

1 **Resolution des SPD-Kreisverbandes Regensburg-Land**

2 **zu den Konsequenzen aus den Landtags- und Bezirkswahlen 2018**

4 **Einleitung**

6 Die Landtags-und Bezirkstagswahlen am 14.10.2018 waren für die Bayern SPD ein großer Schock.
7 Mit dem Ergebnis von 9,7 Prozent ist die SPD in der bayerischen Landespolitik schlicht irrelevant
8 geworden. Auch der Kreisverband Regensburg-Land ist – so wie viele weitere Gliederungen – der
9 Meinung, dass es ein „Weiter so“ in der BayernSPD nicht geben darf. Kein Stein darf auf dem
10 anderen bleiben, nichts soll unausgesprochen bleiben. Die Mitglieder des Kreisverbandes sehen
11 die Partei(führung) in drei Bereichen in der Verantwortung: Kommunikation, Personal und
12 Programmatik. Das sind die Bereiche, in denen die Wahlniederlage sichtbare Konsequenzen mit
13 sich bringen muss.

16 **1. Kommunikation**

18 Nicht zum ersten Mal hat sich im Wahlkampf 2018 gezeigt, dass sowohl die parteiinterne
19 Kommunikation als auch die Öffentlichkeitsarbeit völlig unzureichend sind. Offenbar hat man im
20 Oberanger die Verbindung zur Basis komplett verloren. Weder die Kommunikation „von unten
21 nach oben“, noch die „von oben nach unten“ hat wirklich funktioniert. Die Partei ist gespalten, der
22 Parteispitze ist es nicht gelungen, zum Beispiel Alt und Jung oder auch langjährige und neue
23 Mitglieder adäquat anzusprechen und auf eine gemeinsame Linie zu bringen. Stattdessen wurden
24 unzählige Mails verschickt, die am Ende keiner mehr gelesen hat. Bei den Mitgliedern bleibt im
25 Gegenzug das Gefühl, dass es wenig Sinn macht, an den Parteivorstand zu schreiben, da eine
26 adäquate Reaktion meist ausbleibt.

28 Völlig unzureichend war die Kommunikation in Bezug auf die Wahlkampfstrategie. Zum einen war
29 diese Strategie kaum zu erkennen, zum anderen sorgten einige Aktionen für Irritation. Jeder weiß,
30 dass im Wahlkampf der politische Gegner auf den Wahlplakaten nichts zu suchen hat. Mit
31 Befremden hat der SPD-Kreisverband Regensburg-Land daher das erste Plakat der BayernSPD
32 registriert. Warum plakatiert die BayernSPD Markus Söder als „Shrek“ auf einem SPD-Wahlplakat?

34 Welche Strategie steckt hinter dieser Aktion? Gleiches gilt für das „Kapern“ der Domain
35 www.soeder-machts.de. Mit diebischer Freude wurde im Oberanger dieser „Coup“ gefeiert. An
36 der Basis fragte man sich eher, wer auf solche dummen Ideen kommt. Letztlich wirkte diese Aktion
37 wenig professionell, sie warf kein gutes Licht auf die BayernSPD und verschreckte einige

1 Mitglieder. Ebenso fragwürdig präsentierte sich die Plakatkampagne. Die Kandidatenplakate
2 waren für den Betrachter alles andere als ansprechend, das dunkle Blau wirkte düster und
3 abweisend. Die Kandidaten wirkten dadurch unnahbar und unsympathisch. Die Großflächen waren
4 auf den ersten Blick unverständlich. Was soll ein Wähler mit dem Begriff „Anstand“ auf einem
5 Plakat anfangen? Dass Politiker Anstand haben, sollte selbstverständlich sein, das muss nicht
6 plakatiert werden. Den tieferen Sinn der Plakate konnte man nur verstehen, wenn ihn jemand
7 erklärt hat. Das aber ist genau das, was Plakat nicht können. Plakate müssen auf den ersten,
8 spätestens auf den zweiten Blick alles preisgeben und keine Fragen mehr offen lassen. Unsere
9 Plakate haben mehr Fragen offen gelassen, als sie Antworten gegeben haben. Die Frage ist also:
10 Hatten wir überhaupt eine Strategie?

