

KOMMENTAR



Wie verhext

Die SPD hinkt in Umfragen weiter hinter der Union her

► JOACHIM ZINSEN

Für die SPD läuft es wie verhext. Ihr Spitzenkandidat kann derzeit machen was er will, die Partei kommt einfach nicht aus dem demoskopischen Tief.

Dabei sind wichtige Voraussetzungen für einen sozialdemokratischen Aufschwung durchaus gegeben. Anders als in den vergangenen Wahlkämpfen steht die Partei geschlossen hinter ihrem Spitzenkandidaten. Querschläge vom linken oder rechten Flügel gegen Martin Schulz waren bisher nicht zu beobachten. Auch die sozialdemokratische Parteibasis scheint Lust auf Wahlkampf zu haben. Hört man in die Ortsvereine der SPD hinein, ist die Bereitschaft, sich für ihren Frontmann zu engagieren, so groß wie lange nicht mehr. Zudem: Schulz hat in seiner Kampagne bisher keine Böcke geschossen. Das unterscheidet ihn von Vorgängern wie Peer Steinbrück oder Rudolf Scharping. Nach wie vor füllt er bei seiner Tour durchs Land die Säle.

Inhaltlich hat sich Schulz inzwischen ebenfalls klar positioniert. Er hat Ideen zur Rentenpolitik unterbreitet. Er sagt, wie er glaubt, die große Kluft zwischen Arm und Reich etwas verkleinern zu können. Er macht Vorschläge, um Unsitten am Arbeitsmarkt zu bekämpfen, unter denen zunehmend selbst junge, gut ausgebildete Menschen leiden. Sicher: Manche seiner Vorhaben klingen etwas verzagt, sind nicht eben mutig. Zum Beispiel in der Fiskalpolitik. Stichwort: Vermögenssteuer. Aber anders als die Union benennt Schulz zumindest drängende Probleme und bietet Lösungsvorschläge an.

Trotzdem bleibt die SPD in den Umfragen deutlich hinter der CDU/CSU. Das hat viele, vor allem aber drei Gründe.

Zum einen Angela Merkel. Die CDU-Chefin verweigert bislang schlichtweg die politische Auseinandersetzung. Unangenehme Themen lässt sie links liegen. Unterschiede zu den Sozialdemokraten lächelt sie weg. Notfalls kupfert die Kanzlerin – wie beim Solidaritätszuschlag – Vorschläge beim bisherigen Koalitionspartner ab. Allzu konkrete Aussagen und Abgrenzungen? Nein, das ist nicht Merkels Ding. Klare Festlegungen könnten einem ja später auf die Füße fallen. Wie der Schwur im vergangenen Wahlkampf, mit ihr werde es keine Pkw-Maut geben. Schwamm drüber! Lieber präsentiert sich Merkel wieder als präsidiale Teflon-Kanzlerin, die über den Dingen steht und an der alles abperlt.

Bestens vernetzt

Bisher funktioniert diese Strategie prächtig, weil – und das ist der zweite Grund für den Vorsprung der Union – Merkel und ihr Umfeld in der journalistischen Hauptstadtszene deutlich besser vernetzt sind als Schulz. Immer wieder gelingt es der Kanzlerin, ihre Sicht der Dinge im medialen Raumschiff Berlin herausragend zu platzieren. Exemplarisch steht dafür die Europapolitik. Obwohl Merkel und Finanzminister Wolfgang Schäuble vor allem mit dem anderen Staaten aufgezwungenen Spar- und Kürzungskurs maßgeblich dafür verantwortlich sind, dass die Spannungen in der EU zunehmen, kann sich die Kanzlerin als Leuchtturm der europäischen Vernunft verkaufen. Kritische Blicke darauf gibt es kaum.

Der dritte Grund für den Vorsprung der Union ist ein psychologischer. Viele Menschen, vor allem die eher politikfernen, neigen dazu, sich auf die Seite desjenigen zu schlagen, der gerade Aufwind verspürt. Wenn seit Wochen bei jeder Gelegenheit gestreut wird, Schulz habe gegen Merkel keine Chance, wird diese Behauptung schnell zu einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung. Diesen Trend zu durchbrechen, ist für die SPD sicherlich die schwierigste Aufgabe bis zur Bundestagswahl. Aber völlig unmöglich? Bei der jüngsten Landtagswahl in NRW ist es dem voreilig zum Wahlverlierer ausgerufenen Herausforderer in den letzten Wochen vor dem Urnengang gelungen, die Stimmung zu drehen. Warum soll das nicht auch Schulz schaffen können?

