

Leonard Novy

## Ganz unten

### Auf der Suche nach dem verlorenen Ethos der SPD

Er geht also weiter, der Absturz der SPD. Im aktuellen »Meinungstrend« des (umstrittenen) Erfurter INSA-Instituts erreichte die Partei Mitte April im Bund einen neuen Tiefpunkt: 19,5 %. Dass sich Meinungsforschungsinstitute zwischen »Konkurrenzdruck« und »Deutungsgrößenwahn« (Stefan Niggemeier) gegenseitig darin überbieten, schlagzeilenträchtige Rekordniedrigergebnisse für die Sozialdemokratie zu ermitteln, überrascht kaum. Was schockiert ist, dass die SPD seit einer gefühlten Ewigkeit ein leichtes Opfer für diese Art Berichterstattung abgibt. Mit morbider Faszination verfolgen Beobachter die Geschicke einer Partei, die scheinbar unaufhaltsam dem Abgrund entgegen taumelt. »Da ist noch Luft nach unten«, raunt man sich im Raumschiff Berlin zu. »Wenn die 20 %-Latte erst mal gerissen ist ...«. Und: »Ab wann ist eine Partei eigentlich noch Volkspartei?«

Wie kam es dazu? Und was kann dagegen unternommen werden? Beide Fragen sind in der Vergangenheit unzählige Male jeweils einzeln beantwortet worden. Doch sie sind untrennbar miteinander verbunden, und häufig unterliegen innerparteiliche wie auch journalistische Betrachtungen Fehlschlüssen, von denen die These »Wahlen werden in der Mitte gewonnen. Also muss sich die SPD wirtschaftsfreundlicher gebärden und nach rechts rücken« der bislang vermutlich fatalste war.

Strategische Perspektiven eröffnen sich einer Partei in der Regel nicht, indem sie der Konkurrenz nacheifert, sondern indem sie sich den eigenen kommunikativen und strukturellen Problemen stellt. Denn die Umfragewerte mögen konstant sein, gar konstant nach unten zeigen, in Stein gemeißelt sind sie nicht. Selbst ein Regierungswechsel unter sozialdemokratischer Führung wäre möglich, schließlich geht es auch für die Union bergab. Ein solches Szenario erscheint aber nicht nur Journalisten, sondern auch breiten Teilen der Öffentlichkeit bis in die eigene Parteibasis hinein im Grunde schlichtweg nicht mehr denkbar. Nicht nur weil es rechnerisch enorme Fantasie erfordert, sondern, und das ist das eigentliche Dilemma, weil nicht klar ist, was sich unter einem sozialdemokratischen Kanzler ändern würde und warum es sich überhaupt dafür zu kämpfen lohnt.

Das ist frustrierend für eine Partei, die sich zu Recht dafür rühmt, in der großen Koalition den Takt vorzugeben und zentrale Wahlversprechen umgesetzt zu haben. Die SPD ist wie kaum eine andere Partei von einer kognitiven Kultur geprägt. Den Idealen der Aufklärung verpflichtet, definiert sie sich über Inhalte, Ergebnisse und Projekte – um sich dann zu wundern, dass sie, obwohl sie ja die Argumente auf ihrer Seite hat, bei den Wählern damit nicht reüssiert.

Symptomatisch dafür ist die trotzig Aussage der SPD-Generalsekretärin Katarina Barley gegenüber Journalisten, ihre Partei habe »kein Glaubwürdigkeitsproblem«, weil sie seit zweieinhalb Jahren in der großen Koalition »ursozialdemokratische Politik« mache. Das ist ungefähr so, als würde man in einer kriselnden Partnerschaft sagen, es gebe kein Beziehungsproblem, weil man selbst in den letzten zwei Jahren ja immer alles richtig gemacht habe.

Doch Glaubwürdigkeit, so ist das leider, vermittelt sich nicht einseitig, sie ist eine soziale Konstruktion und entsteht in einem reziproken Prozess. »Sie können die beste

Botschaft der Welt haben, aber die Person, bei der sie ankommen soll, wird diese Botschaft immer durch den Filter ihrer Emotionen, ihrer bestehenden Einstellungen und Vorurteile sehen«, sagt der konservative US-Berater Frank Luntz. Entscheidend ist nicht allein, was die eine Seite sagt oder tut, sondern vor allem das, was auf der anderen Seite ankommt. Authentizität kann man nicht einfach für sich reklamieren. Als authentisch nehmen die Menschen Politiker und Parteien wahr, wenn sie das Gefühl haben, dass Werte, Botschaften und Handeln im Einklang miteinander stehen.

