



Neue Perspektiven

Wie es die SPD Baden-Württemberg packen kann.

„Neue Perspektiven“

Wie es die SPD Baden-Württemberg packen kann

Auszug

Vorwort

Mit 11,0 Prozent hat die SPD Baden-Württemberg bei den Landtagswahlen 2021 das schlechteste Ergebnis seit 1952 verbucht. Ja, die Wahl war eine besondere: Wahlkampf in der üblichen Form war unter Pandemiebedingungen nur schwer möglich, in der zugespitzten Auseinandersetzung zwischen Grün und Schwarz hatte die SPD einen besonders schweren Stand, und natürlich war auch der über die Jahre anhaltende Bundestrend – zwischen 15 und 19 Prozent – nicht hilfreich.

Einfache Antworten wären möglich gewesen, aber die Führung der Landespartei hat sich entschlossen, die tieferen Ursachen des Rückschlags nicht nur in externen Faktoren zu suchen, sondern auch mögliche eigene Schwächen aufzuarbeiten. Das Ziel: Defizite analysieren, um in künftigen Kampagnen effizienter auftreten zu können, vor allem aber, um die SPD Baden-Württemberg in ihrer Aufstellung hin zu einer modernen, attraktiven, schlagkräftigen Partei und Organisation zu entwickeln.

Dieser Schritt verdient Anerkennung. Sich mit den eigenen Defiziten zu befassen und sich mit externem Sachverstand durchleuchten zu lassen, ist für politische Organisationen nicht nur ungewöhnlich, sondern immer auch heikel. Zusätzliche Anerkennung verdient die Entscheidung vor dem Hintergrund der steigenden Bundeswerte der SPD kurz vor der Bundestagswahl, in deren Folge natürlich auch die SPD-Werte auf Landesebene deutlich nach oben kletterten. Manch eine*r hätte in dieser Situation dem nachlassenden Reformdruck stattgegeben und eine selbstkritische Betrachtung beendet. Die Führung der baden-württembergischen SPD bestand jedoch darauf, die beauftragte Arbeit zu Ende zu bringen. Auch die Bundespartei hatte sich 2017 zu einem solchen Schritt durchgerungen (»Aus Fehlern lernen«). Eine überaus sinnvolle Entscheidung, wie sich 2021 zeigt.

Grundlage für unsere Arbeit waren mehrere Dutzend Interviews mit Mitgliedern aus Parteiführung und Kreisverbänden, mit Wissenschaft und Wahlforschung, mit externen Expert*innen und Medienschaffenden. Die Landesspitze hatte weder Einfluss auf Interviewpartner noch auf das Ergebnis.

Es versteht sich, dass sowohl die Analyse der Kampagne als auch die Empfehlungen für die Zukunft nur Anstoß sein können. Wie offen die Parteiführung den Bericht diskutiert und welche Konsequenzen sie aus den Empfehlungen zieht und in welcher Form, bleibt auch in diesem Fall ihr überlassen. Dennoch empfehlen wir, trotz der wieder gewonnenen Zustimmung bei der Bundestagswahl, die Reformarbeiten für die eigene Organisation nicht ad acta zu legen. Es besteht, wie in allen Landesverbänden, ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der Zustimmung für die Bundes-SPD und dem BaWü-Landesverband. Und doch sind die Spielräume und die Chancen für die Landespartei vorhanden, die 11,0 Prozent vom März 2021 deutlich zu verbessern.

