

1 Die Landesdelegiertenkonferenz möge beraten und beschließen:

## 2 **Aufbruch ins 21 Jahrhundert**

3

4 **Besinnt Euch auf Eure Kraft und darauf, daß jede Zeit eigene Antworten will.**

5

**Willy Brandt**

### 6 **I. Die SPD: Ohne Orientierung, ohne Selbstvertrauen**

7 Die SPD hat bei der Bundestagswahl 2009 ein Desaster erlebt. Im Vergleich zu anderen  
8 Wahlen der letzten Jahre – wie der Europa- und Bürgerschaftswahl – stellt auch das  
9 Hamburger Ergebnis keinen Lichtblick mehr dar. Auch die starken Zugewinne bei den  
10 Jung- und Erstwählern, die damals festzustellen waren, konnten bei dieser Wahl nicht  
11 wiederholt werden. Wählerabwanderungen fanden in Richtung aller Parteien statt, vor  
12 allem aber zu den Nichtwählern. Die SPD hat den Menschen bundesweit nicht die  
13 Möglichkeit gegeben sich mit der SPD zu identifizieren und keinen Grund gegeben, ihre  
14 Stimme überhaupt und für die SPD abzugeben. Die SPD versucht noch immer, mit  
15 Rezepten und Konzepten aus der Vergangenheit Wählerinnen und Wähler zu  
16 überzeugen, die es heute gar nicht mehr gibt und es wurde versäumt, sich  
17 gesellschaftlichen Änderungen anzupassen. Die SPD hat keine sozialdemokratische Idee  
18 für das 21 Jahrhundert, an der Orientierung möglich ist. Ehemalige Kernwählerschaften  
19 sind längst dazu bereit, den klassisch bürgerlichen Parteien CDU und FDP sowie den  
20 Grünen ihre Stimme zu geben. Auch die Linkspartei konnte erneut sehr viele Stimmen  
21 von der SPD gewinnen. Die Wähler und Mitglieder wissen nicht mehr wofür die SPD  
22 steht, welche Gesellschaft sie entwickeln will.

23 Hinzu kommt eine innere Zerstrittenheit und Verunsicherung, die nach außen getragen  
24 wird. Keine andere Partei geht derart unprofessionell mit internen Konflikten um, keine  
25 Partei stellt sich nach außen derart unentschlossen und profillos dar. Dieses ist logische  
26 Folge der Konzept- und Ideenlosigkeit der Partei. Die Flügel und Gruppierungen  
27 verkommen zu Vertretern von Partikularinteressen, weil sie sich nicht mehr hinter der  
28 einenden Idee versammeln können.

29 Momentan erschöpft sich die Partei abermals in einer Personaldebatte, anstatt die  
30 unglaublichen Koalitionsverhandlungen von schwarz-gelb öffentlich zu kommentieren.

31 Es gelingt uns nicht, die öffentlichen Diskussionen zur neuen Regierungskoalition und  
32 ihren Plänen maßgeblich zu nutzen und zu beeinflussen, bzw. einfach nur der Partei  
33 Raum für eine Diskussion zu schaffen.

34 Damit setzt sich fort, was bereits in der großen Koalition zu beobachten war: Obwohl die  
35 SPD es geschafft hat der Koalition in vielen Einzelfragen ihren Stempel aufzudrücken, ist  
36 sie geschwächt wie niemals zuvor aus ihr hervorgegangen. Weder hat man es den  
37 Mitgliedern der SPD gestattet ausreichend an Entscheidungs- und  
38 Gestaltungsprozessen teilzuhaben, noch konnte man die erzielten Erfolge nach außen  
39 tragen. Als Ergebnis hat man es nicht mehr geschafft zu vermitteln, wofür die SPD als  
40 Partei eigentlich noch steht. , weil man es selbst nicht mehr genau weiß. Ohne Idee und  
41 Identität half auch die beste Werbekampagne nichts. Sie bedeckte nur notdürftig die  
42 Blöße. Werbemittel und politische Kommunikation können Inhalt und Identität nicht  
43 ersetzen.

