

Der SPÖ alte Kleider

**Ein Gratiswahlkampf für die FPÖ außerhalb der
Wahlkampfsaison**

Eine Satire

Von *Ferdinand Claus Ascher*

Wien, Juli 2025

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1 – Die rote Partei mit der blauen Werbeabteilung.....	4
Kampagne gegen den Gegner – oder: Gratisarbeit fürs gegnerische Marketingteam.....	4
Aufmerksamkeit ist keine neutrale Währung.....	5
Ein Kommunikationsdesign, das wirkt – aber leider falsch herum.....	5
Der denkende Teil nickt, der fühlende Teil rebelliert.....	5
Warum tut ihr das?.....	6
„Aber man muss doch etwas sagen!“ – Ja. Aber nicht so.....	6
Die Rechnung geht nicht auf – und doch bezahlt man sie weiter.....	6
Was es stattdessen bräuchte.....	7
Schlussbild: Die ironische Pointe.....	7
Kapitel 2 – Der Feind, den keiner kannte, bis ihr ihm Namen, Farbe und Bühne gegeben habt.....	8
Die Bühne, die ihr ihm gebaut habt – mit Handlauf und Scheinwerfer.....	8
Politische Gravitation: Wer zum Zentrum erklärt wird, wird das Zentrum.....	9
Hättet ihr es nicht besser wissen müssen?.....	9
Die Verpackung: Ihr macht ihn salonfähig, indem ihr ihn skandalisiert.....	9
Der Elefant im Raum: Ihr seid seine Agentur.....	10
Das pädagogische Missverständnis: Wenn man Wähler wie ungezogene Kinder behandelt.....	10
Und die Medien? Die danken euch.....	10
Und die Pointe?.....	11
Kapitel 3 – Reaktanz – oder: Sag bitte einem Österreicher, was er NICHT tun soll.....	12
Was ist Reaktanz – und warum ist sie so wichtig?.....	12
Beispiel aus dem echten Leben: Die Shampoo-Warnung.....	13
Verbotssprache aktiviert psychologische Abwehrmechanismen.....	13
Der Alpencharakter: Ein Volk aus innerem Trotz geschnitzt.....	14
„Gegen Kickl“ ist ein Wahlauf Ruf – aber leider der falsche.....	14
Reaktanz ist messbar – und sie wächst mit jeder moralisierenden Kampagne.....	14
Und das Fernsehen? Macht mit.....	15
Was lernt man daraus?.....	15
Fazit: Wer Reaktanz nicht versteht, verliert gegen sie.....	15
Und deshalb:.....	16
Kapitel 4 – Mehr des Selben – Wenn das System versagt, drehen wir es einfach lauter.....	17
Die Kampagne funktioniert nicht?.....	17
Die politische Werkzeugkiste – mit nur einem Hammer.....	18
Was ist „mehr des Selben“?.....	18
Die Wirkung von „mehr des Selben“ in Zahlen.....	18
Der menschliche Reflex: „Ich hab alles gegeben“.....	19
Rückblick auf die Strategie:.....	19
Die Campagne als Placebo.....	20
Symbolpolitik: Wenn man sein eigenes Lager verheizt.....	20
Lösungsvorschlag – für alle, die noch zuhören:.....	20
Kapitel 6 – Die Politik der Negation.....	22
Wählt nicht die, wählt nicht das, wählt nicht dort.....	22
Der Negationsreflex als Ersatz für Vision.....	22
Politische Kommunikation als Verbotskatalog.....	23
Wer nur „nein“ sagt, überlässt das „ja“ den anderen.....	23
Die FPÖ als Nutznießer der verbotsfixierten Kommunikation.....	24
Keine Antwort auf die eigentliche Frage: Warum überhaupt SPÖ?.....	24
Die Rhetorik der Ablehnung erzeugt keine Zugehörigkeit.....	25
Wie es anders ginge – ein Gedankenexperiment.....	25
Fazit: Wer nur nein sagt, wird nie gewählt, um ja zu sagen.....	26

Kapitel 7 – Die mediale Schleife.....	27
Ihr schreit „Alarm!“, die Medien sagen „Breaking!“.....	27
Das erste Gesetz der Medienaufmerksamkeit:.....	27
Der Weg in die Schlagzeile: über die moralisch empörte Gegenseite.....	28
Die Ironie:.....	28
Wie aus dem Gegner ein Mythos wird.....	29
Aufmerksamkeit ist kein neutrales Gut.....	29
Die Dynamik der Empörung als Medienpartner.....	30
Die echte Botschaft fehlt.....	30
Fazit:.....	30
Kapitel 8 – Warum das alles trotzdem menschlich ist.....	31
Und warum’s nicht reicht.....	31
Der Mensch hinter der Kampagne.....	31
Die Trauer der Mitte-Links-Seele.....	32
Die Angst vor dem Nichts.....	32
Wenn Wut die Empathie frisst.....	33
Die Sehnsucht nach Erlösung – durch Campagne.....	33
Das Dilemma der Aufrichtigen.....	34
Und deshalb: Menschlich, ja – aber strategisch fatal.....	34
Fazit: Es ist okay, Angst zu haben.....	35
Kapitel 9 – Der Therapieplan.....	36
Drei Schritte zur politischen Impulskontrolle.....	36
Schritt 1: Mund halten, wenn's wieder juckt.....	36
Schritt 2: Sätze anfangen mit „Wir wollen...“, nicht mit „Wir sind gegen...“.....	37
Schritt 3: Nur dann Plakate drucken, wenn man wirklich weiß, was draufstehen soll.....	38
Bonusmodul: Die innere Kommunikations-WG aufräumen.....	38
Praktische Übung: Die Kickl-Diät.....	39
Der Patient kann genesen – wenn er will.....	39
Kapitel 10 – Der blaue Riese, den ihr selbst erschaffen habt.....	40
Oder: Wie man seinen Gegner füttert, bis er einem über den Kopf wächst.....	40
Die Erschaffung des Mythos.....	40
Politische Fotogenese: Wie man Feinde inszeniert.....	41
Der Unterschied zwischen Gegner und Held.....	41
Der Kickl-Effekt: Ein Riese auf Parteikredit.....	42
Was der SPÖ bleibt:.....	43
Das Bild zum Schluss.....	43
Fazit: Ihr habt einen Riesen erschaffen.....	44

Kapitel 1 – Die rote Partei mit der blauen Werbeabteilung

Wenn Parteien Menschen wären, dann säße die SPÖ derzeit vermutlich auf einer kunstledernen Wartebank im Bezirkskrankenhaus für politische Selbstverletzungen. Im Arm einen Stapel Drucksorten, am Schoß das ausgeleierte Parteibuch, in den Augen der leicht glasige Blick von jemandem, der sehr lange sehr überzeugt war – nur halt leider vom Falschen.

Und was ist passiert?

Nichts, was man nicht hätte kommen sehen können. Man hat lediglich beschlossen, wieder einmal **eine große Kampagne zu starten**. Gegen etwas. Gegen jemanden. Genauer gesagt: Gegen den, der ohnehin schon jeden Tag Schlagzeilen bekommt.

Herbert Kickl.

Kampagne gegen den Gegner – oder: Gratisarbeit fürs gegnerische Marketingteam

Die SPÖ hat's sich also wieder einmal gedacht:

„Jetzt zeigen wir's ihm!“

Und weil gute Absichten bekanntlich ein hervorragender Baustoff für das politische Fegefeuer sind, hat man sich hingesetzt und die große Idee geboren:

Plakate. Große Plakate. Viele Plakate. Mit Slogans. Gegen Kickl.

Und während die Druckmaschine warm läuft, sitzt auf der anderen Seite der Innenpolitik ein Herbert Kickl, lächelt in sich hinein, legt die Beine auf den Tisch, und murmelt wahrscheinlich etwas wie:

„Endlich tut wieder wer was für mein Image.“

Es ist ein bisschen so, als würde man einem Schulrowdy jeden Tag eine Bühne bauen, ein Mikrofon in die Hand drücken und ein Publikum organisieren – nur um dann empört darüber zu sein, dass er redet.

Aufmerksamkeit ist keine neutrale Währung

Was die SPÖ offenbar hartnäckig ignoriert:

Aufmerksamkeit wirkt nie neutral.

Jedes Mal, wenn man jemanden in den Fokus rückt, **verleiht man ihm Bedeutung**. Man macht ihn sichtbar.

Im Marketing heißt das „Brand Reinforcement“. In der Politik nennt man's Reaktanzverstärkung.

Aber in der SPÖ?

Da nennt man's anscheinend:

„*Strategisches Gegenhalten mit klarer Kante.*“

Klingt gut. Funktioniert nur leider nicht.

