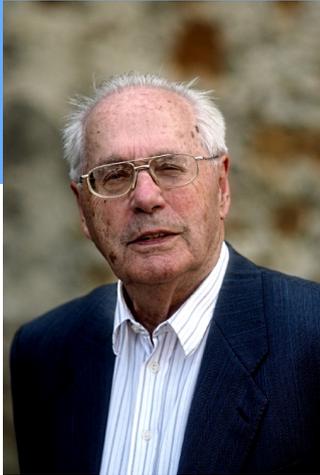


Keupers

kritischer

Kommentar



10-02-2017

Oktober 2017

Die SPD muss den Genossen „Trend“ aktivieren.

Alle Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten haben vor ein paar Tagen einen Rundbrief ihres Parteivorsitzenden und ehemaligen Kanzlerkandidaten, dem Genossen Martin Schulz bekommen, in welchem er seine Enttäuschung und sein Bedauern ausdrückte, über das desaströse Wahlergebnis der SPD bei der Bundestagswahl am 24. September 2017. Er beschrieb, wie er mit sich und seinen Wahlkampfauftritten, bzw. Wahlkampfangementationen haderte und kurzzeitig daran war zu resignieren. Doch dann hat er sich wieder aufgerafft und beabsichtigt nun kämpferisch als Leitfigur die SPD wieder auf die Beine zu stellen, in dem er und seine Mitstreiter(innen) in ehrlichen und tiefergreifenden Gesprächen mit den Mitgliedern der Partei, über die Gründe und Ursachen der letzten Wahlniederlagen der SPD bei Bundestagswahlen seit dem Jahre 2005 sprechen und diskutieren will, sowie durch strukturelle, organisatorische und inhaltliche, aber auch strategische Neuausrichtungen die Partei wieder erfolgreich auszurichten, wieder erfolgreich zu konzipieren.

Das Image der Partei, des Spitzenkandidaten ist maßgebend.

Dazu gehört es zu erkennen, dass das Image der Partei, das Image des Spitzenkandidaten, sowie der übrigen Spitzenfunktionäre wesentlich die Akzeptanz in den breiten Schichten der Wählerschaft prägen, dass Programme oder kurzfristige PR-Aktivitäten in der heißen Phase eines Wahlkampfes, nur ergänzende geringfügige Einflüsse auf das Wahlverhalten haben. Dass das mehr im Unterbewusstsein erzeugte Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in das politische Handeln der Parteien, der hervorgehobenen Personen das Fundament einer Wahlentscheidung ist. Der Genosse „Trend“ ist die Grundvoraussetzung für einen Wahlerfolg der SPD. Und der Genosse „Trend“, der die Wahlerfolge der SPD in den 70er Jahren ermöglichte, war damals langfristig erarbeitet, das heißt, das Vertrauen der Menschen in die Sozialdemokratie kann man auch heute nur in kontinuierlichen, langfristigen politischen Aktivitäten erreichen, nicht durch ad Hoc Aktionen kurzfristig vor der Wahl. Das Image der Partei, des Spitzenkandidaten ist die Basis für den Genossen „Trend“!

Malu Dreyers Erfolg zeigt doch wie es geht.

Bei der letzten Wahlentscheidung in Rheinland-Pfalz konnte man das explizit erkennen. Nicht die wahlkämpferische Julia Klöckner und ihre CDU machten das Rennen, sondern die solide wirkende und arbeitsame Malu Dreyer und die SPD hatten am Ende die Nase vorn. Das Vertrauen in, das Image von Malu Dreyer siegte über die PR-Strategie der Julia Klöckner!

Gerade diese Tatsache sollte den Wahlkampfstrategen in den Parteizentralen zu Denken geben. Darum, und da hat Martin Schulz in seinem Brief recht, eine kurzfristige Benennung des Kanzlerkandidaten ist „non functional“. Denn eine Imagebildung ist eine langwierige Prozedur und kann nicht mit einem kurzfristigen Hauruck-Wahlkampf erzeugt werden.

Aber außer dem Image des Spitzenkandidaten, ist das allgemeine Image der Partei, der SPD ein wichtiger Indikator bei Wahlen. Dafür ist das politische Auftreten und Agieren, das politische Handeln der (Spitzen-)Politiker, deren Argumentationen während der gesamten Legislaturperiode, mindestens aber der letzten andertalb Jahre vor der Wahlentscheidung repräsentativ. Das sollten alle im Rampenlicht stehende beachten und sich bei ihren Show-Auftritten, Debatten- und Interviewbeiträgen daran erinnern, wobei die nach außen getragene Geschlossenheit eine ganz natürliche Voraussetzung sein sollte.

Wenn es der Sozialdemokratie und ihren Repräsentanten gelingt, ein positives Erscheinungsbild des politischen Handelns und Gestalten zu erzeugen, und wenn erforderliche Personalentscheidungen rechtzeitig beschlossen werden, ohne lautstarkes Profilierungstheater Einzelner, dann kann, wie es Andrea Nahles dieser Tage bemerkte, bei der Bundestagswahl 2021 gegebenenfalls wieder eine Drei als erste Ziffer des Prozentanteils der abgegebenen Stimmen für die SPD bei der Veröffentlichung der Wahlergebnisse erscheinen.

Ein gutes Zukunftsprogramm erhöht die Chancen!

Martin Schulz hat dann noch in seinem Brief 8 Punkte erwähnt, deren Forderungen und Problembeschreibungen sich die Sozialdemokratie widmen, für die sie Lösungen für eine erfolgreiche Zukunftspolitik finden und anbieten muss, um den Herausforderungen einer schnelllebigen und progressiven Zeit begegnen zu können.

Dazu müssen die Genossinnen und Genossen eine Zukunftsvision entwickeln. Vorstellungen wie unser Land, unsere Gesellschaft diese Herausforderungen meistern will, meistern kann. Und diese ihre Zukunftsvorstellungen sollten sie spätestens 2 Jahre vor der nächsten Bundestagswahl als eine Art Botschaft ihrer politischen Zielvorstellung den Wählerinnen und Wählern präsentieren und mit ihnen darüber diskutieren. Wobei die Aussage: „Mehr soziale Gerechtigkeit für die hart arbeitenden Menschen“, ja eigentlich schon den Rahmen für eine zukunftstaugliche Gesellschaftsordnung darstellt, unter anderem mit der Forderung nach fairen Löhnen und langfristiger bzw. dauerhafter Beschäftigungsverhältnisse. Sie müssen aber auch die möglichen Veränderungen durch eine fortschreitende Digitalisierung am Arbeitsplatz beachten, sowie die Entwicklung hin zur Problematik des geringeren Wohlstandes in Folge geringerem Wachstums. Dazu sollten ausgiebige Diskussionen innerhalb der Gremien der Partei in Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften, aber auch mit den Unternehmensverbänden eingeleitet werden. Der Slogan: „Gemeinsam schaffen wir es, unsere soziale Gesellschaft zu erhalten“, sollte die Bürgerinnen und Bürger wieder dazu bringen, die Sozialdemokraten als Gestalter einer besseren Zukunft zu betrachten.

In diesem Sinne,

Wörrstadt, den 10.10.2017

Heinrich Keuper