

Diskussionspapier zur Wahlkampfplanung in Auswertung der Zuhöroffensive des 120-Tage-Programms

Mitmachwahlkampf

Die Mobilisierung der eigenen Mitglieder und Sympathisant_innen ist ein wichtiger Schlüssel zu einem erfolgreichen Wahlkampf. Die zentralen Botschafter_innen für unsere Argumentationen und Lösungen sind nicht Plakate und Anzeigen, sondern die Mitglieder der LINKEN. Sie müssen im Mittelpunkt des Wahlkampfes stehen. Der heißen Wahlkampfphase schalten wir deshalb eine Aktivierungsphase voran, damit der Wahlkampf ein richtiger Mitmachwahlkampf wird. Dazu werten wir die Erfahrungen, die bisher mit Formen von Organizing und linksaktiv gemacht wurden, gründlich aus.

In Vorbereitung darauf werden wir analysieren, in welchen Vierteln und Wohngebieten wir bei vergangenen Wahlen besonders viele Wähler_innen gewinnen konnten. Hier beginnen wir umgehend mit einer Präsenz- und Zuhöroffensive. Wir wollen deutlich machen, dass wir jetzt mit unseren Wähler_innen in einen Dialog treten wollen, damit wir ihre Probleme und Ideen in unsere Politik integrieren können. Dabei wollen wir nicht nur zuvor angekündigte Infostände oder Kaffeetafeln durchführen, sondern nach Möglichkeit auch mit politischen Aktionen auf Missstände aufmerksam machen.

Unsere Wähler_innen verstehen

Potenzielle Wähler_innen der LINKEN verbinden mit der Partei den Einsatz für soziale Gerechtigkeit und Frieden. Unsere potenziellen Wähler_innen nennen in aktuellen Umfragen (ebenso wie alle anderen Wahlberechtigten) am häufigsten die Euro-Krise als wichtigstes Problem, gefolgt von finanziellen Belastungen, falscher Sozialpolitik (Rente, Gesundheit, Pflege etc.), Ungerechtigkeit arm/reich und Problemen am Arbeitsmarkt (geringe Löhne, prekäre Beschäftigung etc.).

Die Schnittmenge zwischen den für unsere Wähler_innen relevanten und zugleich mit uns verbundenen Themen ist die soziale Gerechtigkeit: Armut/Reichtum, Soziales, Arbeit. Hier haben wir auch die größte Kompetenzzuschreibung bei den Wähler_innen. In Bezug auf die Euro-Krise wird mit der LINKEN vor allem der Aspekt einer sozial gerechten Verteilung der dabei entstehenden finanziellen Lasten verbunden.

Auffällig ist zudem, dass in Umfragen mit Abstand zu allen anderen Themen ein Thema mit der höchsten Relevanz von allen Wählerpotenzialen eingestuft wird, welches kein originäres bundespolitisches Thema ist: die Bildungspolitik.

Die Friedenspolitik wird gegenwärtig nicht in dem Maße benannt. Allerdings können aktuelle Entwicklungen dieses Thema sehr schnell auf die Agenda setzen.

Mögliche Herangehensweisen, um unserer Ziele zu thematisieren

A) Wir verbinden ein breit geteiltes Ziel bzw. einen Plan fürs Ganze mit leicht verständlichen Instrumenten, z.B.:

- Kein Geschäft mit dem Tod! / Kein Krieg nirgends! - Für einen sofortigen Stopp der Rüstungsexporte.
- Kein Mensch soll in Armut leben / Kein Mensch soll unter 1.000 Euro fallen! Für Mindestlohn – sanktionsfreie Mindestsicherung – Mindestrente!
- Reichtum begrenzen / Reichtum ist teilbar! Für Reichensteuer und Höchstlöhne!
- Banken an die Kette: Minimalzins für Spareinlagen. Maximalzins für Dispozinsen oder Zockerbanken ins Glücksspielgesetz!