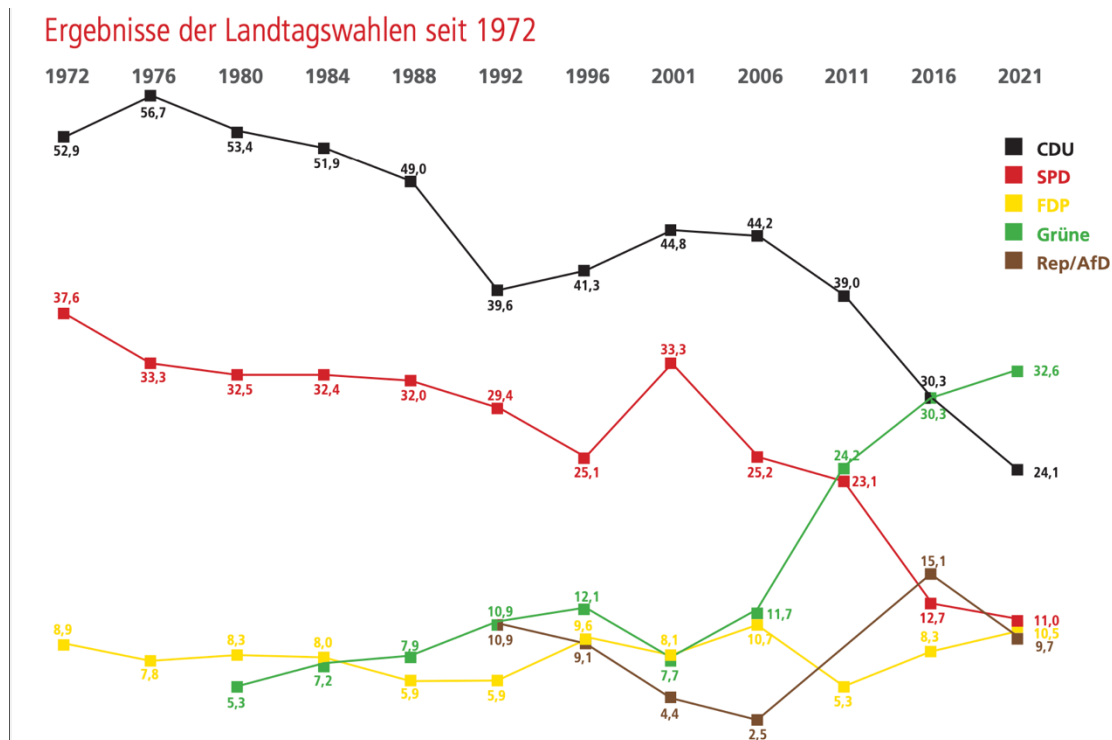
Stuttgart, September 2021

Horand Knaup

Michael Rüter

Ulrike Single

Landtagswahlen



Die Landtagswahl 2021 in Baden-Württemberg war eine Wahl der Besonderheiten, nicht nur

wegen der besonderen Umstände durch die Corona-Pandemie: Noch nie stimmten so viele Wähler*innen per Briefwahl ab (fast die Hälfte), noch nie holten die Grünen in einem Bundesland

nahezu ein Drittel der Wählerstimmen (32,6 Prozent), noch nie schnitten CDU (24,1 Prozent) und SPD (11,0 Prozent) in Baden-Württemberg schlechter ab. Die SPD verlor 1,7, die Union 2,9 Prozentpunkte. Die Grünen gewannen 58 von 70 Wahlkreisen direkt, die CDU die restlichen 12.

Für die SPD, die sich 19 von 154 Mandaten über die Zweitauszählung sicherte, war nur schwer etwas zu gewinnen: In keinem Bundesland war im Herbst 2020 die Zufriedenheit mit der amtierenden Regierung so groß wie in Baden-Württemberg (74 Prozent). Unter den Ministerpräsident*innen genoss nur Markus Söder in Bayern höhere Zustimmungswerte als Winfried Kretschmann.

Traditionell sind die SPD-Ergebnisse bei Landtagswahlen in Baden-Württemberg nicht losgelöst vom Bundestrend zu betrachten. So verlor die SPD diesmal im Vergleich zu 2016 absolut über 144.000 Stimmen, in 65 Wahlkreisen verlor sie auch prozentual, nur in fünf Wahlkreisen konnte sie zulegen. Zum zweiten Mal nach 2016 blieb sie ohne ein einziges Direktmandat. Da war es nur ein schwacher Trost, dass auch Wahlsieger Winfried Kretschmann trotz eines prozentualen Rekordergebnisses für die Grünen fast 37.000 Stimmen weniger bei sich verbuchte als fünf Jahre zuvor.

Ihre Hochburgen hatte die SPD nach Angaben des Statistischen Landesamtes insbesondere in Wahlkreisen mit hoher Bevölkerungsdichte, einem erhöhten Anteil an Akademiker*innen und einem niedrigen Anteil an Einwohner*innen über 65 Jahren. Besonders schlecht schnitt sie in kleinen Gemeinden unter 10.000 Einwohner*innen (9,7 Prozent) ab. Auffällig auch: In Regionen mit einem hohen Anteil an produzierendem Gewerbe kamen die Sozialdemokrat*innen auf besonders schlechte Ergebnisse (9,0 Prozent). Auch bei den Jungwähler*innen (unter 24 Jahren) hat die SPD im Vergleich zu 2016 mit minus 4,2 Prozentpunkten überdurchschnittlich verloren, während die Grünen ausgerechnet bei den über 70-jährigen ihre höchsten Zuwächse erzielten (plus 7,3 Prozentpunkte). Auch bei der SPD waren es die Rentner*innen, die ihr (mit 15 Prozent) letztlich ein zweistelliges Ergebnis sicherten. Regional erobert die SPD die meisten Stimmen immer noch in Nordwürttemberg

und Nordbaden, den ehemaligen industriellen Kernen. Ein zweiter – schwächerer – Schwerpunkt ist Südbaden, während ein flächiger Riegel zwischen Offenburg und Oberschwaben quer durch den Schwarzwald sozialdemokratisches Hinterland bleibt.

