

„Erwiesenermaßen ist das persönliche Gespräch das erfolgreichste Werbemittel“

Die Deutsche Gwendolin Jungblut (36, siehe Fact-sheet rechts unten) begeisterte beim GVV-Neujahrsempfang mit ihrem Motivations-Referat zum Wahlkampf-Finale. Im großen KI-Interview spricht sie nun über die Herausforderungen nach geschlagener Wahl, Frauenquoten, Öffentlichkeitsarbeit, Bürgerbeteiligung und wie man erfolgreich neue MitstreiterInnen anwirbt.

Die Gemeinderatswahl ist geschlagen, die Ortsparteien konstituieren sich gerade neu. Aber nach der Wahl ist vor der Wahl. Was raten Sie in dieser Situation den Fraktionen, wie sollen diese mit den Ergebnissen umgehen? Welche Maßnahmen sind jetzt auf der einen Seite für Sieger- und auf der anderen Seite für Verlierer-Fraktionen unerlässlich?

Also völlig unabhängig von Zugewinnen oder Verlusten sollte nach der Wahl relativ schnell eine Analyse stattfinden. Im Idealfall durch die Ortspartei zusammen mit den Fraktionsmitgliedern. Da schaut man sich an: Was ist gut gelaufen? Was hat gefehlt? Was können wir besser machen und wie machen wir das? Das Ergebnis sollte verbindlich festgehalten werden. In diesem Rahmen muss man sich auch darüber unterhalten, wie die künftige Gemeindepolitik ausgestaltet sein soll. Nicht immer sind die Mitglieder von Ortsparteivorstand und Fraktion ident. Aber in der Öffentlichkeit wird die SPÖ als eine SPÖ wahrgenommen. Die Menschen differenzieren da nicht. Das heißt, zwischen den Ebenen muss Vertrauen herrschen, da sollte man ruhig ein paar Absprachen treffen. Diese Wahlanalyse darf aber kein Tribunal sein, sondern ein offener, fairer Gedankenaustausch.

Dort, wo es Verluste gegeben hat, ist natürlich besonders die Frage interessant: Wie organisieren wir künftig die Arbeitsverteilung? Denn die Arbeit wurde insgesamt nicht weniger, aber die Zahl der Schultern, auf die wir sie verteilen

können, schon. Da lohnt es sich dann darüber nachzudenken, wer von unseren Fraktionsmitgliedern hat wie viel Zeit? Und es ist natürlich auch sinnvoll bei der Arbeitsverteilung nach fachlichen Neigungen, beruflichen Fähigkeiten oder

politischer Erfahrung vorzugehen. Das gilt selbstverständlich auch für Zugewinner und Mehrheitsfraktionen. Da besteht allerdings auch die Gefahr, dass zu viele um etwas buhlen. Aber Fraktionen, die deutlich kleiner geworden sind, müssen sich

erst an diese Situation gewöhnen und eine neue Arbeitsaufteilung finden. Denn es darf nicht so sein, dass dann jemand sagt: Ich schaffe das nicht mehr, ich steige aus. Machen wir uns nichts vor – so ein Mandatsverlust,

eine Minderheitsfraktion zu werden, ist ja ziemlich hart. Man verliert Gestaltungsmöglichkeiten, Anträge werden abgeblockt – das ist heftig, da kann es zu jeder Menge Frusterlebnissen kommen. Deshalb ist es gut zu schauen, ob es einzelne Bereiche gibt, wo Mitglieder von uns per-

sönliche Leidenschaften haben, die wir so gut abdecken können. Das geht natürlich nicht so gut wie bei einer Mehrheitsfraktion, aber das sollte bei der Verteilung der Aufgaben unbedingt bedacht werden. Zum Beispiel eine Person, die deshalb im Feuerwehrausschuss sitzt, weil sie aufgrund positiver persön-

licher Erfahrung - vielleicht durch eine erfolgreiche Rettungsaktion - eine besondere Verbundenheit zur Feuerwehr hat. Das ist es, was ich mit einer Besetzung nach Leidenschaft meine.

