



Rede des Kreiswahlkampfleiters der LINKEN Teltow-Fläming, Manfred Thier, auf dem Kreisparteitag am 28. November 2009 in Dobbrikow (Gemeinde Nuthe-Urstromtal)

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Anrede,

nun sind die Wahlen schon seit über zwei Monaten Geschichte.

Sehr erfolgreiche Wahlen für uns, auch wenn nicht alle Wünsche in Erfüllung gegangen sind.

Grundlage für dieses erfolgreiche Abschneiden war ein sehr engagiert geführter Wahlkampf vieler fleißiger Helfer und natürlich aller Kandidatinnen und Kandidaten. Dafür mein persönliches, besonders herzliches Dankeschön.

Das Kreiswahlkampfbüro hat in seiner Beratung nach den Wahlen am 14. Oktober erste Einschätzungen aus den Regionen zur Kenntnis genommen und mich beauftragt, darüber zusammengefasst auf dem heutigen Kreisparteitag zu berichten. Nun kann ich in 15 Minuten Redezeit nicht fast ein Jahr Wahlkampf widerspiegeln. Ich werde mich trotzdem bemühen, diese Wertung aus der Sicht der Mitglieder des Kreiswahlkampfbüros und aus meiner vorzunehmen und bitte jetzt schon um Verzeihung, sollten einige Details weniger oder keine Berücksichtigung finden. Ihr habt aber in der Diskussion die Möglichkeit diese zu ergänzen.

Ich möchte auch auf die Nennung von einzelnen Ergebnissen verzichten, denn sie sind alle auf unseren Internetseiten abrufbar.

Über ein Jahr permanenter Wahlkampf mit insgesamt sechs Wahlen, der nur durch die Fiberkurve seiner Intensität unterbrochen wurde, das war schon für alle und auch für mich in meiner bisherigen über 14-jährigen ehrenamtlichen Tätigkeit als Kreiswahlkampfleiter eine besondere Herausforderung und natürlich auch ein Kraftakt.

Meinen Einstieg möchte ich trotzdem etwas weiter fassen und den Ausgangspunkt bei den Kommunalwahlen nehmen, denn sie waren eigentlich der Start zum Erfolg auch für die anderen Wahlen.

Der vorhandene Schwung und die Motivation wurden mitgenommen in den Wahlkampf zum Europäischen Parlament. Auch wenn die bundesweite Bedeutung dominierte, so wurde in den Regionen ein engagierter Wahlkampf geführt. Die Bilanz: über 700 Plakate wurden aufgezogen und angebracht, 7.000 Wahlzeitungen, 7.000 Kurzwahlprogramme, 5.000 Themenflyer in Briefkästen gesteckt oder an Infoständen an den Wähler gegeben, 5.000 Handzettel im 48 h-

Wahlkampf sowie über 3.000 Brillenputztücher, 2.000 Kugelschreiber, 600 Kondome und 20 kg Bonbon verteilt. Insgesamt wurden fast 1.800 € kreisliche Mittel eingesetzt, geplant waren 2.000 €. Das Engagement hat sich gelohnt. Wir waren im Land und Kreis Wahlsieger.

Schon während des Europawahlkampfes standen wir mitten in den Vorbereitungen zu den Bürgermeisterwahlen in Luckenwalde und Nuthe-Urstromtal, den Landtags- und Bundestagswahlen. **Die Finanzpläne** wurden aufgestellt, insgesamt 32.600 € für alle Wahlen veranschlagt. Das mit heutigem Abschlussstand nur ca. 29.500 € ausgegeben wurden ist dem sparsamen Wirtschaften aller Verantwortungsträger zu verdanken. Wenn Details gewünscht werden kann ich darüber berichten.

