

Hat die Union
den Sieg verschenkt?

Wahlkampf nur auf einem Bein

Berthold Löffler

Wahlergebnisanalyse erging sich bei vergangenen Bundestagswahlen häufig in erbarmungsloser Besserwisseri auf Seiten der Fachleute, auf Seiten der Politiker aber gehörte zum Ritual der Aufarbeitung von Wahlen die sattsam bekannte Schönrede von Stimmergebnissen. Nach der Bundestagswahl vom 18. September 2005 jedoch scheint der Satz vom „Hinterher ist man immer klüger“ partiell außer Kraft gesetzt. Ein Gefühl der Ratlosigkeit hat offensichtlich selbst die Experten überfallen. Zerknirscht äußerte sich die Grand Old Dame der Demoskopie, Elisabeth Noelle, angesichts der Tatsache, dass sich das Allensbacher Institut bei der Prognose des CDU-Wahlergebnisses um sechs Prozentpunkte (zu üblicherweise einem Prozentpunkt) vertan hatte.

Bei aller Verblüffung und Ratlosigkeit, eine umfassende Analyse und angemessene Erklärung des Geschehenen ist notwendig, und dies nicht nur deshalb, weil es schneller zu Neuwahlen kommen könnte als ursprünglich gedacht. Die folgenden Überlegungen verstehen sich als Beitrag zu einer solchen Analyse.

Drei Thesen seien dem folgenden Gedankengang vorangestellt:

Erstens: Statt ihr reformpolitisches Sachprogramm in eine deutlich erkennbare politisch-ideologische Perspektive einzubinden, um damit dem Bedürfnis der Bürger nach grundsätzlicher politischer Orientierung zu entsprechen, blieb Programm und Wahlkampf der CDU auf der reformpolitischen Sach- und Argumentationsebene hängen und war damit

schutzlos gegenüber einer teilweise verleumderischen Argumentation der politischen Gegner.

Zweitens: Mit dem weitgehenden Verzicht auf die politisch-ideologische Perspektive konnte auch keine ausreichende Emotionalisierung des CDU-Wahlkampfes und damit keine zufrieden stellende Mobilisierung von Wählern für die Union stattfinden.

Drittens: Die CDU hat in ihrem Wahlkampf unnötig Terrain verschenkt, weil sie auf einige Wahlkampfthemen verzichtet hat, die emotional hoch geladen sind und damit ein Mobilisierungspotenzial aufweisen, bei denen die Bürger der CDU mehrheitlich einen Kompetenzvorsprung zubilligen beziehungsweise die Position der CDU für richtig halten (Türkei-Beitritt versus privilegierte Partnerschaft, Ausländerintegration versus multikulturelle Gesellschaft).

Schon vor der Wahl tauchten hie und da Elemente einer Kritik an der Wahlkampfführung der Parteien auf, die sich mit dem Ergebnis der Wahl vom 18. September bestätigt zu haben scheinen. So analysiert Stjepan Šulek mit der kritischen Distanz eines nicht unmittelbar selbst betroffenen ausländischen Beobachters in der kroatischen Wochenzeitung *Hrvatsko Slovo – Tjednik za kulturu* vom 2. September 2005 unter der Überschrift „Wird Angela Merkel die erste deutsche Kanzlerin?“:

„In diesem Wahlkampf, den manche als Groteske, als absurdes Theater beschrieben haben, spricht man am aller-

meisten über Prozentsätze, darüber, um wie viel man eine bestimmte Steuer erhöhen oder verringern müsse, um die staatlichen Finanzaufwendungen zu decken, um die sozialstaatlichen Komponenten zu sichern, um die Zahl der Arbeitslosen zu senken, um Investitionen in Gang zu bringen, um die Unternehmer zu entlasten [...]. Man sät Emotionen mit Zahlen, die niemand versteht oder die jeder auf seine Weise interpretiert.“

Etwa zur gleichen Zeit erscheint ein Telefoninterview, das die linksalternative *TAZ* (*Die Tageszeitung* vom 10./11. September 2005) mit dem CSU-Bundestagsabgeordneten Peter Gauweiler geführt hat. Gauweiler beklagt darin, dass sich rechte und linke Positionen kaum mehr unterscheiden lassen, weil der Politik Prinzipien abhanden gekommen seien und sich mit der Neuen Mitte die weltanschauliche Debatte verflacht habe.

