

Poučili jsme se z chyb

Úspěch SPD ve volbách do Spolkového sněmu nebyla náhoda



**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

Přehledně

Po nezdařené volební kampani do Spolkového sněmu v roce 2017 pověřila SPD externí pracovní skupinu, aby kampaň analyzovala a zpracovala. Tento text se věnuje tomu, jak se SPD poučila a co si z výsledků mohly vzít další stranické centrály.

Každé volby do Spolkového sněmu jsou unikátní

Každá předvolební kampaň do parlamentu má svá nepředvídatelná specifika. A pozoruhodně to platí i pro rok 2021. Měsíce před volbami zastínila pandemie, která prakticky neumožňovala větší akce v uzavřených prostorách. Navíc tentokrát svého kandidáta či kandidátku na kancléřskou funkci nominovaly hned tři strany – což přispělo k tříštění stran ve státě. A poprvé se z dvojboje stal trojboj, nejprve jako duel mezi Laschetem a Baerbockovou, v cílové rovině nakonec mezi Laschetem a Scholzem.

V této povětšinou stálé konstelaci se ještě čtyři měsíce před volbami zdálo, že SPD nemá žádnou šanci překročit byť jen dvacetiprocentní hranici. Patřila k jedné z mnoha trvale odepsaných veličin, se zdánlivě neoriginálním kandidátem a spíše žalostnými volebními preferencemi, dokonce i ve své tradičně klíčové, sociální oblasti. Nakonec proběhla cílem s 25,7 procenty a stala se nejsilnější frakcí, ale navíc předčila o úžasných 5,2 procenta výsledek z roku 2017. Tím se SPD vyšvihla na výsledek voleb z roku 2013.

Ponaučení z chyb

Tehdejší předseda strany Martin Schulz učinil v roce 2017 úctyhodné rozhodnutí, že nechá svůj vzestup a pád u voličů a voliček vyhodnotit externí pracovní skupinou. Přestože výsledky dokumentu

Ponaučení z chyb pro něj nebyly pouze lichotivé, zpětně viděno se staly základem úspěchu SPD o čtyři roky později.

Mezi doporučeními dokumentu, která si užší volební tým Olafa Scholze i celé stranické vedení vzali k srdci, najdeme:

- Semknutost strany – i v průběhu mnohaměsíčního frustrujícího období – byla jedinečná. SPD se ještě v žádné kampani nepodařilo vystupovat tak jednotně. Pozoruhodné je to zejména proto, že tým Klara Geywitzová / Olaf Scholz ještě v listopadu 2019 prohrál proti kandidátům na předsednictví Saskia Eskenová / Norbert Walter-Borjans. Nově zvolená předsednická dvojice ale nevyužila tradiční právo vyslat jako první kandidáta či kandidátku na kancléřské křeslo, místo toho se domluvila, že do klání půjde Olaf Scholz. Oběma spolupředsedům a generálnímu tajemníkovi Larsi Klingbeilovi patří velké uznání za to, že spojili síly, udrželi pospolitost strany a plynule se pustili do „ozdravení“ strany.
- Ukázalo se, že pomohlo také brzké jmenování lídra. Když ostatní dvě strany vyslaly v dubnu 2021 do boje Annalenu Baerbockovou a Armina Lascheta, Olaf Scholz už byl tou dobou mediálně „propraný“ – včetně svých slabin – a jasně definovaný.
- SPD mělo jasně definované strategické centrum soustředěné kolem lídra. Vedoucí kampaně Lars Klingbeil organizoval předvolební boj kolem postavy Olafa Scholze a zajistil, že ve stranické centrále všichni spolupracovali. Do procesu vzniku programu byl zapojen i poslanecký klub ve Spolkovém sněmu a také předsedové a předsedkyně zemských vlád, na veřejnosti však nevstupovali do diskusí o obsahu.
- Stranickému vedení se podařilo vměstnat volební program do uceleného dokumentu bez obvyklých vycpávek, neobyčejně krátkého a pregnantního (64 stran).
- Když má SPD nízkou podporu, ztrácí důvěru i v sociální oblasti. Tím, že Olaf Scholz umístil do středu své kampaně minimální mzdu, občanský plat a finančně dostupné bydlení a nenechal nikoho na pochybách ani ohledně úrovně důchodů, podařilo se mu zacelit i tuto slabinu.
- Velkou oporou byla jistě i dobrá práce sociálnědemokratických ministrů a ministryň ve spolkové vládě. Hubertus Heil, Franziska Giffeyová, Christine Lambrechtová, Svenja Schulzeová a s výhradami i Heiko Maas se kvalitativně výrazně lišili od svých křesťansko-demokratických kolegů a kolegyně. Především je ale potřeba vyzdvihnout správnost rozhodnutí vicekancléře Olafa Scholze, který se roku 2018 ujal spolkového ministerstva financí. Během dvou velkých krizí (Covid-19 a záplavy) nejenže rychle a velkou měrou poskytl peníze, ale současně také podpořil své image státníka do nepohody. V předvolebním boji mu to bezesporu pomohlo.
- SPD vybudovala s velkým předstihem před volbami oddělení sociálních médií. Generace, která se na internetu pohybuje nejvíce, při těchto volbách sice nepatřila k těm, které podporují SPD nejsilněji, ale brzké zapojení sociálních médií rozhodně pomohlo.

