

Ernst Hillebrand

Arbeitnehmerpartei SPD

Schwindende Wählerschaft und fehlendes Profil – ein Problem, mit dem sich nicht nur die SPD konfrontiert sieht. Worauf sich die Partei der Arbeitnehmer rückbesinnen sollte, um diese Zielgruppe wieder für sich zu gewinnen, wird im Folgenden analysiert.

Ernst Hillebrand

(* 1959) ist Politologe und leitet das Referat Mitteleuropa der FES in Berlin. Zuletzt veröffentlichte er u.a. in *Le Débat*, *Revue Stratégique et Internationale*, *Revue Socialiste*, *Berliner Republik*, *Nueva Sociedad* sowie *Umbrales de América del Sur*.

Ernst.Hillebrand@fes.de



Bei der Debatte um die zukünftige Positionierung der SPD wird ein Aspekt relativ selten diskutiert: Unter den Bedingungen eines Fünf-Parteien-Systems dekliniert sich gerade die Positionierung der (Noch-)Volksparteien deutlich anders als in der Vergangenheit. Hier und heute geht es vor allem darum, die eigene Kernklientel maximal zu mobilisieren, relative Stärke zu gewinnen und sich dadurch zum unumgänglichen, möglichst zentralen Partner jeglicher Mehrheitskonfigurationen zu machen. Gleichzeitig steigt mit der Ausdifferenzierung der Parteienlandschaft die Gefahr, dass politisch breite »catch-all«-Strategien ins wahltaktische Abseits führen: Aus »Sowohl-als-auch-Parteien« wurden in den letzten Jahren schnell »Weder-noch-Parteien« (Matthias Micus). Für die SPD bedeutet dies, dass sie sich auf ihren Identitätskern besinnen und auf jene Milieus konzentrieren muss, die historisch im Zentrum des sozialdemokratischen Projekts stehen: die abhängig beschäftigten Arbeitnehmer. Ihnen muss sie ein Ange-

bot machen: erkennbar, systematisch und glaubwürdig.

Das klingt banaler als es ist, zumal wenn man sich die verteilungs-, steuer- und sozialpolitische Bilanz der Regierungszeit der SPD seit 1998 ansieht, aber auch die soziologische und ideologische Substanz der Partei und ihres Mandatsträger- und Funktionsapparates. Aber welche Alternative zu einer solchen Strategie gäbe es? In den kulturell und sozial heterogenen »postindustriellen« Gesellschaften stellt die ökonomische *conditio* der abhängigen Beschäftigung eine der wenigen verbliebenen Identitätsklammern dar, an der eine Mobilisierungsstrategie einer Partei der linken Mitte überhaupt noch ansetzen kann. Die Zielgruppe ist, bei all ihrer inneren Differenzierung, auf alle Fälle hinreichend groß: 40 Millionen Menschen in Deutschland gehen einer abhängigen Beschäftigung nach. Mehr Mitte ist nicht.

Soziale Gerechtigkeit als Kernstrategie der SPD

Den Nukleus einer »Arbeitnehmerstrategie« muss die dringend notwendige Rezentrierung der Debatte um soziale Gerechtigkeit darstellen: Es geht dabei in erster Linie um Verteilung, nicht um Umverteilung. Seit 40 Jahren sinkt in Deutschland die Lohnquote parallel zu einem steigenden

Anteil der Gewinne und Kapitaleinkommen. Die eingetretene Verschiebung ist massiv und durch keinerlei staatliche Umverteilungspolitik zu kompensieren. Laut jüngsten Zahlen des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (der Hans Böckler-Stiftung) betrug die Nettolohnquote im Jahr 1960 fast 56 und 1991 noch 48 %. Heute dagegen ist sie auf 39,4 % gesunken. Parallel ist die Nettogewinnquote von 24,4 auf 34 % gestiegen. Dieses Verteilungsverhältnis ist das eigentliche Schlachtfeld einer Politik der sozialen Gerechtigkeit für eine Arbeitnehmerpartei. Die Frage der Großzügigkeit von Sozialtransfers muss dagegen immer nachrangig bleiben. Nicht die Höhe von Hartz IV ist die Nagelprobe für die soziale Dimension der Marktwirtschaft, sondern die Leistungsgerechtigkeit und Höhe der Entlohnung von Arbeit. Gerade in Deutschland, wo sich zwei Jahrzehnte der politisch orchestrierten »Lohnzurückhaltung« zu einer massiven, europaweit einzigartigen Entkoppelung von Produktivitäts- und Lohnentwicklung summiert haben, sind die Spielräume für eine Korrektur der Verteilungsschieflage enorm.