Wirkliche Kompetenz schrieben die Wähler*innen der SPD zur Landtagswahl auf keinem Themenfeld mehr zu. Nur fünf Prozent gewährten ihr einen Kredit bei der Lösung der künftigen Probleme des Landes. Zum Vergleich: Den Grünen attestieren 30 Prozent, der CDU 22 Prozent eine entsprechende Problemlösungskompetenz. Selbst beim Thema »Soziale Gerechtigkeit« haben die Sozialdemokrat*innen erheblich an Boden verloren und liegen nur noch knapp vor den Grünen. Nur beim Thema Wohnungspolitik kann die SPD noch einen Vorsprung für sich reklamieren. Ganz generell wird der Sozialdemokratie nur noch eine geringe Kompetenz attestiert, die anstehenden Herausforderungen zu bewältigen, nennenswert allenfalls noch in den Bereichen Bildung, Wohnen und Verkehr, kaum noch messbar im Bereich Klimaschutz/Umwelt. Etwas besser fällt die Bewertung von Spitzenkandidat Andreas Stoch aus: 0,6 Punkte (auf einer Skala von +5 bis -5), im Vergleich zu 0,3 Punkte für die Partei.

Auch sonst erbrachten Befragungen vor und unmittelbar nach der Wahl für die SPD wenig erfreuliche Befunde: Gewerkschaftsmitglieder wählten rund doppelt so häufig Grün wie SPD. Nur noch jede*r neunte Arbeiter*in gab den Genoss*innen seine Stimme. Nach Corona war den Menschen im Land, so gaben sie zu Protokoll, der Klimaschutz das zweitwichtigste Thema. 60 Prozent der Befragten fanden das Thema bei den Grünen gut aufgehoben, nur drei Prozent formulierten das für die SPD.

Besonderheiten des Landes

Baden und Württemberg sind bis heute geprägt von einem markanten Nord-Süd-Gegensatz. In

Württemberg, wozu insbesondere auch der Großraum Stuttgart gehört, dominiert ein protestantisch-pietistisches Milieu, mit hohem Arbeitsethos, Selbstdisziplin und Erfindungsreichtum, der südliche Teil bis hinab zum Bodensee ist eher von einem gefestigten katholischen Konservatismus geprägt, angereichert durch eine gewisse barocke Liberalität.

In Baden, im westlichen Teil des Landes, prallen wiederum der eher protestantische Norden und der tendenziell katholische Süden aufeinander. Prägend und durch Historie und Grenzlage gut erklärbar ist dort eine liberale, eher weltoffene Geisteshaltung. Diese regionalen Besonderheiten führen zu spezifischen Identitäten, die trotz hohen Zu- und Abwanderungsraten überaus lebendig sind. Dem sollten auch politische Parteien mit ihren Angeboten Rechnung tragen.

Weil im ganzen Land die Industrialisierung erst spät einsetzte und die nachfolgenden sozialen Verwerfungen bis heute nur regional begrenzt Spuren hinterließen, hat sich die ursprünglich eher kleinstädtisch-ländliche Siedlungsform erhalten. Typisch und verbreitet sind im ganzen Land Städte mit einer Größe zwischen 40.000 und 70.000 Einwohner*innen. Sie pufferten einerseits die anderswo zu beobachtenden sozialen Verwerfungen in der Folge industrieller Einbrüche ab, sie verhinderten im gleichen Kontext aber auch das Entstehen eines sozialen Klassenbewusstseins. Verbreitet und oft beschrieben ist bis heute die ausgeprägte Bereitschaft, zwischen Wohn- und Arbeitsort zu pendeln.

Das Land ist durchaus industriell geprägt und überwiegend protestantisch, eigentlich klassisches Terrain für die Sozialdemokratie. Und doch wurde etwa der Großraum Stuttgart nie zum SPD-Kerngebiet. Was damit zu tun hat, dass es führende Protestant*innen des mittleren Neckarraums waren, die die CDU nach dem Krieg mitbegründeten. Hinzu kommt – in Baden und Württemberg – eine traditionelle Skepsis gegenüber straff geführten Organisationen, aber auch Heilsversprechen aller Art. Persönliche Beziehungen waren immer prägender als organisatorische Strukturen. Kein Wunder also, dass 2015 nur 16 Prozent der Arbeitnehmer*innen Mitglied einer Gewerkschaft waren. Zum Vergleich: Im Bund waren es 18,9 Prozent, in Nordrhein-Westfalen 21,6 Prozent.

Die Realerbteilung, nach der die Landflächen unter allen Nachgeborenen aufgeteilt werden, trug schon früh zu einem eher individualistischen Gesellschaftsbild bei, in dem immer wieder

widerspenstige Einzelgänger*innen aufblühten: Georg Elser, der verhinderte Hitler-Attentäter gehörte ebenso dazu wie Helmut Palmer, der Remstalrebell, Oswald Metzger, der Grün-Konservative aus Oberschwaben, oder auch Boris Palmer, der Tübinger Oberbürgermeister. Und eigentlich müsste man auch den Bürgermeister der Kleinstadt Tengen, Marian Schreier, SPD, dazu zählen, der sich im Herbst 2020 selbst zum Oberbürgermeisterkandidaten in Stuttgart ausrief.