Personal

So wurde z. B. von allen Mitgliedern des Kreiswahlkampfbüros eingeschätzt, dass die straffe, konstruktive und vertrauliche Zusammenarbeit, die Kontinuität der Beratungen, die Führung eines Wahlkampfkalenders, eine Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Gestaltung der Wahlkämpfe war. Mit großem Engagement gestalteten die Regionalverantwortlichen in ihren Bereichen den Wahlkampf. Oft musste wahlkreisübergreifend in den Bundestags- und Landtagswahlkreisen gehandelt werden, auch mit den angrenzenden Kreisverbänden Potsdam-Mittelmark, Havelland, Potsdam und Dahme-Spreewald. Dies geschah in hoher Eigenverantwortung, unkompliziert und in guter Qualität mit Potsdam, Havelland und Potsdam-Mittelmark für die entsprechenden Bundestagswahlkreise und innerhalb der Gemeinden des Kreisverbandes bei den Landtagswahlkreisen. Einschränkend wird durch Mitglieder des Kreiswahlkampfbüros deutlich gemacht, dass die Zusammenarbeit mit dem Kreisverband Dahme-Spreewald fast nur auf den Schultern des Direktkandidaten Steffen Kühne lastete, da es bis 14 Tage vor der Wahl keinen konkreten Verantwortlichen in diesem Kreisverband gab. Dieser Tatsache geschuldet ist auch der beschränkte Einsatz von personenbezogenen Wahlkampfmaterialien, z. B. wurde die Anzeige im Wochenspiegel auf dem kurzen Weg zwischen Direktkandidat und Kreiswahlkampfleiter vereinbart. Dem zahlreichen persönlichen Auftreten und engagierten Handeln von Steffen Kühne im Zusammenwirken mit unseren Regionalverantwortlichen ist es zu verdanken, dass dieses sehr gute Wahlergebnis für ihn mit großem absoluten Stimmenzuwachs in unserem Teil des Wahlkreises zu verzeichnen ist.

Kritisch sehen die Wahlkämpfer in Rangsdorf die Zusammenarbeit mit ihren zuständigen Mitgliedern im Kreiswahlkampfbüro bzw. Kreisvorstand. „Kaum Information und Betreuung“ wurde von ihnen festgestellt, bis hin zu „Fehlinformationen“ zur persönlichen Betreuung für Hartmut Rex, dem Direktkandidaten für diesen Landtagswahlkreis aus Rangsdorf. Dies sollte in persönlichen Gesprächen in der Region ausgewertet und die notwendigen Schlussfolgerungen daraus gezogen werden.

Meine Hochachtung möchte ich allen denjenigen Wahlhelfern aussprechen, die an vielen Tagen engagiert unter Zurückstellung persönlicher Belange unkompliziert und manchmal kurzfristig an Infoständen waren, Material erstellt und verteilt, Plakate geklebt bzw. angebracht haben oder einfach nur kamen um Flagge zu zeigen.

Oft ging die Belastung für einige Verantwortungsträger bis an die Grenzen des Machbaren. Dem Stress geschuldet gab es auch manchmal einen etwas rauen Umgangston, das ist menschlich und sicher zu verzeihen. Hier müssen wir uns alle die Frage gefallen lassen, ob nicht mehr tragende Schultern möglich gewesen wären. Der Solidaritätsgedanke untereinander ist schon prima ausgeprägt aber sich einfach darauf verlassen, dass andere das Ding schon richten werden, wie z. B. bei der Besetzung der Infostände in Luckenwalde, ist nicht in Ordnung. Ich weiß wovon ich rede, denn der 8-Stunden-Arbeitstag von einigen hatte in den letzten vier Wochen daneben noch oft täglich eine mehrstündige Zulage.

