2012, S. 16.