

Bernhard Bircher, Erlachstrasse 16, 3012 Bern

Tel. 076 507 36 36 E-Mail: bircherb@hotmail.com

DIPLOMARBEIT

eingereicht am

Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
der Universität Freiburg bei Prof. Louis Bosshart

zum Thema:

"Elektronische politische Kommunikation der Schweizer Parlamentarier"

Januar 02

© Bernhard Bircher

INHALTSVERZEICHNIS

1	ABSTRACT	4
2	EINLEITUNG	5
2.1	Untersuchungsanlage	6
2.2	Fragestellungen	7
2.3	Dank	8
3	ELEKTRONISCHE POLITISCHE KOMMUNIKATION	9
3.1	Eine Begriffsannäherung	9
3.2	Das Internet – ein Medium zur politischen Kommunikation?	12
3.3	Internetnutzung in der Schweizer Bevölkerung	15
3.4	Internet im Bundeshaus – technische Infrastruktur	16
4	UNTERSUCHUNGSANLAGE	17
4.1	Forschungsdesign im Überblick	18
5	UNTERSUCHUNGSVERLAUF	18
5.1	Repräsentativität der Parlamentarierstichprobe	19
6	UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE	20
6.1	Soziodemographische Beschreibung der Stichprobe	20
6.2	Zusammenfassung der soziodemographischen Analyse	22
6.3	Auswertung der Fragebogen	22
6.4	Zusammenfassung der Analyse der Internetnutzung (Frage 1 bis 6)	29
6.5	Internetauftritt der Parlamentarier (Frage 7 bis 10)	30
6.6	Zusammenfassung Internetauftritt der Parlamentarier (Frage 7 bis 10)	33

6.7	Medienpräferenzen der Parlamentarier (Frage 11 bis 15)	33
6.8	Zusammenfassung Medienpräferenz (Frage 11 bis 15)	39
6.9	Einstellungen zum Internet	39
6.10	Zusammenfassung Einstellungen zum Internet (Frage 16 bis 21)	43
7	VERGLEICH MIT ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN	44
8	SCHLUSSFOLGERUNGEN	45
9	AUSBLICK	46
10	VERWENDETE LITERATUR	47
11	WEITERFÜHRENDE LITERATUR	48
12	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	53
13	TABELLENVERZEICHNIS	53
14	ANHANG	54
14.1	Fragebogen auf Französisch	54
14.2	Fragebogen auf Deutsch	59
14.3	Begleitbrief auf Deutsch	64
14.4	Begleitbrief auf Französisch	65
14.5	Mahnung auf Französisch	66
14.6	Mahnung auf Deutsch	67
14.7	Statistische Auswertungen	68
15	STICHWORTVERZEICHNIS	87

1 Abstract

Die vorliegende empirische Diplomarbeit zum Thema "Elektronische politische Kommunikation der Schweizer Parlamentarier" wurde im Zeitraum von Anfang Mai 2000 bis Ende Juni 2001 erstellt. Die postalische Befragung von 246 Parlamentariern mit einem hoch standardisierten Fragebogen (21 Fragen) fand im Dezember 2000 statt. Von 246 angeschriebenen Parlamentariern haben 184 geantwortet. Die Rücklaufquote betrug somit 74.8 Prozent. In der repräsentativen Untersuchung ging es darum, herauszufinden inwieweit die Schweizer Bundesparlamentarier elektronische Kommunikationsmittel für politische Zwecke nutzen. In der Befragung sollte auch herausgefunden werden, wie sich die Volks- und Ständevertreter zu elektronischen Abstimmungsverfahren und zum Demokratie-Nutzen des Internets allgemein stellen.

Die Resultate der Befragung machen deutlich, dass Parlamentarier zwar über eine gute Informatik-Infrastruktur verfügen, *diese aber noch kaum für eine elektronische politische Kommunikation einsetzen*. Parlamentarier zählen dank ihrem hohem Bildungsniveau und ihrem vergleichsweise hohen Einkommen zu den Frühadoptern im Bereich Internet. Sie weisen eine überdurchschnittliche Internetnutzung auf. Die Internetnutzung beträgt bei den Parlamentariern durchschnittlich rund vier Stunden pro Woche. Ein Vergleich mit der durchschnittlichen Surfdauer von 2 Stunden pro Woche von *Schweizer Männern* macht klar, dass Bundesparlamentarier *überdurchschnittlich oft im Internet anzutreffen sind*.

Professionelle Internetkampagnen, die von PR-Büros organisiert werden, scheinen bei Parlamentariern eher noch die Ausnahme zu sein. Investitionen in den persönlichen Internetauftritt fallen momentan noch bescheiden aus (rund 64 % aller antwortenden Parlamentarier machen keine Investitionen in den Internetauftritt). Bemerkenswert ist der Befund, dass rund die Hälfte der antwortenden Parlamentarier im Internet überhaupt noch nicht präsent ist.

Grundsätzlich kann festgestellt werden, *dass die Parlamentarier zum Grossteil das Internet als interaktives Kommunikationsmedium für Wahl- und Abstimmungskampagnen noch nicht entdeckt haben*, auch wenn beinahe alle Parlamentarier das Internet im Rahmen ihrer parlamentarischen und beruflichen Tätigkeit einsetzen (hauptsächlich für die Informationssuche und für die Kommunikation per E-Mail). *Interaktive Internetdienste wie Chat-Foren und Newsgroups werden von den Bundespolitikern fast überhaupt nicht genutzt*. Die antwortenden Parlamentarier *ziehen traditionelle Massenmedien wie Zeitungen und Fernsehen dem Internet als Abstimmungs- und Wahlplattform vor*. Das Internet wird bisher zum Grossteil zur *Darstellung der eigenen politischen Leistungen und Aktivitäten* genutzt und kaum zur Interaktion mit den Stimmbürgern. Das Interaktionspotential des Mediums Internet wird bisher kaum genutzt. Ein grober Vergleich mit den Resultaten einer ähnlichen,

gesamteuropäischen Studie von IBM¹ macht aber klar, dass die *Schweizer Parlamentarier bzgl. elektronischer politischer Kommunikation durchaus mit ihren europäischen Kollegen mithalten können*. Die Schweizer Milizparlamentarier bewegen sich bzgl. Interneteinsatz für die politische Kommunikation auf europäischem Niveau.

Eine Mehrheit der antwortenden Parlamentarier spricht sich für die Einführung von elektronischen Abstimmungen parallel zu den traditionellen Abstimmungsverfahren aus. Mehrheitlich abgelehnt werden elektronische Wahl- und Abstimmungsverfahren von der SVP. Im persönlichen Wahlkampf ist den Politikern die *Zeitung* noch vor dem *Fernsehen* das wichtigste Kommunikationsmedium. Bemerkenswert ist der Befund, dass das in der Schweiz am häufigsten genutzte Radio (wie auch das Internet) im pers. Wahlkampf kaum die Gunst der Parlamentarier genießt. Elektronische Abstimmungen zur Erhöhung der Stimmbeteiligung erscheint erst für rund ein Drittel der antwortenden Parlamentarier eine valable Lösung. Rund ein Drittel der Antwortenden lehnt elektronische Abstimmungsverfahren ab und ein weiteres Drittel ist unentschieden. Dieses Resultat hängt allenfalls mit den vielen noch ungeklärten Fragen (Technische Umsetzung, Datenschutz) zusammen. Eine eigentliche Euphorie bezüglich elektronischen Abstimmungen ist (noch) nicht auszumachen. Nach Ansicht einer Mehrheit der Parlamentarier erhöht das Internet ausserdem nicht die Transparenz in einer Demokratie. Das Internet erscheint einer Mehrheit der Parlamentarier aber geeignet, um Positionen, Meinungen und politische Leistungen zu kommunizieren. Rund die Hälfte aller Parlamentarier wird bei den nächsten eidgenössischen Wahlen eine Internetkampagne lancieren. Der Anteil an Personen mit einer Internetkampagne dürfte sich anlässlich der nächsten Parlamentswahlen leicht erhöhen.

Fazit: Das Medium Internet ist als Werkzeug für die elektronische politische Kommunikation der Bundesparlamentarier noch nahezu bedeutungslos. Die Schweizer Parlamentarier setzen für die politische Kommunikation mit den Bürgern hauptsächlich auf traditionelle Massenmedien wie Fernsehen und Zeitungen.

2 Einleitung

Die vergangenen eidgenössischen National- und Ständeratswahlen standen im Zeichen des Internets: Elektronische Wahlbarometer sowie Angaben über Parteien und Kandidaten² lieferten den Bürgern 1999 eine Flut an Informationen zu den eidgenössischen Wahlen.³ Was seit den Präsidentschaftswahlen von 1996 in den USA⁴ zu beobachten ist, findet nun zeitverzögert

¹ Vgl. Caldow, 1999.

² Um der besseren Lesbarkeit und der Einfachheit Willen wird im Text jeweils ausschliesslich die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist immer mit gemeint.

³ Vgl. <www.wahlen.ch>; <www.kandidaten.ch>; <www.politspiegel.ch>; <www.wahlstreet.ch>; <www.politics.ch>.

⁴ Vgl. Zittel. In: Gellner, Winand; von Korff, Fritz, 1998. S. 111.

auch in der Schweiz statt: Das Medium Internet entwickelt sich seit 1998 im Zusammenhang mit Volksabstimmungen je länger je mehr zu einem festen Bestandteil politischer Kampagnen.⁵

Mit der rasanten Verbreitung des Internets in der Schweiz und der zunehmenden Entwicklung zu einem eigentlichen Massenmedium (vgl. Kap.3.3) gewinnt auch die elektronische politische Kommunikation in der Schweizer Informationsgesellschaft⁶ zunehmend an Bedeutung im Kampf um die Gunst der Wähler. Eine „Amerikanisierung der Politik“ ist denn auch seit den ersten virtuellen Wahlkämpfen in den USA⁷ in der Schweizer Politik festzustellen. Diese Entwicklungen rechtfertigten die Realisierung einer empirischen Untersuchung der elektronischen politischen Kommunikation unserer Volks- und Ständevertreter. Eine systematische Aufarbeitung bezüglich Nutzung des Internets für die politische Kommunikation der National- und Ständeräte schien bisher zudem nicht zu existieren.

Die Parlamentarier spielen als Informations-Gatekeeper⁸ und Opinion Leader⁹ aber eine nicht zu unterschätzende Rolle im politischen Kommunikationsprozess. Eine Analyse der elektronischen politischen Kommunikation der eidgenössischen Parlamentarier dient daher der Schaffung von Transparenz in diesem weitgehend unerforschten Bereich und liegt somit auch im öffentlichen Interesse.

2.1 Untersuchungsanlage

Die quantitative Untersuchungsanlage hat eine mikroanalytische und deskriptive Perspektive. Als Untersuchungseinheit wurden alle Schweizer Bundesparlamentarier ausgewählt. Es sollte eine Bestandesaufnahme über die Nutzung und den Einsatz des Internets für politische Zwecke bei den politischen Akteuren selber gemacht werden. Ausserdem sollten auch die Einstellungen der Politiker zum Medium Internet erhoben werden.

Als Erhebungsinstrument diente ein hoch standardisierter Fragebogen¹⁰ in Deutsch und Französisch mit 21 Items. Die *postalische Befragung* wurde Anfang Dezember 2000 bei 246 Stände- und Nationalräten (*Grundgesamtheit*) durchgeführt. Aufgrund der zu gewährleistenden Anonymität wurden *alle* Politiker im Januar 2001 erneut mit einem Mahnbrief (inkl. unverän-

⁵ Die "Genschutz"-Initiative, die bezüglich der politischen Kommunikation generell neue Massstäbe gesetzt hatte, brachte der Anwendung von Internet neue Impulse <www.politrends.ch/abstimmungen/internetnutzung/internet.htm> (05.05.2001).

⁶ Die Schweiz kann den „Informationsgesellschaften“ zugerechnet werden. Als Hauptcharakteristikum bezeichnet eine Informationsgesellschaft den Vorrang von Kommunikation als zentraler Funktion. Eine Informationsgesellschaft zeichnet sich durch eine Ausdifferenzierung eines besonderen Quartärssektors „Information“ aus dem tertiären Sektor der Dienstleistungen aus sowie der Entwicklung zusätzlicher Kommunikations-Verteiltechniken unter dem Titel „Neue Medien“ (vgl. Saxer, 1998, S. 46; Bühl, 1996; S. 24ff).

⁷ Vgl. Rybarczyk, 1997.

⁸ Der Gatekeeper (dt.: "Torhüter" oder "Schleusenwärter") entscheidet darüber, welche Themen das "Tor" der Medien passieren dürfen, also zu Nachrichten werden (vgl. Saxer, 1998, S. 653).

⁹ Als Opinion Leader (dt.: "Meinungsführer") werden in der Regel Personen bezeichnet, die in ihrem sozialen Umfeld Einfluss auf andere Personen ausüben (vgl. Saxer, 1998, S. 688).

¹⁰ Vgl. Anhang Kap. 14.2.

derdem Fragebogen) angeschrieben. Bis zum Ablauf der Antwortfrist Ende Februar 2001 hatten 184 von 246 angeschriebenen Personen geantwortet. Dies entspricht einer *Rücklaufquote von 74.8 Prozent*. Ausführlichere Angaben zum methodischen Vorgehen finden sich im Kapitel 4.

Bei der Betrachtung der quantitativen Ergebnisse dieser Befragung muss man immer im Auge behalten, dass mit der Methode "postalische Befragung" nicht direkt das *reale* Sozialverhalten der Politiker erfasst werden konnte, sondern vielmehr nur das *verbalisierte* Sozialverhalten, welches selbstverständlich massgeblich abweichen kann vom *realen* Sozialverhalten.

Bei der Erarbeitung des Fragenkataloges wurde die gesamteuropäische Studie vom "Institute für Electronic Government" der IBM Corporation¹¹ hinzugezogen. Einzelne Items wurden direkt in den vorliegenden Fragebogen (vgl. Anhang Kap. 14.2) übernommen.

2.2 Fragestellungen

Die Fragestellungen, welche die Untersuchung anleiteten, lauten wie folgt:

- Wie viele Politiker der Grundgesamtheit (National- und Ständerat, n=246) setzen das Internet für ihre politische Kommunikation (Veröffentlichung von politischen Informationen, Kommunikation mit Bürgern, etc.) ein?
- Welche Fraktionszugehörigkeit haben die Bundespolitiker mit der häufigsten bzw. niedrigsten Internetnutzung?
- Wie stellen sich die National- und Ständeräte zu elektronischen Abstimmungsverfahren?
- Welche Bedeutung messen die National- und Ständeräte dem elektronischen Wahlkampf zu?
- Welche Internet-Dienste nutzen die Bundespolitiker für ihre elektronische politische Kommunikation?
- Gibt es zwischen den Bundespolitikern bedeutende Unterschiede in der Internetnutzung zum Zwecke der politischen Kommunikation hinsichtlich der Variable Fraktionszugehörigkeit?

¹¹ Vgl. Caldwell, 1999.

Jährlich stattfindende Untersuchungen der AG für Werbemedienforschung¹² zeigen auf, dass die Internetnutzung bei älteren Schweizer Männern mit hohem Einkommen und hohem Bildungsgrad signifikant höher ist als bei anderen Bevölkerungsgruppen.¹³ Es galt daher zu prüfen, ob sich dieser Befund auch im Parlament widerspiegelt. Ausserdem wurde geprüft, ob die Volksvertreter das Internet für Ihre politische Kommunikation nutzen oder ob sie die traditionellen Massenmedien bevorzugen.

Ein Vergleich mit einer ähnlich angelegten Untersuchung der IBM sollte schlussendlich klären, wie unser Milizparlament hinsichtlich politischer Kommunikation per Internet im europäischen Vergleich abschneidet. Da ein Milizparlament nur schwierig mit Berufsparlamenten vergleichbar ist, konnte die folgende Leitfrage nur tendenziell beantwortet werden:

- Sind die Schweizer Milizparlamentarier im europäischen Vergleich "aktive Internet - Kommunikatoren"?

2.3 Dank

Die vorliegende Diplomarbeit konnte nur dank der hohen Auskunftsbereitschaft der eidgenössischen Parlamentarier zustande kommen. Ich möchte mich an dieser Stelle bei Ihnen für Ihre Bemühungen bedanken. Mein Dank gilt ausserdem:

- Herrn Professor Louis Bosshart, Leiter des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft in Freiburg, für seine konstruktiven Anmerkungen und seinen fachlichen Beistand;
- Herrn Andreas Blaser, Beauftragter Öffentlichkeitsarbeit des Parlamentsdienstes, für seine Offenheit und seine Unterstützung bei der Ausarbeitung dieses Forschungsprojektes;
- Herrn Andreas Sidler, Leiter Informatik des Parlamentsdienstes, für seine beratende Funktion und seine wertvollen Hinweise;
- dem Übersetzungsdienst der Bundesverwaltung für die Übersetzung des Fragebogens von Deutsch auf Französisch;

¹² Vgl. WEMF, 2001 <www.wemf.ch> (04.05.2001).

¹³ Der typische Internetnutzer wird von der WEMF (2001) wie folgt beschrieben: „Der typische Internet-Nutzer ist nach wie vor (allerdings wie lange noch) männlich, mit einer höheren Schulbildung, erwerbstätig und gutverdienend.“ Obwohl eine Verlagerung der Kategorien "Geschlecht" und "Alter" stattgefunden (Frauen und ältere Männer haben aufgeholt) hat, konnte sich das Internet in der Schweiz noch nicht zu einem eigentlichen Massenmedium entwickeln.

- Kurt Bisang (lic. phil. I) und Adrian Ritter (lic. phil. I) für die konstruktive Kritik am Fragebogen;
- meiner Frau Maarja Bircher – Suits für die mentale Unterstützung während der Erarbeitung dieser Arbeit.

Bern, im Januar 02

Bernhard Bircher

3 Elektronische politische Kommunikation

3.1 Eine Begriffsannäherung

Die Beziehung zwischen Politik und Kommunikation ist seit geraumer Zeit ein stark beachtetes Forschungsthema in der Kommunikationswissenschaft: Mit dem rasanten Aufkommen des Internets erfährt das Thema erneut Beachtung.¹⁴

Was ist nun aber unter dem Begriffskonstrukt "*politische Kommunikation*" zu verstehen?¹⁵ Wie wird politische Kommunikation in der Fachliteratur definiert und wie unterscheidet sich die analoge politische Kommunikation von der digitalen elektronischen Kommunikation?

In der Erforschung von politischer Kommunikation lassen sich grundsätzlich zwei Fragen unterscheiden¹⁶: *Auf welche Art und Weise bestimmt Kommunikation den politischen Prozess und auf welche Weise bestimmt Politik die gesellschaftliche Kommunikation?* Erstere betrachtet „*Politik als Kommunikation*“¹⁷ oder auch die Variation politischer Prozesse mit der Veränderung bzw. unter verschiedenen Bedingungen gesellschaftlicher Kommunikation. Letztere sieht Kommunikation als politischen Prozess oder Kommunikation in Abhängigkeit von politischen Bedingungen bzw. Veränderungen. Wenn dabei Aspekte der Steuerung, der Durchsetzung von Werten und Zielen im Vordergrund stehen, wird auch von *Kommunikationspolitik* oder spezifischer von *Medienpolitik* gesprochen. Der Begriff Kommunikation wird dabei oft als *öffentliche* Kommunikation verstanden, d.h. als Massenkommunikation mit publizistischen Medien wie Presse, Radio und Fernsehen oder mit speziellen Medien politischer Akteure (Reden, Kundgebungen, etc.). Moderne Gesellschaften kommen alleine mit *unmittelbarer* Kommunikation nicht mehr aus und benötigen daher das Instrument der Massenmedien. Dem Begriff *Öffentlichkeit* kommt in der politischen Kommunikation eine bedeutende Rolle zu. Öff-

¹⁴ Vgl. Harth. In: Woyke, 1999, S. 8.

¹⁵ Bieber (1999, S. 13) weist in seiner Dissertation darauf hin, dass die einschlägigen Begriffe im Bereich elektronische politische Kommunikation erst vage definiert sind.

¹⁶ Vgl. Schulz, 1994, S. 477.

¹⁷ Vgl. Meadow, 1980. In: Schulz, 1994, S. 477.

fentlichkeit besteht aus einer Vielzahl von Kommunikationsforen, deren Zugang prinzipiell für jedermann offen ist und in denen sich Individuen und kollektive Akteure vor einem Publikum zu politischen Themen äussern. Das Produkt der Kommunikation in der Öffentlichkeit bezeichnet Saxer¹⁸ als die *öffentliche Meinung*. Erst durch das Grundrecht der Meinungsfreiheit kann sich eine öffentliche Meinung bilden und eine Einflussnahme auf politische Entscheidungen entfalten. Die Freiheit der Meinungsäusserung und die Freiheit zur Information bilden die Grundlage für eine freiheitlich-demokratische Staatsordnung, denn eine Demokratie lebt von der Konkurrenz der Meinungen. Slaton¹⁹ bezeichnet das Internet mit seinen vielfältigen Informations- und Interaktionsmöglichkeiten als *"wichtiges Element für die Herausbildung neuer demokratischer Paradigmen"*.

Das Ziel von Politikern und politischen Akteuren besteht nun unter anderem darin, die *öffentliche Meinung* zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Das Internet als verhältnismässig billiges, schnelles und äusserst vielseitiges Kommunikationsmedium scheint technologisch betrachtet geeignet, die öffentliche Meinung beeinflussen zu können. Nach Ansicht von Leggewie²⁰ ist das Internet besser als alle anderen Medien geeignet, *"lokale Öffentlichkeiten zu verdichten und grenzüberschreitende Arenen der Meinungsbildung herzustellen."* Das Internet könne als neue *"kommunikative Brücke"* zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung dienen.

Zusammenfassend möchte ich die elektronische politische Kommunikation dem Kontext angepasst wie folgt verstehen:

"Elektronische politische Kommunikation" ist ein bi-direktionaler Austausch von politischen Inhalten zwischen politischen Akteuren und einzelnen Bürgern oder der Öffentlichkeit. Das Ziel des elektronischen Kommunikationsprozesses ist die Beeinflussung der Adressaten und/ oder der öffentlichen Meinung."

Im weiteren soll diskutiert werden, wie sich die elektronische politische Kommunikation per Internet von der konventionellen politischen Kommunikation mit Hilfe der analogen Einweg-Massenmedien unterscheidet.

Die untenstehende Tabelle 1 soll helfen, diesen Vergleich übersichtlich darzustellen. Aus der Tabelle geht hervor, dass das Internet den elektronischen Medien Radio und Fernsehen vor allem eines voraus hat: Interaktivität. Der Bürger ist mit Hilfe des Internets nicht mehr nur passiver Konsument von politischer Information sondern kann potentiell mit Hilfe von E-Mail, Web-TV oder Chat-Foren aktiv an der parlamentarischen Öffentlichkeit teilnehmen – mit wel-

¹⁸ Vgl. Saxer, 1998, S. 694.

¹⁹ Vgl. Harth. In: Woyke, 1999, S. 8.

chem Einflusspotential sei dahingestellt. Mit der absehbaren Digitalisierung des Fernsehens wird sich das Einwegmedium TV bezüglich bidirektionalen Austauschs dem Internet angleichen. Auch beim digitalen Radio sind interaktive Formen der Partizipation denkbar – momentan aber wohl noch in weiter Ferne. Das Internet wird mit hoher Wahrscheinlichkeit eine führende Rolle im Bereich Massenmedien übernehmen. Die Verschmelzung von Radio und TV im Internet²¹ weist darauf hin, dass dem Internet bei der elektronischen politischen Kommunikation in Zukunft eine eigentliche Schlüsselrolle zukommt. Auf die Frage, ob das Medium Internet wirklich geeignet ist, um politische Inhalte zu transportieren, soll im folgenden Kapitel eingegangen werden.

