

„Warum haben wir bei der Wahl so schlecht abgeschnitten? Was lief gut – was lief schlecht?“.

Bei allen Gruppen wurde festgehalten, dass man mit Martin Schulz eigentlich den richtigen Kandidaten zum Kanzlerkandidaten gewählt hatte. Bemängelt wurde aber immer wieder der Zeitpunkt seiner Wahl. Manche war es zu früh, für andere hingegen wieder zu spät. In diesem Zusammenhang wurde auch das Management im WBH von den Mitgliedern kritisiert. Die Kampagne startete zu spät (in den Ferien) und wurde nicht sofort mit greifbaren Argumenten untermalt. Der Slogan „Zeit für mehr Gerechtigkeit“ stand zu lange ohne Inhalt im Raum. Im weiteren Kampagnenverlauf wurden manche wichtige Themen dann überhaupt nicht bespielt. So wurde von den Genossinnen und Genossen kritisch angemerkt dass die Themen „innere Sicherheit“, „Umwelt“, „Landwirtschaft“ aber auch v.a. „Europa“ nahezu überhaupt nicht vorkamen und andere wichtige soziale Themen wie z.B. „Gesundheit“ und „Pflege“ erst zum Ende des Wahlkampfes groß aufgezogen wurden. Auch wurde vermisst, dass die SPD eigene Vorschläge in der Flüchtlingspolitik aufgezeigt hat.

Wiederholt angemerkt wurde auch, dass die SPD-Erfolge in der GrKo (Bspw. Mindestlohn, Rente mit 63 usw.) nicht erfolgreich nach außen kommuniziert wurden und somit auch leicht von der Kanzlerin vereinnahmt werden konnten. Hier wäre eine wesentlich bessere parteiinterne Kommunikation (Infoveranstaltungen) notwendig gewesen um diese SPD-Erfolge dann auch nach außen nahezu geschlossen vertreten zu können.

Als große Hypothek für diese Wahl wurde abschließend auch noch festgehalten war die verlorene NRW-Wahl. Hier hätte Martin Schulz und das WBH auf eine Präsenz vom Kanzlerkandidaten drängen müssen. Zudem fehlte im Bund im Verlauf des Wahlkampfes auch immer mehr die reelle Machtoption und man konnte die Wählerinnen und Wähler nicht überzeugen, dass die SPD eine Vision für die Zukunft hat. Gerade beim Europapolitiker Schulz hätte man sich eine Vision über Europa (siehe Macron) gewünscht.

René van Eckert

Welche Themen haben gefehlt? Welche Themen sind besonders wichtig?

In den jeweiligen Gruppen wurden zunächst verschiedene Themen angesprochen, die im Bundestagswahlkampf aus der Sicht der Mitglieder zu kurz gekommen waren oder ganz gefehlt haben. Viele vermissten die Antwort darauf, was genau soziale Gerechtigkeit heißt, was ist das „Große Ganze“ in das sich die Einzelthemen unserer Politik einordnen und nach dem sie sich ausrichten?

Hierzu gehörten im Bereich Arbeit beispielsweise die digitale Arbeitswelt, „Robotersteuer“, das Verhältnis zwischen Mensch und Maschine, Humanisierung der Arbeitswelt, Familie und Arbeit, gerechte Löhne, der Wert der Arbeit, Gerechte Teilhabe an der Wertschöpfung, Mitbestimmung, Arbeitszeit, Managergehälter, die Forderung nach einer verstärkten Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften, Privatisierung

Im Finanzbereich fehlte die Vermögenssteuer, Steuerflucht, Kapitalsteuern, der Solidaritätsbeitrag, die Finanzierung des Sozialstaats

Im sozialen Bereich hätte mehr auf die Rente und Altersarmut mit dem Risikofaktor Kinder eingegangen werden müssen, Kinderarmut, Inklusion, Ehrenamt, Wohnungsbau, Zukunft des ländlichen Raums, Bildungspolitik und Wert der Bildung

Im Bereich Gesundheit fehlte das Problem der flächendeckenden medizinischen Versorgung, die Bürger*innenversicherung, Pflege

In Bereich Umwelt fehlte die Zukunft der Landwirtschaft, Genmanipulation, Probleme wie Glyphosat, Energie

Bei der Außenpolitik, vor allem bei Fragen der Sicherheits- und Friedenspolitik, fehlte eine positive Einstellung für Geflüchtete, Migrationsfragen über Geflüchtete hinaus, Entwicklungspolitik, Nord-Süd, und vor allem das Thema Europa, das mit unserem Kandidaten eigentlich optimal zu bespielen gewesen wäre.

Ein zentrales Thema hätte, neben der Geschlechtergerechtigkeit, auch die Bekämpfung der Armutsgefährdung sein sollen. Diese Sorge, in die Armut abzugleiten, betrifft nicht nur die bereits in der Armut lebenden, sondern alle Bürger*innen, und muss daher von uns angegangen werden. Hiermit in Zusammenhang steht auch das Spannungsfeld von Lohngerechtigkeit und der Sicherheit des Arbeitsplatzes, ebenso wie die Frage nach der Steuergerechtigkeit.