B) Wir stellen unsere Lösungen Ansätzen gegenüber, die wir ablehnen, z.B.:

- Armutsfeste Rente statt Rente erst mit 67
- Mindestsicherung und gute Arbeit statt Schikane auf dem Amt/statt Hartz IV
- Solidarische Bürgerversicherung statt Zwei-Klassen-Medizin

C) über kreative/ provokante Alternativen, z.B.:

- Ökoboni
- Umweltprämie beim Kauf besonders energiesparender Haushaltsgeräte
- Höchsteinkommen

Tonlage

Im Volksmund heißt es, der Ton mache die Musik. Für die politische Ansprache von Milieus gilt: Oft ist der Zungenschlag, mit dem Lösungen benannt werden, entscheidend, ob sich bestimmte Milieus angesprochen fühlen. Dies zeigt sich besonders bei Debatten um soziale Sicherung und den Stellenwert von Arbeit. So sehr der Soloselbstständige am Laptop und die Leiharbeiterin am Fließband gleichermaßen von Prekarität betroffen sind, so sehr bedarf es erst einmal einer Ansprache, die gemeinsame Interessen artikuliert und soziokulturelle Abwehrreflexe vermeidet. Grundsätzlich wird der linke Wahlkampf in einer zuhörenden, einbindenden, einladenden Tonalität angelegt sein. Sowie bewusst zuspitzend, aber nicht auf martialische oder altbackene oder gar bierernste Weise, sondern eher durch provokante Forderungen oder durch Maßnahmen mit Aha-Effekt (z. B. Flash-Mob bei Mareo, Erklärvideos oder Comics). Das schließt eine Skandalisierung besonders krasser sozialer Missstände und Ungerechtigkeiten mit ein. Zum Beispiel den Fakt, dass ein Normalverdiener 45 Jahre arbeitet, um dann nur 750 Euro Rente zu bekommen. Oder dass ein von allen Beschäftigten erarbeiteter Reichtum auf den Finanzmärkten verbrannt wird. Oder dass sich Politik korrumpierbar macht und am Gängelband der Finanzmärkte herumführen lässt.

Emotionale Ebene der Ansprache

Wir sind die Partei des Miteinanders und nicht des Gegeneinanders und des Egoismus. Gemeinsam versus Gegeneinander wird die emotionale Ebene unserer Ansprache sein. Wollen wir in einer jeder-gegen-jeden-Gesellschaft leben, in der gilt: Deutschland versus Griechenland, Niedriglohn versus Hartz IV, Deutsche versus Migranten, Arme versus Mittelschicht usw. Oder wollen wir in einer Gesellschaft leben, die Probleme gemeinsam löst? Dabei geht es darum, anhand konkreter Beispiel eine Wertedebatte anzustoßen und nicht darum, den Klassenbezug aufzulösen.

Kernbotschaften

Warum DIE LINKE wählen? / Funktion der LINKEN für ihre Wähler_innen: Für die Mobilisierung sowie für die heiße Wahlkampffrage ist entscheidend, dass sich die Partei auf einen gemeinsamen Kern von Antworten auf die Frage, warum man die LINKE wählen soll, verständigt. Dieser Kern kann dann je nach regionalen Gegebenheiten, aktuellen Entwicklungen bzw. auch persönlichen Profils natürlich ergänzt werden.

1. DIE LINKE steht für eine neue soziale Idee

Wir stehen für eine soziale Trias: sanktionsfreie Mindestsicherung – Mindestrente – Mindestlohn sowie für ganz konkrete sozialpolitische Maßnahmen: Girokonto für alle, bezahlten, freien halben Tag je Monat für Väter und Mütter, Künstlersozialkasse erweitern für Soloselbstständige.

2. DIE LINKE schützt vor dem Abbau sozialer Rechte

Gegen die Rente erst ab 67 und für eine armutsfeste Rente / für das Verbot von Leiharbeit, für gute Arbeit.

3. DIE LINKE steht für die couragierte Begrenzung von Reichtum

Im Gegensatz zu anderen hat sie in Bezug auf Reichtum Biss (Reichensteuer, Lohnobergrenzen, Einkommenskorridor).

4. DIE LINKE steht für eine Bändigung der Spekulationsgeschäfte und für Konzernferne

Im Gegensatz zu den anderen Parteien, die abhängig sind von den großen Spenden der Finanzwirtschaft und der Konzerne, ist DIE LINKE unabhängig von deren Lobbyinteressen (Kritik der Wettbuden, Finanzmärkte regulieren, für öffentliche Ratingagenturen).

