

## Antrag an die 3. Tagung des 5. Landesparteitages DIE LINKE. Thüringen am 4. 3. 2017 in Bad Langensalza

EinreicherIn: Landeswahlbüro DIE LINKE. Thüringen

### Wahlstrategie im Landesverband DIE LINKE. Thüringen zur Bundestagswahl 2017

Mit dem Beschluss des Parteivorstandes im Dezember 2016 für die Wahlstrategie zur Bundestagswahl 2017 und der Vorlage eines Entwurfes für ein Programm zur Bundestagswahl durch die Parteivorsitzenden im Januar 2017 hat die Partei DIE LINKE die wesentlichen inhaltlichen und strategischen Grundlage dafür gelegt, um als wirkliche soziale Alternative einen eigenständigen Wahlkampf zur Bundestagswahl zu führen und mit einem zweistelligen Ergebnis zum grundlegenden Bruch mit der Politik der vergangenen 25 Jahre beizutragen.

Als Thüringer Landesverband werden wir die Erreichung dieser ebenso begründeten wie ehrgeizigen Zielstellung unterstützen und unseren Beitrag dafür leisten, dass nach der Wahl des Bundestages eine andere Politik, eine Politik der sozialen Gerechtigkeit, demokratischer Teilhabe, des Friedens und der Sicherheit, der Solidarität und Humanität möglich wird.

Mit dem Beschluss der 2. Tagung des 5. Landesparteitages von Thesen zur Debatte des Bundestagswahlprogramm 2017 hat der Thüringer Landesverband im November 2016 einen eigenen Beitrag zur Stärkung des sozialistischen Profils der Partei DIE LINKE im Wahljahr 2017 geleistet.

Die darin beschriebenen gesellschaftspolitischen Herausforderungen eines zunehmenden Rechtsrucks, der immer tiefgreifenderen Spaltung der Gesellschaft, zunehmender Unsicherheit und Zukunftsangst bilden auch weiterhin die Grundlage für das Auftreten der Partei DIE LINKE. im Wahljahr in Thüringen.

Zur Wahl des 18. Bundestages am 22. September 2013 konnte DIE LINKE. Thüringen 288.615 Menschen gewinnen, für sie zu stimmen. Das entsprach einem Zweitstimmenanteil von 23,4%. Bei den Erststimmen erzielten die Direktkandidaten der LINKEN im Landesdurchschnitt 24,3%. Gegenüber 2009 bedeutete das für DIE LINKE in Thüringen einen deutlichen Verlust von mehr als 65.000 Stimmen bzw. 5 Prozentpunkten. Hinzu kam, dass die im Jahr 2009 gewonnenen zwei Direktmandate nunmehr mit deutlichem Abstand an die CDU fielen. Ein Vergleich der Wahlergebnisse zur Bundestagswahl, zur Landtagswahl und zur Wahl zum Europaparlament in den vergangenen Jahren stellt sich wie folgt dar:

	2004 <sup>1</sup>	2005	2009	2013	2014
BTW	-	26,1 %	28,8 %	23,4 %	-
LTW	26,1 %	-	27,4 %	-	28,2 %
WzEP	25,3 %	-	23,8 %	-	22,5 %

Im Jahr 2017 haben sich die Ausgangsbedingungen sowohl politisch als auch strukturell für DIE LINKE. nochmals verändert. Ohne Zweifel wird neben bundespolitischen Themen und der allgemeinen politischen Stimmung für die Wahlentscheidung in Thüringen auch die Regierungsverantwortung seit 2014 der LINKEN mit dem Ministerpräsidenten eine besondere Rolle spielen. Die Bildung von nunmehr acht statt der bisherigen neun Bundestagswahlkreise führt zwangsläufig zu einer

<sup>1</sup> Im Jahr 2004 noch als PDS.

quantitativen Schwächung bei künftigen Bundestagsmandaten, unabhängig des erreichten Stimmenanteils.

Dennoch zeigen die Wahlergebnisse der vergangenen Jahre, dass DIE LINKE in Thüringen ihr Potential bis zu einem Stimmenanteil von 30% auszuschöpfen vermag.

