

Richard Stöss

### Arbeitnehmerpartei SPD?

#### Richard Stöss

(\* 1944) ist Professor für Politikwissenschaft an der FU Berlin. Forschungsschwerpunkte u.a. Parteienforschung und Rechtsextremismus.

rstoess@zedat.fu-berlin.de



Ernst Hillebrand empfiehlt der SPD in der März-Ausgabe der *NG/FH*, sich »in der Mitte der Gesellschaft wieder breiter zu verankern«. Als Zielgruppe für eine Mobilisierungsstrategie nennt er die »abhängig beschäftigten Arbeitnehmer«. Sie bildeten den »Identitätskern« der SPD und stünden »historisch im Zentrum des sozialdemokratischen Projekts«. Um diese »Kernklientel maximal zu mobilisieren« solle sich die Partei vor allem auf drei Ziele konzentrieren: Leistungsgerechtigkeit bei der Entlohnung von Arbeit, Verbreiterung der Finanzierung des Sozialstaats sowie Demokratisierung und Humanisierung der Wirtschaft.

Insoweit Hillebrand vor einer »catch-all«-Strategie warnt und die SPD auf einen sozialdemokratischen Markenkern verpflichten will, ist ihm vorbehaltlos zuzustimmen. Richtig ist auch, dass sich Parteiensysteme und Elektorate nach wie vor entlang von gesellschaftlichen Konfliktlinien gruppieren. Die SPD muss sich mithin eine dezidierte Konfliktposition erarbeiten, mit der sie im Parteienwettbewerb bestehen kann. Sozialstrukturelle Konflikte prägen allerdings in hoch differenzierten postindustriellen Gesellschaften kaum noch das Denken und Handeln der Menschen. Und wenn als Zielgruppe die »abhängig beschäf-

tigten Arbeitnehmer« avisiert werden, dann wären auch die Rentnerinnen und Rentner, die früher zumeist abhängig Beschäftigte waren, sowie junge Leute, die irgendwann einmal abhängig tätig sein werden, mit einzubeziehen. Dann würde der potenzielle Adressatenkreis rund 80 % der Bevölkerung ausmachen, und die SPD liefere (wieder) Gefahr, eine »catch-all«-Strategie zu betreiben.

Prägend für postindustrielle Gesellschaften sind aber nicht sozialstrukturelle sondern Wertekonflikte. Der Parteienwettbewerb vollzieht sich hierzulande vor allem entlang zweier globaler Konfliktlinien: in ökonomischer Hinsicht zwischen den Grundwerten soziale Gerechtigkeit und Marktfreiheit, in politischer Hinsicht zwischen den Grundwerten Liberalismus und Autoritarismus. In diesem Koordinatensystem wäre die Konfliktposition der SPD anzusiedeln. Dass dabei dem Grundwert soziale Gerechtigkeit große Bedeutung zukommt, ist ernsthaft kaum zu bestreiten. Die beträchtlichen Wählerverluste der SPD in den letzten zwölf Jahren beruhen nicht zuletzt darauf, dass es der PDS/Linkspartei gelungen ist, ihr diesen Grundwert streitig zu machen. Die entscheidende Frage lautet allerdings, welche konkreten Zielvorstellungen sich mit sozialer Gerechtigkeit in modernen Gesellschaften verbinden.

Für Hillebrand steht die Verteilung des gesellschaftlichen Reichtums im Mittelpunkt. Unbestritten eine bedeutsame Komponente. Aber darauf lässt sich dieser Grundwert heute nicht mehr reduzieren. Denn der soziale Status einer Person hängt nicht nur vom Erwerbsstatus und vom Ein-

kommen ab. Arbeitslosigkeit, Prekarisierung, Deklassierung oder Pauperisierung sind mindestens genauso stark und offenbar auch zunehmend vom Bildungsgrad abhängig. Soziale Gerechtigkeit schließt folglich auch den qualitativen und quantitativen Ausbau des Bildungssektors ein, der unabhängig von der sozialen Herkunft Chancengleichheit bieten muss. Die Unterscheidung zwischen vorsorgender und nachsorgender Gerechtigkeit scheint mir in diesem Zusammenhang nach wie vor zielführend zu sein. Jedenfalls würde sich die SPD mit einem erweiterten Verständnis von sozialer Gerechtigkeit (das auch Generationen und Geschlechter mit einbezieht) deutlich von der Linkspartei abgrenzen, die diesbezüglich immer noch dem Robin-Hood-Prinzip folgt: den Reichen nehmen, den Armen geben.