## 44 II. Inhaltlicher Aufbruch

45 Das Abschneiden unserer SPD bei den letzten Wahlen ist kein deutsches oder gar  
46 Hamburger Problem. In ganz Europa verliert die Sozialdemokratie das Vertrauen der  
47 Bürgerinnen und Bürger. Waren 1998 noch eine große Mehrheit der europäischen  
48 Regierungen sozialdemokratisch geführt, sind heute die Staatschefs mehrheitlich  
49 konservativ. Das spricht für eine grundlegende Vertrauenskrise in die europäische  
50 Sozialdemokratie als solches. Somit wird es nicht genügen, einfach nur gegen sie  
51 schwarz-gelben Regierungspläne zu sein oder auf den „Oppositionseffekt“ bei den  
52 Landtagswahlen zu hoffen. Die SPD muss sich vielmehr auf den mühsamen Weg der  
53 Redefinition begeben.

54 Die SPD muss jetzt begreifen, dass es um ihr Fortbestehen als Volkspartei geht. Sie muss  
55 in einem umfangreichen inhaltlichen Erneuerungsprozess definieren, wofür  
56 sozialdemokratische Politik im 21. Jahrhundert steht. Diese Idee muss aus der Partei  
57 entwickelt werden. Die SPD benötigt wieder eine einende Idee, wie sie sich die  
58 Gesellschaft vorstellt. Diese Idee kann nur zusammen mit großen Teilen der Bevölkerung  
59 entwickelt werden. Gesellschaftliche Veränderungen müssen wieder wahrgenommen  
60 werden und sich in dieser Programmatik niederschlagen. Die SPD braucht eine klare  
61 Identität. Diese muss wieder freigelegt werden und sich in klarem Profil und innovativen  
62 Vorschlägen niederschlagen. Die Grundwerte Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität  
63 werden die Partei dabei leiten. Sie müssen aber wieder neu mit Leben gefüllt werden.

64 Die SPD muss klar benennen mit welchen Konzepten und welcher Politik man der  
65 Bevölkerung ein politisches Angebot machen kann, welches uns wieder in die Lage  
66 versetzt Hamburg, Deutschland, Europa und die Welt gestalten zu können, in Hamburg  
67 wie auf Bundesebene.

68 Der Strategieprozess „*Sozialdemokratie im 21. Jahrhundert*“ sollte als breiter  
69 Diskussionsprozess in der gesamten Partei angelegt sein und in einem Leitbild münden.  
70 Dieses darf sich nicht in konkreten Sachfragen und Formelkompromissen verlieren,  
71 sondern soll Eckpunkte für sozialdemokratische Politik formulieren, die im Sinne eines  
72 roten Fadens dann Grundlage für unsere Arbeit in den kommenden Jahrzehnten werden  
73 kann. Nur wenn Mitglieder und Bürger das Gefühl bekommen, dass hinter unserem  
74 Handeln tatsächlich unsere Werte stehen, kann die SPD wieder als eine Partei  
75 wahrgenommen werden, die Zukunft attraktiv gestalten will und kann. Zudem schaffen  
76 wir damit wieder die notwendigen Alleinstellungsmerkmale, die uns im  
77 Bundestagswahlkampf so schmerzlich abhanden gekommen waren. Nur wenn dieses  
78 Leitbild aus der Mitte der Gesellschaft entwickelt wurde, werden die Bürger sich  
79 langfristig bei der SPD wiederfinden.

80 Die SPD war immer die Partei des Fortschritts. Diesen Anspruch konnte sie bei der  
81 letzten Bundestagswahl nicht mehr glaubhaft darstellen. Zu sehr erhaltend und  
82 rückwärtsgewandt waren große Teile der Programmatik. Der SPD muss es wieder  
83 gelingen Anschluss zu finden an technische Veränderungen und progressive  
84 gesellschaftliche Gruppen. Nur wenn es uns gelingt, Veränderungen zu erkennen und  
85 diesen in ihrer Mitte Raum zur Entfaltung zu geben und aktiv voran zu treiben, sind wir  
86 wieder attraktiv für junge Menschen. Ein Blick zurück wird der SPD wenig helfen. Die  
87 Antworten von gestern taugen nicht für die Zukunft. Diese muss die SPD aber neu  
88 gewinnen.