Für die SPD bedeutet das: Politische Erfolge, ambitionierte Programmdebatten und ausgeklügelte Strategiepapiere, so richtig, wichtig und zukunftsweisend sie auch sein mögen, ersetzen nicht die normative Quelle und das gemeinsame Ziel. Man muss gar nicht die Forschung von Kognitions- und Neurowissenschaftlern wie Elisabeth Wehling und Drew Westen bemühen, ein Blick in die Wahlkampfgeschichte reicht, um zu erkennen, dass Menschen nicht primär nach sachpolitischen Erwägungen oder Maßgabe des erwarteten Nutzens abstimmen, sondern nach Stimmungen. Sie honorieren nicht automatisch das beste Programm, lassen nicht den Wahl-O-Mat für sich entscheiden, sondern begeistern sich dann für eine Partei, wenn sie sich in ihrer moralischen Weltsicht angesprochen fühlen und sich mit ihren Werten identifizieren.

Hieraus speisten sich die historischen Erfolge der Sozialdemokratie, und hierin liegt heute ihr zentrales Problem. Denn irgendwie scheint der SPD ihr mobilisierendes Ethos abhandengekommen zu sein – in einem schleichenden Prozess, der sich mindestens bis zu den weltpolitischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Umbrüchen der 90er Jahre und der Verbreitung neoliberaler Dogmen (bis hinein in Programm und Sprache der Sozialdemokratie) zurückverfolgen lässt. Innerparteilich wie öffentlich manifest wurden die sich daraus ergebenden Erschütterungen für die SPD mit dem Konflikt um die Agenda 2010. Trotz »Wiedergutmachungen« wie der Rente mit 63, die aber auch als solche wahrgenommen wurden, hat sie sich bis heute nicht davon erholt.

Es ist der Mangel an »normativem Richtungssinn« (Axel Honneth), der dazu geführt hat, dass die Vorstellung, die SPD sei nicht »mit sich im Reinen«, als kommunikativ vermittelte Wirklichkeitskonstruktion zu einer selbsterfüllenden Prophezeiung geworden ist. Sie prägt das öffentliche Bild der Partei – selbst das vieler Menschen, die die politischen Ziele der SPD im Einzelnen unterstützen. So ist es zu erklären, dass dem Handeln der Partei stets ein Geschmäkle anhaftet. »Zu strategisch« und »zu wenig aus Überzeugung« erscheint das Ganze in den Augen der Wähler, was es der Merkel-CDU in der Vergangenheit immer wieder erleichterte, Errungenschaften der SPD wie Frauenquote und Mindestlohn auch für sich zu beanspruchen.

Was folgt daraus mit Blick auf 2017 und darüber hinaus? Die Auseinandersetzung mit den Zielgruppen der SPD, mit Themen und ihrem Profilierungspotenzial, wie sie in Parteigremien, Klausurtagungen und Beraterkreisen stattfindet, ist zwar wichtig, aber nicht alleine entscheidend. Die Bundestagswahl zur Abstimmung über die Entlastung der vielbeschworenen »arbeitenden Mitte« oder zum Votum über das Rentenniveau zu erklären, führt in die Irre. Wenn sie das wird, wird die SPD ungefähr da landen, wo sie heute steht. Das gleiche gilt für die Annahme, heute läge der Schlüssel zum Wahlsieg wie 1998 in der Wirtschaftskompetenz. Dies führt letztlich in eine Falle, in welche die SPD zuletzt 2013 mit der Nominierung von Peer Steinbrück zum Kanzlerkandidaten gelaufen ist.

Glaubwürdigkeit, gesellschaftliche Mobilisierung und Erfolg an den Wahlurnen erfordern nicht nur Warenhauskataloge voller Projekte, sondern vor allem ein übergeordnetes *Framing*, das aus einem Bündel von Einzelmaßnahmen erst ein konsistentes Ganzes macht, Orientierung stiftet und emotionalisiert. Dabei geht es nicht um geschicktes Marketing, sondern, wie Elisabeth Wehling in ihrem jüngst erschienenen Buch *Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht* schreibt, darum, »Werte und Ziele, aus denen sich ihre Vorhaben ableiten, für den Mitbürger erkennbar zu machen, ihre Vorhaben als Konsequenz der – aus ihrer Sicht – richtigen Ideologie darzustellen«.

Die Union wird in Ermangelung jedweden programmatischen Überbaus vermutlich auch 2017 auf ein durch die Kanzlerin personifiziertes »Weiter so« setzen. Demgegenüber befindet sich die SPD in der privilegierten Situation mit Gerechtigkeit, Fortschritt und dem Ziel einer offenen, liberalen Gesellschaft über Werte zu verfügen, die mehr sind als inhaltsleere und zusammenhanglose Politslogans. Denn zwischen diesen Zielvorstellungen besteht ein empirischer, politikpraktischer Zusammenhang. Dieser ließe sich auch für die Aktualisierung des in diesen Tagen immer wieder erwähnten »Markenkerns« der SPD und ein attraktives *Framing* sozialdemokratischer Politik nutzen.