Eine Ausrichtung auf die arbeitende Mitte der Gesellschaft muss auch Auswirkungen auf die sozialpolitischen Vorschläge haben. Wie viele andere Parteien der linken Mitte in Europa ist die SPD, zumindest in der Breite ihrer Mitgliedschaft, in den vergangenen Jahrzehnten Vertreterin einer zunehmend widersprüchlichen Sozialstaatskonzeption geworden. Staats- und Steuerquote wurden mehr und mehr als zentrale quantitative Indikatoren von funktionierender Sozialstaatlichkeit betrachtet. In dem Maße, wie die hohen Staatsquoten hauptsächlich von den abhängig Beschäftigten zu tragen sind, während Kapitaleinkommen, Gewinne, Selbstständige und Beamte einen geringer werdenden Teil zur Finanzierung der Sozialsysteme und Staatsapparate beitragen, erscheint dieses Konzept jedoch politisch immer schwerer vermittelbar. Die Akzeptanz von Systemen, die

darauf hinauslaufen, dass die »relativ Armen« gezwungen werden, »die ganz Armen zu unterstützen« (Marcel Gauchet), sinkt in ganz Europa. Die beobachtbare »Entsolidarisierung« der europäischen Gesellschaften entzieht diesem Sozialstaatskonzept zunehmend die Geschäftsgrundlage. Es ist in dieser Hinsicht ebenso lehrreich wie irritierend zu sehen, wie widerstandslos im Moment in ganz Europa Austeritätspolitiken und Sozialstaatskürzungen durchgesetzt werden können. Die SPD täte gut daran, diese Entwicklung ernst zu nehmen. Die sozialpolitischen Vorschläge der Arbeitnehmerpartei SPD müssten die Finanzierungslast des Sozialstaats wieder auf eine breitere Basis stellen, berufsständige Privilegien – auch die der Beamten – bekämpfen, die Steuerpolitik konsequent zugunsten der Durchschnittseinkommen und von Kindern umorientieren (kein Ruhmesblatt der rot-grünen Regierungsbilanz) und die Bezugsrechte bei Sozialtransfers wieder stärker an den Prinzipien von Beitragsleistung und Beitragsgerechtigkeit orientieren: Wer mehr einzahlt, bekommt auch mehr raus. Auch in dieser Hinsicht sollte die SPD ruhig mal wieder nach Großbritannien blicken. John Denham – einer der klügsten Köpfe der Labour Party – hat dort vor kurzem entsprechende Überlegungen in der Forderung nach einer »fairen Entlohnung für geleistete Beiträge« und einer »Wiederbelebung des Beitragssystems« in den sozialen Schutzsystemen auf den Punkt gebracht.

Mitbestimmung und Anerkennung von Arbeit

Eine dritte Säule einer Arbeitnehmerstrategie der SPD sollte in der Wiederbelebung des Themas Wirtschaftsdemokratie liegen. Dieser alte Gedankenstrang der europäischen Sozialdemokratie hatte in den Jahrzehnten des dominierenden Shareholder-Values nicht mehr viel Gewicht, auch nicht

