

Zu der
ketzerischen Frage
nach der Sinnhaftigkeit
von Wahlen

Volksparteien im politischen Marathonlauf 2011

Tilman Mayer

Ein heikles Thema, das in einem Superwahljahr berechtigterweise aufgegriffen werden könnte, allerdings ohne Hoffnung, dass es durch eine Staatsreform wirklich verhandelt wird, stellt die föderative Ordnung dar, die die Politik in Wahlzeiten zu einem an sich wenig sinnvollen Hürdenlauf zwingt. Zur politischen Qualität der Demokratie tragen eine Unmenge von Landtagswahlen sicherlich nicht bei. Schließlich gibt es politische Systeme, die überhaupt keine föderative Struktur kennen – und sehr wohl äußerst respektable Demokratien sind. Nur weil sich die Deutschen ein Übersoll an Föderalismus leisten wollen, begeben sie sich immer wieder in einen politischen Marathonlauf, der die politische Klasse enorm strapaziert, Arbeitskraft bindet, insgesamt dem Ansehen der Politik nicht unbedingt entgegenkommt, jedenfalls legitimatorisch für die Demokratieanerkennung in Deutschland nicht gebraucht wird. Parteiübergreifend könnten sich Politiker die Frage stellen, ob das Funktionieren des politischen Systems wirklich in Abhängigkeit zur föderalistischen Idee zu bringen ist – oder ob nicht weniger mehr wäre. Natürlich ist es für den politisch Interessierten wichtig zu beobachten, wie sich regionale Machtverhältnisse erhalten lassen oder ändern. Erhalt oder Verlust von Macht ist immer ein spannendes Schauspiel, trotzdem müsste eigentlich die Frage nach der Effektivität gestellt werden.

Die Verhältnisse sind, wie sie sind, und auf der nationalen Ebene stellt man sich

der Herausforderung der Wahlen – je unterschiedlich, ob als Oppositions- oder als Regierungspartei. Kann es der Bundesregierung gelingen, durch starke Regierungsthemensetzung den Wahlkampf auf Länderebene positiv zu beeinflussen? Das Risiko ist heutzutage groß, dass politische Entscheidungen Kritik auslösen und im Wahlkampf gegen Regierungsparteien verwendet werden können. Insofern ist der gute Rat nicht teuer, sich in den Bundesländern nicht auf die Berliner Regierungspolitik im Wahlkampf zu verlassen, sondern zu versuchen, durch eigene Akzentsetzung landespolitische Themen auf die Agenda zu bringen. Regierungen haben es leichter, denn ihr Personal ist öffentlich mehr sichtbar, etwa wenn der rheinland-pfälzische Ministerpräsident sich um ein gesunkenes Schiff im Rhein kümmert. Gerne wird unterschätzt, dass der Bekanntheitsgrad gerade auch, aber nicht nur von Landespolitikern sehr gering ist. Wer die Ebene der öffentlichen Wahrnehmung erreicht und noch dazu positiv bewertet wird, hat schon viel erreicht.

Dass öfter Landtagswahlen als Foren des Protestes gegen Bundesregierungen gewertet werden müssen, zeigt, wie lediglich instrumentell das Verhältnis der Deutschen zu ihren föderativen Strukturen ausfallen kann.

Profil und Motor der Partei

Wahlkampfzeiten bedeuten die intensivsten Beziehungen zwischen Bürger und Politik. Insofern kommt es auf die

Wahrnehmung der spezifischen Politik an, die die Parteien verkörpern. Insofern dürfte es auch für eine regierende Partei essenziell sein, dass sie ihre eigenen Interessen und Parteiprofile deutlich markiert, dass sie als Partei wahrnehmbar ist, dass sie eine eigenständige Identität besitzt, die mit der einer Koalitionsregierung nicht identisch sein muss. Gerade für bisherige Nichtwähler wäre es ein Signal festzustellen, dass ihre ehemals gewählte Partei doch auch gegenüber der Regierung noch unerfüllte Erwartungen hegt, die zu stärken der bisherige Nichtwähler durchaus motiviert sein könnte oder motiviert werden müsste.

