

# **Themenpapier 16**

## **Direkte Demokratie und Medien/ Öffentlichkeit – eine Untersuchung ausgewählter Aspekte**

30.01.2005

Frank Rehmet  
frank.rehmet@mehr-demokratie.de

Dieses paper beschäftigt sich vor allem mit zwei Aspekten des großen Themenbereichs „Direkte Demokratie und Medien/Öffentlichkeit.“ Erstens soll nach den Auswirkungen direktdemokratischer Verfahren auf die Medien und die Öffentlichkeit gefragt werden. Zweitens soll die Frage untersucht werden, ob und inwiefern bei Volksabstimmungen eine Verkürzung auf Parolen stattfindet. Dabei werden Thesen und Untersuchungsergebnisse aus der wissenschaftlichen Literatur dargestellt.

## **1. Auswirkungen von Volksbegehren und Volksentscheiden auf Medien/die Öffentlichkeit in Bezug auf den Zugang für Akteure und für Themen**

### **1.1 Direkte Demokratie führt zu mehr Gleichheit und zu besseren Zugangsmöglichkeiten für neue Akteure**

- Durch direkte Demokratie wird mehr Bürgern der Zugang zu öffentlichen Arenen ermöglicht, Bürgerinitiativen können sich besser Gehör verschaffen, sich besser artikulieren:

*„Die Volksgesetzgebung eröffnet gesellschaftlichen Gruppen durch institutionell verbindliche Problematisierungen einen alternativen und wirkungsvollen Zugang zu den öffentlichen Foren“ (Kampwirth 1999, S. 25).*

- Empirische Studien belegen, dass neue Akteure die politische Bühne und die Öffentlichkeit betreten können (Forschungen zur kommunalen Ebene und zur Landesebene in Deutschland: *Rehmet, Weber, Pavlovic* 1999; Volksbegehrensberichte von Mehr Demokratie e.V.).
- Die Praxis der Schweiz und der USA sowie die empirischen Erfahrungen in Deutschland zeigen jeweils: Ein breites Spektrum an Akteuren nutzen direktdemokratische Instrumente.

*Parteien:* Schweiz: Neben Oppositionsparteien als Nutzende sind direktdemokratische Instrumente für neue Parteien eine „Eintrittskarte“ ins politische System. Hingegen spielen in den USA Parteien nur eine marginale Rolle bei Volksabstimmungen.

*Verbände:* In der Schweiz sind diese fest in die politische Willensbildung integriert, greifen aber durchaus zum Mittel des Referendums. In den USA spielen Verbände (Industrieverbände ebenso wie NGOs) eine sehr bedeutende Rolle bei direktdemokratischen Aktivitäten (vgl. *Kampwirth*, 1999, S. 28).

*Bewegungen und gemeinnützige Organisationen:* Ein breites Spektrum dieser Akteure (zum Beispiel die Umweltbewegung) betrat seit den 60er Jahren in der Schweiz wie auch in den USA die Öffentlichkeitsbühne mittels direktdemokratischer Verfahren und wirkte nachhaltig mittels Volksbegehren und -entscheiden auf die öffentlichen Diskurse ein.

**Zwischenfazit** „Die Volksgesetzgebung (...) ist geeignet, *bestimmte* Verzerrungen in den öffentlichen Diskursen zu *mildern*, und so mehr Chancengleichheit zwischen den gesellschaftlichen Gruppen und Interessen im Wettbewerb um Redezeit und Aufmerksamkeit zu ermöglichen. (...) Wir können die direkte Demokratie als ein Verfahren *erweiterter Elitenkonkurrenz* beschreiben. (Vgl. *Kampwirth* 1999, S. 31).