5. DIE LINKE ist eine Partei des Öffentlichen

Nur Reiche können sich einen armen Staat leisten (keine Privatisierungen)

6. DIE LINKE will den ökologischen Umbau

Ökoboni, wir setzen uns dafür ein, dass sich alle den ökologische Umbau leisten können. Wir wollen eine Energieversorgung in kommunaler Hand statt fette Gewinne für große Energieunternehmen auf Kosten der Verbraucher_innen.

7. DIE LINKE hat als einzige Partei immer konsequent NEIN zu Krieg gesagt.

Garant für eine friedliche Außenpolitik (sofortiger Stopp von Rüstungsexporten, Raus aus Afghanistan, mehr Geld in Entwicklungshilfe).

Sagen, was ist: Dem Reichtum ein Gesicht geben / Konflikte herausarbeiten

Bisher ist es der gesellschaftlichen LINKEN kaum gelungen, einen konkreten Adressaten für die Krisenproteste herauszuarbeiten. Dies war eine der Schwächen bei der bisherigen Mobilisierung zu Krisenprotesten.

Schon im Sinne der Transparenz über gesellschaftliche Zusammenhänge ist eine zugespitzte Benennung der Verursacher der Krise notwendig. Entscheidend ist auch hier der Zungenschlag: Wenn wir also die Superreichen als Profiteure der gesellschaftlichen Entwicklung benennen, dann muss klar sein, dass wir uns nicht moralisch über Luxus empören wollen, sondern darum, dass wir Reichtum nur dann kritisieren, wenn der wachsende enorme Reichtum einiger weniger Hand in Hand geht mit wachsender Armut der vielen. Oder wenn der sich konzentrierende Reichtum in den Händen einiger weniger eben nicht mehr nur ein Mehr an Lebensgenuss bedeutet, sondern den Ausverkauf der Demokratie befördert.

Der Empörung eine Adresse geben:

- Superreiche / Millionäre, weil sie durch die Steuererleichterungen der vergangenen Jahre ihr Vermögen enorm verfestigen konnten.
- Großkonzerne, weil sie zunehmend ihre oligopolartigen Stellungen ökonomisch missbrauchen.
- Spekulationsgeschäfte / Wettbuden, weil hier verantwortungslos mit gesellschaftlichen Reichtümern umgegangen wird (Stichwort: Spekulation mit Nahrungsmitteln oder mit Krediten von Hausbesitzern)
- Manager / Spekulanten, weil ihr Einkommen maßlos wird. Im Vergleich zur Mitte der 1990er Jahre hat sich das Einkommen eines Managers vom 20-fachen eines Angestellten zum 54-fachen verschoben.
- Ratingagenturen, weil Ratingagenturen in Besitz der Banken genauso sinnvoll sind wie ein TÜV im Besitz der Gebrauchtwarenhändlerinnung.

Der Armut / den sozialen Verwerfungen ein Gesicht geben

Bei der Beschreibung der sozialen Verwerfungen in diesem Land geht es weniger darum, jede Gruppe (Beschäftigte/ Rentner_innen/ Erwerbslose/ Leiharbeiter_innen, Selbstständige etc.) einzeln anzusprechen, sondern vielmehr darum, an Hand von alltäglichen Problemen die sozialen Probleme gruppenübergreifend abzubilden. Wir werden bei unseren Lösungsansätzen deutlich machen, dass Niedriglöhner_innen und Hartz-IV-Bezieher_innen, dass sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Industrie oder prekäre Soloselbstständige viele gemeinsame Interessen und nur gemeinsam eine Chance gegen die Politik des Abbaus ihrer sozialen Rechte haben.

Zum Beispiel:

- Rente: wenn Menschen ein ganzes Leben lang arbeiten und am Ende ihres Erwerbslebens trotzdem nicht über die gesetzliche Grundsicherung hinauskommen.
- Strompreise: Die steigenden Strompreise und die wachsende Armut führen dazu, dass über 600.000 Menschen im Jahr einfach der Strom abgeschaltet wird. Hier werden wir Ökonomie-Konzepte oder Sozialtarife fordern.
- Immer mehr Menschen müssen mehr als ein Drittel ihres Einkommens für die Miete ausgeben. Wir brauchen deshalb Miethöchstgrenzen.
- Entgegen der Versprechungen der Banken haben mehrere Hunderttausende immer noch kein Girokonto und sind damit von Bereichen der Teilhabe ausgeschlossen. Wir sorgen dafür, dass alle ein Girokonto erhalten.
- Kassenpatient_innen müssen in der Regel in der Arztpraxis länger warten. Die Zahnarztrechnung nimmt auch für Menschen mit mittlerem Einkommen bedrohliche Ausmaße an. Wir wollen keine Zuzahlungen, keine Praxisgebühr und keine Zwei-Klassen-Medizin!
- Volkskrankheit Stress: Arbeitszeitverdichtung, Überstunden, Angst vorm Jobverlust, Angst vor Schikane auf dem Amt – das alles befördert Stresserkrankungen wie Burnout. Wir brauchen Arbeitszeitverkürzungen, gute Arbeit, Abschaffung der Hartz-IV-Sanktionen, Antistressverordnungen und einen monatlichen Elterntag.

