
/// Zukunft gestalten durch Zusammenhalt, Souveränität und Wettbewerbsfähigkeit

DER BUNDESTAGSWAHLKAMPF IM ZEITALTER DER TRANSFORMATION

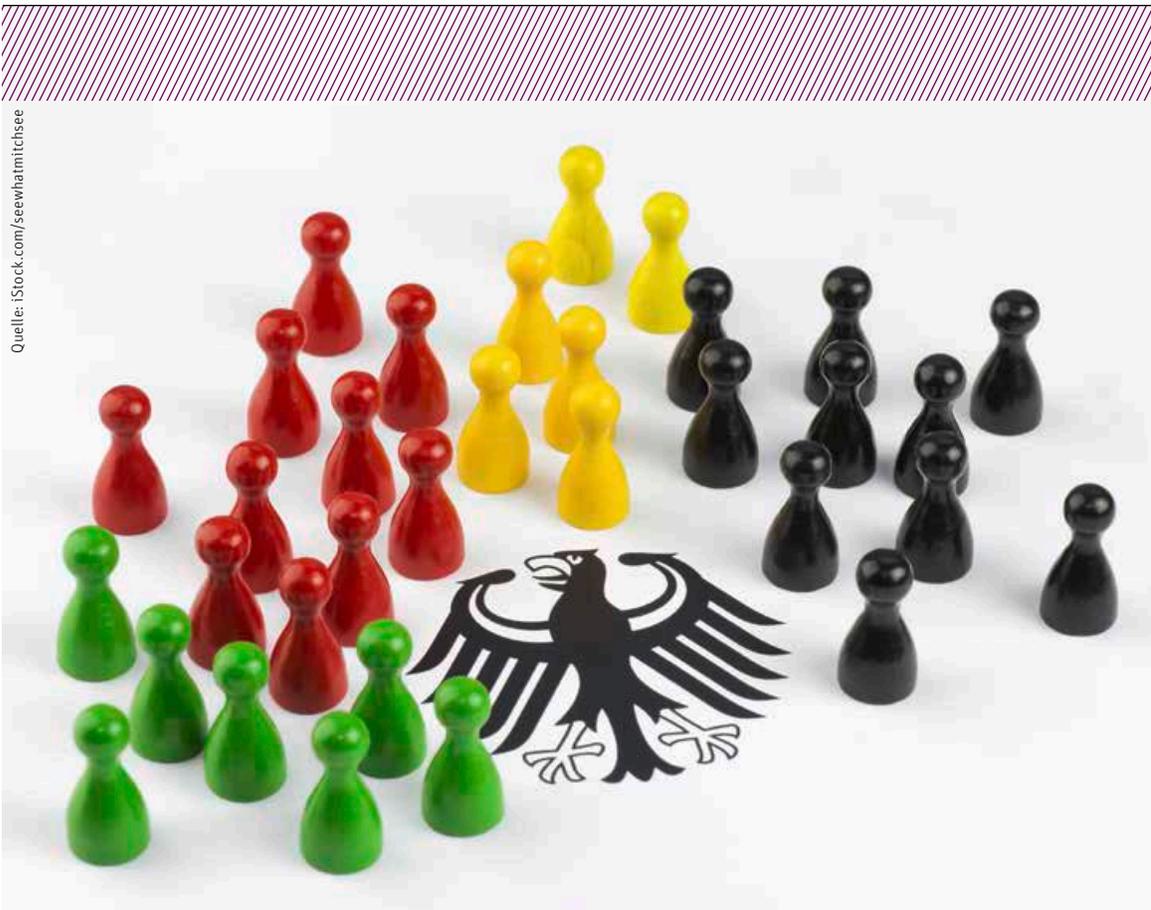
STEFAN MÜLLER /// Der Bundestagswahlkampf 2021 wird ein Wahlkampf im Zeitalter der Transformation. Eine erfolgreiche Wahlkampagne muss fundamentale gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Veränderungen adressieren. Gleichzeitig stehen wir vor dem digitalsten Wahlkampf aller Zeiten – mit neuen Formaten und Beteiligungschancen für die Bürger.