Wahlzugewinner müssen natürlich ihre neuen Mandatare integrieren. Auch hier gilt es, persönliche Fähigkeiten und Interessen möglichst effizient einzusetzen. Kommt eine Fraktion erstmals aus der ewigen Oppositionsrolle in Regierungsverantwortung oder erreicht eine absolute Mehrheit, muss sie sich natürlich auch völlig neu orientieren. Es muss überlegt werden: Wie wollen wir überhaupt wahrgenommen werden? Wie setzen wir unsere Wahlversprechen um? Wie bestätigen wir, möglichst schnell nach der Wahl, dieses Wählervotum? Es gibt diesen machiavellistischen Ansatz: Wir machen die ganze Schweinerei gleich am Anfang und gegen Ende

der Periode die Wohltaten. Aber es ist erwiesen, wie bei Kaufentscheidungen, dass kurz nach der Wahlentscheidung beim Wähler so eine Phase der kognitiven Dissonanz kommt. Er fragt sich: War das jetzt richtig, dass ich die gewählt habe? Deshalb ist es sehr wichtig, dass man da relativ schnell nach der Wahl einen positiven Akzent setzt, um die Wahlentscheidung der Bürger zu bestätigen.

Wie wichtig ist die Frauenquote in der Politik in Deutschland? In der Politik spielt die Frauenquote eine große Rolle. Allerdings glaube ich, dass die Quotierung von Kandidatinnen und Kandidaten innerhalb der Bevölkerung weniger

FACT-SHEET

Gwendolin Jungblut

Juristin, Journalistin, Kommunalpolitikerin aus Achim (Landkreis Verden, Niedersachsen). Jungblut ist seit 2007 bei „TheLeaderShip“, der Agentur für Wahlen, Führung, Strategie in Wiesbaden tätig. Zuvor hat sie mehrere Jahre als Journalistin gearbeitet, unter anderem als Pressesprecherin von Bundestags- und Landtagsabgeordneten. Als politische Funktionsträgerin hat sie verschiedene Wahlkämpfe geleitet und betreut. Als Ratsfrau und Kreistagsabgeordnete hat sie kommunalpolitische Entwicklungsprozesse kennengelernt und mitgeprägt.

relevant ist als die Parteien meinen. Menschen goutieren glaubwürdige, fachlich versierte und sympathische Personen, egal ob Mann oder Frau. Und auf kommunaler Ebene ist eher das Problem, dass wir zu wenige Frauen haben.

Die SPÖ hat ja eine Quote, aber viele Ortsparteien haben hier das Problem, genügend Frauen zu finden, die sich engagieren wollen...

In der Tat, wie bei uns – auch ohne verordnete Quote. Aber in den Bereichen, wo ich persönlich tätig bin, hat sich die Diskussion „Kommen die Frauen nach vorne oder nicht“ erst gar nicht gestellt. Als 2011 in Niedersachsen Kommunalwahl waren, hatten wir in dem Bezirk, wo ich Vorsitzende war, in jedem einzelnen der vier Kreisbereiche eine Frau an der Spitze. Aber nicht, weil das verordnet wurde. Das hatte sich einfach so ergeben. Natürlich habe ich damit dann auch Werbung gemacht, denn darauf kann man auch stolz sein. So

wie die SPÖ in NÖ Werbung damit gemacht hat, dass es in 53 Gemeinden weibliche Spitzenkandidaten gab. Aber zu denken, wir gewinnen eine Wahl nur deshalb, weil wir die Frauenquote genau erfüllen, das ist ein Irrtum. Denn die Menschen interessiert das nicht wirklich. Die freuen sich zwar, wenn da Frauen vorne dabei sind, aber das war's dann auch schon.

Keine Frauenquote bei deutschen Kommunalwahlen

Aber was geben denn diesbezüglich die SPD-Statuten vor?