Tabelle 1: Strukturwandel parlamentarischer Öffentlichkeit im Kontext der Entwicklung der Massenmedien²²

(Massen)Medium	Kommunikationsmodus	Typus parlamentarischer Öffentlichkeit
Besuchergalerie <ul style="list-style-type: none"> • Vor-Ort-Zuschauer (Beobachtung) • Gedächtnis (biologischer Speicher) 	<ul style="list-style-type: none"> • oral, auditiv • synchron • primär • direkt • passiv (aus Sicht der Zuschauer) • aktiv (aus Sicht der Parlamentarier) 	Versammlungs-Öffentlichkeit (Aura) <ul style="list-style-type: none"> • prinzipiell für alle zugänglich, faktisch nur für wenige möglich (face-to-face) • Sender (Parlamentsplenum → Empfänger (Bürger))
Printmedien <ul style="list-style-type: none"> • Presse / Stenographische Protokolle, Berichte, Presserklärungen, etc. • manuell-technische Speicher 	<ul style="list-style-type: none"> • textuell – schriftlich • asynchron • sekundär • indirekt • passiv 	Printöffentlichkeit <ul style="list-style-type: none"> • prinzipiell für alle zugänglich, stark selektiv • Sender (Parlament) → Vermittler → Bürger (one-to-many) • Bürger als Rezipient parl. Öffentlichkeit
Radio <ul style="list-style-type: none"> • Direktübertragung, Ausschnitte, Zusammenfassungen, Kommentare • technische, digitale Speicher 	<ul style="list-style-type: none"> • auditiv • synchron / asynchron • sekundär • direkt / indirekt • passiv 	Radioöffentlichkeit <ul style="list-style-type: none"> • prinzipiell für alle zugänglich, stark selektiv • Parlament → Vermittler → Bürger (one-to-many) • Bürger als Zuhörer parlamentarischer Öffentlichkeit

²⁰ Vgl. Harth. In: Woyke, 1999, S. 8.

²¹ Die Verschmelzung der traditionellen Medien zu einem digitalen Allzweckmedium wird mit dem Begriff *Konvergenz* umschrieben.

²² Vgl. Gellner, 1998, S. 132.

(Massen)Medium	Kommunikationsmodus	Typus parlamentarischer Öffentlichkeit
Fernsehen <ul style="list-style-type: none"> • Direktübertragung, Ausschnitte, Zusammenfassungen, Kommentare, Parlamentskanal • komplexe technische (digitale) Speicher 	<ul style="list-style-type: none"> • audiovisuell • synchron / asynchron • sekundär • direkt / indirekt • passiv 	Fernsehöffentlichkeit <ul style="list-style-type: none"> • prinzipiell für alle zugänglich, stark selektiv • Parlament → Vermittler → Bürger (one-to-many) • Bürger als Zuschauer parlamentarischer Öffentlichkeit
Internet <ul style="list-style-type: none"> • E-Mail, Websites (Homepages), Mailinglisten, Online-Konferenzen, Web-TV • hyperkomplexe digitale Speicher und Netzwerke 	<ul style="list-style-type: none"> • multimedial (Hypertext) • audiovisuell • oral/ textuell-schriftlich • synchron / asynchron • sekundär • direkt / indirekt • aktiv / passiv 	Virtuelle Öffentlichkeit <ul style="list-style-type: none"> • prinzipiell für alle zugänglich, Interaktivität, noch stark begrenzt (one-to-one, one-to-many, many-to-one, many-to-many) • Bürger als Teilnehmer parlamentarischer Öffentlichkeit

3.2 Das Internet – ein Medium zur politischen Kommunikation?

Die Informationsbeschaffung über das politische Geschehen ist eine fundamentale Voraussetzung für alle politischen Aktivitäten. Politische Information und Kommunikation fand bis vor wenigen Jahren noch mit Hilfe traditioneller Massenmedien wie Radio, TV und Printmedien statt. Mit dem Aufkommen des Internets in der Schweiz²³ stellt sich die Frage, ob sich dieses relativ neue Medium überhaupt für die politische Kommunikation und Informationsbeschaffung eignet. Verstärkt das Internet das Interesse an Politik oder verstärkt es nicht einfach bestehende Wissensklüfte?²⁴ In der Schweiz kann man ohne Zweifel von einer *Repräsentationskrise* sprechen, d.h. die Bürger identifizieren sich immer weniger mit dem demokratischen Prozess. Die fehlende Identifikation äussert sich seit geraumer Zeit in einer sinkenden Wahl- und Stimmbeteiligung.²⁵ In der Diskussion über die Vor- und Nachteile einer politischen Kommunikation per Internet wird die "elektronische" Lösung dieser *Repräsentationskrise* oft als Chance gesehen. Kritische Stimmen hingegen befürchten, dass das Medium Internet die Öffentlichkeit in "*autistische Teil-Öffentlichkeiten*"²⁶ aufsplittert und damit eine Segregation der ansonsten schon dividierten Schweizer Bevölkerung eher noch befördert.

Aus rein technologischer Sicht birgt das Internet hingegen ein grosses Potential zur Lösung dieser Repräsentationskrise. Hinsichtlich Verfügbarkeit, Aktualität, Kapazität sowie der Wei-

²³ Vgl. WEMF, 2001 <www.wemf.ch> (04.05.2001).

²⁴ Vgl. HoltzBacha. In: Gellner; von Korff, 1998, S. 219ff.

²⁵ Die Wahlbeteiligung bei nationalen Parlamentswahlen betrug 1971 noch 57 Prozent und nahm dann sukzessive ab. 1975: 52 Prozent, 1979: 48 Prozent, 1983: 49 Prozent, 1987: 47 Prozent, 1991: 46 Prozent, 1995: 42 Prozent, 1999: 43.4%. <http://www.parlament.ch>

²⁶ Vgl. Bühl, 1997, S. 284; Selnow, 1998, S. 193; Geser, 1998, S. 9.

terverarbeitung und Verknüpfung von Informationen erscheint das Medium Internet den herkömmlichen Massenmedien weit überlegen. Die unten stehende Tabelle soll die verschiedenen technischen Möglichkeiten zur politischen Kommunikation veranschaulichen.

Tabelle 2: Anwendungsmöglichkeiten des Internets in der parlamentarischen Kommunikation / Öffentlichkeit²⁷

Kommunikationsrichtung P=Parlamentarier B=Bürger E=Experte	Kommunikations- for(u)m (syn- chron/asynchron)	Kommunikations- zweck	Demokratisches Ziel
one-to-one P ⇔ P B ⇔ P P ⇔ B	E-mail (asynchron)	individueller Austausch von Informationen	persönliche Kommunikation
one-to-many P ⇔ B B ⇔ P	Mailingliste (asynchron)	gezielte Verteilung von Informationen an einen begrenzten Adressatenkreis	Elitäre (informelle) Öffentlichkeit
P ⇔ B	Web Sites parlamentarischer Institutionen	Abrufen von spezifischen Informationen (Plenarprotokolle, Termine, etc.)	Transparenz / Public Relations
P ⇔ B	Homepages der Parlamentarier (asynchron)	Präsentation/ Abrufen spezieller Informationen	Public Relations / Aufmerksamkeit (Wahlkreisarbeit)
B ⇔ P	Homepages von Bürgerinitiativen	Präsentation / Abrufen spezieller Informationen	Public Relations / Aufmerksamkeit (Lobbyarbeit)
Prinzipiell alle Akteure	Recherchen im World-Wide-Web	Präsentationen / Abrufen von Informationen (Datenbanken/ Homepages, etc.)	Informations-Gewinnung bzw. – Verteilung
Parlament ⇔ Bürger	Debatten/ Sitzungen in Echtzeit via Web-TV (synchron)	Live Präsentationen parlamentarischer Versammlungen	Transparenz (Öffentlichkeitsangebot)
Many-to-one B-Initiativen ⇔ P	Petition (asynchron)	Beschwerde/ Vorschläge / Beteiligung	Partizipation
B ⇔ Parlament	Wahlen/ Abstimmungen (asynchron)	Direkte Artikulation politischer Interessen	Partizipation, Herrschaftskontrolle und – Zuweisung auf Zeit

²⁷ Vgl. Schiller. In: Geller; von Korff, 1998, S. 135.

Kommunikationsrichtung P=Parlamentarier B=Bürger E=Experte	Kommunikations- for(u)m (syn- chron/asynchron)	Kommunikations- zweck	Demokratisches Ziel
Many-to-many P ↔ P P ↔ B P ↔ E	Online-Konferenz (synchron)	Direkte (interaktive) Kommunikation	Deliberation Diskurs

Die obige Tabelle macht deutlich, dass sich das Internet für die politische Kommunikation von Parlamentariern *rein technologisch* gesehen eignet. Den Bürgern ermöglicht das Internet eine aktive Partizipation an einer virtuellen politischen Öffentlichkeit. Technik-, Geld- und Bildungsbarrieren verunmöglichen jedoch in der Schweiz vorläufig noch einen uneingeschränkten Zugang zu dieser virtuellen politischen Öffentlichkeit.²⁸ Ein weiteres Problem einer "elektronischen Demokratie" ist die faktische Informationsüberflutung der Bürger.²⁹ Ein Mehr an Informationsquantität bedeutet nicht zwingend auch ein Mehr an Informationsqualität. Auch die Transparenz muss nicht zwangsläufig zunehmen.³⁰ Ausserdem befähigt alleine der Zugang zum Internet die Bürger noch nicht, die für sie relevanten politischen Informationen auszuwählen. Die Ausbildung von Medienkompetenz in der Bevölkerung erscheint als unabdingbare Voraussetzung für eine effiziente Partizipation einer breiten Öffentlichkeit an einer digitalen politischen Öffentlichkeit.³¹ Trotz äusserst kontroversen Diskussionen in der Fachliteratur über die Nützlichkeit des Internets für politische Zwecke, kann festgehalten werden, dass das Internet zusätzliche Möglichkeiten zum direkten Dialog zwischen Bevölkerung und politischen Akteuren schafft. Die Politiker hingegen bekommen mit dem Internet ein Werkzeug zur Hand, mit dessen Hilfe sie wieder näher an die konkreten Fragen und Probleme der Bürger herangeführt werden. Die Bürger hingegen bekommen ein Instrument, mit dessen Hilfe sie sich schnell und relativ kostengünstig über das politische Geschehen informieren können. Das Netz liefert der Bevölkerung aktuelle, detaillierte und leicht zugängliche Informationen über den Stand des politischen Prozesses, über die Rollen der verschiedenen Akteure sowie Hintergrundinformationen über das politische Geschehen. In dieser empirischen Arbeit ging es unter anderem darum herauszufinden, inwieweit die Schweizer Parlamentarier das Potential des Internets überhaupt in ihrer politischen Arbeit nutzen. Die Perspektive der Bürger wurde in dieser Untersuchung aus Zeitgründen weggelassen.

²⁸ Vgl. WEMF, 2001 <www.wemf.ch> (04.05.2001).

²⁹ Vgl. Hagen, 1998, S. 43.

³⁰ Vgl. Marschall, 1997, S. 316; Hagen, 1998, S. 43.

³¹ Vgl. Baumberger, 2001.

Das Internet ermöglicht, wie die Tabelle 2 anschaulich unterstreicht, alle erdenklichen Formen von elektronischer politischer Kommunikation – die Frage ist schliesslich aber auch: Politik für wen? Auf diese Frage wird im folgenden Kapitel näher eingegangen.

3.3 Internetnutzung in der Schweizer Bevölkerung

Die AG für Werbemedienforschung (WEMF) analysiert in der Schweiz und in Lichtenstein seit 1997 in regelmässigen Abständen die Internetnutzung mit Hilfe von telefonischen Interviews innerhalb der Wohnbevölkerung über 14 Jahren. Die aktuellen Zahlen der WEMF³² zeichnen ein deutliches Bild der Entwicklung der Internetnutzung in der Schweiz: In nur drei Jahren hat sich der Anteil Internetnutzer beinahe verdreifacht.³³ Heute surfen gemäss WEMF in der gesamten Schweiz mehr als 2 Millionen Personen im Internet. Betrachtet man die soziodemographische Struktur der Internet-Nutzer, zeigt sich eine Verlagerung bei den Kategorien «Geschlecht» und «Alter»: Im Vergleich zur letzten WEMF-Untersuchung haben Frauen, aber auch die über 50jährigen am meisten aufgeholt. *Der typische Internet-Nutzer ist jedoch nach wie vor männlich, hat eine höhere Schulbildung, ist erwerbstätig und gut verdienend.* Die in der vorhergehenden Erhebung der WEMF festgestellte Verlangsamung des Nutzungswachstums hat sich nur in der Westschweiz bestätigt. Vor allem im privaten Bereich ist eine deutliche Zunahme der Internetnutzung festzustellen – man will vermehrt auch von zu Hause aus Zugriff auf das Internet. Das Medium Internet entwickelt sich offensichtlich von einem Frühadoptiermedium hin zu einem eigentlichen Massenmedium. Die Auswertung der Daten der WEMF hinsichtlich Nutzungsmotive zeigt auf, dass der Zugriff auf Artikel aus der Presse das meistverbreitete Nutzungsmotiv darstellt. Inwieweit das Internet für die politische Informationsbeschaffung genutzt wird, kann aus den WEMF-Zahlen nicht gefolgert werden.

Die Nutzung des Internets für die Gewinnung politischer Informationen bleibt trotz beachtlichen Zuwachsraten bei der Internetnutzung hinter den oftmals optimistischen Erwartungen der Politologen zurück.³⁴ So bemerkt Claude Longchamp³⁵ in seiner Pilotstudie zur Internet-Verwendung vor Volksabstimmungen in der Schweiz, dass die Internet-Nutzer von politischen Informationen noch längst nicht alle Schichten in der Schweiz repräsentieren:

„Als förderliche Randbedingung für die heutige Internet-Nutzung sind eine hohe oder mittlere Position in privatwirtschaftlichen Unternehmungen, teilweise auch

³² Vgl. WEMF, 2001 <www.wemf.ch> (04.05.2001).

³³ Gemäss der breit angelegten Ringier-Studie "Baromedia 2001" hat der Internetkonsum im vergangenen Jahr durchschnittlich um acht Prozent zugelegt. <www.webdo.ch/baromedia2001> (14.6.2001).

³⁴ Schätzungen von 1997 gehen davon aus, dass der Anteil politischer Web-Seiten am Gesamtangebot in der BRD bei ca 0.5 Prozent liegt (Vgl. Marschall, , 1997, S. 316).

³⁵ Vgl. Longchamp, *Internet als Medium der BürgerInnen-Kommunikation in Abstimmungskampagnen.*

<<http://www.politrends.ch/abstimmungen/internetnutzung/internet.html>> (04.05.2001)

im öffentlichen Dienst, Schnittstellen zwischen Berufswelt und (Aus/Weiter-) Bildung sowie ein politisches Betriebsklima erkennbar. Die wichtigste Konsequenz hiervon besteht in einer stark schichtspezifischen Verwendung von Internet, die gegenwärtig Personen mit einer universitären Bildung oder einer solchen an einer Fach(hoch)schule von den übrigen trennt. Demgegenüber scheint ramentlich die traditionelle Sphäre des "Politischen", vertreten durch die Mitglieder und Anhängerschaften der Parteien einerseits, die Alltagsmultiplikatoren in politischen Sachfragen andererseits, erst wenig durch die neuen Trends in der Arbeitswelt erfasst zu sein. Die Verwendung von Internet in politischen Kampagnen bleibt hier eindeutig zurück.“

Die Analysen von Longchamp und die Zahlen der WEMF machen deutlich, dass sich die elektronische politische Information vorläufig noch an ein Frühadopterpublikum richtet, welches über eine hohe Bildung und genügend Finanzen verfügt und mit grosser Wahrscheinlichkeit schon politisiert ist. Solange das Internet noch kein Massenmedium ist, wird somit *politische Information von "Eliten für Eliten" kommuniziert.*³⁶ Die Anzahl Nutzer von politischen Inhalten wird aber aufgrund der zunehmenden Verbreitung des Internets tendenziell eher ansteigen. Longchamp konstatiert bei den Schweizer-Internetnutzern ein noch unausgeschöpftes Potential:

"Das politische Potential unter den Internetnutzern wird mindestens auf ein Fünffaches der heutigen Nutzung geschätzt."³⁷

Im folgenden werde ich die technische Infrastruktur beleuchten, die den Parlamentariern zur Verfügung steht, um ihre politische Informationen elektronisch verbreiten zu können.

3.4 Internet im Bundeshaus – technische Infrastruktur

Der Parlamentsdienst ist zuständig für die Versorgung der Parlamentsmitglieder mit der erforderlichen Informatik-Infrastruktur. Den Parlamentariern werden Arbeitsstationen im Parlamentsgebäude sowie persönliche Geräte unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Der Parlamentsdienst bietet den Politikern einen persönlichen Computer (inklusive Drucker und Software) an. Ein Zugang zur nötigen Informatikinfrastruktur ist damit für alle gleichermassen gewährleistet. Von 246 Parlamentariern nahmen im Jahre 2000 gemäss Andreas Sidler, Leiter

³⁶ Marschall (1997, S. 316) befürchtet daher, dass das Internet bereits bestehende Gräben ("Digital Divide") ausweiten wird, zwischen ressourcenschwachen und -starken Haushalten, zwischen Hoch- und Niedriggebildeten, zwischen politisch Aktiven und Inaktiven.

³⁷ Vgl. Longchamp, *Internet als Medium der BürgerInnen-Kommunikation in Abstimmungskampagnen*. S. 2.

<<http://www.politrends.ch/abstimmungen/internetnutzung/internet.html>> (04.05.2001)

Informatik des Parlamentsdienstes, 220 diese Möglichkeit eines persönlichen Arbeitsgerätes in Anspruch. Den Parlamentariern beider Kammern steht zudem ein breites Ausbildungsprogramm zur Auswahl. Die Informatikkurse umfassen auch Schulungen in Bezug auf Internet und E-Mail. Der unentgeltliche Support durch den Parlamentsdienst ist umfassend. Ausser einer Standard-Webseite für die Politiker werden durch den Parlamentsdienst keine Webauftritte organisiert. Die Einrichtung einer individualisierten Webseite mit politischen Inhalten ist die Aufgabe der einzelnen Politiker.

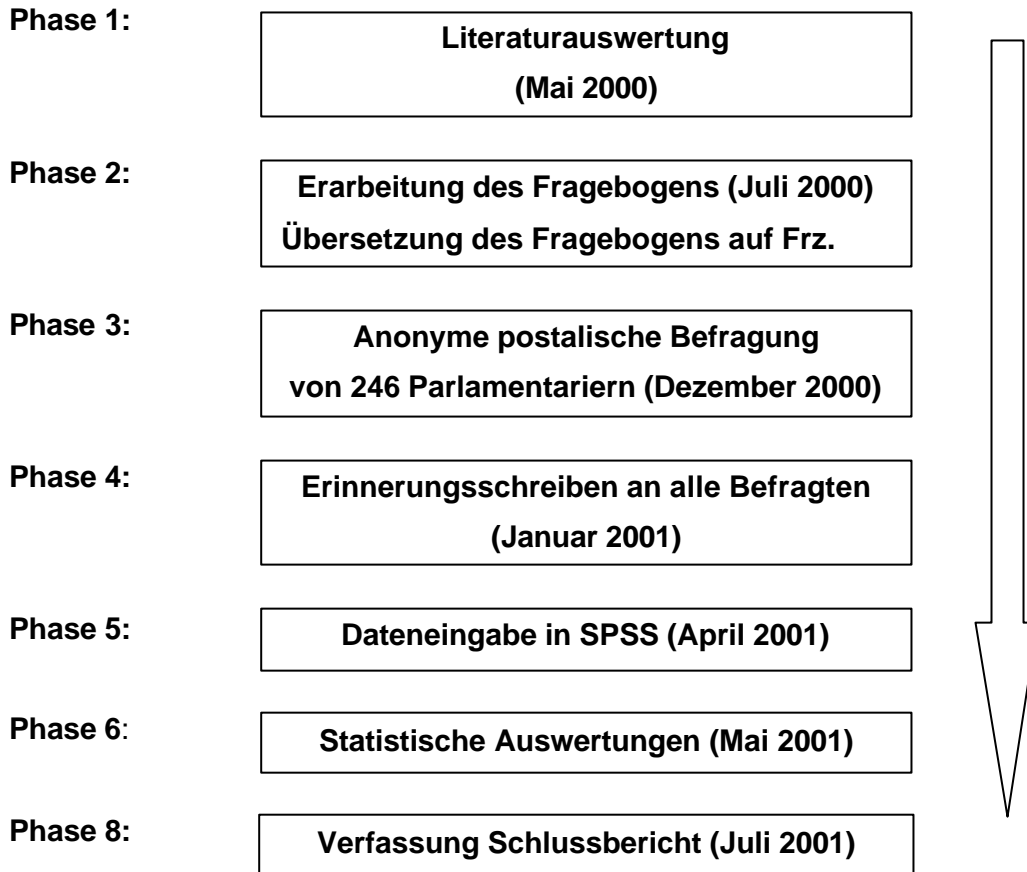
Wie aus Kapitel 3.3 hervorgeht, nutzen hauptsächlich Männer mit hoher Bildung und hohem Einkommen das Internet. *Die Mehrheit der Politiker in den zwei Parlamentskammern entsprechen diesem Idealtypus* (vgl. Kapitel 6.1). Eine Mehrheit in den zwei Parlamentskammern sind ältere Männer mit einem hohen Ausbildungsgrad und einem überdurchschnittlichen Einkommen. Aufgrund dieser soziodemographischen Eckdaten der Bundesparlamentarier kann man von einer intensiven Internet-Nutzung ausgehen.

4 Untersuchungsanlage

Die postalische Befragung wurde ohne Drittmittel und ohne Auftragsverhältnis alleine durch den Autor durchgeführt. Als Untersuchungseinheit wurden alle eidgenössischen Parlamentarier (Ständerat und Nationalrat) ausgewählt. Die Parlamentarier wurden mit einem hoch standardisierten und anonymisierten Fragebogen Mitte Dezember 2000 mit 21 Items befragt. Die Fragebogen wurden mit einem Begleitbrief des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg versandt (siehe Anhang 14.3). Der Fragebogen (siehe Anhang 14.2) wurde aufgrund seiner hohen Spezifität vor der Befragung keinem Pretest unterzogen. Der Fragebogen wurde jedoch von Prof. Louis Bosshart sowie einem Politologie-Assistenten von der Universität Zürich und einem Zürcher Soziologen auf Plausibilität und Verständlichkeit geprüft und anlässlich mehrerer Gespräche diskutiert. Persönlich angeschrieben wurden 246 National- und Ständeräte der aktuellen Legislaturperiode (Grundgesamtheit). Die Politiker erhielten je einen Instruktionsbrief, einen Fragebogen sowie ein vorfrankiertes Antwortcouvert. Alle Parlamentarier wurden Anfang Januar 2001 mit Hilfe einer schriftlichen Mahnung (siehe Kap. 14.6) nochmals aufgefordert, die Fragebogen bis Ende Februar auszufüllen und zurückzusenden. Mit diesem Vorgehen sollte die anfänglich eher tiefe Rücklaufquote von rund 40 Prozent noch erhöht werden. Die Mahnung mit dem angefügten Fragebogen musste zwangsläufig an alle Parlamentarier gesandt werden, da die Befragung anonym durchgeführt wurde. Ob es zu Verzerrungen aufgrund von Verweigerungen, zweifach beantworteten Fragebogen oder Beantwortung durch andere Personen als die angeschriebene Politiker gekommen ist, kann aufgrund des gewählten Forschungsdesigns nachträglich nicht eruiert werden. Aufgrund der kurzen Zeitspanne zwischen dem ersten Versand und dem Mahnungsversand dürfte es aber eine

kleine Zahl an "doppelten Fragebogen" gewesen sein. Im folgenden wird das Vorgehen im Überblick grafisch dargestellt.

4.1 Forschungsdesign im Überblick



5 Untersuchungsverlauf

Bis Ende Februar 2001 hatten von 246 angeschriebenen Politikern insgesamt 184 geantwortet. Dies entspricht einer **Rücklaufquote von 74.8 Prozent**. Von den 184 zurück erhaltenen Fragebogen gehörten 141 zur Nationalratskammer (70.5% Rücklauf) und 34 zur Ständeratskammer (74% Rücklauf). Diese hohe Rücklaufquote deckt sich annähernd mit den Resultaten einer postalischen Befragung von Saxer im Jahre 1992.³⁸ Auch in einer europaweiten Befragung durch IBM stachen die Schweizer Politiker durch eine hohe Antwortbereitschaft hervor.³⁹ Da bei postalischen Befragungen kein Zusammenhang zwischen Rücklaufquote und Repräsentativität besteht⁴⁰, wurde diese anhand der Verteilung wichtiger Merkmale wie Geschlecht und Fraktionszugehörigkeit in der Grundgesamtheit und der Stichprobe abgeschätzt.