Damit soll das vorhandene Engagement nicht geschmälert werden, aber das klärende Gespräch vorher hätte sicherlich einige Missverständnisse und Unklarheiten nachher verhindert. Jetzt komme ich zu einigen **Detailfragen** des Wahlkampfes:

1. Einheitliches Erscheinungsbild

Es war schon sehr wohltuend die Farbe Rot und „DIE LINKE“ auf all unseren Publikationen - bei Bund, Land oder Kommunal - zu sehen und vom Wähler wurde dies auch honoriert. Die Inhalte waren gut abgestimmt, die Themen trafen den Nerv der Bevölkerung und die Ruhe an der Parteispitze hat die Arbeit ungemein erleichtert. Richtig war auch die Entscheidung des Landes auf eigene Themenplakate zu verzichten. Das aber der Größe von Flyern beim einheitlichen Erscheinungsbild solch entscheidende Bedeutung durch das Landeswahlkampfbüro beigemessen wird ist uns unverständlich. Alles andere hatte gestimmt und auch noch viel billiger waren unsere Flyer für die Bürgermeisterkandidatinnen, aber eben um ein paar Zentimeter zu groß. So wurde uns der Zuschuss von 2x 750 € versagt. Wenn schon der Vertrag des Landes mit der Druckerei so unflexibel gestaltet wird, sollte man doch zumindest den Einsparwillen honorieren.

2. Plakatierung

Über den Beginn und den Umfang der Plakatierung wurde heiß gestritten. Für einige kam er viel zu spät, weil die anderen Plakate schon in Fetzen hingen und für andere waren viel zu wenig Plakate zu sehen, in Anbetracht der Plakatflut von SPD und CDU. Der Wähler hat uns eigentlich die Richtigkeit unserer Entscheidung mit dem Termin des Beginns drei Wochen vorher bestätigt, denn man sollte sich nicht aus der Ruhe bringen lassen. Unsere Plakate waren eben noch am Wahltag ansehnlich, von den anderen hatte der Bürger schon die „Schnauze voll“. Auch die angemessene Anzahl wurde uns in Anfragen bei den Wählern bestätigt, „hier wird eben sorgsam mit Steuergeldern umgegangen“. Das bedeutet natürlich nicht, dass man bei den wenigen Plakaten aus Sparsamkeit noch Zurückhaltung übt, wie im Regionalverband Teltow-Fläming Süd. Es wird dann weniger angenehm, wenn die Einsicht, auch diese Plakate noch einzusetzen, zusätzliche Aktionen notwendig macht.

Der Plakatbedarf wurde mit allen Regionen abgestimmt und dann auch so beim Landeswahlkampfbüro angemeldet. Verschätzt hatten wir uns im Wahlkreis von Peter Dunkel, hier haben wir eine Nachbestellung unkompliziert geordert. Dennoch mussten wir feststellen, dass die angelieferten Mengen vom Land insbesondere bei den Themenplakaten und beim Lafontaine-Plakat in Größenordnungen über dem angemeldeten Bedarf lagen. Das Landeswahlkampfbüro

war nicht in der Lage eine Umschichtung vorzunehmen, so dass wir in Eigeninitiative mit dem Kreisverband Dahme-Spreewald ca. 150 Plakate umverteilt haben.

Eine besondere Rolle bei der Plakatierung haben die Regionen mit Bürgermeisterwahlen gespielt. Hier galt es die Anzahl der Personenplakate für den Wähler übersichtlich zu halten. Deshalb nur die Plakatierung mit Bürgermeisterkandidat, Direktkandidat Landtag und Bundestag plus eine eingeschränkte Anzahl von Themenplakaten, was auch als richtig eingeschätzt wurde.

Dann noch eine Bemerkung von Fachleuten zur Wirksamkeit von Plakaten: Sie beeinflussen nicht einmal 5% des Wählerwillens, denn mit Plakaten wurden noch keine Wahlen gewonnen, aber auch nicht verloren. Und Steffen Kühne hat mit seinen nur 150 Personenplakaten in unserem Teil des Wahlkreises mehr Erststimmen geholt als je zuvor.

Zu einer angeregten Diskussion geführt hatten auch die Aussagen auf dem Personenplakat Gysi „Reichtum für alle“ und auf dem Themenplakat „Reichtum besteuern“. Anscheinend widersprüchliche Aussagen, die zum Nachdenken führen sollten, beim Wähler aber auch bei den Gestaltern. Die Plasteplakate (Easyplates) haben uns das Plakatieren sehr erleichtert und auch das Aufziehen der anderen Plakate war eigentlich machbar. Der Leiteraufstieg ist das eigentliche Problem. Wie sieht dies in vier Jahren bei den nächsten Wahlen aus? Regional sind unbedingt kommerzielle Lösungen anzustreben, was natürlich finanziert werden muss.