► j.zinsen@zeitungsverlag-aachen.de

Diplomatie in Wahlkampfzeiten

Merkel überlässt ihrem Außenminister die große Bühne beim neuen Kurs gegenüber der Türkei. Der kostet die Gelegenheit aus und holt SPD-Kandidat Schulz an Bord. Doch auch die Union ist nicht untätig.

VON NICO POINTNER UND SASCHA MEYER

Berlin. Ein wenig sollte wohl auch Martin Schulz seinen Anteil an der internationalen Politik bekommen. Kurz bevor Außenminister Sigmar Gabriel (SPD) am Donnerstag die einschneidende Neuausrichtung in den heiklen Beziehungen zur Türkei verkündet, spaziert urplötzlich der SPD-Kanzlerkandidat durch den Pressesaal des auswärtigen Amtes. Die TV-Kameras laufen, als Schulz und Gabriel sich zum Abschied noch kurz auf die Schulter klopfen. Ein Wahlkampfmanöver nach dem Motto „Türkei – die SPD kümmert sich“? Die Kanzlerin bleibt unsichtbar.

Formal ist es operatives Geschäft der Bundesregierung, dass Gabriel den Ton gegenüber dem schwierigen Partner in Ankara verschärft. Den letzten Anstoß dazu gab die Verhaftung des Menschenrechtlers Peter Steudtner. Dabei ist die Berliner Antwort eine durchaus dosierte Eskalation. So weitete das Außenministerium etwa die Reisehinweise für die Türkei aus, spricht aber eben keine schärfere Reiseverwarnung aus. Allerdings ist es inzwischen längst zu einer parteipolitisch heiß diskutierten Frage geworden, wie Deutschland sich zum zusehends autoritären Präsidenten Recep Tayyip Erdogan positionieren soll.

Vor Selbstbewusstsein strotzend

Also doch auch ein Wahlkampfmanöver? Ach was, normale wie notwendige Abstimmung in der großen Koalition, erklärt Gabriel. Ausdrücklich hebt er denn auch hervor, dass alles mit Kanzlerin Angela Merkel (CDU) und eben



Der Mann, der die Bundesrepublik herausfordert: Recep Tayyip Erdogan, türkischer Staatspräsident. Foto: dpa

mit Schulz als SPD-Vorsitzendem besprochen sei. Nur CSU-Chef Horst Seehofer als dritten Koalitions-Granden habe er vorab leider telefonisch nicht erreichen können, lässt er noch fallen.

Der neue Umfrageliebling Gabriel, der nach dem Wechsel ins

Auswärtige Amt vor Selbstbewusstsein strotzt, hat die Bühne damit erneut für sich. Schon seit einiger Zeit mischt er sich immer wieder offensiv in den Wahlkampf ein – wegen des G20-Gipfels und anderer Themen. Dabei geht er Merkel mitunter härter an als Schulz. Auch jetzt bleibt der Herausforderer am Rande, Statist in der diplomatischen Aufführung. „Dass wir im Wahlkampf sind und die politischen Parteivertreter sich dazu positionieren und sich auch gegenseitig sagen, was sie vom anderen halten“, sagt Gabriel – das sei doch nie anders gewesen.

Dosiert geht jedoch auch die Kanzlerin vor, die auf internationaler Bühne nichts mehr beweisen muss. Über eine knappe Twitter-Botschaft des Regierungssprechers macht sie schnell klar, dass es sich nicht um einen SPD-Egotrip handelt. Angesichts der Entwicklung „notwendig und unabdingbar“ sei, was ihr Außenminister da verkündet habe. Das muss reichen. Viel härter wäre das konfrontative Signal an die Türkei ja ausgefallen,

hätte Merkel es höchstpersönlich ausgesandt. So bleibt auch noch Handlungsspielraum. Dabei sind sich Schwarz und Rot einig, dass der Umgang mit der Türkei eine Gratwanderung bleiben wird. Auf einen völligen Bruch mit dem Nato-Verbündeten, der auch ein wichtiger Partner der EU in der Flüchtlingskrise ist, legt es niemand an.

