

Hauptabteilung Politik und Beratung
Berlin, 21. September 2011



 PARTEIENMONITOR AKTUELL

EINZUG DER PIRATENPARTEI IN DAS BERLINER ABGEORDNETENHAUS – EINE ANALYSE DES WAHLERGEBNISSES

Michael Borchard / Sabine Stoye

ANSPRECHPARTNER:

Dr. Michael Borchard

Leiter der Hauptabteilung Politik und Beratung
Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Klingelhöferstraße 23
10785 Berlin

Telefon: 030-26996 3550

Mail: michael.borchard@kas.de

1. AUSGANGSSITUATION

Der Piratenpartei Deutschland gelang bei den Wahlen zum Berliner Abgeordnetenhaus am 18. September 2011 ein beeindruckendes Ergebnis: Aus dem Stand erreichte die Partei der „digital natives“¹ 8,9% der Stimmen². Mit diesem fulminanten Ergebnis zieht die Piratenpartei für die kommenden fünf Jahre mit 15 Mandaten ins Berliner Abgeordnetenhaus ein, und verfügt damit über nur 5 Sitze weniger als Die Linke. In absoluten Zahlen ist die Differenz sogar noch weitaus geringer: Im direkten Vergleich zur Linkspartei (170.829 Stimmen) entfallen mit 129.795 Zweitstimmen nur rund 40.000 Stimmen weniger auf die Piraten.³ Dabei verliert Die Linke mit -1,7% durchaus spürbar, wie auch die SPD mit -2,5% deutlich verliert. Doch die Verluste im linken Lager und auch der dramatische Einbruch der FDP reichen nicht aus, um den enormen Sieg der Spartenpartei zu erklären, die bisher auf der politischen Bühne vor allem mit ihrem Protest für ein freies Internet und gegen staatliche Zensur von sich Reden machte.⁴

Wer also sind die Piraten?

Auf den ersten Blick ist die Piratenpartei Deutschland eine Interessensgruppierung netzaffiner Jugendlicher und Junggebliebener, die „freies Kopieren und freie Nutzung“ von Daten⁵ und mehr Transparenz des Staatwesens fordern⁶ und sich beispielsweise für die Anerkennung von sogenannten Egoshootern als unbedenkliche Computerspiele,⁷ aussprechen. Viele halten die Piraten deshalb bisher nur für eine Spaßpartei, die von einer Handvoll Computerfreaks gegründet wurde.

¹ Parteienmonitor der Konrad-Adenauer-Stiftung vom 20. Februar 2010: Partei der „digital natives“? Eine Analyse der Genese und Etablierungschancen der Piratenpartei von Fabian Blumberg.

² <http://www.piratenpartei.de/navigation/politik/egoshooter>

³ Vorläufiges amtliches Endergebnis vom 19.09.2011: Die Linke: 170.829 Zweitstimmen (11,7%), Piratenpartei Deutschland: 129.795 Zweitstimmen (8,9%).

⁴ Mit „Zensursula“ wurde die damalige Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen für ihr vehementes Eintreten für das „Zugangerschwerungsgesetz“ verschmäht, das Internetseiten mit kinderpornografischen Inhalten sperrt. Diese Form der Zensur wurde von den Piraten zum Anlass für eine Vielzahl von Protestaktionen genutzt. Die Piratenpartei vertrat stattdessen die Auffassung: „Löschen statt Sperren“.

⁵ aus: Grundsatzprogramm der Piratenpartei Deutschland, Stand: 21. November 2010, Kapitel 2.2.

⁶ ebd., Kapitel 7

Wenn diese Beurteilung denn tatsächlich zutreffend wäre, stellt sich die Frage, was diese kleine Partei, scheinbar aus dem Nichts heraus, für so viele Wähler in Berlin attraktiv und wählbar macht? Es stellt sich die Frage, ob die Piratenpartei vielleicht nur auf der Welle des Protestes segelt oder ob sie tatsächlich das Zeug hat, sich bundesweit zu einer neuen Bewegung zu formieren, und – ähnlich wie die Grünen in den 80er Jahren – vor allem den Jüngeren in der Gesellschaft dauerhafte politische Heimat werden kann.

Das vorliegende Papier versucht, Antworten auf diese Fragen zu geben und nutzt dabei die zum gegenwärtigen Zeitpunkt vorliegenden Wahlergebnisse und Strukturdaten.

⁷ <http://www.piratenpartei.de/navigation/politik/egoshooter>

2. WÄHLER

Der ‚Durchschnittspirat‘ ist zwischen 18 und 34 Jahre alt, überwiegend männlich, überwiegend gut gebildet, hat Abitur und ist zumeist Naturwissenschaftler. Das Wählerspektrum reicht dennoch darüber hinaus. Bei den 18- bis 24-Jährigen und bei den 25- bis 34-Jährigen liegt der Anteil der Wähler bei je 16%, und selbst bei den 45- bis 59-Jährigen ist er mit 8% noch erstaunlich hoch und flacht erst bei über 60-Jährigen jäh auf 3% ab.⁸ So gelingt der Piratenpartei, was die etablierten Parteien oft vergeblich versuchen: die Mobilisierung der jungen Wähler.

Erstaunlich ist bei näherer Betrachtung, dass Schulbildung oder sozialer Status offenbar wie bei kaum einer anderen Partei nicht als Motivation für die Zustimmung auszumachen sind. Denn mit 13% ist der Anteil der Wähler bei den Arbeitslosen fast genauso hoch wie bei den Selbständigen, von denen 14% angaben, die Piratenpartei gewählt zu haben.

Was unterscheidet also die Piratenpartei von den etablierten Parteien, dass es ihnen gelingt, so unterschiedliche Bevölkerungsschichten für sich zu gewinnen?

3. WAHLKAMPF

Für die etablierten Parteien bedeutet Wahlkampf vor allem Canvassing: Am Stand mit Sonnenschirm, der meist gegen den Regen schützt, verteilen engagierte Mitglieder der Ortsverbände Prospekte und kleine Werbegeschenke an Passanten. Die Piratenpartei ist anders. Auch ihr Wahlkampf ist anders. Sie verteilen nicht – wie die SPD – die obligatorischen roten Rosen an Passagiere einer Buslinie oder rote Luftballons an Kinder.

Piraten bloggen!

