

Rico Gebhardt zum Aufstellungsverfahren

Es gilt das gesprochene Wort!

Liebe Genossinnen und Genossen,
Wahlkampf ist politische Kommunikation, Richtungsentscheidung, Medienereignis und Kulturkampf zugleich. Die Grundlagen sind:

- Leistungsbilanz
- Realitätsdeutung
- Personalisierung

Im Wahlkampf bieten sich die Parteien zur Bewältigung von öffentlichen Aufgaben an. Unsere Gesellschaft verändert im schnellen Rhythmus sowohl die Anforderungen an die Politik als auch die Deutungs- und Kommunikationsmuster; und dieser Wandel geht immer weiter.

Der ehemalige Bundesgeschäftsführer und langjährige Wahlkampfmanager der CDU, Peter Radunski, ermahnte seine Parteifreunde stets, dass Formulierungen und Kommunikation in der Politik immer zwei Seiten einer Medaille sind, die der Politiker von heute nicht voneinander trennen dürfe. Politisch handeln hieß für Peter Radunski nicht nur an die Inhalte, sondern auch an die öffentliche Umsetzung von Politik zu denken.

Zur einer Wahlkampagne gehören zunächst themen- und personenbezogene Diskussionen sowie deren Debatte in den Medien, dann die innerparteiliche Mobilisierung und schließlich die eigene Werbekampagne.

Tue Gutes und rede darüber! Jeder kennt diesen Satz. Das heißt also inhaltliche Erörterung, Aufklärung, Information, Dialog, Kontaktpflege und Selbstdarstellung gehören stets zusammen. Parteiinterne Konflikte und komplizierte Meinungsbildungsprozesse beeinträchtigen oft die schöne geplante Präsentation.

Obwohl es auf den ersten Blick anders aussieht, bedeutet Wahlkampf nicht in erster Linie die vielfältige Präsentation politischer Konzepte, sondern Wahlkampf dient zur Mobilisierung und Emotionalisierung.

Harry Walter, langjähriger Chef einer sozialdemokratischen Wahlkampfagentur, hoffte, dass man im Wahlkampf bis max. 3 % der Wählerinnen und Wähler auf seine Seite ziehen könne. Nun ist Walters Aussage mehr als zehn Jahre alt und inzwischen wissen wir, dass die Parteienbindung der Wählerinnen und Wähler schwindet und die Zahl der Wechselwähler immer mehr zunimmt. Das heißt, dass man heute deutlich mehr als 3% der Stimmen hinzugewinnen kann. Aber wieviel genau, das weiß niemand.

Ich stelle mir manchmal die Frage: „Warum gehen eigentlich Menschen zur Wahl?“

Vielleicht, weil sie für die eine oder andere Partei Sympathie hegen? Die Hoffnung, es möge sich für sie im Persönlichen oder Allgemeinen etwas ändern? Oder soll alles so bleiben, wie es ist?

Liebe Genossinnen und Genossen,

In der Wahlkampfstrategie der LINKEN für die Wahlen 2009 heißt es:

„Wir wollen noch stärker als bisher die Adresse für Menschen sein, die sich seit längerer Zeit enttäuscht von der Politik abgewandt haben. DIE LINKE hat es in ihrer kurzen Geschichte

2. Landesparteitag DIE LINKE. Sachsen Markneukirchen, 11. Oktober 2008

bewiesen: Es ist möglich, mit der LINKEN in wirklich existentiellen Fragen die Politik, das Land zu verändern!

Mit entschiedenem und radikalem Pragmatismus kümmert sich DIE LINKE um die vernachlässigten Interessen der sozial und ökonomisch Schwachen, der Benachteiligten und von der Gesellschaft Ausgeschlossenen. Sie kümmert sich ebenso um die Interessen und Anliegen der durchschnittlich Verdienenden, auf die durch die Politik der Umverteilung von unten nach oben ein immer größerer Anteil an der Finanzierung der Staatsaufgaben übergewälzt worden ist.(...)

DIE LINKE muss darum im Wahlkampf an genau diesen für die Menschen zentralen Themen festhalten:

- Für flächendeckende gesetzliche Mindestlöhne
- Für gute Arbeit und gute Rente
- Für Gesundheit und Bildungschancen
- Für Frieden
- Für eine gesicherte und die Umwelt erhaltende Energieversorgung
- Für die Angleichung Ost
- Für Regionengerechtigkeit
- Gegen Hartz IV
- Gegen Kriege
- Gegen Kinder- und Altersarmut

Wir müssen unsere soziale Kompetenz und Kommunikation im Wahlkampf gleichermaßen vertiefen wie verbreitern:

Wir müssen noch näher auf einzelne Gruppen und soziale Milieus der Gesellschaft zugehen, den Menschen präzisere und passgenauere politische Angebote unterbreiten, wie etwa Gewerkschaftsmitgliedern oder Menschen mit religiös geprägter Lebens- und Denkart. Politische Vorschläge sind genauer zu entwickeln und dann für sie intensiv zu werben.