89 In der Opposition muss die SPD wieder lernen Fragen zu stellen, an statt nur Antworten  
90 zu geben. In einer überkomplexen Welt kann die SPD nicht auf jede Frage eine politische  
91 Antwort geben. Sie kann aber die Richtung der Entwicklung vorgeben und gestalten. Im  
92 Erneuerungsprozess müssen wir uns öffnen, um aus vielen Bereichen Menschen mit  
93 unterschiedlichstem Wissen, Fähigkeiten und Lebensrealitäten ein Forum zu geben.

94 Die Gesellschaft funktioniert immer mehr durch Wissen, Vernetzung und Kreativität. An  
95 diese Entwicklung hat die SPD bislang kaum Anknüpfungspunkte gefunden. Auch die  
96 Entwicklungen der sozialen Netzwerke ermöglichen den Bürgern vollkommen neue

97 Formen der Kommunikation, der Darstellung und des politischen Engagements. Darauf  
98 muss die SPD auch programmatisch reagieren.

99 Die Vergangenheit aufzuarbeiten lässt die Partei nur auf der Stelle treten; die Partei  
100 braucht einem gemeinsamen Aufbruch in die Zukunft.

### 101 III. Organisatorische Erneuerung

102 Neben der inhaltlichen Herausforderung steht der SPD auch eine organisatorische  
103 Herausforderung bevor. Die SPD schrumpft und altert zurzeit gleichermaßen. Die  
104 finanzielle Ausstattung erodiert durch sinkende Beiträge und weniger  
105 Wahlkampfkostenerstattung.

106 Vielerorts funktionieren untere Gliederungen als politische Einheiten nur noch  
107 schleppend. Auch dieser Herausforderung müssen wir uns stellen.

108 Unsere Gesellschaft wird individueller und vielseitiger. Immer weniger Menschen  
109 organisieren sich in Massenorganisationen wie Kirchen oder Gewerkschaften. Gerade  
110 auf unsere klassischen Vorfeldorganisationen können wir uns als Motoren unserer  
111 Willensbildung immer weniger verlassen. Wir müssen die Lücke füllen, die sie  
112 hinterlassen haben.

113 Die SPD braucht daher ein Konzept, wie man die Parteiorganisation effizient aufstellt,  
114 um reibungslos jenseits der Massenpartei zu funktionieren. Zielsetzung muss die  
115 Anpassung der Organisationsstruktur an die Leistbarkeit der ehrenamtlich Aktiven sein.  
116 Dieses Konzept sollte sich auch mit dem Verhältnis Hauptamtlich/ehrenamtlich  
117 befassen und sicherstellen, dass die Partei auf allen Ebenen politikfähig bleibt. Derzeit  
118 müssen aktive Mitglieder zu viel Zeit in den Apparat investieren, diese Zeit fehlt ihnen  
119 für die Arbeit mit den Menschen vor Ort. Eine strukturelle Vereinfachung des  
120 innerparteilichen Willensbildungsprozesses scheint daher geboten; digitale Medien  
121 können dabei hilfreich sein.

122 Die SPD muss als Partei in den Stadtteilen wahrnehmbar und ansprechbar sein. Sie muss  
123 auf die Vereine und gesellschaftlichen Organisationen vor Ort zu gehen. Sie muss ein  
124 offenes Ohr für die Wünsche und Probleme der Bevölkerung/Bürger haben. Sie muss  
125 sich wieder als Institution etablieren, die sich für Menschen einsetzt.

126 Die Verwurzelung in den Stadtteilen bringt neue Impulse aus der Bevölkerung, Die SPD  
127 muss in ihrer internen Arbeitsweise die Voraussetzungen dafür schaffen, dass aus  
128 Impulsen politische Positionen werden können.