Es gibt, insbesondere auf den originellen Wahlplakaten der Piraten, nicht den einen Slogan der Piratenpartei. Doch es gibt zwei, die besonders cha-

⁸ www.tagesschau.de, Wahlbarometer: <http://wahlarchiv.tagesschau.de/wahlen/2011-09-18-LT-DE-BE/umfrage-alter.shtml>; Zahlen von infratest dimap.

rakteristisch erscheinen: Klarmachen zum Ändern. Und: Demokratie. Transparenz. Bürgerrechte. Der erste Slogan spielt auf das ‚Piratenimage‘ an und hebt sich bewusst von den üblichen Parteien ab. Der zweite zielt auf die Kernforderung nach mehr Möglichkeiten der politischen Beteiligung für die Bürger und nach transparenten politischen Entscheidungsverfahren. Dies spiegelt sich auch in den für den Wahlkampf genutzten Medien:

3.1. Demokratie. Transparenz. Bürgerrechte

Über das Netztagebuch jedes einzelnen Kandidaten und über der auf Wiki basierenden offenen Arbeitsplattform des Bundes- und der Länderverbände kann sich der interessierte Bürger über Positionen informieren und gleich darüber abstimmen. Die Piraten nutzen also gezielt die technischen Möglichkeiten des Internets für neue Formen der direkten Beteiligung und mehr Transparenz. Offenbar ist dies ein Konzept, das vor allem den Gewohnheiten der ‚Generation Facebook‘ entspricht, überall und jederzeit online zu sein und überall und jederzeit mit Gleichgesinnten diskutieren zu können. Diese Form der internen digitalen Kommunikation, die auch jedem externen Interessierten jederzeit die Möglichkeit bietet, an die laufende Diskussion ‚anzudocken‘, entspricht aber vor allem dem Profil des typischen Mitglieds und Wählers der Piraten.

3.2. Liquid Democracy

Noch immer tun sich viele Piraten mit einer leistungsfähigen Parteistruktur allerdings ausgesprochen schwer. Besonders deutlich wird das auch am „Prestigeprojekt“ der Piraten, an der von ihnen entwickelten Software „Liquid Feedback“, die die Piraten als ihren eigentlichen Freibeuterschatz betrachten, über den andere Parteien nicht verfügen.

Nach eigenem Bekunden definieren die Piraten diese Software wie folgt: „Liquid Democracy‘ ist eine Mischform zwischen indirekter und direkter Demokratie. Während bei indirekter Demokratie ein Delegierter zur Ver-

tretung der eigenen Interessen bestimmt wird und bei direkter Demokratie alle Interessen selbst wahrgenommen werden müssen, ergibt sich bei Liquid Democracy ein fließender Übergang zwischen direkter und indirekter Demokratie. Jeder Teilnehmer kann selbst entscheiden, wie weit er seine eigenen Interessen wahrnehmen will, oder wie weit er von Anderen vertreten werden möchte.“; so soll die Software „die innerparteiliche Entscheidungsfindung revolutionieren, rational machen und vor allem transparent.“⁹

Tatsächlich stoßen die Piraten damit in ein Gebiet vor, auf dem die etablierten Parteien gewisse Defizite eingestehen müssen: Ein nachhaltiger und transparenter Dialog der Parteimitglieder untereinander, aber auch – so ist es intendiert –, ein offener Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern außerhalb der Partei. Genau dieses Programm rührt aber zugleich an den „Gesinnungskern“ der Piraten: Wenn „Liquid Feedback“ auch und gerade als verlässlicher „Abstimmungsmechanismus“ funktionieren soll und noch dazu innovative (allerdings durchaus mit basisdemokratischen Ansprüchen nicht immer vereinbare) Elemente wie die Übertragung von eigenen Stimmrechten auf sachkompetentere Piraten kombiniert wird, dann geht das nicht ohne ein Mindestmass an Datensätzen und ebenso wenig ohne die Speicherung von gewissen Daten.

Genau daran aber hat sich immer wieder innerparteiliche Kritik entzündet. Im vergangenen Jahr ist die Einführung der „Demokratie-Wunderwaffe“ aufgrund der Streitigkeiten über die Datenschutzthemen immer heftiger geworden und drohte zu einer Zerreißprobe für die neue Partei zu werden.

Auch nach der Berlin-Wahl ist Liquid Feedback Anlass für den ersten Streit in den Reihen der neugebildeten Fraktion. Die Frage „Wie transparent wollen wir sein?“ gerät zur Gretchen-Frage für die grade gewählten Abgeordneten: In ihrer ersten Sitzung nach der Wahl konnten sich die Piraten

⁹ www.piratenpartei.de

nicht auf eine Position einigen, ob es richtig sei, die erste Fraktionssitzung live zu streamen oder ob es nicht doch besser sei, unter Ausschluss der Öffentlichkeit über Personalfragen zu beraten.¹⁰

3.3. Klarmachen zum Ändern! – Die Crew

Piraten nutzen einen eigenen Jargon für ihre inneren Strukturen. Ortsverbandsvorsitzende heißen „Kapitäne“, doch eigentlich gibt es den klassischen Ortsverband gar nicht. Stattdessen bezeichnen sich die Mitglieder selbst als ‚Crew‘. Jede Crew hat ihren Stammtisch, man trifft sich einmal pro Woche in einem Lokal seines Stadtteils. Jeder Stammtisch trägt einen Namen. Zum Beispiel treffen sich im Bezirk Pankow die Mitglieder beim Stammtisch „Pippi Langstrumpf“ oder auch „Bjarne Stroustrup“¹¹. Mit dem Stammtisch bietet die Piratenpartei ein bürgernahes, offenes Forum der Diskussion an, zu dem alle Interessierten Zugang haben, ganz unabhängig vom Internet. Darüber hinaus entsprechen sie so der traditionellen Erwartung an eine Partei als einer Art gesellschaftlichem ‚Club‘, der seinen Mitgliedern nicht zuletzt die Möglichkeit für geselliges Miteinander bietet. Das alles mag originell wirken und dem Zeitgeist entsprechen. Doch weder die Benennung der Stammtische mit Phantasie-Namen noch die Nutzung von erfundenen Zweitnamen der Aktiven für die digitale Kommunikation auf der Wiki-Plattform vermitteln eine transparente, übersichtliche Struktur.¹² Es sind diese Dinge, die dazu beitragen, dass sich der Eindruck der ‚Spaßpartei‘ hartnäckig aufrechterhält.

Mittlerweile hat sich diese Erwartungshaltung an die Parteien stark verändert, wie neue Forschungsergebnisse eindeutig belegen.¹³ Wer heute in eine Partei eintritt, der will etwas bewegen und selbst aktiv sein. Auch diese Erwartung kann die Piratenpartei gerade durch ihre digitalen Beteili-

¹⁰ <http://www.welt.de/politik/wahl/berlin-wahl/article13616317/Piraten-zoffen-sich-schon-wegen-der-Transparenz.html>

¹¹ <http://piratenpartei-pankow.de/treffpunkte/bjarne-stroustrup/>

¹² Christopher Lauer nennt sich auf der Piraten-Wiki Commodore:

<https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Commodore/ahw2011#Lebenslauf>

¹³ Vgl. dazu z.B.: Viola Neu: Die Mitglieder der CDU. Eine Umfrage der Konrad-Adenauer-Stiftung. Zukunftsforum Politik, Nr. 84, 2007.

gungsangebote wie gezeigt erfüllen. Dennoch wissen auch Piraten, konventionelle Kommunikationskanäle für sich zu nutzen.