³⁸ Vgl. Saxer, 1992.

³⁹ Vgl. Caldow, 1999, S. 8.

⁴⁰ Vgl. Eichner; Habermehl, 1982, S. 117 –126.

Rücklauf aufgeschlüsselt nach Kammerzugehörigkeit

(n=184)

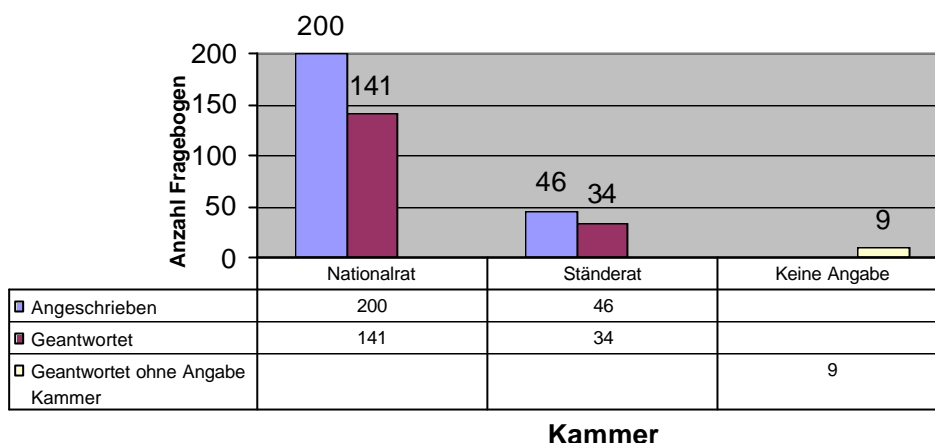


Abbildung 1: Rücklauf aufgeschlüsselt nach Kammerzugehörigkeit.

5.1 Repräsentativität der Parlamentarierstichprobe

Aufgrund der hohen Responsivität bei beinahe allen Fraktionen (Ausnahmen: Liberale Fraktion und Fraktionslose) kann man von einer hohen Repräsentativität der Stichprobe für die Grundgesamtheit ausgehen (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Rücklauf nach Fraktionen und Zugehörigkeit zu Kammer
(Vergleich Grundgesamtheit mit Stichprobe)

Fraktions-Zugehörigkeit	Sitzverteilung im Nationalrat (Grundgesamtheit)	Rücklauf Nationalrat (absolut)	Rücklaufquote	Sitzverteilung im Ständerat	Rücklauf Ständerat (absolut)	Rücklaufquote	Anz. Sitze beide Kammern
SP	53	38	72%	6	5	83%	59
FDP	43	32	74%	18	15	83%	61
CVP	35	18	51%	15	9	60%	50
SVP	44	33	75%	7	4	57%	51
Grüne	10	9	90%	0	0		10
Liberale Fraktion	6	2	33%	0	0		6
EVP + Unabhängige	5	6	120%**	0	0		5
Fraktionslose	4	2	50%	0	0		4
Total Parlamentarier	200	n=140*	Total NR 70.5 %	46	n=33*	Total SR 74%	246

*Missing Cases: 11 (n=184) **einige Personen haben allenfalls aus Gründen der Anonymität falsche Fraktionszugehörigkeiten angegeben

Die Auswertung nach Geschlecht ergab folgendes Resultat: 21.7 Prozent der ausgefüllten Fragebogen wurden von Frauen und 71.2 Prozent von Männern zurückgesandt.⁴¹ In der

⁴¹ Bei 7.1 Prozent der Fragebogen fehlte die Geschlechtsangabe (16 "Missing Cases")

Stichprobe Nationalrat befanden sich 25.9 Prozent Frauen, in der Stichprobe Ständerat 15.2 Prozent. Gemäss Parlamentsdienst waren nach den eidgenössischen Wahlen vom 24. Oktober 1999 23 Prozent Frauen im Nationalrat und 19.5 Prozent Frauen im Ständerat vertreten.⁴² *Der Prozentanteil der antwortenden Frauen in der Stichprobe deckt sich somit weitgehend mit der realen prozentualen Vertretung der Frauen im Parlament.* Die Stichprobe widerspiegelt somit mit hoher Wahrscheinlichkeit die Geschlechterverhältnisse im Parlament – ausgenommen sind denkbare Einzelfälle, in denen absichtlich ein falsches Geschlecht deklariert wurde, um eine zusätzliche Anonymisierung zu erreichen.

Tabelle 4: Kammerzugehörigkeit nach Geschlecht (Vergleich von Grundgesamtheit mit Stichprobe)

Kammer-zugehörigkeit	Frauenanteil in Grundgesamtheit	Frauenanteil in Stichprobe
Ständerat	19.5 %	15.2 %
Nationalrat	23 %	25.9 %

6 Untersuchungsergebnisse

6.1 Soziodemographische Beschreibung der Stichprobe

6.1.1 Altersstruktur

Bekanntermassen⁴³ zeichnen sich die Volks- und Ständevertreter durch ein relativ *hohes Durchschnittsalter* aus. Junge Politiker sind im Parlament stark untervertreten. In der Stichprobe finden sich denn auch 45.7 Prozent (84 Fälle) in der Alterskategorie 51 bis 60 Jahre. Die zweitgrösste Altersgruppe sind die 41-50-jährigen Parlamentarier (vgl. Abbildung 2).

⁴² Vgl. <<http://www.parlament.ch>> (2.5.2001)

⁴³ Vgl. <www.parlament.ch> (14.6.2001)

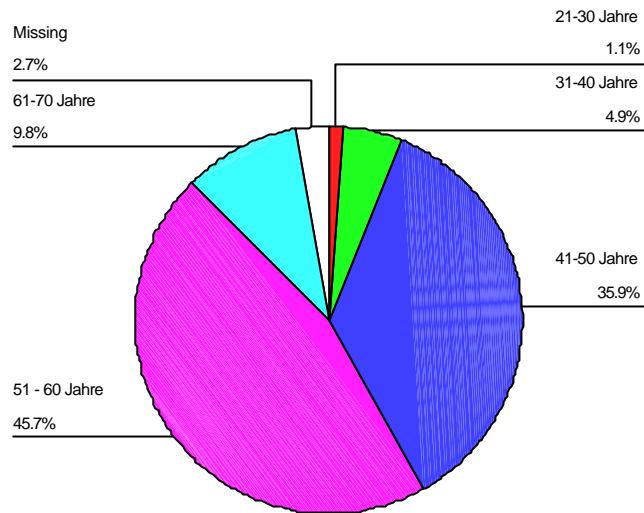


Abbildung 2: Verteilung der Alterskategorien (Stichprobe, n=179)

6.1.2 Bildung

Die Auswertung der Stichprobe hinsichtlich der am letzten abgeschlossenen Schulstufe macht klar, dass in den beiden Parlamentskammern die *Akademiker* insgesamt am stärksten vertreten sind. Rund 60 Prozent verfügt über eine universitäre Ausbildung.

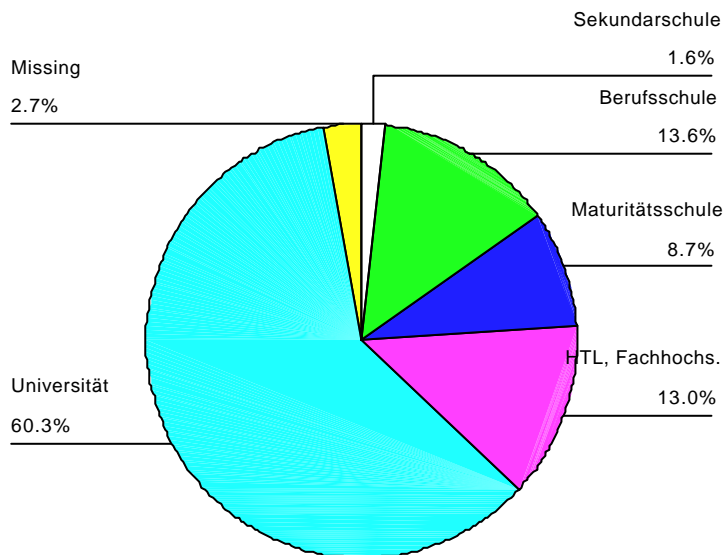


Abbildung 3: Letzte besuchte Schulstufe (Stichprobe, n=179)

6.1.3 Einkommen

Auch wenn beim Item Einkommen mit hohen Verzerrungen durch absichtliche Falschangaben zu rechnen ist, bestätigt das Resultat die bekannte Tatsache, dass Parlamentarier überdurchschnittliche Verdiener sind. Rund ein Drittel der antwortenden Parlamentarier verdient monatlich zwischen 5'000 und 10'000 Franken. Die Variable Einkommen lässt somit ebenfalls auf eine hohe Affinität zum Internet schliessen.⁴⁴

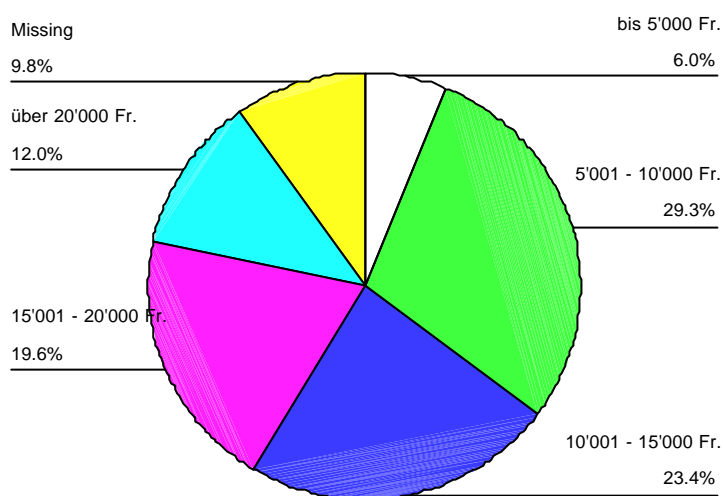


Abbildung 4: Durchschnittliches mtl. Bruttoeinkommen (Stichprobe, n=166)

6.2 Zusammenfassung der soziodemographischen Analyse

Die Stichprobe von 184 Antwortenden ist grösstenteils *männlich* und *über 50 Jahre alt*, verfügt mehrheitlich über einen *universitären Bildungsabschluss* und weist ausserdem ein *überdurchschnittlich hohes monatliches Bruttoeinkommen* aus. Die Analyse der soziodemographischen Variablen macht deutlich, dass Parlamentarier zur Bevölkerungsschicht mit einer hohen Internetnutzung gehören sollten (vgl. Kap. 3.3).

6.3 Auswertung der Fragebogen

Bei der Auswertung der einzelnen Items wurde darauf geachtet, die deskriptiven Analysen möglichst kurz und prägnant zu halten. **Die Bundesratsparteien wurden bei der Auswertung in den Vordergrund gerückt.** Den Fraktionslosen, Liberalen und EVP-Mitgliedern wurde wenig Platz eingeräumt. Dies hat alleine mit deren zahlenmässig

⁴⁴ Gemäss WEMF (2001) nutzen Männer mit hohem Einkommen und hoher Bildung das Internet am häufigsten.

schwachen Vertretung in der Stichprobe zu tun. *Mit diesem Vorgehen soll die Bedeutung dieser Fraktionen in keiner Art und Weise gemindert werden.* Eine ausführliche Analyse aller Fraktionen würde aber bei weitem den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Alle detaillierten statistischen Auswertungen mit Tabellen finden sich im Anhang (Kap. 14.7). Im weiteren folgt nun die Analyse der 21 Items des Fragebogens.

6.3.1 Computernutzung (Frage 1)

In der ersten Frage wurde sehr allgemein nach der Häufigkeit der privaten und beruflichen Computernutzung gefragt. Insgesamt betrachtet sind die antwortenden Parlamentarier regelmässige oder sehr häufige PC-Nutzer. 51.6 Prozent der Antwortenden gibt an, den Computer "sehr häufig" für berufliche und private Tätigkeiten einzusetzen. 40.8 Prozent gibt an, den Computer "regelmässig" einzusetzen. Nur eine verschwindend kleine Minderheit setzt Computer "selten" oder "nie" ein (vgl. Abbildung 5).

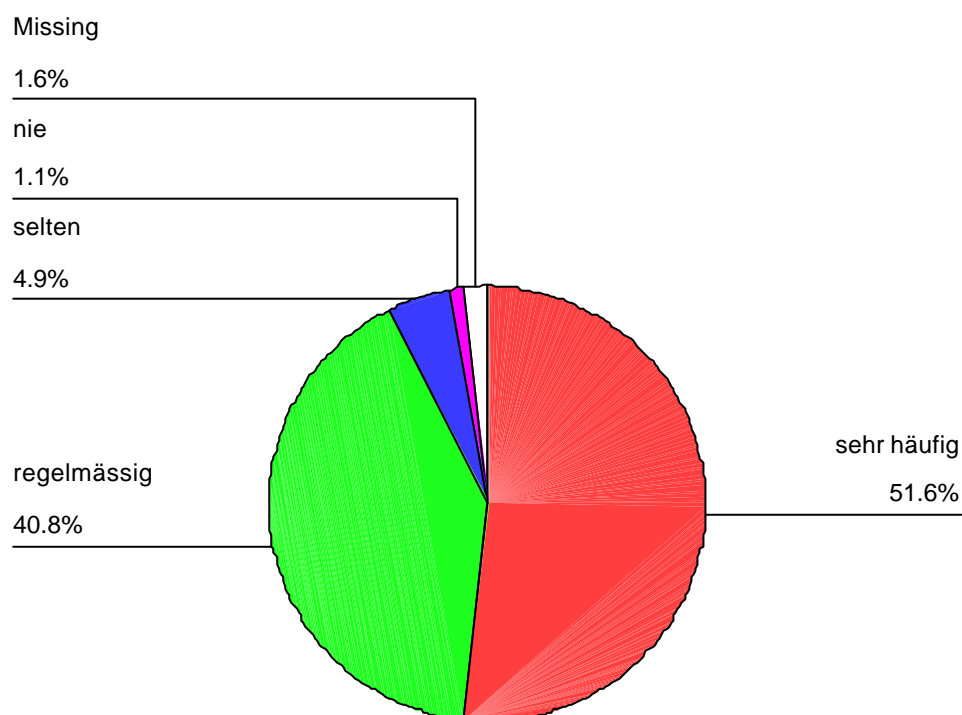


Abbildung 5: Häufigkeit des Computereinsatzes (Stichprobe, n=181)

Die Tabelle 5 zeigt das Nutzungsverhalten nach Fraktionszugehörigkeit auf. Die Computernutzung bei den *Grünen* erscheint *sehr hoch*. Bei der Grünen Fraktion nutzen 77.8 Prozent einen PC "sehr häufig". Auch eine Mehrheit der SP-Fraktionsangehörigen weisen eine relativ hohe Computernutzung auf (70.7% "sehr häufig"). Insgesamt kann festgestellt werden, dass sich die Fraktionen bzgl. Computernutzung kaum unterscheiden. Lediglich die SVP-Fraktion weist vergleichsweise wenige Politiker mit einer sehr häufigen Computernutzung auf. Auf eine

Auswertung nach der Kategorie Alter wird verzichtet, da sich die Stichprobe bzgl. Alter kaum unterscheidet.

Tabelle 5: Häufigkeit des Computereinsatzes nach Fraktionen aufgeschlüsselt (Stichprobe, n=181)

			Computereinsatz * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation								
			Fraktionszugehörigkeit								
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP	Fraktionslos	Total
Computereinsatz	sehr häufig	Count	22	29	17	16	7		2	2	95
		% within Fraktionszugehörigkeit	46.8%	70.7%	44.7%	57.1%	77.8%		33.3%	100.0%	54.9%
	regelmässig	Count	22	10	18	10	2	1	4		67
		% within Fraktionszugehörigkeit	46.8%	24.4%	47.4%	35.7%	22.2%	50.0%	66.7%		38.7%
	selten	Count	2	2	2	2		1			9
		% within Fraktionszugehörigkeit	4.3%	4.9%	5.3%	7.1%		50.0%			5.2%
	nie	Count	1		1						2
		% within Fraktionszugehörigkeit	2.1%		2.6%						1.2%
Total		Count	47	41	38	28	9	2	6	2	173
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bei der Aufschlüsselung nach Geschlecht wird klar, dass Frauen den Computer häufiger einsetzen als die antwortenden Männer. 72.5 Prozent der Frauen gaben an, den Computer "sehr häufig" einzusetzen. Bei den Männern waren es lediglich 48.1 Prozent (vgl. Anhang Kap. 14.7.9).

6.3.2 Zweck der Computernutzung (Frage 2)

In der zweiten Frage mit mehreren vorgegebenen Antwortmöglichkeiten ging es darum herauszufinden, für welche Zwecke die allenfalls vorhandene Informatikausrüstung eingesetzt wird. Eine *überragende Mehrheit der Antwortenden verfügt demnach über eine Informatikausrüstung* (98.4 Prozent). Lediglich zwei Personen (1.1 Prozent) gaben an, keine Informatikausrüstung zu nutzen. Eine grosse Mehrheit der Antwortenden nutzt die Informatikausrüstung im Rahmen der Parlamentsarbeit als auch beruflich und privat ausserhalb des Rates. Die Frage zwei kann somit als Kontrollfrage zur ersten Frage gesehen werden. Die Frage zwei stützt die Erkenntnis aus der Frage eins, dass Parlamentarier *aktive Computernutzer* sind (vgl. Anhang Kap. 14.7.10).

6.3.3 Computerkenntnisse (Frage 3)

Eine Mehrzahl der Parlamentarier scheint über gute PC-Kenntnisse zu verfügen (60.6%). Aussagekräftig erscheint allenfalls noch der Punkt, dass es praktisch keine Parlamentsmitglieder ohne Computerkenntnisse gibt. Im Bewusstsein darüber, dass solche "prestigeträchtigen" Selbsteinstufungsfragen oft sehr subjektiv beantwortet werden, wird auf eine weitergehende Analyse der Ergebnisse verzichtet.

Tabelle 6: Computerkenntnisse nach Fraktionszugehörigkeit (Stichprobe, n=175)

			Fraktionszugehörigkeit							Total	
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP		Fraktionslos
Computerkenntnisse?	sehr gute Kenntnisse	Count	3	4	4	2				13	
		% within Fraktionszugehörigkeit	6.3%	9.3%	10.5%	7.4%				7.4%	
	gute Kenntnisse	Count	27	27	21	18	6		5	106	
		% within Fraktionszugehörigkeit	56.3%	62.8%	55.3%	66.7%	66.7%		83.3%	100.0%	60.6%
	wenige Kenntnisse	Count	17	12	12	7	3	2	1	54	
		% within Fraktionszugehörigkeit	35.4%	27.9%	31.6%	25.9%	33.3%	100.0%	16.7%		30.9%
	keine Kenntnisse	Count	1		1					2	
		% within Fraktionszugehörigkeit	2.1%		2.6%						1.1%
Total		Count	48	43	38	27	9	2	6	175	
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

6.3.4 Internetanschluss ausserhalb des Parlamentes (Frage 4)

Rund vier Fünftel der Antwortenden verfügt über einen Internetanschluss ausserhalb des Parlamentes. Rund *zwei Drittel der Antwortenden verfügt ausserdem über einen beruflichen Internetanschluss*. Über keinen Internetanschluss ausserhalb des Parlaments verfügen lediglich 8 von 184 Antwortenden (4.3%). *Die Parlamentarier haben somit auch ausserhalb des Parlamentes Zugang zum Internet* (vgl. Anhang 14.7.12).

6.3.5 Internetnutzung pro Woche (Frage 5)

Im Durchschnitt surfen die Parlamentarier *4 Stunden pro Woche im Netz* (vgl. Anhang 14.7.13). Falls man unter Internetnutzung auch das Abrufen und Versenden von E-Mail Nachrichten versteht, würde sich dieser Durchschnittswert mit Sicherheit noch erhöhen. Die Frage war diesbezüglich zu wenig trennscharf und erlaubt daher nur vage Aussagen. Aus der Abbildung 6 geht hervor, dass die Parlamentarier zu den eigentlichen "*Vielsurfern*" gehören. *Rund 80 Prozent der Antwortenden surft zwar weniger als 5 Stunden pro Woche im Netz*. Vergleicht man das Resultat aber mit der Internetnutzungsstudie der Firma AC Nielsen⁴⁵, wonach *Schweizer Männer pro Woche* das Internet durchschnittlich rund *2 Stunden* nutzen,

⁴⁵ Die Angaben von AC Nielsen basieren auf Daten von 3333 Internetnutzern, bei denen eine Software die exakte Verweildauer im Internet misst. Die Erhebung fand im April 2001 statt, www.nielsennetratings.com (16.6.2001).

erscheint die *Nutzungsdauer* der grösstenteils männlichen Parlamentarier doch vergleichsweise *hoch*.

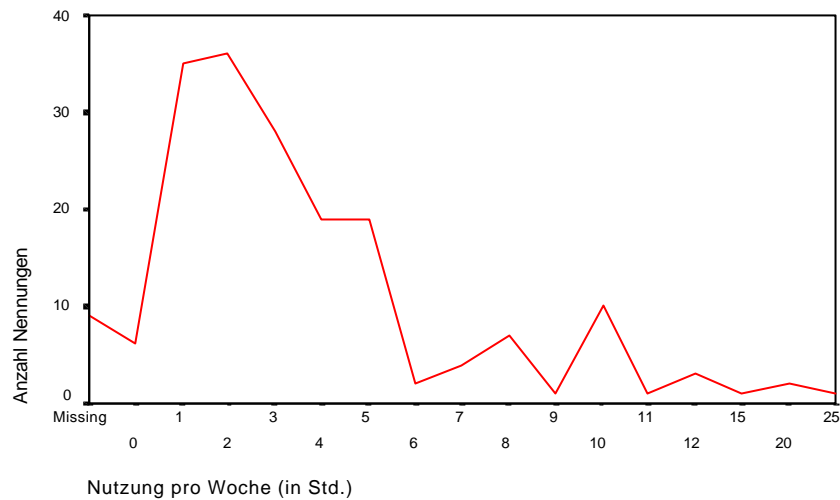


Abbildung 6: Internetnutzung der Parlamentarier pro Woche (Stichprobe, n=175)

6.3.6 Häufigkeit der persönlichen Nutzung von Internet-Diensten (Frage 6)

Bei der Frage sechs ging es darum, die persönliche Nutzung im Rahmen der politischen Tätigkeit abzufragen. Es wurde gefragt, wie oft die Parlamentarier E-Mail, Chat-Foren und Newsgroups nutzen.

6.3.7 E-Mail-Nutzung (Frage 6a)

Betrachtet man die E-Mail-Nutzung im Rahmen der politischen Tätigkeit insgesamt, so wird klar, dass sich die elektronische politische Kommunikation per E-Mail eine Mehrheit der Parlamentarier zu nutze macht ("sehr häufig" - 40.2%). Lediglich 14.1 Prozent der Stichprobe geben an, E-Mail-Dienste selten zu nutzen. Nur zwei Personen gaben an, E-Mail überhaupt nicht einzusetzen. Dieser Befund erstaunt kaum, ist doch die E-Mail-Kommunikation gemäss der Baromedia-Erhebung von Ringier Romandie⁴⁶ (2001) auch in der Schweizer Bevölkerung der meistbenutzte Internet-Dienst.