Herausforderung Krise: Die Gegenerzählung stärken

Die herrschende Erzählung zur Krise lautet: Einige Länder haben über ihre Verhältnisse gelebt, und "die Deutschen" müssen nun dafür aufkommen. Damit werden Beschäftigte, Erwerbslose, Rentner_innen, Manager_innen und Millionär_innen – also Menschen mit teilweise gegensätzlichen Interessen – in ein gemeinsames „deutsches“ Boot gesetzt. Hier gilt es, eine griffige Gegenerzählung zu popularisieren. Sie muss deutlich herausarbeiten, dass die Verteilung des Reichtums eine wesentliche Ursache der Krise ist. In einem Boot sitzen deshalb die Reichen und Spekulationsgewinner in Europa und in einem anderen die Beschäftigten und Prekären in Europa.

Erschwerend kommt hinzu, dass die Auseinandersetzungen um Schuldenschnitte, Direktanleihen etc. eine große Bereitschaft erfordern, sich in volkswirtschaftliche und finanzpolitische Zusammenhänge zu denken. Viele Menschen steigen aus diesen Debatten aus. Unsere Aufgabe besteht nun darin, die Ungerechtigkeiten mit Bezug auf Alltägliches zu verdeutlichen, z.B. durch die Gegenüberstellung von hohen Dispo-Zinsen, die normale Bankkunden bezahlen müssen (davon betroffen sind sowohl Erwerbslose wie Studierende wie Soloselbstständige etc.), und den niedrigen Zinssatz, den Pleitebanken an die EZB zahlen müssen.

Grund der Krise sind die drei Us: Ungleichgewichte in den Leistungsbilanzen, Ungleichgewichte bei der Vermögensverteilung und die Unterregulierung der Finanzmärkte. Degen setzen wir die vier S: Sozialpakt für Europa, eine Spekulationsbremse für die Finanzmärkte, Steuergerechtigkeit für ganz Europa und ein sozial-ökologisches Wachstumsprogramm. Wir wollen an einem Europa bauen, in dem sich alle Länder gemeinsam gegen die Angriffe der Finanzmärkte auf die sozialen Rechte wehren, einem

Europa, in dem sich die Länder nicht gegenseitig ausbooten lassen. Wir wollen ein Europa, in dem niemand sein Kapital in Steueroasen retten kann, in dem vielmehr durch eine gerechte Verteilung des gesellschaftlichen Reichtums die öffentliche Daseinsvorsorge wie Bildung, Nahverkehr und Kultur ausgebaut wird und die Kommunen für diese Herausforderungen ausreichend finanzielle Ausstattung erhalten.

Wir haben viele gute alternative Ansätze, der ökonomischen Krise zu begegnen. Wir sind selbstbewusst genug zu behaupten, dass die Politik Merkels, die von SPD und Grünen mitgetragen wird, die Krise in Europa verschärft und den Zusammenhalt des Euros und der EU gefährdet. Die vorherrschende Politik stellt die Diktatur der Finanzmärkte über Demokratie und Teilhabe.

Wir sind aber nicht so vermessen zu glauben, dass unsere alternativen Wege immer die richtigen sind. Deshalb suchen wir den Dialog mit der Bevölkerung und mit Expert_innen in Wissenschaft und Wirtschaft, um eine erfolgreiche Strategie der Krisenbewältigung zu formulieren, die zudem den sozialen Zusammenhalt in Europa stärkt und nicht schwächt.