Schließlich zeigen internationale Untersuchungen wie die *Social Governance Indicators* der Bertelsmann Stiftung: Soziale Gerechtigkeit ist zentrale Voraussetzung für Zusammenhalt und Wachstum, nicht umgekehrt; offene Gesellschaften mit einem hohen Maß an Zusammenhalt, Demokratiequalität und Bürgerrechten sind besonders erfolgreich darin, Antworten auf neue Problemlagen zu finden und nachhaltige Reformen auf den Weg zu bringen; Fortschritt erzielen vor allem Länder, in denen es sozial gerecht zugeht. Sie sind auch sozio-ökonomisch leistungsfähiger, weil sie sich die Fähigkeit zur permanenten Erneuerung bewahren.

Seit Jahren warnt die sozialistischer Umtriebe unverdächtige OECD vor einer wachsenden sozialen Spaltung in Deutschland. Die politischen Entscheidungen der Vergangenheit, die diese Spaltung befördert oder zumindest nicht verhindert haben, sind Denkmustern geschuldet, die heute, nach der Wirtschaft- und Finanzkrise, historisch anmuten. Die SPD hatte ihren Anteil daran – und hat dafür, teils verdruckst, Abbitte geleistet. Trotzdem tut sie sich heute schwer damit, Fehlentwicklungen rund um Ungleichheit und fehlende Chancengerechtigkeit, für die sie trotz ihrer langjährigen Regierungsbeteiligung niemand alleine verantwortlich machen kann, offensiv zu thematisieren. Sie pflegt einen nach wie vor verkrampten, uneinheitlichen Umgang mit dem Gerechtigkeitsbegriff, statt ihn für sich zu reklamieren, neu aufzuladen und als Leitmotiv einer modernen, zukunftsorientierten Politik zu etablieren. So macht sie sich letztlich selbst zur Geisel jener überkommenen (und empirisch widerlegten) politischen Debatten, die einen Gegensatz zwischen Wachstum und Gerechtigkeit unterstellen oder sozialen Zusammenhalt kurzerhand zum Nebeneffekt einer boomenden Wirtschaft erklären.

*Verkrampter, uneinheitlicher Umgang mit dem Gerechtigkeitsbegriff*

Die SPD sollte sich daraus befreien und deutlich machen, dass Wohlstand und sozialer Zusammenhalt keine gegensätzlichen Pole sind, sondern sich wechselseitig bedingen. Der OECD wie auch dem DIW-Ökonomen Marcel Fratzscher zufolge könnte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland deutlich höher liegen, wenn sich die Einkommensschere zwischen Arm und Reich seit den 80er Jahren nicht so stark geöffnet hätte. Angesichts der sich aus Globalisierung, Digitalisierung und demografi-

schem Wandel ergebenden Veränderungen können wir uns ungleich verteilte Teilhabemöglichkeiten in Bereichen wie Bildung, Arbeitsmarkt oder Gesundheit in Zukunft weniger leisten denn je. Investitionen in die Anerkennungs- und Teilhabechancen der Menschen sind somit Voraussetzung für Innovationsfähigkeit und Wachstum – und in der Regel weitaus günstiger als die nachträgliche Reparatur von Folgen sozialer Exklusion.

Selbst in Arbeitspapieren der OECD, die sich mit den Folgen sozialer Ungleichheit beschäftigen, ist explizit davon die Rede, dass Chancengerechtigkeit auch Verteilungsgerechtigkeit voraussetzt: Maßnahmen hin zu einer faireren Belastung höherer Einkommen und Vermögen (inklusive Erbschaften) und zur Stärkung niedriger Einkommensklassen hätten keine nachteiligen Auswirkungen auf das Wachstum. Im Gegenteil. Sie machten eine Gesellschaft langfristig »nicht nur weniger unfair, sondern auch reicher« (OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 163).

Das Streben nach Gerechtigkeit, nicht als moralisches Gebot oder als Kümmern um den »kleinen Mann«, der sonst den Glauben an die Politik verlieren könnte, sondern als etwas, das uns als Gesellschaft reicher macht. Solche Argumente hört man aus der SPD selten. Als Sigmar Gabriel kurz vor den Landtagswahlen im März und mit Blick auf die eigene Klientel Investitionen und höhere Sozialausgaben forderte, tat er dies in reichlich paternalistischem Duktus »für unsere eigene Bevölkerung«. Diese müsse merken, »dass ihre Bedürfnisse nicht weiter unter die Räder geraten«. Nicht nur zog er damit unfreiwillig jene Neiddebatte hoch, die er vorgab eindämmen zu wollen. Er vergab auch die Chance, Haushaltsüberschüsse und die im Zuge der Flüchtlingskrise um sich greifende Erkenntnis, dass wir Sozialpolitik und Integration in Zukunft grundlegend neu denken müssen, für einen sozialdemokratischen Politikentwurf zu nutzen, der Gerechtigkeit nicht in Kategorien staatlicher Alimentierung und Versprechen auf »Sicherheit« denkt, sondern als Schlüssel für gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit.