## 1.2 Offenheit für Themen

- Bei der direktdemokratischen Willensbildung werden mehr Themen, Beiträge, Meinungen und Interessen berücksichtigt als in der rein repräsentativdemokratischen Öffentlichkeit, die aufgrund der Agenda-Setting-Dominanz politischer Eliten und marktorientierter Selektionsmechanismen der Medien erhebliche empirische Defizite aufweist (vgl. *Kampwirth* 1999, S. 32). Mit anderen Worten: Instrumente direkter Demokratie führen zu einem Aufbrechen der von etablierten Akteuren dominierten Willensbildungsprozesse (vgl. auch *Möckli* 1994: 280, 335 ff.).
- Die Bürgerinnen und Bürger haben durch Volksbegehren einen stärkeren und direkteren Einfluss auf die Themenwahl (**Agenda-Setting-Effekte**).
- **Spiegelung gesellschaftlicher Konflikte:** Direkte Demokratie zeigt gesellschaftliche Konflikte und Besonderheiten von Problemlagen auf und macht sie sichtbar. Damit kann man diese besser erkennen als ohne Volksentscheide. Das Verfahren ist wie ein Spiegel, der übrigens nicht für die Besonderheiten von Gesellschaften verantwortlich ist: „So wie der Spiegel nicht für das Gesicht verantwortlich gemacht werden kann, das sich in ihm erkennen lässt, hat sich die schweizerische Gesellschaft im 20. Jahrhundert nicht *wegen*, sondern *trotz* der direkten Demokratie so und nicht anders entwickelt.“ (*Gross* 1999, S. 97).
- **Volksbegehren eignen sich besonders zur Überwindung von Dethematisierungen:** Das Volksbegehren eignet sich zur Überwindung von Dethematisierungen und zum Aufzeigen von Handlungsalternativen“. Einhellig zeigt das empirische Material, dass die direkte Demokratie überwiegend wichtige Themen und Konfliktlinien widerspiegelt und jene Interessen reflektiert, die vom politischen System vernachlässigt werden (Literaturauswertung bei *Kampwirth* 1999, S. 34 mit weiteren Nachweisen).
- Volksentscheide sind besonders geeignet zur Aufhebung politischer Blockaden.

## **2. Auswirkungen von Volksbegehren und Volksentscheiden auf Medien/die Öffentlichkeit in Bezug auf die *Medienberichterstattung* und in Bezug auf die *Informationsprozesse* und *Willensbildung* der Bürger**

Mitunter wird vermutet, dass es bei Volksbegehren und Volksentscheiden zu Kampagnenjournalismus, zu Propaganda und zur Verkürzung auf Parolen kommt. Die nachfolgenden Auswertungen sollen zeigen, was von diesen Thesen zu halten ist.

### **2.1 Merkmale direktdemokratischer Diskurse bzw. Diskussionsprozesse**

(nach *Kampwirth* 1999 und *Kirchgässner/Frey* 1994, S.62 f.)

- Der öffentliche Informations- und Meinungsbildungsprozess setzt bereit in der Phase des Volksbegehrens ein. Schon hier ist den Initiatoren eine gewisse Präsenz in den Medien sicher.
- **Fokussierung auf den Abstimmungsgegenstand – sachlichere Auseinandersetzung:** Öffentliche Diskussionen erreichen wegen der Entscheidungsrelevanz von Volksabstimmungen eine hohe Intensität und sind geprägt von einer Fokussierung auf den Abstimmungsgegenstand (hier unterscheiden sich beispielsweise von Wahlkämpfen, die neben Themen ein hohes Maß an Personalaspekten zum Inhalt hat und in der Öffentlichkeit/den Medien mitunter sehr stark auf Persönliches reduziert wird). Die öffentliche Diskussion orientiert sich – im Gegensatz zu Wahlkämpfen – an einer **Sachfrage** und wird zugespitzt auf zwei (mitunter auch drei) Alternativen. Sie hat eine Pro- und Contra-Struktur.
- Die Versachlichung der politischen Diskussion wie auch die Tatsache, dass nur ein Thema zur Abstimmung steht, bedeutet einen feineren Kontrollmechanismus, der nicht die Regierung insgesamt, sondern nur einen Teilaspekt der Regierungspolitik thematisch in Frage stellt.
- **Mehr Diskussionen und Bildungseffekte:** Die Diskussions- und Informationsbereitschaft der Bürger nimmt vor einem Volksentscheid plausiblerweise zu, da die Bürgerinnen und Bürger selbst die Entscheidung treffen können, sie liegt höher, als wenn der Gegenstand im Parlament diskutiert und entschieden würde. Dies hat beträchtliche Auswirkungen bis in den Alltag hinein. Ein großer Vorteil von Volksentscheiden wird gerade hinsichtlich der Bildung gesehen.