Selbstbewusst und offensiv die K-Frage beantworten

Zwar werden wir im Wahlkampf unsere Eigenständigkeit betonen und nicht unsere (mögliche) Funktion in einem (Regierungs-)Bündnis bzw. bei der Abwahl von Schwarz-Gelb, aber auf die Koalitionsfrage werden wir mit einem offensiven Reformprogramm antworten:

Aufbauend auf den roten Haltelinien, entwickeln wir ein nach vorn gerichtetes Reformprogramm. Soll heißen: Wir sind bei einer Linksregierung dabei, die:

- für eine friedliche Außenpolitik steht, und dazu gehört ein sofortiger Stopp von Rüstungsexporten sowie die Ablehnung von Militäreinsätzen im Ausland;
- sicherstellt, dass kein Mensch unter 1.000 Euro im Monat fällt (Mindestrente, sanktionsfreie Mindestsicherung, Mindestlohn);
- Reichtum couragiert besteuert.

Denn: Ein Regierungswechsel kann vielleicht ohne uns möglich sein, einen Politikwechsel gibt es aber nur mit uns. Nur mit links führt ein Regierungswechsel auch zu einem Politikwechsel.

Diese offensive Antwort ist eingebettet in einen Dreiklang: Kernpositionen halten – offensives Kooperationsangebot – eigenständiges Handeln

- Wir werben nicht vorrangig mit unserer parlamentarischen Funktion (Widerstand/Korrektiv/Mehrheitsbeschaffer), sondern mit gesellschaftlichen Gebrauchswerten und inszenieren diese so, dass unsere Funktion als Gestalterin guter Gesellschaft (in Opposition und Regierung) links von sozialdemokratisierter SPD und links von Grünen und Piraten deutlich wird.
- Unser Gebrauchswert liegt nicht allein im *Mehr* von diesem und jenem, was die SPD auch fordert (z. B. mehr Mindestlohn), sondern in der anderen Qualität unserer Angebote: auf die Ursachen von Missständen zielend (statt: kosmetisch); beteiligungsorientiert (statt: paternalistisch).
- Unsere Aufgabe besteht nicht darin, netzaffiner als die Piraten und hipper als die Grünen zu sein. Wir setzen uns vielmehr dafür ein, dass richtige Forderungen ihrerseits – wie Energiewende und Netzfreiheit – nicht nur an der Oberfläche behandelt werden, sondern konsequent weitergedacht werden. So erfordert z.B. die Energiewende die Umkehr weg von Stromkonzernen hin zu regionaler Energieerzeugung, und Netzfreiheit bedeutet auch, die Macht der Internetmonopolisten zu begrenzen.

Wir brauchen keinen Vergleich zu scheuen.

SPD: Unglaublich und ängstlich strebt sie in die große Koalition.

Mit der SPD haben wir die größten Schnittmengen bei unseren Wählerstimmen. Sie plant einen gezielten Wahlkampf gegen DIE LINKE, um uns vor allem im Westen unter fünf Prozent zu drücken. Das wollen sie erreichen, indem sie uns ignorieren oder als unzurechnungsfähig bezeichnen. Sie werden versuchen, uns das Etikett "Hartz-IV-Partei" anzuheften, der die Situation der hart arbeitenden Bevölkerung egal ist. Sie werden darauf hinweisen, dass vieles von dem, was wir fordern (Mindestlohn, Bankenregulierung, Vermögensteuer) bei ihnen besser aufgehoben ist. Ihre Kernbotschaft gegen uns wird sein: Jede Stimme für DIE LINKE ist eine Stimme gegen den rot-grünen Regierungswechsel. Wir nehmen daher zur Kenntnis, dass die SPD uns und nicht die Bundesregierung als ihren politischen Hauptgegner auserkoren hat.

Dafür spricht auch, dass die Sozialdemokraten einerseits eine Koalition mit uns klar ablehnen, sich aber andererseits eine Koalition mit der FDP noch offen halten. Das zeigt: Der SPD geht es nicht um einen sozial-ökologischen Politikwechsel. Denn die Einführung einer Vermögensteuer, eines Mindestlohns oder der Energiewende wird es niemals mit der FDP, wohl aber mit uns geben.