In der vom MDR in Auftrag gegebenen Umfrage kommt infratest dimap im November zu folgenden Werten der Thüringer\_innen bei einer Bundestagswahl:

CDU	DIE LINKE.	SPD	B90/GRÜNE	AfD	Sonst.
37 %	18 %	13 %	7 %	19 %	6 %

Zum Vergleich kommt infratest dimap im selben Zeitraum zu folgenden Zustimmungswerten bei einer Landtagswahl:

CDU	DIE LINKE.	SPD	B90/GRÜNE	AfD	Sonst.
32 %	23 %	12 %	6 %	21 %	6 %

Diese Umfragewerte zeigen, dass wir sowohl bei einer Bundestagswahl als auch bei einer Landtagswahl am Ende des der Bundestagswahl vorangegangenen Jahres unser erreichbares Wählerpotential nur unzureichend ausschöpfen würden, wir bei einer Bundestagswahl gegenwärtig mit der Zustimmung um mehr als 10% unter unserem besten Ergebnis (2009) liegen. Bundesweite Befragungen zeigen aber auch, dass unser Potential bei den Wähler\_innen unverändert ist. Das heißt, uns muss es im Wahljahr 2017 wieder gelingen, die Menschen, die sich prinzipiell vorstellen können, DIE LINKE zu wählen, auch zur Wahl zu mobilisieren.

Dies kann uns nur dann gelingen, wenn wir in den direkten Dialog mit den Menschen treten. Dialog erfordert zuzuhören, den Austausch und das Werben für die Positionen, die die Partei DIE LINKE zu einer Partei der sozialen Gerechtigkeit, der Solidarität und des Friedens auch in Abgrenzung zu den anderen Parteien machen. DIE LINKE. war immer dann am stärksten, wenn sie sich konsequent mit ihren Positionen eigenständig als eine wirkliche Alternative zu einer neoliberalen Politik präsentiert hat.

Immer wieder wird diskutiert, in welchem Verhältnis Wahlergebnisse und Zustimmungswerte für DIE LINKE und für die AfD stehen. Für DIE LINKE steht unmissverständlich fest: die AfD ist eine Partei am äußersten rechten Rand, die – insbesondere auch in Thüringen - immer wieder die Grenze zum Rechtsextremismus bewusst überschreitet, vor einem Zusammenwirken mit Neonazis nicht zurückschreckt und Rassismus, Nationalismus und Elitarismus zum Kern des von ihr propagierten Rechtspopulismus gemacht hat.

DIE LINKE konkurriert daher weder praktisch noch strategisch mit der AfD um Wähler\_innen, die der AfD aus inhaltlicher Überzeugung und Zustimmung zu deren Programmatik ihre Stimme gaben oder geben werden. Das Wahlergebnis der Partei DIE LINKE u.a. zur Abgeordnetenhauswahl in Berlin im September 2016 hat gezeigt, dass DIE LINKE trotz eines erstmaligen Stimmenanteils von 14,2 % für die AfD ihr Wahlergebnis gegenüber 2011 noch steigern konnte. Auf einer Skala zwischen 1 (ganz links) bis 11 (ganz rechts) sehen die Wähler\_innen DIE LINKE. (2,9) und die AfD (8,2) weit auseinander liegend, wobei die AfD zwischen 2015 und 2016 einen erheblichen Rechtsrutsch zu verzeichnen hatte (+1,3).

Die besondere Wahrnehmung der Partei DIE LINKE findet auch in Bezug auf die besetzten Themen ihre Entsprechung. So halten LINKE-Wähler\_innen die Themen Frieden in der Welt, Außenpolitik,