### **2.2 Informationsprozesse der Stimmbürger und Aspekte der Willensbildung**

- **Überforderte Bürger?** Zunächst ist festzuhalten, dass für die Kompetenz der Bürger natürlich nicht die Kompetenz der Experten in Betracht kommt, sondern die **staatsbürgerliche Kompetenz**. Wer diese in Abrede stellt, muss konsequenterweise auch Wahlen, die viel schwerer als Abstimmungen sind, in Frage stellen. Nun ist festzustellen, dass, je komplexer das Thema, desto mehr sind die Stimmbürger auf vereinfachende Informationen und die Orientierung erleichternde Urteile (wie etwa Stimmempfehlungen von Parteien oder Verbänden) angewiesen.
- Studien aus den USA haben gezeigt, dass Bürger mit niedrigem Kenntnisstand ihre sachlichen Defizite vor einer Volksabstimmung durch den Rückgriff auf so genannte

„information cues“ kompensieren: Dies bedeutet, dass sie sich an Empfehlungen von Akteuren, die ähnliche Präferenzen haben wie sie selbst orientieren bzw. gegen Akteure mit gegenteiligen Interessen opponieren. Damit wird es dem schlechter informierten Stimmbürger erlaubt, so zu handeln, wie er es unter den Bedingungen vollständiger Information getan hätte. (vgl. hierzu ausführlicher *Kampwirth* 1999, S. 37, der die Studien in den USA ausgewertet hat). Orientierungserleichternde Akteure können sein: Initiatoren der Kampagne, Experten, Medien, Parteien, Verbände, Freunde oder Bekannte.

### **Mehr Angebot an Informationen und Orientierungshilfen trifft auf mehr Nachfrage**

- In Studien nachgewiesen wurde auf kommunaler wie auch auf Landesebene in Deutschland wie auch in anderen Staaten eine **deutlich intensiviertere Medienberichterstattung** während des Volksabstimmungskampfes: Mehr Informationsangebote wie etwa redaktionelle Berichterstattung in Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen und Radio oder Hintergrundberichte sind zentrale Informationsquellen für die Bürgerinnen und Bürger.
- **Die öffentlichen Diskussionen und Informationen während der heißen Phase vor einer Volksabstimmung sind sehr wichtig:** Die empirische Untersuchung des Schweizer Wissenschaftlers *Hanspeter Kriesi* zeigte, dass die Mehrzahl der Schweizer und der US-Bürger sich erst im Laufe des Volksabstimmungskampfs entscheidet. Je nach Vorlage fällen ein Drittel bis die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger ihr Urteil erst kurz vor dem Urnengang. Nur bei einem Teil der Bürger (Schweiz: 30-60 %) liegt die Entscheidung von vornherein fest (vgl. *Kriesi* 1994, S. 242 ff.). Damit steht fest, dass vor der Volksabstimmung das vermehrte Informationsangebot auf eine gesteigerte Nachfrage nach solchen Informationen trifft.