Fehlen einer prinzipiellen Dimension

Diese zwei völlig voneinander unabhängigen Quellen beobachten etwas ganz Ähnliches: Das Fehlen der prinzipiellen Dimension von Politik im Bundestagswahlkampf vom Frühherbst 2005.

„Die Hauptgegner der Christdemokraten sind die Sozialdemokraten. Sie befinden sich aber, wie die Mehrheit der europäischen sozialdemokratischen Parteien, in einer tiefen Krise. Den deutschen Sozialdemokraten sind die Visionen abhanden gekommen. Sie haben keine richtigen und überzeugenden Antworten auf die Frage, wie die Arbeitslosigkeit beseitigt werden kann, wie die Zukunft der europäischen Union gestaltet werden kann, wie man mit der Globalisierung zurechtkommen kann.“ (Hrvatsko Slovo)

Die kroatische Wochenzeitung beobachtet, was immer wieder thematisiert wurde: Die SPD verfügt über keine grundlegende Vision für die Zukunft unserer Gesellschaft. Aber wie stand es mit der CDU? Hatte sie Visionen zu bieten?

Auch sie verzichtete darauf. Im Gegensatz zur SPD allerdings ohne jede Not. Dabei hätte die CDU auf ein ideologisches Kapital zurückgreifen können, das sich in der gegebenen Lage als äußerst wertvoll hätte erweisen können. Denn dieses ideologische Kapital ist als einzige glaubwürdige Alternative zu Raubtierkapitalismus, Neoliberalismus und Wertebeliebigkeit übrig geblieben. Es sind die christlich-demokratischen und christlich-sozialen Grundwerte, die auf dem christlichen Menschenbild basieren und die in der christlichen Soziallehre ihre gesellschaftspolitische Ausformung haben. Diese Grundwerte haben nicht nur Gültigkeit für christlich gebundene Menschen, sie repräsentieren in ihrer säkularisierten Variante eben auch Werteorientierung und Selbstverständnis einer über die engere Anhängerschaft der CDU hinausreichenden Mehrheit der Bürger unseres Landes. Gerade die christliche Soziallehre mit ihrer Grundforderung nach einem Ausgleich zwischen Arbeit und Kapital hat angesichts der Ängste und Befürchtungen, die ein großer Teil der Menschen mit der Globalisierung verbindet, eine schlagende Aktualität. Ohne Not, so scheint es, hat die CDU darauf verzichtet, auf der Grundlage der christlichen Soziallehre die Perspektive einer erneuerten Sozialen Marktwirtschaft zu entwerfen; also die Perspektive einer Wirtschaftsordnung, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit sozialer Gerechtigkeit in Einklang bringt; die Perspektive einer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, die die berechtigten Interessen von Wirtschaft und Unternehmen zu verbinden sucht mit den Erfordernissen des Gemeinwohls, das mit den großen Begriffen Solidarität, Subsidiarität, soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit umrissen werden kann. Es ist unverständlich, warum die CDU nicht den Begriff der (Neuen) Sozialen Marktwirtschaft (wieder) aufgegriffen und als die große Leit-

idee ins Szene gesetzt hat. Denn der Begriff der Sozialen Marktwirtschaft ist durchgehend positiv besetzt, er wird von fast allen Bürgern verstanden als Chiffre für das gesellschaftspolitische Erfolgsmodell Nachkriegsdeutschlands, er wird mit einer beispiellosen wirtschaftlichen und sozialen Erfolgsgeschichte identifiziert, und er wird zudem historisch mit der CDU Ludwig Erhards in Verbindung gebracht. Die CDU als Erneuerin der Sozialen Marktwirtschaft, welche strategische Chance! Stattdessen bleibt die CDU in ihren Wahlkampfaussagen fast ausschließlich auf der Ebene der reformpolitischen Sachaussagen und der reformpolitischen Maßnahmenkataloge stecken.

