

NEUE SCHRIFTEN ZUR ONLINE-FORSCHUNG

Matthias Brändli

Die Online-Kommunikation von
politischen Interessengruppen
in der Schweiz

Bedeutung, Einsatz und Veränderung der
Organisationsstrukturen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Matthias Brändli

Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen in der Schweiz.

Bedeutung, Einsatz und Veränderung der Organisationsstrukturen

Neue Schriften zur Online-Forschung, Band 13

Köln: Halem, 2015

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Frühjahrssemester 2014 auf Antrag der Promotionskommission Prof. Dr. Otfried Jarren (hauptverantwortliche Betreuungsperson) und Prof. Dr. Patrick Donges als Dissertation angenommen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2015 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1865-2638

ISBN (Print): ISBN 978-3-86962-172-2

ISBN (PDF): ISBN 978-3-86962-171-5

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Verzeichnis der Abbildungen	12
Verzeichnis der Tabellen	13
Abkürzungsverzeichnis	18
1. EINLEITUNG	21
1.1 »Politics as usual«?	21
1.2 Fragestellung	22
1.3 Aufbau der Untersuchung	23
2. THEORETISCHER HINTERGRUND: POLITISCHE INTERESSENGRUPPEN OFF- UND ONLINE	24
2.1 Theoretische Grundlagen I: Der Blick auf Organisationen	25
2.1.1 <i>Organisationen als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung</i>	25
2.1.2 <i>Charakteristika und Elemente von Organisationen</i>	26
2.1.3 <i>Organisationen als rationale, natürliche und offene Systeme</i>	31
2.1.4 <i>Organisationsstrukturen</i>	33
2.1.5 <i>Differenzierung verschiedener organisationaler Analyseebenen</i>	35
2.2 Theoretische Grundlagen II: Definition und Verortung von politischen Interessengruppen im intermediären System der Interessenvermittlung	38
2.2.1 <i>Definition von politischen Interessengruppen</i>	39
2.2.2 <i>Verortung von politischen Interessengruppen im intermediären System der Interessenvermittlung</i>	44

2.3	Theoretische Grundlagen III: Definition und Abgrenzung von Online-Kommunikation	48
2.4	Theoretische Grundlagen IV: Kommunikationsreper-toires von politischen Interessengruppen	50
2.5	Theoretische Grundlagen V: Politische Interessengruppen und Online-Kommunikation	54
2.5.1	<i>Online-Kommunikation als Herausforderung für politische Interessengruppen</i>	54
2.5.2	<i>Die Wahrnehmung der Bedeutung und der Einsatz von Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen</i>	56
2.5.3	<i>Online-Kommunikation und politische Interessengruppen: Homogenität oder Diversifikation?</i>	57
2.6	Zwischenfazit: Politische Interessengruppen als Organisationen off- und online	64
3.	FORSCHUNGSSTAND: DIE ONLINE-KOMMUNIKATION VON POLITISCHEN INTERESSENGRUPPEN	69
3.1	Mögliche intra- und interorganisationale Veränderungen für politische Interessengruppen durch Online-Kommunikation	70
3.1.1	<i>Mögliche intraorganisationale Veränderungen</i>	70
3.1.2	<i>Mögliche interorganisationale Veränderungen</i>	74
3.2	Erklärende Faktoren der Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen	80
3.2.1	<i>Systemische und technische Opportunitätsstrukturen</i>	81
3.2.2	<i>Strukturelle Charakteristika politischer Organisationen</i>	85
3.2.3	<i>Organisationale Anreize für politische Organisationen</i>	86
3.3	Ausgewählte Studien zur Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen	88
3.4	Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen – Zusammenfassung des Forschungsstands	95