### **Welche Informationsquellen werden genutzt?**

- Neben der redaktionellen Berichterstattung in den Medien kommen als wichtige Informationsquellen und Abstimmungsorientierungen hinzu: Staatliche Abstimmungsbroschüre (sofern vorhanden), Leserbriefe in den Medien, Mailings, Plakate, Veranstaltungen und Informationsstände, Aufrufe von Parteien, Verbänden und anderen Organisationen.
- Die oben erwähnte Untersuchung von *Kriesi* zur Schweiz zeigte: Abstimmungsbroschüre, Zeitung, Rundfunk und TV stellen sehr wichtige Informationsquellen dar – hinzu kommt aus heutiger Sicht sicherlich das Internet. Durchschnittlich werden in der Schweiz von drei bis vier der angebotenen Medien Gebrauch gemacht.

#### *Erste zentrale Informationsquelle: Die staatliche Abstimmungsbroschüre*

In der Schweiz und in acht US-Bundesstaaten wird eine Abstimmungsbroschüre an alle Stimmberechtigten kostenlos verteilt sowie über das Internet verbreitet. Darüber hinaus sehen fast alle US-Bundesstaaten weitgehende finanzielle Offenlegungspflichten für direktdemokratische Akteure vor. Die Abstimmungsbroschüre bietet wichtige und mehr oder weniger ausgeglichene Informationen. In der Schweiz greifen etwa ein Drittel bis die Hälfte aller Abstimmenden auf die Broschüre zurück (*Kriesi* 1994, S. 247), in den US-Bundesstaaten nutzt ca. ein Drittel diese

Informationsquelle.

*Zweite zentrale Informationsquelle: Medienberichterstattung*

Presse, Fernsehen und Radio berichten nicht nur in der Schweiz sehr ausführlich über Volksentscheide und gewähren in der Regel konkurrierenden Argumenten hinreichend Raum. Mindestens zwei Drittel der Schweizer Stimmbürger nutzen den redaktionellen Teil der Presse, um sich über eine Vorlage zu informieren. Große Beachtung finden auch Leserbriefe (dieselben Ergebnisse ergaben Untersuchungen zur bundesdeutschen Kommunalebene).

Die USA kennen ein anderes Mediensystem: Hier dominieren elektronische Medien. Hier erhalten fast nur kontroverse Vorlagen eine große Aufmerksamkeit, was aber auch am besonderen Verfahrensdesign in den USA liegt, denn an einem einzigen Tag finden Wahlen und Abstimmungen statt, so dass viele Abstimmungsvorlagen an einem Tag abgestimmt werden. So bleiben Berichte im US-amerikanischen Fernsehen meist beschränkt auf Berichterstattung von medienwirksamen Ereignissen, Analysen und Hintergrundberichte sind hingegen meist die Ausnahme. Jedoch liefert vor allem die regionale Presse umfassendere Artikel, Informationen und Analysen zu bevorstehenden Volksentscheiden (vgl. *Cronin* 1989, S. 117 f.).

*Dritte zentrale Informationsquelle: Materialien der Abstimmungskampagne*

In den USA dominiert in Abstimmungskämpfen private Fernseh- und Radiowerbung (wie bei Wahlkämpfen auch), oftmals wichtiger Bezugspunkt der Wähler, diese Slogans sind mitunter simplifizierend und haben einen zum Teil irreführenden Charakter (wie bei Wahlen auch). In der Schweiz nutzen etwa ein Viertel bis die Hälfte der Stimmberechtigten Zeitungsinserate zur Orientierung vor einer Volksabstimmung. Die Erfahrungen in Deutschland auf der Landes- und Kommunalebene zeigt, dass alle Initiatoren von Volks- oder Bürgerbegehren eigene Informationsmaterialien erstellen und diese verbreiten. Exakte Daten oder Forschungen zur Mediennutzung liegen für die Landesebene in Deutschland leider nicht vor. Die empirischen Indizien beispielsweise für Bayern sprechen dafür, dass viele Kampagnen stark um Aufklärung und Information der Stimmbürger bemüht sind. Für die kommunale Ebene liegen Ergebnisse vor, die eine insgesamt ausgewogene und deutlich intensiviertere Berichterstattung in den Lokalzeitungen feststellen.