Alle Parteien und natürlich auch die Volksparteien müssen besonders in Zeiten des Wahlkampfes zu einer Wahlmaschine, wie Max Weber sagte, werden, und dieser Motor muss kräftig zum Laufen gebracht werden, sodass die zutage tretende Energie und Dynamik sich auf die Wahlbevölkerung überträgt. In einem Superwahljahr kann es nicht sein, dass nur einzelne Landesverbände die Wahllokomotive zum Dampfen bringen, sondern es muss eine landesweite Stimmung aufkommen, die sich letztlich vor Ort als wahlmotivierend herausstellt.

Politik mit Leidenschaft

Die Programmatiken des christlich-sozialen und christlich-demokratischen Ideenkreises haben sich in und seit der Zeitenwende von 1989/1990 bewährt. In der Programmatik liegt kein Problem, aber die Programmatik an sich ist nur ein intellektuelles Gerüst, das der persönlichen Leidenschaft der Politiker bedarf, um mobilisierend zu wirken, um zu begeistern, um die Ideenwelt auch praktisch zu vermitteln. Wenn der einfache Bürger versteht, wofür die Politiker eintreten, was sie erkennbar offensichtlich umtreibt, wofür sie sich mit ganzer Person einsetzen, dann kann der Funke überspringen. Es muss top-down etwas passieren, dann

nimmt die Lokomotive Fahrt auf, und der sogenannte „bandwaggon-Effekt“ tritt ein, die Bürger werden sozusagen vom Schwung des Parteiauftritts mitgezogen. Die Richtungsentscheidung findet Zustimmung, und die Glaubwürdigkeit des Einsatzes führender Politiker bildet das politische Kapital schlechthin, das sich dann als Vertrauen der Bürger auszahlt.

Kraft gewinnen im Angriff

Die politische Ausgangslage im Wahljahr 2011, vom Januar aus gesehen, stellt sich so dar, dass die C-Parteien meistens stärkste Parteien in der Bundesrepublik sind, gesamtdeutsch in Ost wie in West. Eine vielversprechende Beschreibung. Aber die CDU kann die Koalitionsfrage nicht unbedingt hoffnungsvoll angehen. Regional unterschiedliche Startbedingungen sind zu unterscheiden, aber überall gibt es, demoskopisch gesehen, einen starken Gegenwind, der selbstverständlich die Frage aufkommen lässt, ob die andere Seite oder das andere Lager es besser macht.

Die Wahlkampf bestimmende Frage nach der besseren Politik impliziert, dass es selbstverständlich nach wie vor zwei Lager gibt, was nicht ausschließt, dass es über Lagergrenzen hinweg ein apartes schwarz-grünes Bündnis geben könnte, wenn die politische Arithmetik das diktiert, aber die Ausgangslage ist eine klar lagerspezifische. Die sogenannte Rechtslinks-Skala funktioniert durchaus, das heißt, es werden unterschiedliche Richtungsentscheidungen von den Bürgern vorgenommen. Essenziell zur Stärkung der eigenen Position und auch zu deren Identitätsbildung trägt meistens bei, die andere Seite analytisch scharf wahrzunehmen und dann den Gegensatz auch wahlkampfspezifisch zuzuspitzen. Das ist wählerpolitisch gesehen legitim. Nur eine klare Unterscheidbarkeit hilft der Wählergruppe der Unentschiedenen, und es ist immer wieder darauf hinzuweisen,

dass ungefähr jeder zweite demoskopisch Befragte an sich ein politisch Uninteressierter ist, der also eigens aus seiner Politikferne abgeholt werden muss. Kann er im Wählerspektrum nur wenige Unterschiede ausmachen, sinkt seine Wahlmotivation. Auch für die eigene Anhängerschaft stellt der begründete, nachvollziehbare Angriff auf den Gegner eine Stärkung der eigenen Motivation dar, die nicht unterschätzt werden darf.