Unseren Themen hat die Vernetzung untereinander gefehlt, beispielsweise: Welchen Einfluss hat die Forderung nach Geschlechtergerechtigkeit für die Bekämpfung der Altersarmut?

Den Mitgliedern waren viele unserer Forderungen aus dem Wahlprogramm nicht mutig genug, sondern nur am aktuell Machbaren orientiert. Es sollten in Zukunft höhere Forderungen gestellt werden, die sich an der Richtung unserer Idealvorstellungen orientieren.

Vielen Mitgliedern fehlte insgesamt eine sozialdemokratische Vision in unserem Programm und unserer Politik. Wir müssen wieder ein linkes Selbstbild schaffen, eine linke Sicht für die Zukunft. Nur aus einem sozialdemokratischen Lebens- und Gesellschaftsentwurf heraus können wir Zukunftsfragen beantworten. Daher müssen wir wieder die Frage beantworten: Was heißt Sozialdemokratie heute? Was ist soziale Gerechtigkeit konkret? Dafür müssen wir

unsere Werte in die Alltagssprache der Menschen übersetzen und sie erklären: unser zentraler Wert der Solidarität könnte als Anti-Egoismus übersetzt werden.

Wie versteht sich die Partei heute? Darf sich die SPD alleine als Arbeitnehmer*innenpartei sehen oder muss sie sich nicht vielmehr als Partei der Arbeitenden verstehen, bei der sich auch Startup-Gründer*innen, Selbstständige, Künstler*innen etc. aufgehoben und vertreten sehen? Die Arbeitswelt ist vielfältiger geworden, hierauf muss sich unsere Partei einstellen. Wir brauchen einen neuen sozialdemokratischen modernen Wirtschaftsbegriff. Nicht jede Frage kann heute noch alleine so beantwortet werden, indem wir einseitig die Arbeitnehmer*innenposition einnehmen, sondern muss im Spannungsfeld mit der Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit für das ganze Land gefunden werden. Hier bedarf es heute wieder guter Theoretiker*innen, die über das Tagesgeschäft hinausdenken.

Das Hauptproblem unseres Wahlkampfes wurde in einem Defizit an Glaubhaftigkeit gesehen. Die Wähler*innen nehmen uns unsere Themen und unsere Motivationen nicht mehr als glaubwürdig ab. Als Kritikpunkte wurden beispielsweise die Widersprüche im Wahlprogramm (z.B. Kohleabbau und Reduzierung von Emissionen) oder das Abstimmungsverhalten der Abgeordneten, das der Basismeinung zuwider lief, angeführt. Es muss wieder verstärkt erklärt werden, warum wir wofür stehen. Wir brauchen wieder mehr Bürger*innennähe

Insgesamt bedarf es einer stärkeren Profilbildung, indem eine größere Fokussierung auf wesentliche Themen erfolgt. Diese müssen adressatengerecht und polarisierend aufgearbeitet werden, denn nur so klappt eine Abgrenzung zum politischen Gegner. Die SPD muss klar als die Partei der sozialen Gerechtigkeit wahrgenommen und mit ihr wieder als erstes assoziiert werden.

Welche Veranstaltungsformen sollen wir künftig wählen, werden wir von den Bürgern verstanden?

Zu Beginn der Aussprache in den einzelnen Gruppen wurde von allen Dingen die Notwendigkeit gesehen, mehr auf die Menschen zuzugehen. Die „alten“ Versammlungen locken niemanden hinter dem Ofen hervor. Nicht gewünscht sind bei Veranstaltungen endlose Monologe von Mandatsträgern, sondern es muss den Mitgliedern mehr Möglichkeit gegeben werden, ihre Anliegen vorzutragen. Auch außerhalb der Wahlkampfzeiten ist es dringend geboten, dass die SPD Präsenz zeigt.

Dies bedeutet, themenbezogene Infostände, Tür-zu-Tür Kampagnen, Podiumsdiskussionen zum gleichen Thema, um auch deutlich zu machen, dass wir an den Problemen der Menschen dran bleiben und nicht nur oberflächlich abhandeln.

Als gutes Beispiel wurde das Open-Base-Camp in München angeführt. Dies sollte auf Bezirksebene heruntergebrochen werden. Als Anregung eingebracht wurde mehr zielgruppenorientierte Veranstaltungen anzubieten und im vorpolitischen Raum auf Vereine und Organisationen zuzugehen.

Von den jüngeren Teilnehmern wurde der Wunsch nach Webseminaren und mehr Digitalisierung geäußert. Ortsbegehungen in den Kommunen oder einzelnen Stadtteilen verdeutlichen die Präsenz der SPD und werden von den Bürgern stark wahrgenommen.