### **2.3 Einfluss der Medienberichterstattung auf den Ausgang von Volksentscheiden**

*Kampwirth* untersuchte empirische Ergebnisse aus der Schweiz und den USA ausführlich (1999, S. 42 ff.):

- Der Einfluss der Medienberichterstattung auf den Ausgang von Volksentscheiden ist bisher kaum erforscht. Plausiblerweise kommt ihnen bei der Selektion und Verbreitung von Informationen eine wichtige Bedeutung zu.
- **Neuere Studien zeigen allerdings, dass die Bedeutung der Medien für die individuelle Meinungsbildung nicht überschätzt werden darf.** Diese Beobachtung bestätigt die empirische Arbeit zur Schweiz von *Hanspeter Kriesi* (1994: S. 249 ff.) für die direktdemokratische Willensbildung. Obwohl die Schweizer eifrige Mediennutzer sind, wirkten TV, Radio und Zeitungen nur bedingt auf den Meinungsbildungsprozess ein. Signifikante Effekte erzielt lediglich der redaktionelle Teil der Presse, während die

Fernsehberichterstattung nur selten unmittelbare Konsequenzen für die Abstimmungsentscheidung hat.

- **Bedeutung interpersonaler Kommunikation:** In der Öffentlichkeitssoziologie wird heute den Netzwerken interpersonaler Kommunikation eine beachtliche Bedeutung in der Verbreitung, Selektion und Interpretation von Informationen und Meinungen zugerechnet. Die Orientierung an so genannten „Meinungsführern“ in diesen Netzwerken stellt ein wichtiges Element der individuellen Meinungsbildung dar. Insofern fungieren interpersonale Kommunikationszusammenhänge als Schutzschild gegen mediale Einflüsse (vgl. *Schenk/Rössler* 1994). Bei einer Umfrage in Kalifornien gaben 70 % der Befragten an, mit anderen Menschen über Volksentscheide zu diskutieren. Im Anschluss an die Volksabstimmung in der Schweiz zum Beitritt zum EWR, dem Europäischen Wirtschaftsraum, sagten 24 % der Befragten, dass für sie Freunde und Bekannte die wichtigste Einflussquelle gewesen sei. Damit rangierte die interpersonale Kommunikation noch vor den Medien, die von 22 % als einflussreichste Quelle angegeben wurde (vgl. *Kriesi* 1994, S. 255).
- **Parteiidentifikation:** Ein weiteres wichtiges Ergebnis von Untersuchungen ist, dass auch die Parteiidentifikation immer noch ein wichtiger Orientierungspunkt für die Wähler ist. Für etwa 12 % der Schweizer sind die Stimmempfehlungen (dort „Parolen“ genannt) von Parteien die bedeutsamste Entscheidungshilfe. Eine bedeutsame Rolle spielen die Parteien auch in Deutschland: Die Abstimmenden können sowohl auf Landes- als auch auf kommunaler Ebene in der Regel gut auf sichtbare Stimmempfehlungen ihrer Partei zurückgreifen.
- **Amtliche Stimmempfehlungen:** Auch amtliche Stimmempfehlungen spielen eine Rolle: Ca. 16 % der befragten Schweizer gaben an, dass der Regierungsstandpunkt für ihre Meinungsbildung am wichtigsten gewesen sei.

#### **Zwischenfazit Medieneinfluss**

Dies belegt, dass Medien zwar sehr wichtig sind, aber nicht die dominierende Rolle besitzen, die ihnen gerne zugeschrieben wird. Neuere Studien zeigen, dass die Bedeutung der Medien für die individuelle Meinungsbildung bei Abstimmungen (wie auch bei Wahlen) nicht überschätzt werden darf.