79 Sozialpolitik oder Gesundheitspolitik für drei- bis viermal so wichtig, wie alle Wähler\_innen im  
80 Durchschnitt. Und gerade die jüngeren urbanen und akademischen Wähler\_innen schätzen uns  
81 wegen unserer klaren Haltung für eine humane Flüchtlingspolitik und eine offene Gesellschaft. Dies  
82 führt insbesondere dazu, dass die Überzeugung von einer Partei als Grund für die Wahlentscheidung  
83 für diese Partei bei der Partei DIE LINKE deutlich am höchsten ist (72%). Bei der AfD hingegen ist mit  
84 67% derjenigen, die sich gegenwärtig bei einer Bundestagswahl für diese entscheiden würden, der  
85 Anteil derer, die dies aus Enttäuschung über die anderen Parteien tun würden, außerordentlich  
86 hoch. Gegenüber diesen Menschen werden wir deutlich machen, dass Enttäuschung über die  
87 derzeitige Politik keine Grundlage dafür sein kann, zu einem gesamtgesellschaftlichen Rechtsruck  
88 beizutragen. Als LINKE werden wir uns im Rahmen dieser Auseinandersetzung als eine Partei der  
89 sozialen Gerechtigkeit und als Alternative zu den in den letzten zehn Jahren die Bundesregierung  
90 stellenden Parteien präsentieren.

#### 91 Zielstellung

92 Der Thüringer Landesverband wird gemeinsam mit den Kreisverbänden auf der Grundlage der  
93 beschlossenen Strategie der Partei DIE LINKE zur Bundestagswahl 2017 mit dem Titel „Hoffnung statt  
94 Angst!“ engagiert und motiviert in den Wahlkampf gehen, um das gemeinsame Ziel erreichen zu  
95 können:

96 *„Ziel des Wahlkampfes ist es, möglichst viele Menschen für die Wahl der LINKEN zu gewinnen,*  
97 *jene, die sich vorstellen können, uns zu wählen, auch zu mobilisieren und gestärkt -mit einer*  
98 *Verbesserung des Ergebnisses von 2013 -in den Deutschen Bundestag einzuziehen. Wir*  
99 *kämpfen um ein zweistelliges Ergebnis. Das verlangt, einen entschlossenen*  
100 *Zweitstimmenwahlkampf zu führen. Die 2013 (Anmerk.: vier in Berlin) errungenen*  
101 *Direktmandate wollen wir verteidigen. Ein weiteres Ziel unseres Wahlkampfes ist es, mit*  
102 *Zugewinnen für DIE LINKE die Option für einen grundlegenden Politikwechsel möglich zu*  
103 *machen.“*

104 Für Thüringen heißt das, dass wir unser Ergebnis aus dem Jahr 2013 erreichen, steigern und unseren  
105 Position als zweitstärkste politische Kraft manifestieren wollen. Dies setzt voraus, dass wir auch  
106 weiterhin unsere Stammwähler an uns binden, der LINKEN nahestehende Unentschlossene  
107 überzeugen und bisherige Nichtwähler sowie Wähler\_innen anderer Parteien aus unserem Potential  
108 erreichen.

#### 109 Besondere Bedeutung von #r2g in Thüringen im Bundestagswahlkampf

110 DIE LINKE wird im Bundestagswahlkampf weder einen Oppositionswahlkampf noch einen  
111 Regierungswahlkampf führen. Wir werden aber deutlich machen, dass, wenn ein tatsächlicher  
112 Politikwechsel hin zu einer Politik der sozialen Gerechtigkeit mit SPD und Bündnis90/Die Grünen  
113 möglich sein wird, DIE LINKE einen solchen Politikwechsel mitgestalten wird. DIE LINKE wird auch in  
114 diesem Bundestagswahlkampf sich mit der Politik von Grünen und SPD auseinandersetzen und deren  
115 Bereitschaft zu einer sozialen, ökologischen und demokratischen Wende hinterfragen.

116 Die Erfahrung in Thüringen, dass die Voraussetzung für eine politische Option für Rot-Rot-Grün  
117 unsere „eigene Stärke, unsere eigene programmatische Klarheit, eine kontinuierliche und  
118 vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Partnerinnen in- und außerhalb der Parlamente sowie ernsthafte  
119 Bemühungen im Dialog mit SPD, Grünen, Gewerkschaften, Verbänden und Bewegungen über ein  
120 gemeinsames fortschrittliches politisches Programm“<sup>2</sup> sind, werden wir auch im  
121 Bundestagswahlkampf deutlich machen und gemeinsam mit dem Ministerpräsidenten Bodo  
122 Ramelow und den anderen Regierungsmitgliedern der LINKEN für einen Politikwechsel auf