Strategische Ausgangslage

2021 stehen wir vor einem Jahr der Entscheidung. Im kommenden September entscheiden die Bürger unseres Landes zum 20. Mal über die Zusammensetzung des Deutschen Bundestages und damit über die politische Richtung für die kommenden vier Jahre. Die politisch-strategische Ausgangslage hat sich dabei im Vergleich zu den vorhergehenden Bundestagswahlen grundlegend geändert.

Die gesamte politische Konkurrenz arbeitet kontinuierlich an Strategien, um Mehrheiten ohne die Union bilden

zu können. Die Pläne für ein grün-rotes Bündnis auf Bundesebene sind nicht mehr nur reine Theorie, sondern erklärtes Ziel aller drei beteiligten Parteien. Die SPD hat auf ihrem Parteitag 2013 explizit die Option geschaffen, ein Bündnis mit den Linken eingehen zu können und wird sich – so zeigt es der aktuelle Entwurf des Parteivorstandes – ein dezidiert linkes Wahlprogramm geben, mit Wiedereinführung der Vermögensteuer, Abschaffung des Ehegattensplittings, bundesweiter Mietenregulierung und einem Zurückdrehen der



Für die Bundestagswahl werden die Farben neu gemischt.

Agenda 2010. Bei den Grünen ist das sozialistische Dreierbündnis nicht mehr nur ein Projekt der linken Basis, sondern auch vermeintlich konservativer Vertreter wie der baden-württembergische Ministerpräsidenten Winfried Kretschmann. In einem dpa-Interview gab dieser unumwunden zu, dass die Grünen eine Koalition und die Kanzler-

schaft mit den Linken ausloten würden, „wenn die Möglichkeit da ist“.¹

Der Wahlkampf 2021 wird deshalb auch der Kampf der bürgerlichen Kräfte gegen ein Linksbündnis werden. Bei dieser Wahl gilt: Wenn es eine linke Mehrheit im Bundestag gibt, wird es zweifelsfrei eine linke Regierung geben. Das gilt es im Interesse unseres Landes zu verhindern. Ziel bei der Bundestagswahl muss es deshalb sein, dass keine Mehrheit jenseits der Union gebildet werden kann. Das kann aber nur gelingen, wenn wir einen innovativen Wahlkampf führen, fokussiert auf die Themen, die die Menschen bewegen, und mit den modernsten Technologien, die uns zur Verfügung stehen.

Ein grün-rot-rotes **BÜNDNIS** ist erklärtes Ziel der drei Parteien.

Die Inhalte des Wahlkampfes

Ein Wahlkampf lässt sich nur erfolgreich führen, wenn er auf die Themen reagiert und wenn er die Herausforderungen adressiert, vor denen das Land steht. Und klar ist: Wir stehen jetzt im Jahr 2021 vor einem Jahrzehnt der Transformationen, vor grundlegenden Veränderungen, die wir aufgreifen und gestalten müssen. Dabei geht es um drei fundamentale Entwicklungen:

Neuer Zusammenhalt – die gesellschaftliche Transformation

Unsere Gesellschaft verändert sich – und damit auch die Arena, in der politische Auseinandersetzungen stattfinden. Bisher gab es in fast allen Wahlkämpfen vor allem eine zentrale Konfliktlinie – die sozioökonomische. Zentrale Fragen politischer Auseinandersetzung waren: Wie schaffen wir Wachstum? Wie verteilen wir Wohlstand? Wie sorgen wir für Arbeit? Und diese Fragen bleiben natürlich wichtig. Gerade jetzt, wenn es darum geht, einen Aufschwung nach Corona, einen Kickstart aus dem Lockdown zu organisieren, werden qualitatives Wachstum und die Sicherung von Arbeitsplätzen eine zentrale Rolle spielen.