11

12 Handwerkliche Fehler in der Kommunikation sorgten zum Beispiel im Landkreis Regensburg dafür,
13 dass ein Termin, den Spitzenkandidatin Natascha Kohnen zusammen mit Bundesumweltministerin
14 Svenja Schulze in Mariaort wahrgenommen hat, praktisch unter Ausschluss der Öffentlichkeit
15 stattgefunden hat. Es reicht nicht, solche Termine „versteckt“ im Terminüberblick an die Medien
16 in der Region zu verschicken. Solche Termine müssen dem Kreisvorsitzenden gemeldet, im besten
17 Fall sogar mit diesem vorab abgesprochen werden. Nur so ist die Mobilisierung der Mitglieder
18 möglich. Im Nachgang aus der Zeitung von solch einem Termin erfahren zu müssen, erweckt bei
19 den Mitgliedern den Eindruck, nicht erwünscht zu sein.

20

21 Gänzlich fehlte eine anständige Pressearbeit zu den Wahlkampfterminen. Das, was geliefert
22 wurde, kam teilweise sehr spät und war nicht gut aufbereitet, Zu vielen Terminen gab es gar keine
23 Meldungen (zum Beispiel Heiko Maas in Regensburg).

24

25 Letztlich liegt der falschen Strategie eine völlige Fehleinschätzung der Lage vor der Wahl zu
26 Grunde. Zum einen wurde die Spitzenkandidatin Natascha Kohnen gezielt einem großstädtische
27 Publikum als modern, hipp, urban präsentiert. Dabei wurde komplett übersehen, dass gerade
28 diese Wählerklientel zum großen Teil bereits von den Grünen erfolgreich bedient wurde. Somit
29 verding die Kampagne werden im großstädtischen Umfeld noch im ländlichen Raum.

30

31 Des Weiteren wurde auch die Position der BayernSPD und ihrer Spitzenkandidatin Natascha
32 Kohnen völlig falsch eingeschätzt. Im Elfenbeinturm des Oberanger war man doch bis zum Schluss
33 der Meinung, die BayernSPD sei der eine großen Gegenspieler der CSU und Natascha Kohnen
34 diejenige, die mit Markus Söder um den Posten der Ministerpräsidenten ringt. Dies wurde zum
35 Beispiel in der parteiinternen Entrüstung über die Entscheidung des BR deutlich, Ludwig Hartmann
36 von den Grünen ins Duell mit Markus Söder zu schicken. Dabei hat der BR lediglich die Realität
37 erkannt und entsprechend gehandelt.

1 2. Personal

2

3 Dem vorhandenen Personal –Parteispitze, Vorstand, Spitzenkandidatin samt Team – ist es nicht
4 gelungen, die Parteimitglieder zu mobilisieren, viel Arbeit lastete auf den Kandidaten vor Ort und
5 ihren Wahlkampfteams. Von einem Wahlkampf der kompletten Partei kann keine Rede sein. Die
6 Parteibasis konnte aufgrund fehlender Sinnhaftigkeit und Positionierung nicht zum Wahlkampf
7 motiviert werden. Für viele stellte sich die Frage: „Warum überhaupt Wahlkampf machen?“ Der
8 Parteiführung ist es nicht gelungen, diese Frage zu beantworten.

9

10 Nach außen erwecken viele den Eindruck, letztlich nur an der Macht zu kleben, inhaltliche Punkte
11 stehen nicht mehr im Vordergrund. Auf Funktionärebene finden sich Karrieristen, die
12 Eigeninteressen verfolgen und das Gemeinwohl aus den Augen verlieren. Die Karriere „Kreißaal,
13 Hörsaal, Plenarsaal“ (Zitat Rita Röhl, Landrätin Landkreis Regen) entfremdet Politiker von der
14 Bevölkerung. Neue Gesichter haben oft keine Chance, das Machtgehabe schreckt sogar ab und
15 verhindert, dass neue Personen mit neuen Ideen zum Beispiel auf aussichtsreiche Listenplätze
16 gesetzt werden.

17

18 Sinnvoll wäre es auch, im Wahlkampf mehr Unterstützung durch zum Beispiel 450-Euro-Kräfte zu
19 bekommen. Die Finanzierung müssen hier Landes- und Bundesverband übernehmen. Unterbezirke
20 sowie Kreis- oder Stadtverbände sind finanziell nicht in der Lage, die Bezahlung des Personales zu
21 gewährleisten.