Gefangen in der Defensive

Weil die CDU auf ihre ideologischen Markenzeichen verzichtet, gerät sie im Verlauf des Wahlkampfes in die Defensive, aus der sie nicht mehr herausfindet. Diese strukturelle Schwäche wird am Beispiel der Steuerreform, der Gesundheitsreform und der Rentendiskussion offenkundig.

Dass die CDU ihre geplanten steuerlichen, arbeitsrechtlichen und gesundheitspolitischen Zumutungen (Mehrwertsteuererhöhung, Streichung von Steuervergünstigungen, Lockerung des Kündigungsschutzes) für die Bürger schon vorher thematisiert hat, war außerordentlich mutig. Es hätte möglicherweise sogar zum erfolgreichen Auftakt einer neuen politischen Ehrlichkeit werden können, wenn die Wahlkampfplaner der CDU ihre reformpolitischen Vorhaben in einen Zusammenhang mit dem Anspruch gestellt hätten, als Partei der (Neuen) Sozialen Marktwirtschaft die Garantie für sozial gerechte und ausgewogene Reformen zu übernehmen. Ohne diesen politisch-ideologischen Schutzschild jedoch lieferte sich die CDU unnötig der in denunziatorischer Absicht geführten Kampagne von Rot-Grün aus, die auf der Ebene scheinbarer Sach-

auseinandersetzung mit den Programmaussagen der CDU den Eindruck erwecken konnte, die Union sei als gleichsam verlängerter Arm der FDP die führende Partei der sozialen Kälte. Auf dem Gebiet der Steuerreform geriet die CDU als vermeintliche Partei des Sozialabbaus in die Defensive – und nicht in erster Linie deshalb, weil in der Endphase des Wahlkampfes nicht klar genug zu erkennen war, ob nun die steuerrechtlichen Reformideen des CDU-Wahlkampfprogrammes oder die noch weiter gehenden Reformpläne von Paul Kirchhof gelten sollten. Denn nur vor dem Hintergrund, dass es Schröder gelingen konnte, die CDU in der öffentlichen Diskussion als Partei der sozialen Kälte zu diffamieren, war es möglich, dass die SPD in die Offensive gehen konnte. Dabei hatte sich die SPD in ihrem „Wahlmanifest“, das ein beeindruckendes Dokument programmatischer Erschöpfung der Sozialdemokratie darstellt, zu der Aussage verstiegen, man müsse am, wohlge- merkt, „bewährten Einkommenssteuersystem“ festhalten. Diese Wendung war frappierend, waren sich doch einige Wochen zuvor fast alle noch einig in der Beurteilung, dass eine große Steuerreform auf der Tagesordnung stand, und zwar deshalb, weil das geltende Steuerrecht zu kompliziert, ungerecht und familienfeindlich sei, weil es die niedrigen und mittleren Einkommen zu sehr belaste, die hohen Einkommen zu sehr begünstige und den Superschlaunen in der Gesellschaft zu viele Schlupflöcher lasse. Ohne ihren politisch-ideologischen Schutzschild konnte die Union von Rot-Grün aber spätestens nach der Präsentation von Kirchhofs einheitlichem Steuersatz als Partei der sozialen Ungerechtigkeit in die Ecke gestellt werden, weil suggeriert wurde, nach diesem Modell zahle jeder Bürger denselben Steuerbetrag. Dabei stellte das ins Spiel gebrachte Steuerkonzept den mutigen Versuch dar,