Aber die letzten Jahre haben sehr klar gezeigt: Neben diese sozioökonomische Konfliktlinie sind neue Konfliktlinien getreten – eine ökologische und eine kulturelle. Gleichzeitig müssen wir neben der sozialen zusätzlich eine ökologische Frage und eine kulturelle Identitätsfrage beantworten. Es geht nicht mehr nur um das Sichern von wirtschaftlicher und sozialer Stabilität, sondern auch um das Sichern von Klima- und Umweltschutz, von kultureller Stabilität, um Zugehörigkeits- und Heimatgefühl für alle. Das Spannungsverhältnis heißt nicht einfach mehr Staat versus

mehr Markt oder Umverteilung versus Entlastungen, sondern das Spannungsverhältnis heißt auch Abschiebung versus Integration, mehr internationale Zusammenarbeit versus mehr nationale Eigenständigkeit, Ökonomie versus Ökologie. All diese fundamentalen Diskussionen, die wir seit 2015 in den Bereichen Migration und Klimaschutz geführt haben, sind mit Corona nicht weg. Corona hat die Konflikte medial überdeckt, aber nicht aufgelöst.

Die Politik muss VERBINDEnde Klammern setzen.

Gerade wir als Volkspartei müssen ein Angebot formulieren, um diese Gegensätze zu überwinden. Mit der Sozialen Marktwirtschaft haben wir eine verbindende Klammer geschaffen, die auf dem zentralen Konfliktfeld ihrer Zeit die Gesellschaft zusammengehalten hat, hinter der sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Linksliberale und Wertkonservative gleichermaßen versammeln konnten. Auf den neuen Konfliktdimensionen fehlt diese Klammer – und davon profitieren die Ränder. Es profitieren diejenigen, die radikalieren, polarisieren und spalten.

Um das zu ändern, müssen wir im Bereich des Klimaschutzes Konzepte entwickeln, die Ökonomie und Ökologie verbinden. Wir sollten umweltfreundliches Wachstumspotential heben und Anreize für Klimainnovationen schaffen. Anstatt eines Ideenverbots brauchen wir

Technologieoffenheit und statt Existenzängsten brauchen wir Planungssicherheit für unsere Unternehmen.

Auf der kulturellen Konfliktlinie wird ganz entscheidend, dass wir kulturelle Stabilität, das Bewahren von Tradition und Heimat verbinden mit dem Ankommen von Menschen anderer kultureller Hintergründe. Aber es geht hier um mehr als um Migrationspolitik. Es geht darum, dass alle in der Gesellschaft das Gefühl haben, gleich wichtig zu sein und gleiche Chancen zu haben. Dass Stadt und Land nicht gegeneinander ausgespielt werden. Dass die Lebensrealitäten von allen Menschen berücksichtigt und politisch abgebildet werden.

Jeder in der Gesellschaft sollte sich WICHTIG GENOMMEN fühlen.

Neue Souveränität – die politische Transformation

Auch politisch verändert sich die Welt rapide. Mit China und Russland stellen Länder zum ersten Mal seit dem Ende des Eisernen Vorhangs wieder die Systemfrage – die Frage, ob autoritäre Herrschaft nicht besser ist als demokratische und ob Annexion und Kanonenbootpolitik nicht legitime Mittel politischer Auseinandersetzung sind. Deutschland und Europa kommen nicht umhin, sich in diesem veränderten Machtgefüge klar zu positionieren – für Freiheit, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit.

Das geht aber nur aus einer Position der eigenen Stärke heraus. Nach innen

gerichtete Diskussionen, die so tun, als gehe uns die Welt da draußen nichts an, verkennen die Lage und sind vollkommen fehl am Platz. Unsere Verbündeten fordern von uns zu Recht ein, Verantwortung zu übernehmen. Deswegen müssen wir unsere Zusagen einhalten, das Zwei-Prozent-Ziel der NATO erfüllen und für eine bestmögliche Ausstattung unserer Bundeswehr eintreten, die selbstverständlich die Bewaffnung von Drohnen umfasst. Gleichzeitig verlangt das neue globale Machtgefüge eine Neupositionierung Europas. Wir müssen eine eigene sicherheits- und verteidigungspolitische Agenda formulieren, mit der Europa ein eigenständiger Akteur der internationalen Politik wird – mit starken nationalen Armeen, aber auch europäischen Militäreinsätzen. Wir müssen ein selbstbewusster Spieler auf der Weltbühne werden, wenn wir nicht als Spielball der anderen enden wollen.