Die Konfliktposition der SPD darf jedoch nicht auf soziale Gerechtigkeit verengt werden. Selbst wenn ihre Traditionswählerschaft auf diesen Grundwert besonderes Gewicht legt, muss die Partei auch Wählergruppierungen ansprechen, die sich auf der ökonomischen Konfliktlinie eher mittig einordnen und sich eine Verknüpfung von sozialer Gerechtigkeit und einer innovativen und wettbewerbsfähigen, Sicherheit und Zukunftsperspektiven bietenden Marktwirtschaft wünschen. Gerade in diesem Segment können Wechselwähler von anderen Parteien gewonnen werden. Im Übrigen ist zu bedenken, dass die Gewährleistung von sozialer Gerechtigkeit auch von der Wirtschaftskraft eines Landes abhängt. Die SPD war immer dann erfolgreich, wenn sie sich Konzepte und Kompetenzen sowohl in der Sozialpolitik als auch in der Wirtschaftspolitik erarbeitet hat.

Als Beispiel sei an den grandiosen Wahlerfolg von 1998 erinnert. Die Wahl wurde mit 40,9 % gewonnen, weil die SPD mit einer schlüssigen Zielsetzung (»Innovation und Gerechtigkeit«) angetreten war, die auch an der Spitze personell repräsentiert war: Durch den für die Modernisierung der Wirtschaft stehenden und eher Wechselwähler von

Union und FDP ansprechenden Kanzlerkandidaten Gerhard Schröder und den für soziale Gerechtigkeit stehenden und das Stammpublikum der SPD mobilisierenden Parteivorsitzenden Oskar Lafontaine. Der Wahlkampf richtete sich sowohl an traditionell gesinnte als auch an modernisierungsorientierte Wählerschichten, an die gewerkschaftlich orientierte Arbeitnehmerschaft und an die »neue Mitte«. Es gelang der SPD in der Folge aber nicht, dieses Wählerpolster zu stabilisieren. Sie verprellte zunächst ihre Wechselwähler, dann auch noch ihre Stammwähler: Als Hans Eichel im März 1999 die Nachfolge von Oskar Lafontaine antrat, gab er den »Sparkommissar«. Im Juni 1999 signalisierte dann das »Schröder-Blair-Papier« die Aufgabe des Gerechtigkeitsversprechens. Die von den Unternehmern begrüßten Steuerreformen deregulierten zwar die Finanzmärkte und fütterten die »Heuschrecken«, führten jedoch nicht zu mehr Wachstum und Beschäftigung. Die »Agenda 2010« verursachte 2003 später massenhafte Proteste gegen die Arbeitsmarktreformen, und schließlich mussten die Arbeitnehmer auch noch die »Rente mit 67« hinnehmen. Im Ergebnis verlor die SPD bei der Bundestagswahl 2009 dramatisch bei den Kompetenzzuschreibungen für soziale Gerechtigkeit, Arbeit und Wirtschaft.

Das Kernproblem der SPD besteht nach wie vor darin, dass sie über keinerlei konzeptionelle Vorstellungen darüber verfügt, wie sich zwei scheinbar so gegensätzliche Ziele wie eine international wettbewerbsfähige Wirtschaft und soziale Gerechtigkeit miteinander vereinbaren lassen. Es reicht nicht aus, programmatische Vorstellungen für Wirtschafts- und Sozialpolitik zu entwickeln. Notwendig ist ein integriertes Konzept, das eine eigenständige Konfliktposition im Parteienwettbewerb darstellt (analog etwa zum »Green New Deal« der Grünen). Im Grunde genommen geht es um die Vision einer sozial gerechten Marktwirtschaft, in der auch die drei eingangs genannten Hillebrand-Ziele ihren Platz hätten.