Wir müssen Vorschläge unterbreiten, die tiefer an die Wurzeln sozialer Probleme gehen (z.B. Regulierung der Finanzmärkte, Begrenzung wirtschaftlicher Macht, Stärkung der öffentlichen Daseinsvorsorge usw.). Denn DIE LINKE ist mehr als nur eine Partei der Unterschichten und eine Interessenvertretung der sozial Schwachen und Ausgegrenzten.

DIE LINKE wirbt als die Partei des sozialen Zusammenhalts, der sozialstaatlichen Solidarität und ihrer gerechten Finanzierung mit ihren Vorschlägen um Zustimmung in allen sozialen Schichten, also auch bei durchschnittlich verdienenden und höher qualifizierten Bürgerinnen und Bürgern.“

Soweit einige Zitate und Ausblicke auf die Wahlkampfstrategie der LINKEN für die Wahlen 2009. Doch zunächst möchte ich einen Blick zurückwerfen auf das Wahljahr 2008.

Licht und Schatten liegen 2008 nah beieinander. Es gab zwar kein Fiasko, aber auch keinen neuen Aufschwung.

Nicht ausgewirkt haben sich Faktoren, die nicht unmittelbar die Kommune betrafen. Weder Umfragehochs der LINKEN auf Bundes- und Landesebene spielten eine Rolle, noch das Chaos in der sächsischen Regierung: Ich nenne hier mal nur die zwei Stichworte: Verfassungsschutzaffäre und den Notverkauf der Landesbank.

Nicht einmal die von uns monatelang kritisierte Kreisgebiets- und Verwaltungsreform schlug sich zu unseren Gunsten nieder. Das heißt, die regierende CDU wurde hierfür vom Wähler

2. Landesparteitag DIE LINKE. Sachsen *Markneukirchen, 11. Oktober 2008*

nicht abgestraft. Es ist erstaunlich wie fein säuberlich die Wählerinnen und Wähler bei ihrer Stimmabgabe zwischen Bund, Land und Kommune unterscheiden.

Kommunalwahlen haben somit ihre eigenen Gesetze und uns muss klar sein, dass wir Kommunalwahlen tatsächlich „in der Kommune“ gewinnen müssen!

Der Landesvorstand hat daraus schlussfolgernd, in einem Papier folgende Einschätzungen zur Wahl 2008 getroffen:

1. Es gab kein landesweites politisches Thema, das wahlkampfrelevant war. Auch die Annahme, dass die Kreisgebiets- und Verwaltungsreform zu einer Abrechnung mit der Landesregierung gemacht werden würde, ist so nicht eingetroffen. Die Wahlbeteiligung lag im landesweiten Schnitt mit 45,8 Prozent erneut niedriger als noch 2004 (47,4 %). Und mancherorts rutschte dieser Wert sogar noch unter 25 Prozent. Die Nichtteilnahme an Wahlen ist eben auch eine Form von Protest.

2. Auf den Wahl-Plakaten der LINKEN wurden alle relevanten Themen abgebildet, die aus Sicht des Wahlstabes der Landesvorsitzenden, des Landeswahlbüros und des Wahlplenums derzeit in Sachsen wichtig sind. Zur Kommunalwahl in Brandenburg wurden übrigens fast dieselben Wahlkampfthemen verwendet und die Brandenburger Genossen fuhren bekanntlich ein großartiges Ergebnis ein.

3. Es wird eingeschätzt, dass die Kommunalwahlen immer mehr entpolitisiert werden. In den meisten Kreistagswahlen gab es scheinbar keine Themen – auch keine regionalen Themen. Selbst bei unseren Versuchen, inhaltliche Themen selbst zu setzen, wie bspw. kostenloses Mittagessen für Kinder in Schulen, gab es interessante Beobachtungen: Diese Idee wurde nicht, wie sonst üblich, pauschal abgelehnt, sondern oftmals als Prüfungsauftrag übernommen oder mit neuen „Angeboten“ – wie kostenlose Schülerbeförderung erweitert.

4. Im Mittelpunkt der Kommunalwahlen standen also Personen. Denn bei den Kreistagswahlen haben in der Regel die amtierenden BürgermeisterInnen die meisten Stimmen bekommen - unabhängig von ihrer Parteizugehörigkeit; also auch die LINKE hat hier sehr gute Ergebnisse eingefahren.