3.4. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte? – Plakatkampagne der Piraten

Die Piratenpartei nutzte für den Wahlkampf auch herkömmliche Mittel wie Anzeigen und Plakate. Die Wahlplakate fielen dabei optisch aus dem Rahmen durch ihr eher gewöhnungsbedürftiges Design, das – weitab vom standardisierten Kandidaten-Foto mit Parteilogo am Kinn – vor allem die Botschaften ins Zentrum rückt. So wirkten die Plakate seltsam ‚selbstgebastelt‘, mit ihren schwarz-weißen Fotos auf farbigem Hintergrund und schwarzen Balken mit orangefarbenem Text. Die Farbcodierung Orange in Analogie zur ‚Parteifarbe‘, half, die Piraten wiederzuerkennen. Den Namen des Kandidaten suchte man allerdings vergeblich.

Vergeblich suchte man auch nach kurzen Slogans. Stattdessen werben die Piraten, bis auf wenige Ausnahmen, mit sehr anspruchsvollen Texten, die nicht gerade leicht zu merken waren. Die wenigen Ausnahmen bestachen jedoch durch ihre Prägnanz, ein gewisses Maß an (Selbst-)Ironie oder auch die gezielte Entfremdung von Begriffen der „gegnerischen“ Parteien: „Mindestlohn ist eine Brückentechnologie“, „Verstehen statt Eintrichtern“, oder „Warum häng ich hier eigentlich, Ihr geht ja eh nicht wählen“.

In der lokalen Presse wurde dieser Anti-Wahlkampf-Wahlkampf honoriert. So lobt beispielsweise das Magazin „prenzlauer berg“ zum gleichnamigen Szene-Bezirk: „Die Wahlplakate sind so langweilig, dass sich selbst die sonst unermüdlichen Street-Artisten nicht damit auseinandersetzen. [...] Wie soll man auch ironisch überhöhen, dass die FDP glaubt, Croissant sei die Übersetzung von Schrippen? Dennoch wäre ein wenig mehr Kreativität schon schön. [...] Zum Glück gibt es aber die Piraten. Was an dieser Stelle keine politische Aussage ist, sondern einfach nur der Hinweis, dass diese Selbstironie erfrischend ist, mit der sich Christopher Lauer unter sein mit Nerdbrille versehenes Konterfei zu schreiben traut: "Keine Experimente.

Piratenpartei." Oder mit der er per Laternenpfahl-Anzeige nach Umzugshelfern ins Abgeordnetenhaus sucht."¹⁴

Piraten haben offenbar keine Angst vor Ironie, weder gegenüber sich selbst noch gegenüber Nichtwählern. Das mag zu der überraschend positiven Wahrnehmung der Partei insgesamt und ihrer gern als erfrischend unerfahren gelobten Kandidaten beigetragen haben und einer der Bausteine für diesen Überraschungssieg sein. Allerdings gehört auch zur Wahrheit, dass dieses Design und die Ironie eher mit der gebildeten Anhängerschaft der Piraten ‚kompatibel‘ ist – breientauglich in alle Schichten hinein ist das nicht!

Auffällig ist darüber hinaus, dass die Piraten mit ihren Slogans durchaus den Anspruch erhoben haben, thematische Vielfalt anbieten zu können und sich nicht allein auf das – vermeintlich – originäre Thema ‚Freiheit im Internet‘ zu beschränken. Es entsteht der Eindruck, dass hier eine Spartenpartei plötzlich ein breitgefächertes, wenn auch eher linksgerichtetes Programm anbietet, das auch Antworten auf Fragen aus dem Bereich der Wirtschafts- und Sozialpolitik bereit hält.

Bei näherer Betrachtung wird jedoch schnell deutlich, dass Anspruch und Wirklichkeit weit auseinanderklaffen.

4. PROGRAMMATIK

4.1. Grundsatzprogramm

Vom 20. bis 21. November 2010 fand in Chemnitz der erste Programm- parteitag der Piratenpartei statt.¹⁵ Nach dem Achtungswahlerfolg bei der Bundestagswahl 2009¹⁶ hatte man beschlossen, das Parteiprogramm zu erweitern, um zukünftig mehr Wähler zu gewinnen. Nachdem dies vor al-

¹⁴ http://www.prenzlauerberg-nachrichten.de/politik/_/ein-bisschen-spa-muss-sein-17426.html

¹⁵ Die folgenden Ausführungen unter Punkt 4.1. entlehnen sich aus der Publikation Parteienmonitor Aktuell vom 23. November 2010: Bericht zum Bundesparteitag der Piratenpartei, Chemnitz 2010.

lem durch organisatorische Mängel auf dem ersten Parteitag in Bingen nicht gelungen war, sollte es in Chemnitz nicht mehr um Nebensächlichkeiten, sondern um rein programmatische Inhalte gehen. Neben zahlreichen Problemen mit der reibungslosen Durchführung zeigte sich auch, dass die Beteiligungsmöglichkeit jedes Parteimitgliedes zu äußerst zähen Debatten führte. Reine Formalitäten gerieten so zu langen Diskussionen. Zwar ist das Programm nun erweitert um die Themenbereiche Familie, Umwelt, Inneres und Sozialpolitik, aber die entsprechenden Grundsatzpositionen sind wenig fundiert und kaum inhaltlich ausgearbeitet. Mit dem Beschluss zum bedingungslosen Grundeinkommen und anderen Themen platziert sich die Partei deutlich links von der Mitte des Parteienspektrums. Themen, die sachlich charakterisieren, wie sich die Partei im Falle einer Wahl engagieren würde, bleiben unerwähnt. Aussagen über mögliche Koalitionen werden ebenfalls nicht getroffen. Einzig klar bleibt die Oppositionshaltung zu Union und FDP.

