Quasi als Nachklapp zu den Wahlen in Niedersachsen kann man in diesen Tagen mit einem Blick in die Medien gebündelt und direkt aus dem Mund von Parteisprechern erfahren, welche Themen und Botschaften die Parteien im weiteren Verlauf des Wahlkampfes ansprechen wollen, wie sie ihr Image und die Wählerpotenzial erweitern wollen, welche Führungspersonen welche Rolle übernehmen sollen usw. Normalerweise würde gelten, dass die Parteistrategen solche Überlegungen anstellen und anwenden. Jetzt wird uns erklärt und öffentlich diskutiert, wie das gehen soll. Die Parteien halten ihre potentiellen WählerInnen offensichtlich für unsensibel, kritiklos und absolut manipulierbar. Am Beispiel eines Mediums, der Süddeutschen Zeitung vom Montag sollen einige konkrete Fälle skizziert werden. Von **Albrecht Müller**

Vorweg: die Süddeutsche dient hier nur als Beispiel. Auch andere Medien hätten zum Beleg herhalten können.
Eine Doppelseite, die Seiten 4 und 5, liefern schon die Mehrzahl der Belege:

a. „Und nun: wieder in Inhalte“ und „Weg von der Person Steinbrück, hin zum Sozialen – die SPD lernt“ heißt es auf Seite 4 in einem Bericht zur SPD-Strategie und ihrer Klausur vom Sonntag und Montag. Darin wird berichtet, zu der ursprünglichen Absicht des SPD-Spitzenkandidaten, seine Partei wolle Wahlkampf gegen die Finanzmärkte führen, stelle nun der SPD die soziale Gerechtigkeit ins Zentrum ihres Wahlkampfes. Dann werden einige Themen genannt, die diese Schwerpunktsetzung unterfüttern sollen: konkrete Vorschläge für eine einigermaßen anständige Zahlung von Arbeitnehmern, den Kampf gegen Altersarmut und bessere Bildung.
b. Auf Seite 5 wird dann noch ein weiteres Profilierungsthema zur Unterfütterung des Sozialimages beschrieben: die SPD wolle 5 Milliarden für die soziale Stadtentwicklung in Metropolen ausgeben. Im Antrag des Parteivorsitzenden für eine große Städtebaukonferenz in Hamburg heiße es, die soziale Stadtentwicklung sei die Grundlage und Voraussetzung für Innovation, Fortschritt und soziale Gerechtigkeit. Im gleichen Artikel wird dann weiter berichtet, der Kanzlerkandidat Steinbrück wolle auf der Klausurtagung seine Vorschläge für die SPD-Wahlkampfthemen präsentieren. Im Mittelpunkt sollen Themen gesellschaftlicher Gerechtigkeit stehen, wie Mindestlohn, Kampf gegen die Altersarmut und eine solide Finanzpolitik. Wörtlich wird Sigmar Gabriel zitiert : „Wir wollen wieder das erreichen, was Deutschland stark gemacht hat: ein soziales Gleichgewicht.“ Und Gabriel weiter, sozusagen ein Versuch zur Beruhigung von Wählern, denen das vielleicht dann doch zu viel nach Manipulationsversuch klingen könnte oder denen gar Zweifel kommen könnten, wie sich die neue Schwerpunktsetzung mit der Politik der vergangenen Jahre verträgt: „Für uns ist Gerechtigkeit kein Wahlkampfthema, sondern eine innere Haltung, um die

man kämpfen muss.“ Das ist erkennbar eine affirmative Strategie.

c. Auf der gleichen Seite steht ein großer Artikel über die strategischen Erwägungen von CDU und CSU. Er ist überschrieben mit „A bisserl sozialpopulistisch“. Die CSU dränge auf einen Kurswechsel. Und auch bei der CDU sei es mit der Nähe zur marktliberalen FDP erstmal vorbei: die Union mache die Gerechtigkeit zu einem zentralen Wahlkampfthema. Dann wird berichtet, Seehofer habe zu diesem Ziel zum Rentenkongress der CSU ausgerechnet und demonstrativ Norbert Blüm als Gast eingeladen. Seehofer setze schon länger auf soziale Themen. Mit Blick auf die berichtete Absicht der SPD, einen Wahlkampf um die soziale Gerechtigkeit in Deutschland zu führen, finde man in München, die Schwesterpartei CDU müsse deshalb endlich auch a bisserl sozial populistisch werden. Seit dem Schock von Niedersachsen scheine die CDU in der Tat nun ihr Profil offensiv verbreitern zu wollen. Die Kanzlerin habe schon am Tag nach der Wahl erklärt, die CDU werde sich jetzt nicht mehr scheuen, auch gegen den Willen der FDP allgemeine Lohnuntergrenzen zum Thema zu machen. Die Ministerpräsidenten von Thüringen, Christine Lieberknecht (CDU) wolle den Mindestlohn sogar ohne Rücksicht auf die FDP durchsetzen. Und selbst der konservative Schwabe Volker Kauder habe erklärt, es müsse gerecht zugehen. – Wir können wir sehen, dass den Wählerinnen und Wählern sogar offen gesagt wird, dass eine Strategie populistische Züge trage. Die Strategen haben offensichtlich keine Sorge, diese Offenheit könnte ihnen negativ ausgelegt werden. Wahrscheinlich haben sie Recht.
d. In einem anderen Artikel auf der gleichen Seite wird beschrieben, wie die Bundesforschungsministerin Schavan mit organisierter Solidarität bei der Wahl zur Direktkandidatin in ihrem Wahlkreis in Ulm ein Gegengewicht zu der Prüfung ihrer Dissertation zu schaffen versucht. Zu ihrer Nominierung sind auf Betreiben der örtlichen CDU mehr als 300 CDU Mitglieder gekommen und haben die Ministerin Schavan minutenlang gefeiert. Das zu organisieren ist natürlich legitim. Aber der Vorgang zeigt, wie weit gehend die Strategen es für möglich halten, Vorbehalte und Zweifel durch Demonstrationen der Stärke und emotionalen Zustimmung Weg zu bürsten.
e. Augen zu und durch – das scheint auch das Motto der FDP-Oberen zum Thema Sexismusvorwürfe an Brüderle zu sein „Bravos für Brüderle. – Sexismus hin oder her – die FDP applaudiert ihrem Frontmann.“ Im konkreten Fall ist es nicht nur die FDP, auch Politiker anderer Couleur äußern sich in ähnlichem Sinne und unterstützen die Strategie des Durchhaltens. Im konkreten Fall wird dem Leser nicht ausdrücklich verkündet, dass man ihn auf diese Weise „überzeugen“ wolle. Aber die Strategie ist leicht erkennbar, wenn die Wählerschaft skeptisch wäre.
f. Wie sehr sich die Strategien der Parteien schon in den Köpfen der Medienschaffenden

> festgesetzt haben, wird in einem Bericht auf der ersten Seite der Süddeutschen Zeitung vom Montag des 28. Januar erkennbar. Dort wird über das Ergebnis der Enquetekommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ berichtet. Dabei kommen die Meinungen der Regierung, der Union, der SPD und der Grünen zur Sprache. Ein Hinweis auf die Haltung der Linken fehlt. Das ist das Ergebnis der inzwischen auch von vielen Medien verinnerlichten Strategie der etablierten Parteien, die Linkspartei einfach zu ignorieren.

Wir sehen: wir Leben in spannenden Tagen der Formulierung von Wahlkampfstrategien. Sie sind besonders spannend, weil uns auch offen gesagt wird, wie wir beeinflusst werden sollen.