5. Man kann außerdem feststellen, dass bestimmte Gruppen von WählerInnen nicht mehr zur Wahl gehen. Besonders in Dresden ist in großen Plattenbaugebieten eine besonders geringe Wahlbeteiligung festzustellen. Solche Beobachtungen gibt es auch aus anderen Kreisen.

6. Es war zu beobachten, dass es keine Verschiebung innerhalb der „Blöcke“ links und rechts von der Mitte gegeben hat.

7. Die Skandale um die Landesbank, die Affäre des sächsischen Verfassungsschutzes oder der abrupte Wechsel des Ministerpräsidenten sind der CDU nicht auf die Füße gefallen. Es fand demnach keine Abstimmung über die Arbeit der Sächsischen Staatsregierung statt. Man könnte somit annehmen, dass ein großer Teil der Wählerschaft vielleicht doch nicht so unzufrieden ist mit der Arbeit der Staatsregierung und der CDU. Was uns als LINKE empört und was wir als skandalös betrachten, empfinden die sächsischen Wähler mehrheitlich wohl nicht als schlimm.

8. Es sieht so aus, dass es unseren LINKEN-Kreistagsfraktionen in den letzten 5 Jahren nicht immer gelungen ist, eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit zu organisieren. Hier muss mit unseren neuen Kreistagsfraktionen über eine Qualifizierung nachgedacht werden.

2. Landesparteitag DIE LINKE. Sachsen *Markneukirchen, 11. Oktober 2008*

9. Erfreulich ist, dass organisatorische Mängel vor Ort eher nicht zum schlechten Abschneiden beigetragen haben; aber dennoch sind solche Schwächen natürlich zu analysieren.

Liebe Genossinnen und Genossen,
wenn das Sprichwort "Tue Gutes und rede darüber" stimmt, dann liegen hier gerade bei unseren kommunalen MandatsträgerInnen, vor allem außerhalb der großen Städte, noch viele Reserven. Wir als LINKE sagen unseren Wählerinnen und Wählern leider nicht immer was wir wann wo gemacht bzw. beantragt haben. Viel zu selten machen unsere LINKEN-Abgeordnete vor Ort die Öffentlichkeit darauf aufmerksam, wenn sich in der Stadt oder Gemeinde ein Skandal anbahnt oder irgendwas gründlich schief gelaufen ist. Wir LINKE wollen oftmals die noch besseren Verwalter und Sparer sein und vergessen manchmal die notwendige politische Auseinandersetzung.

Ich kann mich immer nur wiederholen: Wenn wir schon – auch in Verantwortung – in den Kommunen Beschlüsse mittragen wollen und müssen, so sollten wir es jedoch immer deutlich machen, wenn wir uns mit einer anderen Strategie nicht durchsetzen konnten.

Wir werden im nächsten Jahr ein Super-Wahlkampfjahr haben, das wir alle bisher so noch nie erlebt haben. Vier Wahlen in einem Jahr! Das wird eine Menge Kraft und Ausdauer kosten. Kommunal- und Europawahl sowie Landtags- und Bundestagswahl sind an insgesamt drei Wahlterminen in 2009 zu bewältigen. Dies verlangt zwingend eine gemeinsam abgestimmte Strategie im Erscheinungsbild, in der politischen Kommunikation und in der Wahlkampfführung für alle vier Wahlen.

Nur noch bis Ende diesen Jahres haben wir Zeit, unsere organisatorischen Fragen zu klären. Danach beginnt auf allen Ebenen für alle Wahlen ein innerparteilicher Wahlmarathon zur Nominierung und Aufstellung aller unserer Kandidatinnen und Kandidaten.

Seitens des Landesvorstands wurde beschlossen, dass wir wieder mit offenen Listen antreten. Außerdem wurde bereits der Fahrplan zur Entstehung des Landeswahlprogramms verabschiedet, über das am 25. April 2009 in Dresden abgestimmt werden soll.

Im Moment arbeiten wir an unserer Wahlkampfstrategie, die dann am 6. Dezember diesen Jahres auf einem sog. Kleinen Parteitag, in einer gemeinsamen Versammlung vom Landesvorstand, dem Landesrat, den Kreisvorsitzenden und des Fraktionsvorstandes der Landtagsfraktion beschlossen werden soll.

Jede noch so schöne Wahlkampfstrategie ist jedoch gänzlich überflüssig, wenn wir uns mit uns selbst beschäftigen anstatt uns auf den Wahlkampf zu konzentrieren. Es ist demnach auch nicht im Sinne einer starken Wahlkampfstrategie wenn Genossinnen und Genossen in jedem Kreis- und Stadtverband, alle für sich, eigene Kreationen von Flyern, Faltblättern oder Wahlplakate entwerfen und darauf viel, viel Zeit verwenden. Es geht in einem solchen Wahlkampf, wie er uns allen nächstes Jahr bevorsteht, nicht um persönlichen Geschmack oder kreatives Ausprobieren am heimischen Computer, sondern darum, dass wir

- alle an einem Strang ziehen müssen
- gut arbeitende Wahlkampf-Strukturen schaffen
- uns auf einander verlassen können
- gemeinsam hart arbeiten – jeder auf seinem Posten

Was während eines Wahlkampfes absolut nicht geht, sind lange Debatten in Kreis- oder Stadtvorständen oder anderen Gremien über das Layout von Flyern und Plakaten. Das lähmt unsere Schlagkraft und ist deshalb nicht zielführend.