4.2. Wahlprogramm des Berliner Landesverbandes

Auf 51 Seiten positionieren die Piraten sich unter dreizehn Schlagworten zu überwiegend innenpolitischen Themen: „Demokratie; Transparenz; Netze; Bildung; Stadtentwicklung; Verkehr & ÖPNV; Bürgerrechte & Innenpolitik; Asyl- & Migrationspolitik; Suchtpolitik, Wirtschafts- & Sozialpolitik; Geschlechter- & Familienpolitik; Staat & Religion; Kunst- & Kulturpolitik.“¹⁷

Doch schon dieses Inhaltsverzeichnis entspricht nicht der ‚klassischen‘ Struktur eines Wahlprogramms. Die Formulierungen schwanken zwischen Allgemeinplatz und Parole, zwischen ‚Küchenkabinett‘ und ‚Klassenkampf‘. Die Sprache polarisiert. Dabei reicht das Spektrum von der Inanspruchnahme des Willy-Brandt-Ausspruchs „Mehr Demokratie wagen“ über Belanglosigkeiten wie „Demokratie bezieht alle ein“ bis hin zu Anklagen wie

¹⁶ Die Piratenpartei erreichte bei den Wahlen zum Deutschen Bundestag 2009 2% der Stimmen.
http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_09/ergebnisse/bundesergebnisse/index.html

¹⁷ Wahlprogramm Berlin 2011. Piratenpartei Deutschland. Landesverband Berlin. Seite 2-4

„Überwachung schränkt die Freiheit ein“ oder radikalen Forderungen im Bereich der sogenannten „Suchtpolitik“ wie „Konsumentenjagd beenden“.¹⁸ Trotz der zum Teil drastischen Sprache sind die dreizehn Politikfelder kaum mit konkreten Inhalten gefüllt. Stattdessen werden Forderungen, aufgestellt, deren Umsetzbarkeit zumindest stark zu bezweifeln ist:

4.2.1. Fahrscheinloser Nahverkehr

„Fahrscheinlose Nutzung ÖPNV zum Nulltarif

Mobilität nach Einkommen – Nicht mit uns! Jedem, der sich in Berlin aufhält, ist, unabhängig vom Einkommen, die Möglichkeit an der Teilhabe am öffentlichen und kulturellen Leben zu gewähren. Die Mobilität bestimmt sich in Berlin durch den Individualverkehr und die Nutzung des ÖPNV. Wir werden mittelfristig eine unentgeltliche Nutzung des ÖPNV einführen, um das soziale Recht der Mobilität vom Einkommen des Einzelnen abzukoppeln.“¹⁹

Mit der Einführung eines „fahrscheinlosen Nahverkehrs“²⁰ soll der Individualverkehr deutlich reduziert und die Lebensqualität in der Stadt deutlich verbessert werden: Weniger Parkplätze heißt für Piraten mehr freie Flächen. Das von der BVG zur Fahrkartenkontrolle beschäftigte Personal soll für eine Ausweitung des Serviceangebotes eingesetzt werden, Entlassungen werde es daher nicht geben. Die „gemeinschaftliche Finanzierung“ aber soll über die „Erhebung kommunaler Abgaben“ erfolgen²¹. Das Wort Steuererhöhung fällt nicht. Konkretere Angaben finden sich nicht, wie auch sonst zu den im Wahlprogramm angeführten Themen harte Fakten schlichtweg fehlen.

¹⁸ ebd., Seite 40

¹⁹ ebd., Seite 27

²⁰ S.O.

²¹ ebd., Seite 28

4.2.2. „Zensursula“ – Vom Aushängeschild zur Randnotiz

Das Thema Zensur gehört nach wie vor zur programmatischen Ausrichtung der Piratenpartei. Die Kritik an staatlicher Zensur hatte sich im Vorfeld des Wahlkampfes zur Bundestagswahl 2009 an dem von der damaligen Bundesfamilienministerin eingebrachten Zugangerschwerungsgesetz entzündet. Die Piratenpartei erlebte ihren medialen Höhenflug durch bundesweite Demonstrationen und eine breit angelegte Plakatkampagne in Form einer Todesanzeige für Artikel 15, GG. Das einst so wichtige Thema taucht im Wahlkampf des Berliner Landesverbandes der Piratenpartei kaum mehr auf. Überhaupt findet sich nur ein einziges Mal der Begriff Zensur im Wahlprogramm:

Aufbau eines Freifunknetzes

*Wir werden den Aufbau eines Freifunknetzes in Berlin unterstützen. Das auf der W-LAN-Technologie basierende Netz ist unabhängig von staatlicher Kontrolle und **Zensur**, zeitlich unbegrenzt verfügbar. Freifunknetze sind in der Nutzung kostenfrei und ermöglichen daher auch sozial benachteiligten Bevölkerungsschichten die Teilnahme am Netz.²²*

4.2.3. Schulpolitik: Rauschkunde für Anfänger

Während sich die etablierten Parteien in ihren Wahlprogrammen ausführlich zur Reform des Schulsystems äußern und ihre Maßnahmen vorstellen, beschränkt sich die Piratenpartei auf wenige Forderungen, wie zum Beispiel der nach kleinen Klassen oder dem Angebot eines kostenlosen Schulmittagessens. Darüber hinaus sprechen sie sich für eine „Schulkultur“ aus, die auf den „vertrauensvollen und partnerschaftlichen Umgang“ aller Beteiligten abzielt²³.

²² ebd., Seite 16

²³ ebd., Seite 20-21

Die Forderung „Sprache ist der Schlüssel zur Bildung“²⁴ ist zwar auch Teil des Programms. Aber hierzu schreiben die Piraten lediglich, dass mehrsprachige Kompetenz über einen Sprachenpass individuell dokumentierbar sein soll. Sprachtests halten sie zwar für sinnvoll, jedoch nennen sie keinerlei Maßnahmen zur konkreten Umsetzung.

Stattdessen sprechen sich die Piraten unter dem Stichwort „Suchtpolitik“ für die Einführung einer „Rauschkunde“ im Rahmen des Ethikunterrichts aus: *„Wir wollen Eltern dabei unterstützen, ihren Kindern einen risikoarmen Umgang mit Rauschmitteln zu vermitteln. Flankierend werden wir den Ethikunterricht an Berliner Schulen um ein Modul erweitern, das den Gebrauch bewusstseinsverändernder Substanzen im historischen und psychosozialen Kontext erarbeitet. Ziel des „Rauschkunde“-Unterrichts ist es, Jugendlichen Werkzeuge zur Selbstkontrolle aufzuzeigen.“*²⁵

Inwieweit diese vermeintliche Form der Aufklärung tatsächlich im Sinne von Prävention erfolgreich sein kann, ist mehr als fraglich. Letztlich ist diese Forderung ein Pars pro toto für das gesamte Wahlprogramm der Berliner Piraten. Passagen wie diese hinterlassen dann doch den Eindruck mangelnder Sachauseinandersetzung und in der Folge auch mangelnder Ernsthaftigkeit.

4.2.4. Wirtschafts- und Sozialpolitik

Besonders deutlich wird dies mit Blick auf die für Berlin so entscheidende Wirtschaftspolitik. Das Kapitel zur Wirtschafts- und Sozialpolitik verzichtet weitgehend auf Konkretisierungen und erschöpft sich in Banalitäten. Hier heißt es:

Für Nachhaltigkeit, Transparenz und Kreativität in der Berliner Wirtschaft

²⁴ ebd.

