

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>Zum Geleit</b> .....	11
<b>1 Einleitung</b> .....	15
1.1 Ausgangsbeobachtung und Fragestellung .....	15
1.2 Stand der Diskussion .....	17
1.3 Zur Methode der eigenen Untersuchung .....	21
1.4 Vorgehensweise, Begriffsklärungen und Anlage der Arbeit .....	25
<b>2 Mediale Politikvermittlung</b> .....	31
2.1 Politikvermittlung .....	31
2.2 Mediale Umbrüche in der Geschichte und der Neuzeit .....	33
2.3 Politische Kommunikation „top-down“ und „one-to-many“? .....	37
2.4 Entwicklungslinien .....	40
2.5 Das Internet als neues Medium .....	42
2.5.1 Technisch-kommunikative Potenziale .....	42
2.5.2 Techno-logische Dimensionen .....	43
2.5.3 Potenzielle Anwendungsbereiche .....	45
2.5.4 Interaktion und Interaktivität .....	48
2.6 Die politischen Anwendungsmöglichkeiten in der wissen- schaftlichen Diskussion .....	50
2.6.1 Die Perzeption der Auswirkungen auf den Informations- fluss .....	51
2.6.2 Die Perzeption der Auswirkungen auf Selbstorganisations- prozesse in der Gesellschaft .....	56

2.6.3 Die Perzeption der Auswirkungen auf Rückkoppelungsprozesse zwischen Entscheidungsträgern und Aktivbürgerschaft .....	60
2.6.4 Die Perzeption der Möglichkeiten zur Erweiterung politischer Partizipation .....	63
2.6.5 Die strukturelle Veränderung der Öffentlichkeit durch das Internet .....	67
2.6.6 Zur Frage der sozialen Anschlussfähigkeit neuer Technologien .....	72
2.6.7 Konzeptionelle Verdichtungen: Netzoptimisten, Netzneutralisten und Netzpessimisten .....	77
2.6.8 Mobilisierungs- und Verstärkungsthese: Zur Nutzung des Internets in Deutschland .....	84
2.6.9 Die bisherigen Ergebnisse der COST-Studie .....	90
<b>3 Das repräsentativ-demokratische System in Schleswig-Holstein als Voraussetzung der Mandatsausübung .....</b>	<b>93</b>
3.1 Willensbildung und Entscheidung .....	93
3.2 Der Landtag von Schleswig-Holstein im politischen System der Bundesrepublik Deutschland .....	95
3.3 Zum Amtsverständnis von Abgeordneten .....	101
3.4 Die Arbeitsweise der Landtagsabgeordneten von Schleswig-Holstein .....	106
3.4.1 Die parlamentarische Arbeit .....	107
3.4.2 Linkage und Dienstleistung .....	114
3.4.3 Responsivität und Führung .....	118
3.4.4 Die „Verantwortung für das Ganze“ .....	121
3.4.5 Die Arbeitsbedingungen .....	124
<b>4 Zwischenresümee .....</b>	<b>131</b>
<b>5 Die Befragung der Mitglieder des Landtages von Schleswig-Holstein .....</b>	<b>137</b>
5.1 Anwendungsformen der neuen Medien .....	137
5.2 Erfahrung und Kompetenz .....	152
5.3 Anwendungsarten, Anwendungsgebiete und Anwendungsdauer ..	158

5.4 Die Kommunikation per E-Mail .....	170
5.5 Der Internetauftritt .....	197
5.6 „Neue Medien“ – „alte Medien“ .....	204
5.7 Persönliches Profil .....	218
<b>6 Diskussion der Ergebnisse .....</b>	<b>225</b>
6.1 Zur Nutzung der neuen Medien im Landtag von Schleswig-Holstein .....	225
6.2 Die neuen Medien und die Ausfüllung des Mandates .....	229
6.3 Wandel der politischen Öffentlichkeit? .....	234
6.4 Der Beitrag der neuen Medien zu Effizienz, Transparenz und Partizipation im repräsentativ-demokratischen System von Schleswig-Holstein .....	237
6.5 Einordnung der Erkenntnisse in die Ergebnisse der COST-Studie ..	246
<b>7 Literatur .....</b>	<b>251</b>
<b>8 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>263</b>
<b>9 Anhang .....</b>	<b>265</b>
9.1 Interview: Christel Aschmoneit-Lücke, MdL (FDP) .....	265
9.2 Interview: Dr. Trutz Graf Kerssenbrock, MdL (CDU) .....	273
9.3 Interview: Karl-Martin Hentschel, MdL (Bündnis 90/Die Grünen) ..	280
9.4 Interview: Heinz Maurus, MdL (CDU) .....	294
9.5 Interview: Dr. Michael Schmidt-Neke (SPD) .....	308
9.6 Interview: Bernd Schröder, MdL (SPD) .....	316
<b>Fragebogen .....</b>	<b>327</b>
<b>Der Autor .....</b>	<b>345</b>