⁴⁶ Vgl. <<http://www.webdo.ch/baromedia2001>> (16.6.2001)

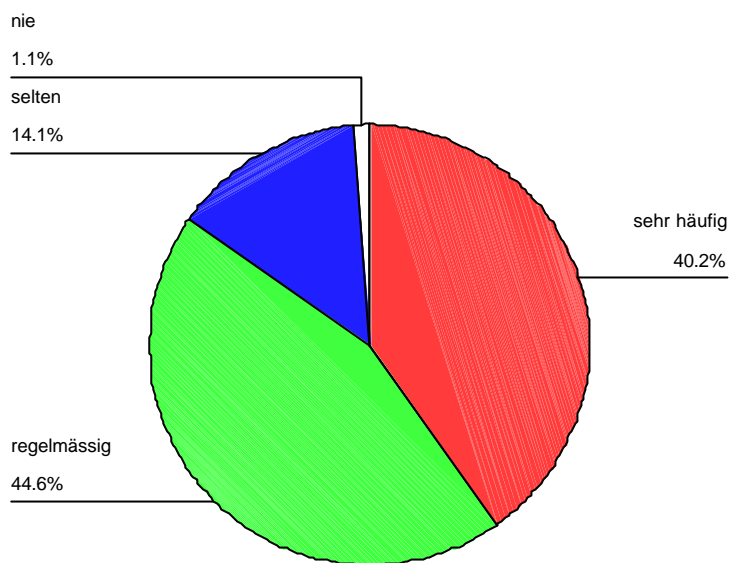


Abbildung 7: Persönliche Nutzung von E-Mail im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=184)

Wenn man sich die Auswertung aufgeschlüsselt nach Fraktionen anschaut, stellt man fest, dass die *Grüne Partei E-Mail-Dienste am intensivsten nutzt* ("sehr häufig"). An zweiter Stelle folgt die SP und an dritter Stelle die CVP noch vor der FDP. Die SVP folgt auf Platz fünf.

Tabelle 7: Nutzung von E-Mail Diensten nach Fraktionen (Stichprobe, n=176)

			Fraktionszugehörigkeit							Total	
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP		Fraktionslos
Pers. Nutzung von E-mail	sehr häufig	Count	16	28	10	10	7		1	2	74
		% within Fraktionszugehörigkeit	33.3%	65.1%	26.3%	35.7%	77.8%		16.7%	100.0%	42.0%
	regelmässig	Count	23	11	21	13	1	1	4		74
		% within Fraktionszugehörigkeit	47.9%	25.6%	55.3%	46.4%	11.1%	50.0%	66.7%		42.0%
	selten	Count	9	4	6	5	1	1			26
		% within Fraktionszugehörigkeit	18.8%	9.3%	15.8%	17.9%	11.1%	50.0%			14.8%
	nie	Count			1				1		2
		% within Fraktionszugehörigkeit			2.6%				16.7%		1.1%
Total	Count		48	43	38	28	9	2	6	2	176
	% within Fraktionszugehörigkeit		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

6.3.8 Nutzung von Chat-Foren (Frage 6b)

Bei der persönlichen Nutzung von Chat-Foren für die politische Tätigkeit zeigt sich hingegen ein ganz anderes Bild als bei der E-Mail-Nutzung: Lediglich zwei der insgesamt 183 Antwortenden nutzen Chat-Foren regelmässig (1.1 Prozent). *Beinahe 80 Prozent der Antwortenden nutzen Chat-Foren nie.* Die Kategorie "sehr häufige" Nutzung wurde von niemandem angekreuzt. Die Kategorie "Chat-Foren sind mir unbekannt" musste bei der Auswertung weggelassen werden, da die Antwortkategorien zuwenig trennscharf waren (Personen die bei der Frage nach der Nutzungshäufigkeit "nie" ankreuzten, kennen Chat-Foren allenfalls auch nicht).

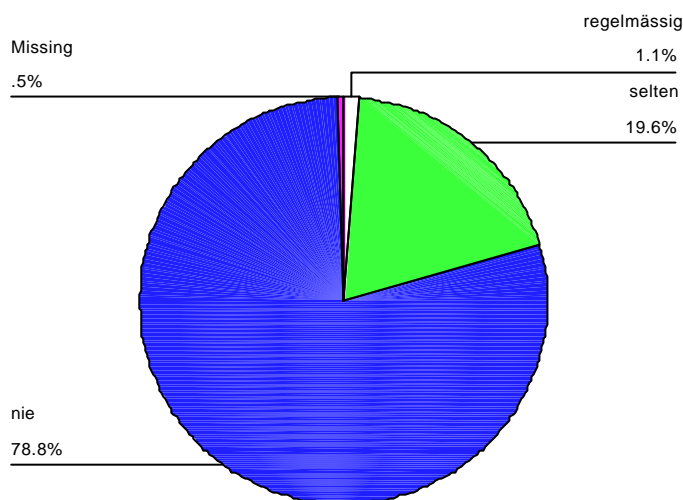


Abbildung 8: Pers. Nutzung von Chat-Foren im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=183)

6.3.9 Nutzung von Newsgroups (Frage 6c)

Die Analyse der Frage macht klar, dass Newsgroups⁴⁷ bei National- und Ständeräten eher unpopuläre elektronische Kommunikationsmittel sind. Von 183 Antwortenden benutzen deren 144 (78.3 Prozent) Newsgroups "nie". 16.3 Prozent nutzen den Dienst "selten" (detaillierte statistische Auswertungen der Frage 6 finden sich im Anhang unter Kapitel 14.7.14; 14.7.15; 14.7.16)

⁴⁷ Der Begriff "Newsgroup" steht für zeitverzögerte Diskussionsforen. Bei Google (<http://www.google.com>) findet man ein Verzeichnis von Tausenden an Diskussionsforen im so genannten "Usenet".

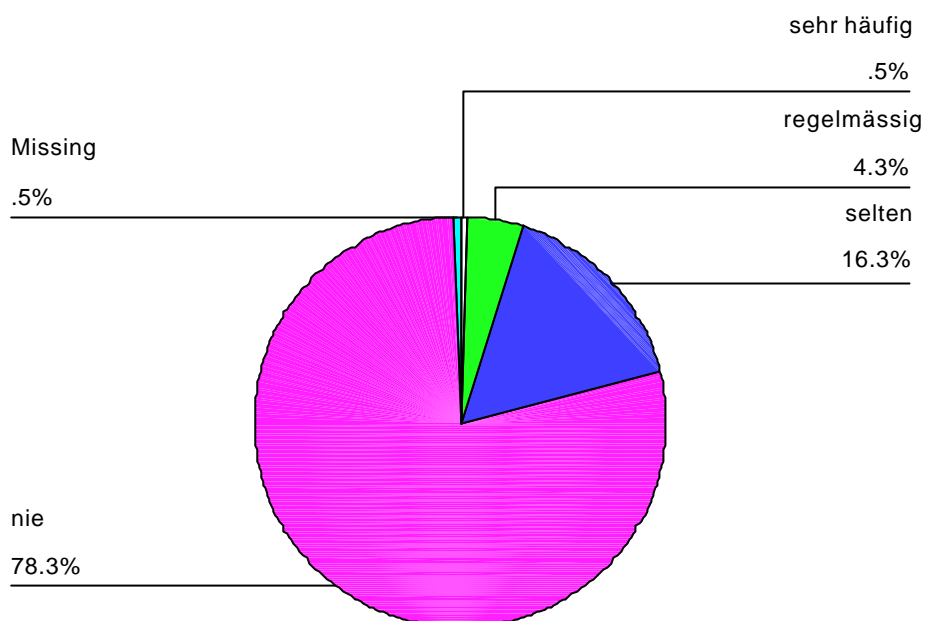


Abbildung 9: Pers. Nutzung von Newsgroups im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=183)

In der Baromedia-Stichprobe⁴⁸ nutzen immerhin 14 % aller befragten Internetnutzer Diskussionsforen regelmässig. In der Nutzungsrangfolge befinden sich Diskussionsforen aber auf dem drittletzten Platz, d.h. dass "durchschnittliche" Internetnutzer Diskussionsforen ebenfalls kaum nutzen – Bundesparlamentarier unterscheiden sich somit diesbezüglich nur geringfügig von anderen Internetnutzern.

6.4 Zusammenfassung der Analyse der Internetnutzung (Frage 1 bis 6)

Insgesamt kann man die Parlamentarier als *starke PC-Nutzer* einstufen. Computerabstinente finden sich in den beiden Kammern nahezu keine. Die *Grüne Fraktion* sticht vor allem mit einer *starken E-Mail- und Computernutzung* hervor. Die antwortenden Parlamentarier verfügen auch ausserhalb des Parlaments über eine *gute Informatikausstattung*: *Einen privaten und einen beruflichen Internetanschluss gehört bei einer Grosszahl der Befragten zur Standardausrüstung*. Die Voraussetzungen für eine aktive elektronische politische Kommunikation wären somit vorhanden. Die Parlamentarier weisen *im Vergleich mit Schweizer Männern eine überdurchschnittlich hohe Internetnutzung* auf. *E-Mail* ist für die Parlamentarier *der am häufigsten beanspruchte Internetdienst*. Interaktive Echtzeit-Dienste wie Chat-Foren, in denen ein direkter Kontakt mit Bürgern und Bürgerinnen in Echtzeit stattfinden könnte, nutzen Parlamen-

⁴⁸ Vgl. <<http://www.webdo.ch/baromedia2001>> (16.6.2001)

tariern *hingegen selten*. *Diskussionsforen* werden von den Antwortenden fast *überhaupt nicht eingesetzt*. Die Vernachlässigung von interaktiven Diskussionsforen und Chat-Foren der Parlamentarier deckt sich aber weitgehend mit den Nutzungspräferenzen von durchschnittlichen Schweizer Internetnutzern – diese nutzen solche Internet-Dienste ebenfalls eher selten.

6.5 Internetauftritt der Parlamentarier (Frage 7 bis 10)

6.5.1 Nutzungszweck (Frage 7)

Nur rund sieben Prozent der Antwortenden gaben an, das Internet in der parlamentarischen Tätigkeit *nicht* einzusetzen (vgl. Anhang Kap. 14.7.17). *Eine überwältigende Mehrheit benutzt somit das Internet für die parlamentarische Tätigkeit*. Die Antwortenden, die das Internet in ihrer Tätigkeit als Parlamentarier nutzen, setzen es in erster Linie für die *Informationssuche* ein (vgl. Tabelle 8). Dieser Befund deckt sich weitgehend mit den Ergebnissen der Baromedia Studie (2001), wonach Schweizer Internetnutzer hauptsächlich das Internet für E-Mail und Infosuche nutzen. Die Ergebnisse machen klar, dass sich Parlamentarier bzgl. Internet-Nutzungszweck kaum von Schweizer Internetnutzern unterscheiden.

Die elektronische Kommunikation mit Stimmbürgern und Interessengruppen folgt nach der Informationssuche an zweiter Stelle. Erstaunlich ist allenfalls der Umstand, dass das Internet kaum für Wahlkampagnen und Abstimmungskampagnen eingesetzt wird. Die Betonung scheint auf der *Selbstdarstellung der Politiker* im Netz zu liegen (Veröffentlichung von Leistungsausweisen, Biographien, Postulaten, Motionen).

Tabelle 8: Rangliste Nutzungszweck (Stichprobe)

	Anzahl Nennungen in Stichprobe	Prozent der Stichprobe	Stichprobe
1. Informationssuche	142	77.2%	n=181
2. Elektronische Kommunikation mit Stimmbürgern, Interessengruppen, etc. (E-Mail)	99	53.8%	n=182
3. Veröffentlichung der eigenen Biographie	71	38.6%	n=182
4. Veröffentlichung von Postulaten und Motionen	70	38.0%	n=182
5. Veröffentlichung von Abstimmungsinformationen	61	33.2%	n=182
6. Veröffentlichung des pers. Leistungsausweises	54	29.3%	n=182
7. Veröffentlichung von meinen Reden und Vorträgen	53	28.8%	n=182
8. Veröffentlichung des pers. Wahlprogramms	39	21.2%	n=182
9. Veröffentlichung von Veranstaltungshinweisen	35	19.0%	n=182
10. Nutzung für elektronische Abstimmungskampagnen	32	17.4%	n=182
11. Nutzung für elektronische Wahlkampagnen	31	16.8%	n=182
12. Veröffentlichung des Parteiprogramms	22	12.0%	n=182
13. Vertrieb von politischem Werbematerial, Infobroschüren	21	11.4%	n=182

	Anzahl Nennungen in Stichprobe	Prozent der Stichprobe	Stichprobe
14. Nutzung für elektronische Umfragen	19	10.3%	n=182

6.5.2 Persönliche Internetseite (Frage 8)

Die Frage 8 ("Haben Sie eine persönliche Internetseite") haben alle 184 Personen beantwortet. Rund die Hälfte aller Antwortenden verfügt über eine persönliche Internetseite (vgl. Abbildung 10). Aufgeschlüsselt nach Fraktionszugehörigkeit ergibt sich folgendes Bild (vgl. Tabelle 9): Bei der CVP verfügen über die Hälfte der Antwortenden über eine persönliche Internetseite (57.1%). An zweiter Stelle folgt mit 55.8 Prozent die SP. An dritter Stelle folgt die SVP (52.6%) und an vierter Stelle kommt die FDP (41.7%). Bei den Grünen hat sich die Präsentation mit Hilfe einer persönlichen Internetseite noch nicht durchgesetzt. Lediglich rund ein Fünftel der Antwortenden verfügt über eine persönliche Internetseite.

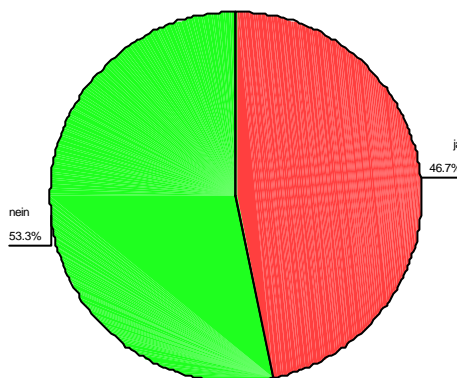


Abbildung 10: Haben Sie eine persönliche Internetseite? (Stichprobe, n=184)

Tabelle 9: Persönliche Internetseite nach Fraktionszugehörigkeit (Stichprobe, n=184)

		Fraktionszugehörigkeit								Total
		FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberales	EVP	Fraktionslos	
Haben Sie eine pers. Internetseite?	ja	Count 20	Count 24	Count 20	Count 16	Count 2	Count 2	Count 1	Count 1	Count 84
		% within Fraktionszugehörigkeit 41.7%	% within Fraktionszugehörigkeit 55.8%	% within Fraktionszugehörigkeit 52.6%	% within Fraktionszugehörigkeit 57.1%	% within Fraktionszugehörigkeit 22.2%	% within Fraktionszugehörigkeit 100.0%	% within Fraktionszugehörigkeit 16.7%	% within Fraktionszugehörigkeit 50.0%	% within Fraktionszugehörigkeit 47.7%
	nein	Count 28	Count 19	Count 18	Count 12	Count 7	Count 2	Count 5	Count 1	Count 92
		% within Fraktionszugehörigkeit 58.3%	% within Fraktionszugehörigkeit 44.2%	% within Fraktionszugehörigkeit 47.4%	% within Fraktionszugehörigkeit 42.9%	% within Fraktionszugehörigkeit 77.8%	% within Fraktionszugehörigkeit 100.0%	% within Fraktionszugehörigkeit 83.3%	% within Fraktionszugehörigkeit 50.0%	% within Fraktionszugehörigkeit 52.3%
Total	Count	48	43	38	28	9	2	6	2	176
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

6.5.3 Unterhalt der Internetseite (Frage 9)

Rund ein Fünftel der Antwortenden unterhält die eigene Internetseite persönlich (vgl. Kap. 14.7.19). Ein weiteres Fünftel lässt ihre Internetseite durch Verwandte aktualisieren. Rund 15% der Antwortenden lässt die Partei die Seite unterhalten. Lediglich 16% der Antwortenden lassen ihre Internetseite durch ein PR-Büro unterhalten. Die Rubrik "Andere" wurde hingegen am häufigsten angekreuzt (28.7%). Es ist denkbar, dass die vorgegebenen Antwortkategorien nicht den

üblichen Praktiken entsprachen. Erstaunlich ist immerhin der Befund, dass relativ wenige Parlamentarier ihre Seite von PR-Büros unterhalten lässt. *Professionelle PR-Arbeit im Internet scheint somit noch kaum verbreitet zu sein.*

6.5.4 Investitionen in den Internetauftritt (Frage 10)

Bei den Investitionen in den eigenen Internetauftritt sind die Parlamentarier eher zurückhaltend. *Rund zwei Drittel aller Antwortenden investieren überhaupt nichts in ihren Internetauftritt* (vgl. Abbildung 11). Ein Fünftel gibt bis 2'000 Franken pro Jahr für einen Internetauftritt aus. Die Frage 11 erklärt diesen doch erstaunlichen Befund allenfalls. Anlässlich der Frage 11 wurde nämlich erfragt, welches Kommunikationsmedium aus der Sicht der Parlamentarier am besten geeignet ist, um politische Inhalte an Stimmbürger zu vermitteln. Das Ergebnis ist für das Medium Internet vernichtend. Das Internet wurde kein einziges Mal als das am besten geeignete Medium eingestuft. Das Fernsehen und die Zeitungen schnitten hingegen am besten ab.

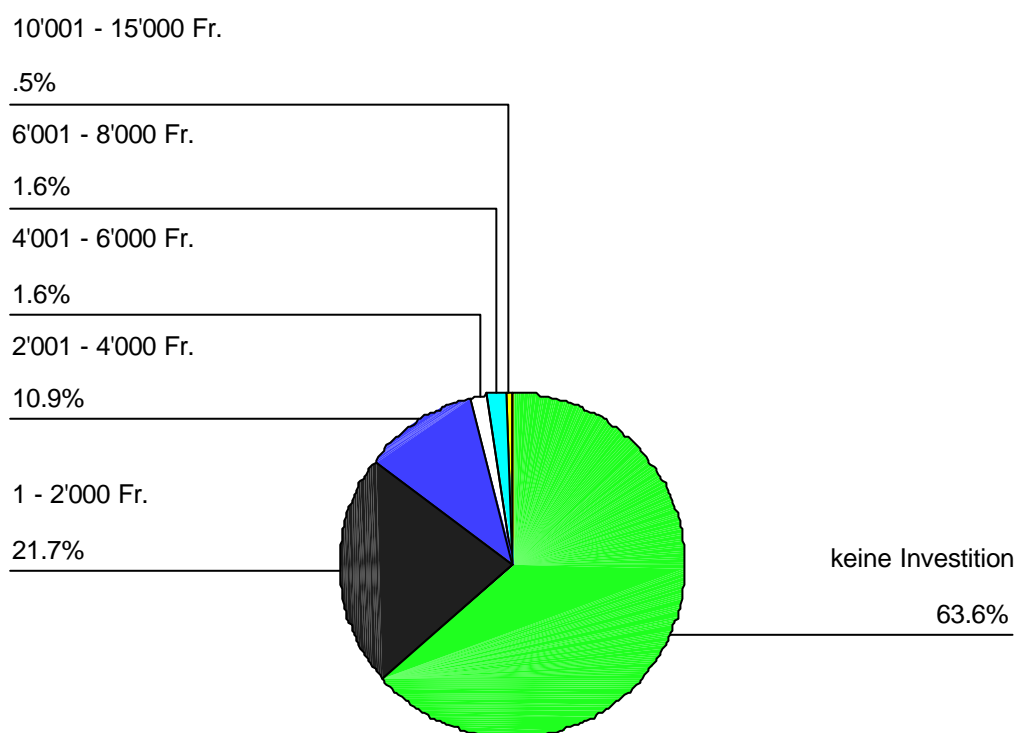


Abbildung 11: Investitionen in Internetauftritt pro Jahr (Stichprobe, n=184)

Vergleicht man die Investitionen der einzelnen Fraktionen (vgl. Anhang Kap. 14.7.20), so wird klar, dass die Parlamentarier der Nicht-Bundesratsparteien EVP, Liberale, Grüne und Fraktionslose am wenigsten in einen Internetauftritt investieren. Bei den Bundesratsparteien scheinen alle Fraktionen etwa gleich *"wenig"* in den Internetauftritt zu investieren.

6.6 Zusammenfassung Internetauftritt der Parlamentarier (Frage 7 bis 10)

Beinahe alle Antwortenden nutzen das Internet für ihre parlamentarische Tätigkeit. Das Internet wird in erster Linie für die Informationssuche eingesetzt. Die elektronische Kommunikation mit Stimmbürgern und Interessengruppen folgt an zweiter Stelle. Für Wahlkampagnen und Abstimmungskampagnen wird das Internet aber noch kaum genutzt. Die Internetauftritte dienen in der Regel der Selbstdarstellung der Politiker. Rund die Hälfte der Antwortenden verfügt über eine Internetseite. Die Internetseiten werden kaum von professionellen PR-Büros betreut. Rund ein Fünftel der Internetseiten werden von den Parlamentariern persönlich unterhalten. Rund zwei Drittel aller antwortenden Politiker investieren kein Geld in ihren Internetauftritt. *Es ist offensichtlich, dass die Politiker dem Internetauftritt noch wenig Beachtung schenken. Die Parlamentarier setzen mehrheitlich auf traditionelle Massenmedien wie Fernsehen und Zeitung.*

6.7 Medienpräferenzen der Parlamentarier (Frage 11 bis 15)

6.7.1 Bestes Medium für die politische Kommunikation (Frage 11)

Wie schon vorgängig erwähnt, schnitten das Fernsehen und die Zeitungen in etwa gleich gut ab. Das Medium Internet wurde von niemandem als bestes Medium auserkoren. Die Parlamentarier scheinen eine Präferenz für traditionelle Massenmedien ohne direkten Feedbackkanal zu haben (vgl. Abbildung 12). Die Studie Baromedia 2001 zeigt aber auf, dass die Schweizer Bevölkerung am häufigsten das Medium Radio konsumiert. In der Gunst der Parlamentarier schneidet das Radio aber mit 1.6 % aller Antworten miserabel ab. *Man kann davon ausgehen, dass das Potential des Mediums Radio von den Parlamentariern zuwenig ausgeschöpft wird. Das Radio würde sich alleine aufgrund der hohen Nutzungsintensität der Schweizer Bevölkerung für die politische Kommunikation anbieten.*

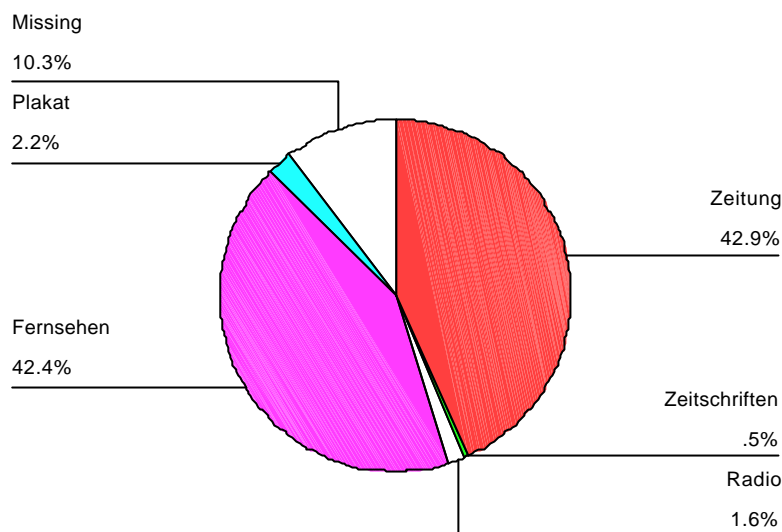


Abbildung 12: Bestes Kommunikationsmedium für die pol. Kommunikation (Stichprobe, n=165)

Auffallend bei der Auswertung nach Fraktionen ist, dass die SVP eine gewisse Präferenz für Plakate zu haben scheint. Ansonsten sind die Medienpräferenzen bei den Parteien ähnlich.