²⁵ ebd., Seite 41

*Wir setzen uns für eine nachhaltige, ökologische Wirtschaftspolitik ein, die die Potenziale in Kultur, Wissenschaft, Gesundheit, Umwelt und Bildung ausschöpft.*²⁶

Für das Thema Nachhaltigkeit hat der Deutsche Bundestag zu Beginn der laufenden Legislaturperiode eine Enquête-Kommission berufen, die zu der Frage einer nachhaltigen, ökologischen wie ökonomisch verträglichen Wirtschaft Antworten erarbeiten soll. Der zitierte Ansatz der Piraten ist sicher das deutlichste Beispiel für die nur schemenhafte inhaltliche Positionierung der Piratenpartei. Das Programm ist kein konkreter Katalog, es ist nicht viel mehr als eine Skizze. Es stellt keine möglichen Handlungsfelder vor und bleibt nur sehr vage im Hinblick auf die eigenen Politikansätze.

5. WAHLERGEBNIS BERLIN

5.1. Direktkandidaten

Kein einziger „Pirat“ hat sein Direktmandat gewinnen können, alle 15 künftigen Mitglieder des Abgeordnetenhauses ziehen über ihren Listenplatz in das Berliner Abgeordnetenhaus ein. Von den etablierten Parteien enttäuschte Wähler nutzten offenbar die Gunst der Stunde, eine starke Opposition aufbauen zu können. Die Partei der „Wirrköpfe und Netz-Nerds“²⁷ hat nun die Chance, den parlamentarischen Alltag gezielt zu beeinflussen, um die versprochene bürgerfreundliche, basisdemokratische Transparenz von politischen Prozessen in die Tat umzusetzen.

5.2. Verteilung der Stimmen in den Bezirken

A. Friedrichshain-Kreuzberg: Die Hochburg der Piraten

Der Erfolg der Piratenpartei in Berlin kam nicht ‚über Nacht‘ oder aus dem Nichts. Bereits bei den Bundestagswahlen 2009 und den Europawahlen im

²⁶ ebd., Seite 44

²⁷ Aus dem Kommentar des Video-Beitrages: Piraten: Wer sind die Polit-Newcomer?
<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,787001,00.html>

„Superwahljahr“ 2009 konnten die Piraten im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg mit jeweils über 3% beachtliche Erfolge erzielen.

Im Kern sind die Bürger in diesem Bezirk grün, was aufgrund des extrem niedrigen Altersdurchschnitts²⁸ nur wenig verwundert und sich im Wahlergebnis deutlich niederschlägt: Mehr als die Hälfte der Bürger von Friedrichshain-Kreuzberg sind jünger als 45 Jahre. Selbst im kinderreichen Prenzlauer Berg ist der Altersdurchschnitt höher²⁹. Doch auch der angesagte Bezirk in der geografischen Mitte der Stadt kämpft mit steigenden Mieten und wachsenden Begehrlichkeiten ausländischer Investoren.

Die Unternehmen der Kreativwirtschaft in Berlin erwirtschafteten 2006 einen Umsatz in Höhe von 17,5 Mrd. Euro.³⁰ Der Großteil der Kreativen hat seinen Firmensitz im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg. Der Bezirk ist gefragt, Geschäfte und Firmen suchen hier neue Räume, um von diesem Trend zu profitieren, denn mittlerweile gehört Kreuzberg fest zum Programm jugendlicher Touristen. So stehen auch überwiegend sehr junge Kiezbewohner in Friedrichshain-Kreuzberg vor den gleichen Problemen und Nöten wie die Älteren Einwohner anderer Bezirke.

B. Zehlendorf-Steglitz: Berlins Bürgerstube wankt

Mit einem Ergebnis von 6,4% der Zweitstimmen ist Zehlendorf-Steglitz der Berliner Bezirk mit der geringsten Zunahme, gefolgt von Reinickendorf (6,7%) und Charlottenburg-Wilmersdorf (6,9%), in dem die Piraten keinen Direktkandidaten nominiert hatten.³¹ Vor dem Hintergrund des Einbruchs der FDP fällt es dennoch schwer, bei einem solchen Ergebnis von einer ‚Niedrigburg‘ zu sprechen. Insgesamt gesehen konnte die CDU die West-Bezirke für sich verbuchen, sie ist auch die einzige Partei, die die wenigsten Stimmen an die Piraten verliert.³² So bleibt nur die Vermutung,

²⁸ Vgl. hierzu: <http://www.xhain.info/statistik.htm>; 52,6% der Bürger sind zwischen 20 und 45 Jahre alt.

²⁹ Vgl. <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/>

³⁰ <http://www.berlin.de/imperia/md/content/sen-wirtschaft/publikationen/kulturwirtschaft.pdf>

³¹ Abgeordnetenhaus Berlin 2011. Dokumentation, Pressestelle der CDU-Bundesgeschäftsstelle, Seite 18, Stimmanteile der Piraten in der Zweitstimme, Gewinn bzw. Verluste gegenüber 2006.

³² <http://wahlarchiv.tagesschau.de/wahlen/2011-09-18-LT-DE-BE/analyse-wanderung.shtml>

dass Erstwähler und Wechselwähler diesen Erfolg im bürgerlichen Milieu begründen.

6. WAHLERGEBNISSE ANDERER LANDTAGSWAHLEN

Vergleicht man die Ergebnisse aller Landtagswahlen im „Superwahljahr“ 2011, so fällt auf, dass der Erfolg der Piratenpartei stark auf Berlin konzentriert ist. In keinem anderen Land schneiden die Piraten so gut ab wie hier. Und in keinem anderen Land schafften sie den Sprung über einen Wert von 2,5%.

Baden-Württemberg

Zweitstimmen bei Bundestagswahl 2009	2,1%
Landtagswahlen am 27.03.2011	2,1%
Zahl der Zweitstimmen: 103.392	

Berlin

Zweitstimmen bei Bundestagswahl 2009	3,4%
Wahlen zum Berliner Abgeordnetenhaus am 18.09.2011	8,9%
Zahl der Zweitstimmen: 129.795	

Hamburg

Zweitstimmen bei Bundestagswahl 2009	2,6%
Wahlen zur Hamburger Bürgerschaft am 20.02.2011	2,1%
Zahl der Zweitstimmen: 70.930	

Mecklenburg-Vorpommern

Zweitstimmen bei Bundestagswahl 2009	2,3%
Landtagswahlen am 04.09.2011	1,9%
Zahl der Zweitstimmen: 12.513	

Rheinland-Pfalz

Zweitstimmen bei Bundestagswahl 2009	1,9%
Landtagswahlen am 27.03.2011	1,6%
Zahl der Zweitstimmen: 29.282	

6.1. Wählerwanderung

Wähler wachsen bekanntlich nicht auf Bäumen. Vielmehr wirkt das Prinzip der kommunizierenden Röhren: Wer verliert, macht zumeist den Gegner stark oder verliert an das Lager der Nichtwähler.

