

netzwerk.ff

m

pressemitteilung

Moritz Hunzingers Rat an die Frankfurter SPD: Neue Parteiführung muß Frankfurt-Feeling sichtbar werden lassen

Frankfurt am Main, 4. 2. 2007 – „Nach dem Ergebnis der Oberbürgermeisterwahl gibt es keinen Grund für die Frankfurter SPD, in Sack und Asche zu gehen“ – diese Schlußfolgerung zog der Public-Relations-Berater Moritz Hunzinger bei einer Veranstaltung des Netzwerks Frankfurt, des neuen Aktionskreises der Frankfurter SPD. **Der international bekannte PR-Unternehmer riet den Sozialdemokraten, die Auswahl der neuen Persönlichkeit an der Spitze der Frankfurter SPD nicht nach innerparteilichem Proporz in Hinterzimmern, sondern nach Qualifikation zu treffen:** „Die künftige Führungsperson muß ein leidenschaftliches Interesse haben, Frankfurt zu gestalten – und das auch sichtbar werden lassen.“

Arne Knudt, der Sprecher des Frankfurter SPD-Netzwerks, machte in seinen Einführungsworten deutlich, dass die Einladung an den nicht unumstrittenen PR-Profi Hunzinger Denkanstöße vermitteln und den kritischen Blick „von außen“ auf den Zustand und die Zukunft der SPD in der Rhein-Main-Metropole ermöglichen solle. Die intensive, teils leidenschaftlich führte Diskussion im überfüllten Saal des Bürgerhauses zeigte, dass diese Strategie aufging. Hunzinger riet vor allem dazu, die SPD mehr und breiter in der Bürgergesellschaft zu vernetzen. Defizite sah er hier vor allem in der Präsenz der Genossen in Wirtschaftskreisen, Vereinen und Verbänden, in der Universität und in bestimmten Berufsgruppen, wie zum Beispiel bei Stadtplanern und Architekten, wo der PR-Mann eine natürliche Themenverwandtschaft mit der Sozialdemokratie sah. Grundsätzlich müssten die Genossen mehr auf „Stadtebene“ sichtbar werden, die klassischen Ortsvereine seien dagegen zunehmend überfordert.

Deutschlands bekanntester PR-Mann legte den Sozialdemokraten nahe, auch bei den Anforderungen an die Kommunikationstalente ihres Spitzenpersonals großstädtische Maßstäbe zu berücksichtigen und sich von „Spießigkeit“ zu lösen. Dabei müsse die Partei verstärkt auch auf die Angestellten in Dienstleistungsberufen, wie Banken und Versicherungen, auf Freiberufler wie

Architekten, Rechtsanwälte und Ärzte zugehen und sich so neue Wählerschichten erschließen. „Das geht aber nur, wenn die SPD in Auftreten und Ausstrahlung weltstädtischer und professioneller wird.“ Noch seien die Frankfurter Sozialdemokraten in seiner, Hunzingers, Wahrnehmung, oft zu grimmig und zu provinziell, um bei den Frankfurter Wählern wie Nichtwählern Erfolg zu haben. „Die Spitzenpersönlichkeiten der Frankfurter SPD müssen selbstbewußt und überall in der Stadt sichtbar sein. Sie müssen erkennbar Frankfurter Großstadtausstrahlung haben, Frankfurt-Feeling verkörpern, aber nicht Assoziationen an ‚kleines Karo‘ wecken.“