aus dem Elend eines viel zu komplizierten und in seinen Wirkungen zutiefst ungerechten Steuersystems auszubrechen. Genau dieser Ausbruch aus dem steuerrechtlichen Teufelskreis hätte immerhin ein Anfang sein können für mehr Zukunftsfähigkeit unseres Landes. Trotzdem fuhr die Union damit fort, die ausschließlich steuerrechtlich sachpolitische Ebene zu bedienen, in der Endphase zusätzlich garniert mit dem Verwirrspiel um eine mögliche Reaktivierung von Friedrich Merz. So schaffte es die CDU nicht, in die Offensive überzugehen, um ihrerseits das Steuerrecht, wie es Kanzler Schröder und Rot-Grün bis heute politisch zu verantworten haben, als einen einzigen skandalösen Verstoß gegen das Prinzip der sozialen Gerechtigkeit zu brandmarken. Unter diesen Bedingungen konnte es Schröder gelingen, sich an die Spitze einer Bewegung zu stellen, die völlig ungezwungen darüber hinweg sah, dass das jetzige Steuersystem Großverdiener und Schlaumeier bevorzugt, aber so tat, als ginge es ausschließlich darum, die Steuerprivilegien des „kleinen Mannes“ gegen die Parteien der sozialen Kälte zu verteidigen. Und Schröder erwies sich ein weiteres Mal als wenig genug, das vermeintlich allgemeine Volksempfinden auf die windige Formel zu bringen: Es kann so nicht weitergehen wie bisher. Aber ändern darf sich auf gar keinen Fall etwas!

Nicht anders fielen die Verhaltens- und Reaktionsmuster der Wahlkampfakteure bei den Themen Gesundheits-, Rentenreform oder Familienpolitik aus. Nachdem die CDU in der Vergangenheit mitunter durch bloße familienpolitische Lippenbekenntnisse aufgefallen war, war die vorgesehene steuerliche Entlastung der konkret beschriebene Versuch, im Steuer- und Rentenrecht (8000 Euro Freibetrag pro Familienmitglied oder ein Kinderbonus von fünfzig Euro je Kind als Beitragsermäßigung in der gesetzlichen

Rentenversicherung) eine materiell wirksame Familienpolitik zu verankern. Aber auf all diesen Politikfeldern und nicht zuletzt im Bereich der solidarischen Gesundheitsprämie (Kopfpauschale) hatte sich die CDU gegen den Vorwurf zur Wehr zu setzen, Vorkämpferin in Sachen sozialer Ungerechtigkeit zu sein, statt selbst in die Offensive gehen zu können mit dem Argument, dass es die bestehenden Verhältnisse sind, die das Prinzip der sozialen Gerechtigkeit ruinieren und dass sich die Verteidiger der bestehenden Verhältnisse eines Anschlages auf die Zukunft des Landes schuldig machen. Stattdessen verfiel immer wieder das von Rot-Grün bis zum Überdruß bemühte Beispiel der „kleinen“ Krankenschwester oder Verkäuferin, deren Existenz durch die reformpolitischen Vorstellungen der CDU auf das Höchste gefährdet sei.

Schicksalswahl oder was?

Dem Mangel an politisch-ideologischer Profilierung des Wahlkampfes der Union entsprach ein insgesamt eher zurückhaltender Wahlkampfstil. Wenn es stimmte, dass Deutschland, wie Angela Merkel sagte, vor einer Schicksalswahl stehe, dann hätte das auch seinen angemessenen sprachlichen Niederschlag im Wahlkampf finden müssen. Denn eine Richtungswahl muss ihren Ausdruck finden in Begriffen, die die grundsätzlichen Unterschiede thematisieren, die emotional wirken und mobilisieren können und die ganz grundsätzlich und glaubwürdig beschreiben, wofür die Partei steht. Zur Mobilisierung braucht Politik die großen Begriffe. Aufbruchsmentalität kann man nur emotional erzeugen. Stattdessen wurden fast ausschließlich Rezepte serviert und dem politischen Gegner die Möglichkeit gegeben, diese Rezepte zu zerpflücken. Die CDU hätte aber nicht in die Defensive abgedrängt werden können, wenn sie ihren Maßnahmenkatalog in die Perspektive einer erneuerten Sozial-