So ist es vielleicht auch kein Zufall, dass die »Querdenker«-Bewegung aus ihrem ursprünglichen Aktionsraum in Stuttgart und Umgebung heraus expandierte und – zumindest in der Anfangszeit – bald eine führende Rolle bei den bundesweiten Anti-Corona-Demonstrationen einnahm.

In Konkurrenz zur SPD waren in Baden-Württemberg lange auch die Freien Demokraten Heimat für die »kleinen Leute«, für die Arbeiter*innen, Handwerker*innen und kleinen Selbständigen. Das machte die Stärke der Liberalen im Land aus – bis sie Ende der 1960er Jahre von der CDU beerbt wurden. Auch die Stärke der (eher konservativen) Freien Wähler, die bis heute anhält, rührt aus jener Zeit. Die SPD ihrerseits hat 2011 die große Chance, die politische Kartografie neu zu schreiben, verpasst, als sie mit 23,1 Prozent um knappe 1,1 Prozentpunkte hinter den Grünen landete und als Juniorpartner in die Regierung Kretschmann einstieg. Das Reaktorunglück in Fukushima und die inneren Konflikte um Stuttgart 21 trieben damals einerseits den Grünen Wähler*innen zu und schwächten andererseits die SPD. Die Grünen nutzten ihrerseits die Chance, sich als Klammer zwischen konventioneller, repräsentativer Demokratie und »neuer« Bewegung von unten zu präsentieren.

Wenn schon nicht bei den Arbeiter*innen, so fand die SPD nach dem Krieg bald in den Dienstleistungsbereichen Anschluss, nicht zuletzt bei den Lehrer*innen, von denen viele selbst Profiteure des sozialdemokratischen Aufstiegsversprechens waren. Inzwischen sind allerdings viele von ihnen zu den Grünen weitergewandert, die nie die klassische Industriegesellschaft im Blick hatten, sondern sich eher als Auffangbecken eines postmodernen und zuletzt auch mehrheitsfähigen Milieus verstanden. Angefangen hatte es in verschiedenen Regionen mit einer obrigkeitlichen und doch vielfach bürgerlichen Protestbewegung, die von den etablierten Parteien zu lange unterschätzt worden war. Erst gelang den Grünen der Einbruch in die Großstadtmilieus, inzwischen haben sie auch in vielen mittelgroßen Städten Fuß gefasst.

Trotz seiner Kleinteiligkeit und Diversität – oder gerade deswegen – hat sich Baden-Württemberg nach dem Krieg zu einer der führenden Wirtschaftsregionen in Deutschland und Europa entwickelt, mit einem entsprechenden Beschäftigungs- und Wohlstandsniveau. Einerseits haben Zuwanderer*innen dazu beigetragen, von denen heute 1,84 Millionen im Land leben, davon 907.000 EU-Ausländer*innen, andererseits sind da die engen Austauschbeziehungen insbesondere zur ökonomisch prosperierenden Schweiz. Vor allem aber der hochproduktive industrielle Sektor hat seinen Anteil an dieser ökonomischen Stärke. 2019 betrug der Industrieanteil an der Bruttowertschöpfung 34 Prozent, verglichen mit 24 Prozent im bundesdeutschen Schnitt. Damit ist Baden-Württemberg das exportstärkste Bundesland in Deutschland, noch vor Nordrhein-Westfalen und Bayern.

In Baden-Württemberg herrscht seit 15 Jahren Vollbeschäftigung. Seit Jahrzehnten hat das Land neben Bayern die niedrigste Arbeitslosenquote und aktuell zusammen mit Hessen die höchsten verfügbaren Nettoeinkommen. Entsprechend bezeichnen 85 Prozent der Baden-Württemberger*innen ihre persönliche Wirtschaftslage als »gut« oder »sehr gut«, 69 Prozent bewerten die wirtschaftliche Lage als »gut« bis »sehr gut«. Im Vergleich dazu: In der gesamten Bundesrepublik sind es nur knapp 40 Prozent. So ist es auch kein Wunder, dass sich über 75 Prozent der Baden-Württemberger*innen eher als Gewinner*in der gesellschaftlichen Entwicklung sehen.

Ein weiterer Grund für den Wohlstand: Zwischen 2009 und 2019 ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 24 Prozent (von 3,73 auf 4,63 Millionen) gestiegen. Baden-Württemberg ist der größte Industriestandort Deutschlands. 1,5 Millionen Arbeitnehmer*innen (von 6,3 Millionen insgesamt) sind zu einem Drittel an der Wertschöpfung des Landes beteiligt. Fahrzeug- und Maschinenbau sowie Elektrotechnik tragen nicht nur zu 63 Prozent am industriellen Gesamtumsatz bei, sondern auch maßgeblich zu Stolz, Identität und Selbstverständnis des Landes. Allerdings: Der Anteil der industriell Beschäftigten schrumpft, während der Dienstleistungssektor (4,3 Millionen Beschäftigte) weiter wächst.