in den konzeptionellen Ansätzen der linken Mitte. Im Zentrum der Überlegungen sollten dabei jedoch nicht nur die etablierten Formen der betrieblichen Mitbestimmung stehen (die natürlich ein zentraler Bestandteil des Instrumentenkastens einer demokratisierten und humanisierten Wirtschaft bleiben). Darüber hinaus sollte die SPD aber versuchen, rund um ein Konzept eines »Bürgers am Arbeitsplatz« eine Strategie des Alltags-»Empowerments« von Arbeitnehmern zu entwickeln. Es geht dabei auch um die Anerkennung des Stellenwertes der Arbeit im Bewusstsein der Menschen. Über die Qualität der Arbeit und des Arbeitsplatzes sowie der dort vermittelten Anerkennung bestimmt sich immer noch ein wichtiger Teil des Lebensgefühls und der subjektiven Zufriedenheit des *Homo faber*. Gerade bei den Arbeitsbedingungen, in der Status- und Rechtssicherheit von Arbeitnehmern, im Kräfteverhältnis zwischen Arbeitgebern und -nehmern haben der real existierende Neoliberalismus und die Massenarbeitslosigkeit der letzten Jahrzehnte jedoch tiefe Spuren hinterlassen. Eine *Empowerment*-Agenda in diesem Bereich muss die Mitbestimmungsrechte der Belegschaften stärken und ihren zentralen Beitrag zu Betriebserfolg und -ergebnis nicht nur über eine adäquate Entlohnung, sondern auch eine Teilhabe an Gewinnen und Eigentumsrechten anerkennen. Darüber hinaus muss es auch darum gehen, die absurde Asymmetrie zwischen Managements- und Belegschaftsentlohnung, aber auch in der rechtlichen Stellung dieser verschiedenen Angestelltenkategorien, zu beheben: Während die einen straflos Milliarden an Unternehmenswerten (und Arbeitsplätzen) vernichten können, müssen die anderen wegen nicht eingelöster Getränkebons um ihren Arbeitsplatz bangen.

Natürlich wäre es mit diesen drei Themenfeldern alleine nicht getan. Eine konsequente Ausrichtung auf die Interessen der Arbeitnehmer müsste auch in anderen Politikfeldern Folgen haben, nicht zuletzt

in der Europa- und Zuwanderungspolitik (auch in dieser Hinsicht sind die gegenwärtigen ideologischen Aufräumarbeiten bei Labour nicht ohne Interesse). Vor allem hätte eine Fokussierung auf die Interessen der Arbeitsbevölkerung in der heutigen Konsumgesellschaft ein quasi natürliches Korrelat: das Feld der Konsumentenrechte. Die Möglichkeiten des Konsumentenschutzes scheinen in Deutschland, vorsichtig formuliert, noch nicht vollständig ausgeschöpft. Und je einkommensschwächer die Konsumenten, desto schutz- und orientierungsloser stehen sie in der Regel den Informationsasymmetrien des »freien Marktes« gegenüber. Die SPD muss daher konsequent das Feld der Verbraucherrechte und des Verbraucherschutzes für sich (zurück-)erobern. Sie stellen die zweite Seite derselben Medaille dar. Die SPD als Partei des Verbraucher- und Anlegerschutzes, der verständlichen Verträge und der belastbaren Produktangaben; die bürgerlichen Parteien als Parteien des Kleingedruckten, der Fußangeln und des Herrschaftswissens der System-Insider: Auch dies wäre ein wichtiges Element, die SPD in der Mitte der Gesellschaft wieder breiter zu verankern.

Mit all diesen Dingen sind natürlich noch keine Antworten auf Stuttgart 21 gegeben, ist keine Afghanistan-Strategie formuliert und ist auch das riesige konzeptionelle Loch, das die langjährige Tabuisierung einer echten Integrationsdebatte auf der Linken gelassen hat, noch nicht gefüllt. All diese Dinge der politischen Alltagsverantwortung sind weiterhin zu leisten, in einer zunehmend unübersichtlichen und widersprüchlichen sozioökonomischen und kulturellen Landschaft. Aber eine konsequente Arbeitnehmerstrategie der SPD würde der Partei etwas Wesentliches wiedergeben, das ihr in den Regierungsjahren zunehmend abhanden gekommen ist: eine strategische Ausrichtung und eine prinzipielle Orientierung an den Interessen ihrer zentralen Wählerbasis.