len Marktwirtschaft eingefügt und begrifflich entsprechend vermittelt hätte. Dann hätte die CDU nicht Kraft und Zeit verschwenden müssen auf die Auseinandersetzung mit dem diffamierenden Vorwurf von Rot-Grün, die Steuerreformideen der CDU seien ein neoliberaler Angriff auf die Grundfesten der sozialen Gerechtigkeit in unserem Land und die CDU eine Partei, die als Hauptziel nicht den Umbau des Sozialstaates verfolge, sondern seine Beseitigung und die Umverteilung von unten nach oben. Im Gegensatz dazu hat die SPD auch dieses Mal die mobilisierende Bedeutung der großen Leitbegriffe erkannt und im Wahlkampf schnell noch den Begriff der sozialen Gerechtigkeit reanimiert, gerade weil ihre Regierungspolitik zunehmend in den Ruf geraten war, die Interessen der kleinen Leute zu verraten.

Verschenkte Themen

Vertrauen der Bürger in die Parteien und ihre politischen Programme entsteht dann, wenn die Parteien als glaubwürdig empfunden werden. Glaubwürdigkeit aber stellt sich ein, wenn die Parteien in der Lage sind, den Bürgern zu vermitteln, dass sie bei den einzelnen Themen einerseits fachlich-politisch kompetent und andererseits den ideologisch-programmatischen Willen zur Durchsetzung ihrer Vorstellungen aufbringen. Die Frage eines Beitrittes der Türkei zur EU beziehungsweise die Frage der Ausgestaltung der Integration der in Deutschland lebenden Ausländer sind Beispiele für Themen, die einen hohen Betroffenheitswert haben, bei denen der CDU ein Kompetenzvorsprung zugemessen wird und bei denen der CDU grundsätzlich der politische Wille zugetraut wird, ihre Position auch durchzusetzen. Aus der Perspektive der Wahlsoziologie also ideale Themen

zur eigenen Profilierung und zur Mobilisierung von Wählern. Dieses Potenzial hat die CDU aber nicht genutzt, obwohl ein langfristig stabiles demoskopisches Meinungsbild erkennen lässt, dass siebzug Prozent der Deutschen gegen eine Vollmitgliedschaft der Türkei in der EU sind. Ganz ähnlich die Lage beim Thema Ausländerintegration, wo das In-Kraft-Treten des so genannten Zuwanderungsgesetzes am 1. Januar 2005 den Eindruck erweckt hat, das Thema Ausländerintegration sei für alle Zeiten und Seiten zufrieden stellend erledigt. Und das, obwohl bis heute noch nicht einmal klar ist, was unter Integration überhaupt verstanden werden kann. Auch auf diesem Gebiet vergab sich die CDU ein Thema, das für die Bürger eines der großen Zukunftsfragen unseres Landes ist.

Zunächst erscheint der Gedanke bestechend: Einem politischen Gegner, der sich durch die eigene Regierungsarbeit weitgehend diskreditiert hatte, soll keine Zielscheibe geboten werden. Den eigenen Wahlkampf gilt es, bewusst zurückhaltend anzulegen, damit sich der politische Gegner dafür umso ungenierter blamieren kann. Doch dieses Rezept birgt mehr Gefahren als Erfolgchancen. Denn der Verlust an politischem Vertrauen und an Glaubwürdigkeit für die eine Seite bedeutet nicht automatisch, dass die Bürger damit auch schon das Vertrauen in die Fähigkeit der anderen Seite gewonnen hätten, die Zukunftsfragen des Landes lösen zu können. Das Vertrauen der Bürger in die Problemlösungskompetenz einer Partei muss offensiv errungen werden – durch überzeugende sachpolitische Vorschläge, aber auch durch eine Vermittlung von grundsätzlichen Orientierungen und grundlegenden Perspektiven für die Zukunft des Landes.