1970 hatte in Baden-Württemberg noch die Hälfte der Erwerbstätigen den Status »Arbeiter*in«. 1990 waren es noch 42 Prozent und heute sind es noch gut 20 Prozent der Erwerbstätigen. Der Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft ist also in vollem Gang. Wofür auch der Anteil der Erwerbstätigen mit akademischem Abschluss an allen Arbeitsverhältnissen spricht: Er stieg zwischen 2009 und 2019 von 14,1 auf 18,2 Prozent.

Der Südwesten ist die Innovationsregion Nummer eins in Europa. Zwischen Rhein und Ostalb werden pro Jahr knapp fünf Prozent des Bruttoinlandprodukts in Forschung und Entwicklung investiert. Damit liegt Baden-Württemberg im europäischen Vergleich der 97 EU-Regionen mit deutlichem Vorsprung auf dem ersten Platz. Diese Investitionen zahlen sich aus: Nirgendwo sonst in Deutschland wurden im Jahr 2019 – bezogen auf die Bevölkerungszahl – mehr Patente angemeldet als in Baden-Württemberg.

All diese Leistungen, so besagen mehrere Umfragen, werden auch weithin anerkannt, aber von den Menschen im Land überwiegend nicht einer politischen Steuerung zugeschrieben, sondern eher der Wirtschaft, den Unternehmen sowie dem Fleiß und der Leistung der Beschäftigten.

Diese sozial-ökonomischen Rahmenbedingungen machen es einer Sozialdemokratie, die sich klassischerweise an Parametern wie (Bildungs)Gerechtigkeit, sozialem Aufstieg und fairen Löhnen orientiert, im politischen Wettbewerb schwer. Auf den ersten Blick mag auch der Aufstieg der Grünen erstaunen, und doch ist er bei genauerer Betrachtung zu erklären.

Zum einen waren die Bewohner*innen der städtischen Arbeitermilieus der Sozialdemokratie nie besonders nah. Es fehlte das Klassenbewusstsein. Zum anderen tendierten Bildungsaufsteiger*innen, die sich anderswo der SPD verpflichtet fühlten, in Baden-Württemberg schon in den 1980er Jahren zu den Grünen. Und dann stieß 2011, befeuert durch Stuttgart 21 und Fukushima, mit starkem bürgerlichen Habitus Winfried Kretschmann in die Lücke, die eine ultrakonservative CDU eröffnet hatte. Er verband einen ökologisch angehauchten Konservatismus mit einem Themenangebot, das ihn weithin als wählbaren, verlässlichen Ministerpräsidenten auswies und das zudem an einem veränderten – liberalen, weltoffenen, umweltorientierten – Lebensgefühl anknüpfte.

Die SPD wiederum hat den Spagat zwischen den traditionellen Arbeitermilieus und den postmodernen Bildungseliten nie für sich entscheiden können. Im Gegenteil, Spitzenkandidat*innen wie Dieter Spöri, Erhard Eppler oder Ute Vogt waren zwar immer ein Angebot an unterschiedlich moderne Milieus, sorgten letztlich in ihrer Diversität aber auch dafür, dass im Frühsommer 2020 weniger denn je (5 Prozent) beschreiben konnten, »für was die SPD steht«.

So kommt es, dass dort, wo früher die Sozialdemokratie dominierte, in Groß- und Universitätsstädten und generell in den urban-hochverdichteten Räumen, heute die Grünen gute Ergebnisse erzielen. Geradezu dramatisch war bei der Landtagswahl 2021 die Schwäche der SPD bei jungen Wähler*innen, früher eine ihrer Domänen: Nur noch neun Prozent der Männer unter 30 Jahren hielten zur Sozialdemokratie. Hochschulabgänger*innen, einst ebenfalls klassisches sozialdemokratisches Publikum, wählen zwar zu über 50 Prozent Grün und SPD, davon jedoch zu drei Viertel Grün. Auch unter Gewerkschaftsmitgliedern sind die Grünen unterdessen doppelt so beliebt wie die SPD. Obendrein macht nur noch jede*r neunte Arbeiter*in sein/ihr Kreuz bei der SPD. 60 Prozent aller Befragten gaben an, die Grünen machten eine Politik, die den eigenen Vorstellungen entspricht. Nur drei Prozent behaupteten das noch von der SPD.

Die Besonderheiten Baden-Württembergs werden an dieser Stelle so ausführlich beschrieben, weil sich dadurch – regional und inhaltlich – Hinweise für verschiedenste Ansatzpunkte ergeben, um die SPD wieder auf Augenhöhe mit der Konkurrenz zu bringen.

Ausgangslage und Elemente der Kampagne

Unter den oben beschriebenen Voraussetzungen ist jeder Wahlkampf für die SPD eine besondere Herausforderung. Für die Kampagne 2021 galt das mehr als jemals zuvor.