129 Diese Aufgaben müssen von den aktiven Mitgliedern vor Ort geleistet werden. Die SPD  
130 ist auf kommunalpolitischer Ebene nur so stark wie ihre handelnden Akteure. „Von  
131 Genossen, für Genossen“ muss dabei ein Leitsatz werden, der es allen Mitgliedern  
132 ermöglicht, auf einen möglichst breit gefächerten Wissenspool zuzugreifen und die  
133 kommunalpolitische Arbeit im steten Austausch zu verbessern. Die Partei muss deshalb  
134 dafür Sorge tragen, dass die Mitglieder befähigt werden, ihren Aufgaben  
135 nachzukommen und ihre Zielsetzungen umsetzen zu können. Die Lösung unserer  
136 Probleme wird sich nicht durch Mehrarbeit der derzeitig Aktiven lösen lassen. Eine  
137 Hinwendung in die Stadtteile bedeutet auch eine Verlagerung von Prioritäten.

138 Nur lokale und überregionale Bündnisse aber, Präsenz auf kommunaler Ebene – echte  
139 Basisarbeit eben – können die SPD wieder zum Status einer Volkspartei führen.

140 Schließlich braucht die SPD neue Kommunikationsstrategien und  
141 Willensbildungsprozesse, wie wir in Zeiten der Individualisierung und der sozialen  
142 Netzwerke die Bürger zielgenauer mit unseren Angeboten und Inhalten erreichen. Die  
143 CDU hat bereits verstanden, dass sie ihren Status als Volkspartei nur halten kann, wenn  
144 sie sich mit ihrer Parteiarbeit und ihren Inhalten auf die gesellschaftlichen  
145 Veränderungen der Informationsgesellschaft einstellt. Ohne eine eigene Strategie läuft  
146 die SPD Gefahr, der CDU dauerhaft das Feld als Volkspartei zu überlassen.

147 Nur wenn die SPD diese beiden Herausforderungen – inhaltlicher Aufbruch und  
148 organisatorische Erneuerung – erfolgreich meistert, wird sie in der Lage sein als  
149 Plattform die Menschen in diesem Land wieder von sich selbst und ihren Ideen zu  
150 überzeugen.

#### 151 **IV. In Hamburg: Weichen stellen für den Wahlsieg**

152 Was für die SPD als Ganzes skizziert worden ist, muss in Hamburger noch schneller und  
153 entschiedener umgesetzt werden. In Hamburg ist es die Aufgabe der SPD in einer  
154 breiten Debatte unsere Idee/Entwurf einer modernen Stadt zu entwickeln. Diese  
155 Debatte muss schleunigst begonnen werden und diese Debatte darf sich nicht nur an  
156 die Parteimitglieder richten, sondern es muss versucht werden aktive Bürger, Vereine,

157 Verbände und relevante Gruppierungen in diese Debatte einzubeziehen. So kann die  
158 SPD wieder die Bürgerpartei Hamburgs werden.

159 Mit dem im Kreis Altona entwickelten Konzept der Stadtteilpartei liegt ein erstes  
160 überzeugendes Konzept vor, wie die SPD Hamburg durch stärkere Vernetzung und  
161 Bürgernähe wieder zu einer attraktiven Mitgliederpartei werden kann, die zu Mitarbeit  
162 und Engagement animiert und gleichzeitig für die Alltagsprobleme der Menschen in  
163 dieser Stadt da ist.

164 Die SPD in Hamburg braucht eine kommunalpolitische Offensive. Die Ansprache vor Ort  
165 muss von den unteren Gliederungen geleistet werden. Dazu müssen die handelnden  
166 Akteure vor Ort von der Partei befähigt werden. Die Debatte um die  
167 sozialdemokratische Stadt der Zukunft muss, um Wirkung zu entfalten, auch in den  
168 Quartieren geführt werden. Damit die Wirkung solch einer Offensive nicht verpufft  
169 muss der Apparat Serviceorientierte auf die Bedürfnisse der Kommunalpolitiker  
170 zugeschnitten werden.