Für die Bundesliste zur Europawahl gilt das Reissverschluss-Verfahren, ebenso für die Landeslisten zur Bundestagswahl. Im Hinblick auf die Landtagswahlen gibt es Unterschiede. Einige Landesverbände haben diesbezüglich das Reissverschluss-Verfahren beschlossen, andere, wie mein Landesverband Niedersachsen – nicht. Noch nicht. Auf kommunaler Ebene ist es zumeist

so, dass es nur entsprechende Empfehlungen gibt.

Dort, wo Beschlüsse oder Statuten konkret sind, wie wird das eingehalten, wie ist da die Moral?

Sehr hoch, da sind dann wirklich Mann/Frau od. Frau/Mann gereiht.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Öffentlichkeitsarbeit im kommunalen Bereich und wie sollte die idealerweise aussehen?

Öffentlichkeitsarbeit ist in jedem politischen Bereich sehr wichtig, weil es darum geht, die eigenen Ziele und Ideen zu bewerben, damit wir mit unseren Anliegen überhaupt wahrgenommen werden. Im kommunalen Bereich ist sie aber besonders wichtig, weil die Kommunalpolitik unser Lebensumfeld ganz besonders prägt und die handelnden Personen sichtbar und greifbar sind. Auch die Ergebnisse sind sehr direkt zu spüren. Es gibt echte Einflussmöglichkeiten und auch Möglichkeiten, verloren gegangenes Vertrauen zu kippen. Gleichzeitig ist es so, dass oft in der öffentlichen Diskussion, am Biertisch und so, nur die übergeordnete Politik eine Rolle spielt. Kommunalpolitik kommt da gar nicht so vor. Genau das ist aber schade.

Öffentlichkeitsarbeit heißt nicht nur Ergebnisse verkünden: Wir machen einen Folder, ein Flugblatt eine Presseausendung. Öffent-

Fotos: www.fotoplutsch.at



lichkeitsarbeit heißt auch Ereignisse schaffen, kleine Aktionen durchführen, Infostände errichten, mit Bodenzeitungen arbeiten – ganz egal wie klein eine Gemeinde ist. Die Kombination von Information und Dialogorientierung ist sehr wichtig. Das heißt, man muss die Leute aktiv einbeziehen. Das können auch Unterschriftenaktionen oder Umfragen sein. Das können im städtischen Bereich auch Beteiligungsforen sein, entweder als Veranstaltung oder via Internet.

Und Öffentlichkeitsarbeit hat nicht nur vor Wahlen stattzufinden. Die muss permanent passieren. Das heißt aber nicht, dass man fünf Jahre lang Dauerwahlkampf macht. Aber sie muss immer spürbar sein. Und dann kommt vor einer Wahl von den Leuten auch nicht der Spruch: „Ah, ihr seid draußen. Es muss wohl Wahlen geben...“.

Gute Öffentlichkeitsarbeit muss deutlich machen: Was wollen wir eigentlich? Wofür stehen wir? Welche Botschaften wollen wir loswerden? Welche Ziele haben wir? Das alles muss in einer verständlichen Sprache vermittelt werden, so dass es jeder gut nachvollziehen kann,

es muss sachlich richtig sein, nicht in sich widersprüchlich und es muss auch glaubwürdig sein.

Bei uns erfährt der klassische Hausbesuch gerade eine Renaissance...

Sehr gut. Der Hausbesuch ist nicht nur ein absolut erfolgreiches Wahlkampfmittel, er sollte auch außerhalb von Wahlkampfzeiten

„Persönliche Ebene ist wichtiger als bedrucktes Papier“

gepflegt werden. Wenn man sich so den Leuten stellt und das gut macht, baut man nicht nur für sich selbst Sympathie auf, sondern kann auch als Botschafter der SPÖ viel Vertrauen schaffen. Die persönliche Ebene ist immer wichtiger als bedrucktes Papier.

Welchen Stellenwert hat heute „Bürgerbeteiligung“ in der Kommunalpolitik? Sie propagieren hier „neue Wege“. Wie sehen diese aus? Was sind hier No-Gos?