Keine Wechselstimmung

Die Ausgangssituation war für die SPD schwierig. 74 Prozent der Baden-Württemberger*innen waren mit der Arbeit der Landesregierung zufrieden. Es gab zu Beginn der Kampagne also nicht einen Hauch von Wechselstimmung, die die SPD als Ansatzpunkt für ihre Aufstellung hätte nutzen können. Zudem befand sich die Partei auf Bundesebene in einem anhaltenden Allzeit-Tief, kaum jemand hätte ihr im Frühjahr 2021 eine Chance zugeschrieben, im Herbst auch nur in die theoretische Nähe des Kanzleramtes zu kommen. Mit dem Aufstieg von Olaf Scholz in den Umfragewerten schossen auch in allen Bundesländern (in denen Umfragen stattfanden) die SPD-Werte in die Höhe. Für die Kampagne der SPD Baden-Württemberg kam dieser Aufschwung jedoch zu spät.

Richtungskämpfe

Die baden-württembergische SPD war bis Ende 2018 mit einer Reihe von Führungswechseln und Richtungskämpfen beschäftigt. Die Partei war zersplittert, die Flügelkämpfe wurden vielfach offen ausgetragen, nach außen vermittelte die Partei ein reichlich uneinheitliches Bild. Geschlossenheit, die Bundes-SPD hat es vorgemacht, ist jedoch nötig, um kampagnenfähig und letztlich erfolgreich zu sein. In dieser Gemengelage übernahmen Andreas Stoch und Sascha Binder im November 2018 die Posten des Landesvorsitzenden und Generalsekretärs. Zwar schafften es die beiden, die innerparteilichen Konflikte intern zu befrieden, aber für viele Wähler*innen blieb 2021 der Eindruck bestehen, dass die SPD sich mehr um ihre Richtungsauseinandersetzungen kümmerte als um die Zukunft des Bundeslandes. Darunter litt zu Beginn auch die Kampagne.

Corona-Pandemie

Die Pandemie war die dritte Herausforderung. Sie hatte zwei Dimensionen: Zum einen war die Bewältigung der Krise die alles dominierende Aufgabe, so dass andere Themen wie Wohnungsbau, gerechte Arbeitsbedingungen oder Kita-Gebühren während des Wahlkampfs kaum zu platzieren waren. Zum anderen konnte die SPD aufgrund ihrer Regierungsbeteiligung im Bund auf Landesebene nur bedingt die Corona-Maßnahmen, die auf Bundesebene durch die SPD mitbeschlossen und dann im Land umgesetzt wurden, kritisieren. Das erschwerte die klare Abgrenzung von Grünen und CDU.

Die zweite Dimension war die organisatorische: Bei Wahlkampagnen müssen viele Entscheidungen, wie zum Beispiel Veranstaltungsformate, frühzeitig geplant werden. Langfristige organisatorische Entscheidungen ließen sich in dieser volatilen Zeit, in der sich die Rahmenbedingungen ständig änderten, kaum treffen.

Insgesamt lag also eine überaus gemischte Gemengelage vor: Die interne Neuorientierung war zwar abgeschlossen, zugleich aber nur schwer glaubwürdig nach außen zu vermitteln. Eine Wechselstimmung, die ein Momentum ermöglicht hätte, war nicht vorhanden, und die Regierungsbeteiligung auf Bundesebene erlaubte es nur sehr eingeschränkt, sich im Land durch Kritik an den Maßnahmen zur Bekämpfung der Pandemie von der grün-schwarzen Landesregierung abzusetzen.

Wahlkreisanalyse

Eine weitere Erschwernis für die Wahlkämpfenden: Die Kampagnenpotenziale, die eine umfassende Wahlkreis- und Zielgruppenanalyse ermöglicht, wurden nicht genutzt. Ziel einer Wahlkreisanalyse ist es, die Wahlkreise, Gemeinden oder auch Stadtteile zu identifizieren, in denen die Partei ein hohes Wähler*innenpotenzial hat. Eine andere Stoßrichtung ist es in der Regel, Zielgruppen und Milieus auf lokaler Ebene ausfindig zu machen, die sich dann zielgruppengerecht ansprechen lassen. Schließlich dient eine Wahlkreis- und Zielgruppenanalyse auch dazu, die strategische Ausrichtung von

Großflächenplakaten, Hausverteilungen und Veranstaltungen zu organisieren und dafür Schwerpunkte festzulegen. Die Zielsetzung des Generalsekretärs – »Wahlkampf nicht mit der Gießkanne machen« – war richtig, mit einer grundsätzlichen Zielgruppenanalyse (langfristig vor einer Wahl beauftragt) könnte die SPD Baden-Württemberg noch weitere Potenziale heben.