Tabelle 10: Bestes Kommunikationsmedium nach Fraktionen (Stichprobe, n=176)

			Bestes Kommunikationsmedium? * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation							Total		
			Fraktionszugehörigkeit									
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberales	EVP	Fraktionslos		
Bestes Kommunikationsmedium?	Zeitung	Count	20	19	18	11	4		4		76	
		% within Fraktionszugehörigkeit	50.0%	47.5%	50.0%	44.0%	50.0%		66.7%		47.8%	
		% of Total	12.6%	11.9%	11.3%	6.9%	2.5%		2.5%		47.8%	
	Zeitschriften	Count			1							1
		% within Fraktionszugehörigkeit			2.8%							.6%
		% of Total			.6%							.6%
	Radio	Count		1		1						2
		% within Fraktionszugehörigkeit		2.5%		4.0%						1.3%
		% of Total		.6%		.6%						1.3%
	Fernsehen	Count	20	20	13	13	4	2	2	2	2	76
		% within Fraktionszugehörigkeit	50.0%	50.0%	36.1%	52.0%	50.0%	100.0%	33.3%	100.0%	100.0%	47.8%
		% of Total	12.6%	12.6%	8.2%	8.2%	2.5%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%	47.8%
Plakat	Count			4							4	
	% within Fraktionszugehörigkeit			11.1%							2.5%	
	% of Total			2.5%							2.5%	
Total	Count	40	40	36	25	8	2	6	2	2	159	
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	25.2%	25.2%	22.6%	15.7%	5.0%	1.3%	3.8%	1.3%	1.3%	100.0%	

6.7.2 Einsatz von E-Mail für den Wahl- oder Abstimmungskampf (Frage 12)

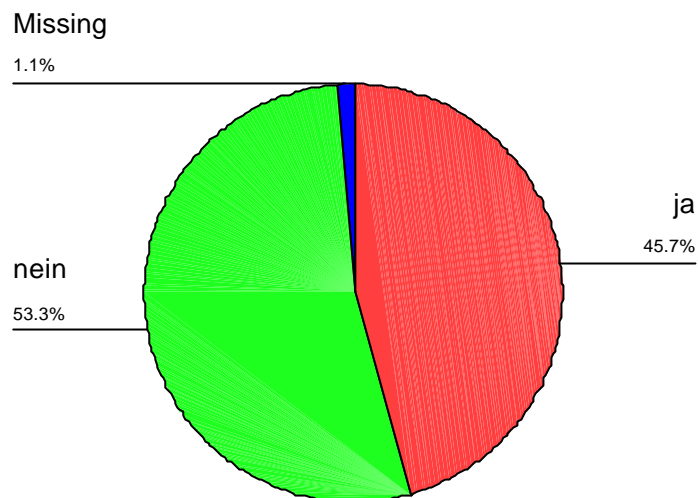


Abbildung 13: Einsatz von E-Mail für Wahl- oder Abstimmungskampf (Stichprobe, n=182)

Die Parlamentarier haben die Kommunikation per E-Mail für den Wahl- und Abstimmungskampf entdeckt. Rund die Hälfte aller Antwortenden gibt an, E-Mail für diesen Zweck einzusetzen. Eine Auswertung nach Fraktionen (vgl. Tabelle 11) zeigt auf, dass die Sozialdemokraten diesbezüglich am aktivsten sind. Rund 63 Prozent aller antwortenden Sozialdemokraten hat E-Mail schon für Wahl- oder Abstimmungskampagnen eingesetzt. An zweiter Stelle folgt die CVP (54%), dann die FDP (43.5%), SVP (39.5%) und schliesslich die Grünen (22.2%).

Tabelle 11: Einsatz von E-Mail für Wahl- oder Abstimmungskampf nach Fraktionen (Stichprobe, n=174)

		Fraktionszugehörigkeit								Total	
		FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberales	EVP	Fraktionslos		
Haben Sie E-mail für Wahl- oder Abstimmungskampf jemals eingesetzt?	ja	Count	20	27	15	15	2		2	1	82
		% within Fraktionszugehörigkeit	43.5%	62.8%	39.5%	53.6%	22.2%		33.3%	50.0%	47.1%
		% of Total	11.5%	15.5%	8.6%	8.6%	1.1%		1.1%	.6%	47.1%
nein	Count	26	16	23	13	7	2	4		1	92
		% within Fraktionszugehörigkeit	56.5%	37.2%	60.5%	46.4%	77.8%	100.0%	66.7%	50.0%	52.9%
		% of Total	14.9%	9.2%	13.2%	7.5%	4.0%	1.1%	2.3%	.6%	52.9%
Total	Count	46	43	38	28	9	2	6		2	174
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	26.4%	24.7%	21.8%	16.1%	5.2%	1.1%	3.4%	1.1%	100.0%

6.7.3 Elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden (Frage 13)

Die Frage nach der Wünschbarkeit einer Einführung von elektronischen Abstimmungen parallel zu der brieflichen oder persönlichen Methode wurde mit 60.9 Prozent Ja-Stimmen beantwortet. Elektronische Abstimmungen werden am stärksten von der SVP mit einem Nein-Stimmenanteil von 47.2 Prozent (und der EVP) abgelehnt (vgl. Tabelle 12). Bei den Grünen

(und Liberalen) sowie bei der FDP ist man gegenüber einem solchen Anliegen äusserst positiv gesinnt.

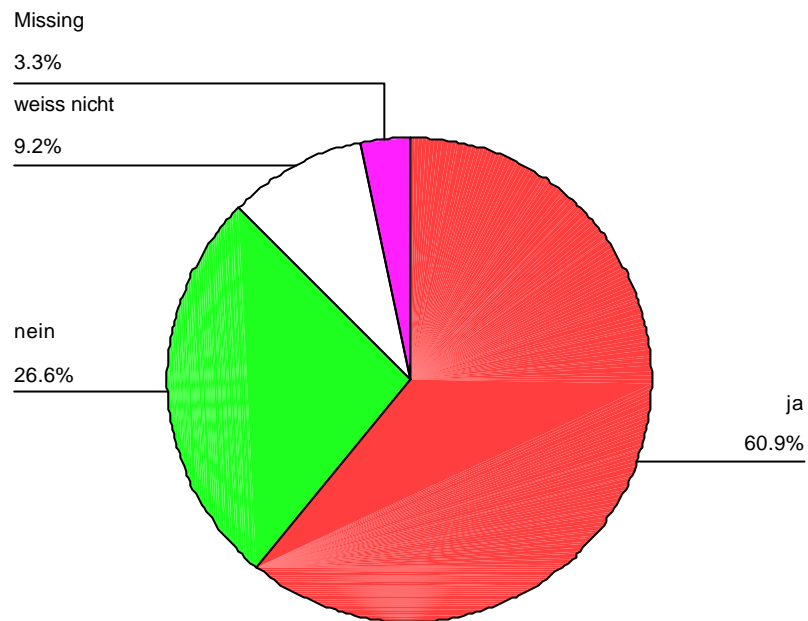


Abbildung 14: Elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden einführen? (Stichprobe, n=178)

Tabelle 12: Einführung von elektronischen Abstimmungen nach Fraktionen (Stichprobe, n=170)

			Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?			Total
			ja	nein	weiss nicht	
Fraktionszugehörigkeit	FDP	Count	35	8	3	46
		% within Fraktionszugehörigkeit	76.1%	17.4%	6.5%	100.0%
		% of Total	20.6%	4.7%	1.8%	27.1%
	SP	Count	29	8	4	41
		% within Fraktionszugehörigkeit	70.7%	19.5%	9.8%	100.0%
		% of Total	17.1%	4.7%	2.4%	24.1%
	SVP	Count	16	17	3	36
		% within Fraktionszugehörigkeit	44.4%	47.2%	8.3%	100.0%
		% of Total	9.4%	10.0%	1.8%	21.2%
	CVP	Count	17	9	2	28
% within Fraktionszugehörigkeit		60.7%	32.1%	7.1%	100.0%	
% of Total		10.0%	5.3%	1.2%	16.5%	
Grüne	Count	8	1		9	
	% within Fraktionszugehörigkeit	88.9%	11.1%		100.0%	
	% of Total	4.7%	.6%		5.3%	
Liberale	Count	2			2	
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%			100.0%	
	% of Total	1.2%			1.2%	
EVP	Count	2	3	1	6	
	% within Fraktionszugehörigkeit	33.3%	50.0%	16.7%	100.0%	
	% of Total	1.2%	1.8%	.6%	3.5%	
Fraktionslos	Count	1		1	2	
	% within Fraktionszugehörigkeit	50.0%		50.0%	100.0%	
	% of Total	.6%		.6%	1.2%	
Total	Count	110	46	14	170	
	% within Fraktionszugehörigkeit	64.7%	27.1%	8.2%	100.0%	
	% of Total	64.7%	27.1%	8.2%	100.0%	

6.7.4 Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf? (Frage 14)

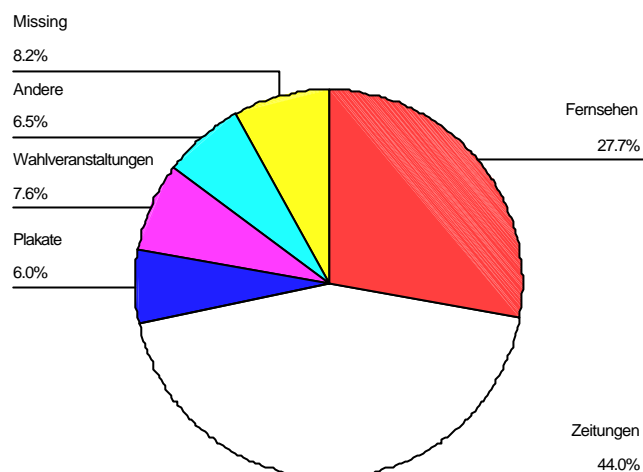


Abbildung 15: Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf (Stichprobe, n=169)

Im persönlichen Wahlkampf ist den Politikern die *Zeitung* noch vor dem *Fernsehen* das *wichtigste Kommunikationsmedium*. Das Radio und das Internet wurde von keiner Person gewählt. Das Internet konnte somit die traditionellen Massenmedien im persönlichen Wahlkampf noch nicht verdrängen und *das junge Medium Internet erscheint im pers. Wahlkampf vorläufig noch bedeutungslos*.

6.7.5 Zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf? (Frage 15)

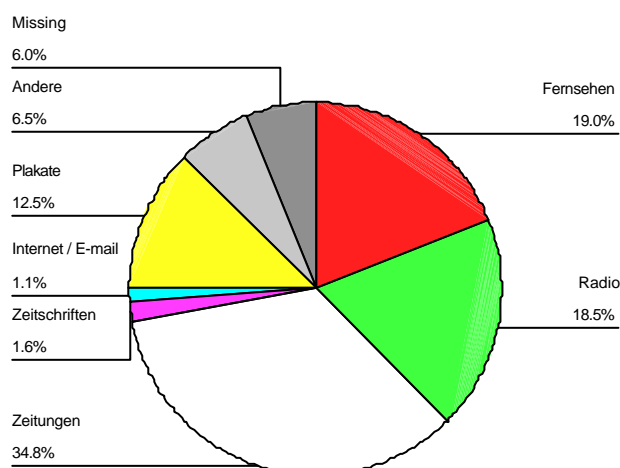


Abbildung 16: Zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf (Stichprobe, n=173)

An erster Stelle folgt auch hier die Zeitung, dicht gefolgt vom Fernsehen. Immerhin bekommt das Radio nun doch noch eine gewisse Beachtung. Das traditionelle Plakat folgt auf das Radio. Das Internet schneidet aber kläglich ab. Lediglich 1.1 Prozent der Antwortenden

beurteilt das Internet als zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im persönlichen Wahlkampf.

6.8 Zusammenfassung Medienpräferenz (Frage 11 bis 15)

Die Parlamentarier (unabhängig von der Fraktion) bevorzugen für die politische Kommunikation die traditionellen Massenmedien *Fernsehen und Zeitungen*. *Rund die Hälfte der antwortenden Parlamentarier nutzt aber schon E-Mail für Wahl- oder Abstimmungskampagnen*. Bezüglich elektronischem Wahl- und Abstimmungskampf per E-Mail erscheinen vor allem die Sozialdemokraten sehr aktiv zu sein. *Eine Mehrheit der antwortenden Parlamentarier spricht sich für die Einführung von elektronischen Abstimmungen parallel zu den traditionellen Abstimmungsverfahren aus*. Abgelehnt werden elektronische Verfahren hingegen von der SVP. Im persönlichen Wahlkampf ist den Politikern die *Zeitung* noch vor dem *Fernsehen* das wichtigste politische Kommunikationsmedium. *Das Internet erscheint im persönlichen Wahlkampf für die Parlamentarier vorläufig noch bedeutungslos*.

6.9 Einstellungen zum Internet

In den drei folgenden Fragen ging es darum, die Einstellungen der Parlamentarier zum vermeintlichen Demokratie-Nutzen des Internets abzufragen.

6.9.1 Erhöhung der Stimmbeteiligung mit elektronischen Abstimmungen (Frage 16)

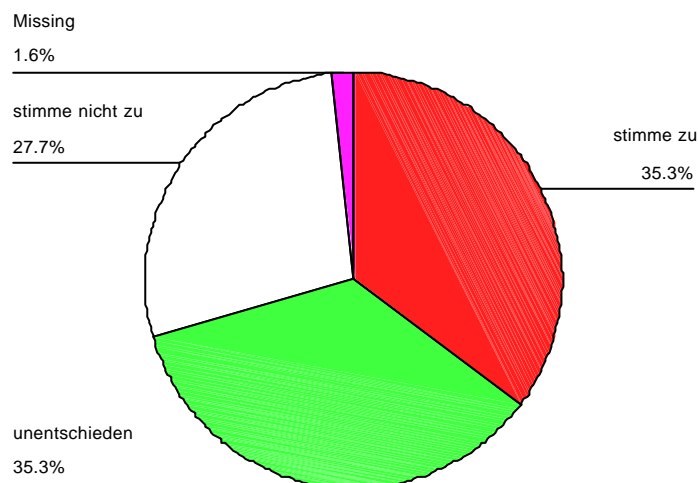


Abbildung 17: Erhöhen elektr. Abstimmungen die Stimmbeteiligung bei eidgen. Abstimmungen? (Stichprobe, n=181)

Die Frage, ob elektronische Abstimmungen die Stimmbeteiligung bei eidgenössischen Abstimmungen erhöhen würden, wurde gemischt beurteilt: Rund ein Drittel der Antwortenden stimmte der Aussage zu. Auffallend ist die hohe Zahl an unentschiedenen Parlamentariern

(35.3% der Antwortenden wählten "unentschieden"). Dieses Resultat ist allenfalls auf die noch vielen offenen Fragen bzgl. elektronischen Abstimmungen zurückzuführen.

Tabelle 13: Stimmbeteiligung bei eidgen. Abstimmungen nach Fraktionen (Stichprobe, n=174)

			Fraktionszugehörigkeit								
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP	Fraktionslos	Total
"Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"	stimme zu	Count	26	17	7	8	4	1	1		64
		% within "Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"	40.6%	26.6%	10.9%	12.5%	6.3%	1.6%	1.6%		100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	54.2%	40.5%	18.4%	29.6%	44.4%	50.0%	16.7%		36.8%
	unentschieden	Count	16	16	14	10	3		2	1	62
		% within "Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"	25.8%	25.8%	22.6%	16.1%	4.8%		3.2%	1.6%	100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	33.3%	38.1%	36.8%	37.0%	33.3%		33.3%	50.0%	35.6%
	stimme nicht zu	Count	6	9	17	9	2	1	3	1	48
		% within "Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"	12.5%	18.8%	35.4%	18.8%	4.2%	2.1%	6.3%	2.1%	100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	12.5%	21.4%	44.7%	33.3%	22.2%	50.0%	50.0%	50.0%	27.6%
Total	Count	48	42	38	27	9	2	6	2	174	
	% within "Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"	27.6%	24.1%	21.8%	15.5%	5.2%	1.1%	3.4%	1.1%	100.0%	
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

6.9.2 Transparentere Demokratie dank Internet (Frage 17)

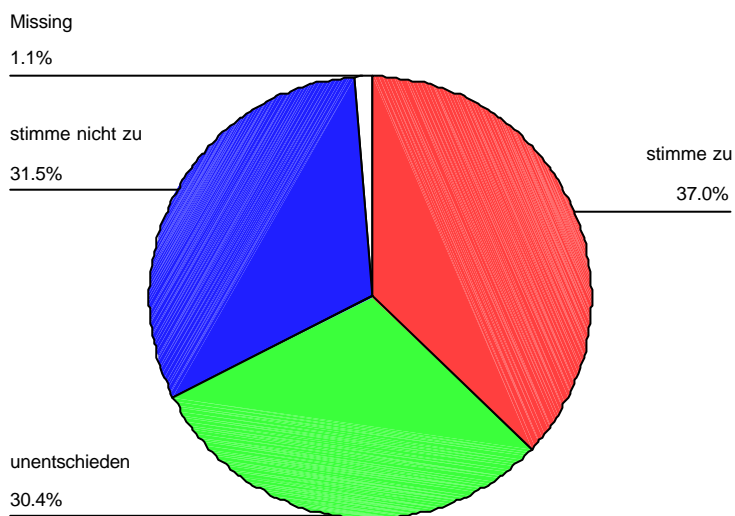


Abbildung 18: Transparentere Demokratie dank Internet? (Stichprobe, n=182)

Bei der Frage, ob das Internet unsere Demokratie transparenter mache, ergab sich wie bei Frage 16 ein gemischtes Bild. Rund ein Drittel zeigte sich unentschlossen. Immerhin 37 Prozent konnten sich mit der Aussage aber einverstanden erklären. Die immer schwieriger bewältigbare Informationsflut im Internet hat die Parlamentarier allenfalls von einer zu positiven Beurteilung der Aussage abgehalten.

6.9.3 Internet als effizientes Polit-Medium (Frage 18)

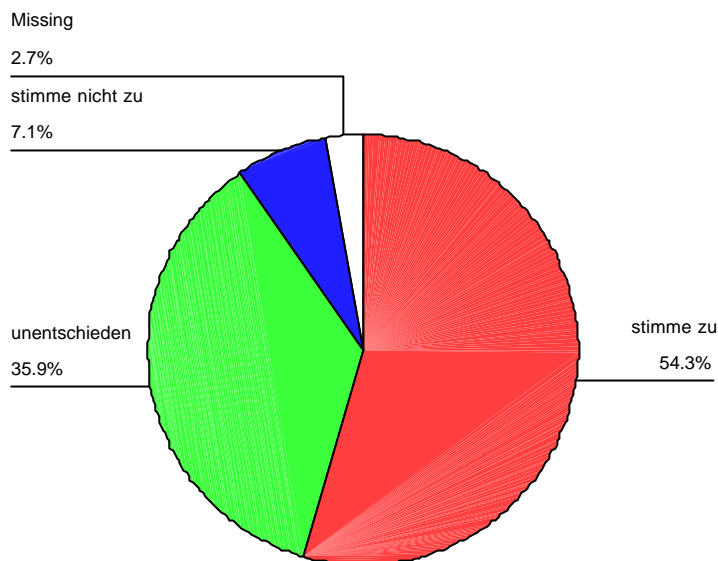


Abbildung 19: Das Internet als effizientes politisches Kommunikationsmedium (Stichprobe, n=179)

Die Frage 18 wurde offensichtlich positiver als die vorhergehenden Fragen beurteilt. Über die Hälfte der Antwortenden (54.3%) erklärte sich damit einverstanden, dass "das Internet ein effizientes Medium ist, um Positionen, Meinungen und politischen Leistungen zu kommunizieren."

6.9.4 Internetkampagne bei nächsten Wahlen (Frage 19)

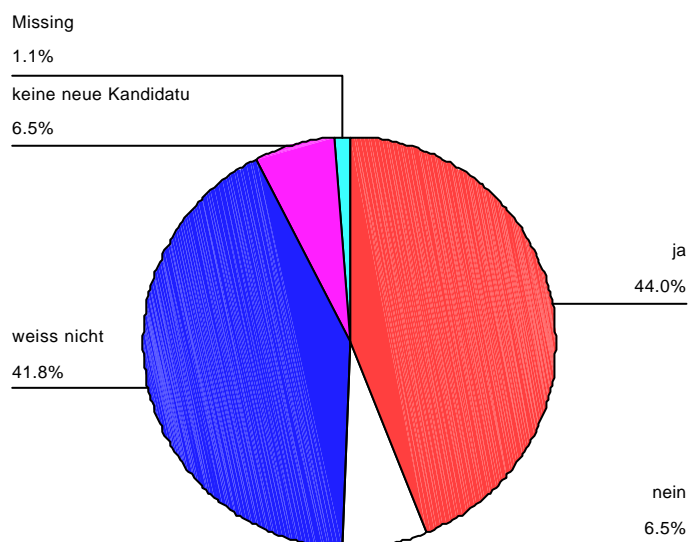


Abbildung 20: Lancierung einer Internetkampagne anlässlich der nächsten eidgen. Wahlen? (Stichprobe, n=182)

Rund 77 Prozent der antwortenden Parlamentarier (mit Internetseite!) hatte anlässlich der vergangenen Parlamentswahlen schon eine Kampagne im Internet geführt. D.h. wer einmal

eine Internetseite eingerichtet hat, verwendet diese auch für den Wahlkampf. Die Frage 19 muss auch im Zusammenhang mit der Frage 20 betrachtet werden. Ein Vergleich der zwei Fragen macht klar: *Der Anteil an Parlamentariern mit einer Internetkampagne dürfte sich bei den nächsten Parlamentswahlen leicht erhöhen.*

6.9.5 Internetseite als Bestandteil der Wahlkampagne? (Frage 20)

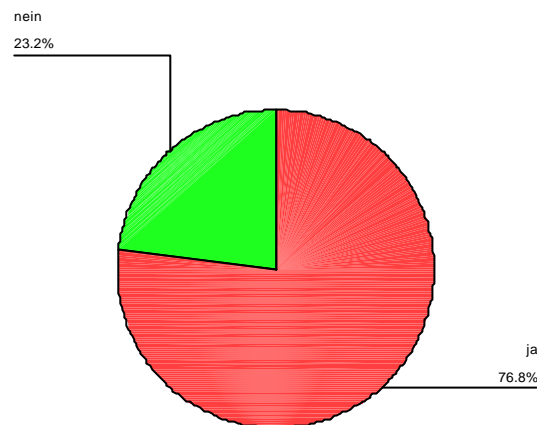


Abbildung 21: Internetseite Bestandteil der Wahlkampagne? (Stichprobe, n=95)

In der Auswertung wurden die Personen ausgeschlossen, die über keine Internetseite verfügen (n=95). Rund drei Viertel aller Parlamentarier mit einer Internetseite, haben diese für ihre Wahlkampagne anlässlich der vergangenen Wahlen eingesetzt. Internetseiten dienen offenbar in Wahlkampagnen als Kommunikations-Instrument.

6.9.6 Positive Beeinflussung des Wahlergebnisses durch Internetseite? (Frage 21)

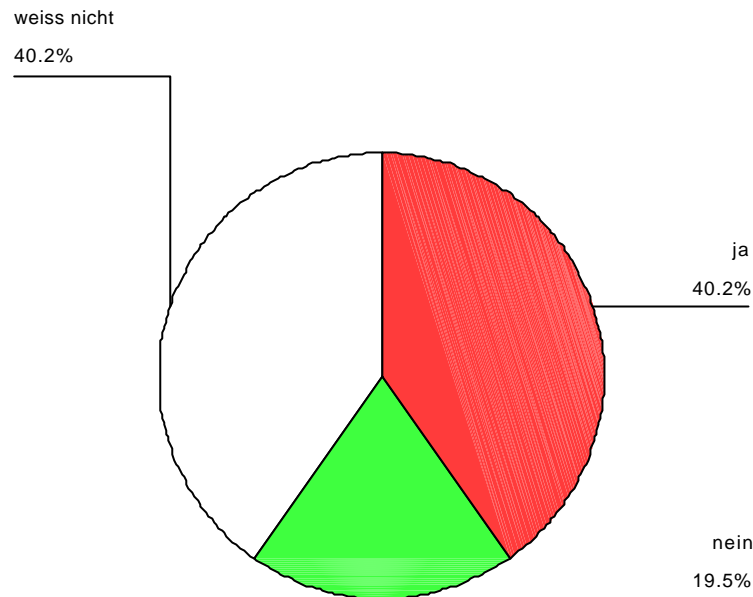


Abbildung 22: Positive Beeinflussung des Wahlergebnisses durch Internetseite (ohne Missing Cases, n=82)

Von den Parlamentariern mit Internetseite waren rund 40 Prozent überzeugt, dass die persönliche Internetseite das Wahlergebnis positiv beeinflusst hat.

6.10 Zusammenfassung Einstellungen zum Internet (Frage 16 bis 21)

Elektronische Abstimmungen zur Erhöhung der Stimmbeteiligung erscheint erst für *rund ein Drittel der antwortenden Parlamentarier eine valable Lösung* zu sein. Rund ein Drittel der Antwortenden lehnt elektronische Abstimmungsverfahren ab und ein weiteres Drittel ist unentschieden. Dieses Resultat hängt allenfalls mit den vielen noch ungeklärten Fragen bzgl. Technik und Datenschutz zusammen. Eine eigentliche Euphorie bezüglich elektronischen Abstimmungen ist (noch) nicht auszumachen. Nach Ansicht einer Mehrheit der Parlamentarier erhöht das Internet ausserdem nicht die Transparenz in einer Demokratie (und 40 Prozent glaubt aber an eine Erhöhung der Transparenz). Das Internet erscheint einer Mehrheit von rund 55 Prozent geeignet, um Positionen, Meinungen und politische Leistungen zu kommunizieren. Rund die Hälfte aller Parlamentarier wird bei den nächsten eidgenössischen Wahlen eine Internetkampagne lancieren. Der Anteil an Personen mit einer Internetkampagne dürfte sich anlässlich der nächsten Wahlen leicht erhöhen.

