



## **ERGEBNISSE einer Selbstbildanalyse der SPÖ Kärnten**

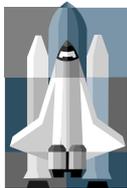
**Das Humaninstitut hat mit Hilfe von Tiefenterviews den inneren Status der SPÖ Kärnten erhoben. Die 70 persönlichen Interviews sind ein repräsentativer Querschnitt von Funktionären(innen), Mitglieder und der SPÖ nahe stehenden Personen.**

**Erhebungszeitraum: Juli/August 2005**

**Folgende Themenblöcke wurden angesprochen:**

**Personen - Programm - Präferenz - Politik generell, Koalitions-Partner - Polarität - Prognose - Personen - Personalentwicklung - Ideen - Ideologie - Identität der SPÖ Kärnten.**

### **Ergebnis-Spots - Step by Step - Summary**



**Die SPÖ - Kärnten zur Nummer 1 zu machen, ist ein politprogrammatisches, aber vor allem emotionales Ziel, um Solidarität und Identifikation mit einer „Winner-Partei“ wieder zu ermöglichen. Die traumatisierenden Niederlagen haben bei Mitgliedern und Funktionären einer gut organisierten politischen Institution, tiefe Spuren hinterlassen. Erwartungen und Hoffnungen, die durchaus auch materieller Natur sind (Posten, Positionen und Unterstützungen für den privaten Bereich, wie z.B. Wohnungen) werden in vielen Fällen durch das neue Machtgefälle nicht befriedigt.**

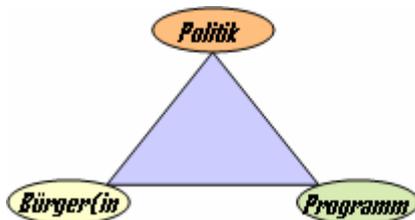
**Der Desolidarisierungsfaktor schafft Misstrauen, Verunsicherung, Argwohn, aber vor allem eine Entkoppelung der bisher gut funktionierenden Bindung zu den Bürgern und Bürgerinnen.**



**Treffsicherheit in politischen Aussagen und Ankündigungen sind nur in geringem Maße gegeben. Die Themenführerschaft wird großteils vom Koalitionspartner übernommen oder an sich gerissen. Aus der Position des Beifahrers könnte man im Falle einer politischen Rallye zwar den Kurs ansagen, das Lenkrad jedoch hat der Fahrer in der Hand und der trägt auch für die Öffentlichkeit die Verantwortung für den etwaigen Sieg.**

**Alle noch so gut gemeinten programmatischen Vorhaben dringen mangels an effizienter Kommunikation, aber auch wegen des wachsenden Desinteresses der Funktionäre, die als Mediatoren fungieren sollten, nicht in vollem Ausmaß an die Bevölkerung.**

**Die mediale Präsenz kontrastiert zu wenig im Vergleich zur Dominanz der LH-Partei. Der Schatten des „Dominators“ deckt alle Bemühungen zu. Das Bild des Erdrücktwerdens macht sich nach innen und außen breit.**



**Das politstrategische Dreieck POLITIKER(IN) – BÜRGER(IN) - PROGRAMM ist nicht in Balance. Die drei Hauptfaktoren für eine Identifikation mit der SPÖ Kärnten fehlen damit. Die Dominanten einer Arbeitnehmerpartei kommen in der nach außen vertretenden Programmatik zu wenig zum Tragen. Die politisch handelnden Personen werden zu oft in das Krisenmanagement des politischen Mitbewerbers und Regierungspartners hineingezogen oder vereinnahmt.**

**Eine individuelle Profilierung und damit eine alternative Positionierung den Bürgern gegenüber wird damit unmöglich.**

**Die eigenständige medialen Präsenz und damit das „Imago-Branding“ sind nahezu unmöglich. Der Eindruck einer „Einheits- oder Allerwelts-Partei“ verhindert eine glaubwürdige ideologische Ausrichtung, die wieder für die Wählerakzeptanz Voraussetzung ist.**



*POLITIK BEDÜRFNISSE BEFINDLICHKEIT*

**Die zentrale Schnittstelle zwischen Politik und Bürger sind die Grundbedürfnisse jedes Einzelnen. Ein Entkoppelungsprozess hat aus der Sicht der Funktionäre(innen) schon vor Jahren eingesetzt. Auch die Menschen in Kärnten haben aus der Sicht der Funktionäre(innen) das Gefühl, das die Interessensvertretung der Arbeitnehmer und „kleinen Leute“ nicht mehr in erster Linie mit der SPÖ assoziiert wird.**

**Bereits durch die Entwicklung der „neuen Armut“, wo es um die Befriedigung der Grundbedürfnisse geht, kann die SPÖ nur wenig Hilfestellung geben.**

**Die Sicherheit, die nicht nur mit dem Stand der Kriminalitätsstatistik zusammenhängt, ist stark mit dem Bedürfnis nach sozialer Sicherheit gekoppelt, wo die Initiativen der Sozialdemokratie entweder ausgesetzt haben oder vor machtpolitischen Interessen in den Hintergrund getreten sind.**