2. Landesparteitag DIE LINKE. Sachsen Markneukirchen, 11. Oktober 2008

Liebe Genossinnen und Genossen,
wir haben in Auswertung der Wahlen 2008 eine Fragebogenaktion im Landesverband gestartet. Diese ist derzeit noch nicht abgeschlossen und wir sammeln auch hier auf diesem Parteitag noch Meinungsäußerungen. Aus den bisherigen Ergebnissen dieser Fragebogenaktion will ich euch hier nun einige interessante Antworten mit auf den Weg geben:

Wir hatten gefragt, ob die Aufforderung zur Mithilfe rechtzeitig war:

- 100% aller Kreisvorständler fanden, die Aufforderung kam rechtzeitig; jedoch nur 68% der Örtlichen Verbände bzw. Einzelmitglieder sahen das genauso. Die übrigen empfanden den Zeitpunkt der Aufforderung als zu spät.

Anforderungen und Aufgaben im Wahlkampf

- 79% der Mitglieder in den Örtlichen Verbänden empfanden die Aufgabenstellung des Landesverbandes als konkret genug; demgegenüber empfanden dies aber nur zwei Drittel des Kreisvorstandes

Unterstützung im Wahlkampf

- 100% der Kreisvorstände meinten, dass die Örtlichen Verbände und Basisorganisationen im Zuge des Wahlkampfes um Unterstützung angefragt worden sind; bei den Örtlichen Verbänden und BOs waren der gleichen Meinung nur 57% aller Befragten. Zirka ein Drittel von ihnen gab sogar an, dass es sich gern viel mehr in den Wahlkampf eingebracht hätte

Arbeitsfähigkeit der Wahlkampfstrukturen

- die Frage, ob die lokalen Strukturen eher nicht arbeitsfähig waren, bejahten 31% der Mitglieder von Örtlichen Verbänden und Basisorganisationen und 29% der Mitglieder von Kreisvorständen – also fast gleich

Das heisst, auf dem Gebiet der Mobilisierung von Mitgliedern und Sympathisanten für den Wahlkampf vor Ort gibt es noch Reserven. Hier sollten wir als Partei DIE LINKE unser besonderes Alleinstellungsmerkmal weiter ausbauen: Wir stehen als einzige politische Kraft für soziale Gerechtigkeit und damit für kollektive soziale Interessensvertretung. Das ist auch der Schlüssel für eine Wahlkampagne, die keine andere Partei zu bieten hat: Aktive Mitglieder und aktive SympathisantInnen.

Denn eins ist klar: Unsere Mitglieder und Sympathisanten sind die wichtigste Wahlkampfbasis der LINKEN. Und agiert diese Basis geschlossen, so kann man uns nur schwer aus der Bahn werfen.

Zugleich ist ein Mitglieder- und Sympathisantenwahlkampf auch der Grundstein für eine nachhaltige Arbeit über den Wahltag hinaus. Denn die aktive Verbreitung unserer Inhalte im Wahlkampf und die Knüpfung politischer Netzwerke während dieser Zeit kann die Grundlage für den nachhaltigen Ausbau einer politischen Partei darstellen. Jede Energie, die im Wahlkampf in die Mitgliedschaft und in die Gewinnung und Aktivierung der Wählerschaft gesteckt wurde, kann nach den Wahlen in Form von gestärkten Strukturen vor Ort wieder geerntet werden.

Jede und Jeder sollte sich im Wahlkampf mit dem einbringen, was er oder sie am besten kann. Jede Hand wird gebraucht!

Deswegen haben wir euch auch heute eine Postkarte auf die Tische gelegt, die zum Mitmachen einladen soll. Sie richtet sich an alle Genossinnen und Genossen, aber auch die Menschen, die uns bisher nur gewählt haben, unserer Partei bislang jedoch noch nicht beigetreten sind.

2. Landesparteitag DIE LINKE. Sachsen
Markneukirchen, 11. Oktober 2008

Liebe Genossinnen und liebe Genossen,

lasst uns mit viel Elan, mit viel Ehrgeiz, mit viel Verantwortungsbewusstsein und mit viel Spaß an das Wahljahr 2009 herangehen. Dann werden wir erfolgreich sein!