

HEIKO HILKER

Politische Kommunikation und PDS

Die PDS hat bei der politischen Kommunikation offensichtlich Probleme. Bei der Auseinandersetzung damit geht es mir vor allem:

- um die Rolle der politischen Kommunikation in der heutigen Gesellschaft,
- um Fragen nach den Defiziten der PDS bei der politischen Kommunikation und
- um Ansätze für eine eigene Strategie, politisch zu kommunizieren.

Was ist politische Kommunikation?

Darunter wird Massenkommunikation über Presse, Radio, TV und Internet oder mit speziellen Medien wie Reden von Politikern, Kundgebungen, Pressekonferenzen oder Wahlwerbung verstanden. Der Begriff bezeichnet ein System von Informations- und Kommunikationsbeziehungen, an dem folgende drei Akteursgruppen beteiligt sind:

a) Die ›Absender‹ sind Vertreter des politischen Systems wie Parteien, Regierungen, Ministerialverwaltungen auf allen staatlichen Ebenen sowie politische Interessenvertretungen wie Gewerkschaften, Verbände, Organisationen, NGO, Vereine, Bürgerinitiativen.

b) Die ›Transmitter‹ sind Vertreter des Mediensystems wie Journalisten, die die Information und Inszenierung der politischen Kommunikation nach medienpezifischen Aufmerksamkeitsregeln selektieren, aufbereiten, interpretieren und damit das politische Geschehen beeinflussen.

c) Die ›Adressaten‹ sind Wähler und Publikum in einem. Die politischen Akteure wollen die Wähler von ihrer Politik überzeugen und Akzeptanz dafür erreichen. Die Medienmacher wollen im hart umkämpften Medienmarkt das Publikum gewinnen und halten, um Auflagen bzw. Quoten zu sichern.

Die Rollen der Akteure gelten als festgelegt: Die politischen Akteure setzen auf Inszenierung statt Diskussion von Sachthemen. Für die Medien, besonders das TV, sind Inszenierungen »willkommenes Futter«, denn das Publikum zeigt kaum Interesse an einer inhaltlichen Auseinandersetzung.

Die Kommunikations- und Vermittlungsabhängigkeit von Politik ist in den letzten Jahren gestiegen. Politische Kommunikation ist längst ein Kriterium für politischen Erfolg. Sie ist als Prozeß einem ständigen Wandel und Anpassungsdruck durch die Umwelt unterworfen.

Angesichts der kleiner werdenden Gruppe von Stammwählern und der zunehmenden Zahl sogenannter Wechselwähler ist es eine zen-

Heiko Hilker – Jg. 1966;
Diplom-Ingenieur; Mitglied
der PDS-Fraktion im
Sächsischen Landtag,
medienpolitischer Sprecher.
heiko.hilker@slt.sachsen.de

Seit 1990 versuche ich, in der Medienpolitik den einen oder anderen Akzent zu setzen und für konkrete Projekte im Jugend-, Medien- oder Technologiebereich außerparlamentarische und parlamentarische Strategien zu verbinden. Aus den dabei gewonnenen Erfahrungen sind meine Schlußfolgerungen als Arbeitsmaterial für eine kritische Debatte um eine zeitgemäße politische Kommunikation entstanden. Dabei will ich größtenteils nicht wiederholen, was andere Autoren schon in die Diskussion eingebracht haben (siehe u. a. Brie/Brie/Chrapa 2002), sondern auf andere Quellen zurückgreifen.

Politische Kommunikation ist der zentrale Mechanismus bei der Formulierung, Aggregation, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen. Insofern ist politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik. Sie ist selbst auch Politik (Jarren/Donges 2002). Unter Akteuren aus dem politischen PR-Bereich wird sie verstanden als der kommunikative Wettbewerb um die Themenführerschaft, um Darstellungs- und Begründungsansprüche, um das Erlangen bzw. den Erhalt von Einfluß und Gestaltungspotentialen.

»Politik in modernen Gesellschaften ist nicht mehr die Verwirklichung großer Ideen und Konzepte, sondern das Geschäft der Darstellung und der Vermittlung einer Vielzahl unterschiedlicher Interessen.« (Land 1999)

trale Aufgabe von Politikvermittlung und politischer Kommunikation, bei dieser wachsenden zweiten Zielgruppe Aufmerksamkeit zu erzeugen und Unterstützung zu generieren (Tenscher 2000).

Bedingungen für politische Kommunikation

Matthias Machnig, dem ehemaligen Geschäftsführer und Kampagne-Chef der SPD, ist zuzustimmen, wenn er feststellt, daß Kommunikationsfähigkeit die politische Schlüsselaufgabe von Parteien ist. Politik und Politiker sind als Mediensubjekt wie -objekt längst Teil der medialen Arena. Ebenso unbestritten ist, daß Medien die Themen setzen, über die Wähler reden, reflektieren und diskutieren. Er schlußfolgert zu Recht: »Politisch ohne Medien zu kommunizieren bedeutet nicht zu kommunizieren. Politische Kommunikation ist mehr denn je Medienkommunikation.« (Machnig 2002) Die politische Kommunikation hat sich in den letzten zehn Jahren verändert. Sie ist eine zunehmend komplexe Aufgabe geworden in einer differenzierten, globalen Medienlandschaft. Eine entscheidende Rolle spielt das veränderte gesellschaftliche Umfeld, in dem Politik agiert und mit dem Politik kommuniziert. Die gesellschaftlichen Umbrüche von der Arbeitswelt bis zu den Lebensstilen verändern Milieus und ihre Integrationskraft mit weitreichenden Folgen für Parteien: Mehrheiten werden heute zu Allianzen auf Zeit, zu eher lose verkoppelten Interessengemeinschaften, die es durch politische Kommunikation zu organisieren und mobilisieren gilt.