Neue Wettbewerbsfähigkeit – die wirtschaftliche Transformation

Digitalisierung, Globalisierung, Klimawandel – wir sind aktuell gleich mit drei Megatrends konfrontiert, die unsere Art zu wirtschaften elementar verändern. Die Grundlagen von Wohlstand, Wirtschaft und Wachstum werden sich in den nächsten 10 Jahren stärker wandeln als in den 100 Jahren zuvor – durch Künstliche Intelligenz, 5G, Blockchain und Quantencomputing. Wer Treiber bei diesen Technologien ist, wird auch wirtschaftlich an der Spitze stehen. Deshalb müssen wir die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Deutschland Digitalisierungs-Weltmeister wird, um Exportweltmeister zu bleiben. Dafür sind massive Investitionen und Fortschritte in drei zentralen Bereichen notwendig:

Die Treiber der digitalen Technologien werden WIRTSCHAFTLICH an der Spitze stehen.

- Wir brauchen eine Forschungsoffensive, um Forschung und Entwicklung in unserem Land auf ein neues Niveau zu heben. Nur wenn unsere Unternehmen die nötigen Mittel für Forschung und Entwicklung zur Verfügung haben, kann Deutschland den Anschluss an den Fortschritt halten. Deshalb sollten wir die steuerliche Forschungsförderung noch einmal deutlich aufstocken und eine Sofortabschreibung für Investitionen in Digitalisierung und Klimaschutz einführen.
- Wir brauchen eine Bildungsoffensive für unsere Schulen. Dabei geht es nicht nur um die Ausstattung mit digitalen Lehrmitteln, sondern um ein Update der Lehrpläne. In unseren Schulen darf nicht mehr nur das 1x1 zum Standardrepertoire gehören, sondern auch das „1 und 0“ der Programmiersprachen gehört dazu.
- Wir brauchen eine Modernisierungsoffensive für unsere Verwaltung. Eine innovative Wirtschaft braucht eine innovative Verwaltung. Wir müssen herunter von der Bürokratiebremse und einen Modernisierungsturbo in unserer Verwaltung einlegen. Dazu gehört, dass wir eine Förder-Agentur des Bundes aufbauen, die die Unternehmen über alle Förderprogramme des Bundes informiert, bei der Beantragung unterstützt und Prozesse beschleunigt.

Formate und Methoden des modernen Wahlkampfes

Die Transformationen betreffen aber nicht nur die Inhalte der Politik, sondern auch die Formate, mit denen wir Politik vermitteln. Klassische, analoge Wahlkampfformate wie Kundgebungen, Tür-zu-Tür-Wahlkämpfe und Infostände werden natürlich weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Aber klar ist ebenso: Mit dem Bundestagswahlkampf 2021 stehen wir vor dem digitalsten Wahlkampf aller Zeiten – und zwar aus drei Gründen:

- **Corona:** Es lässt sich aktuell nicht abschätzen, wie sich die Corona-Pandemie entwickeln wird und inwiefern große Veranstaltungen im August oder September möglich sein werden. Der Haustürwahlkampf, die persönliche Ansprache in Fußgängerzonen, die große Festrede oder das gemütliche Beisammensein könnten alle zur Disposition stehen, wenn das Infektionsgeschehen dies erfordert. Deshalb brauchen wir digitale Alternativen, um unsere politischen Botschaften in die Bevölkerung zu tragen, unabhängig von Infektionsgeschehen und Einschränkungen.
- **Nachfrage:** Kommunikation und Informationsgewinnung finden zunehmend über digitale Medien statt – nicht nur, aber vor allem in jüngeren Bevölkerungsschichten. Die gesteigerte Nachfrage nach digitalen Angeboten ist ein nachhaltiger Trend in unserer Gesellschaft. Als Volkspartei haben wir den Anspruch, in allen Altersgruppen vertreten zu sein und von allen Altersgruppen gewählt zu werden, weshalb wir vermehrt auf diese Nachfrage reagieren müssen – dies gilt übrigens unabhängig von Wahlkämpfen.