22 Zusätzlich zu den Problemen in der BayernSPD bekamen die Kandidaten „fragwürdige
23 Unterstützung“ von der Parteispitze aus Berlin. „Bätschi“-Äußerungen tragen nicht dazu bei, dass
24 die Wählerinnen und Wähler die SPD ernst nehmen. Für Landtags- und Bezirkstagskandidaten ist es
25 schwer, sich von Berlin abzukoppeln, da sie auch im Wahlkampf verstärkt mit bundespolitischen
26 Themen konfrontiert werden. Dies war 2018 besonders oft der Fall. Aber: Alles auf die Situation in
27 Berlin zu schieben, ist etwas einfach, der Blick auf die eigene Arbeit in Bayern wäre angesagt, hier
28 vermissen die Mitglieder des Kreisverbandes Regensburg-Land die Ernsthaftigkeit bei der
29 Aufarbeitung der Wahlniederlage.

30

31 Das Verhalten der Parteiführung direkt nach der Wahlniederlage ist vielen Mitgliedern sauer
32 aufgestoßen. Bis heute fehlt eine klare, öffentliche Äußerung als Spitzenkandidaten und
33 Landesvorsitzende Verantwortung für das Wahlergebnis zu übernehmen. Einfach zur
34 Tagesordnung überzugehen und so zu tun, als ob nichts gewesen wäre, kann nicht die Strategie
35 für eine Aufarbeitung sein. Als Konsequenz nun lediglich den Parteitag von Mai 2019 auf Januar
36 2019 vorzuziehen, darf nicht die Lösung sein, das ist zu wenig!

1 3. Programmatik

2

3 Offenbar völlig losgelöst von allen Realitäten hält die SPD an einer Programmatik fest, die sich an
4 Industriearbeiter wendet –allerdings an Arbeiter von vor 50 Jahren. Die SPD hat hier offenbar den
5 Geist der Zeit nicht erkannt und hängt ideologischen Idealen hinterher, die sich längst überholt
6 haben.

7

8 Die SPD ist zu einer „Sowohl als auch“-Partei geworden, deren Führungsspitze es möglichst allen
9 recht machen will. Die Partei ist mit ihrem Programm dabei beliebig geworden. Es ist schlichtweg
10 nicht möglich, Politik zu machen, die dem Millionär und dem Hartz-IV-Empfänger, dem Veganer
11 und dem Jäger, dem Radfahrer und dem Porsche-Fahrer, dem Kohlekumpel und dem Befürworter
12 der erneuerbaren Energien gleichermaßen gefällt. Die SPD braucht wieder Standpunkte, sie muss
13 eine Meinung vertreten und diese klar äußern, auch wenn man aneckt. Nichts ist schlimmer, als
14 gar keine Meinung zu haben. Die Frage, wofür die SPD steht, muss endlich wieder beantwortet
15 werden. Jedes Mitglied muss selbstbewusst sagen könne, wofür die SPD auf örtlicher Ebene steht,
16 was sie fürs Land wünscht und wie die Politik im Bund funktionieren soll. Ebenso muss es einen
17 klaren Standpunkt zu Europa geben.

18

19 Es gelingt nicht mehr, die sozialdemokratischen Werte, auf denen unsere Politik basiert, zu
20 vermitteln, die SPD wirkt für viele prinzipienlos –und dann wird es schwer, sich öffentlich zu solch
21 einer Organisation zu bekennen. Die SPD muss wieder die Partei des Fortschritts werden. Themen
22 wie zum Beispiel Gentechnik, Arbeitswelt 4.0 oder die Digitalisierung dürfen keine weißen Flecken
23 im Parteiprogramm sein. Die Politik muss sich wieder an den sozialdemokratischen Grundwerten
24 orientieren, denn diese haben sich nicht überholt. Die SPD hat es aber versäumt, diese Werte in
25 die Neuzeit und auf die Probleme der Neuzeit zu übertragen.

1 Forderungen

2

3 Die Landkreis-SPD fordert daher die Umsetzung folgender Punkte:

4 • Rückkehr zur Sacharbeit in Berlin: Von den 137 Versprechen des Koalitionsvertrages sind
5 erst acht vollständig und drei teilweise umgesetzt, bei 76 wurde noch nicht einmal mit der
6 Arbeit begonnen.

