

Klaus-Peter Schöppner

Therapie für die Sozialdemokratie

Genau betrachtet weisen in Deutschland alle politischen Zeichen in Richtung Sozialdemokratie und doch kommt sie nur schwer aus dem Umfragetief. Eine polit-psychologische Tiefenanalyse zeigt Therapieansätze auf für eine scheinbar zerrissene Partei.

Klaus-Peter Schöppner

(*1949) ist seit 1990 Geschäftsführer des emnid-Institutes, Berater und Autor.



KPSchoeppner@tns-ernid.com

Wenn nicht jetzt – wann denn dann ist Hochzeit für die Sozialdemokratie? Wo Angst und Wut die herausragenden Stimmungsmerkmale der Deutschen sind: Angst vor der Zukunft, vor wieder wachsender Arbeitslosigkeit, vor weniger Barm, davor, in Zeiten der Globalisierung nicht mehr mithalten zu können. Wut auf die zunehmend ungerechtere Verteilung der Einkommen, die Explosion der Unternehmensgewinne auf Kosten der Arbeitnehmer. Auf eine Heuschreckenwirtschaft, die keiner mehr versteht und betrügerischem Tun Tür und Tore öffnet.

Wenn nicht jetzt, wo 83 Prozent der Deutschen Zukunftsängste haben, 45 Prozent befürchten zu verarmen und die politischen Einstellungen der Deutschen stramm auf Linkskurs gehen: 68 Prozent der Deutschen sind für die Einführung von Mindestlöhnen, für 82 Prozent gehört die *Rente mit 67* abgeschafft, 62 Prozent halten die Beteiligung deutscher Truppen an Einsätzen in Afghanistan für falsch. Und wichtige Unternehmen, die der Bund wie Energie, Telekom oder Bahn in die Privatwirtschaft entlassen hat, sollten für 67 Prozent staatlich bleiben.

Wenn nicht jetzt, wo Deutschland ruckt – und zwar nach links: 34 Prozent

der Deutschen bezeichnen inzwischen ihre politische Grundeinstellung als »links«, vor 25 Jahren waren es nur 17 Prozent. Der Anteil der nach Selbsteinschätzung »rechts« stehenden Wähler ging dagegen von 38 auf 11 Prozent zurück. Starker Staat statt starke Wirtschaft: So nun wieder das Credo, nachdem in Deutschland jahrelang deren Entfesselung gepredigt wurde. Deutschland ist im Grunde ein sozialdemokratischer Staat.

Doch die SPD dümpelt um die 26 Prozent abgestraft wie selten in den unteren Regionen der Sonntagsfrage.

Gründe für das Umfragetief

Die SPD hat *erstens* ihre Wähler schwer enttäuscht: Zerstrittenheit, dafür aber keine Linie, kein Profil, kein Konzept, kein sozialdemokratischer Markenkern ist da zu spüren. Im Gegenteil: 1998 ist die rot-grüne Bundesregierung angetreten, den damaligen Anteil von 69 Prozent, der unsere Gesellschaft als »sozial ungerecht« empfindet, zu reduzieren. Nach sieben Jahren Schröder-Regierung war diese Quote auf 79 Prozent angewachsen und daran hat sich auch unter Merkel/Steinmeier nichts geändert.

Die SPD ist nicht mehr die klare sozialdemokratische Partei, die Wirtschaftsmit Sozialkompetenz verbindet, nicht mehr die »Mittel zum guten Zweck«-Partei.

Und *zweitens*: Die SPD ist im Grunde zwei Parteien. Ist sie Nahles oder Müntefering? Steht sie für oder gegen Schröders *Agenda*? Ist sie Reformbefürworterin oder

-gegnerin? Für oder gegen eine Koalition mit den *Linken*? Warum werden deren Minister Steinbrück und Steinmeier von CDU-mehr als von SPD-Wählern geschätzt? Warum ist die SPD so wie sie ist? Weil sie hin und hergerissen ist zwischen den politischen Polen: Zwischen fördern oder fordern, Zukunft wagen oder Vergangenheit sichern, Chancen nutzen oder Risiken vermeiden. So auch zwischen Partei des Möglichen und Partei des Nötigen. Zwischen gestern und morgen: Die SPD ist zwei Parteien!

