
Inhalt

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	6
1 Einleitung.....	11
1.1 Kommunikationswissenschaftliche Einordnung und Relevanz des Themas	14
1.2 Aufbau der Arbeit.....	15
2 (Europäische) Öffentlichkeit und Öffentlichkeitsarbeit	19
2.1 Öffentlichkeit	19
2.2 Europäische Öffentlichkeit – verschiedene Modelle	21
2.2.1 Das Modell der paneuropäischen Öffentlichkeit.....	24
2.2.2 Das Modell zur Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten.....	26
2.2.3 Das Modell der overlapping public spheres	27
2.3 Neue Formen von Öffentlichkeit online.....	30
2.4 Funktionen politischer Öffentlichkeitsarbeit: Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit	35
2.5 Zusammenfassung: (Europäische) Öffentlichkeit durch (Online-) Öffentlichkeitsarbeit	37
3 Dialogkommunikation in der (politischen) Öffentlichkeitsarbeit.....	43
3.1 Dialogische Kommunikation in der Öffentlichkeitsarbeit	43
3.1.1 Der relationale Ansatz.....	46
3.1.2 Dialog in der Onlinekommunikation.....	47
3.2 Responsivität in der politischen Kommunikation	51
3.3 Zusammenfassung: Dialogorientierung in der politischen Öffentlichkeitsarbeit	56
4 Politische Öffentlichkeitsarbeit im Wandel.....	59
4.1 Nutzungspraktiken im Social Web.....	64
4.2 Politische Kommunikation im Social Web	68
4.3 Veränderungen der politischen Öffentlichkeitsarbeit durch Online Relations	70
4.4 Zusammenfassung: Professionelle Onlinekommunikation politischer Akteure	74
5 Politische Kommunikation online – ein Forschungsüberblick	79

5.1 Politische Onlinekommunikation im Wahlkampf und in Routinezeiten	79
5.2 Parteienkommunikation online	84
5.3 Parlamentskommunikation online	86
5.4 Komparative Studien	87
5.5 Zusammenfassung: Neue Möglichkeiten für die politische Kommunikation	91
6 Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Parlaments und der Parlamentarier	93
6.1 EU-Kommunikation – Auf dem Weg zu einem „bürgerzentrierten“ Ansatz	94
6.2 Organisation der Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Parlaments	96
6.3 Die Online-Kommunikationsstrategie der EU	98
6.4 Zusammenfassung: Auf dem Weg zu einem „bürgerzentrierten“ Ansatz?	101
7 Modell und Forschungsfragen	103
8 Methode	109
8.1 Design, Stichprobe und Erhebung	109
8.1.1 Inhaltsanalyse 2011	110
8.1.2 Inhaltsanalyse 2013	111
8.1.3 Codebuch und Kategoriensystem der Inhaltsanalysen	113
8.2 Interviews	118
8.3 Gütekriterien	121
9 Ergebnisse	125
9.1 Social-Media-Nutzung der Abgeordneten	125
9.2 Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Social-Media-Nutzung	127
9.3 Nutzungspraktiken der EU-Abgeordneten	130
9.4 Umsetzung der Prinzipien des Social Web	136
9.5 Beitrag zur Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit	141
9.5.1 Struktur	142
9.5.2 Repräsentation	153
9.5.3 Interaktion	154
10 Fazit und Diskussion	157



10.1	Welche Nutzungspraktiken finden sich in sozialen Online-Netzwerken der Abgeordneten des EU-Parlaments?	157
10.2	Welchen Beitrag leisten Social Media zur Europäischen Öffentlichkeit?	160
10.3	Limitationen der Arbeit	164
10.4	Ausblick	165
11	Literaturverzeichnis	167
12	Digitaler Anhang	183
12.1	Kategoriensystem der qualitativen Inhaltsanalyse	183
12.2	Codebuch 2011	187
12.3	Codebuch 2013	221
12.4	Interviewleitfaden	240