



Lautes Getöse, [gezielt gestreute Indiskretionen](#) und großes Geraune über [eine endgültige Zerrüttung](#) – keine Frage, die Politshow, die uns CDU und CSU momentan mit tatkräftiger Unterstützung der Medien präsentieren, hat Qualität. Man darf jedoch getrost davon ausgehen, dass der Krach nur gespielt ist. Theaterdonner in seiner reinsten Form. Und wenn der Vorhang fällt, haben die Unionsparteien wieder einen Sieg errungen. Von **Jens Berger**.

*Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.*

[http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/1806\\_Getrennt\\_marschieren\\_vereint\\_schlagen\\_NDS.mp3](http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/1806_Getrennt_marschieren_vereint_schlagen_NDS.mp3)

Podcast: [Play in new window](#) | [Download](#)

Wer wie CSU und CDU Wähler vom bürgerlich-konservativen Bereich deutlich rechts der Mitte bis ins linksliberale Lager ansprechen will, der muss sich bei einigen Themenfeldern schon zerreißen. Dazu gehört momentan die gesamte Asyldebatte. Nach der „Bamf-Affäre“ und dem „[Kriminalfall Susanna F.](#)“ haben die Medien das Thema Asyl wieder in den Fokus gerückt. Kaum ein Tag vergeht, an dem auf der Titelseite der BILD nicht von kriminellen Asylbewerbern und einem vermeintlichen Versagen der Behörden zu lesen ist und der SPIEGEL hat den Umgang mit Migranten gar auf seinem Titel zur „[Deutschen Frage](#)“ hochgeschrieben. Und im Herbst wird in Hessen und Bayern gewählt – dem Bundesland mit dem wohl konservativsten Landesverband der CDU und dem Bundesland mit der CSU, die sich seit Franz Josef Strauß als rechte Leitplanke des Parteiensystems in Deutschland versteht. In [aktuellen Umfragen](#) liegen die Unionsparteien in beiden Ländern sehr deutlich hinter ihren letzten Wahlergebnissen. Großer Gewinner ist in beiden Ländern die AfD, die zweistellig in die Landtage einziehen dürfte.

Wäre ich Wahlkampfstrategie der Unionsparteien, würde ich daher versuchen, Wähler, die zur AfD abzuwandern drohen, wieder einzufangen, ohne gleichzeitig die „Wohlfühlwähler“ der liberalen Mitte zu verlieren. Für beide Gruppen ist hier die Asylthematik ein geeignetes Werkzeug. Die AfD-Wähler wählen die AfD wegen ihrer klar ablehnenden Position in der Asyl- und Migrationsdebatte und die „Wohlfühlwähler“ halten Angela Merkel vor allem die Stange, weil sie sich angeblich ja so sehr „für die Flüchtlinge“ einsetzt. Man erkennt hier bereits, dass es sich um einen Zielkonflikt handelt - die Union müsste zwei Positionen vertreten, die sich eigentlich komplett widersprechen. Einen Ausweg aus der Misere liefert jedoch die Strategie des [„Getrennt Marschieren und vereint Schlagen“](#), die Albrecht Müller bereits in mehreren Fallbeispielen bei der CDU und CSU analysiert hat.

Siehe dazu:

- [„Getrennt marschieren und vereint schlagen. Zur verdammt cleveren Strategie von CSU und CDU.“](#)
- [„Getrennt marschieren, vereint schlagen - eine übliche Wahlkampfstrategie. Nur die SPD Führung kapiert es nicht.“](#)
- [„Getrennt marschieren, vereint schlagen - die dreiste Strategie der Union. Bei Anne Will perfekt zelebriert und nicht aufgespießt“](#)

Genau diese „verdammt clevere“ Strategie können wir momentan im - zugegebenermaßen gut gespielten - Theaterstück vom „Asylstreit“ verfolgen. Bayern „droht“ indirekt mit einer Suspendierung des Schengener Abkommens, lässt sich aber eine riesige Hintertür offen, indem man diffuse Forderungen an den EU-Gipfel Ende des Monats stellt. Schon tönt die Süddeutsche, die CSU sei ja [„strammer als die AfD“](#) und verhalte sich [„skrupellos“](#). So mancher Wähler, der in Gedanken schon zur AfD abgewandert ist, wird genau dies gerne hören. „So für Ausländer sind die ja gar nicht“. Na dann.

