

"Echter Dialog ist das Ziel"

Wahlkampf 2009

Was sind die Strategien der Grünen im Superwahljahr 2009? Wo werden neue Ideen geboren, um zur Bundestagswahl am 27. September ein starkes Ergebnis zu erreichen? Im schrägstrich verrät Wahlkampfleiterin Steffi Lemke organisatorische Anforderungen und die Unterschiede zu vergangenen Wahlkämpfen.

schrägstrich: *Mit dem Goldenen Hirschen kommt 2009 die alte Kreativagentur zurück. Ist das eine Rückbesinnung auf alte Erfolgsrezepte? Wie kommt es dazu?*

Steffi Lemke: Wir haben uns für die Hirschen entschieden, weil wir mit den Hirschen mehrere unserer größten Wahlerfolge erzielt haben, sowohl in Landtagswahlen als auch in Bundestags- und Europawahlen. Wir wollten eine Werbeagentur, die Kreativität und strategische Kommunikationsfähigkeit vereint. Das gilt für die Hirschen unbestritten.

schrägstrich: *Kommunal-, Landtags-, Europawahl, Bundestagswahlen. 2009 wird das Superwahljahr schlechthin. Denkst du das Wahljahr zusammen? Oder sind es verschiedene Wahlkämpfe?*

Steffi Lemke: Ich denke es als ein Wahljahr. Wir arbeiten an einem Wahlkampf aus einem Guss. Das heißt nicht, dass die Aktivitäten alle gleich aussehen, aber sie müssen den gleichen Kampagnen-Schwerpunkten folgen, sie müssen auf allen Ebenen Antworten auf die drängenden Fragen der Menschen nach der Bewältigung der Klimakrise, der Finanzmarktkrise, dem Bewahren der Bürgerrechte, der Bildungsmisere und der auseinander klaffenden sozialen Schere geben. Auf diese Fragen erwarten die Leute in der Kommune genauso wie im Land, im Bund und in Europa Antworten von uns.

schrägstrich: *Das klingt nach wenig Freiheit für die Gliederungen der Partei.*

Steffi Lemke: Doch, natürlich! »Wahlkampf aus einem Guss« heißt nicht Einheitswahlkampf. Es geht darum, die gleichen politischen Ziele zu verfolgen, die aber auf der kommunalpolitischen Ebene anders formuliert werden, als in Europa. Der Kontext ist ein anderer, aber die politischen Ziele sind die gleichen.

schrägstrich: *Kann dann ein Kreisverband zur Wahl am 7. Juni 2009 ein Kommunalwahl-Plakat hängen, das anders aussieht als das Plakat zur Europawahl?*

Steffi Lemke: Unser Corporate Design mit dem neuen Logo ermöglicht es, dass ein Kommunalwahlplakat in Nordrhein-Westfalen anders aussieht als ein Landtagswahlplakat in Sachsen. Da gibt es einen Spielraum für Vielfalt. Wir haben eine gemeinsame Grundlinie und eine gemeinsame Mobilisierung für alle Wahlen. Das darf nicht auseinanderklaffen. Und gerade in Nordrhein-Westfalen oder Baden-Württemberg können sich die beiden Wahlkämpfe gegenseitig befruchten!

schrägstrich: *2002 und 2005 waren die Bundestagswahlkämpfe stark auf Joschka Fischer konzentriert. Er ist mit einigem Aufwand durch die Republik getourt, es gab diverse Großveranstaltungen – wird es auch eine Trittin- und Künast-Tour geben?*

Steffi Lemke: Renate und Jürgen werden im Land unterwegs sein, Claudia und Cem auch. Aber sicher nicht im großen Reisebus wie damals Joschka. Der Wahlkampf hat sich seit 2005 insgesamt verändert. Es geht viel stärker um Dialog, das direkte Gespräch mit den Wählerinnen und Wählern. Wir planen andere Wahlkampfformate als das bei Joschka der Fall gewesen ist. Die waren sehr individuell auf ihn zugeschnitten.

schrägstrich: *Vor den vergangenen Wahlkämpfen habt ihr sowohl den Landesverbänden als auch den Kreisverbänden zu einem recht frühen Zeitpunkt die Plakatlinien gezeigt. Ist das im nächsten Jahr*

angesichts der Terminfülle überhaupt zu schaffen?