---

<sup>2</sup> „Mit Sicherheit das Beste für Thüringen. Thesen zur Debatte des Bundestagswahlprogramm 2017“, Beschluss der 2. Tagung des 5. Landesparteitages der Partei DIE LINKE. Thüringen am 5.11.2016 in Eisenberg

123 Bundesebene werben. Voraussetzung für einen Politikwechsel ist auch Vertrauen zwischen allen drei  
124 Partnern. Erfahrungen, die dieses Vertrauen in der Vergangenheit erschütterten, fordern SPD und  
125 Bündnis90/Die Grünen aber, ihre Bereitschaft zu einer vertrauensvoller Zusammenarbeit auf  
126 Augenhöhe unter Beweis zu stellen.

#### 127 Kandidat\_innen

128 DIE LINKE. Thüringen wird in allen acht Wahlkreisen mit Direktkandidat\_innen antreten, die für das  
129 Wahlprogramm und die Politik der Partei DIE LINKE öffentlich stehen und einstehen. Sie sollen durch  
130 ihre politische Arbeit, durch ihr öffentliches Auftreten und durch den zu führenden Dialog mit vielen  
131 Menschen zum Erreichen eines überzeugenden Wahlergebnisses im Sinne unserer politischen  
132 Zielstellung für die Gesamtpartei einen unverwechselbaren Beitrag leisten. Die Direktkandidat\_innen  
133 werden mit ihrer Persönlichkeit, ihrer politischen wie sachlichen Kompetenz um die Zweitstimme für  
134 DIE LINKE werben und somit auch für ein starkes Erststimmenergebnis in ihren Wahlkreisen sorgen.  
135 Die Direktkandidate\_innen werden durch das Landeswahlbüro und die jeweiligen Kreisverbände  
136 hierbei unterstützt.

137 Auf unserer Landesliste für die Bundestagswahl setzen wir auf Kandidat\_innen mit parlamentarischer  
138 und außerparlamentarischer Erfahrung und unterschiedlicher Kompetenzen sowie auf die  
139 Durchsetzung unseres Anspruchs auf die Mindestquotierung entsprechend der bereits beschlossenen  
140 Kriterien. Mit unseren Listen- und Direktkandidat\_innen wollen wir als lebendige, zukunfts offene und  
141 plurale Partei präsentieren, die im solidarischen Miteinander der Generationen die gesellschaftlichen  
142 Herausforderungen in der Bundesrepublik und in Europa angeht.

#### 143 Kommunikationsstrategie

144 Um unsere Ziele zur Bundestagswahljahr zu erreichen, wird es wesentlich davon abhängen, wie es  
145 uns gelingt, unser Stammwählpotential zur Stimmabgabe zu mobilisieren und potentielle  
146 Wähler\_innen von einer Stimmabgaben für DIE LINKE zu überzeugen. Dafür wird unter den  
147 beschriebenen gesellschaftlichen Herausforderungen der direkten Kommunikation mit Wähler\_innen  
148 im Wahljahr 2017 eine nochmals gestiegene Bedeutung gegenüber vorangegangenen  
149 Wahlkämpfen zukommen. Neben den klassischen Kommunikationsmitteln im Wahlkampf, wie z.B.  
150 Großflächen, Plakate, Postwurfsendungen, Zeitungsanzeigen, Veranstaltungen, werden wir verstärkt  
151 auf das zielgruppengenaue direkte Gespräch als Teil unserer Kampagne setzen (Canvassing). Hierzu  
152 werden wir unsere Konzepte für Info-Stände, Haustürwahlkampf, Gartenanlagen- oder  
153 Kneipentouren u.ä. weiter entwickeln und die Voraussetzung für die Umsetzung in den Wahlkreisen  
154 schaffen. Wir wissen um den hohen personellen und organisatorischen Aufwand, die ein solcher  
155 Wahlkampf erfordert. Dennoch wir sind der Überzeugung, dass hier Ressourcen gebündelt werden  
156 sollen und mit einem direkten und kommunikativen Wahlkampf Mitglieder und Unterstützer\_innen  
157 motiviert werden können, für DIE LINKE auch über den Wahlkampf hinaus aktiv zu werden. Die  
158 Gestaltung von Mitmachangeboten, die Koordinierung und Betreuung von Aktivengruppen wird in  
159 den Wahlkreisen dementsprechend eine hohe Bedeutung haben müssen.