7 Vergleich mit anderen europäischen Ländern

Der Vergleich der Schweizer Parlamentarier mit anderen europäischen Parlamentariern basiert auf einer europaweiten Studie von IBM von 1999.⁴⁹ Anlässlich der Studie wurden 4'506 Parlamentarier aus vierzehn europäischen Ländern⁵⁰ per E-Mail angeschrieben. Geantwortet haben schliesslich 426 Personen (davon waren 28 Prozent Schweizer Parlamentarier). Rund ein Drittel davon waren Politiker der nationalen Parlamente. Rund 40 Prozent waren Politiker von regionalen Parlamenten und rund ein Viertel der Antwortenden stammten von der Gemeindeebene. Es ist offensichtlich, dass die gewählte Versuchsanlage diverse Verzerrungen aufweist: Parlamentarier ohne E-Mail-Nutzung wurden zum Beispiel nicht befragt und die Stichprobe weist einen starken Bias zu Gunsten der Schweizer Politiker auf. Aufgrund des hohen Anteils an Schweizern in der Stichprobe ist ein Vergleich der vorliegenden Studienresultate mit der IBM-Studie nicht unproblematisch. Ausserdem handelt es sich bei den nicht-schweizerischen Parlamentariern in der Regel um Berufspolitiker mit ganz anderen Zeit- und Finanzbudgets. Ein grober Vergleich kann aber helfen, die Resultate der vorliegenden Befragung in einen umfassenderen, europäischen Kontext zu stellen. Die Frage "Haben Sie eine eigene Internetseite" beantworteten die 436 Antwortenden mit einem Ja-Anteil von 38.7 Prozent. Die Schweizer Stichprobe ergab einen Ja-Anteil von 46.7 Prozent. Damit wird klar, dass die Schweizer Parlamentarier bzgl. Internetauftritt im europäischen Vergleich gut abschneiden. Die Frage "Haben Sie E-Mail für Wahlkampagnen eingesetzt" beantworteten die europäischen Parlamentarier mit einem Ja-Anteil von 32.7 Prozent. Der Ja-Anteil der Schweizer Parlamentarier liegt klar darüber (45.7 Prozent). *Somit ist bezüglich E-Mail-Einsatz für Kampagnen festzuhalten, dass die Schweizer Parlamentarier ihren europäischen Kollegen allenfalls sogar einen Schritt voraus sind.* Die Frage, ob die Politiker die Einführung von Online-Abstimmungsverfahren guthiessen würden, beantworteten die europäischen Politiker zu 50.4% mit "JA" und zu 30.6% mit "Nein". 19 % blieb unentschlossen ("Weiss nicht"). Im Vergleich dazu antworteten 60.9% der Schweizer Stichprobe mit "JA" und 26.6% mit "Nein". 9.2% waren unentschlossen ("Weiss nicht"). Auch in der Frage nach der Einführung von Online-Abstimmungsverfahren scheinen nicht abgrundtiefe Unterschiede zwischen den Schweizern und ihren europäischen Kollegen zu bestehen. Bei der Einstellungsfrage "Glauben Sie, das Internet macht unsere Demokratie transparenter?" zeigen sich hingegen doch noch Differenzen. Rund 74% der europäischen Politiker beantwortete die Frage mit "JA". Bei den Schweizer Politiker konnten die Frage nur 37% mit "JA" zustimmen. Die Frage "Glauben Sie, dass ihre Internetseite ein effizientes Mittel ist, um ihre Positionen und ihre Leistungen zu kommu-

⁴⁹ Vgl. Caldwell, 1999.

⁵⁰ Zu den vierzehn Ländern gehörten: Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Italien, Niederlande, Norwegen, Spanien, Schweden, Schweiz und England.

nizieren" wurde von den europäischen Politikern mit 73.6% "JA" beantwortet. Die Schweizer Politiker antworteten mit 54.3% "JA"-Stimmen. *Allgemein betrachtet können somit etwas mehr Vorbehalte bei den Schweizer Politikern gegenüber dem Internet konstatiert werden als bei ihren europäischen Kollegen.*

8 Schlussfolgerungen

Die schriftliche Befragung macht deutlich, dass Parlamentarier zwar über eine gute Informatik-Infrastruktur verfügen, *sie aber noch kaum für die elektronische politische Kommunikation einsetzen. Rund 80 Prozent der Antwortenden surft weniger als 5 Stunden pro Woche im Netz.* Vergleicht man das Resultat mit der Internetnutzungsstudie der Firma AC Nielsen⁵¹, wonach *Schweizer Männer*⁵² pro Woche das Internet durchschnittlich rund 2 Stunden (112.5 Minuten) nutzten, erscheint die *Nutzungsdauer* der Parlamentarier aber überdurchschnittlich. Parlamentarier gehören dank ihrem hohem Bildungsniveau und ihrem vergleichsweise hohen Einkommen tendenziell klar zu den Frühadoptern im Bereich Internet und weisen eine überdurchschnittliche Internetnutzung auf.

Professionelle PR-Kampagnen von Parlamentariern scheinen im Internet vorläufig noch eher die Ausnahme zu sein und die Investitionen in den persönlichen Internetauftritt fallen momentan noch bescheiden aus (rund 64 % aller antwortenden Parlamentarier machen keine Investitionen in den Internetauftritt) – wobei selbstverständlich die Investitionskosten alleine noch keine Auskunft über die Qualität der vorhandenen Internetangebote geben. Bemerkenswert ist der Befund, dass *rund die Hälfte der antwortenden Parlamentarier im Internet mit einer Webseite nicht präsent ist*⁵³.

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass die Parlamentarier zum Grossteil das Internet als interaktives Kommunikationsmedium für Wahl- und Abstimmungskampagnen noch kaum entdeckt haben auch wenn beinahe alle Parlamentarier das Internet im Rahmen ihrer parlamentarischen Tätigkeit einsetzen (hauptsächlich für die Informationssuche und für die Kommunikation per E-Mail). Interaktive Internetdienste wie Chat-Foren und Newsgroups werden bisher kaum genutzt. Eine noch ausstehende qualitative Analyse des E-Mailverkehrs der Parlamentarier würde klären, ob Anfragen von Bürgern auch beantwortet werden oder ob es sich bei der E-Mailkommunikation in erster Linie um geschäftliche Korrespondenz handelt. Das Internet wird bisher zum Grossteil zur Darstellung der eigenen politischen Leistungen genutzt und nicht zur Interaktion mit den Stimmbürgern. Die Parlamentarier (unabhängig der Fraktion) bevorzugen für die politische Kommunikation die traditionellen Massenmedien

⁵¹ Vgl. AC Nielsen, 2001, www.nielsennetratings.com (16.6.2001).

⁵² Da das Parlament und die Stichprobe von Männern dominiert wird, wurde die "männliche" Kennziffer herangezogen.

⁵³ Eine Untersuchung eines SDA Journalisten ergab, dass von 246 Parlamentariern rund 70 eine eigene Homepage besitzen (SDA, 26.2.01).

Fernsehen und Zeitungen. Das Internet als auch das meistgenutzte Schweizer Medium, das Radio, werden nicht als für die politische Kommunikation geeignete Medien eingestuft. Eine Mehrheit der antwortenden Parlamentarier spricht sich *für die Einführung von elektronischen Abstimmungen parallel zu den traditionellen Abstimmungsprozeduren aus.* Abgelehnt werden elektronische Wahl- und Abstimmungsverfahren von der SVP. Im persönlichen Wahlkampf ist den Politikern die *Zeitung* noch vor dem *Fernsehen* das wichtigste Kommunikationsmedium. Elektronische Abstimmungen zur Erhöhung der Stimmbeteiligung erscheint erst für rund ein Drittel der antwortenden Parlamentarier eine valable Lösung. Rund ein Drittel der Antwortenden lehnt elektronische Abstimmungsverfahren ab und ein weiteres Drittel ist unentschieden. Dieses Resultat hängt allenfalls mit den vielen noch ungeklärten Fragen bzgl. Technik und Datenschutz zusammen. Eine eigentliche Euphorie bezüglich elektronischen Abstimmungen ist nicht festzustellen. Nach Ansicht einer Mehrheit der Parlamentarier erhöht das Internet ausserdem nicht die Transparenz in einer Demokratie. Das Internet erscheint einer Mehrheit der Parlamentarier aber geeignet, um Positionen, Meinungen und politische Leistungen zu kommunizieren. Rund die Hälfte aller Parlamentarier wird bei den nächsten eidgenössischen Wahlen eine Internetkampagne lancieren. Der Anteil an Personen mit einer Internetkampagne dürfte sich anlässlich der nächsten Wahlen leicht erhöhen. **Das Internet erscheint aus der Sicht der Parlamentarier momentan als Werkzeug für die Konstitution einer politischen Öffentlichkeit noch fast bedeutungslos. Die Schweizer Parlamentarier setzen für die politische Kommunikation mit den Bürgern bisher auf traditionelle Massenmedien wie Fernsehen und Zeitungen.**

9 Ausblick

Die vorliegende Untersuchung beleuchtet lediglich das verbalisierte Sozialverhalten der Parlamentarier. In Folgestudien könnte somit das reale Verhalten der Parlamentarier aus der Sicht der Bürger näher untersucht werden. Fragen wie: "Werden meine E-Mails an die Parlamentarier beantwortet?", "Sind die Internetseiten der Parlamentarier aktuell und informativ?" würden einen umfassenderen Blick auf die elektronische politische Kommunikation der Parlamentarier ermöglichen. Mit Hilfe von eher qualitativ orientierten Untersuchungen könnten die vorliegenden Ergebnisse bereichert und besser eingeordnet werden. Zusätzliche Vergleiche mit ähnlich gearteten ausländischen Untersuchungen würden zudem eine bessere Einordnung der vorliegenden Resultate ermöglichen.

10 Verwendete Literatur

- Baumberger, Petra: *E-Democracy: Potentiale des Internet im demokratischen Prozess der Schweizer Kantone*. Bern 2001.
- Bieber, Christoph: *Politische Projekte im Internet – Online Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. Frankfurt 1999.
- Bühl, Achim: *Die virtuelle Gesellschaft – Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace*. Opladen 1997.
- Caldow, Janet: *The Virtual Ballot Box: A Survey of Digital Democracy in Europe*. o. A. O. 1999.
- Eichner, Klaus; Habermehl, Werner: *Ergebnis einer empirischen Untersuchung zur Repräsentativität postalischer Befragungen*. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34. Jg. (1982), H.1, S. 117 – 126.
- Gellner, Winand; von Korff, Fritz (Hrsg.): *Demokratie und Internet*. Baden-Baden 1998.
- Geser, Hans: *Auf dem Weg zur Neuerfindung der politischen Öffentlichkeit – Das Internet als Plattform der Medienentwicklung und des sozio-politischen Wandels*. Zürich 1998. <<http://www.socio.ch/intcom/t-hgeser06.htm>> (20.11.2000)
- Hagen, M. Lutz (Hrsg.): *Online-Medien als Quellen politischer Information*. Opladen, 1998.
- Longchamp, Claude: *Internet als Medium der BürgerInnen-Kommunikation in Abstimmungskampagnen*, o. O. A. <www.polittrends.ch/abstimmungen/internetnutzung/internet.html> (20.11.200).
- Marschall, Stefan: *Politik „online“ – Demokratische Öffentlichkeit dank Internet?*. In: *Publizistik*, 42 (1997), S. 304-324.
- Ringier Romandie (Hrsg.): *Baromedia 2001*. Lausanne, 2001. <<http://www.webdo.ch/baromedia2001>>

- Rybarczyk, Christoph: *Great communicators?*. Hamburg 1997.
- Saxer, Ulrich: „*Bericht aus dem Bundeshaus*“. Zürich 1992.
- Saxer, Ulrich: „*System, Systemwandel und politische Kommunikation*“. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli Ulrich; Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Opladen 1998, S. 21-64.
- Schulz, Winfried: *Politische Kommunikation*. In: Holtmann, Everhard (Hrsg.): *Politik-Lexikon*. München; Wien 1994. S. 477–481.
- Selnow, Gary W: *Electronic Whistle-Stops – The Impact of the Internet on American Politics*. Westport 1998.
- WEMF AG für Werbemedienforschung: *Ma Net*. 2001. <<http://www.wemf.ch>>
- Woyke, Wichard (Hrsg.): *Internet und Demokratie*. Schwalbach/ Ts. 1999.

11 Weiterführende Literatur

- Alvarez, R. Michael: *Information and elections*. Michigan 1997.
- Baumann, Heide; Schwender, Clemens (Hrsg.): *Kursbuch neue Medien 2000*. Stuttgart/ München 2000.
- Beauchamp Michel (Hrsg.): *Communication publique et société*. Québec 1991.
- Bollmann, Stefan; Heibach, Christiane (Hrsg.): *Kursbuch Internet – Anschlüsse an Wirtschaft und Politik*, Wissenschaft und Kultur. Mannheim 1996.
- Cebrián, Juan Luis: *Im Netz – die hypnotisierte Gesellschaft*. Stuttgart 1999.
- Clemens, Detlev: *Das Potential des Internets in Wahlkämpfen*. In: Woyke, Wichard (Hrsg.): *Internet und Demokratie*. Schwalbach/ Ts. 1999. S. 52-63.
- Couceiro, Belen: *Nationalrat und Medien*. o. A. O. 1990.

- Frindte, Wolfgang; Köhler, Thomas: *Kommunikation im Internet*. Frankfurt 1999.
- Geser, Hans: *Auf dem Weg zur „Cyberdemocracy“? Auswirkungen der Computernetze auf die öffentliche politische Kommunikation*. Zürich 1996.
<<http://www.unizh.ch/~geserweb/komoef/ftext>>
- Geser, Hans: *Wiederbelebung vergessener Traditionen oder Aufbruch ins Dritte Jahrtausend? – Neue Chancen politischer und regionaler Identität im Internetzeitalter*. Zürich 1997. <http://www.socio.ch/intcom/t_hgeser04>
- Habermas, Jürgen: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt 1990.
- Hagen, Martin: *Elektronische Demokratie*. Hamburg 1997.
- Hart, Thilo: *Internet und Demokratie – neue Wege politischer Partizipation: Überblick, Potential, Perspektiven*. In: Woyke, Wichard (Hrsg.): *Internet und Demokratie*. Schwalbach/Ts. 1999. S. 8-24.
- Hecker, Wolfgang; Rilling, Rainer: *Politik im Internet. Eine Suchhilfe mit über 1000 Internet-Adressen*. Köln 1998.
- Hill, Kevin A.: *Cyberpolitics*. New York, Oxford 1998.
- Höflich, Joachim R.: *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation*. Opladen 1996.
- Hold, Matthias: *Computer mediated communication (CMC) und Teledemokratie*. o. A. O. 1996.
- Holmes, David (Hrsg.): *Virtual Politics – Identity & Community in Cyberspace*. London 1997.
- Holtmann, Everhard (Hrsg.): *Politik-Lexikon*. München; Wien 1994.
- Institut de recherches et prospective postales (IREPP, No. 21) *Internet et nous*. Paris 1997.

- Jarren, Otfried; Sarcinelli Ulrich; Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Opladen 1998.
- Jones G., Steven (Hrsg.): *Cybersociety – Computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks 1995.
- Jones G., Steven (Hrsg.): *Virtual Culture – Identity & Communication in Cybersociety*. London 1997.
- Kepplinger, Hans Mathias: *Die Demontage der Politik*. Freiburg im Breisgau 1998.
- Koch, Claus: *Meinungsführer*. Berlin 1989.
- Kopp, Hans W.: *Information in der Demokratie – Bausteine einer Medienpolitik*. Zürich 1976.
- Kuhlmann, Christoph: *Die öffentliche Begründung politischen Handelns*. Opladen, 1999.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): *Politik und Kommunikation – Über die öffentliche Meinungsbildung*, München 1979.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): *Politische Kommunikation – Grundlagen, Strukturen, Prozesse*, Wien 1993.
- Leggewie, Klaus; Maar, Christa: *Internet und Politik*. Köln 1998.
- Meadow G. Robert (Hrsg.): *New Communication Technologies in Politics*. Washington 1985.
- Nationale Schweizerische UNESCO-Kommission: *Standortbestimmung Internet*. Bern 1998.
- Neymanns, Harald: *Internet: Chancen und Möglichkeiten demokratischer Nutzung*. Berlin 1996. <<http://userpage.fu-berlin.de/~amand1a>>

- Poupa, Christine: *Démocratie directe et cyber-démocratie en Suisse*. Chavannes-près-Renens 1998.
- Poster, Mark: *Cyber democracy. Internet and the Public Sphere*. California 1995.
<<http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ>>
- Pürer, Heinz: *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. München 1993. S. 163-167.
- Rickenbacher, Iwan: *Politische Kommunikation*. Bern 1995.
- Ridley, F.F.(Hrsg.): *Parliament in the Age of the Internet*. New York, Oxford 1999.
- Rilling, Rainer: *Auf dem Weg zur Cyberdemokratie*. 1997.
<<http://www.heise.de/bin/tp/issue>>
- Runkehl, Jens; Schlobinski, Peter; Siever, Torsten: *Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen*. Opladen 1998.
- Rust, Holger: „*Massenmedien und Öffentlichkeit – eine soziologische Analyse*“. Berlin 1977.
- Saxer, Ulrich: *Wissensklassen durch Massenmedien? Entwicklung, Ergebnisse und Tragweite der Wissensklufforschung*. In: Werner D. Fröhlich/ Rolf Zitzlsperger/ Bodo Franzmann (Hrsg.), *Die verstellte Welt. Beiträge zur Medienökologie*, Weinhheim/ Basel 1992. S. 141-189.
- Schulz, Winfried: *Politische Kommunikation*. Opladen 1997.
- Strate Lance (Hrsg.): *Communication and Cyberspace – Social Interaction in an Electronic Environment*. Cresskill, 1996.
- Swanson, David L.; Nimmo, Dan (Hrsg.): *New Directions in Political Communication*. Newbury 1990.
- Schweizer Informatiker Gesellschaft; Schweizer Gesellschaft für Soziologie: *Computer Science, Communications and Society: A Technical and Cultural Challenge*, Neuchâtel 1993.

- Schweizer Wissenschaftsrat: *Internet und Politik in der Schweiz: Wie wirkt sich Internet auf die intermediären Organisatoren aus?*, Bern 1998.
- Vattimo, Gianni; Welsch, Wolfgang (Hrsg.): *Medien – Welten Wirklichkeiten*. München 1998.
- Volst, Angelika; Voglmayr Irmtraud: *Politik online*. Krems 1998.
- WEMF AG für Werbemedienforschung: *Mach Basic: Internet-Nutzung*. In: Magazin für Werbemedienforschung. 1998.

12 Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abbildung 1: Rücklauf aufgeschlüsselt nach Kammerzugehörigkeit.....	19
Abbildung 2: Verteilung der Alterskategorien (Stichprobe, n=179)	21
Abbildung 3: Letzte besuchte Schulstufe (Stichprobe, n=179).....	21
Abbildung 4: Durchschnittliches mtl. Bruttoeinkommen (Stichprobe, n=166).....	22
Abbildung 5: Häufigkeit des Computereinsatzes (Stichprobe, n=181)	23
Abbildung 6: Internetnutzung der Parlamentarier pro Woche (Stichprobe, n=175)	26
Abbildung 7: Persönliche Nutzung von E-Mail im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=184)	27
Abbildung 8: Pers. Nutzung von Chat-Foren im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=183).....	28
Abbildung 9: Pers. Nutzung von Newsgroups im Rahmen der politischen Tätigkeit (Stichprobe, n=183).....	29
Abbildung 10: Haben Sie eine persönliche Internetseite?.....	31
Abbildung 11: Investitionen in Internetauftritt pro Jahr (Stichprobe, n=184)	32
Abbildung 12: Bestes Kommunikationsmedium für die pol. Kommunikation (Stichprobe, n=165)	34
Abbildung 13: Einsatz von E-Mail für Wahl- oder Abstimmungskampf (Stichprobe, n=182)	35
Abbildung 14: Elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden einführen (Stichprobe, n=178).....	36
Abbildung 15: Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf (Stichprobe, n=169)	38
Abbildung 16: Zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf (Stichprobe, n=173)	38
Abbildung 17: Elektr. Abstimmungen erhöhen Stimmbeteiligung bei eidgen. Abstimmungen (Stichprobe, n=181)	39
Abbildung 18: Transparentere Demokratie dank Internet (Stichprobe, n=182)	40
Abbildung 19: Das Internet als effizientes politisches Kommunikationsmedium (Stichprobe, n=179).....	41
Abbildung 20: Lancierung einer Internetkampagne anlässlich der nächsten eidgen. Wahlen (Stichprobe, n=182)	41
Abbildung 21: Internetseite Bestandteil von Wahlkampagne (Stichprobe, n=95).....	42
Abbildung 22: Positive Beeinflussung des Wahlergebnisses durch Internetseite (ohne Missing Cases, n=82).....	43

13 Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Strukturwandel parlamentarischer Öffentlichkeit im Kontext der Entwicklung der Massenmedien.	11
Tabelle 2: Anwendungsmöglichkeiten des Internets in der parlamentarischen Kommunikation / Öffentlichkeit.	13
Tabelle 3: Rücklauf nach Fraktionen und Zugehörigkeit zu Kammer (Vergleich Grundgesamtheit mit Stichprobe)	19
Tabelle 4: Kammerzugehörigkeit nach Geschlecht (Vergleich von Grundgesamtheit mit Stichprobe)	20
Tabelle 5: Häufigkeit des Computereinsatzes nach Fraktionen aufgeschlüsselt (Stichprobe, n=181)	24
Tabelle 6: Computerkenntnisse nach Fraktionszugehörigkeit (Stichprobe, n=175)	25
Tabelle 7: Nutzung von E-Mail Diensten nach Fraktionen (Stichprobe, n=176)	27
Tabelle 8: Rangliste Nutzungszweck (Stichprobe)	30
Tabelle 9: Persönliche Internetseite nach Fraktionszugehörigkeit (Stichprobe, n=184)	31
Tabelle 10: Bestes Kommunikationsmedium nach Fraktionen (Stichprobe, n=176)	34
Tabelle 11: Einsatz von E-Mail für Wahl- oder Abstimmungskampf nach Fraktionen (Stichprobe, n=174)	35
Tabelle 12: Einführung von elektronischen Abstimmungen nach Fraktionen (Stichprobe, n=170)	37
Tabelle 13: Stimmbeteiligung bei eidgen. Abstimmungen nach Fraktionen (Stichprobe, n=174)	40

14 Anhang

14.1 Fragebogen auf Französisch

Questionnaire adressé aux membres de l'Assemblée fédérale

REMARQUES

Nous vous saurions gré de nous retourner ce questionnaire, dûment complété (4 pages), au moyen de l'enveloppe-réponse ci-jointe. Les réponses seront traitées en toute confidentialité.

Merci de votre collaboration.

1) Utilisez-vous souvent un ordinateur, que ce soit à des fins professionnelles ou privées?

très souvent régulièrement rarement jamais

2) A quelles fins essentiellement utilisez-vous votre équipement informatique? (plusieurs réponses possibles)

- Je n'ai pas d'équipement informatique
- Je ne l'utilise jamais
- Je l'utilise pour des activités liées à mon mandat parlementaire
- Je l'utilise dans le cadre de mes activités professionnelles
- Je l'utilise à des fins privées

3) Vos connaissances en informatique sont-elles ...?

très bonnes bonnes moyennes inexistantes

4) Disposez-vous d'un raccordement Internet autre que celui-ci qui est mis à votre disposition au Parlement? (plusieurs réponses possibles)

- Oui** chez moi
- à mon lieu de travail**
- Non

5) Combien d'heures par semaine environ utilisez-vous Internet?

env. _____ heures Je n'utilise jamais Internet

6) Dans le cadre de vos activités parlementaires, utilisez-vous souvent les services en ligne suivants?