Ein Kommunikationsdesign, das wirkt – aber leider falsch herum

Die Kampagne ist visuell durchdacht, das muss man ihr lassen.

Professionelle Typografie, saubere Farbwahl, große klare Botschaften.

Nur leider:

Die zentrale Botschaft ist nicht „SPÖ“.

Sondern:

„Kickl“.

Ob es nun „Kickl ist keine Lösung“ heißt oder „Kickl gefährdet Österreich“ oder „Kickl redet viel, bewegt nichts“ – das semantische Zentrum jeder Aussage ist **Kickl**.

Wer's nicht glaubt, darf gern einen Gedankenversuch machen:

Stell dir vor, jemand sieht dein Plakat im Vorbeigehen, scannt es zwei Sekunden lang – was bleibt hängen?

Genau:

Kickl.

Der denkende Teil nickt, der fühlende Teil rebelliert

Und selbst wenn jemand den ganzen Text liest und sagt:

„*Ja, stimmt eh, der Kickl ist gefährlich, das muss man sagen dürfen*“ –

so bleibt doch die Wirkung auf der unbewussten Ebene bestehen:

Wer präsent ist, ist relevant.

Wer häufig genannt wird, wirkt zentral.

Und wer ständig Thema ist, wird zur politischen Gravitation – egal, ob positiv oder negativ aufgeladen.

Mit anderen Worten:

Ihr habt euch in den Medienzyklus eures Gegners eingemietet – und zahlt auch noch selbst die Miete.

Warum tut ihr das?

Man könnte jetzt fragen:

„Warum macht ihr das? Seid ihr naiv?“

Die ehrliche Antwort lautet vermutlich:

Nein. Ihr seid verzweifelt.

Verzweifelt, weil ihr spürt, dass da draußen etwas kippt.

Weil die alten Milieus nicht mehr tragen.

Weil das, was früher funktioniert hat, heute niemanden mehr interessiert.

Weil Wut lauter ist als Vernunft, und Emotionen stärker sind als Sachargumente.

Und so greift man zur Gegenoffensive.

Nur dass es halt keine Offensive ist.

Es ist eine **psychologische Selbstsabotage mit Rückschein.**

„Aber man muss doch etwas sagen!“ – Ja. Aber nicht so.

Natürlich kann man nicht schweigen.

Natürlich darf man den Rechtspopulismus nicht still hinnehmen.

Aber wenn man es **nur** schafft, in Ablehnung zu kommunizieren,

dann redet man **nicht mehr über sich selbst** –

sondern über das, **was man fürchtet.**

Und Wähler*innen, das ist nun mal so,

ziehen **nicht zu dem, der fürchtet.**

Sondern zu dem, **der wie ein Leuchtturm wirkt.**

Oder zumindest wie ein Flutlicht.

Oder wie eine sehr, sehr laute Hupe mit Baseballkappe.

Die Rechnung geht nicht auf – und doch bezahlt man sie weiter

Rechnet man's zusammen:

- Mehr Sichtbarkeit für die FPÖ ✓
- Weniger inhaltliches Profil für die SPÖ ✓
- Ein Wahlvolk, das keine Alternative spürt ✓
- Und ein politisches Establishment, das sich an der eigenen Empörung wärmt ✓

Gratulation: Ihr habt eine Kampagne geschaffen, die **alles erfüllt** – **außer den Zweck.**

Was es stattdessen bräuchte

Es bräuchte:

- Eine klare Vision, die **nicht** „**nicht Kickl**“, sondern „**SPÖ, weil...**“ lautet
- Ein Narrativ, das **verbindet**, nicht nur **warnt**
- Eine Kommunikationsstrategie, die **nicht das Blaulicht fokussiert**, sondern das Fenster zur Zukunft öffnet

Und vor allem:

Es bräuchte den Mut, **Kickl nicht zu brauchen**, um sich selbst zu erklären.

Schlussbild: Die ironische Pointe

Die Kampagne ist perfekt geplant, handwerklich sauber, inhaltlich präzise.

Nur leider hat sie denselben Effekt,

als würde man auf einer Party stehen,

mit einem Megaphon in der Hand rufen:

„Bitte denkt nicht an den nackten Kickl auf einem Elefanten!“

Tja.

Jetzt hast du das Bild im Kopf.

Und die Leute auch.

Und in den Umfragen?

Wundert ihr euch wieder, warum alle vom Elefanten reden.

Kapitel 2 – Der Feind, den keiner kannte, bis ihr ihm Namen, Farbe und Bühne gegeben habt

Stellen wir uns vor, ihr seid im Kino. Es läuft ein Film. Ein bisschen seicht, etwas vorhersehbar, das Drehbuch schwankt zwischen tragischer Komödie und politischem Lehrstück.

Und da ist er: der Bösewicht.

Zwei Minuten Screentime, wenig Text, schmallippig, aber effizient.

Ein klassischer Nebencharakter.

Und dann steht plötzlich jemand vom Produktionsteam auf, läuft mitten durch den Saal, reißt den Vorhang runter, schaltet das Licht an, zeigt auf den Nebendarsteller und ruft:

„Dieser Mann ist gefährlich! Schaut ihn euch an! Jeder soll ihn sehen!“

Und genau da beginnt die Verwechslung.

Denn in dem Moment ist er kein Nebendarsteller mehr.

Er ist der Hauptdarsteller.

Die Bühne, die ihr ihm gebaut habt – mit Handlauf und Scheinwerfer

Was ist die wichtigste Währung in der politischen Kommunikation?

Sichtbarkeit.

Und was habt ihr der FPÖ geliefert?

Premium-Sichtbarkeit.

Ihr habt das Wahlkampfäquivalent eines Laserschwerts in die Hand des Gegners gelegt und darunter ein Schild montiert:

„Achtung! Diese Waffe ist gefährlich – bitte ignorieren Sie sie nicht.“

Es ist ein Kunststück.

Ein PR-Kunststück.

Und ihr habt es vollbracht.

Aus einem Berufsempörten mit Grubenhelm und toxischem Phrasenvorrat wurde ein nationales Phänomen.

Nicht, weil er gut wäre.

Sondern weil ihr ihn in Großaufnahme gezeigt habt.

Politische Gravitation: Wer zum Zentrum erklärt wird, wird das Zentrum

Man nennt das Phänomen **Agenda-Setting durch Negativfixierung**.

Das ist keine wilde Theorie, sondern empirisch gut belegt.

Wenn ihr eine Figur – selbst ablehnend – **ständig wiederholt**, dann wird sie zur **Bezugsgröße aller Debatten**.

„Wird Kickl uns aus der EU führen?“

„Was sagt Kickl zur Inflation?“

„Wie reagiert Kickl auf das SPÖ-Plakat?“

Herzlichen Glückwunsch.

Ihr habt ihn zur Referenz gemacht.

Hättet ihr es nicht besser wissen müssen?

Doch.

Denn es ist nicht das erste Mal.

Nicht einmal das fünfte Mal.

Ihr habt das bei Haider gemacht.

Ihr habt das bei Strache gemacht.

Ihr habt das bei Hofer gemacht.

Ihr habt das bei Kickl *vor fünf Jahren schon mal gemacht*.

Und jetzt?

Jetzt macht ihr's wieder.

Nur mit mehr Budget, mehr Slogans und weniger Reflexion.

Es ist, als würde man versuchen, einen Fettbrand mit Wasser zu löschen.

Und sich dann wundern, warum die Küche explodiert.

Die Verpackung: Ihr macht ihn salonfähig, indem ihr ihn skandalisiert

Jede Skandalisierung normalisiert.

Warum?

Weil sie einen Platz im Diskurs verankert.

Wenn ihr ihn „unerträglich“ nennt, heißt das: „**Er ist im Raum.**“

Wenn ihr sagt „Man darf ihm nicht glauben“, sagt ihr: „**Aber man darf ihm zuhören.**“

Wenn ihr ruft „Er ist eine Gefahr!“, ruft ihr gleichzeitig:

„**Er ist eine reale Option.**“

Der Elefant im Raum: Ihr seid seine Agentur

Wisst ihr, wer in Herbert Kickls Team für strategische Kommunikation zuständig ist?

Ihr.

Ihr liefert die Kontraste, die Schlagzeilen, die Emotionalisierung.

Ihr liefert die Konflikterzählung, die er braucht: „*Die da oben gegen uns da unten.*“

Ihr haltet die Illusion aufrecht, dass da ein **System** gegen ihn kämpft – obwohl er längst Teil dieses Systems ist.

Ihr macht ihn zum Underdog.