#### **2.4 Propaganda und Manipulation?**

- Propaganda hat immer dann erhöhte Erfolgsaussichten, wenn eine Abstimmungsvorlage komplex, keine stabilen Prädispositionen und das Sachwissen der Bürger gering ist und/oder ein Mangel an Orientierungshilfen besteht.
- Jedoch ist Taktik der Propaganda bei Volksabstimmungen **sehr riskant**, da diese öffentlichkeitswirksam offengelegt und überführt werden kann und somit ein Verlust an Vertrauen droht, was sich erfolgsmindernd auswirken kann.
- Der manipulative Zugriff auf die öffentliche Meinungsbildung ist **nicht beliebig groß**. Denn stets stehen mehrere Informationsangebote (siehe oben) zur Verfügung.
- Der **sachbezogenen Fokus** einer Volksabstimmung setzt irreführenden Beeinflussungsversuchen (Personalisierung) gewisse Grenzen.

- „Die bisherigen empirischen Erfahrungen in den USA sprechen dafür, dass Manipulationsversuche zwar im Einzelfall erfolgreich sind, sich aber in einem Rahmen bewegen, der Volksabstimmungen nicht prinzipiell in Frage stellt“ (*Kampwirth* 1999, S. 47).

### **Demagogenprämie? Stimmungsabhängigkeit?**

Von *Theodor Heuss* ist der Satz überliefert, dass die Volksgesetzgebung eine „Prämie für jeden Demagogen“ sei. Soweit Heuss damit die Machteroberung der Nationalsozialisten meint, lag er historisch falsch. Hitlers Aufstieg 1930-1933 vollzog sich über Wahlerfolge und schloss mit dem Ermächtigungsgesetz 1933 ab (dem übrigens Heuss selbst zustimmte!). Der einzige Versuch eines NSDAP-Volksbegehrens – gegen den Young-Plan 1929 scheiterten in der Sache kläglich und hat Hitler allenfalls mäßig genutzt. Fazit: Die damaligen Ereignisse sprechen gegen extreme Parteien in der repräsentativen Demokratie und nicht gegen direkte Demokratie (vgl. hierzu *Jung* 2001, S. 57 ff.).

Stimmungsabhängigkeit ist keine Spezialität der direkten Demokratie, nach besonderen Ereignissen ertönt regelmäßig der Ruf nach dem parlamentarischen Gesetzgeber, ohne dass dies bislang negativ bewertet worden wäre.

Wichtig: Vor übereilten Reaktionen ist gerade die direkte Demokratie geschützt, da das Verfahren langsam ist. Direkte Demokratie ist keine TED-Umfrage oder eine Meinungsumfrage, sondern die langsame Bildung eines staatsbürgerlichen Willens (Beispiel: Das gesamte Verfahren in Schleswig-Holstein, Buß- und Bettag: dauerte 2,5 Jahre, vgl. hierzu *Jung* 2001, S. 57 ff.).

### **2.5 Allgemeine Faktoren, welche die Qualität der direktdemokratischen Meinungsbildung beeinflussen**

Für alle bislang dargestellten Bereiche gilt hinsichtlich der Qualität der Meinungsbildungsprozesse, dass sie von bestimmten Faktoren beeinflusst und verbessert werden kann. Diese Faktoren sind:

1. Das kommunikative Umfeld (u.a. Bereitschaft von Presse und Rundfunk zu fairer und angemessener Berichterstattung, pluralistische Medienlandschaft, „politische Kultur“)
2. Die Struktur der Abstimmungskampagne
3. Gut sichtbare Orientierungshilfen für die Bürger (Abstimmungsempfehlungen, Abstimmungsbroschüre)
4. Die Verfahrensaspekte („Design“) von direktdemokratischen Verfahren (z. B. Integration des Parlaments in den Prozess - die in den USA oft nicht gegeben ist -, obligatorische Bereitstellung von ausgewogenen und laiengerechten Informationshilfen wie etwa Abstimmungsbroschüren<sup>1</sup>, freie Unterschriftensammlung, welche die Diskurskultur fördert, Regelungen zum Zugang zur Öffentlichkeit vor Abstimmungen – analog zu Wahlkämpfen kostenlose Sendezeiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk; strenge finanzielle Offenlegungsklauseln)

---

<sup>1</sup> Noch weiter geht Irland mit Reports und Internetseiten der unabhängigen irischen Referendumskommission.