Chyby ostatních

Olafu Scholzovi a jeho volební kampani samozřejmě pomohly i přešlapy jeho konkurentů. Škobrtání, nejistota a chyby Lascheta a Baerbockové překryly skrz naskrz defenzivní základ Scholzovy kampaně. V jiném kontextu by si kandidát SPD a jeho nabídka mohli snadno vysloužit nálepku „nudní“. A mohlo být ještě hůř. Skandál s Wirecard, daňové podvody Cum Ex a nakonec ještě vyšetřování postupů

finanční zpravodajské jednotky mohly kandidáta dostat značně do úzkých. Zdá se ale, že Scholzův tým možné útoky předvídal a kryl Scholzovi záda. O to víc se zviditelnilly problémy a opomenutí ostatních.

CDU/CSU i Zelení si s oficiální nominací svých kandidátů, resp. kandidátek na kancléřský post dali na čas, nakonec až příliš. Rozhodování bylo bolestivé především u CDU/CSU, a už v sobě skrývalo další chybu, potažmo její důsledek: Veřejný mocenský boj mezi předsedou CSU Markusem Söderem a Arminem Laschetem za CDU odkryl již v raném stádiu rozhádanost spojených stran, i uvnitř CDU samotné. Zatímco Söder neustále poukazoval na stranickou základnu, poslanecký klub ve Spolkovém sněmu a svou vysokou oblíbenost v průzkumech veřejného mínění, Laschet trval na tom, že kandidáta má jmenovat spolkové předsednictvo – s vědomím, že ve stranickém vedení CDU bude mít v rukávu lepší karty než jeho oponent. A tak tomu i bylo. Laschet byl během dlouhé schůze stranického předsednictva, s podporou Wolfganga Schäubleho a Volkera Bouffiera nominován na kandidáta na kancléře.

Söder po celý předvolební boj vysílal signály, že se považuje za lepšího kandidáta. Rozhodnutí stranického předsednictva ale veřejně kritizovaly i hlasy z CDU, především z konzervativního křídla strany, nebo dávaly přinejmenším najevo, že Laschet je pro ně vhodným lídrem pouze s výhradami. Proč by ale voliči a voličky měli podporovat někoho, komu schází opora i od vlastních lidí, v tomto případě členů strany?

Kromě toho důvěra v Lascheta klesala i mezi voliči a voličkami v Severním Porýní-Vestfálsku, kde je Laschet předsedou zemské vlády. Kritizováno bylo jeho řízení koronavirové krize a pozornost na sebe strhávalo i zapletení do skandálu s nákupem roušek. Laschetova kampaň tedy pokulhávala už kvůli chybějící potřebné semknutosti strany, Laschet ale kromě toho propásl velkou šanci prezentovat se jako schopný krizový manažer, vůdčí postava, jíž lze důvěřovat i při existenčních potížích.