Und für die „Wohlfühlwähler“ verteidigt Angela Merkel mit tatkräftiger [Unterstützung der Grünen](#) ihr Image als „Mutter Angela“, die sich humanitär für Menschen in Not stark macht. Dass dieses Image nicht einmal im Ansatz [gerechtfertigt](#), sondern seinerseits eine sehr erfolgreiche PR-Kampagne ist, um Wähler und vor allem Wählerinnen aus der Mitte anzusprechen, wissen die Wähler ja „dank“ des fortwährenden Tiefschlafs der Medien nicht. Angela Merkels „Asylbilanz“ spricht jedenfalls eine [andere Sprache](#). Inhalte werden allerdings irrelevant, wenn sie kaum bekannt sind und es um die öffentliche Meinung geht. Und so wird die bürgerlich-liberale Lehrerin die Union weiterhin wählen, weil „die Merkel ja

für Flüchtlinge ist“ und der reaktionäre Rentner muss nicht zur AfD abwandern, weil „es in CSU und CDU ja immer noch auch gestandene Mannsbilder gibt, die der Pfarrerstochter aus dem Osten zeigen, wo der Hammer hängt“. Getrennt marschieren und vereint schlagen - und wieder einmal hat die Strategie funktioniert.

Dass diese Strategie so gut funktioniert, hat vor allem zwei Gründe:

1. Die anderen Parteien befinden sich im Tiefschlaf oder hängen sich an die Kampagne dran.

Anstatt den rechten Flügel der Union zu attackieren, verteidigen die Grünen beispielsweise [den „humanitären“ Kurs](#) der Kanzlerin und sorgen damit auch dafür, dass Wähler aus dem Spektrum der liberalen „Wohlfühlwähler“ lieber die CDU als die Grünen wählen. Schön dumm. Was an der Flüchtlingspolitik der Kanzlerin, die auch dazu geführt hat, dass Tausende Flüchtlinge nun im Mittelmeer ertrinken, nun „humanitär“ sein soll, wäre eine Frage für sich. Nicht viel klüger verhält sich die FDP, die nun [ein „Jamaika“ ohne Merkel ins Spiel bringt](#) und damit Seehofers PR unterstützt. Und die SPD? Die befindet sich auf Tauchstation, seit der erste Leitartikler das Wort „Neuwahlen“ [in die Tastatur getippt hat](#) und erweist sich damit einmal mehr als politisch nicht handlungsfähig. Solange die politische Konkurrenz das Theater mit großen Augen verfolgt und sich selbst nicht klar und deutlich positionieren will, werden CDU und CSU mit dieser Strategie auch Erfolg haben.

2. Die Medien spielen das Theater mit ... vielleicht sind sie ja sogar eingeweiht.

Ist es wirklich ein Zufall, dass die BILD [der eigentliche Schlagmann für Seehofers „Asyl-Streit“ war?](#) Wenn man den gesamten „Koalitionsstreit“ als „Theaterdonner“ sieht, scheinen Teile der Medien weit mehr als eine bloße Statistenrolle in diesem Stück zu haben. Und von [taz](#) bis [FAZ](#) hat jeder Leitartikler seine Fankurve gewählt und schreibt nun mit Verve für „seinen“ Flügel. Man ist entweder „für“ Merkel und „gegen“ Söder und Seehofer oder „gegen“ Merkel und „für“ Söder und Seehofer. In beiden Fällen solidarisiert man sich mit einem Unionspolitiker und gehört damit zur großen „Unionsfamilie“. Das ist wirklich geschickt und klappt natürlich nur, weil die Medien diese Strategie nicht offenlegen.