Und nichts liebt der politisch desillusionierte Mensch mehr,
als einen Underdog, der sagt:

„*Ich schlag euch mit eurer eigenen Arroganz.*“

Das pädagogische Missverständnis: Wenn man Wähler wie ungezogene Kinder behandelt

Wenn ein Vierjähriger nach dem Spielzeug greift, das er nicht haben darf – dann ist das ein Lernmoment.

Wenn ihr Wähler*innen sagt:

„**Das darfst du nicht wählen!**“

reagieren sie genauso.

Und dann wundert ihr euch,

warum sie auf dem Wahlzettel aus Trotz **das Kreuz genau dort setzen**, wo's am meisten scheppert.
Nicht aus Überzeugung.

Sondern weil ihr sie **emotional dorthin geprügelt habt.**

Und die Medien? Die danken euch.

Für jede SPÖ-Kampagne gegen Kickl gibt es:

- einen Artikel auf ORF.at
- eine Sondersendung bei Puls24
- eine Social-Media-Welle
- ein internes Aufatmen bei der FPÖ-Pressestelle
- und ein leichtes Lächeln bei oe24, das mit „*Kickl: Ich werde verfolgt!*“ gleich das nächste Titelbild hat.

Was ihr macht, ist:

eine Oppositionspartei zur gefühlten Regierungspartei aufblasen.

Und euch selbst zur Partei, die sich wahlweise um sich selbst oder um ihren Gegner dreht – aber nie um Lösungen.

Und die Pointe?

Wenn die Wahl vorbei ist,
und ihr wieder einmal enttäuscht den Wahlabend kommentiert –
dann wird es heißen:

„Wir haben alles getan, um vor Kickl zu warnen.“

Und das wird stimmen.

Ihr habt alles getan.

Nur nicht das Richtige.

Kapitel 3 – Reaktanz – oder: Sag bitte einem Österreicher, was er NICHT tun soll

Es gibt da ein psychologisches Prinzip, das wirkt zuverlässig wie das Gesetz der Schwerkraft und ist gleichzeitig so österreichisch, dass man es eigentlich in den Verfassungsrang heben könnte.

Es lautet:

„Sag einem Österreicher, was er nicht tun soll – und schau zu, wie er es mit Inbrunst z’Fleiß tut.“

Man nennt das in der Wissenschaft **Reaktanz**.

In der Politik nennt man’s „**strategische Selbstzerstörung mit Warnschildern**“.

Und in der SPÖ?

Da nennt man’s vermutlich „**Aufklärungskampagne mit Haltung**“.

Was ist Reaktanz – und warum ist sie so wichtig?

Reaktanz ist das, was passiert, wenn Menschen das Gefühl haben, dass man ihnen **ihre Entscheidungsfreiheit einschränkt**.

Nicht nur durch Gesetze, sondern schon durch **Hinweise, Ratschläge, Mahnungen, Bevormundungen**.

Je direkter der moralische Zeigefinger, desto größer das innere Bedürfnis, genau **dagegen** zu handeln.

Kurz:

Reaktanz ist das Trotzalter – nur mit Wahlrecht.

Und wenn die SPÖ aktuell eine Sache mit beeindruckender Konsequenz betreibt, dann ist es genau das:

Sie erzeugt Reaktanz.

Beispiel aus dem echten Leben: Die Shampoo-Warnung

Stell dir vor, du gehst in eine Drogerie.

Du willst ein Shampoo kaufen.

Und da steht's:

„Kaufen Sie auf keinen Fall das blaue Shampoo – es ist gefährlich, unsozial, populistisch und schlecht für Ihre Kopfhaut.“

Was tust du?

- Option A: Du gehst nach Hause und sagst: *„Danke, liebe Firma, dass ihr mich vor dem bösen Shampoo gewarnt habt.“*
- Option B: Du denkst dir: *„Moment... Wenn sie SO DAGEGEN sind, muss es irgendetwas können.“* – und kaufst es.

Willkommen im Reaktanz-Paradoxon.

Und willkommen in der SPÖ-Kampagnenlogik.

Verbotssprache aktiviert psychologische Abwehrmechanismen

Wenn man sagt:

- *„Kickl ist keine Lösung!“*
- *„Kickl ist gefährlich!“*
- *„Kickl darf niemals regieren!“*

...dann meint man vielleicht:

„Schaut her, wir wollen euch schützen!“

Was aber ankommt, ist:

- *„Ihr seid zu blöd, das selbst zu erkennen.“*
- *„Wir vertrauen euch nicht, selbständig zu denken.“*
- *„Wir wissen besser, was gut für euch ist.“*

Und wer auf diese Weise angesprochen wird, hört **nicht zu** – er geht **in Opposition**.

Der Alpencharakter: Ein Volk aus innerem Trotz geschnitzt

Die Reaktanz ist in Österreich nicht nur psychologisch, sie ist **kulturell tief verankert**.

Wir haben ein **Misstrauen gegen Autoritäten**, das historisch gewachsen ist.

Kaisertum, Ständestaat, Nationalsozialismus, Besatzungszeit, Beamtenhumor – das prägt.

Und was passiert, wenn nun **eine Partei, die jahrzehntelang selbst den Ton angegeben hat**, plötzlich beginnt, mit erhobenem Zeigefinger zu predigen?

Richtig.

Das Kind in uns sagt: „JETZT ERST RECHT.“

„Gegen Kickl“ ist ein Wahlaufruf – aber leider der falsche

Die Plakate, die Spots, die Facebook-Kampagnen der SPÖ meinen:

„Kickl? Um Gottes willen, bloß nicht!“

Aber was beim Rezipienten ankommt, ist:

„Da will mir wieder jemand vorschreiben, was ich zu wählen habe. Dann wähle ich das Gegenteil.“

Und das besonders perfide daran ist:

Das funktioniert **nicht nur bei den ganz Rechten**.

Sondern **auch bei jenen, die sich einfach nicht gängeln lassen wollen**.

Die denken nicht: *„Kickl ist super“*

Die denken: *„Die SPÖ glaubt schon wieder, sie hat die Deutungshoheit – die Zeiten sind vorbei.“*

Reaktanz ist messbar – und sie wächst mit jeder moralisierenden Kampagne

Man kann Reaktanz mittlerweile **messen**.

In psychologischen Studien zeigt sich:

- Je mehr Warnungen, desto mehr Trotz.
- Je mehr Angstmache, desto mehr Abwehr.
- Je mehr Bevormundung, desto weniger Vertrauen.

Ihr seht das auch in euren eigenen Umfragen:

Die Zustimmung zur Kampagne ist **unter den Überzeugten hoch** – aber **unter den Wechselwählern negativ**.

Das ist wie, wenn man einem Kind erklärt:
„Iss den Brokkoli, sonst wirst du nie groß!“
– und es sich stattdessen einen Ziegelstein in den Mund steckt.
Nicht, weil es glaubt, dass Ziegel gesund sind.
Sondern weil **ihr Widerstand produziert habt mit Eurem Geschubse.**

Und das Fernsehen? Macht mit.

Was denkt ihr, wie oft der Name „Kickl“ in den letzten Wochen gefallen ist?

- In Nachrichtensendungen?
- In Diskussionsrunden?
- In sozialen Netzwerken?
- In Wahlprognosen?

Und was war der Auslöser?

Eure Kampagne.

Nicht Kickl selbst.

Eure Panik vor ihm.

Was lernt man daraus?

Wenn man ein Problem **nicht benennen kann**, wird es größer.
Aber wenn man ein Problem **ständig benennt, ohne Lösung anzubieten**,
dann verwandelt man es in ein **Mythoswesen**.

Kickl ist längst kein Mensch mehr in der politischen Wahrnehmung –
er ist **ein Chiffre**, ein **Symbol**, ein **Projektionsraum**.

Und ihr?

Ihr seid seine **Geburtshelfer**.

Mit jedem Plakat, jedem Post, jeder Pressekonferenz.

Fazit: Wer Reaktanz nicht versteht, verliert gegen sie

Wenn ihr weiter so kommuniziert,
dann braucht ihr gar keine Gegendemonstrationen,
keine rechten Shitstorms, keine Skandale mehr.

Ihr erledigt das **ganz allein** –
mit einer pädagogischen Rhetorik,
die **die Leute nicht abholt, sondern abschreckt.**

Und deshalb:

Wenn ihr wirklich verhindern wollt,
dass Menschen aus Trotz das Falsche wählen –
dann hört auf, **ihnen zu sagen, was sie nicht tun dürfen.**
Und fangt an, **ihnen zu zeigen, wofür ihr steht.**

Denn sonst habt ihr recht behalten –
aber am Ende bleibt nur das traurige Gefühl,
dass die Leute aus Prinzip das Gegenteil gewählt haben.