**Was aber vor allem am breiten Identifizieren mit der SPÖ für die Menschen und Funktionäre fehlt, ist das Moment der „Würde“ und des Ansehen in der übrigen Bevölkerung.**

**Das Bedürfnis sich zu engagieren oder gar selbst zu verwirklichen hat gerade bei der Jugend, die zunehmend unpolitischer wird, ausgesetzt. Auch die ältere Generation, die noch zum Stammwählerpotenzial zählt, ist entweder enttäuscht und ist in die innere Emigration gegangen und träumt von alten Zeiten, wo die Sozialdemokratische Partei, die bestimmende Kraft in Kärnten war.**

## **KONSEQUENZ und KONSEQUENZEN**

**Ausgehend von folgenden zwei Aussagen, die in den Gesprächen immer wieder mit großer Emotion gebracht wurden:**

**„Sozialdemokratische Zukunft - Programmatik statt Personaldebatte ist die Frage“**

**„Nicht für Personen sondern für die Partei kämpfen wir“**

**gibt es nur eine glaubwürdige Konsequenz den „Nachfolger Ambrozy – Parteitag“ zu einem**

## **ARBEITS-PARTEI-TAG**



**umzuwandeln**

**Arbeitskreise sollen das Zentralelement der Tagesordnung des Parteitags sein, die Notwendigkeit der Wahl des (der) Vorsitzenden soll den Ergebnissen folgen und den zur Wahl stehenden Kandidaten(innen) die Gelegenheit bieten, ihre Problemlösungskapazität im Bezug auf das kollektiv Erarbeitete in Referaten darzustellen. Es muss eine Änderung der alten Sichtweise im Sinne „Nicht für die Personen, sondern für die Partei kämpfen wir“, herbeigeführt werden. Die Partei muss weg vom bestehenden**

**Personenkult und der Personen – Debatte, hin zu einer ganzheitlichen Lösungsstrategie für die Bürger.**

**Die Stärke der SPÖ liegt in den vorhandenen Humanressourcen und daher ist es wichtig, ein Parteiprogramm zu erstellen, das die optimale Nutzung dieses Potentials garantiert.**

## **Differenzierung, Voraussetzung für Identifizierung**



**Ein wesentliches Element für Funktionäre und Mitglieder einer sozialdemokratischen Bewegung ist die Unverwechselbarkeit in Programmatik und Zielsetzung. Dieser „Differenzierungsthese“ folgend, ist es dringend notwendig sozialdemokratische Grundwerte auf die Bedingungen einer globalisierten „Scherholder-Gesellschaft“ allgemein verständlich zu transformieren.**

**Ziel ist nicht nur die Immunisierung durch kompensatorische Konsumhaltung. Werte und Bewertungsfaktoren müssen für Bürger(innen) verständlich sein und von Funktionären(innen) mit Begeisterung und Überzeugung verbreitet werden.**

**Unverwechselbarkeit und Glaubwürdigkeit ist ein Zentralelement für die Akzeptanz beim Wähler, und das einzige probate Mittel populistischen Strategien entgegenzuwirken.**

## **NEUE PERSONALENTWICKLUNG IN DER SPÖ**

**Das bisher praktizierte Personenrekrutierung einer partei-internen „Ochsentour“ ist sicher nicht der neueste Stand einer zeitgemäßen Personalentwicklung in einer demokratischen Partei. Auch das stetige Schielen nach „Quereinsteigern(innen)“ ist nicht der Königsweg in der Endabrechnung beim Wähler erfolgreich zu sein.**

**Der neue Leitspruch einer zukunftsorientierten Personalpolitik wird von der Wirtschaft entlehnt und lautet „richtige(r) Frau (Mann) an der richtigen Stelle“.**

**Das bedeutet, wie in der Wirtschaftspraxis, eine permanente Qualitätssicherung durch professionelle Statuserhebung durch internes und externes Assessment.**

## **FUNKTIONÄRE(INNEN) - SYMPATHIE UND LEISTUNGSTRÄGER**

**Durch eine Art Erhebung des Humanpotenzials in der SPÖ könnte herausgefunden werden, WER sich in der Partei für WAS eignet. Nach einer solchen Analyse der Ist-Situation wäre die Partei in der Lage, ihren Parteifunktionären Aufgaben zuzuteilen, die zu ihrem jeweiligen Anforderungsprofil passen, um somit optimale Arbeit für die Bürger leisten zu können.**

**Damit kann auch wieder eine persönliche Bindung zum Bürger und damit zum zukünftigen Wähler hergestellt werden und einer erfolgreichen Landtagswahl steht nichts mehr im Weg.**

## **HUMANINSTITUT**

**Tiefenpsychologisch orientiertes**

**Meinungsforschungsinstitut**

**Dr. Franz Witzeling**

**Soziologe & Kommunikations-Psychologe**

[www.comvivo.net](http://www.comvivo.net)

[www.comvivo.net/humaninstitut](http://www.comvivo.net/humaninstitut)

[www.convinet.com/hss](http://www.convinet.com/hss)