Wähler werden mit immer komplexeren Themen konfrontiert, für die immer weniger Zeit zur Verfügung steht. Sie müssen thematisch selektieren und sich entscheiden, welches Thema Priorität besitzt. Politik heißt Bewältigung von Zielkonflikten und zeitlicher, ökonomischer und sozialer Eigenlogiken bestimmter Themen oder Subsysteme. Das führt zu einem Kompromißcharakter politischer Entscheidungen und erschwert Eindeutigkeiten, Identifikationen und Nachvollziehbarkeiten. Es gibt eben nicht *die* Antwort auf komplexe gesellschaftliche Probleme. Das befördert Erscheinungen wie die, daß Stimmungen immer wichtiger werden für Wahlentscheidungen.

Zugleich wird es für Volksparteien immer schwerer, dem Anspruch, die gesamte Bandbreite und den Wunsch nach Identifikation und Eindeutigkeit politisch zu repräsentieren, gerecht zu werden.

Thomas Falkner hat weitere Tendenzen und Faktoren beschrieben: »*Sozialstaatsverdruf* angesichts des von Generation zu Generation immer weniger akzeptablen Verhältnisses von Aufwand und Leistung.

Konsensverdruf angesichts der täglichen erlebbaren Entwicklungsblockaden, die sich aus dem weit reichenden faktischen Veto-Recht der Interessenverbände ergeben.

Und der Verdruf wendet sich in neue politische Lust: *Lust an der Polarisierung*, die mit der Konfliktaustragung erzwungen werden soll. *Lust an individuellen Strategien* zur Absicherung von Lebensrisiken, Alter etc., mit denen man den sozialstaatlichen Belastungen und Zumutungen ein Schnippchen schlagen kann ...« (Falkner 2002).

Politik und ihre Vermittlung findet zunehmend über die Massenmedien statt, da diese die reichweitenstärkste, dauerhafteste und

Politische Kommunikation kann nur gelingen, wenn sie Komplexität reduziert und Themen symbolisch exemplarisch erläutert (Machnig 2002).

meistgenutzte Arena politischer Öffentlichkeit darstellen. (Vgl. Tenschler 2000) Sie hat dabei mit den Entwicklungen und Merkmalen der Mediengesellschaft zu tun:

Quantitative u. qualitative Ausbreitung der publizistischen Medien; neue Medienformen (Sparten) neben herkömmlichen Massenmedien; Medien durchdringen immer stärker alle gesellschaftlichen Bereiche; Medien erlangen durch hohe Nutzungs- und Beachtungswerte gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit und Anerkennung. Sie sind inzwischen die Voraussetzung für Informations- und Kommunikationspraxis der politischen Akteure. Ohne die Medien ist keine anhaltende und stabile Kommunikation zwischen den Akteuren und den Bürgern möglich. Eine Folge ist die *Mediatisierung der politischen Kommunikation*. (Jarren/Donges 2002)

Die technischen Möglichkeiten der Informationsübertragung verändern zudem die Medien und die Art ihrer Nutzung. Mehr Anbieter denn je konkurrieren in den unterschiedlichen Mediensparten. Es gab noch nie so viele Medienformate wie derzeit, die Bürger als Medienkonsumenten werden mit einer Flut von Angeboten überschwemmt. Die heutige Medienlandschaft ist ein Markt, auf dem ganz unterschiedliche Anbieter Platz haben und in einem harten inter- und intramedialen Wettbewerb um Marktanteile konkurrieren. Das hat zu einer dominanten Marktorientierung geführt: gesendet wird, was gefällt und Quoten und Auflagen bringt. In der Folge haben es Politik sowie politisch anspruchsvolle Sendungen oder Printmedien schwer, sich zu behaupten.

Ein Kennzeichen der heutigen Mediengesellschaft ist die wachsende und gezielte Nutzung der Neuen Medien (Internet). Nachdem früher der Schwerpunkt der politischen Kommunikation bei der direkten und der Presse-Kommunikation lag, spielten ab Mitte des vorigen Jahrhunderts die audiovisuellen Medien (Radio und Fernsehen) eine stärkere Rolle. Inzwischen ist das Internet als wichtiger Faktor hinzugekommen. Mehr als 27 Millionen »User« im Alter von 14 bis 69 Jahren surfen hierzulande im Internet. Es gewinnt als Informationsquelle zunehmend an Bedeutung, wie verschiedene Studien zeigen, bietet seinen Nutzern Interaktivität, Aktualität und Dezentralität und ermöglicht ihnen, Informationsangebote individuell zusammenzustellen.

Parteien stellen sich zunehmend darauf ein. Der Bundestagswahlkampf 2002 bestätigte das. Nach verschiedenen Analysen von Fachzeitschriften wie *Media Perspektiven* und *c't*, spielte die Online-Wahlwerbung hier eine größere Rolle als 1998. Die Parteien hatten demzufolge ihre politische Kommunikation im Internet deutlich intensiviert.

Das WWW eignet sich »bestens für Selbstdarstellung und zur Präsentation von politischen Standpunkten und der Dokumentation geleisteter Arbeit« heißt es in den Analysen (Bieber 2002). Dabei wurden neue Qualitäten im Online-Wahlkampf beobachtet: Von Seiten zur Gegnerbeobachtung (CDU mit www.wahlfakten.de), für negative Kampagnen innerhalb einer Plattform (SPD mit www.nicht-regierungsfähig.de) über den ersten Versuch, online Spenden einzuwerben (FDP mit www.achtzehnzweitausendzwei.de) bis zur von der CDU gestarteten Politiksimulation www.wahlkreis300.de reichte

Parteien rivalisieren mit einer komplexen, differenzierten Medienlandschaft und einer Freizeit- und Erlebnisgesellschaft, nicht mehr allein mit anderen politischen Parteien (vgl. Machnig 2002).