Bürgerbeteiligung darf keine Alibi-Veranstaltung sein. So nach dem Motto: Die Ergebnisse stehen schon fest, wir informieren Euch nur. Also das ist ein Kardinalfehler. Ein anderer ist zu glauben, dass man damit

sämtliche Probleme lösen kann. Sprich: Die Bürger fällen eine Entscheidung und der Gemeinderat muss sich damit nicht mehr beschäftigen. Dann kann der Eindruck entstehen, dass man die Kommunalpolitiker gar nicht mehr braucht. Gute Bürgerbeteiligung muss ein gesunder Austausch zwischen Politik, Bürgern und Verwaltung sein. Um Menschen zu Engagement anzustiften und um Sachverstand anzuzapfen, der im normalen politischen Alltag gar nicht zur Verfügung stünde. Ein Weg ist beispielsweise die Aktivierende Befragung. Da werden Bürger in einem räumlich begrenzten Bereich angeschrieben und aufgefordert, einmal ihre Eindrücke und Ideen zu liefern – völlig ergebnis- und themenoffen.

Und es gibt auch die sogenannten Kommunalen Zukunftsgespräche. Das ist ein Modell, das in Deutschland ab 2008 vor allem durch die Sozialdemokraten erprobt angewandt wurde. Ich habe das damals auch mitkonzipiert. Das ist in der Tat etwas, was Partei und Bürger zusammenbringt. Man kann natürlich auch, wenn breit eingeladen





wird, andere politische Fraktionen und die Verwaltung integrieren. Bei uns sind die Kommunalen Zukunftsgespräche fünf Veranstaltungen, die auf einander aufbauen. Keine Veranstaltung dauert länger als zwei Stunden, damit das nicht in irgendwelches Gelaber ausartet.

Bei der Auftaktveranstaltung, solche habe ich mit 30 bis 150 Teilnehmern erlebt, fängt man sehr breit an. Macht man sich erst mal in einem Brainstorming zehn bis 15 Minuten Gedanken über allgemeine Trends. Dann werden die Leute in kleine Gruppen eingeteilt und die können dann auf eigenen Pinwänden die Kommune analysieren. Was läuft gut, was nicht? Dann: Welche Chancen bieten sich? Darum ist die Trendanalyse vorher wichtig. Und: Welche Risiken tun sich auf? In einem nächsten Schritt werden die Gruppenergebnisse zusammengeführt und daraus ergeben sich einige Handlungsfelder. Und hier haben die Menschen jetzt die Möglichkeit, mit Punktevergabe die drei wichtigsten Themen zu bestimmen.

Diese wiederum werden dann die Hauptthemen für die Folgeveranstaltungen.

Für jedes Thema eine eigene Veranstaltung. Deren Aufbau unterscheidet sich dann von dem der Auftaktveranstaltung. Aber es geht auch darum, wo wollen wir da hin, welche Zwischenziele wollen wir erreichen? Die Abschlussveranstaltung orientiert sich an den gefundenen Ideen – woraus schließlich konkrete Projekte entwickelt werden.

„Keine Veranstaltung länger als zwei Stunden“

Das kann hervorragend funktionieren, ich habe das selbst mehrmals erlebt.

Zukunftswerkstätten, wenn auch nicht so straff organisiert, gibt es bei uns auch. Aber meist passiert Bürgerbeteiligung bei einem schon vorgegebenen Thema.

Ja, anlassbezogene Bürgerbeteiligung, das ist wieder eine andere Geschichte. Ob Bürgerbeteiligung im Einzelfall sinnvoll ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab: Bewegt das Thema viele Leute? Drohen hier ein Konflikt oder gar Klagen? Ist das Projekt für die Entwicklung unserer Gemeinde überhaupt wichtig? – Fällt die Entscheidung zugunsten einer Bürgerbeteiligung, sind wie-

derum verschiedene Verfahren, Herangehensweisen denkbar. Man kann eine Bürgerkonferenz, eine Einwohnerkonferenz machen. Man kann eine Ortsbegehung machen, man kann die Bürger als gleichberechtigte Planer mit einbeziehen. Es gibt Verfahren, da sitzen Planer, Investoren, Verwaltung, Politik und Bürger als gleichberechtigte Partner am Tisch.