Und wer kann es ihnen verübeln?
Ihr habt sie ja dazu eingeladen.

Kapitel 4 – Mehr des Selben – Wenn das System versagt, drehen wir es einfach lauter

Es gibt in der Verhaltenspsychologie ein faszinierendes Phänomen, das sich „**perseverative Repetition**“ nennt.

Ein fancy Begriff für etwas ganz Simples:

*Wenn etwas nicht funktioniert, wiederholt man es. Und zwar so lange, bis es garantiert immer noch nicht funktioniert – nur eben **lauter**.*

Und wenn es eine politische Bewegung gibt, die diese Kunstform zur Perfektion gebracht hat, dann ist es die SPÖ.

Die Kampagne funktioniert nicht?

Na dann machen wir...

mehr davon!

Die Umfragen reagieren nicht auf das Anti-Kickl-Plakat?

Kleben wir halt noch zehn mehr.

Die Menschen ignorieren unsere Warnung vor dem blauen Populisten?

Gut, dann machen wir einen Instagram-Post mit Gewittergrafik.

Die FPÖ wächst trotzdem weiter?

Los, schnell: Sondersendung auf ORF III, Sonderstatement von Babler, Sondersonderpapier vom Pressesprecher.

Denn das hat ja schon bei den letzten fünf rechten Aufmärschen auch nicht funktioniert – und wenn sich etwas wiederholt bewährt hat, dann ist es bekanntlich das **Systematische Versagen mit Ankündigung**.

Die politische Werkzeugkiste – mit nur einem Hammer

Die SPÖ ist, man muss es so sagen,

inzwischen **der Hausmeister einer bröckelnden Kommunikationsarchitektur**,

der auf jede Wand ein Loch hämmert –

weil er **nur einen Hammer hat**

und **noch nie eine Wasserwaage gesehen hat**.

- Problem? Hammer.
- Widerspruch? Hammer.
- Kickl? Doppelhammer.
- Wählerbeschwerde? Hammer mit Gravur.
- Hoffnung? Zementiert unter einer Plakatwand.

Was ist „mehr des Selben“?

Es ist der Irrglaube, dass ein **Wirkungsverlust** durch **Mengensteigerung** kompensiert werden kann.

Es ist das politische Pendant zum „Ich-liebe-dich“-Schreien in einer zerbrochenen Beziehung, wo längst keiner mehr zuhört.

Es ist der verzweifelte Versuch, mit **Druck** etwas zu ersetzen, das man **an Bedeutung verloren hat**.

Oder, um es kabarettistisch zu sagen:

*Wenn dir beim Flirten die Wirkung Deiner Worte fehlt, hol bitte nicht den Dildo raus.
Und schicke schon gar keine Dick Pics.*

Die Wirkung von „mehr des Selben“ in Zahlen

Man sieht das regelmäßig bei Wahlumfragen:

- Erste Warnung vor Kickl → 1 % Schwankung.
- Zweite Warnung → 0,3 % Reaktanz-Effekt.
- Dritte Welle → FPÖ bei 28 %.
- Vierte Phase (also jetzt):
FPÖ bei 35%, SPÖ mit „großer Entschlossenheit“ bei 19 %, Tendenz:
Wir machen weiter – jetzt erst recht. Die verstehen uns einfach nicht, wir brauchen nur mehr des Selben, also mehr Lautstärke, dann wird alles gut!
Weil: Die Richtung stimmt, die Ergebnisse sind der Beweis!

Das nennt man dann **Erfolg durch Beharrlichkeit** –
nur halt **nicht den eigenen**.

Der menschliche Reflex: „Ich hab alles gegeben“

Warum machen das Politiker:innen trotzdem?

Weil es sich **anfühlt**, als hätte man **etwas getan**.

Beruhigt das Gewissen, und der Tag hat Struktur.

Das ist der Unterschied zwischen **Handeln und Wirkung**.

Ein Plakat fühlt sich wie eine Tat an.

Eine Pressekonferenz erzeugt den Eindruck von Aktivität.

Ein Wahlkampfvideo suggeriert: „*Wir sind da, wir kämpfen!*“

Aber was bleibt, ist:

Ein Gegner, der die Ernte eurer Mühe einfährt.

Rückblick auf die Strategie:

Wenn Plan A nicht klappt –
dann nimm Plan A.

Die SPÖ wirkt derzeit wie ein Windows-98-Rechner im Endlos-Neustart:

Jedes Mal dasselbe Skript.

Jede Wahl derselbe Ablauf:

1. Analyse: „Die FPÖ profitiert von Ängsten.“
2. Reaktion: „Wir warnen davor.“
3. Ergebnis: „Die FPÖ wächst weiter.“
4. Lösung: „Wir warnen LAUTER.“
5. Feedback: „Haben wir’s zu leise gesagt?“
6. Neue Strategie: „Laut UND in Rot.“

Die Ironie ist:

Ihr behandelt die Bevölkerung wie schwerhörige Kinder,
während die Bevölkerung euch längst **den Ton abgedreht hat.**

Die Campagne als Placebo

Wenn’s nicht so tragisch wär, wär’s fast poetisch:

Die SPÖ veranstaltet mal wieder eine Campagne –
während die FPÖ längst in WhatsApp-Gruppen, TikTok-Formaten
und Wirtshausrunden ihre Erzählung verteilt.

Und was bietet ihr dem?

Multiplikatoren.

Und dann wundert ihr euch,
dass euch keiner mehr zuhört,
während der andere den Stammtisch regiert.

Symbolpolitik: Wenn man sein eigenes Lager verheizt

„Wir müssen Haltung zeigen!“

Ja, schon.

Aber Haltung heißt nicht,
gegen den Wind zu pinkeln
und dann beleidigt zu sein, wenn es feucht wird.

Haltung ist nicht das proklamieren von Antiparolen.

Haltung ist:

eigene Inhalte, eigene Bilder, eigene Angebote –
nicht das politische Äquivalent von „Aber er hat angefangen!“

Sondern **Lösungen**.

Lösungsvorschlag – für alle, die noch zuhören:

Wenn ihr wirklich etwas ändern wollt,
dann versucht nicht, Kickl zu verbieten.

Versucht lieber, **so attraktiv zu kommunizieren,**
dass er irrelevant wird.

Denn wenn ihr auf jede seiner Provokationen reagiert,
seid **ihr nicht sein Gegner,**
sondern **sein Werbemultiplikator.**

Und wenn ihr glaubt,
dass mehr Plakate, mehr Presse, mehr Lautstärke helfen –
dann fragt euch bitte:

Hat es das jemals getan??

Wenn nicht,
dann ist vielleicht nicht Kickl das Problem –
sondern **die Idee, dass ihr ohne ihn keine eigenen Ideen habt.**

Kapitel 6 – Die Politik der Negation

Wählt nicht die, wählt nicht das, wählt nicht dort

Willkommen bei der vielleicht ehrlichsten Selbstbeschreibung der SPÖ-Kampagnenstrategie seit 2017:

"Wir wissen nicht, was wir wollen – aber wir wissen ganz genau, was wir NICHT wollen."

Ein bisschen wie ein Restaurant, das mit Plakaten wirbt:

"Kommen Sie zu uns!
Wir servieren nicht: Ratten, Nägel oder Gift.
Alles andere?
Wird noch beraten."

Der Negationsreflex als Ersatz für Vision

Wenn man nicht weiß, wo man hinwill,
dann hilft es zumindest zu rufen, wo man NICHT hinwill.
Die SPÖ hat das perfektioniert.

- *Keine Koalition mit Kick!*
- *Keine Normalisierung rechter Sprache!*
- *Keine Sozialkürzungen!*
- *Keine Politik der Spaltung!*

Alles löblich.

Alles wichtig.

Nur eben: **kein Angebot.**

Ein Wahlplakat, das sagt, wogegen man ist,
ist wie eine Einladungskarte mit dem Text:

„Sie sind eingeladen, aber nicht zu spät, nicht im Anzug, und bitte bringen Sie keine Blumen mit.“

Politische Kommunikation als Verbotskatalog

Statt einer Erzählung gibt's eine Liste.

Statt einer Vision ein Regelwerk.

Statt eines Wegweisers ein Stoppschild.

So liest sich die SPÖ-Wahlbotschaft:

- Nicht mit Rechten reden.
- Nicht den Sozialstaat antasten.
- Nicht die Ungeimpften vergessen.
- Nicht das Klima übersehen.
- Nicht, nicht, nicht.

Der Wähler steht davor wie vor einem Türschild mit fünf Ausrufezeichen.

Und denkt sich:

„Ich wollte eigentlich nur wissen, ob ich hier rein darf.“

Wer nur „nein“ sagt, überlässt das „ja“ den anderen

Das Problem an der Negation ist nicht, dass sie falsch wäre.

