

Inhalt

Vorwort	15
Einleitung	17
1. Fragestellung	17
2. Begriff und Dimensionen parlamentarischer Öffentlichkeitsarbeit – erste Annäherung	18
2.1. Was ist Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations?	18
2.2. Definition: Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit und Parlaments-PR/ Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente.....	22
3. Politikwissenschaftliche Relevanz und Perspektive	26
4. Stand der Forschung	28
5. Methode und Methodologie	31
6. Aufbau der Arbeit und Vorgehensweise	35

Teil I

Parlament und Öffentlichkeit: Funktionen – Strukturen –

Beziehungen	37
1. Öffentlichkeit: Begriff und Dimensionen	37
2. Parlament und Öffentlichkeit – systemnormative Interdependenz	40
2.1. Demokratische Repräsentation als zentrale Aufgabe des Parlaments	40
2.2. Die zwei Repräsentationskomponenten und Öffentlichkeit	42
2.2.1. Politische Führung: Öffentlichkeit als Raum der Herrschaftskontrolle durch Publizität	42
2.2.2. Responsivität: Öffentlichkeit als Raum der Interessenvermittlung und Willensbildung	45
2.3. Fazit: Parlament und Öffentlichkeit – gegenseitige Funktionalität.....	47
3. Strukturbedingungen der modernen Öffentlichkeit	47
3.1. Dominanz der massenmedialen Öffentlichkeit	48
3.2. Massenmedien, Arena und disperses Publikum – einseitige Kommunikation.....	49
3.3. Kommunikator- und Kommunikationsselektion durch die Massenmedien.....	50

3.4. Digitalisierung von Kommunikation	52
3.5. „Aufhebung“ einer monolithischen Öffentlichkeit – Vielkanalöffentlichkeiten – Teilöffentlichkeiten	53
3.6. Fazit: Permanenter Strukturwandel der Öffentlichkeit	55
4. Politik und politische Kommunikation der modernen Öffentlichkeit.....	55
4.1. Politik in der massenmedialen Arena – einseitige Kommunikation und Zuschauerdemokratie?	56
4.1.1. Videomalaise – Entfremdung von der Politik	56
4.1.2. Mentale statt reale Partizipation	58
4.2. Politik in der massenmedialen Arena – Marginalisierung und Boulevardisierung	60
4.3. Politik in der massenmedialen Arena – Offenheit und rationaler Diskurs?	62
4.4. Politik in der massenmedialen Arena – Selbstbezüglichkeit	63
4.5. Digitalisierung der Kommunikation als Parameter moderner Öffent- lichkeit und ihre Auswirkungen auf die politische Kommunikation	65
4.6. Globalisierte Kommunikation vs. nationalstaatliche Demokratie	66
4.7. Fragmentierung: Risiko oder Chance für eine politische Öffentlichkeit?	67
4.8. Fazit: Auflösung und Verdrängung politischer Öffentlichkeit	68
5. Parlamentarische Repräsentationsprobleme in der modernen Öffentlichkeit	69
5.1. Parlamentarische Publizität in der modernen Öffentlichkeit – Marginalisierung und Boulevardisierung parlamentarischer Außenkommunikation in der massenmedialen Öffentlichkeit	69
5.1.1. Personalisierungsdefizite und Plenumsfixierung	70
5.1.2. Reflexe der Akteure – „reciprocal effects“: Binnen- versus Außenkommunikation	72
5.2. Willensbildung und Interessenwahrnehmung in der modernen Öffentlichkeit	74
5.3. Krise der Repräsentation? – Empirische Indizien	75
5.3.1. Transparenzdefizite – Vertrauensdefizite	76
5.3.2. Responsivitätsdefizite	77
5.4. Wandel der parlamentarischen Repräsentation – Chancen und Herausforderungen	79
5.4.1. Gesellschaftliche Ausdifferenzierung als Herausforderung	79
5.4.2. Handlungs- und Verhandlungszwänge als Herausforderung	80
6. Bilanz: Das parlamentarische Kommunikationsdilemma	83

