

14.05.2012 / Inland / Seite 2

Mit Inhalten werben

Alexander Ulrich ist LINKE-Parlamentsgeschäftsführer aus Rheinland-Pfalz.



Foto: dpa

nd: War es angesichts der enttäuschenden Wahlergebnisse und Gesine Lötzschs Rücktritt richtig, Personalfragen so lange aufzuschieben?

Ulrich: Nach dem letzten Parteitag und der großen Zustimmung zum Parteiprogramm wäre es sinnvoll gewesen, unsere Inhalte zu bewerben. Leider hat Dietmar Bartsch mit seiner Kandidaturankündigung eine monatelange Personaldiskussion angestoßen, die es erschwerte, mit Inhalten durchzudringen. Die Medien stellten Personaldebatten, die Inhalte überlagern, als ein Problem unserer Partei dar. Das ist für Wahlkämpfe nie gut. Wir hatten auch nach Gesine Lötzschs Rücktritt einen funktionierenden Vorstand mit Klaus Ernst.

Sind drei Wochen bis zum Parteitag genug Zeit, um über Kandidaten zu diskutieren? Besteht nicht die Gefahr, dass die Analyse der Gründe für die Niederlagen ausbleibt?

Die Flügel haben unterschiedliche Bewertungen über Gründe unserer Schwächephase und offensichtlich verschiedene Lösungsstrategien. Je kritischer die Debatte ist oder je länger sie dauert, desto weniger löst sich das auf. Personen müssen sich nun erklären und wir müssen schnell zu einem Vorschlag kommen. Dann wird der Parteitag eine gute Entscheidung treffen. Es wäre besser gewesen, wenn wir in einem kürzeren Zeitraum über Personal diskutiert hätten.

Was halten Sie davon, dass die Parteispitze bisher nach Flügeln und Strömungen sortierte Kandidatenduos zur Wahl vorgelegt hat?

Mir geht es um das gesamtdeutsche Projekt, als das die LINKE angelegt ist. Das ist eine Frage des Miteinanders von Ost und West, weniger eine der Strömungen und unabhängig von Quoten. Ich wünsche mir, dass Oskar Lafontaine wieder als Vorsitzender kandidieren würde. Er kann einen neuen Aufbruch erzeugen.

Fragen: Thomas Blum

URL: <http://www.neues-deutschland.de/artikel/226745.mit-inhalten-werben.html>