

Das Spiel mit den Emotionen

Spaniens Parteien bereiten die heiße Phase des Wahlkampfes vor

Die spanischen Parlamentswahlen rücken immer näher. Im kommenden März soll die Entscheidung fallen, wer Spanien künftig regieren wird: der sozialistische Amtsinhaber José Luis Rodríguez Zapatero oder sein konservativer Herausforderer Mariano Rajoy. Der Wahlkampf in Spanien wird eng und spannend – darin sind sich alle Analysten einig. Sie prognostizieren ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen der regierenden PSOE und der oppositionellen PP. Ein kleiner Fehler kann in diesem über Sieg und Niederlage entscheiden. Umso intensiver basteln beide Seiten knapp fünf Monate vor der Wahl am Wahlkampfdesign. Dabei fällt besonders eines auf. Der Kampf um die Stimmen wird immer mehr zu einem Kampf um die Emotionen der Spanier.

Wahlkampf in Spanien bedeutet vor allem eins: Große Worte und große Gesten. Dabei kann Regierungschef José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) natürlich seinen Amtsbonus voll ausspielen. Aber Oppositionsführer



Mariano Rajoy (Foto) von der spanischen Volkspartei (PP) tut alles, um ihm das Wasser zu reichen. In den letzten Wochen ist deutlich ein Imagewechsel Rajoys zu

beobachten – weg vom aggressiven Oppositionsführer und hin zum sich moderat gebenden Staatsmann. Dabei versucht er die Schlagzeilen zu beherrschen, was ihm in den letzten Wochen gelungen ist – wenn

auch nicht immer im positiven Sinne. Letzteres hängt damit zusammen, dass er damit seine Stammwähler mobilisieren will.

Mitten im Vorwahlkampf hielt die PP in Valencia einen wahren Megakongress ab. Vor 15.000 Leuten sollte Mariano Rajoy offiziell als Spitzenkandidat inthronisiert werden. Dies war zwar schon am 10. September geschehen, aber nur im kleinen, internen PP-Kreis. Jetzt wurde das ganze wiederholt – im US-amerikanischen Stil, mit spanischen Flaggen schwenkenden Parteigängern, Luftballons, Konfetti und Popmusik. Hinter dem Kandidaten leuchtete ein riesiges, blauweißes Schild mit der unzweideutigen Botschaft „Rajoy Presidente“ in Abwandlung



des Wahlslogans des sozialistischen Kandidaten von 2004 „Zapatero Presidente“. Keine Kamera konnte es übersehen.

Der, wenn es nach seiner Partei geht, zukünftige „presidente“ Rajoy erschien, wie fast die gesamte PP-Spitze, im legeren Outfit ohne Krawatte. Dynamik, Modernität und vor allem Lockerheit des Kandidaten sollten vermittelt werden. Dazu verordnete sich der PP-Chef eine emotionelle Sprache, mit der das Bild von Rajoy als jemandem, der einen „Stock verschluckt“ habe, korrigiert werden sollte.

In seiner Rede orientierte sich Rajoy am staatstragenden, auf Schlagworte zugeschnittenen, visionären Stil US-amerikanischer Politiker. Statt die Regierung zu sehr anzu-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

AUSLANDSBÜRO SPANIEN

MICHAEL DÄUMER

SEBASTIAN GRUNDBERGER

31. August 2007

www.kas.de

greifen, sprach Rajoy lieber von einem „neuen Konsens“. Ein neuer Konsens „von allen und für alle“. Ein neuer Konsens, der auch diejenigen einschließen solle, die 2004 noch links gewählt haben. Rajoy sprach von „Zukunft“ und „Illusion“, von „Freiheit“, „Energie“ und „Optimismus“. Rajoy sprach von der „Lust auf Wandel“, die die Mehrheit der Spanier habe. Rajoy sprach von seiner „Liebe zu Spanien“ und von einem „neuen Regierungsstil“, den er anführen werde. Rajoy sprach von der PP als „beste Partei Europas“ und von den PP-Regierungen unter José María Aznar als „beste Regierungen“ des demokratischen Spanien. Gänzlich den Emotionen überließ Rajoy sich und seine Partei mit den letzten Sätzen seiner Rede: „Wir werden gewinnen, weil uns eine mitreißende und herausfordernde Zukunft erwartet. Unsere Überzeugungen sind unsere Kraft. Die Freiheit, der Mut und die Freude sind unsere Kraft. Spanien ist unsere Kraft. Machen wir es möglich, dass wir alle mit Stolz die Tatsache feiern können, dass wir Spanier sind. Gemeinsam packen wir es. Gemeinsam machen wir unseren Traum wahr“.