Teil II

Parlaments-PR als Lösung

des parlamentarischen Kommunikationsdilemmas?	85
1. PR-Funktionen und -Leistungen für die Gesamtgesellschaft und das politische Teilsystem	85
2. Funktionen, Aufgaben und Instrumentarium von Parlaments-PR	87
2.1. Systemnormative Funktionen und Leistungen von Parlaments-PR.....	87
2.2. Aufgaben: Strukturelle Herausforderungen und mögliche strategische Antworten der Parlaments-PR	89
2.2.1. <i>Senkung der Kommunikationskosten</i> – Parlaments-PR als institutionalisierte Bringschuld	90
2.2.2. Ausdifferenzierung von Gesellschaft und Öffentlichkeit – Parlaments-PR als Vielkanalkommunikation	91
2.2.3. <i>Marginalisierung parlamentarischer Kommunikation</i> – Parlaments-PR und Thematisierung.....	92
2.2.4. Verzerrung durch massenmediale Filtereffekte – Parlaments-PR als Förderung interpersonaler und dialogischer Kommunikation.....	93
2.2.5. Themen- und Verfahrenskomplexität – Parlaments-PR als Reduktion von Komplexität	94
2.3. Tätigkeitsfelder von Parlaments-PR	95
3. Gratwanderung: Public Relations und symbolische Politik.....	97
4. Leitbilder: PR als symmetrischer Dialog und verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit.....	100
4.1. PR als symmetrischer Dialog (Grunig/Hunt).....	100
4.2. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (Burkart).....	102
4.3. Verständigungsorientierter Dialog als Leitbild für Parlaments-PR?.....	105
5. Bilanz: Kann man mit Öffentlichkeitsarbeit das Parlament „retten“?.....	107

Teil III

Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente – Praxis..... 111

1. Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Bundestages – Bestandsaufnahme	111
1.1. Bundestag und Bundestagsverwaltung	111
1.2. Öffentlichkeitsarbeit der Bundestagsverwaltung.....	113
1.2.1. Aktivitäten.....	113
1.2.1.1. Medienarbeit	113
1.2.1.2. Publikationen, Souvenirs, audio-visuelle und neue Medien	118
1.2.1.3. Veranstaltungen/Aktionen.....	121
1.2.1.4. Besucherbetreuung	124
1.2.1.5. Input-Leistungen.....	126

1.2.2. Organisation.....	126
1.2.2.1. Historische Entwicklung der Organisation von Parlaments-PR beim Deutschen Bundestag.....	127
1.2.2.2. Parlaments-PR betreibende Verwaltungseinheiten.....	130
1.2.2.3. Organisatorische Spezifika: Fragmentierung und Koordinationsbemühungen.....	134
1.2.2.4. Entscheidungsprozesse.....	136
1.2.2.5. Budget und Personalstärke.....	138
1.2.2.6. Auftragsvergabe nach außen.....	141
1.3. Parlaments-PR seitens anderer Institutionen.....	141
2. Öffentlichkeitsarbeit des österreichischen Parlaments – Bestandsaufnahme.....	144
2.1. Parlament und Parlamentsdirektion.....	144
2.2. Öffentlichkeitsarbeit der Parlamentsdirektion.....	145
2.2.1. Aktivitäten.....	145
2.2.1.1. Medienarbeit.....	145
2.2.1.2. Publikationen, Souvenirs, audio-visuelle und neue Medien.....	146
2.2.1.3. Veranstaltungen.....	148
2.2.1.4. Besucherbetreuung.....	149
2.2.1.5. Input-Leistungen.....	149
2.2.2. Organisation der Öffentlichkeitsarbeit.....	150
2.2.2.1. Parlaments-PR betreibende Verwaltungseinheiten.....	150
2.2.2.2. Organisatorische Spezifika.....	151
2.2.2.3. Budget und Personalstärke.....	152
3. Parlamentarische Öffentlichkeitsarbeit anderer Parlamente – Auswertung einer EZPWD-Erhebung.....	152
3.1. Belgien – Repräsentantenhaus.....	153
3.2. Belgien – Senat.....	154
3.3. Zypern – Repräsentantenhaus.....	154
3.4. Tschechische Republik – Abgeordnetenversammlung.....	155
3.5. Estland – Staatsversammlung.....	156
3.6. Finnland – Parlament.....	156
3.7. Frankreich – Nationalversammlung.....	157
3.8. Georgien – Parlament.....	158
3.9. Ungarn – Nationalversammlung.....	159
3.10. Italien – Senat.....	160
3.11. Luxemburg – Abgeordnetenversammlung.....	161
3.12. Moldavien – Parlament.....	161
3.13. Niederlande – Erste Kammer.....	162
3.14. Niederlande – Zweite Kammer.....	162