Das Problem ist, dass sie leer bleibt.

Denn während die SPÖ in ihrer Campagnenwirtschaft erklärt,

wer alles NICHT regieren darf,

steht die FPÖ mit einem Pflaster auf dem Mund in der Mitte der Aufmerksamkeit

und inszeniert sich als Opfer der Meinungsdictatur.

Und währenddessen fragt sich ein nicht unbeträchtlicher Teil der Bevölkerung:

„Okay. Die darf ich nicht wählen.

Die anderen sagen auch nix.

Wen darf ich dann eigentlich wählen?

Oder wollt ihr, dass ich daheim bleib und Kreuzerl bingo spiel?“

Die FPÖ als Nutznießer der verbotsfixierten Kommunikation

Die Negationsstrategie führt zu genau einem Ergebnis:

Sie macht den Gegner zum Bezugspunkt aller Orientierung.

Wenn das einzige, was die SPÖ kommuniziert, darin besteht zu erklären, was mit Kickl alles nicht geht, dann folgt daraus:

- Er ist der Benchmark.
- Er ist das Zentrum.
- Er ist die Hürde, an der ihr euch abarbeitet.

Das nennt man in der politischen Kommunikation einen **Verankerungseffekt**.

Und ihr habt den Anker ausgerechnet dort versenkt, wo der Bodensatz des Populismus am tiefsten ist.

Keine Antwort auf die eigentliche Frage: Warum überhaupt SPÖ?

Während die SPÖ erklärt, warum man FPÖ, ÖVP und manchmal auch die Grünen nicht wählen sollte, vergisst sie die einzige Frage, die wirklich zählt:

„Warum eigentlich euch?“

Was habt Ihr eigentlich anzubieten, außer mit Volldampf vorwärts in die Nostalgie Vergangenheit?

Die Antwort darauf bleibt oft aus.

Oder kommt in Form von 47-seitigen PDF-Programmen mit

„Maßnahmenkatalog zur Förderung der systemrelevanten Branchen unter Berücksichtigung von EU-Leitlinien 2030“.

Herzlichen Glückwunsch.

Damit gewinnt man in Brüssel vielleicht einen Stempel – aber keinen Bauch, kein Herz, kein Kreuzerl.

Die Rhetorik der Ablehnung erzeugt keine Zugehörigkeit

Eine Bewegung lebt nicht davon, dass sie weiß,
wer draußen bleiben soll.

Sondern davon, dass sie zeigt, **wofür es sich lohnt, drinnen zu sein.**

- Wogegen seid ihr?
Ja, klar.
- Aber **wofür** steht ihr?
- Wie fühlt sich das an, SPÖ zu wählen?
- Welche Geschichte erzählt ihr damit?
- Welche Bilder ruft das hervor?

Und wenn das niemand beantworten kann –
dann seid ihr **keine Bewegung mehr**,
sondern **eine Abwehrgemeinschaft mit Plakatkleberlaubnis.**

**Und wenn man sich mal genauer ansieht, wie schnell man bei Euch für den leiseten
Widerspruch aus der Partei gemobbt wird, warum will man dort eigentlich dabei sein?**

Ach ja, richtig. Um Befehlsempfänger:in für Sinnloskampagnen zu sein.

Wie es anders ginge – ein Gedankenexperiment

Stellt euch vor:

Eine Kampagne, in der ihr Kickl **nicht erwähnt.**

In der ihr stattdessen Gesichter zeigt.

Träume.

Biografien.

Zukunftsbilder.

Statt:

„Kickl ist keine Lösung.“

Ein Plakat mit:

„Mein Kind soll frei aufwachsen. Und nicht wütend.“

– Aylin, 28, Volksschullehrerin.

Oder:

„Ich war immer SPÖ. Nicht aus Tradition. Sondern aus Hoffnung.“

– Johann, 82, ehemaliger Dreher.

Das ist nicht pathetisch.

Das ist **anschlussfähig.**

Das ist **emotional.**

Das ist **politisch.**

Fazit: Wer nur nein sagt, wird nie gewählt, um ja zu sagen

Die SPÖ muss aufhören, **nur das Falsche zu benennen**,
und beginnen, das Richtige **greifbar zu machen**.

Denn in einer Welt,
in der Menschen nach Orientierung suchen,
ist ein Verbotsschild keine Hilfe –
es ist eine **Kapitulation**.

Lösungen statt Feindbilder, meine Damen und Herren!

Kapitel 7 – Die mediale Schleife

Ihr schreit „Alarm!“, die Medien sagen „Breaking!“

Es war einmal eine Partei, die wollte vor etwas warnen.

Also sagte sie es laut.

Und weil es niemand hören wollte, sagte sie es lauter.

Und weil es immer noch keiner hören wollte, schrie sie.

Und dann endlich – hörten es alle.

Nur dumm:

Sie hörten nicht, *was* gesagt wurde.

Sondern nur, *dass* geschrien wurde.

Und dass offenbar irgendetwas sehr, sehr wichtig oder sehr, sehr schlimm sein musste.

Oder beides.

Und jetzt raten wir gemeinsam, **wer in dieser Fabel der Wolf war – und wer das Echo.**

Das erste Gesetz der Medienaufmerksamkeit:

Wenn du Alarm rufst, bekommt der, vor dem du warnst, den Scheinwerfer.

Die SPÖ hat in den letzten Jahren etwas geschafft, das so keiner Partei je gelungen ist:

Sie hat es fertiggebracht, Herbert Kickl **zum wiederkehrenden Breaking-News-Punkt zu machen,**

ohne dass dieser selbst irgendetwas Substanzielles gesagt hätte.

Herbert Kickl ist zum Selbstzweck und zum Selbstläufer geworden.

Er muss nicht mehr poltern.

Er muss nicht mehr provozieren.

Er muss nicht einmal mehr auftreten.

Es reicht, wenn die SPÖ über ihn spricht.

Der Weg in die Schlagzeile: über die moralisch empörte Gegenseite

Medien funktionieren einfach.

Sie reagieren auf:

- Konflikt,
- Emotionalisierung,
- und Wiederholung.

Wenn die SPÖ also:

- eine Campagne gegen Kickl startet,
- ein internes Papier über die Gefahren der FPÖ veröffentlicht,
- oder ein Interview gibt, in dem vor „dem Rückfall in autoritäre Zeiten“ gewarnt wird...

...dann denkt sich die Nachrichtenredaktion:

„Perfekt! Daraus machen wir: ›SPÖ warnt vor Kickl‹ – und packen gleich ein Bild von ihm dazu.“

So sieht dann der Output aus:

„Kickl: Neue SPÖ-Kampagne gegen FPÖ-Chef – ›Er will den Staat umdrehen‹“

Und das Foto?

Nicht Babler.

Nicht Ludwig.

Kickl.

Die Ironie:

Ihr schreit „Feuer!“ –

aber keiner sieht das Wasser.

Denn was bei der Bevölkerung ankommt, ist nicht die Warnung.

Sondern das **Narrativ der Bedrohung**.

Und damit das Gefühl: „*Da ist was Großes im Gange.*“

Das Fatale daran:

Angst braucht keine Beweise.

Sie braucht nur Wiederholung.

Und jedes Mal, wenn ihr den Namen Kickl nennt,
füllt sich das psychologische Lagerfeuer mit Zunder.

Nicht, weil die Leute zustimmen.

Sondern weil sie das Gefühl bekommen:

„Wenn alle so gegen ihn sind, dann wird er wohl irgendwas Richtiges sagen.“

Wie aus dem Gegner ein Mythos wird

Es gab einmal eine Zeit, da war Kickl Innenminister.

Inhaltlich zum Fürchten.

Strategisch gefährlich.

Aber: überschaubar sichtbar.

Heute ist er Oppositionsführer –
und hat mehr Fernsehzeit, mehr Zitate,
mehr Storytelling-Power,
als die Regierungsparteien zusammen.

Und warum?

Weil die SPÖ – in Kooperation mit empörungswilligen Redaktionen –
aus ihm eine **dauernde Erzählfigur** gemacht hat.

Er ist kein Politiker mehr.

Er ist eine **Chiffre**.

Ein **Platzhalter**.

Eine **Projektionsfläche**.

Für „Systemkritik“.

Für „Gegen den Strom“.

Für „Unangepasstheit“.

Für „Streit mit den da oben“.

Und genau dieses Bild hat ihm **nicht er selbst gebaut** –
sondern **die Medien – über euch**.

Aufmerksamkeit ist kein neutrales Gut

Ihr glaubt, ihr „entlarvt“ ihn.