Courrier électronique

- très souvent régulièrement rarement jamais
 Je ne connais pas ce service

Forums de discussion en temps réel (chatting)

- très souvent régulièrement rarement jamais
 Je ne connais pas ce service

Forums de discussion en différé (newsgroups)

- très souvent régulièrement rarement jamais
 Je ne connais pas ce service

7) A quelles fins utilisez-vous Internet, dans le cadre de votre mandat parlementaire? (plusieurs réponses possibles)

Je n'utilise jamais Internet dans le cadre de mon mandat parlementaire.

- Publication:
- d'informations avant des votations
 - d'informations concernant ma personne
 - du bilan de mes activités parlementaires
 - du programme de mon parti
 - de postulats et motions
 - de mes discours et exposés
 - de programmes de manifestations
 - du programme de ma campagne électorale
 - autres: _____

Communication avec les citoyens, groupements d'intérêt, etc. (par courrier électronique)

- Recherche d'informations
- Campagnes électorales
- Campagnes avant des votations
- Sondages électroniques
- Diffusion de documentation à caractère politique (brochures d'information, etc.)
- Autres: _____

8) Avez-vous votre propre site Internet?

- Oui Non

9) Par qui votre site Internet est-il mis à jour? (plusieurs réponses possibles)

- Par moi-même Par des parents ou amis Par mon parti
- Par un bureau de communication Autres: _____ (précisez)

10) Quelle somme investissez-vous chaque année pour votre site Internet?

- 0 francs de 1 à 2'000 francs de 2'001 à 4'000 francs
 de 4'001 à 6'000 francs de 6'001 à 8'000 francs de 8'001 à 10'000 francs
 de 10'001 à 15'000 francs de 15'001 à 20'000 francs de 20'000 à 25'000 francs
 plus de 25'000 francs

11) Quel est, selon vous, le moyen de communication le plus efficace pour faire passer un message politique auprès des citoyens suisses? (une seule réponse possible)

- journaux revues radio télévision Internet affiches
- _____

12) Vous est-il arrivé de vous servir du courrier électronique comme moyen d'information lors d'une campagne électorale ou d'une campagne précédant des votations?

- Oui Non

13) Pensez-vous qu'il serait souhaitable d'introduire le vote par Internet (en sus des méthodes actuelles)?

- Oui Non Je ne sais pas

14) Quel est, pour vous, le moyen de communication le plus important pour mener une campagne électorale? (une seule réponse possible)

- télévision radio journaux revues Internet/ courrier électronique
 affiches réunions électorales autres: _____

15) Quel est, pour vous, le second moyen de communication le plus important pour mener une campagne électorale? (une seule réponse possible)

- télévision radio journaux revues Internet affiches
 autres: _____

Que pensez-vous des affirmations suivantes?

16) «La participation aux votations fédérales serait plus élevée s'il était possible de voter par Internet».

- d'accord je ne sais pas pas d'accord

17) «Internet rend notre démocratie plus transparente».

- d'accord je ne sais pas pas d'accord

18) «Internet me permet de faire part efficacement de mes opinions et de mes réalisations politiques».

d'accord je ne sais pas pas d'accord

19) Utiliserez-vous Internet lors des prochaines élections fédérales?

Oui Non Je ne sais pas Je ne me représenterai pas

Les questions 20 et 21 ne concernent que les personnes qui ont répondu par l'affirmative à la question 8 («Avez-vous votre propre site Internet?»). N'oubliez pas de remplir les questions figurant au verso, relatives à votre personne.

20) Avez-vous utilisé votre site Internet lors des dernières élections fédérales?

Oui (Veuillez également répondre à la question 21)
 Non (Veuillez passer directement à la page "Indications personnelles")

21) Pensez-vous que votre site Internet a eu une influence positive sur le résultat que vous avez obtenu lors des dernières élections fédérales?

Oui Non Je ne sais pas

Nous vous remercions de votre collaboration. Nous vous informerons des résultats de cette enquête dès qu'ils seront disponibles.

TOURNER SVP!

Indications personnelles	
Sexe	<input type="checkbox"/> féminin <input type="checkbox"/> masculin
Age	<input type="checkbox"/> 21 – 30 ans <input type="checkbox"/> 31 – 40 ans <input type="checkbox"/> 41 – 50 ans <input type="checkbox"/> 51 – 60 ans <input type="checkbox"/> 61 – 70 ans
Dernière école fréquentée	<input type="checkbox"/> Degré secondaire (école secondaire, cycle d'orientation) <input type="checkbox"/> Ecole professionnelle <input type="checkbox"/> Ecole décernant un diplôme de maturité ou d'enseignant (gymnase, collège, lycée, école normale) <input type="checkbox"/> HES et autres hautes écoles spécialisées <input type="checkbox"/> Université
Revenu mensuel brut	<input type="checkbox"/> Moins de 5'000 francs <input type="checkbox"/> De 5'001 à 10'000 francs <input type="checkbox"/> De 10'001 à 15'000 francs <input type="checkbox"/> De 15'001 à 20'000 francs <input type="checkbox"/> Plus de 20'000 francs
Je siège au:	<input type="checkbox"/> Conseil des Etats <input type="checkbox"/> Conseil national depuis ___ ans
Groupe parlementaire	<input type="checkbox"/> Groupe radical-démocratique <input type="checkbox"/> Groupe socialiste <input type="checkbox"/> Groupe de l'Union Démocratique du Centre <input type="checkbox"/> Groupe démocrate-chrétien <input type="checkbox"/> Groupe écologiste <input type="checkbox"/> Groupe libéral <input type="checkbox"/> Groupe AdI/PEP <input type="checkbox"/> Non inscrit
Langue(s) maternelle(s)	<input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Rêto-romanche <input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Autres: _____ <input type="checkbox"/> Italien
Connaissances linguistiques	<input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Espagnol <input type="checkbox"/> Italien <input type="checkbox"/> Autres: _____

14.2 Fragebogen auf Deutsch

Fragebogen für Mitglieder des National- und Ständerates

HINWEISE ZUM FRAGEBOGEN

Die Anonymität ist vollständig gewährleistet. Bitte senden Sie den vollständig ausgefüllten Fragebogen (4 Seiten) in beiliegendem, adressierten und vorfrankierten Couvert retour.

Vielen Dank für Ihre Zusammenarbeit.

1 Wie häufig setzen Sie einen Computer für Ihre beruflichen und privaten Tätigkeiten ein?

- sehr häufig regelmässig selten nie

**2 Für welche Zwecke setzen Sie Ihre Informatikausrüstung vorwiegend ein?
(Mehrfachantworten möglich)**

- Ich besitze keine Informatikausrüstung
 Ich nutze meine Informatikausrüstung nie
 Ich nutze die Informatikausrüstung für Anwendungen im Rahmen meines Ratsmandats
 Ich nutze die Informatikausrüstung für berufliche Anwendungen ausserhalb meines Ratsmandats
 Ich nutze die Informatikausrüstung für private Anwendungen

3 Wie schätzen Sie Ihre Computerkenntnisse ein? Ich habe...

- sehr gute Kenntnisse gute Kenntnisse wenige Kenntnisse keine Kenntnisse

4 Verfügen Sie über einen Internetanschluss ausserhalb des Parlamentes? (Mehrfachantworten möglich)

- Ja ich habe einen privaten Internetanschluss
 ich habe einen beruflichen Internetanschluss
 Nein

5 Wie viele Stunden pro Woche nutzen Sie das Internet ungefähr?

- zirka _____ Stunden Ich nutze das Internet nicht.

6 Wie häufig nutzen Sie *persönlich* im Rahmen Ihrer politischen Tätigkeit die folgenden Internetdienste?

E-Mail (elektronische Post)

- sehr häufig regelmässig selten nie E-Mail ist mir unbekannt

Chat-Foren (Echtzeit-Diskussionen mit einem oder mehreren GesprächspartnerInnen)

- sehr häufig regelmässig selten nie Chat-Foren sind mir unbekannt

Newsgroups (Schwarze Bretter im Internet, zeitlich verzögerte Kommunikation)

- sehr häufig regelmässig selten nie Newsgroups sind mir unbekannt

7 Für welche Zwecke setzen Sie das Internet in Ihrer Tätigkeit als Parlamentarier/ Parlamentarierin ein? (Mehrfachantworten möglich)

- Ich nutze das Internet in meiner Tätigkeit als ParlamentarierIn nicht.

Zur Veröffentlichung von

- Abstimmungsinformationen
- eigener Biographie
- persönlichem Leistungsausweis
- Parteiprogramm
- Postulaten, Motionen
- meinen Reden, Vorträgen
- Veranstaltungshinweisen
- persönlichem Wahlprogramm
- anderes: _____

- Elektronische Kommunikation mit StimmbürgerInnen, Interessengruppen, etc. (E-Mail)

- Informationssuche

- Elektronische Wahlkampagnen

- Elektronische Abstimmungskampagnen

- Elektronische Umfragen

- Vertrieb von politischem Werbematerial, Infobroschüren

- Anderes _____

8 Haben Sie eine persönliche Internetseite?

- Ja Nein

9 Wer unterhält Ihre Internetseite? (Mehrfachantworten möglich)

- Ich selber Verwandte Partei PR-Büro Andere: _____ (bitte ausfüllen)

10 Wie viel Geld investieren Sie ungefähr in Ihren Internetauftritt pro Jahr?

- keine Investitionen 1 – 2'000 Fr. 2'001 – 4'000 Fr. 4'001 – 6'000 Fr.
 6'001 – 8'000 Fr. 8'001 – 10'000 Fr. 10'001 – 15'000 Fr. 15'001 – 20'000 Fr.
 20'000 – 25'000 Fr. über 25'000 Fr.

11 Welches Kommunikationsmedium ist Ihrer Ansicht nach am besten geeignet, um politische Inhalte an Stimmbürgerinnen und Stimmbürger zu vermitteln? (Bitte nur ein Medium ankreuzen).

Zeitung Zeitschriften Radio Fernsehen Internet Plakate _____

12 Haben Sie jemals für einen Wahl- oder Abstimmungskampf E-Mail eingesetzt?

Ja Nein

13 Ist es aus Ihrer Sicht wünschbar, elektronische Abstimmungen parallel zu den traditionellen Methoden (brieflich oder persönlich) einzuführen?

Ja Nein Weiss nicht

14 Welches der folgenden Kommunikationsmedien ist für Sie im persönlichen Wahlkampf das wichtigste? (bitte nur ein Kommunikationsmedium ankreuzen)

Fernsehen Radio Zeitungen Zeitschriften Internet/ E-mail Plakate
 Wahlveranstaltungen Anderes: _____

15 Welches ist für Sie im persönlichen Wahlkampf das zweitwichtigste Kommunikationsmedium? (Bitte nur ein Kommunikationsmedium ankreuzen)

Fernsehen Radio Zeitungen Zeitschriften Internet Plakate Anderes: _

Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?

16 „Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung bei eidgenössischen Abstimmungen.“

stimme zu unentschieden stimme nicht zu

17 „Das Internet macht unsere Demokratie transparenter.“

stimme zu unentschieden stimme nicht zu

18 „Das Internet ist ein effizientes Medium, um meine Positionen, Meinungen und politischen Leistungen zu kommunizieren.“

stimme zu unentschieden stimme nicht zu

19 Werden Sie anlässlich des nächsten eidgenössischen Wahlkampfes eine Kampagne im Internet lancieren?

Ja
 Nein
 Weiss nicht
 Ich werde nicht mehr für den Nationalrat / Ständerat kandidieren.

Die letzten zwei Fragen sind nur von Personen auszufüllen, die bei Frage 8) ("Haben Sie eine persönliche Internetseite?") mit "Ja" geantwortet haben. Bitte füllen Sie aber auf jeden Fall noch die folgende Seite "Allgemeine Angaben zu Ihrer Person" aus.

20 War Ihre persönliche Internetseite bei den vergangenen Wahlen ein Bestandteil Ihrer Wahlkampagne?

- Ja (Bitte beantworten Sie noch die Frage 21)
 Nein (Bitte füllen Sie die allg. Angaben zu Ihrer Person auf folgender Seite aus)

21 Glauben Sie, Ihre persönliche Internetseite hat Ihr Wahlergebnis positiv beeinflusst?

- Ja Nein Weiss nicht

Die Ergebnisse dieser Befragung werden Ihnen nach Abschluss der Auswertungen zur Verfügung gestellt. Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Bitte wenden!

Allgemeine Angaben zu Ihrer Person	
Ihr Geschlecht	<input type="checkbox"/> weiblich <input type="checkbox"/> männlich
Ihre Alterskategorie	<input type="checkbox"/> 21 – 30 Jahre <input type="checkbox"/> 31 – 40 Jahre <input type="checkbox"/> 41 – 50 Jahre <input type="checkbox"/> 51 – 60 Jahre <input type="checkbox"/> 61 – 70 Jahre
Welches ist die letzte Schulstufe, die Sie besucht haben?	<input type="checkbox"/> Sekundarschule, Bezirksschule, Progymnasium <input type="checkbox"/> Berufsschule, Berufsmittelschule, Fachschule <input type="checkbox"/> Maturitätsschule (Gymnasium, Seminar, Oberrealschule) <input type="checkbox"/> HTL und andere höhere Lehranstalten <input type="checkbox"/> Universität
Wie hoch ist Ihr durchschnittliches monatliches Bruttoeinkommen?	<input type="checkbox"/> bis 5'000 Fr. <input type="checkbox"/> 5'001 – 10'000 Fr. <input type="checkbox"/> 10'001 – 15'000 Fr. <input type="checkbox"/> 15'000 – 20'000 Fr. <input type="checkbox"/> über 20'000 Fr.
Ich habe einen Sitz im:	<input type="checkbox"/> Ständerat <input type="checkbox"/> Nationalrat
Welcher Fraktion gehören Sie an?	<input type="checkbox"/> Freisinnig-demokratische Fraktion <input type="checkbox"/> Sozialdemokratische Fraktion <input type="checkbox"/> Fraktion der Schweizerischen Volkspartei <input type="checkbox"/> Christlichdemokratische Fraktion <input type="checkbox"/> Grüne Fraktion <input type="checkbox"/> Liberale Fraktion <input type="checkbox"/> Evangelische und Unabhängige Fraktion <input type="checkbox"/> Ohne Fraktionszugehörigkeit
Welches ist/ sind Ihre Muttersprache(n)?	<input type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Rätromanisch <input type="checkbox"/> andere Sprache: _____
Fremdsprachenkenntnisse	<input type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> andere Sprachen: _____

14.3 Begleitbrief auf Deutsch

An alle Mitglieder der eidgenössischen Räte

Fragebogen zum Thema:
**"Elektronische politische Kommunikation der Schweizer
Parlamentarier"**

Sehr geehrte Damen und Herren

In Zusammenarbeit mit Professor Louis Bosshart vom Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg (CH) möchte ich, Bernhard Bircher, angehender Lizentiats- und Diplomanwärter an der Universität Freiburg, eine Befragung über die elektronische politische Kommunikation der Parlamentarier und Parlamentarierinnen durchführen.

Diese Befragung dient der Erarbeitung meiner Diplomarbeit und dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft als Grundlage für weitere Forschungsarbeiten. Die Resultate dieser rund zehn Minuten dauernden schriftlichen Befragung werden Ihnen nach Abschluss der Auswertungen zur Verfügung gestellt.

Der beiliegende Fragebogen besteht aus 21 Fragen zum Thema "Elektronische politische Kommunikation" und einem Abschnitt über persönliche Angaben. Keine der persönlichen Daten werden in irgendeiner Weise veröffentlicht, Ihre Anonymität ist vollständig gewährleistet. Um weiterverwertbare Daten zu erhalten, sollten die Fragen wahrheitsgemäss und vollständig beantwortet werden. Nach dem Ausfüllen bitte ich Sie höflich, den Fragebogen im vorfrankierten und adressierten Couvert zu retournieren. Ich danke Ihnen schon im voraus für Ihre Mitarbeit und Ihre Bemühungen.

Bei etwaigen Unklarheiten bitte ich Sie, sich mit mir (Tel. 076 507 36 36) oder Hr. Prof. Louis Bosshart in Verbindung zu setzen (Louis.Bosshart@unifr.ch).

Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
der Universität Freiburg / CH

Bernhard Bircher
Rue Jean Grimoux 36
1700 Fribourg

Prof. Louis Bosshart

Bernhard Bircher

14.4 Begleitbrief auf Französisch

A l'attention des membres des Chambres fédérales

Questionnaire

"Les parlementaires suisses et la communication électronique"

Mesdames et Messieurs les Députés,

Dans le cadre de mon travail de diplôme, et en collaboration avec le professeur Louis Bosshart de l'Institut de Journalisme et des Communications Sociales de l'Université de Fribourg (CH), je soussigné Bernhard Bircher mène une enquête sur l'utilisation par les parlementaires suisses des moyens de communication électroniques, enquête qui permettra à l'Institut de Journalisme et des Communications Sociales d'entreprendre par la suite des recherches plus approfondies en la matière.

Dix minutes vous suffiront pour répondre au questionnaire ci-joint, qui comprend 21 questions concernant "Les parlementaires suisses et la communication électronique", ainsi que quelques questions ayant trait à votre personne. Ce questionnaire est anonyme, et les informations seront traitées en toute confidentialité. Afin de garantir la fiabilité des résultats, nous vous saurions gré de bien vouloir répondre de façon précise à l'ensemble des questions. Nous vous informerons des résultats.

Je vous prie de retourner le questionnaire dûment rempli dans l'enveloppe-réponse que vous trouverez en annexe. Le professeur Louis Bosshart (Louis.Bosshart@unifr.ch) et moi-même (tél. 076 / 507 36 36) nous tenons à votre entière disposition pour tout renseignement.

Vous remerciant d'avance de votre collaboration, je vous prie d'agréer, Mesdames et Messieurs les Députés, l'expression de ma considération distinguée.

Institut de Journalisme et des Communications Sociales
de l'Université de Fribourg (CH)

Bernhard Bircher
Rue Jean Grimoux 36
1700 Fribourg

Prof. Louis Bosshart

Bernhard Bircher

14.5 Mahnung auf Französisch

A l'attention des membres des Chambres fédérales

Rappel

"Les parlementaires suisses et la communication électronique"

Mesdames et Messieurs les Députés,

Dans le cadre de mon travail de diplôme, et en collaboration avec le professeur Louis Bosshart de l'Institut de Journalisme et des Communications Sociales de l'Université de Fribourg (CH), je soussigné Bernhard Bircher mène une enquête sur l'utilisation par les parlementaires suisses des moyens de communication électroniques, enquête qui permettra à l'Institut de Journalisme et des Communications Sociales d'entreprendre par la suite des recherches plus approfondies en la matière.

Dix minutes vous suffiront pour répondre au questionnaire ci-joint, qui comprend 21 questions concernant "Les parlementaires suisses et la communication électronique", ainsi que quelques questions ayant trait à votre personne. Ce questionnaire est anonyme, et les informations seront traitées en toute confidentialité. Afin de garantir la fiabilité des résultats, nous vous saurions gré de bien vouloir répondre de façon précise à l'ensemble des questions. Nous vous informerons des résultats.

Je vous prie de retourner le questionnaire dûment rempli dans l'enveloppe-réponse que vous trouverez en annexe. Le professeur Louis Bosshart (Louis.Bosshart@unifr.ch) et moi-même (tél. 076 / 507 36 36) nous tenons à votre entière disposition pour tout renseignement.

Vous remerciant d'avance de votre collaboration, je vous prie d'agréer, Mesdames et Messieurs les Députés, l'expression de ma considération distinguée.

Institut de Journalisme et des Communications Sociales
de l'Université de Fribourg (CH)

Bernhard Bircher
Rue Jean Grimoux 36
1700 Fribourg

Prof. Louis Bosshart

Bernhard Bircher

14.6 Mahnung auf Deutsch

An alle Mitglieder der eidgenössischen Räte

ERINNERUNGSSCHREIBEN

Sehr geehrte Damen und Herren

Vielen Dank für Ihre rege Teilnahme an der schriftlichen Befragung zum Thema "Elektronische politische Kommunikation der Schweizer Parlamentarier" vom Dezember 2000. Die Anzahl der zurückgesandten Fragebögen ist beachtlich. Allerdings reicht sie für eine fundierte statistische Auswertung noch nicht ganz aus. Ich erlaube mir daher, Ihnen erneut einen Fragebogen mit Antwortcouvert zuzusenden. Falls Sie den Fragebogen schon beantwortet haben, können Sie dieses Schreiben als gegenstandslos betrachten. Da der erste Versand der Fragebogen absolut anonym erfolgte, erhalten alle ParlamentarierInnen nochmals einen Fragebogen, somit also auch Personen, die an der Befragung schon teilgenommen haben. Diese können den Fragebogen vernichten. Ihnen möchte ich an dieser Stelle für Ihre Bemühungen herzlich danken.

Falls Sie den Fragebogen noch nicht beantworten konnten, bitte ich Sie höflich, dies bis Ende Februar nachzuholen. Nur mit Ihrer Unterstützung kann ein fundierter Schlussbericht erstellt werden, der schliesslich auch Ihnen zur Verfügung gestellt wird. Ich danke Ihnen schon im voraus für Ihr Verständnis und Ihren Bemühungen.

Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
der Universität Freiburg / CH

Bernhard Bircher
Rue Jean Grimoux 36
1700 Fribourg

Prof. Louis Bosshart

Bernhard Bircher

14.7 Statistische Auswertungen

14.7.1 Rücklaufquote nach Kammern

Statistics

Kammerzugehörigkeit

N	Valid	175
	Missing	9

Kammerzugehörigkeit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ständerat	34	18.5	19.4	19.4
	Nationalrat	141	76.6	80.6	100.0
	Total	175	95.1	100.0	
Missing	999	9	4.9		
Total		184	100.0		

14.7.2 Rücklaufquote nach Kammern und Fraktionszugehörigkeit

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Fraktionszugehörigkeit * Kammerzugehörigkeit	173	94.0%	11	6.0%	184	100.0%

Fraktionszugehörigkeit * Kammerzugehörigkeit Crosstabulation

Count

		Kammerzugehörigkeit		Total
		Ständerat	Nationalrat	
Fraktionszugehörigkeit	FDP	15	32	47
	SP	5	38	43
	SVP	4	33	37
	CVP	9	18	27
	Grüne		9	9
	Liberale		2	2
	EVP		6	6
	Fraktionslos		2	2
Total		33	140	173

14.7.3 Rücklaufquote nach Kammern und Geschlecht

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Geschlecht * Kammerzugehörigkeit	168	91.3%	16	8.7%	184	100.0%

Geschlecht * Kammerzugehörigkeit Crosstabulation

			Kammerzugehörigkeit		Total
			Ständerat	Nationalrat	
Geschlecht	weiblich	Count	5	35	40
		% within Kammerzugehörigkeit	15.2%	25.9%	23.8%
	männlich	Count	28	100	128
		% within Kammerzugehörigkeit	84.8%	74.1%	76.2%
Total		Count	33	135	168
		% within Kammerzugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%

14.7.4 Alter

Statistics

Alterskategorie

N	Valid	179
	Missing	5

Alterskategorie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Jahre	2	1.1	1.1	1.1
	31-40 Jahre	9	4.9	5.0	6.1
	41-50 Jahre	66	35.9	36.9	43.0
	51 - 60 Jahre	84	45.7	46.9	89.9
	61-70 Jahre	18	9.8	10.1	100.0
	Total	179	97.3	100.0	
Missing	999	5	2.7		
Total		184	100.0		

14.7.5 Letzte besuchte Schulstufe

Statistics

letzte Schulstufe

N	Valid	179
	Missing	5

letzte Schulstufe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sekundarschule, Bezirksschule, Progymnasium	3	1.6	1.7	1.7
	Berufsschule, Berufsmittelschule, Fachschule	25	13.6	14.0	15.6
	Maturitätsschule, Gynasium, Seminar, Oberrealschule	16	8.7	8.9	24.6
	HTL und andere höhere Lehranstalten	24	13.0	13.4	38.0
	Universität	111	60.3	62.0	100.0
	Total	179	97.3	100.0	
Missing	999	5	2.7		
Total		184	100.0		

14.7.6 Monatliches Bruttoeinkommen

Statistics

mtl. Bruttoeinkommen

N	Valid	166
	Missing	18

mtl. Bruttoeinkommen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	bis 5'000 Fr.	11	6.0	6.6	6.6
	5'001 - 10'000 Fr.	54	29.3	32.5	39.2
	10'001 - 15'000 Fr.	43	23.4	25.9	65.1
	15'001 - 20'000 Fr.	36	19.6	21.7	86.7
	über 20'000 Fr.	22	12.0	13.3	100.0
	Total	166	90.2	100.0	
Missing	999	18	9.8		
Total		184	100.0		

14.7.7 Computernutzung (Frage 1)

Statistics

Computereinsatz

N	Valid	181
	Missing	3

Computereinsatz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sehr häufig	95	51.6	52.5	52.5
	regelmässig	75	40.8	41.4	93.9
	selten	9	4.9	5.0	98.9
	nie	2	1.1	1.1	100.0
	Total	181	98.4	100.0	
Missing	999	3	1.6		
Total		184	100.0		

14.7.8 Computernutzung aufgeschlüsselt nach Fraktionszugehörigkeit (Frage 1)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Computerkenntnisse? * Fraktionszugehörigkeit	175	95.1%	9	4.9%	184	100.0%

Computerkenntnisse? * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation

			Fraktionszugehörigkeit							Total	
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP		Fraktionslos
Computerkenntnisse? sehr gute Kenntnisse	Count		3	4	4	2					13
	% within Fraktionszugehörigkeit		6.3%	9.3%	10.5%	7.4%					7.4%
gute Kenntnisse	Count		27	27	21	18	6		5	2	106
	% within Fraktionszugehörigkeit		56.3%	62.8%	55.3%	66.7%	66.7%		83.3%	100.0%	60.6%
wenige Kenntnisse	Count		17	12	12	7	3	2	1		54
	% within Fraktionszugehörigkeit		35.4%	27.9%	31.6%	25.9%	33.3%	100.0%	16.7%		30.9%
keine Kenntnisse	Count		1		1						2
	% within Fraktionszugehörigkeit		2.1%		2.6%						1.1%
Total	Count		48	43	38	27	9	2	6	2	175
	% within Fraktionszugehörigkeit		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

14.7.9 Computernutzung aufgeschlüsselt nach Geschlecht (Frage 1)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Computereinsatz * Geschlecht	169	91.8%	15	8.2%	184	100.0%

Computereinsatz * Geschlecht Crosstabulation

			Geschlecht		Total
			weiblich	männlich	
Computereinsatz	sehr häufig	Count	29	62	91
		% within Geschlecht	72.5%	48.1%	53.8%
	regelmässig	Count	11	56	67
		% within Geschlecht	27.5%	43.4%	39.6%
	selten	Count		9	9
		% within Geschlecht		7.0%	5.3%
	nie	Count		2	2
		% within Geschlecht		1.6%	1.2%
Total	Count	40	129	169	
	% within Geschlecht	100.0%	100.0%	100.0%	

14.7.10 Einsatzzweck (Frage 2)

Statistics

		Besitze keine Informatikausrüstung	Nutze keine Informatikausrüstung	Nutzung im Rahmen Ratmandat	Nutzung beruflich ausserhalb Rat	Nutzung für private Anwendungen
N	Valid	183	183	183	183	183
	Missing	1	1	1	1	1

Besitze keine Informatikausrüstung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	2	1.1	1.1	1.1
	nein	181	98.4	98.9	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

Nutze keine Informatikausrüstung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	2	1.1	1.1	1.1
	nein	181	98.4	98.9	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

Nutzung im Rahmen Ratmandat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	169	91.8	92.3	92.3
	nein	14	7.6	7.7	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

Nutzung beruflich ausserhalb Rat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	159	86.4	86.9	86.9
	nein	24	13.0	13.1	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

Nutzung für private Anwendungen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	148	80.4	80.9	80.9
	nein	35	19.0	19.1	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

14.7.11 Computerkenntnisse aufgeschlüsselt nach Fraktionen (Frage 3)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Computerkenntnisse? * Fraktionszugehörigkeit	175	95.1%	9	4.9%	184	100.0%

Computerkenntnisse? * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation

		Fraktionszugehörigkeit								Total
		FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberales	EVP	Fraktionslos	
Computerkenntnisse? sehr gute Kenntnisse	Count	3	4	4	2					13
	% within Fraktionszugehörigkeit	6.3%	9.3%	10.5%	7.4%					7.4%
	gute Kenntnisse	Count	27	27	21	18	6		5	2
	% within Fraktionszugehörigkeit	56.3%	62.8%	55.3%	66.7%	66.7%		83.3%	100.0%	60.6%
wenige Kenntnisse	Count	17	12	12	7	3	2	1		54
	% within Fraktionszugehörigkeit	35.4%	27.9%	31.6%	25.9%	33.3%	100.0%	16.7%		30.9%
	keine Kenntnisse	Count	1		1					
% within Fraktionszugehörigkeit		2.1%		2.6%						1.1%
Total		Count	48	43	38	27	9	2	6	2
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

14.7.12 Internetanschluss ausserhalb des Parlamentes (Frage 4)

Statistics

		Privaten Internetanschluss ausserhalb Parlament?	Beruflichen Internetanschluss ausserhalb Parlament?	Keinen Internetanschluss ausserhalb Parlament
N	Valid	184	184	184
	Missing	0	0	0

Privaten Internetanschluss ausserhalb Parlament?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	154	83.7	83.7	83.7
	nein	30	16.3	16.3	100.0
	Total	184	100.0	100.0	

Beruflichen Internetanschluss ausserhalb Parlament?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	133	72.3	72.3	72.3
	nein	51	27.7	27.7	100.0
	Total	184	100.0	100.0	

Keinen Internetanschluss ausserhalb Parlament

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	8	4.3	4.3	4.3
	nein	176	95.7	95.7	100.0
	Total	184	100.0	100.0	

14.7.13 Internetnutzung pro Woche (Frage 5)

Statistics

Nutzung pro Woche

N	Valid	175
	Missing	9
Mean		3.97
Median		3.00
Range		25
Minimum		0
Maximum		25

Nutzung pro Woche

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	6	3.3	3.4	3.4
1	35	19.0	20.0	23.4
2	36	19.6	20.6	44.0
3	28	15.2	16.0	60.0
4	19	10.3	10.9	70.9
5	19	10.3	10.9	81.7
6	2	1.1	1.1	82.9
7	4	2.2	2.3	85.1
8	7	3.8	4.0	89.1
9	1	.5	.6	89.7
10	10	5.4	5.7	95.4
11	1	.5	.6	96.0
12	3	1.6	1.7	97.7
15	1	.5	.6	98.3
20	2	1.1	1.1	99.4
25	1	.5	.6	100.0
Total	175	95.1	100.0	
Missing 999	9	4.9		
Total	184	100.0		

14.7.14 Nutzungshäufigkeit von E-Mail (Frage 6a)

Statistics

Pers. Nutzung von E-mail

N	Valid	184
	Missing	0

Pers. Nutzung von E-mail

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sehr häufig	74	40.2	40.2	40.2
regelmässig	82	44.6	44.6	84.8
selten	26	14.1	14.1	98.9
nie	2	1.1	1.1	100.0
Total	184	100.0	100.0	

14.7.15 Nutzungshäufigkeit von Chat-Foren (Frage 6b)

Statistics

Pers. Nutzung von Chat-Foren

N	Valid	183
	Missing	1

Pers. Nutzung von Chat-Foren

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	regelmässig	2	1.1	1.1	1.1
	selten	36	19.6	19.7	20.8
	nie	145	78.8	79.2	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

14.7.16 Nutzungshäufigkeit von Newsgroups (Frage 6c)

Statistics

Pers. Nutzung von Newsgroups

N	Valid	183
	Missing	1

Pers. Nutzung von Newsgroups

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sehr häufig	1	.5	.5	.5
	regelmässig	8	4.3	4.4	4.9
	selten	30	16.3	16.4	21.3
	nie	144	78.3	78.7	100.0
	Total	183	99.5	100.0	
Missing	999	1	.5		
Total		184	100.0		

14.7.17 Nutzungszweck (Frage 7)

Internetnutzung in Tätigkeit als Parlamentarier

Statistics

Interneteinsatz

N	Valid	182
	Missing	2

Interneteinsatz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	12	6.5	6.6	6.6
	nein	170	92.4	93.4	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

Interneteneinsatz * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation

			Fraktionszugehörigkeit							Total	
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP		Fraktionslos
Interneteneinsatz	ja	Count	3	1	5	1			1		11
		% within Interneteneinsatz	27.3%	9.1%	45.5%	9.1%			9.1%		100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	6.3%	2.4%	13.2%	3.7%			16.7%		6.3%
	nein	Count	45	41	33	26	9	2	5	2	163
		% within Interneteneinsatz	27.6%	25.2%	20.2%	16.0%	5.5%	1.2%	3.1%	1.2%	100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	93.8%	97.6%	86.8%	96.3%	100.0%	100.0%	83.3%	100.0%	93.7%
Total		Count	48	42	38	27	9	2	6	2	174
		% within Interneteneinsatz	27.6%	24.1%	21.8%	15.5%	5.2%	1.1%	3.4%	1.1%	100.0%
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Veröffentlichung von Abstimmungsinfos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	61	33.2	33.5	33.5
	nein	121	65.8	66.5	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

Veröffentlichung eigener Biographie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	71	38.6	39.0	39.0
	nein	111	60.3	61.0	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

Veröffentlichung von Abstimmungsinfos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	61	33.2	33.5	33.5
	nein	121	65.8	66.5	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

Veröffentlichung pers. Leistungsausweis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	54	29.3	29.7	29.7
	nein	128	69.6	70.3	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

14.7.18 Persönliche Internetseite (Frage 8)

Statistics

Haben Sie eine pers. Internetseite?

N	Valid	184
	Missing	0

Haben Sie eine pers. Internetseite?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	86	46.7	46.7	46.7
	nein	98	53.3	53.3	100.0
	Total	184	100.0	100.0	

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Haben Sie eine pers. Internetseite? * Fraktionszugehörigkeit	176	95.7%	8	4.3%	184	100.0%

Haben Sie eine pers. Internetseite? * Fraktionszugehörigkeit Crosstabulation

			Fraktionszugehörigkeit							Total
			FDP	SP	SVP	CVP	Grüne	Liberale	EVP	
Haben Sie eine pers. Internetseite?	ja	Count	20	24	20	16	2		1	84
		% within Fraktionszugehörigkeit	41.7%	55.8%	52.6%	57.1%	22.2%		16.7%	50.0%
	nein	Count	28	19	18	12	7	2	5	92
		% within Fraktionszugehörigkeit	58.3%	44.2%	47.4%	42.9%	77.8%	100.0%	83.3%	50.0%
Total		Count	48	43	38	28	9	2	6	176
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

14.7.19 Unterhalt der Internetseite (Frage 9)

Statistics

		Unterhalt durch mich selber	Unterhalt durch Verwandte	Unterhalt durch Partei	Unterhalt durch PR-Büro	Unterhalt durch Andere
N	Valid	85	85	85	85	85
	Missing	99	99	99	99	99

Unterhalt durch mich selber

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	21	11.4	24.7	24.7
	nein	64	34.8	75.3	100.0
	Total	85	46.2	100.0	
Missing	999	99	53.8		
Total		184	100.0		

Unterhalt durch Verwandte

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	20	10.9	23.5	23.5
	nein	65	35.3	76.5	100.0
	Total	85	46.2	100.0	
Missing	999	99	53.8		
Total		184	100.0		

Unterhalt durch Partei

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	15	8.2	17.6	17.6
	nein	70	38.0	82.4	100.0
	Total	85	46.2	100.0	
Missing	999	99	53.8		
Total		184	100.0		

Unterhalt durch PR-Büro

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	16	8.7	18.8	18.8
	nein	69	37.5	81.2	100.0
	Total	85	46.2	100.0	
Missing	999	99	53.8		
Total		184	100.0		

Unterhalt durch Andere

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	29	15.8	34.1	34.1
	nein	56	30.4	65.9	100.0
	Total	85	46.2	100.0	
Missing	999	99	53.8		
Total		184	100.0		

14.7.20 Investitionen in Internetauftritt (Frage 10)

Statistics

Investition in Internetauftritt pro Jahr

N	Valid	184
	Missing	0

Investition in Internetauftritt pro Jahr

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid keine Investition	117	63.6	63.6	63.6
1 - 2'000 Fr.	40	21.7	21.7	85.3
2'001 - 4'000 Fr.	20	10.9	10.9	96.2
4'001 - 6'000 Fr.	3	1.6	1.6	97.8
6'001 - 8'000 Fr.	3	1.6	1.6	99.5
10'001 - 15'000 Fr.	1	.5	.5	100.0
Total	184	100.0	100.0	

Fraktionszugehörigkeit * Investition in Internetauftritt pro Jahr Crosstabulation

			Investition in Internetauftritt pro Jahr						
			keine Investition	1 - 2'000 Fr.	2'001 - 4'000 Fr.	4'001 - 6'000 Fr.	6'001 - 8'000 Fr.	10'001 - 15'000 Fr.	Total
Fraktionszugehörigkeit	FDP	Count	33	6	7	1		1	48
		% within Fraktionszugehörigkeit	68.8%	12.5%	14.6%	2.1%		2.1%	100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	30.0%	15.4%	35.0%	33.3%		100.0%	27.3%
		% of Total	18.8%	3.4%	4.0%	.6%		.6%	27.3%
	SP	Count	25	14	3	1			43
		% within Fraktionszugehörigkeit	58.1%	32.6%	7.0%	2.3%			100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	22.7%	35.9%	15.0%	33.3%			24.4%
		% of Total	14.2%	8.0%	1.7%	.6%			24.4%
	SVP	Count	21	11	5		1		38
		% within Fraktionszugehörigkeit	55.3%	28.9%	13.2%		2.6%		100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	19.1%	28.2%	25.0%		33.3%		21.6%
		% of Total	11.9%	6.3%	2.8%		.6%		21.6%
	CVP	Count	15	6	4	1	2		28
		% within Fraktionszugehörigkeit	53.6%	21.4%	14.3%	3.6%	7.1%		100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	13.6%	15.4%	20.0%	33.3%	66.7%		15.9%
		% of Total	8.5%	3.4%	2.3%	.6%	1.1%		15.9%
	Grüne	Count	6	2	1				9
		% within Fraktionszugehörigkeit	66.7%	22.2%	11.1%				100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	5.5%	5.1%	5.0%				5.1%
		% of Total	3.4%	1.1%	.6%				5.1%
	Liberale	Count	2						2
		% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%						100.0%
		% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	1.8%						1.1%
		% of Total	1.1%						1.1%
EVP	Count	6						6	
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%						100.0%	
	% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	5.5%						3.4%	
	% of Total	3.4%						3.4%	
Fraktionslos	Count	2						2	
	% within Fraktionszugehörigkeit	100.0%						100.0%	
	% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	1.8%						1.1%	
	% of Total	1.1%						1.1%	
Total	Count	110	39	20	3	3	1	176	
	% within Fraktionszugehörigkeit	62.5%	22.2%	11.4%	1.7%	1.7%	.6%	100.0%	
	% within Investition in Internetauftritt pro Jahr	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	62.5%	22.2%	11.4%	1.7%	1.7%	.6%	100.0%	

14.7.21 Bestes Medium für die politische Kommunikation (Frage 11)

Statistics

Bestes Kommunikationsmedium?

N	Valid	165
	Missing	19

Bestes Kommunikationsmedium?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Zeitung	79	42.9	47.9	47.9
	Zeitschriften	1	.5	.6	48.5
	Radio	3	1.6	1.8	50.3
	Fernsehen	78	42.4	47.3	97.6
	Plakat	4	2.2	2.4	100.0
	Total	165	89.7	100.0	
Missing	999	19	10.3		
Total		184	100.0		

14.7.22 Einsatz von E-Mail für Wahl- und Abstimmungskampf (Frage 12)

Statistics

Haben Sie E-mail für Wahl- oder Abstimmungskampf jemals eingesetzt?

N	Valid	182
	Missing	2

Haben Sie E-mail für Wahl- oder Abstimmungskampf jemals eingesetzt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	84	45.7	46.2	46.2
	nein	98	53.3	53.8	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

14.7.23 Elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden (Frage 13)

Statistics

Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?

N	Valid	178
	Missing	6

Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	112	60.9	62.9	62.9
	nein	49	26.6	27.5	90.4
	weiss nicht	17	9.2	9.6	100.0
	Total	178	96.7	100.0	
Missing	999	5	2.7		
	System	1	.5		
	Total	6	3.3		
Total		184	100.0		

Fraktionszugehörigkeit * Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar? Crosstabula

			Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?			Total
			ja	nein	weiss nicht	
Fraktionszugehörigkeit	FDP	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	35 31.8%	8 17.4%	3 21.4%	46 27.1%
	SP	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	29 26.4%	8 17.4%	4 28.6%	41 24.1%
	SVP	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	16 14.5%	17 37.0%	3 21.4%	36 21.2%
	CVP	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	17 15.5%	9 19.6%	2 14.3%	28 16.5%
	Grüne	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	8 7.3%	1 2.2%		9 5.3%
	Liberale	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	2 1.8%			2 1.2%
	EVP	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	2 1.8%	3 6.5%	1 7.1%	6 3.5%
	Fraktionslos	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	1 .9%		1 7.1%	2 1.2%
	Total	Count % within Sind elektronische Abstimmungen parallel zu trad. Methoden wünschbar?	110 100.0%	46 100.0%	14 100.0%	170 100.0%

14.7.24 Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf? (Frage 14)

Statistics

Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf:

N	Valid	169
	Missing	15

Wichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fernsehen	51	27.7	30.2	30.2
	Zeitungen	81	44.0	47.9	78.1
	Plakate	11	6.0	6.5	84.6
	Wahlveranstaltungen	14	7.6	8.3	92.9
	Andere	12	6.5	7.1	100.0
	Total	169	91.8	100.0	
Missing	999	15	8.2		
Total		184	100.0		

14.7.25 Zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im. Wahlkampf? (Frage 15)

StatisticsZweitwichtigstes Kommunikationsmedium
im pers. Wahlkampf?

N	Valid	173
	Missing	11

Zweitwichtigstes Kommunikationsmedium im pers. Wahlkampf?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fernsehen	35	19.0	20.2	20.2
	Radio	34	18.5	19.7	39.9
	Zeitungen	64	34.8	37.0	76.9
	Zeitschriften	3	1.6	1.7	78.6
	Internet / E-mail	2	1.1	1.2	79.8
	Plakate	23	12.5	13.3	93.1
	Andere	12	6.5	6.9	100.0
	Total	173	94.0	100.0	
Missing	999	11	6.0		
Total		184	100.0		

14.7.26 Erhöhung der Stimmbeteiligung mit elektr. Abstimmungen (Frage 16)

Statistics

"Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"

N	Valid	181
	Missing	3

"Elektronische Abstimmungen erhöhen die Stimmbeteiligung?"

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	stimme zu	65	35.3	35.9	35.9
	unentschieden	65	35.3	35.9	71.8
	stimme nicht zu	51	27.7	28.2	100.0
	Total	181	98.4	100.0	
Missing	999	3	1.6		
Total		184	100.0		

14.7.27 Transparentere Demokratie dank Internet (Frage 17)

Statistics

"Das Internet macht unsere Demokratie transparenter.

N	Valid	182
	Missing	2

"Das Internet macht unsere Demokratie transparenter."

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	stimme zu	68	37.0	37.4	37.4
	unentschieden	56	30.4	30.8	68.1
	stimme nicht zu	58	31.5	31.9	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

14.7.28 Internet als effizientes Polit-Medium (Frage 18)

Statistics

"Internet ist effizientes Medium um eigene Positionen und Leistungen zu kommunizieren."

N	Valid	179
	Missing	5

"Internet ist effizientes Medium um eigene Positionen und Leistungen zu kommunizieren."

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	stimme zu	100	54.3	55.9	55.9
	unentschieden	66	35.9	36.9	92.7
	stimme nicht zu	13	7.1	7.3	100.0
	Total	179	97.3	100.0	
Missing	999	5	2.7		
Total		184	100.0		

14.7.29 Internetkampagne bei nächsten Wahlen (Frage 19)

Statistics

Werden Sie anlässlich der nächsten eidgen. Wahlkampfes eine Internetkampagne lancieren?

N	Valid	182
	Missing	2

Werden Sie anlässlich der nächsten eidgen. Wahlkampfes eine Internetkampagne lancieren?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	81	44.0	44.5	44.5
	nein	12	6.5	6.6	51.1
	weiss nicht	77	41.8	42.3	93.4
	werde nicht mehr kandidieren	12	6.5	6.6	100.0
	Total	182	98.9	100.0	
Missing	999	2	1.1		
Total		184	100.0		

14.7.30 Internetseite in Wahlkampagne? (Frage 20)

Statistics

War Ihre pers. Internetseite bei den verg. Wahlen ein Bestandteil Ihrer Wahlkampagne?

N	Valid	95
	Missing	89

War Ihre pers. Internetseite bei den verg. Wahlen ein Bestandteil Ihrer Wahlkampagne?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	73	39.7	76.8	76.8
	nein	22	12.0	23.2	100.0
	Total	95	51.6	100.0	
Missing	999	89	48.4		
Total		184	100.0		

14.7.31 Positive Beeinflussung des Wahlergebnisses durch Internetseite? (Frage 21)

Statistics

Hat Ihre pers. Internetseite Ihr Wahlergebnis positiv beeinflusst?

N	Valid	82
	Missing	102

Hat Ihre pers. Internetseite Ihr Wahlergebnis positiv beeinflusst?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	33	17.9	40.2	40.2
	nein	16	8.7	19.5	59.8
	weiss nicht	33	17.9	40.2	100.0
	Total	82	44.6	100.0	
Missing	999	102	55.4		
Total		184	100.0		

15 Stichwortverzeichnis

A

Altersgruppe 20
 Amerikanisierung 5

C

Chat-Foren4, 10, 26, 28, 29, 45, 60, 75
 Computernutzung..... 23, 24, 29, 70, 71
 CVP19, 27, 31, 35

D

Demokratie ...9, 14, 39, 40, 44, 47, 48, 49,
 50, 61, 85
 Digitalisierung 10

E

Einkommen.....4, 7, 16, 22, 45
 E-Mail..... 4, 10, 11, 16, 25, 26, 27, 28, 29,
 30, 35, 44, 45, 60, 61, 75, 81
 EVP19, 22, 32, 35

F

FDP 19, 27, 31, 35, 36
 Fragebogen 6, 7, 8, 17, 18, 19, 22, 54,
 59, 64, 67
 Fragestellungen7
 Fraktionslose 19, 32
 Fraktionszugehörigkeit...7, 18, 23, 25, 31,
 63, 68, 71

G

Grundgesamtheit.....6, 7, 17, 18, 19, 20
 Grüne Fraktion.....29, 63

I

IBM.....7, 8, 18, 44
 Informatikausrüstung.....24, 59
 Informations-Gatekeeper 6
 Informationsgesellschaft 5
 Internetanschluss 25, 29, 59, 74
 Internetauftritt 4, 30, 32, 33, 44, 45, 60, 79

K

Kommunikationspolitik 9
kommunikative Brücke" 10

L

Liberale 19, 32, 63

M

Massenmedien .4, 8, 9, 10, 11, 12, 33, 38,
 45, 51
Medienpolitik..... 9, 50
 Milizparlament 8

N

Neue Medien 5, 10
Newsgroups.....4, 26, 28, 29, 45, 60, 76

O

öffentliche Meinung..... 9, 10
Öffentlichkeit.....9, 10, 11, 12, 13, 47, 51
 Opinion Leader 6

P

Parlamentdienst 16, 20

Partizipation10, 13, 49
politische Kommunikation 4, 5, 7, 8, 9, 10,
 12, 13, 26, 29, 33, 45, 46, 48, 49, 64,
 67, 81
PR-Arbeit31

R

Repräsentativität.....18, 19, 47
 Rücklaufquote..... 6, 17, 18, 19, 68, 69

S

SP..... 19, 23, 27, 31
 Stichprobe .. 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26,
 27, 28, 29, 30, 32, 38, 44
 SVP19, 23, 27, 31, 34, 35, 57

T

Transparenz6, 13, 14

U

Untersuchungsanlage 6, 17

W

Wahlkampagnen..... 30, 33, 44, 60
 WEMF7, 12, 14, 15, 21, 22, 48, 52