Es ist noch nicht lange her, da konnten neun von zehn Deutschen bei ihr keinen »Markenkern« entdecken. Nun hat sie einen, zumindest für 80 Prozent: Partei der wahltaktischen Beliebigkeit!

Die SPD macht keine »Klare Kante-Politik« mehr. Nach dem Absturz in der »Parteipräferenz« versucht sie nun, es allen Recht zu machen. Und erhält damit das Schlimmste, was einer Partei passieren kann: Den »Sowohl-als-auch-Wähler«!

89 Prozent halten Schröders *Agenda* im Grunde für richtig, 80 Prozent wollen sie aber auch sozial verändern. 47 Prozent der SPD-Wähler wollen Reformen, 40 eine Reformpause. 53 Prozent halten längere Arbeitszeiten für sinnvoll, 46 für unnötig.

Nie zuvor hat es in Deutschland eine Partei gegeben, deren (zusammengestuzte) Wähler in zentralen Positionen derart konträr urteilen! Zwar sind sich die SPD-Wähler einig in ihrer Forderung nach sozialer Gerechtigkeit, doch keiner ihrer Spitzengenossen verdient mehrheitlich dieses Prädikat: Beck und Wowereit wird dieses unverzichtbare sozialdemokratische Gütesiegel von 46, Müntefering von 43 Prozent zuerkannt. Beide topt aber Kanzlerin Merkel mühelos mit 52 Prozent.

Noch schlimmer: Die SPD hat zudem auch noch völlig unterschiedliche Wähler: Während die Wertestruktur der Anhänger anderer Parteien relativ homogen ist, bestehen die Genossen aus zwei diametral unterschiedlichen Spezies: Einerseits den recht-

schaftenden, im Grunde konservativen Arbeitern mit großer Angst vor den Folgen der Globalisierung. Andererseits den intellektuellen Hedonisten, Typ Lehrer, die als Staatsalimentierte ihrer Gutmensch-Attitude frönen. Beide verbindet kaum mehr, als von der SPD enttäuscht zu sein.

Die SPD versagt ausgerechnet bei der vornehmsten aller sozialdemokratischen Pflichten: Die Gesellschaft zu versöhnen statt zu spalten. Und nimmt nicht zur Kenntnis, dass ausgerechnet sie gefordert ist, gegen die beiden negativsten Trends der letzten Jahre anzugehen.

Seit 2004 spüren die Wähler auch in Deutschland *Jobless Growth*, also Wachstum ohne, schlimmer noch, auf Kosten von Arbeitsplätzen. Während 30 Jahre lang die Erwartungen bezüglich Wirtschaftsklima und Arbeitsmarktentwicklung fast parallel liefen, erreichte das Wirtschaftsklima 2007 den besten Wert seit 2001, während die Hoffnung auf sichere Arbeitsplätze eine Seitwärtsbewegung auf niedrigem Niveau beschreibt.

Und: Nie war die Diskrepanz zwischen allgemeiner und eigener wirtschaftlicher Erwartung größer als derzeit.

Was ist für die SPD zu tun?

Das Wichtigste: Soziale Marktwirtschaft muss wieder als »sozial« erlebt werden. Durch eine grundlegende Neuausrichtung der Politik. Eine, die ihrem Hauptwahlmotiv, Sicherheit im Wandel, gerecht wird.

Es gibt drei Wege für die Volkspartei SPD wieder Rückhalt unter den Wählern zu erhalten:

Erstens: Commitment-Politik. Die Partei wird gewählt, die für einen *New Deal* der wechselseitigen Verpflichtung zwischen Politik, Unternehmen und Beschäftigten steht: Die SPD betreibt unternehmerfreundliche Politik, und verlangt zugleich von den Unternehmen, den Beschäftigten mehr Sicherheit durch höhere

Sozialverantwortung zu geben. Sie »überwacht« also die arbeits- und sozialpolitischen Aktivitäten der Unternehmer. Die Beschäftigten andererseits bringen mehr Leistung, Flexibilität, Mobilität ein und akzeptieren geringere Einkommenszuwächse. Erhalten dafür aber bessere Arbeitsplatzgarantien. Jeder leistet seinen Beitrag und trägt damit zur Gesundung unserer Wettbewerbschancen sowie des sozialwirtschaftlichen Klimas bei.