Aber in Wahrheit macht ihr ihn **sichtbar**.

Ihr glaubt, ihr „stellt ihn zur Rede“.

Aber in Wahrheit gebt ihr ihm **eine Bühne**.

Ihr glaubt, ihr „nehmt ihm die Maske ab“.

Aber in Wahrheit malt ihr ihm **ein Portrait – auf Wahlplakatgröße**.

Denn Sichtbarkeit ist nie neutral.

Sie ist **Bedeutungsproduktion**.

Und wer häufig vorkommt,
ist – unabhängig vom Inhalt –
immer auch **eine Option**.

Herr Willacker muss im Keller vor Freude hüpfen, wie das Rumpelstilzchen.

Die Dynamik der Empörung als Medienpartner

Was heute wie Aufklärung gemeint ist,
wird morgen zum Narrativ der Märtyrerfigur.

- FPÖ-Politiker werden kritisiert → FPÖ jubelt über „Systemhass“.
- SPÖ warnt vor Rechtsruck → FPÖ postet: „Jetzt drehen sie völlig durch.“
- Medien greifen's auf → FPÖ verlinkt die Berichterstattung als Beweis.

Ein geschlossener Kreislauf.

Ein **Empörungs-Ökosystem**,

in dem die einen glauben, sie kämpfen –
und die anderen einfach nur **mitfliegen**.

Die echte Botschaft fehlt

In all dem Lärm, der medial erzeugt wird,
geht eine Kleinigkeit unter:

Die eigentliche Botschaft.

Nichts von dem, wofür die SPÖ steht,
dringt durch diesen Resonanzraum hindurch.

Das liegt daran, dass es außer **abgedroschenen Plattitüden** nichts mehr gibt, wofür die SPÖ steht.
Denn alle Kanäle sind bereits belegt – mit der Warnung vor Kickl.

Und das ist, als würde man auf einer Party permanent jemanden „nicht einladen“ –
während man gleichzeitig durch's Mikrofon seinen Namen ruft.

Eine attraktive Zukunftsvision fehlt gänzlich, weiter wurschteln und durch das Anfachen von Feindbildern von der eigenen Lösungsinkompetenz ablenken, heißt stattdessen die Devise.

Fazit:

Ihr füttert die Maschine –
und wundert euch, warum sie euch frisst.

Die Medien lieben euren Alarm.

Sie brauchen ihn.

Denn er füllt Seiten, Clips, Klicks.

Aber Politik ist nicht das gleiche wie Schlagzeile.

Und Sichtbarkeit ist nicht dasselbe wie Zustimmung.

Wer das verwechselt,

wird am Ende mit seiner eigenen Stimme übertönt.

Kapitel 8 – Warum das alles trotzdem menschlich ist

Und warum's nicht reicht

Irgendwo hinter dem medialen Lärm, den Moralcampagnen, den Strategiepapieren und den gespielten Empörungen sitzt ein echter Mensch.

Er oder sie trägt ein rotes Parteibuch.

Schreibt Mails an Funktionärinnen.

Hält Reden auf Ortsgruppenversammlungen.

Und hat – bei allem Frust, bei aller Müdigkeit – **noch nicht aufgehört, an das Gute zu glauben.**

Daran, dass Politik mehr kann.

Daran, dass die SPÖ wichtig ist.

Daran, dass man irgendwann vielleicht doch noch gehört wird.

Und deshalb muss man dieses Kapitel anders schreiben.

Nicht mit Spott.

Sondern mit einem Augenzwinkern, das sagt:

„Wir wissen, warum ihr tut, was ihr tut. Und trotzdem... bitte, hört auf damit.“

Der Mensch hinter der Kampagne

Die Frau, die am Sonntagvormittag das Parteibüro aufsperrt,

der Mann, der seit zwanzig Jahren Plakate klebt,

die Bezirksrätin, die die Wahlergebnisse persönlich nimmt:

Sie alle handeln nicht aus Zynismus.

Sondern aus Überzeugung.

Und oft auch aus **Verzweiflung.**

Denn da draußen ist eine Welt,

die nicht mehr funktioniert wie früher.

Eine Welt, in der Wähler wandern,

in der keine Zeitung mehr Orientierung gibt,

in der Menschen wütend sind – auf eigentlich eh alles.

Auch auf die, die es besser machen wollen.

Und was macht man da?

Man sucht nach Halt.

Nach „Maßnahmen“.

Nach einem Signal.

Und wenn man schon keinen Halt hat,

dann klebt man wenigstens ein Plakat mit Haltung.

Die Trauer der Mitte-Links-Seele

Die SPÖ ist keine Partei, die bloß verloren hat.

Sie ist eine Partei, die **verlassen wurde**.

Vom Industriearbeiter.

Vom kleinen Pensionisten.

Vom kritischen Intellektuellen.

Vom Wiener Grantler.

Vom steirischen Misstrauischen.

Von all jenen, die irgendwann beschlossen haben:

„Ihr hört uns nicht mehr. Also hören wir euch auch nicht mehr zu.“

Und was macht man, wenn man verlassen wurde?

Man beginnt, sich zu erklären.

Dann zu **rechtfertigen**.

Dann zu **klammern**.

Dann zu **moralisieren**.

Und am Ende steht man da
wie ein enttäuschter Ex-Partner,
der zu laut ruft:

„Ich war doch immer der Gute!“
und nicht merkt,
dass niemand mehr zuhört.

Die Angst vor dem Nichts

Vieles von dem, was die SPÖ heute tut,
hat mit **Angst vor Bedeutungslosigkeit** zu tun.

Nicht nur auf Wahlebene.

Sondern im Selbstverständnis.

Denn was ist eine Arbeiterpartei,
wenn es keine Arbeiter mehr gibt,
die man vertreten darf?

Was ist eine Volkspartei,
wenn das Volk sich neuen Erzählungen zuwendet?

Was ist ein Wertefundament,
wenn die Gesellschaft sich täglich schneller ändert,
als man neue Positionen erarbeiten kann?

Diese Angst ist real.

Und sie ist **menschlich**.

Nur: Sie ist kein guter Ratgeber.

Wenn Wut die Empathie frisst

In Zeiten der Verunsicherung sucht man Gegner.

Man sucht Vereinfachung.

Man sucht das eine Gesicht, auf das man die ganze Wut projizieren kann.

Die SPÖ hat ihren gefunden.

Er heißt Herbert Kickl.

Er ist populistisch, rechtsaußen, methodisch, strategisch, diszipliniert, **erfolgreich**.

Und das für die SPÖ am Allerschlimmste:

Er ist **wirksam**.

Und genau deshalb wird er zum **Symbol**.

Für all das, was falsch läuft.

Für alles, was man nicht kontrollieren kann.

Für das Gefühl, dass da jemand kommt und das kaputt macht,
was man jahrzehntelang aufgebaut hat.

Doch Symbolpolitik gegen ein Symbol bringt keine Lösung.

Es bringt nur **noch mehr Symbolik** – und noch weniger Kontakt zur Wirklichkeit.

Die Sehnsucht nach Erlösung – durch Campagne

Vielleicht ist jede SPÖ-Campagne gegen rechts auch eine Art
verzweifelter Akt der Selbstreinigung.

Ein stilles Bekenntnis:

„Wir wissen, wir haben Fehler gemacht. Aber schaut, wir kämpfen doch!“

Und ja, das mag ehrlich gemeint sein.

Aber das reicht nicht.

Denn die Frage der Wähler lautet nicht:

„Tut ihr euer Bestes?“

Sondern:

„Hilft mir das, was ihr tut, bei meinem Leben?“

Und die Antwort ist zu oft:

„Nein, aber schau, wie sehr wir uns bemühen.“

Das ist rührend.

Aber nicht überzeugend.

Das Dilemma der Aufrichtigen

Wer sich wirklich bemüht,
wer das Gute will,
wer bereit ist zu arbeiten, zu verhandeln, zu dienen –
der darf erwarten, gehört zu werden.

Aber er darf nicht erwarten,
automatisch Recht zu behalten.

Und genau hier liegt das Missverständnis:
Die SPÖ glaubt, dass ihre Vergangenheit,
ihr Einsatz, ihre Mühen
sie **legitimieren.**

Doch **das reicht nicht.**
Nicht mehr.

Heute zählt:

Was kommt an?

Was bewegt?

Was gibt Hoffnung?

Was spricht mit mir – statt über mich?

Und deshalb: Menschlich, ja – aber strategisch fatal

Die Motive der SPÖ mögen edel sein.
Ihre Geschichte ist beeindruckend.
Ihr Personal oft kompetenter als sein Image.
Gelegentlich auch umgekehrt.
Aber ihre Kommunikation ist ein **Train-Wreck mit Ansage.**

Weil sie:

- lieber empört als inspiriert,
- lieber warnt als einlädt,
- lieber erklärt als zuhört.