Die elektronischen Medien spielen in der heutigen Gesellschaft eine Schlüsselrolle für politische Vermittlungsprozesse und wirken sich auf deren Inhalte und Organisation aus durch eine verstärkte Orientierung an den vorherrschenden Medienlogiken. (Tenschler 2000)

Die Neuen Medien wurden von den Bundestagsparteien frühzeitig und langfristig in ihre Kampagnen und deren Phasen eingebunden, mit Kandidatenwebsites, speziellen Wahlkampfseiten und zum Teil als Seiten, gerichtet gegen die politische Konkurrenz.

das Spektrum der Novitäten im digitalen Wahlkampf. (Ebenda) Allerdings war für »die meisten Parteien wie Kandidaten ... das Web offensichtlich ... nur eine weitere, diesmal multimediale Form des TV-Werbespots«. (Birkelbach 2002). Die Reichweite der Online-Wahlwerbung sei nicht zu unterschätzen, heißt es in den Analysen, da das Internet »vom Zielgruppen- zum Massenmedium« werde. (Bieber 2002)

Eine Folge der gesellschaftlichen und medialen Veränderungen ist: Die Schnelligkeit der Botschaft geht zu Lasten der Tiefe der Argumente. Die Parteien konkurrieren um Zeit und Aufmerksamkeit der Bürger. Die Zeit für Reaktion wird immer knapper. Stand früher das jeweilige politische Ziel im Vordergrund, geht es heute vorrangig um die Stimmenmaximierung über *Stimmungen*. Wahlergebnisse zeigen sich zunehmend als Ausdruck von Stimmungen.

PDS und politische Kommunikation

Die beschriebenen Entwicklungen und Rahmenbedingungen sind zugleich Problem und Chance für die PDS. Es gilt aber auch, was Falkner mit Blick auf das letzte Bundestagswahlergebnis feststellte: Die Themen Arbeit, soziale Gerechtigkeit, Friedenserhaltung und Ostdeutschland hatten im Vergleich zu 1998 bei den Wählerinnen und Wählern im Prinzip nichts an Gewicht verloren. Doch das Erscheinungsbild und das tatsächliche Agieren der PDS sei von Dysfunktionalität statt Gebrauchswert geprägt gewesen. »Das Wechselspiel zwischen Selbstintension und Fremdzuweisung, das die Entwicklung der PDS-Identität in den 90er Jahren geprägt hatte, funktionierte nicht mehr; insbesondere der Parteivorstand und die Parteivorsitzende wechselten auf einen Kurs, der die parteiinterne Furcht vor der wirklichen Politik und darauf fußende Lust an der Opposition zum Maßstab des eigenen Agierens und zur Prämisse der politischen Analyse machte.«

Falkner kritisiert, daß sich die PDS-Führung nach dem damit verbundenen Verzicht auf eigene strategische Optionen angesichts der knappen Umfrageergebnisse im Sommer in eine formalisierte Konstellationsdiskussion zwingen ließ, »in der inhaltliche Substanz schon gar nicht mehr aufgerufen wurde«. (Falkner 2002)

Warum unterlag auch die PDS den Stimmungen? »Es gab und gibt bislang keine hinreichenden politischen Referenzen – weder auf der Projektebene noch aus der Regierungsbilanz.« (Falkner 2002) Das stützt die These, daß die PDS für die Wähler eine »normale Partei« geworden ist. »Nach den Auseinandersetzungen um das Schweriner Arbeitsministerium und vor allem nach der Bonusmeilen-Affäre um Gregor Gysi ist die PDS dann auch noch im negativen Sinne erstmals als »normale Partei« wahrgenommen worden und hat an Vertrauen und Zutrauen eingebüßt.« (Ebenda)

Gysi vermittelte bis dahin in der Öffentlichkeit erfolgreich das Image, die PDS sei *anders*. Das überdeckte ein Problem, über das lange diskutierte, das aber nicht angegangen wurde: »Die PDS ist bis heute nicht im Westen angekommen – weder in der Medienlandschaft noch mit ihrem Personal. Mit Gregor Gysi besaß die Partei eine einzige Figur, die sich west- und medienkompatibel zeigte.« (Lucke 2002) Doch mit seinem Rücktritt als Berliner Wirtschafts-

»... in diesem beschriebenen Raum vollzog sich die konkrete, spezifische Krise der PDS. Nur durch eine solche erweiterte Beschreibung des Rahmens ist z. B. erklärlich, warum die PDS gerade an ihren eigenen Themen gescheitert ist ...« (Falkner 2002)

»In Mecklenburg-Vorpommern und Berlin sind zudem – anders noch als in Sachsen-Anhalt – Probleme im Regierungshandeln und enttäuschte (teils auch überhöhte) Erwartungen vor allem zu Lasten der PDS, nicht der SPD, gegangen. In Mecklenburg-Vorpommern sind die Gründe für eine Fortsetzung der rot-roten Koalition zudem wenig mit konkreten Leistungen der PDS innerhalb der Regierung verbunden worden. In Berlin konnte im ersten Jahr der neuen Koalition angesichts der schwierigen Ausgangssituation ein praktischer Aufbruch zu Neuem – gerade durch die Beteiligung der PDS ermöglicht – (noch) nicht erlebbar gemacht werden.« (Falkner 2002).

nator entstand für viele der Eindruck, daß die führenden Kräfte der PDS auch nicht anders seien als die anderen Personen der bundesdeutschen Politikerklasse. Gysis nach dem Rücktritt sogar zunehmende Medienpräsenz führte zu Verdruß und stärkte »den Eindruck, er sei eher aus Amtsmüdigkeit zurückgetreten und bevorzuge die Rolle des politischen Entertainers gegenüber der harten Sacharbeit.« (Falkner 2002) Hinzu kommt: Gysis »Fahnenflucht hat den Blick frei gemacht für die Trostlosigkeit der Hinterbühne« (Lucke 2002).

