Die Wochen des Wahlkampfs, so eine Art Fußball-WM

Posted on 9. September 2021 by Hans-Jürgen Arlt

„Dass sich Abgeordnete der Unionsparteien im Zuge der Pandemie schamlos bereichert haben, hat viele ihrer weniger begüterten AnhängerInnen zutiefst verstört."

Bild: Screenshot BR24

Im Maschinenraum des SPD-Wahlkampfes wird gute Arbeit geleistet, sagt der erfahrene Kampagnenmanager Volker Riegger. Ganz im Unterschied zur erstaunlichen Planlosigkeit der machtpolitisch so gut trainierten Unionsparteien. „Sie scheinen jetzt den Preis zu zahlen für die systematische Politik-und Konflikt-Entwöhnung, mit der ihnen Frau Merkel so viele Jahre lang die Macht gesichert hat", analysiert der Professor für strategische Planung auf Fragen von Hans-Jürgen Arlt.

Die aktuell erforschte und die veröffentliche Wählermeinung schlägt gerade Purzelbäume. Sind das nur Kunststückchen der Demoskopie und der Medien oder finden tatsächlich starke Bewegungen in der Wählerschaft statt?

Volker Riegger: Horst Kahrs hat die Physik der demoskopisch ermittelten Stimmungslagen und wie diese Teil

der politischen Realität werden können im *Bruchstücke*-Interview sehr überzeugend beschrieben. Das Verstehen dieser Dynamik und die Fähigkeit, mit ihr zielgerichtet umzugehen, ist eine handwerkliche Grundfertigkeit und in gewisser Weise das *Spielbein* bei der strategischen Planung und im Management von Wahlkämpfen.
Das strategische Optimierungs-Kalkül auf der Grundlage der aktuellen sozio-ökonomischen Strukturen und Macht-Verhältnisse, der psychosozialen Lebenswelten oder Milieus, die sich daraus entwickelt haben, sowie der gegebenen Machtverteilung im Mediensystem ist und bleibt das *Standbein*.

Ob und wie stark die Dynamik der Stimmungslagen am Ende auf das Wahlverhalten und das Wahlergebnis tatsächlich durchschlägt, entscheidet über Erfolg und Misserfolg einer Wahlkampagne. Es kommt auf die Fähigkeit des jeweiligen politischen Teams an, also der politische Führung und ihrer Wahlkampf-Truppen, sich im Verlauf des Wahlkampfs – mit Blick auf die für sie erreichbaren Wählerinnen und Wähler – mit ihren jeweiligen *Themen und Konflikten*, mit ihren *Personen* und ihrer *Performance* so zu positionieren und das zeitlich so zu optimieren, dass sie ihr eigenes WählerInnen-Potential maximal mobilisieren und ausschöpfen sowie das der politischen Wettbewerber demotivieren und demobilisieren können. Denn natürlich gilt auch heute mehr denn je: Stimmungen sind noch keine Stimmen.

Überraschender Weise hat, Stand heute, die politische Führung und das Wahlkampf-Team im Maschinenraum der SPD im Stimmungs-Management bislang mit Abstand am besten agiert. Die zweitbesten sind die Abstauber-Spezialisten der FDP, die knapp vor der AfD liegen.

Union: Erschütterte Glaubwürdigkeit, wenig überzeugender Kandidat

Wie erklären Sie sich die momentane Wiederauferstehung der deutschen Sozialdemokratie und ihres Kanzlerkandidaten? Kommt sie nur aus den Schwächen der Anderen oder auch aus eigener Stärke, vielleicht sogar aus einer neuen Sensibilität in der Gesellschaft für die soziale Frage?

Volker Riegger: Mit Blick aufs Handwerkliche kann man das einfach erklären: Die SPD hatte und hat einen Plan. CDU und CSU hatten und haben offensichtlich keinen.
Die erstaunliche Planlosigkeit der auf die Macht fixierten und darin so gut trainierten Unionsparteien ist verblüffend. Sie scheinen jetzt den Preis zu zahlen für die systematische Politik-und Konflikt-Entwöhnung, mit der ihnen Frau Merkel so viele Jahre lang die Macht gesichert hat. Sie hat dabei die SPD enteiert aussehen lassen, sie so in Schach und unten gehalten.

Dass sich Abgeordnete der Unionsparteien im Zuge der Pandemie schamlos bereichert haben, hat viele ihrer

weniger begüterten AnhängerInnen zutiefst verstört. In den Medien war das Thema zwar recht schnell abgehakt. Aber das Grundvertrauen in die Unionsparteien und deren Glaubwürdigkeit ist seitdem bei einem Teil ihrer Wählerschaft erschüttert – zumal nach dem Abgang der in materiellen Angelegenheiten als unbestechlich geltenden Merkel. Neben dem wenig überzeugenden Kandidaten scheint dieser Glaubwürdigkeits- und Vertrauensverlust der Hauptgrund für die derzeitige Schwäche in den Umfragen von CDU und bemerkenswerter Weise auch der traditionellen Spezi-Partei CSU zu sein. Deshalb wird jetzt, offensichtlich in Panik, noch einmal Frau Merkel ins Feld geschickt, obwohl sie ja eigentlich schon gar nicht mehr da ist.

Die erhöhte Sensibilität mit Blick auf die seit Jahren wieder zunehmende soziale Ungleichheit ist seit langem durch Umfragen belegt und hat im Zuge der Pandemie noch einmal kräftig zugenommen.