Das ist verständlich.

Aber nicht zukunftsfähig.

Fazit: Es ist okay, Angst zu haben.

Aber man darf sie nicht zur Strategie machen.

Der Weg zurück führt nicht über Abwehr,
sondern über **Angebot**.

Nicht über das, was nicht sein darf,
sondern über das, was sein könnte.
Sein **muss**.

Nicht über die Frage:

„Wie stoppen wir den anderen?“

Sondern über die Frage:

„Wie überzeugen wir die Menschen, dass wir ihnen näher sind?“

„Wie überzeugen wir die Menschen, dass wir es sind, die über die Kompetenz verfügen, den Menschen eine echte Zukunft zu bauen, die Anlass zur Hoffnung und zur Freude gibt, sowie die Motivation, dafür zu arbeiten?“

Das ist schwer.

Das ist unbequem.

Vor allem, weil es bedeutet, sich mit seinem Versagen endlich **kritisch auseinander setzen zu müssen**, anstatt die Schuld auf andere deflektieren zu wollen.

Und es ist das Einzige, das funktioniert.

Dies ist übrigens ein Manko, unter welchem nicht nur die SPÖ leidet.

Nicht eine einzige Parlamentspartei hat im Augenblick so etwas wie eine Zukunftsvision zu offerieren.

Und diese Tatsache äußert sich nicht nur im beständig wachsenden gesellschaftlichen Vertrauensverlust in die Politik, sondern auch in wirtschaftlicher Stagnation.

Denn auch die Wirtschaft braucht Visionen, und die SPÖ ist sogar soweit davon entfernt, über die Kompetenzen zu verfügen, die Zukunft zu verstehen, dass die Zukunft in ihrem Parteiprogramm außer in ein paar ausgelutschten Stehsätzen nicht einmal mehr vorkommt.

Und es braucht auch nicht zu verwundern, dass eine SPÖ einer österreichischen Wirtschaft so ganz und gar nichts anzubieten hat, so sie sie doch öffentlich zum Klassenfeind deklariert hat, anstatt eine fruchtbare Kooperation beim Erschaffen eines Pfades in die Zukunft an zu streben.

Auch hier:

Bitte Lösungen statt Feindbilder!

Kapitel 9 – Der Therapieplan

Drei Schritte zur politischen Impulskontrolle

Es ist okay. Wirklich.

Ihr seid nervös. Ihr seid frustriert. Ihr wollt was tun.

Man kann das verstehen.

Aber irgendwann – zwischen der zehnten Pressekonferenz gegen Kickl, dem vierundzwanzigsten Plakat, das „*Nein zu rechts!*“ schreit, und dem neunundachtzigsten Tweet mit den Worten „*So nicht, Herr Kickl!*“ –

irgendwann...

müsstet ihr euch doch gefragt haben:

„Moment mal. Was, wenn WIR das eigentliche Problem sind?“

Und falls ihr das noch nicht getan habt – keine Sorge.

Wir helfen euch.

Mit einem simplen, alltagstauglichen, dreistufigen Therapieplan für polit-strategische Impulskontrolle.

Schritt 1: Mund halten, wenn's wieder juckt

Es beginnt meist mit einem inneren Drang.

- „Da hat der Kickl wieder was gesagt...“
- „Das können wir nicht so stehen lassen...“
- „Da müssen wir eine klare Antwort bringen!“

Und *zack*, wird wieder das Kommunikationsbüro aktiviert, die Twitter-Schleuder hochgefahren, die Pressemappe aktualisiert.

Das nennt sich:

Akute Oppositionsobsession mit Zwang zum Sofortstatement mit Selbstüberlistung.

Heilbar ist das nur durch:

Stille.

Ja, richtig. Einfach mal nichts sagen.

Statt:

„*Wir warnen vor der Radikalisierung durch Kickl!*“

sagt man einfach... gar nichts.

Man lässt ihn stehen.

Unkommentiert.

Ohne Bühne.

Ohne Empörung.

Warum?

Weil der Mann ohne Widerstand nur ein grantelnder Parteifunktionär ist.

Mit euch wird er zur Hauptfigur.

Schritt 2: Sätze anfangen mit „Wir wollen...“, nicht mit „Wir sind gegen...“

Der zweite Schritt ist sprachlich.

Einfacher als ihr denkt.

Statt:

- „Wir sind gegen den Sozialabbau der Rechten!“
- „Wir lehnen Populismus entschieden ab!“
- „Wir sagen Nein zur Spaltung!“

...einfach mal versuchen:

- „Wir stehen für soziale Sicherheit, und wissen, **wie man sie bewerkstelligt.**“
- „Wir wollen leistbares Leben für alle, und haben **einen Plan, wie wir da hin kommen.**“
- „Wir fördern Zusammenhalt, nicht Angst, denn **am Ende des Tages sitzen wir allem im selben Boot.**“

Klingt harmlos?

Ist es nicht.

Es ist **revolutionär**, in einer politischen Landschaft, die nur noch den Gegner als Koordinaten kennt.

Denn was der Wähler will, ist keine Analyse.

Sondern **ein Gefühl.**

Und Gefühle entstehen nicht beim *Dagegensein*.

Sondern beim *Mitgemeintsein*.

Schritt 3: Nur dann Plakate drucken, wenn man wirklich weiß, was draufstehen soll

Plakate sind wie Tattoos.

Sie wirken lange.

Sie können teuer werden.

Und es gibt immer jemanden, der sich später denkt:

„Warum hat mir niemand gesagt, dass das peinlich ist?“

Die SPÖ ist aktuell tätowiert mit Botschaften wie:

- „Kickl ist keine Lösung.“
- „Stell dir vor, er regiert wirklich.“
- „Für eine rote Alternative gegen rechts.“

Und der durchschnittliche Wähler denkt sich:

„Aha. Also wählt ihr euch selbst, weil ihr nicht die anderen seid.“

Das ist wie ein Bewerbungsgespräch, in dem man sagt:

„Ich bin nicht betrunken, keine Gefahr für das Unternehmen und ich hab noch nie jemanden verklagt.“

Toll.

Aber was genau qualifiziert euch jetzt?

Bonusmodul: Die innere Kommunikations-WG aufräumen

Die SPÖ wirkt oft wie eine Zweck-WG mit drei Stimmen:

1. **Die Pädagogin:** „Also das mit Kickl MÜSSEN wir sagen!“
2. **Der Wutbürger im Partei-jackett:** „Ich kann das nicht mehr hören, dass die Leute FPÖ wählen. Ich muss da jetzt was loswerden!“
3. **Der PR-Mensch:** „Okay, aber machen wir’s als Video. Mit Musik. Und ordentlich CI-konform, ja?“

Ergebnis:

Ein Clip auf Social Media, in dem ein aufgebrachter Funktionär mit Beethoven im Hintergrund empört ruft, wie sehr er besorgt ist – und das Hashtag lautet: **#DemokratieVerteidigen.**

Liebe SPÖ:

So retten wir keine Republik.

So schreiben wir ein Drehbuch für den nächsten FPÖ-Wahlerfolg.

Praktische Übung: Die Kickl-Diät

Für vier Wochen:

Keine Statements zu Kickl.

Keine Plakate mit seinem Namen.

Keine Interviews mit Warnungen.

Keine Schattenboxerei gegen einen Gegner, den ihr selbst beleuchtet.

Stattdessen:

- Eine Geschichte pro Woche über eine SPÖ-nahe Lösung.
- Drei konkrete Verbesserungsvorschläge für Alltagsprobleme.
- Und mindestens ein politisches Bild, das **nicht** aus Abwehr, sondern aus Sehnsucht besteht.

Wenn's nicht funktioniert?

Dann dürft ihr ja wieder zurück zu Plakat Nummer 87.

Aber was, wenn es funktioniert?

Was, wenn Ihr einfach mal nicht mehr des Selben tut, sondern stattdessen vielleicht einfach mal auf ein paar kritische Stimmen hört?

Der Patient kann genesen – wenn er will

Politische Impulskontrolle bedeutet nicht: Schwäche.

Sie bedeutet: Disziplin.

Und sie ist dringend notwendig, wenn man sich nicht permanent selbst sabotieren will.

Denn wer reflexhaft auf den Gegner reagiert,
hat schon verloren – weil er ihm **die Richtung überlässt**.

Wer sich permanent nur triggern lässt, der lebt fremdgesteuert und in Angst.

Der Weg zurück beginnt dort,
wo man aufhört, den anderen zu kommentieren –
und anfängt, **selbst wieder etwas zu sagen**.