In Analysen wurde mehrfach darauf hingewiesen, daß es Kanzler Gerhard Schröder und der SPD zudem gelang, mit der Übernahme nahezu jeder PDS-Detailforderung nicht nur mit einem außenpolitischen Thema die Wahlentscheidung massiv zu beeinflussen, sondern auch der PDS den Schneid abkaufen zu können. »Ursache und zugleich auch wieder Folge all dessen waren:

- eine sich vertiefende Spaltung innerhalb des traditionell dominierenden Reformerslagers, die zu internen Entwicklungsblockaden und zu einem widersprüchlichen Erscheinungsbild führte,
- eine von den Führungsdefiziten forcierte Demotivierung, schließlich sogar Demoralisierung der Parteibasis.« (Falkner 2002)

Problem: geistige Profile innerhalb der PDS

Die geistigen Profile innerhalb einer Partei gehören zu den Grundlagen für die interne und externe politische Kommunikation. Deshalb soll ein Blick auf die Basis geworfen werden. Denn neben den Personen an der Spitze lebt »die Erkennbarkeit, die Erfahrbarkeit der PDS ... von einer überwiegenden Mehrheit vermutlich genau von denen, die unter den vorgefundenen politischen Bedingungen konkrete Veränderungen für eine bessere Gesellschaft umzusetzen versuchen, von denen, die das wollen und tun, obwohl sie wissen, daß damit der Kapitalismus nicht abgeschafft wird.« (Kahrs 2000)

Günter Pollach stellt in einer Untersuchung aus dem Jahr 2000 fest, daß die Einlösung des Anspruches, Reformkraft sein zu wollen, viel mit den geistigen Profilen innerhalb von Parteien zu tun hat: In der Untersuchung politischer Grundorientierungen der fünf wichtigsten Parteien in den ostdeutschen Kommunen zeigt sich die PDS sowohl hinsichtlich ihrer Links-Rechts-Einordnung, ihrer Einordnung auf einer Ost-West-Dimension als auch auf einer Libertarismus/Autoritarismus-Skala und (hier allerdings nach den Bündnisgrünen) auf einer Postmaterialismus/Materialismus-Skala als Gegenpol zur CDU sowie »als am weitesten links stehende Partei, als eine Partei, die ›Ostidentität‹ und Pro-Sozialismus am stärksten zum Ausdruck bringt«. (Pollach 2000)

Im Vergleich zu anderen Parteien zeigte sich die PDS bezüglich ihrer Grundorientierungen und geistigen Profile mit Abstand am geschlossensten bzw. am wenigsten in sich differenziert. Für Pollach trägt sie angesichts ihrer polarisierenden Wirkung in der Gesellschaft und ihrer beachtlichen Geschlossenheit der geistigen Profile große Möglichkeiten in sich, als Reformkraft zu wirken. Das gelte vor allem hinsichtlich ihrer starken Repräsentation von ›Ostidentität‹ und Ost-Interessen und könne zugleich an bedeutende gleichgerichtete Bestrebungen in breiten Bevölkerungskreisen sowie quer durch alle anderen Parteien in Ostdeutschland anknüpfen. Ihre Rolle

Die Gruppe der vier Spitzenkandidaten zeigte sich zerstritten und agierte nicht einheitlich. Das »Bild der geschlagenen Viererbande Zimmer, Bartsch, Claus und Pau am Abend der Wahl« wurde als Symbol des Scheiterns wahrgenommen (Lucke 2002: 1419).

»Der Wahltag hat gezeigt, daß die PDS – so, wie sie vor allem konzeptionell und strategisch aufgestellt war – nicht gebraucht wird, wenn es in diesem Lande wirklich ernst wird.« (Falkner 2002)

»Zu 93 Prozent präferieren ihre Fraktionsvorsitzenden den Vorrang von öffentlicher Sozialpolitik, zu 96 Prozent befürworten sie den Vorrang des ÖPNV vor dem Individualverkehr, zu 100 Prozent sind sie für politische Regulierung durch den Staat in der Marktwirtschaft, zu 95 Prozent vertreten sie die Meinung, daß der Sozialismus im Grunde eine gute Idee sei, die nur schlecht ausgeführt worden ist usw.« (Pollach)

als Sammelpunkt verschiedener irgendwie gearteter Alternativvorstellungen und -stimmungen zur heutigen kapitalistischen Realität spreche für ihre Überlebens- und Reformfähigkeit. (Ebenda)

Doch zugleich macht Pollach auf »einige Achtungszeichen in Richtung einer Anfälligkeit für wenig modernes Denken und Handeln« aufmerksam:

- In der PDS gebe es insgesamt neben den Bündnisgrünen noch am wenigsten konservative und autoritäre Auffassungen, doch an ihrer kommunalen Basis sei sie hiervon keineswegs gänzlich unberührt. So hielten 87 % ihrer Fraktionsvorsitzenden die Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung für wichtig oder sogar sehr wichtig (kein Unterschied zu SPD, graduelle Unterschiede zu CDU und FDP). In Ausländerpolitik sei jeder fünfte für den Stopp weiterer Zuwanderung, in den Gemeinden sogar zu 44 %. »Sehr förderlich bei der Ausarbeitung einer linken, demokratischen Reformkonzeption dürfte das nicht sein.« (Ebenda)

- Auch im Umweltbewußtsein unterscheide sich die PDS qualitativ kaum von CDU und SPD – kaum einer der Fraktionsvorsitzenden bricht aus und fordert Vorrang des Umweltschutzes vor Wachstum, umgekehrt sogar eher. Das Wirtschaftswachstum wird – natürlich angesichts des ostdeutschen Nachholbedarfs – auch in der PDS von drei Vierteln (76 %) der Befragten für wichtig oder sehr wichtig gehalten.

- Grundsätzlich befürworten die PDS-Fraktionsvorsitzenden staatliche Regulierung, wollen einen interventionsfähigen Staat zur Lösung sozialpolitischer, ökologischer und wirtschaftlicher Probleme, aber einen »starken Staat« im Sinne eines autoritären Staates oder eine neoliberale Staatsauffassung lehnen sie ab. Das verbreite zugleich einen starken Geruch veralteter Staatsgläubigkeit. Auch das sei nicht mit einem modernen Reformprogramm vereinbar.