3. Verteilung von Material

Anfangs hatten wir uns entschieden nur ein Printmedium kommerziell verteilen zu lassen, den Bürgerbrief von Gysi und Lafontaine. Nach gründlicher Überlegung gab es den Nachbeschluss des Kreisvorstandes zur Finanzierung zusätzlicher Flyer der Direktkandidaten für den Landtag im Kreis und ihrer kommerziellen Verteilung. Diese Entscheidung hat sich als richtig erwiesen und auch die Reihenfolge der Verteilung. Problematisch gestaltete sich die Bereitstellung des Bürgerbriefes Gysi/Lafontaine, was Bund und Land zu verantworten hatten. Wir kannten weder die Form des Briefes noch den Auslieferungstermin. Erst drei Tage vorher wurde uns der Anlieferungsort Kreisgeschäftsstelle benannt, obwohl die Anlieferung beim Verteiler in Potsdam erfolgen sollte. Dieser Anlieferungsort wurde uns durch das Landeswahlkampfbüro zu spät benannt, so dass selbst eine Umbestellung beim Bund nicht mehr möglich war. Konsequenz war, dass ein zusätzlicher Transport nach Potsdam organisiert und über zwei Tonnen Papier innerhalb von 30 Minuten in ein anderes Fahrzeug umgelagert werden mussten - ein sehr fraglicher Aufwand. Im Nachhinein wurde uns durch den kommerziellen Verteiler mitgeteilt, dass fast 5.000 Bürgerbriefe - obwohl bestellt - zu wenig geliefert wurden, und so die Region Mahlow, die Ortsteile Siethen und Ahrensdorf von Ludwigsfelde sowie Teile von Am Mellensee nicht berücksichtigt werden konnten. Dies war zwar nicht wahlentscheidend, aber eine Panne die so nicht passieren darf. Dazu kam, dass die Form des Bürgerbriefes wenig wählerfreundlich gestaltet war, von außen kaum erkennbar, weil zusammen gefalzt, und wer reißt diesen Zettel dann noch auf, um den Inhalt zu erschließen?

Deutlich wurde bei der kommerziellen Verteilung über den Wochenspiegel, dass dies nicht optimal verlaufen ist. In der Zeitung eingelegt, wurde unser Material mit den anderen Wer-

bungen sicherlich nicht vordergründig betrachtet. Aber es gibt kaum Alternativen. Eine Extraverteilung kostet das Doppelte - ca. 7.200 € kreisweit - und eine Verteilung über unsere Genossen ist nur noch in wenigen Regionen möglich. Ein Einleger im Ludwigsfelder Boten ist nur in dieser Region möglich. Zwischenzeitlich nach den Wahlen hatte ich jedoch zu einer privaten Verteileragentur Kontakt, die über ihre Verbindungen zu anderen Agenturen eine mögliche Lösung für kommende Wahlen gefunden hat und auch preisgünstig ist.

4. Nutzung der Medien

Die Gestaltung von Anzeigen ist uns dank der guten Vorarbeit von Tina Senst gut gelungen. Wir waren in allen Zeitungen mit aussagekräftigen Anzeigen präsent, die auch ihre Wirksamkeit nicht verfehlt hatten, so die Einschätzung. Allerdings gab es auch Hinweise, dass die komplexe bildhafte Darstellung aller SPD-Kandidaten aller Ebenen in den Zeitungen gut angekommen sei. Ob dies aber für uns finanzierbar ist, bleibt offen. Auch unsere Spots im lokalen Fernsehen sind mit wenigen Abstrichen und nach einer schnellen Korrektur gut angenommen worden. Hier haben wir besonders in den städtischen Regionen gepunktet. Noch umfangreicher könnten auch Leserbriefe geschrieben werden. Sehr gut angenommen wurde auch das Medium Internet mit unserer Homepage, was uns in der Presse ebenfalls bescheinigt wurde. Immer aktuell und ansehnlich waren wir den anderen Parteien im Kreis einen Schritt voraus, was über 1.500 Zugriffe auf unsere Kreisseite je Monat August und September beweisen.