7 • schnellere Umsetzung der so genannten Erneuerung der Partei: Seit einem Jahr tut sich
8 hier wenig bis nichts. Eine Erneuerung „im Geheimen“ sorgt dafür, dass sich die Mitglieder
9 noch weiter von der Partei entfernen.

10 • Umbau der Parteistruktur: In allen Gliederungen muss wieder effektives Arbeiten möglich
11 sein. Was vor zehn Jahren gut war, muss es heute nicht mehr sein. Jede Position muss in
12 Frage gestellt werden. Eine **Organisationsreform** mit dem Ziel weniger Gremienarbeit und
13 wieder mehr Politik für und mit den Menschen.

14 • Erarbeitung eines neuen **Grundsatzprogrammes (Stichwort „Godesberg 2.0“)**: Die 1
15 traditionellen sozialdemokratischen Werte, die alle auch heute noch Gültigkeit haben,
16 müssen auf die Gegebenheiten der heutigen Zeit angewendet werden. Der Gedanke der
17 Ökologie und des Umweltschutzes muss Niederschlag in diesem neuen Programm finden.

18 • Ein neues **Staatsverständnis** muss formuliert werden. Die Rollen der Staatsorgane,
19 Abgeordneten, Partei, Lobbyisten und Bürgern müssen im Geiste des Grundgesetzten neu
20 definiert werden.

21

22

23 Die werteorientierte Politik wurde durch eine umfragewerteorientierte Politik ersetzt. Die SPD ist
24 weder programmatisch noch kommunikativ und personell auf der Höhe der Zeit. Erneuerung ist
25 zwingend notwendig.

26

27 Das berühmte Zitat Willy Brandts aus dem Jahr 1992 sollte dabei Richtschnur sein: „Nichts kommt
28 von selbst. Und nur wenig ist von Dauer. Darum – besinnt Euch auf Eure Kraft und darauf, dass jede
29 Zeit eigene Antworten will und man auf ihrer Höhe zu sein hat, wenn Gutes bewirkt werden soll.

1 **Konsequenzen für den SPD-Kreisverband Regensburg-Land**

2

3 Bei aller Kritik an der Landes- und Bundesebene sieht sich auch der SPD-Kreisverband Regensburg-
4 Land in der Verantwortung.

5

6 Auch hier muss an der Struktur gearbeitet werden, die Ortsvereine brauchen eine bessere
7 Anbindung an den Kreisvorstand. Regelmäßige Veranstaltungen sollen hier Abhilfe schaffen.
8 Mitglieder des Kreisvorstandes müssen mehr vor Ort in den Ortsvereinen wahrnehmbar sein. Auch
9 die Kommunikation des Kreisvorstandes mit den Ortsvereinen und den einzelnen Mitgliedern muss
10 verbessert werden. Da, wo Ortsvereine nicht mehr alleine existieren (können), muss über eine
11 Neuorganisation nachgedacht werden.

12

13 Die Landkreis-SPD versäumte eine inhaltliche Positionierung zu einigen wichtigen
14 kommunalpolitischen Themen. Dadurch war die SPD im Landkreis Regensburg auch bei
15 kommunalpolitischen Themen nicht sichtbar und für viele damit nicht wählbar.

16 Eine konsequente inhaltliche Positionierung, basierend auf den sozialdemokratischen
17 Grundwerten, auch im Hinblick auf die Kommunalwahlen 2020, gehört somit zu den wichtigsten
18 Aufgaben der Landkreis-SPD. Die Gemeinde-, Markt-, und Stadträte, vor allem aber die
19 Bürgermeister und Kreisräte der SPD müssen in der Öffentlichkeit besser sichtbar und klar mit der
20 SPD identifizierbar sein. Es gibt eine sozialdemokratische Kommunalpolitik!

21

22 Die jungen Mitglieder müssen wieder mehr Gehör finden, die anstehenden Kommunalwahlen
23 2020 sind hier ein gutes Feld, um alle einzubinden (Stichwort Wahlprogramm).

24

25 Die Frage, wofür die Sozialdemokratie heute steht, muss auch „von unten nach oben“ beantwortet
26 werden. Der Kreisverband wird hier aktiv mitarbeiten und die Ergebnisse der Diskussionen „nach
27 oben“ weiterleiten.

28

29 Der SPD-Kreisverband Regensburg-Land wird hier nach Kräften an der Erneuerung der SPD
30 mitarbeiten!