Reformfähigkeit werde ohne Streitkultur, ohne Konfliktfähigkeit und ohne das Beschreiten auch kühner oder ungewohnter Wege kaum zu erlangen sein. Doch Pollach sieht Zweifel angebracht, ob die PDS an ihrer Basis ausreichend über solche Fähigkeiten verfüge. Dafür gebe es indirekte Hinweise: In Fraktionen bzw. Parteigliederungen gebe es *deutlich weniger politische Flügel* und Strömungen als bei CDU, SPD und Bündnisgrünen. »Entweder zeugt das von einem Mangel an geistiger Auseinandersetzung in der kommunalen Basis oder der vielgepriesene Pluralismus der Anschauungen ist weitgehend Schimäre, weil die SED-Angst vor Sektierertum und Fraktionismus noch tief in den Knochen steckt.« Beides fördere jedoch kaum die nötige Diskussionskultur für linksdemokratische Reformen. Pollach macht eine »beträchtliche Angepaßtheit in der Partei« aus und verweist darauf, daß zum Beispiel sich nur ein Drittel der PDS-Fraktionsvorsitzenden die Anwendung auch von Mitteln des zivilen Ungehorsams bei schwerwiegender Verletzung von Interessen und Werten vorstellen kann, bei den Bündnisgrünen seien es immerhin zwei Drittel. Ebenso problematisch erscheine auch die *Konfliktfähigkeit an der Basis*. In den Kommunen sei in allen Parteien das Bestreben dominant, Konflikte zu vermeiden und möglichst Konsens bei der Lösung sogenannter Sachfragen anzustreben. Nur 17 % der PDS-Abgeordneten, vor allen in kreisfreien Städten

»Hinsichtlich eines Denkens z. B. in Richtung der *Stärkung von Kräften gesellschaftlicher Selbsthilfe und Solidarität*, hinsichtlich eines subsidiären Staates – so viel Staat wie nötig – steht die PDS im Vergleich aller Parteien an letzter Stelle.« (Pollach)

und auf der Kreisebene, bekennen sich der Studie zufolge dazu, daß Konflikte zum Alltag der Demokratie gehören und ihre Austragung die Lösung von Problemen befördern könne. Die PDS liege damit weit hinter den Bündnisgrünen, aber auch noch hinter CDU und SPD, schreibt Pollach und fragt: »Erfordert ein modernes Reformprogramm nicht weniger Angepaßtheit und mehr Konfliktbereitschaft?«

Die Untersuchung zeige durchaus beachtliche Potentiale der PDS für Entwicklung zu einer linksdemokratischen Reformkraft, aber ebenso zahlreiche Anzeichen dafür, daß einer solchen Entwicklung beträchtliche Hindernisse *in der Partei selbst* entgegenstehen.

Problem: interner Konflikt

Die verschiedenen Wahlanalysen haben auf die Wirkung der partei-internen Konflikte nach außen, besonders in der Führungsspitze, zwischen »Reformern« und »Traditionalisten«, aufmerksam gemacht. Da erfolgreiche politische Kommunikation in die Gesellschaft hinein nicht ohne funktionierende interne Kommunikation stattfinden kann, sei auch dieses Problem angeschnitten. Horst Kahrs hat bereits 2000 darauf aufmerksam gemacht und Probleme benannt, die zu den Ursachen des Scheiterns bei der Wahl 2002 zählen dürften: In der Personalfrage sei die PDS »sehenden Auges in die Führungskrise« geschlittert. Doch dabei sei nicht die Personalfrage an sich, sondern die Abwesenheit von politischer Problembewältigungsfähigkeit das charakteristische Krisenmoment.

Die *Selbstinterpretation der Entwicklung der PDS* durch ihre öffentlichen Meinungsführer – weniger durch die -führerinnen – als ständige Auseinandersetzung zwischen »Reformern« und »Traditionalisten«, »modernen Sozialisten« und »Altkommunisten« oder – seit jüngstem – »Dogmatikern« sei zwar medial spannend, transportiere aber nur die eher konspirativen Gefechte aus der SED der achtziger Jahre ins neue Jahrhundert. »Geburtsstunde und Ziel der ›Reformer‹ war es, die DDR durch einen ›modernen Sozialismus‹ zu erneuern, die Existenz der DDR war Voraussetzung, 1989 bot sich – endlich – die Chance, zur Mehrheit in der SED/PDS zu werden«, benennt Kahrs als eine der Konfliktursachen. Die herrschende öffentliche Meinung und »die Medien« hätten der PDS diese Auseinandersetzung aufgedrückt, ohne sie allerdings erfunden zu haben. *Das Krisenhafte* zeigt sich aber darin, daß gerade ›die Reformer‹ dieses *Szenario in den letzten Jahren kultiviert* haben, daß es unzählige Äußerungen gibt, die die Wirklichkeit und existentielle Bedeutung gerade dieser Auseinandersetzung nach außen kommunizierten als eine zwischen den Guten und den Bösen.« (Ebenda)

Die Problemdefinition setzt die Bedingungen für die Problemlösung. Kahrs warnt davor, daß die Sackgasse dieses internen Konflikts die Fortentwicklung der PDS zu einer demokratisch-sozialistischen Partei in Deutschland behindere. Aus seiner Sicht müssen sich die Reformer reformieren und sich ihrer durch die Vergangenheit geprägten Häutungen entledigen. Er sieht Anzeichen für fehlende Bereitschaft oder Fähigkeit dazu, die die *destruktive Fortsetzung alten Denkens* befürchten ließen. Darauf machte auch unter anderem Michael Chrapa in seinen Wahlanalysen aufmerksam. Die *Politik-*

»Zu den Krisenphänomenen zählt, daß so gut wie nichts getan wurde, um den Wechsel im Führungspersonal und der Repräsentanten der Partei auf Bundesebene vorzubereiten, auch die Abtretenden wenig Zeit und Energie darauf verwendeten, das Feld zu bestellen, was immerhin zur Leitungsverantwortung zählt.« (Kahrs 2000)

»Genährt, nicht verursacht, wird solche Psychologisierung, wenn der PDS eher pädagogisch daher kommende Übungen wie ›Koalitionsfähigkeit‹, ›Regierungsfähigkeit‹ oder ›Politikfähigkeit‹ abverlangt werden, ohne vorher oder zumindest gleichzeitig zu sagen, wofür und wodurch sich denn solche ›Fähigkeit‹ auszeichnet.« (Kahrs)