Sie sind auch Fachfrau in Sachen „Mitgliederwerbung“, halten hier einschlägige, von ihnen entwickelte, Seminare. Wie kann man heute noch Menschen begeistern, Teil der Sozialdemokratie zu werden und sich hier vielleicht auch noch zu engagieren?

Der wichtigste Grund, das wichtigste Medium, warum Leute eintreten, ist das persönliche Gespräch. Das ist das Werbemittel Nummer eins. Das ist nachgewiesen. Es gibt zwar auch immer mehr Online-Eintritte, aber das persönliche Gespräch ist nach wie vor top. Wenn ich nun gezielt solche Gespräche führen will, muss ich mir vorher genau überlegen, wen ich denn fragen könnte. Wer aus meinem Umfeld dafür in Frage kommt. Vor so

einem Gespräch ist es auch ratsam zu überdenken, warum ich selber Sozialdemokrat bin. Das können übergeordnete Themen wie leistbares Leben und Wohnen, Gleichberechtigung usw. sein. Das können aber auch konkrete Themen von vor Ort sein. Ganz egal, wichtig ist, dass ich für mich zwei, drei Themen benennen kann.

Das Nächste ist, glaubwürdige Personen in petto zu haben. Bundes- oder Landespolitiker oder honorarige Persönlichkeiten von vor Ort. Damit der Effekt eintritt: Wenn der dabei ist, dann kann das ja nicht so schlecht sein. Gut ist es auch, das Werbungsgespräch mit einer persönlichen Anekdote zu garnieren. Beispielsweise wie ich selber dazu gekommen bin. Leute lieben persönliche Geschichten. Ganz schlecht ist, zu sagen: Bitte, bitte Du musst die Sozialdemokratie retten. Uns laufen die Leute davon, wir sind politisch nicht mehr handlungsfähig. – Also das ist kontraproduktiv. Stattdessen sollte man der Person ein individuelles Mitmachangebot machen. Ihr auseinandersetzen, warum man gerade sie haben will und braucht. Das schmeichelt, aber das muss man auch gut argumentieren können. Deshalb macht es auch so Sinn, sich so ein Gespräch vorher gut zu recht zu legen. Sehr entscheidend ist natürlich auch die Attraktivität der jeweiligen Ortsorganisation. Ich kenne diesen Mechanismus sehr gut, wo Leute sagen: Ich bin mit so vielem „oben“ unzufrieden, aber hier bei Euch fühle ich mich wohl und gut aufgehoben. Deshalb bleibe ich dabei. – Die Herausforderung ist es jetzt, diesen Mechanismus so zu verstärken, dass die Leute nicht nur bei uns bleiben, sondern deshalb auch Neue zu uns kommen.

Und der eigentliche Clou in Sachen Mitgliederwerbung ist, die für

eine Werbung in Frage kommenden Personen auszusuchen. Wenn jemand von vornherein sagt, dass das nicht sein Ding ist, dann Hände weg. Wenn jemand sagt, ich überlege noch, kann man vorsichtig dran bleiben und einen Folgetermin vereinbaren.

Hoffungsgebiet: die „Rekrutierungslücke“

Aber es gibt auch die sogenannte Rekrutierungslücke. Das heißt Leute, die sich durchaus vorstellen können, in einer Partei zu sein, aber es nicht sind. In Deutschland können sich zirka 15 Prozent der

Menschen vorstellen, einer Partei anzugehören. Tatsächlich sind es aber nur zwei Prozent. Und genau diese restlichen 13 Prozent sind interessant. Die werden jetzt sicher nicht alle der Sozialdemokratie verbunden sein, aber wohl ein großer Anteil. Und diese Leute muss man ausfindig machen, die kommen nicht von alleine. Denn auf die Frage, warum sie noch nicht Mitglied einer Partei seien, antwortet die Mehrheit: Ich bin noch nicht gefragt worden. – Das wird im Groben wohl auch für Österreich gelten. Genau diese Leute müssen wir sichtbar machen.



Fotos: www.fotoplutsch.at