Etwas, das nicht wie ein Notruf klingt.

Sondern wie eine Einladung.

Nicht die Einladung zum zum 17. Tag hintereinander aufgewärmten, abgestandenen selben Gulyash, das keiner mehr riechen kann.

Sondern eine Einladung in eine frische, realistische, positive Zukunft.

Kapitel 10 – Der blaue Riese, den ihr selbst erschaffen habt

Oder: Wie man seinen Gegner füttert, bis er einem über den Kopf wächst

Es war einmal ein kleiner Mann mit ganz liebem Tim und Struppi Gesicht, gemeingefährlich gut funktionierender Rhetorik, polarisierender Stimme und einer politischen Taktik, die man in Zivilgesellschaften normalerweise nur aus dem Biologieunterricht kennt:

Parasitärer Wachstumsfortsatz durch Wirtsschwäche.

Sein Name war bekannt.

Seine Manieren weniger.

Und seine politische Größe?

Eher unterdurchschnittlich.

Bis zu dem Tag, an dem eine gutmeinende Partei beschloss, diesen Mann unbedingt verhindern zu müssen. **Unbedingt.**

Mit Plakaten.

Mit Pressekonferenzen.

Mit Primetime-Talkshows.

Mit Mahnreden, PDF-Statements, Eilmeldungen, Instagram-Reels und einer Haltung, die lauter war als alles, was sie jemals konstruktiv sagen konnte.

Und siehe da:

Der kleine Mann wurde groß.

Nicht aus eigener Kraft.

Sondern durch die unfreiwillige Hebamme namens SPÖ.

Die Erschaffung des Mythos

Die SPÖ hat etwas geschafft,
was kein PR-Team der Welt hinbekommen hätte:

Sie hat ausgerechnet Kickl zu einem nationalen Referenzpunkt gemacht.

Den abgezwickten Wuchtel drucker und Parolensouffleur des Herrn Haider.

Den ewig Unscheinbaren aus der dritten Reihe.

Ein kleiner Rechtsausleger, einst am Rande des Parteienspektrums,
wurde durch konsequente Negativkommunikation
zu einem Fixstern im politischen Diskurs.

Nicht, weil er gar so mit Inhalten oder Lösungen brilliert hätte.

Mal ganz ehrlich, kann sich irgendjemand an eine einzige Idee des Herrn Kickl erinnern, bei der man sich gedacht hätte, die sei so gut, dass man sie sich merken müsse?

Sondern weil man ihm **ständig das Licht eingeschaltet hat.**

Politische Fotogenese: Wie man Feinde inszeniert

Kickl war nie ein charismatischer Volkstribun.

Er war – im besten Fall – ein guter Oppositionssprecher mit Talent, die Fehler der Verantwortlichen zu finden, und diese zu dramatisieren.

Aber plötzlich, dank der täglichen SPÖ-Bemühungen, wurde er:

- zum angeblichen Systemgegner – dem er längst selber angehört
- zum „letzten Verteidiger des kleinen Mannes“ – auf den er permanent methodisch los geht
- zum Kronzeugen gegen die Arroganz der politischen Klasse – deren Mitglied er selber ist
- zum medial perpetuierten Mahnmal einer verschobenen Republik

Und wer hat das gemacht?

Nicht seine PR-Berater.

Nicht seine Fans.

Sondern jene, die ihn angeblich bekämpfen wollten.

Der Unterschied zwischen Gegner und Held

Die SPÖ wollte Kickl zum Gegner machen.

Doch was sie wirklich gemacht hat, ist ihn zur **Hauptfigur** zu erklären.

In jeder Geschichte gibt es zwei Konstanten:

1. Den Helden.
2. Den, über den alle reden.

Und wer regelmäßig als zentrales Problem der Nation besprochen wird, von Mikrofon zu Mikrofon, von Schlagzeile zu Schlagzeile, wird automatisch als **relevant** empfunden.

Die SPÖ hat dabei ungewollt eine Art politisches Stockholm-Syndrom entfacht:
Man will ihm nicht zustimmen –
aber man kann nicht mehr weghören.

Der Kickl-Effekt: Ein Riese auf Parteikredit

Es ist nicht so, dass Kickl plötzlich klüger, moderater oder visionärer geworden wäre.

Selbstverständlich hat er sich selber perfektioniert, eine tatsächliche Lösung eines Problems ist ihm abseits von Milchmäderl Rechnungen á la „wir lassen keinen mehr rein“ dennoch noch nie eingefallen.

Dieser Mann hat in seinem gesamten Leben noch nicht ein einziges Mal ein reales politisches Problem tatsächlich gelöst. Im Gegenteil. Bei jeder Gelegenheit, die er dazu erhielt, hat er einen ganzen Rattenschweif an Problemen für den Rest der Republik hinterlassen, die dann hinter ihm und seinen Kommilitonen aufräumen durfte.

Er wurde einfach dennoch immer **größer**.

Größer als seine Wählerschaft.

Größer als sein Programm.

Größer als seine Partei.

Es gibt in Wahrheit nicht einen einzigen politologischen Sachverhalt, der dieses Paradoxon erklären könnte. Wie man mit genau null Lösungskompetenz und nichts als Geschumpf immer größer wird, während der politische Wettbewerb eben dafür nichts als abgestraft wird.

Oder etwa doch?

Er wurde zur Projektionsfläche.

Zur Provokation.

Zum Antipoden einer schwankenden Sozialdemokratie,

**die lieber mit dem Finger auf ihn zeigt,
als sich selbst in den Spiegel zu blicken.**

Und genau dadurch wurde aus einem Streiter mit einem maximalen 20-Prozent-Potenzial ein Mann, der plötzlich in Umfragen die 35 reißt, und das gesamte Feld mit einem Abstand anführt wie einst nur noch ein Herr Kurz.

Nicht wegen sich.

Wegen **euch**.

Nicht, weil er tatsächlich irgendwelche Qualitäten vor zu weisen hätten, abseits von seinem wohl praxiserprobten Branstifter Repertoire.

Sondern weil Ihr ihm permanent öffentlich irgendwelche zuschreibt.

Nicht Kickl ist der Nachweis, dass Kickl etwas kann. Ihr seid dieser Nachweis.

Was der SPÖ bleibt:

Der Wunsch, dass der Riese wieder schrumpft –
wenn man ihm nur noch einmal erklärt, wie gefährlich er ist.

Aber so funktioniert Mythos nicht.

Man kann einen Golem nicht vernichten, indem man ihm ins Gesicht ruft:
„Du bist gar kein echter Golem!“

Man kann ihn nur zum Platzen bringen,
wenn man **ihm die Energie entzieht**.

Und das bedeutet:

Nicht mehr füttern.

Nicht mehr reden.

Nicht mehr bewerfen.

Einfach:

Nicht mehr *dienen*.

Denn je mehr ihr kämpft,
desto mehr gewinnt er.

Das Bild zum Schluss

Stellt euch vor:

Ein Boxring.

Kickl in der Mitte.

Leicht schwitzend, nicht ganz in Form.

Aber allein.

Und dann springt die SPÖ in den Ring,

fuchtelt mit Plakaten, ruft ins Mikro,

beschimpft das Publikum,

wirft mit Leitsätzen um sich

und wundert sich, dass der Gegner **plötzlich wie ein Champion wirkt**.

Fazit: Ihr habt einen Riesen erschaffen

Nicht, weil ihr zu wenig getan habt.

Sondern, weil ihr **zu viel vom Falschen getan habt.**

Nicht, weil er so stark war.

Sondern, weil ihr ihm Raum gelassen habt.

Nicht, weil er die besseren Argumente hatte.

Sondern, **weil ihr keine eigenen geliefert habt.**

Ihr habt ihn groß gemacht.

Ihr habt ihm Bühne, Bedeutung und Bild gegeben.

Aber das heißt auch:

Ihr könnt ihn wieder klein machen.

Wie?

Nicht durch Kampf.

Sondern durch Relevanzverschiebung.

Gebt den Menschen eine andere Figur.

Eine andere Geschichte.

Eine andere Hoffnung.

Und der Riese wird wieder das, was er war:

Ein Mann mit Megafon –

aber ohne Echo.

Denn anzubieten hat er ja genau nichts.

Außer Eure Feindschaft.

Und für viele in diesem Land reicht das in Zeiten wie diesen offensichtlich schon.

In Anbetracht des völligen Versagens der SPÖ, endlich eine tragfähige Zukunftsvision zu entwickeln, die einem Kickl den Wind aus den Segeln nähme, wer kann es ihnen ernsthaft verdenken?

Gehet in Euch, Genoss:innen.