

Wahlen in Österreich: Klimakrise und Medienkrise

Letzten Sonntag hat Österreich gewählt. Als Sieger ging Ex-Kanzler Kurz von der ÖVP hervor, mit 37%. Kurz' ehemaliger Koalitionspartner, die rechtsextreme FPÖ, verlor 10% und stürzte auf 16% ab. Die Koalition von Konservativen und Nationalen hat somit rund 4% verloren. Obwohl das grundsätzlich positiv ist, hatten viele die Hoffnung, dass die zahlreichen Skandale der beiden Parteien zu höheren Stimmenverlusten führen würden. Tatsächlich konnten die Liberalen einige Wähler zu sich ziehen und auch die Grünen, die auf Grund der Allgegenwärtigkeit der Klimafrage mit 14% wieder in den Nationalrat einzogen

Wer jedoch nicht von den Skandalen der rechten Parteien und der Prominenz des Klima-Themas profitieren konnte, waren die Sozialdemokratie. Sie erzielte lediglich 21% der Stimmen. Die Gründe für das bescheidene Abschneiden der SPÖ sind vielschichtig. Wir gehen auf zwei Ursachen ein, die für die zukünftige Arbeit der Partei von Bedeutung sind.

Klimathema: Schmied und Schmiedl (People go to the expert first, than to the layman / ...)

Bereits für die Wahl zum europäischen Parlament im Mai 2019 hat die SPÖ die Klimapolitik durchaus ernst genommen. Das Thema erhielt in Österreich auch eine zusätzliche Dynamik, weil die Grünen 2017 aus dem Nationalrat geflogen waren. Auch weil sich viele Grün-Wähler damals für den sozialdemokratischen Kandidaten entschieden hatten. Dass viele oder die meisten dieser Wechselwähler zurück zu den Grünen kehren würden, war klar. Sie hatten nicht gewollt, dass die Grünen gar nicht mehr im Parlament vertreten sind.

Die Frage war aber, ob man wenigstens einen signifikanten Teil dieser ehemaligen Grün-Wähler durch das Aufgreifen des Klimathemas an die Sozialdemokratie binden kann. Das gelang nicht.

Dabei hat es nicht am guten Willen und an Konzepten gefehlt. Die SPÖ hat ein großes Umwelt-Investitionsprogramm á la Green New Deal propagiert, sowie den Ausbau und die Verbilligung des öffentlichen Verkehrs und den verstärkten Einsatz von nachhaltiger Energie gefordert. In weiten Teilen sind die Umweltprogramme der SPÖ und der Grünen deckungsgleich. Das Problem lag und liegt darin, dass nicht die Sozialdemokraten sondern die Grünen als die Umweltpartei wahrgenommen wird. Die Wähler gehen in dieser Frage zum Schmied und nicht zum Schmiedl.

Die Frage stellt sich, wie die Sozialdemokratie an Glaubwürdigkeit im Umweltbereich aufholen kann, oder ob sie sich besser auf ihre Kernthemen konzentrieren und dieses Feld den Grünen überlassen soll. Die Zeichen der Zeit sind hier nicht schwer zu deuten. Mit Fridays for Future erleben wir gerade die größte Mobilisierung von jungen Menschen seit vielen Jahren. Auch in der Arbeiterschicht ist der Klimawandel als eine der größten Zukunftssorgen angekommen. Wenn die Sozialdemokratie die führende Kraft der Zukunft werden möchte, muss sie eine starke und klare Linie im Umweltschutz finden und diese auch erfolgreich kommunizieren.

Erfolgreiche Kommunikation gegen den Wind der konservativen Medien

Die eigenen Inhalte erfolgreich medial zu platzieren, misslingt der SPÖ zunehmend. Das liegt vor allem daran, dass die ÖVP eine ungeheure Medienmacht in Österreich aufgebaut hat. Abseits des öffentlichen Rundfunks sind fast alle österreichischen Tageszeitungen und Magazine dem bürgerlich-konservativen Lager zuzuordnen. Die österreichische Printmedienlandschaft ist entweder im Besitz von ÖVP-freundlichen Banken und Unternehmern oder wird mit Inseraten von Großindustrie und Regierung an der kurzen Leine gehalten.

Die ÖVP betreibt nach eigener Aussage „Message Control“. Das heißt in der Realität, dass auf Journalisten, Chefredakteure und Herausgeber täglich enormer Druck ausgeübt wird.

Nicht umsonst fordert das European Centre for Press and Media Freedom vor der Wahl, der „Orbanisierung der österreichischen Medien entgegenzuwirken und freie, kritische Berichterstattung als das zu sehen, was sie ist: die Essenz einer jeden Demokratie.“

ZITAT:

*"Medienpolitische Methoden wie Message Control, Interventionen bei Chefredakteur*innen bis hin zu direkter Einflussnahme auf Journalist*innen oder Ausgrenzung Einzelner bei Mediengesprächen sind mit demokratiepolitischen Regeln unvereinbar."*

Bereits bei der Wahl 2017 haben die Zeitungen Kurz als Messias-ähnliche Figur präsentiert und eine durchgehende Negativ-Kampagne gegen die SPÖ geführt. Auch im Vorfeld der Wahl 2019 blieb die Berichterstattung der bürgerlichen Medien in Allianz mit dem Boulevard einseitig und tendenziös. Jedes kleine Problem der SPÖ wurde aufgeblasen, Rendi-Wagner wurde als Kandidatin in Frage gestellt, in der Bildauswahl gern lächerlich gemacht. Die Berichte über den ÖVP-Mann Kurz waren stets freundlich, die Fotos perfekt.

Um als Sozialdemokratie erfolgreich Wahlen schlagen zu können, wird man Wege finden müssen, um mit den eigenen Unterstützern und den Wählerschaft ungefiltert in Kontakt zu treten. Ein Weg kann der Aufbau erfolgreicher Owned Media Kanäle sein.