Insgesamt ist die Strategie der SPD deshalb auf eine große Koalition als Juniorpartnerin von Bundeskanzlerin Merkel angelegt. Hiergegen spricht auch nicht, dass sie gegenwärtig verstärkt links blinkt. Dies macht sie, um eine starke soziale Stimme im Landtag Niedersachsen im Januar 2013 zu verhindern. Direkt nach der Wahl in Niedersachsen wird sie dann verkehrswidrig rechts in Richtung große Koalition abbiegen. Wir sind uns sicher, dass die Wähler_innen diese Strategie durchschauen. Wer z. B. den Milliardenkrediten für spanische Banken zustimmt und wenige Tage später Bankenschele betreibt, ist erkennbar unglaubwürdig.

Wir werden deutlich machen, dass die SPD auch immer wieder kneift, wenn es darum geht, sich wirklich mit der Macht des großen Geldes anzulegen. Das zeigen auch ihre zaghaften Forderungen, Reichtum durch die Einführung einer Vermögensteuer gerechter zu verteilen. Dabei gehen ihre Forderungen weit hinter gewerkschaftliche Forderungen und denen des Bündnisses „Vermögensteuer Jetzt!“ zurück. Ängstlich und unentschlossen bleibt die SPD mal wieder hinter ihren eigenen vollmundigen Versprechen zurück. Wir werden deshalb im Wahlkampf deutlich darauf hinweisen: Wer ernsthaft eine sozial gerechte Gesellschaft will und die jahrzehntelange Umverteilung von unten nach oben umkehren möchte, muss DIE LINKE wählen. Wir werden darauf hinweisen, dass die SPD immer nur übers Soziale redet, wenn sie in der Opposition ist, aber nur selten sozial handelt, wenn sie regiert.

Im Umgang mit der SPD ist also eine Doppelstrategie sinnvoll: einerseits eine klare Kritik ihrer Positionen zum Fiskalpakt, zur Eurokrise, zur rot-grünen Deregulierung der Finanzund Arbeitsmärkte, zu Militäreinsätzen etc. Beispielsweise ist die SPD – ebenso wie die Grünen – ihrer Oppositionsrolle in der Eurokrise nie gerecht geworden: Anstatt klarer Bedingungen für ein soziales Europa hat sie sich mit kosmetischen Korrekturen zufrieden gegeben. Andererseits sollten Vorschläge, die in die richtige Richtung gehen, positiv aufgegriffen und gleichzeitig mit dem konkreten parlamentarischen Verhalten abgeglichen werden. Es gilt, die Diskrepanz zwischen Worten und Taten zu kritisieren und gleichzeitig die Möglichkeiten gesellschaftlicher Mehrheiten – über pure Rhetorik hinaus – für eine andere Politik deutlich zu machen.

Grüne: Sozial- und wirtschaftspolitisch profillos, sind sie die Westentaschenreserve von Kanzlerin Merkel.

Die Grünen werden eine ähnliche Strategie gegen uns verfolgen wie die SPD, uns aber nicht so wichtig nehmen, weil unsere Wähler_innen-Schnittmenge viel kleiner ist. Bei den Grünen weisen wir stets auf die Differenz hin, dass wir im Gegensatz zu ihnen die ökologische mit der sozialen Frage verbinden und dass die Grünen in zentralen ökonomischen Fragen profillos agieren. Sie sind eine Partei, die zu allem fähig ist und bei der nach der Wahl mit allem zu rechnen ist. Wer grün wählt, könnte sich am Ende noch schwarz ärgern.

Piraten: eine liberale, keine linke Partei.

Die Piraten konkurrieren um einen kleinen Teil (ca. 10 bis 15 Prozent) unserer (linkslibertären) Wähler_innen. Wir werden darauf hinweisen, dass die soziale und die ökologische Frage bei den Piraten völlig unbestimmt ist und sie steuerpolitisch teilweise der FDP näher stehen als uns. Ihr Parteivorsitzender betonte wiederholt, dass er ein Liberaler, kein Linker sei. Seine wirtschaftspolitischen Vorstellungen (Auflösung des Generationenvertrags, Steuermodell von Kirchhoff) sind teilweise aus der Mottenkiste des Neoliberalismus. Wir sollten im Dialog deutlich machen, dass viele netzpolitische Bewegte unsere netzpolitischen Positionen sogar besser und fortschrittlicher als die der Piraten finden. Gleichzeitig haben uns die Piraten aber auch etwas voraus, was wir im kommenden Wahlkampf noch lernen müssen: eine Partei zu sein, die zum Mitmachen und zur Mitbestimmung einlädt. Ohne sie kopieren zu wollen, wollen wir diese Herausforderung im Bereich der politischen Partizipation gerne annehmen.