Die Piraten haben bei der Berlin-Wahl deutlich von den Enttäuschten profitiert. Wählerwanderung ist die Hauptursache für ihren Erfolg. So ermittelte infratest dimap, dass 17.000 Wähler der Grünen und 14.000 der SPD zu den Piraten abwanderten. Auch die Linkspartei verlor 13.000 Wähler an die junge Aufsteigerpartei, die FDP 6.000. Einzig die CDU verlor nur 4.000 Stimmen an die Piraten.

Zusätzlich zu den Stimmen der Wechselwähler hat eine erfolgreiche Mobilisierung von Nichtwählern oder Wählern anderer kleiner Bündnisse entscheidend zum Wahlerfolg geführt. Laut infratest dimap konnten die Piraten 22.000 der Sonstigen und 23.000 Nichtwähler für sich mobilisieren.³³ Zum Vergleich: das niederschmetternde Ergebnis der FDP von 1,8% entspricht einem Stimmenanteil von 26.916 Zweitstimmen.³⁴

Vor dem Hintergrund einer bundesweiten Umfrage, die infratest dimap im Auftrag des ARD-Morgenmagazins nur zwei Tage vor den Wahlen präsentierte, überrascht diese große Zustimmung. Die Umfrage bestand aus nur zwei Fragen zur Wahrnehmung der Partei, erstens: „Sind keine ernstzunehmende Partei?“ und zweitens „Sorgen dafür, dass auch die Jüngeren was zu sagen haben“. Beide Fragen wurden deutlich beantwortet: So sind 54% der Befragten der Auffassung, dass die Piratenpartei keine ernstzunehmende Partei sei und 50% meinen, dass sie die Situation der Jüngeren nicht verbessern werde.³⁵

³³ <http://wahlarchiv.tagesschau.de/wahlen/2011-09-18-LT-DE-BE/analyse-wanderung.shtml>

³⁴ Dokumentation der CDU-Bundesgeschäftsstelle

7. PROTEST ODER POTENTIALE

Nach dem Einzug der Piraten ins Berliner Abgeordnetenhaus stellt sich die Frage nach den Potentialen der Partei auf bundespolitischer Bühne. So fragte die BILD-Zeitung am Tag 2 nach dem Wahlsieg: „Erobern die Piraten jetzt ganz Deutschland?“ und untermalte dies mit einem Foto von den neuen Mandatsträgern in Jeans und Latzhose mit Freibeuterkopftuch.

Kommentiert wird das Ergebnis als Ausdruck des Protests. Unterstützung für diese These kommt vom Parteienforscher Prof. Gerd Langguth: „Die Piraten haben vor allem von der hohen Unzufriedenheit mit den anderen Parteien profitiert. Viele wollten dem politischen Establishment eine Ohrfeige verpassen.“³⁶

Auch Bundeskanzlerin Merkel sieht im Ergebnis „klassischen Protest“, der von einer Grundauffassung geformt sei, „die sehr stark durch das Internet geprägt ist“. Die CDU nehme das Ergebnis der Piraten „natürlich ernst“.³⁷

Oskar Niedermeyer dagegen sieht die Ursachen für den Erfolg in den Inhalten: „Das ist kein Berliner Phänomen. Ich glaube, dass die Piraten mit dem Thema Transparenz einen sehr guten Markenkern haben“.³⁸

Matthias Jung, Chef der Forschungsgruppe Wahlen, widerspricht dieser These. Er hält das Konzept für nicht tragfähig und nicht auf die große Fläche übertragbar: „Zum einen zählen sie ein spezifisches, medienorientiertes, stark internetaffines, alternatives Milieu zu ihrer klassischen Klientel. Das ist wahrscheinlich in der ganzen Republik nirgends so stark vertreten wie in Berlin. Zum anderen haben sie die allgemeine, diffuse Unzufriedenheit mit der politischen Situation in Berlin und den Protest gegenüber einem schwach bewerteten Senat kanalisiert. Aus der Kumulation dieser

³⁵ <http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/mehr-als-die-haelfte-haelt-piraten-fuer-keine-ernstzunehmende-partei/>

³⁶ <http://www.bild.de/politik/inland/piratenpartei/erobern-die-piraten-jetzt-ganz-deutschland-20045890.bild.html>

³⁷ http://www.focus.de/politik/weitere-meldungen/piratenpartei-merkel-haelt-berlin-erfolg-fuer-klassischen-protest-_aid_666911.html

beiden Effekte erklärt sich die Höhe ihres Wahlergebnisses. [...] Doch nicht überall sind die Voraussetzungen so günstig wie in Berlin. Die Mentalität der Berliner ist für diese Mal-auf-den-Tisch-hauen-Attitüde durchaus offen – mehr als anderswo der Fall ist.“³⁹

Auch der Mainzer Politikwissenschaftler Jürgen W. Falter sieht im Ergebnis keinen Trend: „‘Der Wahlerfolg der Piratenpartei ist ein Berliner Sonderphänomen. In Flächenländern ist das so kaum vorstellbar.’ Falter vermutet, dass eine Reihe potentieller Grünen-Wähler in Berlin diesmal die „Piraten“ gewählt habe. [...] linksgerichtete Grünen-Sympathisanten verübelten offenbar der Spitzenkandidaten Renate Künast, dass sie lange Zeit eine Koalition mit der CDU nicht ausgeschlossen hatte.“⁴⁰

Kritik kommt auch aus den eigenen linken Reihen. So bemängelt die Politikwissenschaftlerin Regina Frey die deutliche Überzahl der männlichen Piraten und das Fehlen einer gleichberechtigten Politik: „Auf ihrer Berliner Landesliste ist unter 15 Personen eine Frau. Geschlecht als Kategorie ist offensichtlich sehr wirkungsmächtig in der Partei. [...] Damit werden nur alle gesellschaftlichen Strukturen ignoriert, die diskriminierend wirken. Das wissen die Piraten auch, darauf nehmen sie auch Bezug. Ihre Geschlechterpolitik ist bisher, gelinde gesagt, nicht schlüssig.“⁴¹

8. WUNSCH UND WIRKLICHKEIT

Die neu gewonnene politische Stärke bedeutet für die Piraten nicht nur große mediale Präsenz und einen festen Job für die nächsten fünf Jahre. Sie fordert von den bisherigen Hobby-Politikern die Konzentration auf den ‚Beruf Abgeordneter‘, und damit auch das Zurechtfinden in den bestehen-

³⁸ <http://www.welt.de/politik/wahl/berlin-wahl/article13614156/Warum-die-Piraten-so-erfolgreich-sind.html>

³⁹ <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-09/piratenpartei-berlin>

⁴⁰ <http://www.bild.de/politik/inland/piratenpartei/berlin-piraten-schaffen-wahl-sensation-20024940.bild.html>

⁴¹ <http://www.taz.de/Politologin-ueber-Piratenpartei/!78449/>

den Strukturen eines funktionierenden Landesparlaments, das seine eigenen Gesetze und Gesetzmäßigkeiten hat. Für die Piraten dürfte dies eine der größten Herausforderungen darstellen, denen sie in der Wirklichkeit des Politikalltages jetzt begegnen.