Koalitionspräferenz

Positiv war wiederum die frühe Entscheidung für eine Koalitionspräferenz (zugunsten der Grünen). Damit sollte der Eindruck vermittelt werden, dass die SPD im Vergleich zur CDU das allemal bessere Koalitionsangebot für die Grünen wäre. Die Sozialdemokrati*innen zeigten dadurch, dass sie ihre Chancen realistisch einschätzten und ihnen klar war, dass sie nicht den Ministerpräsidenten stellen würden. Alles andere hätte allerdings auch der Seriosität und Glaubwürdigkeit geschadet. So war automatisch die CDU der Hauptkonkurrent – auch wenn die Abgrenzung zur Union durchaus stärker und deutlicher hätte ausfallen können, wenn nicht sogar hätte müssen.

Organisation

Die SPD als Organisation hat in diesem Wahlkampf versucht, die interne Geschlossenheit nach außen zu transportieren. Das ist noch nicht perfekt gelungen, aber zumindest wurde die Partei ihr Image als »zerstrittener Haufen« gerade bei Journalist*innen los. Interne Auseinandersetzungen waren jedenfalls kaum noch Gegenstand von Berichterstattung. Dies ist sicherlich ein erster wichtiger Schritt, um bei den Wähler*innen wieder an Attraktivität und Vertrauen zu gewinnen.

Themen

Überwiegend auf positive Resonanz stieß die Auswahl der zentralen Wahlkampfthemen. Bildung, Wohnen und eine angemessen bezahlte Arbeit sind immer noch Kernthemen, mit denen die SPD verbunden werden – wenn auch nur von wenigen. Auch für das Programm gab es – nicht zuletzt von medialer Seite – Lob. Erkennbar war auch das Bemühen, sich in der Kommunikationsdisziplin an die zentralen Themenbereiche zu halten – für eine erfolgreiche Kampagnenführung von grundlegender Bedeutung. In normalen Zeiten wären die Sozialdemokrat*innen mit einiger Wahrscheinlichkeit mit ihren Themen auch besser durchgedrungen.

Spitzenpersonal

Eine Wahlkampagne wird auch immer vom Spitzenpersonal getragen. Dabei spielen naturgemäß Spitzenkandidat oder Spitzenkandidatin eine herausgehobene Rolle. Die Person ist das Gesicht der Kampagne und muss bei den Wähler*innen ankommen. Nicht ganz so öffentlichkeitswirksam, aber letztlich genauso wichtig für eine gute Kampagne ist die Rolle des*r Generalsekretär*in.

Vorab: Die beiden Spitzenpersonen, Andreas Stoch und Sascha Binder, wurden in den Interviews ganz überwiegend positiv bewertet. Keine*r der Befragte*n stellte die beiden grundsätzlich in Frage, so dass sich folgerichtig nach der Wahl auch keine Personaldebatten in der Partei ergaben. Es ist der Beleg, und das ist unbedingt positiv zu bewerten, dass die Partei geschlossen hinter ihrem Führungspersonal stand und steht. Dieser Umstand ist für jede Kampagne, aber auch für die Zukunft eine überaus solide Grundlage. Dennoch ist es ratsam, kurz- bis mittelfristig Prioritäten, Zuordnungen und Zuständigkeiten zwischen Spitzenkandidaten, Generalsekretär und Kampagnenleitung zu besprechen und zu klären.

Markenkern

Eine Partei wird nur gewählt, wenn die Wähler*innen wissen, wofür diese Partei steht und welchen Gegenwert die Wähler*innen für ihre Stimme erwarten dürfen. Wo dies nicht geklärt ist, kann kein Vertrauen entstehen. Damit fehlt die zentrale Voraussetzung für Zustimmung – und die Stimmenmaximierung findet anderswo statt.

Eine Reaktion, die in den Interviews zur Landtagswahl fast schon stereotyp wiederkehrte: Das lange Zögern auf die einfache Frage, für was die SPD Baden-Württemberg eigentlich steht.. Und ebenso wiederkehrend folgte dann eine Liste von Initiativen und Vorschlägen der vergangenen Jahre. Daraus

wird ersichtlich: Der Partei fehlt ein Markenkern, ein zentrales Nutzenversprechen, das im besten Fall noch durch einen emotionalen Zusatzwert, ein grundständiges, positives Gefühlsmoment ergänzt wird.

Anmerkungen

Die demokratischen Mitbewerber haben bisher darauf verzichtet, die eigenen Verluste und Fehler bei der Land- (und Bundes)tagswahl und bei der Bildung einer Landesregierung ausreichend zu analysieren. Defizite sind nicht identifiziert und personelle Konflikte lodern im Hintergrund weiter. Die Haupt-Wettbewerber werden mutmaßlich mit neuen Spitzenkandidat*innen antreten. Darin liegt eine Chance für die SPD und Andreas Stoch - sollte er erneut als Spitzenkandidat antreten. Die Bundestagswahl 2021 hat gezeigt: Die frühe Nominierung ist unbedingt ein Vorteil.

Die Partei wird bei der nächsten Landtagswahl nur eine Chance haben, wenn sie geschlossen auftritt. Zum politischen Wettbewerb gehören Sach- und Personalausinandersetzungen. Doch die müssen irgendwann abgeschlossen sein. Mit den inneren Auseinandersetzungen des Landesverbandes in den vergangenen Jahren hat sich die SPD selbst aus dem Rennen genommen.

