

**Gunter Stemmler**

## **Bürger beeinflussen Politiker**

Die da oben, wir hier unten, dort die Mächtigen, hier die Machtlosen, so wird an Stammtischen und in Blogs über die politische Lage lamentiert. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, um Spitzenpolitikern in Bund, Land und Stadt mitzuteilen, was man auf dem Herzen hat. Das bedeutet nicht, daß die Politikerin oder der Politiker gleich die Meinung ändert und umgehend zur Tat schreitet. Aber steter Tropfen höhlt den Stein. Nur Ideen und Sachverhalte, die ein Politiker kennt, kann er berücksichtigen. Also geht es darum, ihm die eigenen Ansichten und Wünsche vorzubringen.

Wie, das zeigen die folgenden Tips. Es sind Hinweise, die jedermann anwenden kann - selbstverständlich auch jederfrau - sowie Ratschläge für Parteimitglieder und Gruppen.

Um Politiker zu beeinflussen, ist auf die öffentliche Meinung einzuwirken. Der erste Schritt besteht darin, Nachbarn, Kollegen, Freunde und Verwandte von den eigenen Anschauungen zu überzeugen. Die „res publica“ beginnt außerhalb der eigenen vier Wände: Wer sich in Wort und Button zu seiner Meinung bekennt, verhindert eine widrige Schweigespirale, nämlich die Furcht, mit seiner Meinung allein dazustehen. Ein Meinungsgewitter bei Twitter kann kurz, aber mächtig sein. Daß bei jeder Wahl die Stimme abgegeben wird, braucht nicht näher ausgeführt zu werden. Wird man bei einer Meinungsumfrage angesprochen, ist an ihr mitzuwirken. Damit kann das Bild, das sich Politiker von der öffentlichen Meinung machen, in die gewünschte Richtung gerückt werden. Hierzu gehört auch, bei Umfragen, die Zeitungen und Rundfunkanstalten anbieten, mitzumachen; die gewünschten Kommentare auf den Internetseiten der Medien sind ein weiterer Ansatz. Mit Leserbriefen an Zeitungen und Publikumspost an Funk und Fernsehen wird die ver-öffentlichte Meinung beeinflusst. In den Fernsehredaktionen gilt die Faustregel: eine Zuschrift gleich tausend Zuschauer.

Als wirkungsvoll gelten unter Fachleuten für politische Kommunikation persönliche Briefe an Politiker. Hingegen werden Kampagnen, bei denen massenhaft Post verschickt oder gemailt wird, nicht mehr empfohlen. Nur wenn die Zahl der abgesendeten Emails überproportional hoch sei, würden Politiker die Kampagne beachten. Bei Anrufaktionen im Radio oder Blogs von Parteien können Fragen an Politiker, an die der Normalbürger ansonsten nicht herankommt, gestellt werden. Offerierte Sprechstunden sind zu nutzen. Auch auf der Wahlkampftour und bei Podiumsdiskussionen sind Politiker verhältnismäßig leicht ansprechbar.

Die Wahlkampfmitarbeiter der Parteien können auf ausgewählte Fehler und Schwächen des jeweiligen Gegners hingewiesen werden.

Am wichtigsten ist es, die Ausgangslage zu analysieren, dann langfristig zu planen und mit der dann nötigen Improvisation Schritt für Schritt nach einem Konzept zu verfahren. Max Weber hat in der bekanntesten Definition von Politik diese als „starkes langsames Bohren von harten Brettern mit Leidenschaft und Augenmaß zugleich“ beschrieben. Ohne Fleiß kein Preis, von nichts kommt nichts.

Für Parteimitglieder bestehen eigene Möglichkeiten. In jedem Wahlkampf werden Helfer gebraucht. Es sind nicht nur Plakate zu kleben oder Info-Stände zu besetzen. Viele

Sekretariatsarbeiten fallen an, und sei es nur ein Telefondienst. Lokale Spitzenpolitiker benötigen auch Begleitpersonen, damit sie bei Auftritten nicht allein und schwach wirken. Bei mancher Plauderei, die sich dabei zwischendurch ergibt, bestehen Chancen wie sonst nie, eigene Ansichten zu äußern. Auch wenn dadurch kein Wahlprogramm mehr verändert wird, sind langfristige Wirkungen möglich. Amerikanische Kommunikationsberater geben den Rat, einen Brief mit Scheck an die eigene Partei zu schicken und um ein Gespräch mit dem Kandidaten zu bitten.

In politischen Fragen ist eine Fundamentalopposition sehr selten sinnvoll. Statt dessen sollte ein Geist der Zusammenarbeit gepflegt werden. Nicht Protest, sondern praktikable Vorschläge sind gefragt. Davon kann manches über die öffentliche Verwaltung eingeführt und umgesetzt werden, ohne daß es zum Streitpunkt unter Politikern wird.

Es sind für Probleme detaillierte Lösungsvorschläge zu unterbreiten, die sich aus vergleichbaren, gut funktionierenden Vorgängen entwickeln lassen. In unserer juristisch und verwaltungstechnisch hochkomplizierten Gesellschaft ist dafür viel Arbeit nötig, die ein einzelner nicht leisten kann. Hier tut sich also ein Aktionsfeld für Gruppen auf.

Je weniger politische Gegner man hat, um so besser. Eine Gruppe kann eine Liste aufstellen, die sämtliche einflußreichen Opponenten umfaßt. Dann wird versucht, jeden einzelnen durch Gespräche zu gewinnen oder zumindest seine Bedeutung zu neutralisieren. Die Wahlkampfveranstaltungen von Freund und Feind, bei denen es zu Diskussionen kommt, sind systematisch zu besuchen. Wenn jeweils neue Fragesteller immer die gleiche Frage stellen, entsteht bei Politikern, Presse und Publikum der Eindruck, daß konkreter Handlungsbedarf bestehe.

Bürgerinitiativen und Vereine können „unheilige Allianzen“ schmieden. Eine Zusammenarbeit mit politischen oder weltanschaulichen Gegnern, auch wenn nur in einem Punkt eine Übereinstimmung besteht, ansonsten jedoch gegensätzliche Anschauungen herrschen, führt oft zu verblüffenden Ergebnissen, weil das Zweckbündnis unkonventionell und überraschend ist.

Wie lautete ein Werbeslogan, der aus einem Wahlkampf hätte stammen können? „Es gibt viel zu tun, packen wir´s an.“