»Das Spannungsverhältnis zwischen Partei und außerparlamentarischer Politik einerseits und Medien- und Fraktionspolitik andererseits zu akzeptieren und systematisch zu entwickeln, zählt zudem zu den Voraussetzungen von Politikfähigkeit, die darauf aus ist, Gesellschaft zu verändern.« Es sei ein »typischer Fall von Politikunfähigkeit und Disqualifikation für obere Leitungsaufgaben, wenn eigene Argumentation auf dem aufbaut, was man nicht in den Medien lesen will«. Eine größere Anpassung an die »Mediendemokratie« und die Entpolitisierung von Politik sei kaum noch vorstellbar. (Kahrs)

und *Leitungsunfähigkeit* der »Reformer« bedrohe die Zukunft der PDS, schreibt Kahrs. Die Gegeneinanderstellung von »demokratisch-sozialistischem Weg« und »Verharren in althergebrachten Sicherheiten«, von »Erneuern und Verharren«, von »Einzelfallprüfung« und »Anspruch auf den Besitz ewiger Wahrheiten« negiere die *Berechtigung des Ver- und Beharrens*. Sie sei zudem mittlerweile genauso sinnentleert wie jene zwischen »Reformern« und »Traditionisten« Es sei nicht mehr vermittelbar nach außen, worum es dabei geht. Die Auseinandersetzung sei mehr und mehr eine »persönlich-biographische Angelegenheit aus vergangenen Tagen«. Mangels Argumenten trete an die Stelle der inhaltlichen Auseinandersetzung die Unterstellung persönlicher Machtambitionen.

Im Gegensatz dazu ist für Kahrs an der *Durchsetzung einiger ganz bestimmter Anliegen* meßbar, was *Regierungsfähigkeit* und womöglich *Koalitionen* bringen. Wähler und Delegierte hätten keinen Anspruch auf Glaubwürdigkeit der von ihnen Gewählten, sondern auf die *Überprüfbarkeit von Erfolg und Mißerfolg*. Eine Partei, die allein vom Charisma und der »Glaubwürdigkeit« einzelner Personen lebt, von der Vertrauensfrage, stecke in der entscheidenden Existenzkrise.

Die meist erlittene, weniger emanzipativ gelebte Erfahrung des ständigen Wandels im flexiblen Kapitalismus begründet die *Berechtigung des Verharrens*, ebenso die an einzelnen Punkten auch mehrheitsfähige Attraktivität der *KPF-Positionen*. Diese dürften *nicht aus der permanenten Beweisnot entlassen* werden, zu belegen, daß ihre Sicht der Verhältnisse Menschen motiviert, für die Verbesserung ihrer Lebensverhältnisse sich einzusetzen. Letzteres sei der *Maßstab für die Politikfähigkeit einer demokratisch-sozialistischen Partei*: Eine ständig steigende Zahl von Menschen zu begeistern, ihre Interessen in die eigenen Hände zu nehmen, sich zu engagieren und zu emanzipieren.

Der Parteitag in Münster im Jahr 2000 ist Kahrs ein Beispiel dafür. Die »klare und eindeutige, eben nicht durch eine ›Einzelfallprüfung‹ theoretisch offene Haltung zu UN-Militäreinsätzen förderte die außerparlamentarische Politikfähigkeit der PDS«. Es sei ein Sieg der Logik außerparlamentarischen Handelns gegenüber der Logik parlamentarischen Handelns gewesen.

Für Kahrs hängen Erfolg und Mißerfolg der PDS mittelfristig davon ab, ob Fragen diskutiert und Richtungsentscheidungen getroffen werden, die in der Gesellschaft *auch außerhalb der PDS interessant sind*, weil sie oppositionelle Positionen und Interessen aus der Gesellschaft gegenüber der Regierungspolitik aufnehmen und artikulieren, zum Beispiel Aussagen zum Verhältnis von Staat und Markt, zum Umbau staatlicher Regelungskompetenzen oder zu unverzichtbaren sozialen Grundrechten, für deren Sicherung die PDS in der Dynamik des politökonomischen Wandels eintritt.

Eine notwendige Anmerkung ist zu machen zu den Warnungen von Falkner vor einer Entwicklung der PDS zu einer »neokommunistischen Formation, die bereits vor zwei Jahren mit dem Kollaps von Münster ... begann und die jetzt in Gera erlebbar wurde«. Er setzt dagegen auf die Pragmatiker und »regierenden Reformer« in der PDS, um dieser »eine demokratisch-sozialistische Richtung zu geben«. (Falkner 2002) Hier scheint die von Kahrs, Michael Chrapa

und anderen vor und nach der Wahl befürchtete Fortsetzung des internen Zwiespaltes auf. Unbeachtet bleibt dabei ein Problem, das die Konflikte in der PDS befördert und von Rainer Land schon 1999 beschrieben wurde: Daß »ein in der Gesellschaft verankerter Reformdiskurs, auf dem eine von Bevölkerungsmehrheiten getragene Reformpolitik aufbauen könnte, ... so weit entfernt wie eh und je« ist, trotz »Agenda 2010«. Die von Land aufgezeigte, jeden Reformansatz behindernde Systemblockade, die »ganz unabhängig davon, welche Partei regiert«, wirkt, ist kaum Thema der parteiinternen Kommunikation. (Land 1999)

Neue und andere Wege gehen

Die beschriebenen Konflikte und Faktoren wirkten sich aus in der herausgebildeten Stimmungsdemokratie der Bundesrepublik und führten mit zu dem Scheitern der PDS bei der Bundestagswahl 2002. Die Wahlentscheidung hängt anscheinend immer mehr von Stimmungen ab, denen alle Parteien unterworfen sind und die eine kleine Partei kaum beeinflussen kann. Auch ist es wohl unmöglich, Stimmungen über einen längeren Zeitraum vorherzusagen und eine Wahlstrategie darauf aufzubauen. Es ist die Frage zu beantworten, ob eine Partei wie die PDS mit anderen Ansprüchen nicht auf etwas anderes setzen muß als auf Stimmungen? Wer allein darüber eine maximale Stimmenzahl erreichen will, läuft Gefahr, sich zu allem und jedem und dies kritisch zu äußern. Die Folge ist der Versuch, sich im Detail von den anderen zu unterscheiden und permanent kleine Differenzen zu kommunizieren. Dies praktizieren derzeit alle Parteien.