Wenn eine Organisation wie die OECD oder auch der in der Sache häufig ähnlich argumentierende US-Präsident eine sozialdemokratischere Rhetorik anschlagen als die SPD, läuft etwas falsch.

Die SPD wird im nächsten Jahr aus der Regierungsverantwortung heraus keinen Oppositionswahlkampf gegen die CDU führen können, aber einen Zukunftswahlkampf. Die Stärke Angela Merkels über die letzten Jahre resultierte aus der »resignativen Zufriedenheit« einer Gesellschaft, der es zwar materiell gut ging, die aber auch apathisch und entpolitisiert war. Schon qua Amtsdauer verkörperte – und verstärkte – Merkel das Gefühl, dass Politik ohnehin keinen großen Einfluss auf die Verhältnisse habe, unter ihr als Sachwalterin deutscher Interessen aber wenigstens gewährleistet sei, dass die Dinge absehbar so bleiben, wie sie sind. Das war ihr *Frame*, bis zum Spätsommer 2015, der schon heute als historische Zäsur gilt.

## *Zukunftswahlkampf statt Oppositionswahlkampf*

Aktuell schlägt das Pendel in der SPD, auch in Folge innerparteilicher Auseinandersetzungen, wieder stärker in Richtung Gerechtigkeit. Aber bislang argumentiert sie nicht konsequent und formuliert keine konsistenten, vom gesamten Parteipersonal kommunizierbare Kernbotschaften. Die SPD sollte sich den Umstand zunutze machen, dass die Bürger spüren, dass das Land dabei ist, ein anderes zu werden als 2005 oder auch noch 2015. Die Umbrüche der Gegenwart, vom Umgang mit Flüchtlingen bis zu den neofeudalistischen Tendenzen des digitalen Kapitalismus, lassen die Erkenntnis,

dass das Eintreten für eine gerechtigkeitsorientierte Politik nicht nur eine schöne Sache, sondern »realpolitisch« geboten ist, aktueller erscheinen denn je. Eine neue Zeit erfordert auch eine neue Politik.

Es gehört in Berliner Politikerkreisen zum guten Ton, sich über Bernie Sanders zu mokieren: Er sei ein Träumer, der kaum Ergebnisse vorzuweisen habe (was Quatsch ist), schlimmer noch, ein Populist. Dabei wäre die SPD gut beraten, sich mit dem Erfolg des Senators aus Vermont auseinanderzusetzen, dem es in den letzten Monaten gelungen ist, eine beeindruckende Aufbruchsstimmung um eine gesellschaftliche Vision und politische Ziele herum zu schaffen, die in den USA vor Kurzem noch als nicht vermittelbar galten.

Nicht zuletzt zeigt Sanders also, dass Diskurse, Einstellungen und Präferenzen einer Gesellschaft nicht statisch sind, sondern sich verändern lassen. Auch Sigmar Gabriel sagte bei seiner Parteitage Rede nach der desaströsen Wahlniederlage 2009, dass die vielzitierte »Mitte« einer Gesellschaft keine fixe Größe sei. Sie beschreibe keine klar abgrenzbare Klientel, keinen Ort, dem sich die SPD anpassen müsse. Die Mitte sei, in Gabriels Worten, vielmehr eine »Chiffre für politische Deutungshoheit«. Eine Deutungshoheit, die es durch eine konsistente und emotionalisierende Kommunikation, in der sich die Vielzahl sozialdemokratischer Vorhaben verdichtet, zu erobern gelte.

Es gibt viele gute Gründe den Vergleich mit den USA und Sanders als unzulässig abzulehnen. Oder man macht sich – ganz unabhängig davon, dass die Sozialdemokratie zurzeit eine ähnlich unrealistische Machtperspektive hat wie sie Sanders zugestanden wurde – die Mühe zu überlegen, was man von ihm lernen kann. Zum Beispiel dass Politik, gerade sozialdemokratische Politik, mehr ist, mehr sein muss, als die Summe ihrer Einzelteile.

*(Dieser Beitrag erschien auch bei CARTA/www.carta.info).*

*Diskurse, Einstellungen und Präferenzen einer Gesellschaft lassen sich verändern*



#### **Leonard Novy**

ist Mitglied der Institutsleitung am Institut für Medien- und Kommunikationspolitik und Mitherausgeber des Blogs CARTA. Zuletzt erschien bei Palgrave die Monografie *Britain and Germany Imagining the Future of Europe. National Identity, Mass Media and the Public Sphere*.

[leonard.novy@medienpolitik.eu](mailto:leonard.novy@medienpolitik.eu)