Ganz kann es aber auch die Union nicht lassen, die Türkei-Karte für den Wahlkampf zu ziehen. Noch frisch in Erinnerung ist, wie Erdogan kürzlich wüste Nazi-Vergleiche vom Stapel ließ, als es Streit um Wahlkampfauftritte türkischer Politiker in Deutschland gab. Nun greift Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble mit Blick auf die Inhaftierungen in der Türkei zu einem historischen Vergleich. „Das erinnert mich daran, wie es früher in der DDR war“, formuliert der CDU-Senior in der „Bild“-Zeitung vom Freitag. „Wer dort gereist ist, dem war klar: Wenn Dir jetzt etwas passiert, kann Dir keiner helfen.“

Verfassungsschutz: „Türkei ist auch Gegner“

Die Türkei ist aus Sicht des Verfassungsschutzes wegen ihrer nachrichtendienstlichen Aktionen in Deutschland ein Gegner. „Wir betrachten die Türkei spätestens seit dem Putschversuch im vergangenen Sommer und den Veränderungen der türkischen Innenpolitik als Nachrichtendienst nicht nur als Partner, sondern mit Blick auf Einfluss-Operationen in Deutschland auch als Gegner“, sagte Hans-Georg Maaßen, der Präsident des Bundesamts für Verfassungsschutz, gestern bei einer Veranstaltung in Berlin.

Es gebe zahlreiche Einflussnahmen auf die türkischstämmige Gemein-

schaft in Deutschland. „Das erfüllt uns mit Sorge“, sagte Maaßen. Türkische Nachrichtendienste verhielten sich in Deutschland „teilweise statuswidrig“.

Grünen-Parteichef Cem Özdemir kritisierte, dass die Bundesregierung dem türkischen Präsidenten nicht schon viel früher entgegengetreten sei. „Dass der lange Arm Erdogans bis in deutsche Moscheen und türkische Vereine reicht, ist leider nichts Neues. Dass nun aber der oberste Verfassungsschützer davor warnen muss, zeigt, wie ernst die Lage ist – und wie lange die Bundesregierung geschlafen hat.“ (dpa)

Linke und Grüne im Rennen um Platz drei

Ist der Wahlkampf schon gelaufen? Für die „Kleinen“ hinter Union und SPD gilt das auf keinen Fall.

VON TERESA DAPP UND BASIL WEGENER

Berlin. Das Rennen zwischen Kanzlerin Angela Merkel und Herausforderer Martin Schulz wirkt derzeit nicht gerade offen – bis zu 16 Prozentpunkte trennen Union und SPD. Spannender sieht es dahinter bei Linken, Grünen, FDP und AfD aus. Die „kleinen“ Parteien liegen gleichauf, in der neuesten Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen kommen sie alle auf acht Prozent.

Die Grünen wollen dringend wieder mitregieren, ob mit Merkel oder mit Schulz. Die Linke ist da nicht ganz so entschieden, es käme nur Rot-Rot-Grün in Frage. Für den Abend des 24. September, wenn um 18 Uhr die ersten Zahlen zur Bundestagswahl bekannt werden, haben die beiden Oppositionsparteien aber das gleiche Ziel: Platz drei und mehr als zehn Prozent. In Berlin haben sie am Freitag die Plakate vorgestellt, die ihnen dabei helfen sollen.

Die Kernbotschaften: Die Linken werben mit dem Slogan „Keine Lust auf Weiterso – Lust auf Die Linke“. Ihren Ruf nach einem Politikwechsel untermauern sie mit acht Kernbotschaften rund um soziale Sicherheit, Frieden und Gerechtigkeit. Zu lesen ist etwa: „Gerecht – Millionäre besteuern, mehr Geld für Kitas und Schulen“ oder „Mensch – Entschieden gegen rechte Hetze“.

Die Grünen setzen auf ihren

Markenkern Umwelt- und Klimaschutz: „Umwelt ist nicht alles. Aber ohne Umwelt ist alles nichts“, heißt es da, oder „Entweder Schluss mit Kohle oder Schluss mit Klima“. Es gibt auch andere Themen wie Europa oder Kinderarmut – aber die Umwelt steht vorn.

Die Zielgruppe: Mit knappen Slogans, knalligen Farben und schlichtem Design (Grün, Magenta und gelbe Sonnenblume) wollen die Grünen jung, urban



Wohin? Die grünen Spitzenkandidaten Katrin Göring-Eckardt und Cem Özdemir. Foto: dpa

und hip wirken. Vor allem die „Realos“ vom eher bürgerlichen Parteiflügel, zu dem die beiden Spitzenkandidaten gehören, wollen neue Wählergruppen ansprechen – und zwar die „Mitte“, um die auch Union und SPD kämpfen. Die Linke muss einen Spagat schaffen: Zu ihren Anhängern zählen ältere, traditionellere Wähler im Osten und junge Alternative in westdeutschen Großstädten, Arbeitnehmer und Antifa, Gewerkschafter und Arbeitslose. Bei der Rente legt die Linke einen Schwerpunkt auf den Osten, wo sie eine schnellere Renteneinheit anmahnt.