Zu fragen ist, ob es nicht eine andere erfolgreiche Strategie geben könnte? Wäre es nicht wichtig, die konkreten politischen Ziele für einen Zeitabschnitt zu bestimmen, zu überlegen, wie diese in konkreten, alternativen Projekten umgesetzt werden können, diese zu kommunizieren und vorhandene Stimmungen dabei zu nutzen. Dies hieße, eine politische Praxis mit ihren Problemen, Fortschritten und Rückschlägen zu kommunizieren.

Politische Kommunikation ist Mittel zum Zweck. Wenn der Zweck ist, die Gesellschaft zu verändern, muß die politische Kommunikation darauf ausgerichtet werden. Die Kommunikationsstrategie sollte versuchen, in konkreten Fragen, in denen das Profil sowie die Werte einer Partei klar werden, gesellschaftliche Mehrheiten zu erreichen, um so reale Veränderungen zu bewirken. So könnte die Partei einen Mehrwert haben. Unabhängig von der Position im politischen System, ob nun als Regierung oder Opposition, hätte sie bestimmte Dinge in der Gesellschaft verändert. Vor einer Wahl könnte es heißen: Macht uns stärker, dann können wir noch mehr verändern, in der Opposition oder in der Regierung. Allerdings muß man sagen, was man konkret verändern will, was man konkret verändert hat. Die Kommunikationsstrategie sollte also darauf ausgerichtet sein, gesellschaftliche Mehrheiten zu bestimmten Fragen herzustellen sowie konkrete Veränderungen zu bewirken und nicht auf stimmungsbasierte Strömungen abzielen.

Dabei gilt: Der Verzicht auf mediale Wirkung befördert das Ausscheiden aus Gesellschaft und der öffentlichen Kommunikation.

Folgende Fragen sind zu beantworten:
 Was ist das eigene Profil?
 Welche Botschaft will man kommunizieren?
 Über welche konkreten Projekte kann man die Botschaft für die Bürgerinnen und Bürger verständlich kommunizieren?
 Wer kann diese Botschaften glaubwürdig verkörpern?
 Welche Erwartungen gibt es im Umfeld (Mitglieder, Wähler, Öffentlichkeit, politische Partner)?
 Wo sind Schnittpunkte zwischen Profil und Umfeld-erwartungen (Frage des Nutzwertes)?
 Von welchem Platz im politischen System kann man die Veränderung am ehesten erreichen?
 Welche Strategie ist zu entwickeln?

Machnig zählt die *politische Kommunikation als Kernaufgabe der Demokratie*:

- macht Politik sichtbar und erfahrbar insbesondere für diejenigen, die keine direkten Kontakte zu den komplexen Prozessen des politischen Systems haben
- vermittelt Orientierungs-, Vorstellungs- und Deutungsmuster
- bietet gesellschaftlich notwendige Werte und Konsensformen an
- ermöglicht Identifikation und einen emotionalen Zugang zum politischen System
- konfrontiert Öffentlichkeit mit Herausforderungen, Themen und Gestaltungsmöglichkeiten
- zielt, in Konkurrenz zu konkurrierenden Lebens- und Alltagswelten, ab auf Aufmerksamkeit im umkämpften Wahrnehmungsmarkt (Machnig 2002).

Koordination: Alle Beteiligten – Partei, Fraktion und Regierung – müssen sich miteinander abstimmen und Strukturen miteinander verknüpfen. Die Kernbotschaften und Kernthemata müssen auf allen Ebenen der Organisation übereinstimmen. Das braucht klare Strukturen, klare Aufgaben und richtige personelle Strukturen. »Ohne Organisation von Politik hat eine Partei vielleicht eine Vision, aber sicherlich keine Strategie und kein Konzept.«

Konzentration: Das heißt, eigene Gewinnerthemen erkennen, Kernbotschaften entwickeln und mit Personen verknüpfen. Dabei geht es um Gewinnerthemen, die einerseits für die Bevölkerung wichtig, zur eigenen politischen Programmatik passen, und von Kernbotschaften unterstützt werden, um ihnen Gehör zu verschaffen.

Kommunikationsdisziplin: Sie erfordert wenige, aber übereinstimmende Kernbotschaften für die Erkennbarkeit des eigenen politischen Wollens. »Das bedeutet nicht, interne Diskussionen zu vermeiden.« Es geht darum, ein Bild nach außen zu repräsentieren, das programmatisch, personell und symbolisch mit dem übereinstimmt, was Parteien durch politische Diskussionen mehrheitlich für richtig halten.

Kontroversen: Diese sind mit dem politischen Gegner notwendig, um die Unterschiede der Parteien in Programmatik und Werte zu verdeutlichen. Nur so erkennen die Wähler ihre politischen Optionen und gewinnen Orientierung im politischen Diskurs. Die politische Kommunikation ist umkämpft, es gibt Deutungen und Gegendeutungen. Viele Botschaften bleiben

Ohne eigenes erkenn- und unterscheidbares Profil und eigene Botschaft kann das nicht verhindert werden. Die Verpackung muß zum Inhalt passen.

Aus diesem Grund sei ein weiteres Mal der frühere SPD-Wahlkampfmanager Machnig zitiert, der in einem prägnanten Aufsatz *Voraussetzungen für politische Kommunikation* beschrieb. Aus seiner Sicht handelt es sich um einen Balanceakt für eine Partei, als Subjekt der eigenen Inhalte statt nur als Objekt des Medieninteresses wahrgenommen zu werden und dem Verfassungsauftrag, bei der politischen Willensbildung des Volkes mitzuwirken, gerecht zu werden.

Politische Zustimmung durch die Bevölkerung ergibt sich nicht automatisch aus handwerklich gut gelösten Problemen, sondern benötigt *Koordination, Konzentration, Kommunikationsdisziplin und Kontroversen*. Das erhöht die *Anforderungen an die Botschaften von Politik:*

Programmatik: Die Themen müssen für die Wähler von Interesse und Relevanz sein. Eine politische Botschaft ohne Programm verpufft. Keine noch so mediengerechte Präsentationskunst kann Personen, Werte und Inhalte, die im Mittelpunkt der politischen Debatte stehen, ersetzen.