Zweitens: »Freiwillige Selbstverpflichtung«. Anstelle gesetzlicher Regelungen werden Vereinbarungen zwischen Politik und Wirtschaft über gesellschaftlich sinnvolle Ziele getroffen, kontrollierbare Übereinkünfte, die der Gesellschaft *und* den Unternehmen nutzen. Angesichts ihres Heuschrecken-Images könnten sie demonstrieren, dass sie Gemeinwohl für ähnlich wichtig halten wie ökonomischen Erfolg.

Ausbildungsplatzgarantien für Jugendliche, Arbeitsplatzsicherung unter bestimmten Bedingungen, Klimaschutz, Abfallreduzierung könnten zu Beispielen erfolgreicher Selbstverpflichtung werden. Sollten *Agreements* zwischen Wirtschaft und Politik immer öfter gesetzliche Regelungen ersetzen, erreicht das »Miteinander« eine neue Dimension.

Drittens: Mittelstands- statt Multipolitik. Zu sehr ist Wirtschaftspolitik zuletzt Politik für Großunternehmen gewesen. Zu selten haben die international arbeitenden Konzerne die ihnen gewährten Vorteile an die Mitarbeiter zurückgegeben. Zu negativ haben »Entlassungen trotz Rekordgewinnen« zuletzt das Image der Wirtschaft geprägt.

Der Mittelstand dagegen ist kreativ und dynamisch. Er schafft einen deutlich größeren Beschäftigungszuwachs. Ihre Spitzen verkörpern in der Öffentlichkeit viel stärker das positiv besetzte Bild der Inhaberunternehmen, ihnen stehen die oft noch persönlich bekannten Mitarbeiter mit ihren Problemen deutlich näher als externe *Shareholder*.

Deutschland-AG für alle

Solange das nicht passiert, ist die SPD chancenlos gegen *Die Linke*. Diese gilt als Kümmererpartei: Nach Wählermeinung sorgt sie sich viermal so viel um soziale Gerechtigkeit wie die SPD, reduziert den Unterschied zwischen arm und reich, stärkt den Zusammenhalt zwischen Ost und West. Sie ist die erste Protestpartei mit politischem Programm: Dem der guten alten Arbeiterpartei SPD!

Der Humus der horrenden Wahlverluste ist die Entsolidarisierung weiter Kreise von Politik und Wirtschaft. Die Aussortierten haben mit *Hartz IV* endlich ein Symbol für Wut und Willen, sich für ihren linken Traum von der anderen Gesellschaft zu engagieren. In dem Maße, wie die SPD ihre Sozialkompetenz verliert, gewinnt *Die Linke* an Daseinsberechtigung für die Wähler hinzu.

»Ich will so werden, wie ich war!« ist die Klammer für den Linksrutsch in Deutschland. Und ersetzt das lange Jahre in Wahlkämpfen erfolgreiche »Du darfst so bleiben, wie Du bist«, als die Globalisierung noch als eher lässliche Gefahr wahrgenommen wurde.

Will die SPD zurück zu alten Erfolgen, benötigt ihre Politik eine neue Währung: Glaubwürdigkeit, Konstanz, Aufrichtigkeit und Gerechtigkeit. Damit ist die Aufgabe für die SPD klar definiert: Eine Reformpolitik, die die Interessen von Wirtschaft und Beschäftigten ins Gleichgewicht bringt. Glaubwürdigkeit dadurch zu gewinnen, kleine Leute nicht nur zu fördern sondern auch zu fordern. Eine auf Hilfe zur Selbsthilfe ausgelegte Politik zu propagieren. Und Wirtschaft und Gesellschaft wieder das Gefühl geben, dass die *Deutschland AG* alle benötigt und keinen nur alimentiert.

Die SPD muss Aufstiegschancen verdeutlichen statt Abstiegsängste bedienen. Probleme überwinden statt Leiden lindern. Mit einer Care-Paket-Politik allein kann man Visionen eben nicht glaubhaft vertreten.