Der Hauptgegner: Die Linke sehen sich als Alternative zu allen anderen Parteien. Union, SPD, Grünen und FDP werfen sie vor, in den vergangenen Jahrzehnten den Sozialstaat abgebaut zu haben – und nur die Linke werde definitiv keine Koalition mit CDU/CSU eingehen und die Kanzlerschaft Merkels verlängern. Den Einzug der AfD in den Bundestag will die Linke unbedingt verhindern. Die Grünen arbeiten sich inhaltlich vor allem an der FDP gern ab oder schimpfen auf die große Koalition. Die Plakate sind aber positiv gehalten – andere Parteien oder Politik-Richtungen kommen nicht vor.

Das Budget: Den Grünen stehen wie vor vier Jahren insgesamt 5,5 Millionen Euro zur Verfügung, davon wollen sie zwei Millionen für

„Medien“ ausgeben – etwa Plakate oder Online-Kampagnen.

Die Linken erhöhen ihr Budget im Vergleich zu 2013 um 0,5 auf 6,5 Millionen Euro. Dazu kommen mehrere Hunderttausend Euro Spenden. Falls wider Erwarten aber Spenden von Großunternehmen oder Versicherungen eingehen sollten, würden die Linken sie postwendend zurücküberweisen, sagt Wahlkampfleiter Matthias Höhn.

Die Wahlkampfaktik: Plakate, Haustüren, Online, Fußgängerzonen – alle Parteien setzen auf einen Mix aus Orten und Wegen, um ihre Botschaften an den Wähler zu bringen. Bunte Farben, die Köpfe der Spitzenkandidaten Sahra Wagenknecht, Dietmar Bartsch und der Parteichefs Katja Kipping und Bernd Riexinger und viele knappe Sprüche gibt es auf den 400 000 Plakaten, die die Linke bundesweit anbringen will. Das Ziel: mit einer positiven Ansprache Emotionen wecken.

Auch die Grünen haben sich zu einem fairen und positiven Wahlkampf verpflichtet, 300 000 Exemplare ihrer Plakate wollen sie drucken. Auf den Personen-Plakaten sind nicht wie sonst oft nur die Köpfe, sondern die Oberkörper der Spitzenkandidaten Cem Özdemir und Katrin Göring-Eckardt zu sehen und dazu Slogans: „Zwischen Umwelt und Wirtschaft gehört kein Oder“ (Özdemir) und „Unser Klimaziel: Endlich handeln“ (Göring-Eckardt).

ZUR PERSON

Der Rücktritt

► SEAN SPICER
Sprecher des Weißen Hauses

Der seit langer Zeit umstrittene Sprecher des Weißen Hauses, Sean Spicer, tritt zurück. Es sei ihm eine Ehre gewesen, dem Präsidenten Donald Trump und den USA zu dienen, schrieb der 45-Jährige gestern auf Twitter. Er bleibe noch bis Ende August im Amt. Hintergrund des Rücktritts soll die Berufung von Anthony Scaramucci zum neuen Kommunikationsdirektor des Weißen Hauses sein. Spicer soll zu Trump gesagt haben, die Entscheidung für Scaramucci sei „ein großer Fehler“, schrieb die „New York Times“.

Sean Spicer war vom ersten Tag der Amtsübernahme Trumps an umstritten. Er hatte sich am Tag nach der Amtseinführung des Präsidenten einen heftigen Streit mit Journalisten über die Zahl der Besucher bei der Zeremonie vor dem Kapitol in Washington geliefert. In den sechs Monaten seiner Zeit als Sprecher des Weißen Hauses kam es immer wieder zu heftigen Wortgefechten mit Journalisten.

ANSICHT

„Lärm beweist gar nichts. Eine Henne, die ein Ei gelegt hat, gackert, als sei es ein Planet.“

MARK TWAIN (1835 - 1910), EIGENTLICH SAMUEL LANGHORNE CLEMENS, US-AMERIKANISCHER ERZÄHLER UND SATIRIKER