Union: Der latent rechtspopulistischen Krisenerzählung à la Merkel alternative Deutungsmuster entgegensetzen.

Die Union ist unser natürlicher Hauptgegner mit geringen Schnittmengen in der Wählerschaft. Die Union deutet die Krise moderat rechtspopulistisch: Aus Arbeitern, Erwerbslosen, Rentner_innen, Konzernlenkern – also Menschen mit unterschiedlichen, teilweise gegensätzlichen Interessen – werden Deutsche, denen erzählt wird, dass es der Regierung – unterstützt von der SPD – gelingt, die Krise aus dem Land herauszuhalten. Die Bevölkerung teilt diese (Um-)Deutung ihrer Interessen teilweise durchaus – darauf beruht die Zustimmung zu Merkels Politik. Eine Wechselstimmung will deshalb nicht aufkommen. Zugleich befürchtet eine Mehrheit, dass das dicke Ende der Krise noch kommen und auch Deutschland treffen wird. Wir werden deshalb verstärkt eine andere Krisenerzählung kommunizieren. Aber wir wissen auch, dass es schwierig wird, mit dieser anderen Erzählung durchzudringen. Zudem werden wir konservative Wähler_innen zunehmend auf die vorhandene Leistungungerechtigkeit hinweisen. Auch in diesen Kreisen wird es als ungerecht wahrgenommen, dass der Abstand vom Einkommen eines Managers zum Gehalt eines einfachen Angestellten immer weiter zunimmt. Diese aktuelle Verteilung des gesellschaftlichen Reichtums finden auch sozialkonservative und christliche Menschen unanständig. An ihren sozialen Moralvorstellungen werden wir anknüpfen.

FDP: Die Ampel bedeutet sozial-ökologischen Stillstand.

Namhafte FDP-Politiker haben erst kürzlich eine Ampelkoalition wieder in die Diskussion gebracht. SPD und Grüne haben diese Option nicht ausgeschlossen. Wir werden deshalb Rot-Grün-Wähler stets darauf hinweisen, dass eine Stimme für SPD und Grüne dazu führen könnte, dass am Ende die Partei mit am Kabinettstisch sitzt, die den sozial-ökologischen Umbau der Gesellschaft am nachhaltigsten bekämpft.

Nichtwähler_innen: Eine hohe Wahlbeteiligung führt zu einem besseren Sozialstaat.

Die Nichtwähler sind neben der SPD die für uns strategisch wichtigste konkurrierende "Partei". Untersuchungen zeigen, dass insbesondere in Wahlbezirken mit hoher Erwerbslosigkeit oder prekären Lebenslagen die Wahlbeteiligung besonders stark zurückgeht. Dabei zeigen Studien, dass in Ländern mit einer höheren Wahlbeteiligung auch der Sozialstaat stärker ausgebaut ist. Viele sozial marginalisierte Menschen haben oft keine Hoffnung mehr, dass Parteien ihre Interessen wahrnehmen. Dieser Enttäuschung müssen wir entgegentreten, indem wir ihnen zeigen, dass wir ihre Sorgen und Nöte ernst nehmen. Wir müssen für diese Menschen Zuhör- und Kümmererpartei sein, und wir müssen diejenigen sein, die deren Perspektiven in der politischen Debatte eine Stimme geben. Aber vor allem müssen wir ihnen wieder Mut machen, sich politisch einzubringen. Hier sind wir in einer besonderen politischen Verantwortung – auch für die Demokratie insgesamt. Deshalb ist es wichtig, mit dieser Wähler_innengruppe frühzeitig in einen Dialog zu treten und mittels Mapping an den richtigen Orten mit Infoständen oder gar Hausbesuchen Präsenz zu zeigen. Wir werden uns als Partei zeigen, die zuhört und die unseren potenziellen Wähler_innen einen Diskussions- und Partizipationsraum bietet. Wir werden eine eigene Strategie und wohl auch eine zugespitzte Ansprache entwickeln, um von den Nichtwähler_innen wieder als interessante Protest- oder Alternativpartei wahrgenommen zu werden.