Jenomže pak přišla potopa

Bezprostředně po pandemické výzvě přišla další velká událost v podobě obrovských záplav v částech Porýní-Falce a Severního Porýní-Vestfálska. O život přišlo přes 180 lidí a ještě mnohem víc jich všechno ztratilo. Jenomže neobratný Laschet nedokázal přiměřeně reagovat. Místo toho se od svého předsedy vlády mnozí distancovali, protože z něj nevyzařovala žádná suverénnost, jeho PR tým překážel záchranářům v práci a pak ještě vyslal nešťastné obrázky, když ho na tiskové konferenci postavil před hromadu zničeného nábytku. A nakonec se přidal dnes již pověstný záběr, jak se Laschet při proslovu spolkového prezidenta v poničené oblasti směje a vtipkuje.

Nejenže se Laschetovi nepodařilo připsat si při záplavách plusové body, naopak se z nich stalo jeho Waterloo, z něž vyšel jako šašek. Toto označení mu nepropůjčili autoři článku, nýbrž dotázaní v nejrůznějších průzkumech a fokusových skupinách.

Laschetova spolustranička a dosavadní kancléřka Angela Merkelová se nejprve chovala, jako by se jí volební kampaň netýkala a kandidátovi své strany nevyjadřovala veřejnou podporu. I při záplavách jela nejprve do Porýní-Falce a až následně do Severního Porýní-Vestfálska. V Porýní-Falci vznikly empatické záběry, jak spolu s předsedkyní zemské vlády Malu Dreyerovou kráčí ruku v ruce oblastí zasaženou zkázou. Byl to ten druh účasti, který si mnozí slibovali i od Armina Lascheta.

Olafu Scholzovi se současně podařilo prokázat svou kompetenci při zvládání krizí, když rychle a nebyrokraticky poskytl peníze postiženým oblastem. S podobnou rychlostí uvolnil obnos v řádu stovek miliard v rané fázi pandemie koronaviru, a tím zabránil vážnému propadu ekonomiky.

Laschet však neprojevil ani potřebný cit, ani nutné vlastnosti pro krize. Nemluvil ani jazykem běžných lidí. Místo velkého projektu, překvapivé, akční a přesvědčivé politické nabídky představil „zákon na zrychlení plánování“. Jazykový paskvil, který spíš než schopnost myslet na budoucnost evokuje suchopárnou byrokracií. Protože to voliče a voličky neoslovilo, pokusil se se svým týmem pro budoucnost tři týdny před volbami předstírat kompetenci krizového manažera. Předtím tým po svém boku výslovně odmítal – ale vzhledem ke špatným prognózám obrátil. Hlubší smysl tohoto týmu zůstával voličům a voličkám záhadou až do konce, oněch osm tváří většinou nevystoupilo z anonymity.

Načasování je základ úspěchu

Teprve později, ve druhém televizním „trielu“, Laschet zařadil vyšší rychlost, přešel do útočného módu a Scholze napadl, ten ovšem dokázal ofenzívu s klidem vykrýt. Útok přišel příliš pozdě. V té chvíli už mělo nadprůměrně voličů a voliček své volební lístky a zřejmě je už také vyplnili.

Také Zelení svou kandidátku na kancléřku nominovali pozdě, příliš pozdě. Zelení sice vystupovali mnohem jednodušeji než křesťanští demokraté, ale kvůli dlouhému váhání a spekulacím kolem lídra, potažmo lídryně se média následně o to víc zaměřila na Lascheta s Baerbockovou.

Z počátku to bylo pro Baerbockovou výhodou, ale stejně jako Laschet nedokázala tuto pozornost využít pro sebe. Zelení zjevně neměli v rukávu vhodný plán, jak odrazit možné útoky na svou předsedkyni. A tak se kampaň zamotala do obranných bojů proti kritice, že Baerbocková si vylepšila životopis nebo opisovala ve své knize. Reakce nepůsobily plánovitě, spíš nervózně a bezhlavě. Angažovali známého mediálního právníka Christiana Scherze, aby ji ochránil před „pokusem o zničení její pověsti“. Nic z toho nepůsobilo suverénně. Poté se Baerbocková na několik týdnů vytratila a víceméně přenechala scénu Robertu Habeckovi.