Die menschliche Seite des PP-Kandidaten sollte einige Tage vorher eine Hochglanz-Homestory in der Beilage „XL Semanal“ der konservativen Tageszeitung „ABC“ unterstreichen. Unter der



Überschrift „Ein Sonntag mit Rajoy“ sieht man den Kandidaten mit seiner Frau Elvira Fernández im Arm in der Abendsonne an eine grüne Hecke gelehnt, beim Basketball- und Modelleisenbahn-Spielen mit seinen beiden Söhnen und im Gespräch mit seinem Vater. Dazu erzählt Rajoy munter aus seinem Privatleben - von der Familientradition, dass immer der erste Sohn Mariano heißt bis hin zu seinen Gefühlen, als er seine Frau kennen lernte. „Als ich Viri (Elvira) kennen lernte“, so Rajoy, „war das erste, an das ich dachte, wie ich sie erobern könnte. Wie ich das angestellt habe? Nun gut, vielleicht bin ich gar nicht so langweilig wie manch einer denkt“. Zudem schreckt Rajoy nicht einmal davor zurück, im Interview das durchaus deftige, aber viel

gebrauchte spanische Schimpfwort „Coño“ („Scheiße“) zu benutzen.

Gemeinsam mit der Charmeoffensive sucht Rajoy auch, sich als Staatsmann zu inszenieren. Zum spanischen Nationalfeiertag am 12. Oktober nahm er eine Videobotschaft auf, welche die PP über die Plattform YouTube der Öffentlichkeit zugänglich machte. In einem Format, das eindeutig an die offizielle Rede eines Staats- oder Regierungschefs erinnerte, forderte der PP-Chef vor einer spanischen Flagge und einem Bücherregal (Foto) seine Landsleute auf, den Nationalfeiertag „aus Gründen, die jeder kennt, dieses Jahr besonders zu feiern“. Als Reaktion auf die jüngsten regionalen Unabhängigkeitsbestrebungen in Katalonien und dem Baskenland sollten die Spanierinnen und Spanier am 12. Oktober die Flagge mit „Stolz und hoch erhobenem Haupt ehren und zeigen“.



Das Rajoy-Video rief erbitterte Proteste seitens des politischen Gegners hervor. Die PSOE warf Rajoy vor, die nationalen Symbole wie Flagge und Nationalfeiertag zu politisieren und für den Wahlkampf zu instrumentalisieren. PSOE-Organisationssekretär José Blanco sieht im PP-Diskurs einen wichtigen Teil der Spanier ausgeschlossen: Die Geschichte habe gezeigt, so Blanco, dass „viele Spanier erschauern, wenn die Rechte anfängt, „Spanien“ zu schreien“.

Stattdessen versucht die Regierung ihrerseits die Nationalen Symbole zu besetzen. Immer öfter taucht eine spanische Flagge hinter Ministerpräsident Zapatero und seiner Stellvertreterin Maria Teresa Fernández de la Vega auf. Beide sprechen von ihrer Vision eines „integrativen“ und „pluralistischen“ Spanien.

Wie die PP, versucht auch die PSOE mit ihrem Spitzendkandidaten José Luis Rodríguez Zapatero, die Menschen emotionell anzusprechen. Dies versucht die Partei mit Humor. Sie lancierte eine Vorwahlkampagne unter dem Motto „Mit Z wie Zapatero“. Das „P“ für „presidente“ erspart sich die PSOE; schließlich ist Zapatero bereits Regierungs-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

AUSLANDSBÜRO SPANIEN

MICHAEL DÄUMER

SEBASTIAN GRUNDBERGER

31. August 2007

www.kas.de

chef. Der Ministerpräsident hat aufgrund seines Dialektes die Angewohnheit, viele Worte, die auf „-d“ enden, so auszusprechen, dass sie auf „z“ zu enden scheinen, ähnlich wie die einst lispelnde Evelyn Hamann. In einem ebenfalls auf YouTube veröffentlichten Wahlkampfvideo (Foto) macht er dies zu seinem Markenzeichen. Er spricht die allesamt auf -d endenden spanischen



Worte für Modernität, Sicherheit, Demut, Loyalität, Würde und Solidarität in der für ihn charakteristischen

Form mit „Z“ am Ende als „modernidaZ, seguridaZ, humildaZ, lealtaZ, dignidaZ, daridaZ“ aus und drückt ihnen so seinen Stempel auf. „Z wie Zapatero“ orientiert sich dabei auch an der erfolgreichen PSOE-Wahlkampagne von 2004, als man Zapatero unter den Initialen „ZP“ landesweit bekannt gemacht hatte. Als bewusste Gegenstrategie zum ernststen und staatstragenden Video Rajoy's vor der spanischen Flagge erscheint „ZP“ in seinem YouTube-Auftritt in hellen Farben gekleidet und ohne Krawatte. Ständig lächelnd bemerkt er: „Man kann die Dinge auch mit einem Lächeln auf den Lippen sagen“. Damit spielt er direkt auf das Image des Oppositionsführers Mariano Rajoy an, keinen Humor zu haben.