Eine Volkspartei, die ihren eigenen Glutkern gerade in Wahlkampfzeiten nicht den Anhängern deutlich vor Augen führen kann, sollte wegen Kampfunwilligkeit vom Platz gestellt werden. Dass zum Beispiel weithin sichtbare Plakate der eigenen Partei hauptsächlich das eigene Wählerpotenzial mobilisiert, ist hinlänglich bekannt, obgleich Plakatwerbung von manchen politischen Laien aus Ignoranz unter Wert verhandelt wird. Visuelle Kommunikation gehört im politischen Marketing zu den erstrangigen Instrumenten der Werbung. Wem es gelingt, passende Bilder als Botschaften zu transportieren, die die Bürger motivieren mitzuzentscheiden, hat schon viel gewonnen. Bilder bewegen.

Was wirklich wichtig ist

Die Ausgangsbedingung 2011 ist, wenn es stimmt, dass wir von einer profilierbaren Lagerstruktur ausgehen können, für die konservativ-liberale Seite durchaus nicht schlecht, einfach weil ein rot-grün-rotes Bündnis sich im gegnerischen Lager, wenn auch nicht in allen Regionen und schon gar nicht in Süddeutschland, aufzeigen und dementsprechend angreifen lässt. Es genügt aber nicht, rot-grüne Szenarien auszumalen. Vielmehr ist die Öffentlichkeit zu sensibilisieren und vor die Entscheidungsfrage zu stellen, ob dieser Politikansatz Deutschland weiterführt oder ob er belastet. Ist es zum Beispiel vertretbar, dass vor allen anderen politischen Fragen das Thema Umwelt

von erster Priorität ist? Welche Bevölkerungsgruppe kann es sich leisten, hauptsächlich von Umweltthemen zu leben? Für die liberal-konservative Regierung in Berlin ist es ein günstiges Zeichen – mit Auswirkungen auf alle Länder –, dass derzeit ein wirtschaftlicher Aufschwung stattfindet. Dessen Gefährdung durch ein alternatives Parteienbündnis ist an sich wählerpolitisch gut darstellbar. Für die wirkliche Arbeiterklasse, das heißt für die breite Schicht der erwerbstätigen Mitte, ist die in den Medien zerredete Frage nach der Nettosteuerlast eine akute Angelegenheit geblieben. Es wäre durchaus eine Wahlkampfbotschaft, wenn die Bundesregierung das Signal geben würde, die Kaufkraft der Bevölkerung in Deutschland stärken zu wollen. Im internationalen Kontext erwartet man eine derartige Entscheidung. Der Binnenmarkt muss weiter angekurbelt werden. Eine solide Finanzpolitik betreiben zu wollen, während eine Regierung antritt, die wie in Nordrhein-Westfalen sich durch erneute Verschuldungsstrategien dem Wähler empfiehlt, lässt erhebliche Zweifel an einem derartigen Soliditätsverständnis aufkommen.

Als ein weiteres Modethema wird gerne aufgeworfen, an der Zukunft der Volksparteien zu zweifeln – und zwar durchaus oft in interessierter und erkennbarer Absicht, den ehemaligen Kleinparteien zu Wachstum zu verhelfen, was ja auch gelungen ist.

Die politische Gretchenfrage

Die politische Gretchenfrage unserer Tage lautet deshalb: Wie wollen wir es mit den Volksparteien halten? Meistens wird soziologisch argumentiert, als ob mit diesen Maßstäben ein adäquates Kriterium zur Politikbeurteilung zu gewinnen wäre. Die Milieus schrumpfen, und ohne Zögern wird auf die politische Landschaft übertragen, dass das Schrumpfen der Anhängerschaft von Ge-