171 Anfang 2012 sind Bürgerschaftswahlen in Hamburg. Aus der doppelten Opposition in  
172 Hamburg und im Bund heraus haben wir eine gute Ausgangsposition die SPD Hamburg  
173 als attraktive Alternative gegen Schwarz-Grün und Schwarz-Gelb zu profilieren und die  
174 Regierungsverantwortung zurück zu erobern, wenn wir den oben skizzierten Prozess  
175 tatsächlich anstossen. Damit das gelingen und die SPD wieder zu der Hamburg-Partei  
176 werden kann, muss einiges in Bewegung geraten.

#### 177 **V. Wir Jusos: Motor des Wandels**

178 Die Jusos Hamburg werden diesen Prozess mit aller Macht einfordern. Anstelle von  
179 unendlichen Personaldiskussionen und parteiinternen Auseinandersetzungen, muss  
180 endlich wieder eine wirkliche konzeptionelle Arbeit treten, die sich mit den vielfältigen  
181 Problemen der Gesellschaft umfassend auseinandersetzt. Der Focus der Hamburger SPD  
182 muss sich wieder nach außen in die Gesellschaft hinein richten, statt sich mit sich selbst  
183 zu befassen. Wer 2012 in Hamburg einen Regierungsauftrag erhalten möchte, muss  
184 vorher ganz genau sagen, in welche Richtung man die Stadt führen möchte.

185 Wir Jusos werden unsere eigenen Ideen und Vorschläge entwickeln, wie wir uns diese  
186 Stadt und diese Gesellschaft vorstellen. Wir werden Ideen in die innerparteiliche  
187 Debatte einbringen und Motor bei der Erneuerung unserer Partei sein. Diese gilt gerade  
188 auch für die Nutzung sozialer Netze und neuer Formen der Beteiligung.

189 **Wir fordern daher:**

190 1) den Landesparteitag und den Landesvorstand der SPD Hamburg auf, die  
191 inhaltlichen Grundlagen für einen starken Hamburger Beitrag zum Erneuerungsprozess  
192 zu schaffen. Basis hierfür sollte ein offener Diskussionsprozess sein, in den sich alle  
193 Mitglieder und Interessierte einbringen können.

194 2) den Landesparteitag und den Landesvorstand der SPD Hamburg auf, eine  
195 Kommission zu bilden, die einen Vorschlag zur Reform der Organisationsstrukturen und  
196 der innerparteilichen Willensbildung unter besonderer Berücksichtigung der sozialen  
197 Netze erarbeitet.

198 3) den Landesvorstand der SPD Hamburg sowie alle Hamburger Kreise auf, im Laufe  
199 des kommenden Jahres 2010 auf Basis des vom Kreis Altona entwickelten Konzeptes der  
200 Stadtteilpartei eine kommunalpolitische Offensive zu entwickeln und die Debatte um  
201 die sozialdemokratische Stadt anzustoßen.

202 4) den Landesvorstand der Jusos Hamburg auf, den Erneuerungsprozess der SPD auf  
203 Landes- und Bundesebene kritisch zu begleiten und inhaltliche Initiativen zu erarbeiten,  
204 um die Interessen der Jusos Hamburg wirksam zu vertreten.

205 5) die Juso Kreise auf, sich in den Prozess der Verwurzelung in den Stadtteilen  
206 einzubringen. Sie sollen in den Stadtteilen gemeinsam mit ihren Juso-Gruppen die  
207 Hauptansprechpartner für junge Hamburgerinnen und Hamburger in politischen Fragen  
208 sein. Die Juso-Kreisverbände und Juso-Gruppen sind aufgerufen, jugendspezifische  
209 Konzepte für ihre Bezirke und Stadtteile zu entwickeln, um präsenter und ansprechbarer  
210 zu werden. Durch stärkeren Kontakt zu jungen Menschen vor Ort können sie eigene  
211 kommunalpolitische Ansätze entwickeln.