4.	FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	97
4.1	Forschungsinteresse	97
4.2	Forschungsfrage und Hypothesen zur Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen in der Schweiz	98
4.3	Forschungsfrage und Hypothesen zum Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen	106
4.4	Forschungsfrage zu möglichen Veränderungen der Organisationsstrukturen von politischen Interessengruppen durch Online-Kommunikation	108
5.	METHODISCHES VORGEHEN	110
5.1	›Mixed Methods Research‹ im organisationalen Kontext	111
5.2	Quantitative Online-Befragung	112
5.2.1	<i>Auswahl der Organisationen</i>	112
5.2.2	<i>Operationalisierung und Entwicklung des Erhebungsinstruments</i>	116
5.2.3	<i>Pretest</i>	123
5.2.4	<i>Organisation und Durchführung der Erhebung</i>	123
5.2.5	<i>Methodische Schwierigkeiten</i>	124
5.3	Teilstandardisierte Leitfadeninterviews	128
5.3.1	<i>Auswahl der Organisationen</i>	128
5.3.2	<i>Operationalisierung und Entwicklung des Erhebungsinstruments</i>	132
5.3.3	<i>Pretest</i>	133
5.3.4	<i>Organisation und Durchführung der Erhebung</i>	134
5.3.5	<i>Methodische Schwierigkeiten</i>	135

6.	EMPIRISCHE BEFUNDE: QUANTITATIVE ONLINE-BEFragung	136
6.1	Deskriptive Befunde: Übersicht über die befragten Interessengruppen	136
6.2	Deskriptive Befunde zur Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen	146
6.3	Deskriptive Befunde zum Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen	163
6.4	Bi- und multivariate Analysen zur Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen	185
6.5	Multivariate Analysen zum Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen	224
7.	EMPIRISCHE BEFUNDE: TEILSTANDARDISIERTE LEITFADENINTERVIEWS	249
7.1	Auswertung der teilstandardisierten Leitfadeninterviews	250
7.2	Übersicht über die berufliche Situation der Interviewpartner	264
7.3	Empirische Befunde zur Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen	268
7.4	Empirische Befunde zum Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen	277
7.5	Empirische Befunde zu Veränderungen der Organisationsstrukturen durch Online-Kommunikation	317

8.	DISKUSSION DER EMPIRISCHEN BEFUNDE	338
8.1	Diskussion der empirischen Befunde der quantitativen Online-Befragung	338
8.1.1	<i>Organisationale Ressourcen der befragten Interessengruppen</i>	338
8.1.2	<i>Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen</i>	340
8.1.3	<i>Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen</i>	348
8.2	Diskussion der empirischen Befunde der qualitativen Leitfadeninterviews	356
8.2.1	<i>Bedeutung von Online-Kommunikation für politische Interessengruppen</i>	356
8.2.2	<i>Einsatz von Online-Kommunikation durch politische Interessengruppen</i>	359
8.2.3	<i>Veränderungen der Organisationsstrukturen durch Online-Kommunikation</i>	364
9.	FAZIT UND AUSBLICK	366
9.1	Fazit der Untersuchung	366
9.2	Ausblick	369
10.	LITERATUR	371

Der Anhang zu diesem Buch wurde online veröffentlicht:
http://dx.medra.org/10.1453/9783869621715_ANHANG

Online-Forschung



MATTHIAS BRÄNDLI

**Die Online-Kommunikation von politischen Interessengruppen in der Schweiz.
Bedeutung, Einsatz und Veränderungen der Organisationsstrukturen**

Neue Schriften zur Online-Forschung, 13
2015, 396 S., 9 Abb., 75 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-171-5

Wie schätzen politische Interessengruppen in der Schweiz die Bedeutung von Online-Kommunikation ein? Welche Instrumente setzen sie ein – und welche organisationsinternen und -externen Faktoren determinieren den Einsatz? Und wie reagieren politische Interessengruppen auf die neu verfügbaren Möglichkeiten des Internets und wie integrieren sie diese in ihre bestehenden organisationalen Strukturen? Diesen Fragen geht die vorliegende Arbeit nach und versucht eine Beantwortung mittels einer quantitativen Online-Befragung unter 875 Organisationen, die in der Schweiz politisch aktiv sind. Vertiefend werden mit ausgewählten politischen Interessengruppen teilstandardisierte Leitfadenterviews geführt, bei denen insbesondere die Veränderung der organisationalen Strukturen im Zentrum stehen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de