160 Unser landesweit einheitliches Erscheinungsbild im Wahlkampf bei politischen Botschaften,  
161 öffentlichen Auftreten und der Gestaltung von Werbemitteln werden wir in den Wahlkreisen durch  
162 originelle Ideen, Aktionen und Werbemittel ergänzen.

163 Besondere Bedeutung kommt auch der Darstellung und interaktiven Kommunikation in den sozialen  
164 Netzwerken zu. Hier muss es der LINKEN nicht nur gelingen, sich selbst ansonsten mit den klassischen  
165 Medien nur schwer zu erreichenden Menschen zu präsentieren, sondern auch einen Beitrag dazu  
166 leisten, der Wirkmacht von Vorurteilen, Stereotypen und der sich immer wieder selbstbestätigenden  
167 Ausgrenzungsmechanismen in den sozialen Netzwerken etwas entgegenzusetzen. Auch hierbei  
168 können jüngere Mitglieder und Sympathisant\_innen eine aktive Rolle übernehmen. Es muss uns

169     gelingen, weder belehrend noch mit der Übernahme populistischer Argumentationsmuster, sondern  
170     verständlich gesellschaftliche Zusammenhänge darzustellen und selbstbewusst für unsere Positionen  
171     als linke, soziale, weltoffene, demokratische und humanistische Partei zu werben.

172     DIE LINKE Thüringen wird im Bundestagswahlkampf die bundespolitische Ausrichtung der  
173     Kommunikationsstrategie thüringenspezifisch thematisch ergänzen und dabei die besondere  
174     politische Stellung der LINKEN in Thüringen aufgreifen und auf den Zusammenhang zwischen den  
175     konkreten Lebensverhältnissen vor Ort und der bundespolitischen Rahmensetzung, bspw. über die  
176     Investitionstätigkeit des Bundes in die Strukturen der Daseinsvorsorge oder die Gestaltung der  
177     Finanzausstattung der Länder als notwendige Voraussetzung zur Entwicklung gleichwertiger  
178     Lebensverhältnisse für alle Menschen, aufmerksam machen.

#### 179     Zielgruppen

180     Gegenwärtig können wir beobachten, dass typische Parteibindungen von sozialen oder kulturellen  
181     Milieus aufbrechen und sich neu justieren. Welchen Grad an Verfestigungen diese Prozesse erreichen  
182     werden, ist dabei noch völlig offen. Aber auch für DIE LINKE ist dieser Prozess nicht ohne  
183     Auswirkungen. Während wir gegenwärtig eine überdurchschnittliche hohe Zustimmung bei jungen  
184     Menschen bis 35 Jahre verzeichnen, führt in den nächsten Jahren die gegenwärtig deutlich  
185     unterdurchschnittliche Zustimmung bei den 35 bis 60-Jährigen zu einem immer weiter sinkenden  
186     Anteil bei den über 60 Jahre alten Menschen.

187     Darüber hinaus reduziert sich auch der Anteil der Zustimmung in den für eine linke Partei klassischen  
188     Milieus wie den Erwerbslosen und den Arbeiter\_innen, während die Zustimmung in insbesondere  
189     jungen, urbanen, akademischen Milieus in den letzten Jahren angestiegen ist. Wir wenden uns im  
190     Wahlkampf an die emanzipatorische Mehrheit in diesem Land. Hierzu gehören sowohl die  
191     solidarische Mitte wie auch Erwerbslose und Einkommensschwache unmittelbar von einer Politik  
192     sozialer Ungleichheit getroffen sind oder die, die als Durchschnittsverdiener im Berufsleben stehend  
193     Angst vor dem Abstieg haben. Wir werden uns denen zuwenden, deren Arbeitsverhältnisse  
194     zunehmender Prekarisierung ausgesetzt sind und zunehmend unabgesichert als Freischaffende, Solo-  
195     Selbständige oder im Wissenschafts- und Bildungsbetrieb ihren Lebensunterhalt verdienen müssen.  
196     Unsere linke Antwort auf die Entsolidarisierung der verschiedenen Milieus wird sein, für deren  
197     gemeinsame Interessen politische Reformansätze im Sinne einer Gesellschaft der sozialen  
198     Gerechtigkeit anzubieten.