5. Bürgermeisterwahlkampf

Die Voraussetzungen waren sehr unterschiedlich. In Nuthe-Urstromtal hatten wir eine bekannte und verwaltungserprobte einheimische Kandidatin mit Monika Nestler zur Verfügung. Aber auch Heimspiele können verloren gehen. Dem engagierten Wirken eines guten Teams aus Abgeordneten, erfahrenen Unterstützern und vielen fleißigen Helfern ist dieser grandiose Erfolg zu verdanken. Zusätzlich wurde noch der Beweis angetreten, dass mit relativ wenig finanziellen Mitteln (nicht mal 1.300 €) - die aber sehr effektiv eingesetzt wurden - dieser Erfolg gleich im ersten Wahlgang erzielt werden konnte. Ich betone jedoch an dieser Stelle, dass das Engagement der Kandidatin, das der fleißigen Helfer ihrer zeitlichen, materiellen und sicherlich auch finanziellen Hilfe unberücksichtigt bleibt und nicht in Zahlen bezifferbar bzw. auch nicht bezahlbar ist.

Das gleiche Engagement legte unsere Bürgermeisterkandidatin für Luckenwalde, Kirsten Gurske, an den Tag. Das war wohl nicht die Ursache für den Erfolg der Amtsinhaberin im ersten Wahlgang. Auch die eingebrachte Fachkompetenz von Kirsten stand der alten Bürgermeisterin in nichts nach. Das Wahlteam war OK und viele auswärtige und heimische Fachleute mit Konni Wehlan an der Spitze unterstützten den Wahlkampf. Die Printmedien und ebenfalls die Medienkampagne waren gut. Also kann man nur spekulieren, ob die Bekanntmachungszeit für eine auswärtige Kandidatin zu kurz war oder einfach hier die eigentlich zugereiste aber vielleicht doch einheimischere Kandidatin ihr Heimspiel mit dem Amtsbonus gewonnen hat. Jedenfalls verdient das Ergebnis von unserer Kandidatin mit über 25% der abgegebenen Stimmen (so viel wie die CDU- und FDP-Kandidaten zusammen) unsere hohe Anerkennung.

Schlussfolgerungen:

1. Vorschlag: Für die **Kandidatenfindung** aller Ebenen sollte die wahlkampffreie Zeit intensiv genutzt werden, auch um eventuelle Nachrücker einzuarbeiten. Dies gilt auch für die Wahlkampfteams. Die alten Hasen sollten dahingehend wirken Gruppen aufzubauen, die sich aus einer Mischung von erfahrenen Leuten, jungen neuen Ideen und engagierten Sympathisanten zusammensetzen.

2. Vorschlag: Finanzen: Der Kostenrahmen wird sich sicherlich nach oben bewegen, da mehr kommerzielle Dienstleistungen eingekauft werden müssen und auch die Preise steigen. Dazu sollten jährliche Rückstellungen (Erfahrungswerte) in Höhe von ca. 5000 € geschaffen werden.

3. Vorschlag Medien: Die effektive Nutzung der Medien ist das A und O. Nicht jede Anzeige ist wirkungsvoll. Sie sollte immer mit einem Bild eines aussichtsreichen Kandidaten verbunden sein. Werbung im lokalen Fernsehen ist erstrebenswert. Das Internetangebot sollte jugend- und seniorengerecht sein.

4. Vorschlag: Rechtzeitige Koordination und Absprachen mit benachbarten Kreisverbänden bzw. Wahlkreisen und der Regionen innerhalb der Wahlkreise.