Die SPD BaWü braucht ein zeitgemäßes Image. Es hat sich ein verbreiteter Eindruck von Schwerfälligkeit und Verkrustung festgesetzt. Und sie braucht ein klar definierbares inhaltliches Profil. Dieses sollte sich nicht zuletzt über soziale Themen herleiten.

Nach dem schlechten Ergebnis im März 2021 könnte - auch mit dem Rückenwind der Bundestagswahl - von der zweiten Hälfte des Jahres ein Signal des Aufbruchs ausgehen.

Die Partei sollte intensiver als bisher gezielte Talentförderung betreiben, insbesondere auch der weiblichen Talente. Die letzten Wahlen in Bund und Land haben gezeigt: Die Partei hat einen ganzen Pool an Nachwuchskräften, die für Mandate auf allen Ebenen in Frage kommen.

Baden-Württemberg ist ein ökonomisch robustes Land mit starken, selbstbewussten Regionen und ausgeprägter regionaler Identität. Wenn es der SPD Ba-Wü gelingt, Kreativität, Leistungsfähigkeit und den Stolz aufzugreifen und mit Zukunft und sozialer Moderne zu verbinden, hat sie auch im strukturell konservativen Baden-Württemberg eine gute Chance.

Zusammenfassung

Die bemerkenswerte Aufholjagd von Olaf Scholz bei der Bundestagswahl 2021 hat gezeigt: Der selbstbewusste Kampf für die sozialdemokratischen Konzepte, Ideen und Werte lohnt sich immer. Auch wenn es bisweilen aussichtslos erscheint. Daran sollte sich bei künftigen Wahlkämpfen und Kampagnen auch die SPD Baden-Württemberg orientieren. Politische Gesetzmäßigkeiten sind fragil geworden, Ausschläge in die eine oder andere Richtung jederzeit möglich. Zur Erinnerung: Bei der Landtagswahl 2011 lag die SPD nicht einmal ein Prozentpunkt hinter den Grünen, die dann drei Legislaturperioden lang den Ministerpräsidenten stellte, während die Sozialdemokrat*innen abstürzten.

Zur Ehrlichkeit gehört aber auch: Die Landes-SPD kann sich nicht vom Bundestrend abkoppeln – und schon gar nicht in der Opposition. Die Stimmung im Bund wird immer auch auf Umfragewerte und Wahlergebnisse im Land durchschlagen. Aber die SPD Baden-Württemberg hat auf dem Weg bis zur nächsten Landtagswahl Chancen: Für die Grünen wird vermutlich ein*e neue*r Kandidat*in antreten, auch die CDU hat sich auf die Suche nach neuen Spitzenkandidat*innen gemacht. Sollte die SPD

erneut Andreas Stoch nominieren, wäre er der Öffentlichkeit vertraut, regierungserfahren und medial sozusagen ausdefiniert – Umstände und ein Trumpf, den sich Olaf Scholz bei der Bundestagswahl optimal zunutze gemacht hat.

Zugleich ist die SPD Baden-Württemberg gut beraten, die Zeit in der Opposition zu nutzen und an ihren eigenen Defiziten zu arbeiten – die Organisation zu reformieren und kampagnenfähig zu werden. Ziel sollte es sein, jederzeit und ohne lange Anlaufzeit eine Kampagne planen und umsetzen zu können. Dazu gehört im erweiterten Sinne auch, die Potenziale des sozialdemokratischen Netzwerks zu nutzen, auf gesellschaftliche Strömungen und soziale Bewegungen zu achten und immer das Thema Gerechtigkeit im Auge zu behalten. Dass das Thema Gerechtigkeit für viele Menschen immer noch höchste Priorität hat, hat soeben die Bundestagswahl wieder bewiesen. Dabei sollte sich die Partei nicht nur auf die Verteilung von Mitteln fokussieren, manchmal sind auch qualitative Ansätze interessante Konzepte.

Zumal sich auch die Herausforderungen in hohem Tempo verändern. Durch die Demografie, durch Zuwanderung, durch die Klimakrise, durch neue Formen der Mobilität und veränderte Anforderungen in der Arbeitswelt. Grundlegende Fragen stellen sich neu und brauchen zeitgemäße Entwürfe. Wenn die Sozialdemokratie in Partei und Fraktion wieder den Ehrgeiz entwickelt, dafür moderne Antworten zu liefern, hat sie auch in einer veränderten Parteienlandschaft alle Chancen.

Baden-Württemberg ist ein starkes und erfolgreiches Land. Die Menschen erwarten zu Recht, dass Parteien, die das Land regieren wollen, ihre besten Köpfe und stärksten Ideen einbringen. Dafür braucht es neue Perspektiven und den Mut, diese dann auch umzusetzen. Die SPD Baden-Württemberg hat das Potenzial, die Entschlossenheit und Kreativität dazu.