

Wahlkampf

Hat die SPD ihre Identität verloren, Herr Matthes?

SPIEGEL: Die SPD hat gerade ihren Slogan für den Bundestagswahlkampf vorgestellt, er lautet »Zukunft für Dich. Sozial. Digital. Klimaneutral«. Wie gefällt Ihnen das?

Matthes: Ich finde, es klingt ganz rund. Aus handwerklicher Perspektive ist es ein guter Slogan, kurz, prägnant, catchy. »Zukunft für Dich« signalisiert Dynamik, man duzt den Wähler direkt. Das assoziiert Jugendlichkeit, man will nicht als Altpartei wirken, sondern modern.

SPIEGEL: Wie Ikea.

Matthes: Es sind Worthülsen, sie sind dehnbar. Das ist typisch für Wahlwerbung. Sie wirken wie Bierdeckelsprüche, sind aber das Ergebnis monatelanger, komplexer Arbeit. Denken Sie an »Yes we can« von Barack Obama oder Trumps »Make America Great Again«. Solche Phrasen werden bis zum Tag vor der Wahl so lange wiederholt, bis jeder sie auswendig kann.

SPIEGEL: Was bedeutet »Sozial. Digital. Klimaneutral«?

Matthes: Das definiert die Identität der Partei, Werber sprechen dabei vom Markenkern. »Sozial« ist klar, das steht im Parteititel und überrascht mich jetzt nicht. Dann wird es spannend und neu: »Digital« bedeutet Fortschritt, Modernität, Aufschwung. Das sind eigentlich Begriffe, die man mit FDP und CDU verbindet. Dann »Klimaneutral«, ein Begriff aus dem Spektrum der Grünen. Der Slogan versucht also, alle möglichen Leute anzusprechen.

SPIEGEL: Die Partei für: von allem ein bisschen.

Matthes: So wirkt es.

SPIEGEL: Geht die Identität der SPD dadurch nicht verloren?

Matthes: Das ist die Gretchenfrage. Die Chance ist, Wähler der anderen abzugreifen. Die Gefahr ist, austauschbar zu werden und den Markenkern zu verlieren.

SPIEGEL: Was denken Sie?

Matthes: Ich bin skeptisch, dass Grünenwähler zur SPD wechseln, weil »Klimaneutral« im Slogan steht.

SPIEGEL: Würden Sie die SPD wählen?

Matthes: Ich warte den Wahlkampf ab, da geht es um mehr als um Slogans. NYI

Dr. Jörg Matthes, 44, ist Inhaber einer Professur für Werbeforschung an der Universität Wien.