

Nils Dorenbeck

Wähler gewinnen oder verlieren? Linke Rhetorik im Bundestagswahlkampf 2021

1 Einleitung

Wahlkampfkommunikation soll das Wählerpotenzial einer Partei ausschöpfen, indem sie den relevanten Gruppen in der Entscheidung für diese Partei Konsistenz im Hinblick auf eigene Positionen, Interessen und bisherige Wahlentscheidungen ermöglicht.¹ Unterschiedliche Positionen gilt es durch Abstraktion auf gemeinsame Interessen zu inkludieren² statt exklusiv-rhetorisch nur Teile des Potenzials zu adressieren oder kontrapersuasiv Wähler zu verlieren. Inwiefern die Linke im Allgemeinen und Sahra Wagenknecht im Besonderen im Bundestagswahlkampf 2021 rhetorisch inklusiv, exklusiv oder kontrapersuasiv agiert haben, ist Thema dieses Beitrags.

2 Inklusive Rhetorik, oder: die *Wenigen* und die *Vielen*

Innerhalb der textlichen Architektur der Linken-Kampagne nimmt die Präambel des Kurzwahlprogramms eine rhetorisch zentrale Stellung ein. Anaphorisch strukturiert, bezieht sie die Kernbotschaften auf den aktuellen Diskurs und auf die Lebenspraxis der Adressaten:

Bei dieser Bundestagswahl entscheidet es sich: Wer zahlt die Kosten der Corona-Krise? Um das Klima zu retten, müssen wir Wirtschaft und Gesellschaft umbauen. Wessen Leben wird leichter, wer wird es schwerer haben? DIE LINKE sorgt dafür, dass sich niemand zwischen dem Arbeitsplatz und der Zukunft der eigenen Kinder und Enkel entscheiden muss. Klimaschutz mit sicheren Arbeitsplätzen und guten Löhnen zu verbinden: Das geht. Ein krisenfestes Gesundheitssystem, das alle gleich gut versorgt: Das geht. Löhne, die für ein gutes Leben und für sichere Renten reichen: Das geht. Ein Sozialstaat, der alle sicher vor Armut schützt und gute Bildung, bezahlbare Wohnungen, kostenfreien Nahverkehr bereitstellt: Das geht. Wenn alle ihren gerechten Beitrag leisten. Die Superreichen sind in der Corona-Krise reicher geworden, während viele Beschäftigte mit Kurzarbeit kaum über die Runden gekommen sind. Geld ist genug da. Es muss gerecht verteilt und zum Wohle aller eingesetzt werden. Das geht, mit einer starken LINKEN. Deshalb bitten wir Sie bei der Bundestagswahl am 26. September um Ihre Stimme! (Die Linke 2021a)

1 Zur persuasiven Bedeutung von Verhaltenskonsistenz vgl. Cialdini [2001] 2007, 89ff.

2 Zur persuasiven Relevanz der Abstraktion auf Interessen vgl. Fisher/Ury/Patton [1981] 2004.