V předvolební kampani, v níž jde v první řadě o nalezení vhodného nástupníka či nástupnice po Angele Merkelové, který či která vyvede zemi z aktuální krize a nasměruje její cestu v krizi následující, je personalizace alfou a omegou. Zeleným se to nepodařilo. Podobně nekonzistentní jako vytyčování pozic lídryně byla i kampaň. Až do konce zůstávalo nejasné, kdo je vlastně cílovou skupinou, kterou chtějí Zelení oslovit, což se projevilo například v nešťastném spotu, v němž rozradostnění senioři a seniorky pěli píseň o krásné zemi na melodii známé německé lidovky. Zelení sice jásali nad počtem kliknutí, ale klip sklídl hlavně posměch a urážky a přinejmenším mladší, internetovou generaci neoslovil.

Krátce nato strategický tým Zelených představil nový spot s Baerbockovou v hlavní roli, který ukazoval mnohem temnější obrázek a v rychlých střizích varoval před katastrofálními důsledky klimatické změny. Voličům a voličkám nebylo jasné, jak to jde dohromady s předchozí rozjásanou písni.

Člověk by předpokládal, že záplavy dokážou proměnit v plusové body hlavně Zelení. Mohli názorně bojovat za ideje ochrany klimatu, oběti pocítily klimatickou změnu v její plné síle na vlastní kůži.

V kampani ale nedokázali tuto souvislost předat.

Využitá příležitost

Místo toho využil příležitosti Olaf Scholz – v neobvyklé roli se nenechat zmást. Najednou musel Armin Laschet útočit a sociální demokrat ho dokázal odrazit. Najednou se všechna kritika zaměřovala na křesťanského demokrata a po Scholzovi všechny výhrady jen sklouzly.

Přičemž udělal mnohé správně: Zaměřil se na několik málo centrálních pozic: minimální mzdu, občanský plat, bytovou výstavbu, respekt. Zůstal věrný svému jednoduchému, někdy až nudnému jazyku a do středu kampaně umístil uchopitelná témata: mzdy, důchody a bydlení. CDU/CSU si své pozice u mnoha těchto témat interně nevyjasnila.

Scholz v neposlední řadě využil svou funkci spolkového ministra financí. Ve světle kamer přistál vládním speciálem ve Washingtonu, poskytl stovky miliard na boj s krizí koronaviru, s balíky peněz přispěchal i hned po záplavách v Porýní-Falci a Severním Porýní-Vestfálsku. Projevil schopnost řešit problémy tam, kde byl na jeho oponenta Lascheta smutný pohled. Držel rovnováhu mezi solidním uměním vládnout a nejasnou společenskou potřebou nového začátku. Takovou nabídku SPD už dlouho neposkytla.

Olaf Scholz katapultoval svou stranu do již zdánlivě nepravděpodobných výšin. Základem pro to byla trocha umu, trocha zkušeností z předchozích kampaní a ano, i trocha štěstí. Není ještě jasné, zda to bude stačit na funkci kancléře. Ale po této volební kampani a zaslouženém úspěchu pro to mnohé mluví.

Autoři a autorky

Jana Faus je spoluzakladatelkou a jednatelkou pollytix stragic research gmbh, poradenské agentury opírající se o výsledky výzkumu. Je autorkou mnoha studií, kromě jiného pro Friedrich-Ebert-Stiftung. Spolu s Horandem Knaupem, Yvonne Schroth, Michaelem Rüterem a Frankem Staussem byla členkou externí pracovní skupiny, která analyzovala volební kampaň SPD ve volbách do Spolkového sněmu v roce 2017.

Horand Knaup, dlouholetý korespondent týdeníku Spiegel, je dnes novinářem a spisovatelem v Berlíně a je spoluautorem volební analýzy SPD *Aus Fehlern lernen* (Ponaučení z chyb). Naposledy mu vyšlo: *Alleiner kannst du gar nicht sein: Unsere Volksvertreter zwischen Macht, Sucht und Angst* (spolu s Peterem Dausendem), dtv, 2020.

Seznam literatury

Faus, Jana – Knaup, Horand – Rüter, Michael – Schroth, Yvonne – Stauss, Frank:
Aus Fehlern lernen: Eine Analyse der Bundestagswahl 2017, SPD, 2018,
https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Sonstiges/Evaluierung_SPD__BTW2017.pdf (28. 9. 2021).