Strukturen stehen immer in engem Zusammenhang mit einer genügenden Ressource an fähigen Führungskräften. Mit Sebastian Nerz amtiert seit Gründung der Partei 2006 bereits der vierte Bundesvorsitzende. Diese relativ kurze Abfolge von Bundesvorsitzenden der Partei von ihrem Bestehen bis jetzt zeigt, dass es den Piraten vergleichsweise schwer fällt, charismatische Köpfe nicht nur dauerhaft an sich zu binden, sondern auch aus der Reserve zu locken. Gerade bei einer Partei, die sich neu bildet, ist es nicht einfach, neue Mitglieder, die insbesondere nach dem Erfolg bei der Bundestagswahl in großen Zahlen zu den Piraten gestoßen sind, zu einem Führungsamt zu überreden.

Das frischgebackene Abgeordnetenhaus-Mitglied Christopher Lauer hat erst vor wenigen Monaten in einem Interview mit dem Deutschlandfunk auf diesen Sachverhalt hingewiesen: „In so einem Verein, in dem sich keiner kennt, ist die Formulierung eines Machtanspruches für das eigene Vorkommen in der Partei äußerst schwierig, weil alle sagen: Was ist denn das für ein Vogel, das ist ja nur ein karrieregeiles Arschloch, der will die Partei als Sprungbrett benutzen. Aber wir können das beste Programm der Welt haben, wenn wir keine Leute haben, die glaubhaft vermitteln, dass wir ein Programm haben, dass das bewerkstelligen kann, dann ist auch das beste Programm nichts wert.“⁴²

Lauer hat sich im Laufe des letzten Jahres zu einer Art Vordenker der Piraten entwickelt. Signalkraft hatte seine Kandidatur als Bundesvorsitzender beim Programmparteitag 2010, nachdem der bisherige Bundesvorsitzende Jens Seipenbusch seinen Rückzug vom Amt erklärt hatte: „Christopher

⁴² <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/dlfmagazin/1403414/>

Lauer gilt vielen in der Partei als eine Art Anti-Seipenbusch. Beim Programmparteitag im vergangenen Jahr stellte sich der politische Geschäftsführer gegen den Vorsitzenden. Es ging darum, ob die Forderung nach einem bedingungslosen Grundeinkommen ins Parteiprogramm aufgenommen wird. [...] [Lauer] wurde schließlich zur prominentesten Stimme der Piraten, zu einer Art Schatten-Chef, der mit der Zusammenarbeit im Parteivorstand unzufrieden wurde. Ein Meuterer wurde er aber nicht. Seipenbusch war schließlich gewählt. [...] Lauer polarisiert dennoch mit seiner oftmals kompromisslosen Art – auch deshalb kam er bei der Berliner Landeslistenwahl nur auf einen unteren Listenplatz⁴³

Sein Denken in Strukturen und seine Effizienz mag nicht allen Co-Piraten behagen, für die Zukunftschancen der Partei spielen Figuren wie Lauer gleichwohl eine entscheidende Rolle.

9. NEUE GRÜNE ODER DOCH NUR PIRATEN?

Die Piraten sind mit dem Anspruch in die „politische See“ gestochen, anders zu sein als die herkömmlichen „Dickschiffe“ auf dem Parteienmarkt, weil sie vordergründig auf hierarchische und starre Strukturen verzichten. Diese stellen aus ihrer Sicht ein Kernproblem der etablierten Parteien dar. Ihr Ziel war zunächst, sich das Außenbild einer sozialen Bewegung mit flachen Hierarchien zu erhalten.

Gleichzeitig haben die Erfolge aber – ob gewollt oder nicht – genau zu der Dynamik geführt, die fast jede soziale Bewegung im Verlaufe ihrer Entwicklung durchlebt: Ohne wenigstens eine Grundlage an festen Abstimmungsstrukturen ist der politische Betrieb in einer so durch die Parteien geprägten politischen Kultur schlicht unmöglich.

Der politische Alltag wird somit zur Nagelprobe für die noch junge Partei. Sie muss beweisen, dass sie nicht schon an den Strukturen scheitert – sei

⁴³ <http://www.welt.de/politik/deutschland/article13370773/Geisterfahrt-der-Piratenpartei-soll-ein-Ende-haben.html>

es aus Unwissenheit oder aus Unvermögen. Die Erwartungen der Wähler sind hoch. Auch die Medien werden weiterhin scharf beobachten, was die Hoffnungsträger in der Hauptstadt tatsächlich zustande bringen.

In den Medien sind in den Kommentaren viele Vergleiche der Piraten zur Frühzeit der Grünen und deren erstem parlamentarischen Erfolg in einen engen Zusammenhang gestellt worden. Der Vergleich von Grünen und Piraten ist allerdings trügerisch. Es gibt bedeutende Unterschiede zwischen den beiden Parteien.

Eine Partei, die langfristig die Wählerinnen und Wähler wirklich intensiv an sich binden will, benötigt so etwas wie einen Identitätskern, der wiederum für sich beanspruchen kann auf ein breites Fundament und damit auf eine über die eigene Mitgliedschaft deutlich hinausgehende Resonanz zu stoßen. Meinungsforscher Matthias Jung hat diesen entscheidenden Unterschied auf den Punkt gebracht: „Es gibt ein paar Gemeinsamkeiten. Auch bei den Piraten dominieren junge, besser gebildete Männer. Vergleichbar ist auch die urbane Struktur im alternativen Milieu. Aber die Grünen hatten von Beginn an eine gefestigtere ideologische und politische Position und deckten mit der Ökologie einen breiteren politischen Bereich ab als die Piraten es jetzt tun. Mit ihrem Sammelsurium von allgemeinen politischen Positionen und der sehr starken Fokussierung auf das Web erreichen sie die Breite der Gesellschaft grundsätzlich nicht.“⁴⁴

Zwar war auch das Selbstverständnis der Grünen, eine ‚Anti-Parteien-Partei‘ zu sein, ein Motiv, das auch bei Teilen der Piraten verbreitet ist, allerdings waren die Grünen bei näherem Hinsehen nie wirklich eine Ein-Themenpartei. In ihrer Frühzeit standen neben der ökologischen Bewegung auch die Frauen- und die Friedensbewegung „Pate“ bei der Gründung der neuen Partei. Drei Themen, die von vorneherein einen signifikanten Anteil der Bevölkerung angesprochen und emotional berührt und