### **3. Fazit**

Die Untersuchung hat Folgendes gezeigt:

„Die innere Logik von Sachentscheidungen durch das Volk *begünstigt* eine ausführlichere, themenbezogenere, argumentativere und weniger personalisierende öffentliche Auseinandersetzung als dies in Fragen der Fall ist, die im Parlament entschieden werden, garantiert sie aber keinesfalls (...) Der zusätzliche politische Wettbewerb setzt die etablierte Politik unter Rechtfertigungs- und Antizipationszwänge, er fördert einen *kommunikativen Politikstil*.“ (Kampwirth 1999, S. 54).

Bezüglich des Medieneinflusses kann festgehalten werden, dass Medien zwar sehr wichtig für direktdemokratische Prozesse sind, aber nicht die dominierende Rolle besitzen, die ihnen gerne zugeschrieben wird. Neuere Studien zeigen, dass die Bedeutung der Medien für die individuelle Meinungsbildung bei Abstimmungen (wie auch bei Wahlen) nicht überschätzt werden darf. Ebenso entscheidend ist das persönliche Umfeld, staatliche Informationsbroschüren oder Abstimmungsempfehlungen von Parteien oder anderen Organisationen.

#### **4. Literatur**

*Cronin, Thomas E.* 1989: Direct Democracy, Harvard.

*Gross, Andreas* 1999: Die schweizerische Direkte Demokratie, in: Heußner, Hermann K./Jung, Otmar (Hg.): Mehr direkte Demokratie wagen, München 1999, S. 87–100.

*Jung, Otmar* 2001: Mehr direkte Demokratie wagen, in: *Jung, Otmar/Knemeyer, Franz-Ludwig* (Hg.), Im Blickpunkt: Direkte Demokratie, München, S. 13-72.

*Kampwirth, Ralph* 2002: Volksentscheid und Öffentlichkeit, Anstöße zu einer kommunikativen Theorie der direkten Demokratie, in: *Theo Schiller* (Hg.), Direkte Demokratie in Theorie und kommunaler Praxis, Frankfurt a. M. u.a., S. 17-68.

*Kirchgässner, Gebhard/Frey, Bruno S.* 1994: Volksabstimmung und direkte Demokratie, Ein Beitrag zur Verfassungsdiskussion, in: *Hans-Dieter Klingemann/Max Kaase* (Hg.): Wahlen und Wähler, Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990, Opladen, S. 42-69.

*Kriesi, Hanspeter* 1994: Akteure, Medien, Publikum, Die Herausforderungen direkter Demokratie durch die Transformation der Öffentlichkeit, in *Friedhelm Neidhardt* (Hg.) 1994: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, S. 234-260.

*Longchamp, Claude* 2002: Prädispositionen und Kampagnen bei Schweizer Volksabstimmungen, in: *Schiller, Theo/Mittendorf, Volker* (Hg.) Direkte Demokratie. Forschung und Perspektiven, S. 288-303.

*Rehmet, Frank/Weber, Tim/Pavlovic, Dragan* 2002: Bürgerbegehren und Bürgerentscheid in Bayern, Hessen und Schleswig-Holstein, in: *Theo Schiller* (Hg.), Direkte Demokratie in Theorie und kommunaler Praxis, Frankfurt a. M. u.a., S. 117-164.

*Schenk/Rössler* 1994: Das unterschätzte Publikum, in *Friedhelm Neidhardt* (Hg.) 1994: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, S. 261-295.