werkschaften, Kirchen und ähnlichen Institutionen sich auf die Politik übertragen lässt. Unstrittig ist es für Parteien schwerer geworden, wenn begleitende Institutionen dieser Art weniger stark motivierend zur Seite stehen. Aber die Politik muss schon selbst dafür sorgen, dass sie in ihrer Arena Zustimmung findet. Die Milieus kommen und gehen, die Volksparteien aber bleiben bestehen, so könnte man etwas salopp formulieren. Wieso können ähnliche Milieus recht unterschiedliche politische Ergebnisse „produzieren“? Sind die Wähler ernsthaft nur oder hauptsächlich Konstrukte ihrer Milieus? Derartige Determinismen zu unterstellen kann wenig überzeugen.

Darf man empfehlen, vielleicht einmal weniger auf die Milieus und mehr auf die führenden Persönlichkeiten zu achten? Deren Leadership-Qualität und Faszination ist sicherlich nicht weniger wichtig für die Akzeptanz von Politik.

Ein zweites Kriterium ist die Kampagnenfähigkeit der großen Parteien. Sind sie dazu in der Lage und vor allen Dingen auch willig, Kampagnen aufzulegen, dann erweist sich hierin ihre Stärke und ihr Kampfeswille. Wo der Wille zum Sieg ermüdet zu sein scheint, kann man auch von keiner Kampagnenfähigkeit mehr sprechen. Wenn die Volksparteien sich als zu alt, zu etabliert für Kampagnen erweisen, manövrieren sie sich selbst ins politische Aus.

Unmittelbar mit diesem Kriterium zusammen hängt die Mobilisierungsfähigkeit der großen Volksparteien. Es ist von überragender Bedeutung für die Identität der Volksparteien und ihrer Beurteilung in der politischen Arena, dass ihre Mitgliederzahl kein nur quantitatives Aushängeschild ist, sondern unmittelbar in Qualität umschlägt. Die merkwürdige Argumentation und der Duktus der Volksparteikritiker lassen sich besonders auch an diesem Punkt zeigen. Kürzlich konnte man in der Süddeutschen Zeitung

lesen (19. September 2010): „Mitgliederchwund und Politikverdrossenheit plagen die Parteizentralen“, und weiter schrieb Michael Bauchmüller: „An ihren Mitgliederzahlen haben die meisten Parteien wenig Freude. Doch die Grünen gewinnen so viele Mitglieder wie lange nicht mehr.“ Die Darstellung grenzt an Lesermanipulation. Die Grünen hätten einen enormen Zuwachs an Mitgliedern zu verzeichnen. Gemeint waren wenige Tausend Neueintritte. Diese addieren sich aber zu einer Gesamtmitgliederzahl der Grünen von lediglich etwas über fünfzigtausend Mitgliedern. Die beiden Volksparteien haben aber ein Zehnfaches an Mitgliedern. Das heißt, die „Argumentation“, dass den großen Volksparteien Mitglieder davonlaufen und bei den Grünen ein Zulauf stattfindet, übergeht vollkommen die tatsächliche Zahl der Mitgliederbestände, die die unterschiedlichen Parteitypen nach wie vor charakterisieren. Eine medienkritische Betrachtung ist hier unerlässlich. Die Grünen haben 2010/2011 hohe demoskopische Zustimmungswerte erfahren, aber die Leistung, Mitglied bei den Grünen zu werden, können sie in der Bevölkerung nicht abrufen. Sie erfüllen dieses Qualitätsmerkmal einer Volkspartei bisher einfach nicht.

Viertens erfüllen die Grünen und die anderen beiden kleineren Parteien ebenfalls derzeit nicht die Fähigkeit, eine große Breite des politischen Spektrums abzudecken: eine Leistung, die gegen die Kleinformate der Kleinparteien steht und die aufrechtzuerhalten trotz des Niedergangsetöses nach wie vor im Raum steht. Eine Parteiendemokratie lebt von der gelingenden gesellschaftlichen Repräsentanz gestaltungsfähiger Kräfte in den Parteien. Die Kunst der Parteiführung besteht darin, sich sowohl als integrationsfähig zu erweisen als auch trotzdem die Richtung bestimmen zu können. Muss dagegen ständig der Kapitän ge-

wechselt werden, dann stimmt auf der Brücke etwas nicht.

