Es ist eine uralte Geschichte, mit Popularitätswerten von Spitzenpolitikern wie sie die Meinungsforschung regelmäßig erhebt zu manipulieren. Gerade erleben wir wieder eine Hochzeit dieser so beliebten wie unsinnigen Datenspielerei – mit absichtsvollen Motiven der Initiatoren. Von Eckehart Hagen

Wurde weiland zu Helmut Schmidts Kanzlerzeiten (vor allem vom damaligen INFAS-Chef) in den siebziger Jahren mit Hinweis auf die hohe Kanzlerpopularität und die weit niedrigeren SPD-Werte (weil angeblich zu links) versucht, die Partei weiter nach rechts zu drängen, so wird derzeit von Instituten suggeriert und von den Medien bereitwillig aufgegriffen, mit Steinmeier (so die Forschungsgruppe Wahlen) bzw. Steinbrück (so Forsa, jeweils diese Woche) hätte die SPD die relativ besten Wahlchancen bei der nächsten Bundestagswahl – im Herbst 2013!

Abgesehen davon, dass eine Kandidatendiskussion zweieinhalb Jahre vor der nächsten BTW und bei bundesweiten Potentialwerten für die SPD von plusminus 25% schlicht unsinnig ist, wird dabei geflissentlich vergessen, dass genau diese jetzt wieder hochgehandelten „Kandidaten“ vor gerade mal 18 Monaten die SPD in ihre größte Niederlage seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland geführt haben. Weder in der SPD noch in den Medien wird ernsthaft die Frage gestellt und schon gar nicht kritisch analysiert, warum denn die auch 2009 relativ hohen Popularitätswerte von beiden Herren zu dem katastrophalen SPD-Ergebnis von 23% führen konnten. Würde man dies tun, müsste die Partei ja notwendigerweise über Inhalte bzw. die politische Ausrichtung der Partei zur Lösung gegenwärtiger Probleme sprechen, vor allem aber auch über die Politik und deren Ergebnisse in den zurückliegenden Regierungsjahren. Beides wird tunlichst vermieden, teils aus Rücksicht auf frühere und noch heute in Funktion stehende Mittäter an der neoliberalen Agenda-Verirrung, teils wegen der fortbestehenden Dominanz dieser gescheiterten Ideologie in SPD-Führungskreisen (Seeheimer und Netzwerker). Folge für die Partei insgesamt ist inhaltliche Orientierungslosigkeit, die zur Offenheit nach allen Seiten und damit zur Beliebigkeit führt. Man freut sich auch über schwächste Ergebnisse (BaWü) und darüber, mit jeder anderen Partei (außer mit der Linken im Westen und auf Bundesebene!) ins Koalitionsbett steigen zu können und ein bisschen mitregieren zu dürfen. Logische Konsequenz dieser strategischen Beliebigkeit: Niemand weiss mehr, wofür die SPD eigentlich steht oder anders formuliert, warum und wofür soll man die SPD überhaupt noch wählen. Denn richtig bleibt: Für eine SPD-neoliberal-light gibt es im deutschen Parteienspektrum keinen Bedarf.

Aber zurück zu den Popularitätsspielereien. Hohe Sympathiewerte für Politiker/innen kommen nur zustande, wenn sie von der stets großen Mehrheit der anderen Parteianhänger

positiv bewertet werden. Und ein solches Urteil fällen gerade diese Befragten am ehesten über wenig polarisierende, sich überparteilich gebende Politiker mit bürgerlichem Habitus. Entscheidend ist jedoch und das haben viele Wahlen in der Vergangenheit belegt, dass hohe Sympathiewerte eher konservativer Medienlieblinge wie z.B.Steinmeier und Steinbrück keineswegs auch zur Wahl der Partei dieser „sympathischen Kandidaten" führen. Ansonsten hätte beispielsweise die SPD bei der Beliebtheit Helmut Schmidts bei den Bundestagswahlen 1976 gegen den Oppositionsführer Kohl wie 1980 gegen Strauss weit bessere Ergebnisse erzielen müssen.

Was also sollten wir aus der aktuellen Kanzlerkandidaten-Meinungsmache auf Basis von hohen Popularitätswerten lernen?

1. Von Meinungsforschern und Medien inszenierte Kandidatendiskussionen zur Unzeit, führen in der SPD immer zu Zwist und Streit, der der Partei schadet und von inhaltlichen Klärungsprozessen ablenkt.
2. Hohe Werte sind meist ein Echo auf die Behandlung der Politiker in den sogenannten Leitmedien und diese ist umso positiver, je stärker sie die überwiegend konservativen Interessen dieser Medien und nahestehender Wirtschaftskreise bedienen.
3. Derart entstandene hohe Sympathiewerte – und dies gilt in erster Linie für eine linke Volkspartei, die die SPD ihrem programmatischen Selbstverständnis nach noch immer vorgibt zu sein – veranlassen nur wenige der Wähler/innen statt „ihrer" Partei nun den netten Kandidaten von der SPD zu wählen (schließlich werden bei uns Parteien und nur auf Wahlkreisebene Kandidaten also Personen gewählt).
4. Soweit hohe Popularitätswerte vor allem wenig polarisierenden Kandidaten „der Mitte" oder sogenannten „Reformern" der SPD zugeschrieben und von den Medien entsprechend positiv kommentiert werden, stehen sie einer Mobilisierung vor allem politisch engagierter Wähler und der eigenen Parteianhänger im Wege und führen zu den bekannt niedrigen Wahlbeteiligungen.
5. Ein klares, zu anderen Parteien kontrastierendes Programm, das dem Wähler eine erkennbare und glaubwürdige politische Alternative im Interesse der Bevölkerungsmehrheit anbietet, ist weit wichtiger für die Mobilisierung von Wählern und die Aktivierung der eigenen Parteimitglieder als ein „mittiger" populärer Kandidat mit entsprechend profillosem Wahlprogramm. Ganz besonders trifft dies auf die SPD als einer traditionell werteorientierten Programmpartei zu.

Anmerkung WL: Wir haben das ja schon seit Helmut Schmidts Zeiten immer wieder erlebt, dass die ganz überwiegend konservativ ausgerichteten Leitmedien gerade solche SPD-Politiker hochschreiben, die sich gegen ihre eigene Partei profilieren. Das war auch bei Gerhard Schröder so und Wolfgang Clements politische „Karriere" beruhte doch

weitgehend darauf, dass er gegen die Ziele der SPD ankämpfte. Er wurde von den bürgerlichen Medien gehätschelt und gerade deshalb zum „Star“, weil er ständig seiner eigenen Partei vors Schienbein trat. Steinmeier und Steinbrück sind Medienlieblinge, weil sie als Garanten dafür gelten, dass der Agenda-„Reform“-Kurs auf Gedeih und Verderb durchgehalten wird.
Und wenn Steinbrück sich selbst als Kanzlerkandidat ins Gespräch bringt, hat das sicherlich auch damit zu tun, dass er seinen Marktwert als „Preis-Redner“ steigert.