199     Eine besondere Herausforderung wird sein, Nichtwähler\_innen, die unsere politischen Ziele in  
200     großen Teilen befürworten, sich aber enttäuscht vom parlamentarischen System abgewendet haben,  
201     für DIE LINKE zu gewinnen. Gerade Jüngere, Erwerbslose und Einkommensschwache gehen  
202     unterproportional zur Wahl und müssen gezielt angesprochen werden.

203     Für DIE LINKE ist es unabdingbar, die Anerkennung von Lebensleistungen aller in der Bundesrepublik  
204     lebenden Menschen zu streiten. Das bedeutet, dass für uns die besondere Ansprache von Frauen  
205     und die Frage der "Ost-Deprivation" eine besondere Rolle im Wahlkampf spielen wird, etwa bei der  
206     Angleichung des Rentenniveaus oder bei der Beseitigung der Rentennachteile für in der DDR  
207     geschiedene Frauen.

208     Die unterschiedlich erreichbaren Zielgruppen werden sich in einer unterschiedlichen Ansprache und  
209     differenzierten Kommunikationsangeboten wiederfinden. An junge Menschen, Menschen mit formell  
210     höheren Bildungsabschlüssen oder an urbane Milieus, die wir motivieren wollen, DIE LINKE zu  
211     wählen, werden wir mit anderen Themen und Veranstaltungen herantreten, als diejenigen, mit  
212     denen wir im ländlichen Raum oder bei älteren Menschen um eine Stimme für DIE LINKE werben.

213 Landeswahlbüros

214 Das durch den Landesvorstand bereits gebildete Landeswahlbüro wird in Zusammenarbeit mit den  
215 für die Bundestagswahlkreise benannten Kreiswahlleitern gemeinsam die notwendigen  
216 Rahmenbedingungen und organisatorischen sowie finanziellen Voraussetzungen für den Wahlkampf  
217 in Thüringen schaffen. Dazu gehören:

- 218       ▪ die Planung zentraler Veranstaltung,
- 219       ▪ die Entwicklung des einheitlichen Erscheinungsbildes und einer landesweiten  
220       Kommunikationsstrategie,
- 221       ▪ die Betreuung der Kandidat\_innen und deren Unterstützung bei inhaltlichen Fragen (z.B.  
222       Wahlprüfsteine, Vorbereitung von Veranstaltungen u.ä.),
- 223       ▪ die Organisation und Begleitung des Online-Auftritts von Landesverband und Kandidat\_innen  
224       im Internet sowie in sozialen Netzwerken,
- 225       ▪ die Bereitstellung und Verteilung von Wahlkampfmaterialien,
- 226       ▪ die Erstellung und Umsetzung eines Finanzplanes zur Bundestagswahl .

227 Die Arbeit der Kreiswahlbüros wird durch das Landeswahlbüro unterstützt und begleitet, u.a. durch  
228 die Organisation speziell auf den Wahlkampf und auf die direkte Kommunikation zielender Bildungs-  
229 und Schulungsangebote für den praktischen Wahlkampf vor Ort.

230 Mitgliederkampagne

231 Die im Jahr 2016 begonnene Mitgliederoffensive „Warum eigentlich nicht?“ werden wir auch im  
232 Wahljahr fortsetzen, um Menschen zu gewinnen, mit uns gemeinsam linke Politik zu gestalten und zu  
233 stärken. Mit unsere Einladung zum Dialog über politische Ziele, zum Mitgestalten von Politik und  
234 Wahlkampf vor Ort, gehen wir aktiv auf Menschen zu, die uns grundsätzlich unterstützen, und  
235 unterbreiten ihnen konkrete Angebote zum Mitmachen. Die für die Mitgliederoffensive erarbeiteten  
236 Materialien sollen im Bundestagswahlkampf zum Einsatz kommen und mit den Materialien des  
237 Bundes zur Mitgliedergewinnung ergänzt werden.