

Auf meinen [Tagebucheintrag vom 7.9.](#) zur Breite des Wählerpotenzials von Volksparteien und zum "Scheibchenmodells" erhielt ich eine freundliche Mail von Peter Kierspel. Albrecht Müller.

Diese Strategie des Bedienens und Einbindens von Unterschiedlichkeit funktioniert aber nur unter Voraussetzungen, die Sie am Schluss Ihrer richtungweisenden „Reformlüge“ nennen: Etiketten und Programme müssen irgendwelche bedeutsamen positiven kognitiven und affektiven Assoziationen bei Mehrheiten auslösen, wenn eine Partei (eine Volkswirtschaft) nach vorne kommen will.

Ein schönes Beispiel ist das „Fenster-Aufmachen-Wollen“-Gefühl der 60ziger Jahre gegen den angestauten Mief der Zeit . Die Willy Brandt-SPD hat diesen Affekt erkannt und erfolgreich bedient . Mehrheiten wollten offene Fenster, egal ob sozialistisch oder freidemokratisch einfärbt. Ihr „Modell Deutschland“ unter Kanzler Schmidt ist ein anderes Beispiel.

Heute präsentiert sich die pummelige Pfarrerstocher Angela Merkel erfolgreich als globalisierte Landfrau und Mutter, die den verängstigten Michel mit Wärme und Strenge zur Brust nimmt: mütterlich-unkompliziert und arbeitsfroh , (Um)weltoffen und uckermärkisch , tugendhaft und ab und zu das Opernkleid, und sonntags betet man für die Armen. Das ist so schön und rund, da passt fast alles rein.

Die Schröder-SPD? Ein kahler Wartesaal, vergilbte Fahrpläne, die Züge fahren nicht oder unverhofft, der abgestandene, kalte Rauch der Chefzigarre nimmt die Luft. Bahnhofvorsteher geben Durchhalteparolen, beschimpfen Heulsusen oder befahlen Anwärmen durch Zusammenrücken. Da möchte jeder raus.

Diesen freudlosen Ort müsste ein Super-Beck komplett umgestalten. Ohne Mobiliar der Linkspartei wird es nicht gehen, wenn man wieder „Volkspartei“ werden will.

Das ist wirklich schön formuliert.!?