- **Beteiligung:** Die stärkere Verlagerung des Wahlkampfes in den digitalen Raum ist auch aus strategischen Gründen geboten. Durch digitale Veranstaltungen wird die Zugangsschwelle zur Politik deutlich abgesenkt und kann dadurch die Beteiligung interessierter Bürger erhöhen. Wenn Interessenten sich digital in politische Formate einschalten können und nicht physisch irgendwo hinfahren müssen, ist das eine enorme Chance, neue Unterstützer einzubinden und Wähler zu mobilisieren, die man ansonsten nicht erreichen würde.

Wir stehen vor dem **DIGITALSTEN** Wahlkampf aller Zeiten.

Positive Beispiele, mit denen das gelingen kann, gibt es viele: Digitale Stammtische, bei denen Politiker, Parteimitglieder und Bürger mit einem Experten zu einem Thema ins Gespräch kommen, das vor Ort bewegt. Digitale Townhall-Meetings mit offenen Frage-Antwort-Runden zwischen Politik und Bürgern. All das eröffnet die Chance, Politik auf neue, moderne Art zu präsentieren – und diese Chance sollten wir nutzen.

Timing

Ein zentraler Aspekt in diesem Wahlkampf wird Timing werden. Es gibt Parteien, die glauben, eine frühestmögliche Nominierung der eigenen Kandidaten und ein frühestmögliches Präsentieren

des eigenen Wahlprogramms bringe Vorteile. Ich teile diese Einschätzung nicht. Mit der Corona-Krise stehen wir vor der größten Herausforderung seit der Wiedervereinigung. Die Bürger erwarten, dass wir in dieser Situation maximalen Gesundheitsschutz, bürgerliche Freiheitsrechte und wirtschaftliche Wachstumsperspektiven zusammenbringen. Das letzte, was sie von uns erwarten, sind Werbung in eigener Sache und Angriffe auf den politischen Gegner ein halbes Jahr vor dem Wahltermin. Moderne Wahlkämpfe sind pointiert, intensiv und kurz – und genauso müssen wir sie auch führen.

Gleichzeitig müssen wir die zunehmende Bedeutung der Briefwähler beachten. Wie bisherige Landtags- und Kommunalwahlen in der Pandemie gezeigt haben, wird voraussichtlich auch bei der Bundestagswahl der Anteil der Briefwähler enorm zulegen. Bereits in den vergangenen Jahren ist dieser immer weiter angestiegen und könnte dieses Mal sogar die Fünfzig-Prozent-Marke knacken. Darauf sollten wir reagieren. Zentrale Botschaften dürfen nicht erst in den letzten Tagen des Wahlkampfes ausgespielt werden, sondern müssen bereits prominent platziert und professionell aufbereitet vorliegen, sobald der Briefwahlprozess beginnt.

Schlussbetrachtung

Fest steht schon jetzt: Für diesen Wahlkampf gibt es keinen Präzedenzfall und keine Blaupause. Es liegt deshalb in unserer Verantwortung, mit offenen Augen, Weitblick und dem Mut, Neues zu probieren, in den Wahlkampf zu starten und unsere Position als stärkste Kraft in Bayern und Deutschland zu verteidigen. In unruhigen Zeiten vertrauen die Menschen auf diejenigen, die eine klare Vor-

stellung von der Zukunft haben und auch in der Lage sind, diese in die Tat umzusetzen. Genau aus diesem Grund haben wir das Vertrauen der Menschen in den vergangenen Jahren immer wieder erhalten und genau aus diesem Grund sind wir die Volkspartei in unserem Land – und werden es auch bleiben. Das ist unser Ziel und unser Anspruch für die Bundestagswahl 2021. ///



Copyright: Stefan Müller/Hendrik Steffens

/// STEFAN MÜLLER, MDB
ist Parlamentarischer Geschäftsführer der CSU im Bundestag, Berlin.

Anmerkung

¹ <https://www.welt.de/politik/deutschland/article223391834/Winfried-Kretschmann-Gruene-sollten-nach-Kanzleramt-greifen.html>, Stand: 10.3.2021.