- Sie müssen *inklusiv* und *exklusiv* sein: Breite Wählerschichten müssen sich angesprochen fühlen, dennoch muß Profil von Parteien erkennbar sein. Parteien mit exklusiven Botschaften sind Nischenplayer im politischen Prozeß.

- Sie müssen *glaubwürdig* sein, denn nur wer glaubwürdig ist, kann überzeugen. Dazu müssen Person, Programm und Botschaft in sich stimmig verknüpft sein.

- Sie sollen *wiederholt* werden für öffentliche Wahrnehmung.

- Sie müssen *individualisiert* werden und dem Kommunikationsverhalten von Zielgruppen entsprechen.

- Sie müssen *personalisiert* werden: Sie sind nur dann erfolgreich, wenn Personen sie verkörpern. Personen stehen für Inhalte und ermöglichen dem Publikum eine Identifikation mit der Politik. Handelnde Menschen repräsentieren Kontinuität und Orientierung in ständig wechselnden Konstellationen.

Aus Sicht von Machnig entwickelt sich die politische Kommunikation zur Wertekommunikation. Die politischen Auseinandersetzungen seien häufig von Detailismus in Sachthemen geprägt. Die politische Klasse kommuniziere häufig allein, nicht unbedingt mit denen, die sie erreichen will. Der thematische Detailismus und die Instrumentendebatte der Politik verdecken die unterschiedlichen Werte und gesellschaftspolitischen Leitbilder hinter bestimmten Politikauffassungen und Themen. So erscheine Politik als Technokratie und vermittele den Eindruck politischer Beliebigkeit.

Die Öffentlichkeit erwarte dagegen Werte, die »Vorstellung des Wünschbaren« als Motiv und Grundlage für politische Identifikationen. Das helfe, konkurrierende Parteien voneinander zu unterscheiden. Die gesellschaftliche Wertedebatte könne Politik und damit verbundene Wertvorstellungen und Zielsetzungen vermitteln, politische Silhouetten sichtbar machen und Menschen für Politik wieder begeistern, der Politik neue Anziehungskraft und Relevanz geben sowie Menschen in einer komplexen Welt Orientierung vermitteln.

Literatur:

- Christoph Bieber: Online-Wahlkampf 2002. Formate und Inhalte in der digitalen Politikarena, in: Media-Perspektiven 6/2002, S. 277-283.
- Jörg Birkelbach: Keine Wahlkampfpause ... Mit Online-Campaigning auf Stimmenfang, in: c't 19/2002, S. 90.
- André Brie/Michael Brie/Michael Chrapa: Für eine moderne sozialistische Partei in Deutschland. Grundprobleme der Erneuerung der PDS Berlin 2002.
- Thomas Falkner: Sozialisten im Abseits? Die Krise der PDS ist mehr als nur eine Krise der PDS, in: perspektive 21; Heft 17, Dezember 2002, S. 17-27.
- Eike Hebecker: Experimentieren für den Ernstfall. Der Online-Wahlkampf 2002, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 49-50/2002, S. 48-54.
- Heiko Hilker: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft (Thesen), 2001.
- Otfried Jarren/ Patrick Donges: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung, Band 1: Verständnis, Rahmen und Strukturen, Wiesbaden 2002.
- Horst Kahrs: Was kommt nach den »Reformern« in der PDS?, in: UTOPIE kreativ, Heft 115/116 (Mai/Juni 2000), S. 437-442.
- Rainer Land: Reformpolitik in Zeiten der Depression, in: Berliner Debatte INITIAL 4/5-1999, S. 5-19.
- Albrecht von Lucke: Das Verschwinden der PDS, in: Blätter für deutsche und internationale Politik, 12/2002, S 1418-1420.
- Matthias Machnig: Politische Kommunikation 2002 - Herausforderungen für Parteien, in: Handbuch der Unternehmenskommunikation, 3. Ausgabe, BBDO Group Germany (Hrsg.) noch nicht erschienen (Quelle: <http://www.machnig.de/servlet/PB/menu/1010762/>).
- Günter Pollach: Die PDS im kommunalen Parteiensystem in Ostdeutschland: Stärken und Schwächen – Vortrag auf RLS-Konferenz »Die PDS – eine regionale Reformkraft?« 12./13.10.2000 in Berlin: www.rosalux.de
- Jens Tenschler: Politikvermittlungsexperten. Die Schaltzentralen politischer Kommunikation, in: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen; Heft 3 September 2000, S. 7-16.

im Kommunikationsdickicht der Medien hängen, gelangen nicht zum Wähler.

Eine Partei müsse sich im klaren sein, welche Werte von politischer Relevanz sind. Politik selbst werde zur Wertekommunikation. »Wahlen werden gewonnen über Personen, Zukunftskompetenzen, Werte und Vertrauensdimensionen, nicht über Einzelforderungen oder Programme.« (Machnig)

Spendenaufruf

In unserer Aktion »Hilfe für Cuba 2003 – Amigos para siempre« sammeln wir Hilfsgüter für medizinische Einrichtungen, Kindertagesstätten und Schulen der Provinz Holguin im Osten Cubas. Wie auch im vorigen Jahr wollen wir Medikamente und ärztliche Ausrüstungen, Nahrungsergänzungstoffe, Schulmaterialien und Spielzeug – insgesamt über zwei Tonnen Hilfsgüter – nach Cuba bringen und vor Ort u. a. der Kinderklinik und den Kindergärten »Kleine Burg aus Honig« und »Die Schuhchen von Rosa« übergeben. Der Transport der Hilfsgüter per Flugzeug kostet je Kilogramm 4 €. Unsere Aktion ist damit auf Ihre Spende angewiesen – wir bitten Sie um Ihre finanzielle Unterstützung.

weitere Informationen über:

Karl und Martine Schilp
Marin-Luther-Str. 5
66299 Friedrichsthal
Tel.: 06897/843610
email: k.m.schilp@t-online.de

Spendenkonto: Postbank Saarbrücken (BLZ 590 10 066),
 Kto.-Nr. 20282-666