



Keupers

kritischer

Kommentar

09-01-2017

September 2017

## Schulz kämpft um die unentschlossenen Wähler.

Nach Umfrageergebnissen wissen etwa 40 Prozent der Wahlberechtigten heute noch nicht, wo sie bei der Wahl ihr Kreuzchen machen sollen, während 51 Prozent die Bundestagswahl jetzt schon für gelaufen halten. Nach den letzten Umfragen der Meinungsinstitute liegt die CDU 12 bis 15 Prozentpunkte vor der SPD. Doch Martin Schulz will sich von den schwachen Werten nicht beirren lassen, laut der Süddeutschen Zeitung stellt er fest: „Ich lasse immer gerne andere die Umfragen gewinnen. Ich gewinne lieber die Wahl!“ Eine weitere Aussage von ihm, in der Süddeutschen zitiert mit: „Die Menschen hätten die Wahl zwischen einer Kanzlerin, die die Vergangenheit verwaltet, und ihm, der die Zukunft gestalten wolle“, zeigen den starken Willen des Würselerers, allen Unkenrufen zum Trotz.

Martin Schulz kämpft also bis zur letzten Minute für die Realisierung seiner Vision für mehr Gerechtigkeit für die hart arbeitenden Menschen in unserem Land. Wenn wir jedoch die entscheidenden Positionen und Ziele der SPD für eine Zukunftsgestaltung nicht stärker als bisher herausarbeiten und nach außen hin mit einer fühlbaren Begeisterung vertreten, dann könnte der Kampf und das Engagement des Kanzlerkandidaten eher zu einer Farce werden.

### **Erforderlich ist eine Einheit von „Programm, Person und Performanz“.**

In den vergangenen Wochen des Wahlkampfes ist es jedenfalls klar geworden, dass weder plausible Programme nebst Nachweis der Realisierbarkeit, noch soziale und wirtschaftliche Kompetenz des SPD-Kanzlerkandidaten, und noch nicht einmal gute und erfolgreiche Regierungsarbeit der SPD in der Großen Koalition ausreichen, um das im Grunde genommene vorhandene Wählerpotential zu mobilisieren und auszuschöpfen, um die eigenen Genossinnen und Genossen in voller Breite in eine nach außen sicht- und vernehmbare Euphorie zu versetzen.

Gerade dieses zeigt uns, dass die Glaubwürdigkeit, die Performanz einer politischen Partei sich nicht nur in der höchst wichtigen Verkörperung der politischen Programme, sich nicht nur in der Person des Kandidaten erschöpft, sondern, dass das Handeln und Auftreten der Spitzenleute der Partei während der vergangenen Legislaturperiode, besonders jedoch während des Wahlkampfes und der Wahlkampf-vorbereitung, das Wahlverhalten der Bürgerinnen und Bürger wesentlich beeinflussen. Widersprüche zwischen erbrachter Leistungsfähigkeit und programmatischer Identität führen in der Tat, kaum überraschend, zu Abwendung und Entfremdung. Das bedeutet, dass nicht nur die Aussage, das Auftreten im Wahlkampf, die Parolen und deren Verbreitung in den letzten 6 Wochen vor der Wahl die Wahlentscheidungen der Bürgerinnen und Bürger herbeiführen, sondern dass das Image der Partei, welches

sich in den letzten Wochen und Monaten herausgebildet hat, einen nicht zu unterschätzenden Einfluss hat.

Manche der führenden Politiker, insbesondere auch auf den Landesebenen, haben mit ihren meist der eigenen Profilsucht geschuldeten Äußerungen weit im Vorfeld der Wahl, wie zum Beispiel der ehemalige Ministerpräsident Albig, mehr Schaden angerichtet, wie es von den Strategen des Wahlkampfes erwartet wurde. Und ein unterschwelliges Imagedefizit lässt sich auch mit einer noch so ausgeklügelten PR-Aktion nicht so leicht ausbügeln.

Ein weiterer Mangel sozialdemokratischer Wahlkampfstrategie ist die geringe Diskursfähigkeit mit den Bürgerinnen und Bürgern. In den letzten 10 bis 20 Jahren ist das politische Gespräch, der Diskurs immer geringer geworden, man hat die politische Information immer mehr den öffentlichen Medien überlassen oder den politischen Briefwurfsendungen. Das persönliche Gespräch wurde vernachlässigt. Da hilft auch neuerdings die digitale Kontaktsuche über Facebook, Twitter oder ähnliches nicht viel, da diese digitalen Dienste von einem Großteil des Wahlvolkes nicht benutzt werden. In 10 oder 20 Jahren mag das anders sein, aber viele der jetzt über 50-jährigen erreicht man so nicht, und diese Jahrgangskohorten sind mit über 50 Prozent der Wahlberechtigten ein nicht zu vernachlässigbarer Anteil.

### **Sozialdemokratische Idealvorstellungen müssen erkennbar sein!**

Ein Stück Unabhängigkeit von der medial betriebenen Umfragedemokratie und mehr Vertrauen in die Wirkung des überzeugenden Redens und Handelns ist erforderlich, mehr Mut zum riskanten Denken, wenn es um sozialdemokratische Kernthemen rund um die soziale Gerechtigkeitsfrage geht, auch wenn neoliberaler Gegenwind durch die Mainstream-Medien droht. Wir Sozialdemokraten müssen eine Botschaft für die Wählerinnen und Wähler haben, eine Botschaft für eine soziale Gestaltung der Zukunft, einer sozialdemokratischen Zukunft!

In diesem Sinne,

Wörrstadt, den 11. September 2017

Heinrich Keuper