Steffi Lemke: Unbedingt. Wir können ja die Wahlkampagne nicht allein aus Berlin heraus organisieren, Wahlkampf wird vor Ort gemacht. Und deshalb wollen wir natürlich für eine Wahlkampagne vor Ort werben, mit den Mitgliedern über den Wahlkampf diskutieren. Die Kampagne lebt von uns, unseren Mitgliedern. Mein Grundsatz ist: Nichts ist so überzeugend wie ein überzeugter Wahlkämpfer. Wir werden sowohl für die Europawahl als auch für die Bundestagswahl die Materialien und Wahlkampfformate im Frühjahr in jedem einzelnen Landesverband zeigen.

schrägstrich: Auch, um dort eventuell noch Anregungen aufnehmen zu können?

Steffi Lemke: Auf jeden Fall. Dialogorientierter Wahlkampf fängt bei uns selber an. Wir machen keinen Top-down-Wahlkampf, sondern wir wollen echten Dialog und echte Beteiligung im Wahlkampf. Das ist ein anspruchsvolles Ziel. Aber anders ist 2009 bei den Grünen kein Wahlkampf zu machen.

schrägstrich: Was sind die drei wichtigsten organisatorischen Dinge, die die Partei im nächsten Jahr anders machen muss als 2005?

Steffi Lemke: Mehr direkte Gespräche, Konzentration auf die letzten zwei Wochen und Wahlkampf bis Schluss – also am Telefon und im Internet bis Sonntag 17.45 Uhr. Und: es geht um die Zweitstimme, die Zweitstimme und noch mal die Zweitstimme. Außer natürlich in Kreuzberg.

schrägstrich: Bei jedem Wahlkampf in den vergangenen sieben Jahren wurde gesagt: Das ist jetzt der erste wirkliche Internetwahlkampf.

Steffi Lemke: Das sagen wir 2009 auch ...

schrägstrich: Im Unterschied zu 2005 konnten für den Internetwahlkampf schon im Vorfeld wichtige strukturelle Voraussetzungen geschaffen werden. Erleben wir nun zum ersten Mal, was es heißt, wenn Grüne im Internet nur kreativ sein müssen und keine technischen Voraussetzungen mehr zu schaffen haben?

Steffi Lemke: Wir haben in den vergangenen drei Jahren kontinuierlich daran gearbeitet, strukturelle Defizite in Sachen Internetkommunikation zu beseitigen. Sei es die zentrale Adressverwaltung, sei es das Grüne CMS oder der Aufbau des Mitgliedernetzes. Zeitgleich zu diesen Strukturmaßnahmen hat sich das Internet aber von der einfachen Website, die ja nichts anderes war als eine virtuelle Litfaßsäule, rasant entwickelt zu einem echten Dialoginstrument. Deshalb wird es eine neue Qualität geben im Internetwahlkampf, die auch in eine neue Quantität umschlagen wird.

schrägstrich: Mitgliederverwaltung und Mitgliedernetz – kannst du konkret sagen, warum die Partei damit jetzt besser aufgestellt ist?

Steffi Lemke: Es ist ein ungeheurer organisatorischer Entwicklungsschritt für die Partei, dass wir jetzt das erste Mal in einem Wahlkampf alle Mitglieder per E-Mail schnell mit Informationen versorgen können. Das ging 2005 im Bundestagswahlkampf nicht. Die Adressdaten sind durch die zentrale Mitgliederverwaltung SHERPA viel aktueller. Allerdings fehlen uns immer noch von viel zu vielen die Mailadressen, um allen schnell die wichtigen Wahlkampfinfos zu schicken. Wir werden aber die Kommunikation viel, viel intensiver gestalten können. Es ist zugleich ein Anspruch an uns, dafür zu sorgen, dass unsere Mitglieder nicht mit Informationen überschwemmt werden, sie aber die wirklich wichtigen Informationen erhalten. Mit dem Mitglieder- und Unterstützernetz, das im Frühjahr startet, gehen wir weit über das bisherige Extranet hinaus. Dort hat immer nur der Bundesverband Informationen für die Mitglieder zur Verfügung gestellt. In Zukunft werden auch Mitglieder für Mitglieder Informationen zur Verfügung stellen können. Davon erwarte ich mir mehr Beteiligung und mehr Mobilisierung für den Wahlkampf.

schrägstrich: *Wird der Wahlkampf räumlich aus der Bundesgeschäftsstelle geführt oder gibt es ein Kampagnen-Büro?*

Steffi Lemke: Wir haben eine kleine Wahlkampfzentrale gleich gegenüber der Bundesgeschäftsstelle. Einfach, weil hier nicht genug Platz ist. Wir haben uns damit nur räumlich erweitert, aber nicht strukturell verändert. Ich halte ein »Kampa-Modell« – also außerhalb der Parteizentrale den Wahlkampf zu führen, für grundfalsch. (12.02.2009)

(Das Gespräch führte Norbert Schmedt für den Schrägstrich)