Bei der Vorstellung der Kampagne (Foto) stand PSOE-Organisationssekretär und



Wahlkampfkoordinator José („Pepe“) Blanco sogar hinter einem Rednerpult in Z-Form (Foto). Er erklärte, die Kampagne solle zeigen, dass es derzeit „mehr Zapatero denn je“ gebe. Die PSOE wolle ihren Spitzenkandidaten als volksnah präsentieren und als jemanden, der die Probleme der einfachen Menschen verstehen könne.

Durch die Verbindung von Konzepten wie „Gleichheit“ oder „Solidarität“ mit einem roten „Z wie Zapatero“ soll den Menschen vermittelt werden, dass der Ministerpräsident seine Wahlversprechungen wahr gemacht habe. „ZP“, so die PSOE, sei eine Marke, der man vertrauen könne. Damit ist Zapatero auch gleich Programm.

Durch die Konzentrierung auf das „Z“ bietet die PSOE natürlich auch Angriffsflächen. So nutzte der Fraktionsvorsitzende des liberal-christdemokratischen Parteienbündnis CiU, Josep Antoni Duran i Lleida, das „Z“ und das dazugehörige Video zu einer Kritik an der Katalonienpolitik des Ministerpräsidenten. In seinem Internet-Blog schrieb Duran i Lleida, Katalonien habe „genug davon, dass die „PZOE“-Regierung zu seinen Problemen lächle“. Das spanische Verb für „lächeln“, *sonreir*, schrieb er dabei als „Zonreir“.



Während Rajoy sich in Valencia von 15.000 Menschen feiern ließ, trat „ZP“ vor 2.000 Rentnerinnen und Rentnern auf. Dabei strich er vor allem die so„Z“ialen Verdienste seiner Regierung hervor. Rajoy sei auf dem sozialpolitischen Auge blind, so der Regierungschef – ganz im Gegensatz zu ihm selbst, der mit Maßnahmen wie dem „Babyscheck“, dem „Antidiskriminierungsgesetz“ oder der Erhöhung staatlicher Studienstipendien den sozialen Zusammenhalt im Land erhöht habe. Gleichzeitig stocherte „ZP“ einmal mehr in der Vergangenheit herum. Er sprach von den „Lügen“ der PP in Folge der Madrider Terroranschläge vom 11. März 2005. Die PP bezeichnete er als „die Rechte“, welche im Laufe seiner Legislaturperiode „nur Lug und Betrug“ verbreitet habe.

Die jüngsten Wahlkampfentwicklungen lassen bereits ein paar Grundmuster erahnen, nach denen der Wahlkampf von PP und PSOE wohl ablaufen wird.



Beide Parteien wollen versuchen, sich den Spaniern als moderne Kräfte der politischen Mitte zu präsentieren. Dazu suchen sie die emotionale Nähe zum Wähler. Unter den schönen und milden Farben der politischen Mitte, sucht man sich jedoch in harter Gangart vom politischen Gegner abzustoßen und diesen in die Ecke des Extremen zu stellen. Dies gilt besonders für Zapatero und die PSOE. Durch die Erinnerung an die Vergangenheit mit Irak-Krieg und den Terroranschlägen vom 11. März will man Reflexe in der Bevölkerung wieder beleben, die die Volkspartei

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

AUSLANDSBÜRO SPANIEN

MICHAEL DÄUMER

SEBASTIAN GRUNDBERGER

31. August 2007

www.kas.de

2004 den sicher geglaubten Sieg gekostet hatten.

Interessant ist, dass es bei allem Glamour und bei aller emotionellen Aufladung des Wahlkampfes durchaus klassische Themen sind, mit denen Linke und Konservative auf Stimmenfang gehen. Die PSOE setzt auf die Sozialpolitik und die Pluralität der Gesellschaft, während die PP vor allem die Bedeutung der Nation und das Prinzip der Leistung betont.



Wohin der Wähler das Pendel am Ende ausschlagen lässt, erscheint weiter ungewiss. Eine Rolle dabei wird sicher spielen, welcher der beiden Spitzenkandidaten Rajoy und Zapatero dem Wähler besser vermitteln kann, dass seinen großen Gesten und großen Worten auch große Taten folgen werden.



Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
 Auslandsbüro Madrid
 V.i.S.d.P: Michael Däumer
 Redaktion: Michael Däumer/
 Sebastian Grundberger
 Plaza de Castilla, 3, 16-D 2
 28046 Madrid, Spanien
 Tel: (+34) 91 579 61 86
 Fax: (+34) 91 571 86 12
 Email: info@fka-madrid.org
 Web: www.kas.de/Spainen