Das Problem mit Blick auf den Wahlkampf ist, vor allem für die SPD, dass viele der besonders Benachteiligten und Ausgegrenzten im letzten Jahrzehnt immer mehr resigniert haben und nicht mehr daran glauben, mit ihrer Stimme etwas für sich bewirken zu können. Das ist der Kern der wachsenden demokratischen Repräsentationslücke, übrigens nicht nur in Deutschland. Zwar haben die Armen bei uns eine Stimme, aber sie gehen nicht mehr zum Wählen.

Seit Jahren verlangen Olaf Scholz und die SPD einen Mindestlohn von 12 Euro, mehr Respekt und auch mehr materielle Anerkennung für die Menschen, die in schlecht bezahlten Berufen arbeiten. Wenn es gelingen sollte, Teile von ihnen wieder für die SPD zu gewinnen, dann könnte das darüber entscheiden, wer am Ende die Nase vorn hat und damit die bessere Ausgangsposition im Poker um Regierungsmacht und -koalition.

Ob nach der Wahl die „soziale Frage“ die politische Auseinandersetzung dominieren wird, ist, wenn man von der klassischen Polarität zwischen Kapitalbesitzern und Lohn-Abhängigen ausgeht, offen. Die schon heute absehbaren Mega-Themen, also der politische Imperativ des Klimawandels, die Revolution von Lebens- und Arbeitswelten durch Künstliche Intelligenz sowie der heraufziehende neue kalte Krieg zur Eindämmung der kommenden globalen Supermacht China, werden wahrscheinlich den klassischen Verteilungskonflikt zwischen Kapital und Arbeit überlagern. Sie werden ihn aber nicht verdrängen können.
Das eröffnet den sozialdemokratischen Bewegungen hier und weltweit die Chance, sich entlang dieser Konfliktlinien neu zu erfinden, indem sie mit Sturheit, Phantasie und Intelligenz weiter daran arbeiten, demokratische Freiheitsrechte und deren Absicherung in einer durch sozialen Ausgleich befriedeten Gesellschaft voranzubringen.

Normale Menschen haben in normalen Zeiten mit Politik nichts am Hut

Sind die gegenwärtigen aufgeregten Stimmungslagen der politischen Öffentlichkeit ein neuartiges Phänomen

oder sind sie einfach normales Wahlkampfgeschehen, nur Neuauflagen öfter erlebter, aber vergessener Vorgänge?

Volker Riegger: In normalen Zeiten beschäftigen sich normale Menschen wenig oder gar nicht mit Politik. Ihre Aufmerksamkeit wird durch persönliche oder berufliche Angelegenheiten, durch Sport und Unterhaltung absorbiert oder ist auf Familie und Freunde gerichtet – nicht auf Politik. Deshalb sind politisch stark Interessierte wie etwa Mitglieder von Parteien oder Aktivistinnen in den sozialen Bewegungen in gewisser Weise Exoten, die in ihren jeweiligen politischen Blasen ihre für Außenstehende merkwürdigen Rituale und Diskurse pflegen. Ihr Verständnis davon, wie Normalos ticken und wie man sie politisch bewegen kann, ist dadurch oft recht eingeschränkt. Auch deshalb gibt es einen Markt für Wählerforschung und professionelle Wahlkampfberatung.

Die Dynamik der Aufmerksamkeit in einem Bundestagswahlkampf ist der bei einer Fußball-WM nicht unähnlich: Weil sich die meisten Menschen wenig oder gar nicht für Fußball interessieren, befassen sich zunächst nur die Fans mit diesem Ereignis. Wenn aber Deutschlands Titel-Chancen wachsen, steigen mehr und mehr auch die Fußball-Ignoranten ein. Am Ende hängen auch sie wie alle anderen gebannt am Fernseher, spekulieren über Sieger und Verlierer, sind dann himmelhoch jauchzend oder zu Tode betrübt und gehen dann wieder schlafen. Diese Eskalation der Aufmerksamkeit im Zeitverlauf ist auch bei einer Bundestagswahl zu beobachten: In der Woche vor dem Wahltag ist Politik und wer bei der Wahl gewinnen oder verlieren wird auch für diejenigen das dominierende Thema, die in normalen Zeiten mit Politik nichts am Hut haben.

Zwei wichtige Unterschiede allerdings gibt es:

- Wer im Gefolge der Bundestagswahl BundeskanzlerIn wird, ist für die meisten Menschen in Deutschland, im Vergleich etwa zu den Ergebnissen von Länder-, Kommunal- oder Europa-Wahlen oder von Fußball-Meisterschaften, von hoher Bedeutung für das eigene Leben.
- Beim Fußball ist mit dem Abpfiff klar, wer Champion ist. Bei der Bundestagswahl kann auch der oder die Zweite BundeskanzlerIn werden, sogar Dritt-Platzierte sind unter den aktuellen Bedingungen nicht ganz chancenlos, ins Kanzleramt einzuziehen.

Volker Riegger machte politische Planung und Kampagnenmanagement für Willy Brandt und Helmut Schmidt (1972–1986), war Mitglied der Geschäftsleitung Infratest-Forschung (1986–89) und im Vorstand der logos AG in München. An der Universität der Künste Berlin ist er Honorarprofessor für strategische Unternehmens- und Kommunikationsplanung.

- E-Mail
- teilen
- teilen
- teilen
- teilen

Entdecke mehr von bruchstücke

Melde dich für ein Abonnement an, um die neuesten Beiträge per E-Mail zu erhalten.

Gib deine E-Mail-Adresse ein …

Abonnieren