Der momentane Mitgliederboom muss auch dafür genutzt werden, spezielle Neumitgliederveranstaltungen anzubieten. Dies gilt für alle Untergliederungen. Nicht zu vergessen an ehemalige Kandidatinnen und Kandidaten dranzubleiben, die für die SPD bei Kommunalwahlen kandidiert haben. Versäumt wurde es bisher auch themenbezogene Filme zu zeigen und darüber zu diskutieren.

Werden Veranstaltungen angeboten, müssen kurze prägnante und provozierende Überschriften und Titel gewählt werden und nicht tröge und langweilige Sätze gebildet werden. Wir wollen die Menschen begeistern und nicht langweilen. Unsere Sprache darf kein „Politikersprech“ sein, sondern für die Menschen klar und deutlich zu verstehen sein.

Abschließend bleibt für die Arbeitsgruppe festzustellen, dass wenige Wochen nach dem schlechten Wahlausgang keine Untergangsstimmung herrschte. Es war deutlich Aufbruchstimmung zu spüren.

Harald Schneider

Wie sollte sich die Partei neu aufstellen, welche Sofortmaßnahmen sind notwendig?

Die Neustrukturierung der Partei teilt sich hierbei in drei Teilbereiche auf: personell, strukturell und politisch.

Personelle Neuaufstellung:

Ganz im Zentrum der Neuaufstellung müsse es nach den Mitgliedern v.a. darum gehen die SPD zu einer Arbeitnehmerpartei zu profilieren. Überakademisierung und der Mangel an Azubis oder gelernten Fachkräften waren einer der größten Problempunkte. Für eine Neuaufstellung sei es nötig entsprechende Zielgruppe zu gewinnen. Hierfür solle sich der Bezirksvorstand aktiv einsetzen.

Um die Zusammensetzungen der Gremien der Partei weiblicher und jünger zu gestalten, wurden Punkte wie die Frauen-/Jugendquote angesprochen. Hierbei wurde die Notwendigkeit dieser Quoten zwar betont, jedoch dürfe man die Förderung der jeweiligen Personen nicht außer Acht lassen. Hierbei sei nötig, dass Frauen und allg. junge Mitglieder von erfahrenen Mitgliedern gefördert und unterstützt werden.

Es wurde ein erheblicher Mangel an hauptamtlichem Personal geäußert. Viele Ortsvereine seien mit den Aufgaben, die sie eigentlich zu bewältigen hätten, überfordert. Eine stärkere Unterstützung von den Geschäftsstellen könne durch eine personelle Aufstockung erzielt werden. So könne beispielsweise die Vernetzung unter den Mitgliedern gefördert und ausgebaut werden.

Strukturelle Neuaufstellung:

Viele der teilnehmenden Mitglieder berichteten über einen schlechten Umgang mit Neumitgliedern. So sei der Einbindungsprozess für neue Mitglieder immer sehr zäh und teilweise finde er sogar gar nicht statt. Ein Vorschlag lautete, dass jedes aktive Mitglied ein Neumitglied als „Pate“ betreuen solle. Ein Konzept für den Umgang mit Neumitgliedern solle aufgestellt werden.

Stark kritisiert wurden die Abläufe bei Parteitag und Konferenzen. Es gäbe viel zu wenig inhaltliche Auseinandersetzung und die Gremien würden viele Debatten im Hinterzimmer führen. Es wurde eine offene Streitkultur auf Parteitagen gewünscht. Zudem gäbe es über die beschlossenen Anträge viel zu wenig Übersichten. Es wurde eine Antrags-/Beschlussdatenbank gefordert.

Außerdem gäbe es in der Partei zu wenig Möglichkeiten zur themenbezogenen oder politischen Weiterbildung. Aktuelle politische Themen sollen innerhalb der Partei aktiver behandelt und besprochen werden. Die Mitgliedschaft in der SPD solle dadurch aufgewertet werden, indem man sich durch parteiinterne Veranstaltungen weiterbilden kann. Es wurde eine Kooperation mit der Friedrich-Ebert-Stiftung oder anderen Vereinen/Verbänden/Stiftungen vorgeschlagen.

Politische Neuaufstellung:

Für die politische Neuorientierung der SPD forderten die Mitglieder eine konsequente Oppositionspolitik. Die Partei müsse v.a. soziale Themenfelder klarer besetzen und diese zum

Markenzeichen machen. Durch eine geschickte Marketingstrategie sollen die Wählerinnen und Wähler klare Unterschiede zwischen CDU/CSU und SPD erkennen. So könne sich die SPD wieder ein klareres Profil verschaffen.

Für ein gutes Marketing sei die Kommunikation mit der Bevölkerung der wichtigste Grundbaustein. Die Partei müsse sowohl nach innen als auch nach außen eine Sprache wählen, die jede/r Bürger/in versteht. Der Gebrauch von Fremdwörtern oder Fachbegriffen solle, soweit möglich, vermieden werden. Ziel muss es sein eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln mit der man Politik leicht und unkompliziert erklären könne.