Ein fünfter Punkt zur Bewertung der Volksparteien stellt jetzt 2011 der Testfall Wahlkampf dar. Wenn es gelingt, die Organisationsstärke der Volksparteien in Mobilisierungsstärke zu verwandeln, haben die Volksparteien, ob an der Regierung oder nicht, ihre Existenzberechtigung erwiesen und können der politischen Kommunikation auf allen Kanälen nachkommen: im Fernsehen, im Internet, über Plakate oder auch an der Haustür oder durch die individuelle Wählerhauspost.

Das personale Element in der Politik

Wie man es dreht und wendet, man kommt an der Wahrnehmung des Potenzials der Volksparteien nicht vorbei, aber man muss auch erkennen, dass das personale Element in der politischen Arena wichtiger geworden ist. Den politischen Marathonlauf 2011 zu bewältigen setzt eine Kraft voraus, die sich im kommunikativen Prozess darin zeigt, dass Themen treffend gesetzt werden können, dass eine Stimmung erzeugt wird, die die Stimmung der Bevölkerung trifft, was wiederum voraussetzt, dass führende Politiker dieses Gespür für diese Stimmung in der Bevölkerung haben oder es sich zumindest durch intensive demoskopische Befragung verschaffen. Nur wenn sich mit diesen Botschaften Glaubwürdigkeit verbinden lässt – für Personen und deren programmatische Aussagen, also keine Imageprobleme ausgeräumt werden müssen –, kann eine optimistische Perspektive vertreten werden.

Eine Volkspartei an der Macht, die, wirtschaftlich betrachtet, auf gute Zahlen verweisen kann, sollte es eigentlich erreichen können, dass sie in unterschiedlichen Regionen entsprechende Zustimmung findet.

Potenzial zu realisieren ist die ureigene Aufgabe der Politiker, die jetzt erneut dem politischen Marathon ausgesetzt sind. Zu beneiden sind sie in diesem Lauf allerdings nicht. Und der Ausstieg einiger Politiker gibt zu denken. Auf Führungspersönlichkeiten, gerade in den Volksparteien, kommt es vielleicht noch mehr an als früher. Diese politische Rekrutierungsleistung der Volksparteien, so sie eindrucksvoll erfolgt und eben auch im Elektorat anerkannt wird, macht ein Wahljahr natürlich spannend.

Wenn es bisher als Kleinparteien angesehenen Gruppierungen gelänge, die Nummer eins in einem Bundesland zu stellen, muss an der Mobilisierungs- und Überzeugungskraft der bisher als Großparteien eingeschätzten Formationen gezweifelt werden. Bisher war es ein Kennzeichen allein der Volksparteien, dass sie den Regierungschef stellten. Für die politische Kultur wäre es bedenklich, würden es sich die Deutschen leisten, Parteien Regierungsverantwortung zu übergeben und die erste Richtlinienkompetenz zuzubilligen, deren Mitgliederrekrutierung und politisch-spektrale Breite – jedenfalls bisher! – dürftig geblieben ist. Noch kennen wir keine grüne Volkspartei, die sich realistische Flügel leistet, die das Aufgabenprofil, das sich nun mal gesellschaftlich stellt, abdeckt oder die mehrere Hunderttausend Mitglieder einwerben konnte. Insofern könnte es nach wie vor eine Sicherheitsstrategie der Bürger sein – wenn auch stärker im Westen als im Osten –, dass sie den Volksparteien mehr als andere politische Wählervereinigungen Führungsverantwortung übertragen. Deshalb kommt es auf dieses Personal auch noch mehr als in anderen Parteien besonders an. Und vielleicht können dann am Ende des Jahres manche sagen: Wir hatten die Kraft!