3.15. Norwegen – Parlament.....	163
3.16. Polen – Sejm.....	165
3.17. Polen – Senat.....	166
3.18. Rumänien – Abgeordnetenkammer.....	167
3.19. Rußland – Föderationsrat.....	168
3.20. Slowakei – Nationalrat.....	169
3.21. Spanien – Abgeordnetenkongreß.....	169
3.22. Spanien – Senat.....	171
3.23. Schweden – Parlament.....	171
3.24. Großbritannien – Unterhaus.....	172
3.25. Großbritannien – Oberhaus.....	173
4. Bilanz: Parlaments-PR in der Praxis.....	174
4.1. Resümee: Aktivitäten.....	175
4.2. Resümee: Organisation.....	179

Teil IV

Parlaments-PR aus der Sicht der Verwaltungsakteure – Ergebnisse von Experteninterviews mit Akteuren der

Bundestagsverwaltung..... 183

1. Begriffe und Definitionen – Konzeptionelle Abgrenzungen durch die Akteure.....	183
1.1. „Öffentlichkeitsarbeit“ vs. „Pressearbeit“.....	183
1.2. „Öffentlichkeitsarbeit“ vs. „Public Relations“.....	185
2. Zielsetzung und Strategie von Parlaments-PR aus der Sicht der Akteure.....	187
2.1. Situationsdefinition.....	187
2.2. Zielsetzungen und Strategien in der Parlaments-PR.....	189
2.3. Taktiken in der Parlaments-PR.....	192
3. Interne Strukturbedingungen von Parlaments-PR aus der Sicht der Akteure.....	195
3.1. Organisationsspezifika des PR-Auftraggebers und ihre Auswirkungen....	196
3.2. Organisationsspezifika des PR-Auftragnehmers und ihre Auswirkungen.....	199
3.2.1. Budget.....	200
3.2.2. Entscheidungsprozesse.....	201
4. Bilanz: Die Akteursperspektiven im Widerstreit zum theoretisch abgeleiteten Modell.....	204

Teil V**Parlaments-PR zwischen Programm, Leitbild und Praxis 207**

1. Praxis der Parlaments-PR und die Programmpunkte.....	207
1.1. Senkung der Kommunikationskosten?.....	207
1.2. Vielkanalkommunikation?	208
1.3. Aktive Thematisierung/Newsmanagement?.....	209
1.4. Aufbau interpersonaler Kommunikation?.....	211
1.5. Reduktion von Komplexität?.....	211
2. Praxis der Parlaments-PR und das Leitbild des verständigungsorientierten Dialogs	212
2.1. Praxis der Parlaments-PR und die Modelleinteilung von Public Relations (Grunig/Hunt)	212
2.2. Praxis der Parlaments-PR und das Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (Burkart)	215
3. Praxis der Parlaments-PR – Instrumentalisierungstendenzen?.....	217
3.1. Parlaments-PR als Dienstleistung.....	218
3.2. Dienstleistung für Abgeordnete?	219
3.3. Dienstleistung für die Parlamentsspitze?	222
3.4. Sanktionsmechanismen und -logik.....	223
3.5. Verselbständigungstendenzen	225
3.6. Parlaments-PR zwischen Abhängigkeit und Selbständigkeit.....	227
4. Bilanz: Parlaments-PR als Variable in einer komplexen Machtgleichung	228

Schlußfolgerungen**Parlaments-PR – ein Beitrag zu einer neoparlamentarischen
Demokratie..... 231**

1. Resümee	231
2. Weiterer Forschungsbedarf	234

Abkürzungsverzeichnis	237
------------------------------------	------------

Anhang.....	241
--------------------	------------

Quellenverzeichnis	257
---------------------------------	------------

Literaturverzeichnis.....	263
----------------------------------	------------