⁴⁴ <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-09/piratenpartei-berlin>

gebunden haben. Erst im Verlaufe der politischen Erfolge nach dem Einzug in den Deutschen Bundestag 1983 kamen in schwierigen internen Prozessen weitere Themenfestlegungen im Bereich der Asyl- und Sozialpolitik hinzu. Auch wenn die Piraten auf dem letzten Bundesparteitag in Chemnitz beschlossen haben, neue Themen aufzugreifen und die Partei selbst auf eine breitere programmatische Basis zu stellen, werden sie in einer breiten Öffentlichkeit noch immer vorrangig mit ihrem Kernthema, dem der „Digitalen Bürgerrechte“ identifiziert. Dieses Thema der digitalen Kultur ist zweifelsohne von einiger gesellschaftlicher Bedeutung, ein Thema, das auf ein Interesse stößt, das über eine bestimmte Bevölkerungs- und Bildungsgruppe deutlich hinausgeht, ist es aber nicht.

Eine Lehre aus der Frühzeit der Grünen sollten die etablierten Parteien allerdings beherzigen. Wer den Piraten mit Arroganz und Abschätzigkeit begegnet wird sie nicht schwächen, sondern stärken. Dazu gehört auch, den Piraten nicht offen und in den Medien die politische Ernsthaftigkeit abzusprechen. Die Piraten haben ganz offensichtlich schon vor der Wahl, als sich abzeichnete, dass sie die Fünf-Prozent-Hürde überspringen würden, mit dem Training für ihre parlamentarische Arbeit begonnen und mögliche Abgeordnete bis auf die Bezirks- und Ortsverbandsebene herunter in Ausschusssitzungen geschickt. Ein ganz und gar ungewöhnliches Vorgehen, das deutlich macht, dass die Piraten keine "Spaßpartei" sind, sondern über die vielleicht wichtigste Triebfeder einer Partei, nämlich über politischen Gestaltungswillen verfügen. Auch wenn das nicht der alleinige Faktor ist, der am Ende mit darüber entscheidet, ob die Partei eine Eintagsfliege sein wird, oder nicht. Schon dies macht deutlich, dass zumindest die Piraten an sich selbst den Anspruch stellen, ein dauerhaftes Phänomen zu bleiben.

10. AUSBLICK

Viele Binsenweisheiten könnte man den Piraten nun zurufen. Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer, zum Beispiel. Oder: Nach der Wahl ist vor der Wahl. Denn wie nach jeder rauschhaften Party der Kopfschmerz nicht ausbleibt, so erfordert ein derart rauschhafter Wahlsieg jede Menge konstruktives Kopfzerbrechen, um der neu gewonnenen Verantwortung gerecht zu werden. Die Piraten müssen jetzt zeigen, was ihre Wählerschaft von ihnen erwartet: „Um mal zu sehen, ob die etwas bewegen können. Und ob sie es wirklich wollen.“⁴⁵ Die Anforderungen sind hoch, das Wissen über den parlamentarischen Ablauf noch gering, und die eigene Mannschaft braucht dringend Verstärkung – bislang gab es keinen einzigen Festangestellten, der für die Partei tätig war.

Was bleibt?

Es wird sich zeigen müssen, ob es den Piraten gelingt – und letztlich auch rechtlich möglich ist –, aus jeder Sitzung des Abgeordnetenhauses und den Ausschüssen heraus zu twittern und zu bloggen. Gegenwärtig werden sie noch belächelt mit ihren Rucksäcken und Latzhosen wie einst die Grünen in ihren Turnschuhen. Doch gerade die Grünen sind es, die die jungen Wilden am meisten fürchten. Hans-Christian Ströbele, der ‚Berufsjugendliche‘ von Friedrichshain-Kreuzberg sieht seine Felle davonschwimmen: „‘Es ist falsch zu sagen, dass die Piraten nur von den ganz Jungen gewählt werden‘, sagte er der Onlineausgabe der Mitteldeutschen Zeitung. ‚Bei mir im Wahlkreis haben die 14 Prozent bekommen. Das heißt, sie haben auch die Grünen erheblich Stimmen gekostet. [...] Im Übrigen praktizieren die Piraten Formen der öffentlichen Auseinandersetzung und des Wahlkampfes, die früher mal bei den Grünen zu Hause waren – selbstkritisch und pffiffig.“⁴⁶ Auch Fraktionschef Jürgen Trittin nimmt die Piraten-Bedrohung durchaus ernst und sieht bereits jetzt eine ernst Gefährdung einer rot-

⁴⁵ <http://www.morgenpost.de/berlin-aktuell/article1770093/Friedrichshain-ist-die-Wahlheimat-der-Piraten.html>

⁴⁶ <http://www.bild.de/newsticker-meldungen/home/06-stroebele-gruene-20071960.bild.html>

grünen Mehrheit bei der Bundestagswahl 2013: „Zwar sprechen zurzeit die Umfragen stets für rot-grüne Mehrheiten. Doch warne ich immer: Das wird zur Bundestagswahl 2013 hin ein knappes Rennen, bei dem wir nichts zu verschenken haben – zumal die SPD von Wahl zu Wahl schwächelt. Da kommt es auf die Grünen an.“⁴⁷

Doch bei aller Berechtigung für die Kritik an den Grünen und ihrer Arri- viertheit, darf dies nicht darüber hinwegtäuschen, welche thematische Vielfalt und Sachkompetenz die Partei sich in den letzten fast drei Jahr- zehnten erarbeitet hat. Die Piraten mögen erfrischend neu wirken, unver- braucht. Das bietet Raum für Hoffnungen und Wünsche. Doch eine Partei lebt nicht vom Idealismus allein, sondern muss sich in der nüchternen Auseinandersetzung mit harten Fakten und unbequemen Entscheidungen beweisen. Gegenwärtig kokettieren die Piraten noch ganz offen mit ihren Wissenslücken und versprechen, sich einzuarbeiten.⁴⁸ Viel Zeit bleibt ih- nen nicht zum Nachsitzen.

⁴⁷ <http://www.taz.de/Juergen-Trittin-ueber-Berlin-Wahl/!78446/>

⁴⁸ <http://www.abendblatt.de/politik/article2031626/Piratenpartei-gibt-zu-Wir-haben-noch-Wissensluecken.html>: „Natürlich haben wir an manchen Stellen noch Wissenslücken und müssen uns noch weiterentwickeln. Das ist ja kein Wunder bei einer Partei, die bisher keinen einzigen Festangestellten hatte“, sagte der 33-Jährige.