

«Frei bleiben», «Für alle statt für wenige», «Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt», «Wir machen uns stark für die Schweiz»: Das sind die Wahlkampf-Parolen der vier grössten Parteien der Schweiz.

# So gehen die Parteien in den Wahlkampf

ROGER BRAUN

2015 ist Wahljahr. Am 18. Oktober finden die eidgenössischen National- und Ständeratswahlen statt. Bereits haben sich die politischen Parteien in Stellung gebracht. Mit einem Slogan und einem mehr oder weniger ausführlichen Wahlprogramm buhlen sie um die Gunst der Wähler.

## SVP bleibt sich treu

Gewohnt schnörkellos gibt sich die SVP. «Frei bleiben – SVP wählen» heisst der Leitspruch der Wahlkampagne. Dies bedeutet für die SVP dreierlei: eine stärkere Abgrenzung zur EU, eine härtere Asyl- und Ausländerpolitik und tiefere Steuern für alle durch einen Staatsabbau. Damit bleibt sich die Partei treu. Schon seit Jahren weibelt sie für dieselben drei Schwerpunktthemen. Bei ihren Wahlzielen ist die Partei hingegen bescheidener geworden. Während sie für die Wahlen 2011 einen Wähleranteil von 30 Prozent angestrebt hatte, wäre Parteipräsident Toni Brunner dieses Jahr bereits zufrieden, wenn die SVP ihren heutigen Wähleranteil von 26,6 Prozent halten könnte.

## SP: Innen- statt Aussenpolitik

Der SVP frontal gegenüber stehen die Sozialdemokraten am linken Rand des politischen Spektrums. «Für eine Schweiz für alle, statt für wenige» lautet das übergeordnete Motto der SP-Wahlkampagne. Auch hier setzt man auf Bewährtes. Bereits 2011 ope-



Kämpferische Posen am SP-Parteitag in Martigny. Daran wird man sich im Wahljahr gewöhnen müssen.

Bild: ky/Olivier Maire

rierte die SP mit dem gleichen Slogan. Im kürzlich verabschiedeten Zehnpunkte-Programm zu den Wahlen setzt die SP den Schwerpunkt bei der Wirtschafts- und Sozialpolitik im Inland. Renten und Prämienverbilligungen sollen erhöht, der Kündigungsschutz ausgebaut und eine Börsensteuer eingeführt werden. Familien sollen in den Genuss von Kindergutschriften und flächendeckenden Kindertagesstätten kommen.

Auffällig ist: Zur Aussen- und Ausländerpolitik verliert die traditionell

internationalistische Partei kein Wort. Die EU und die Flüchtlinge zum Beispiel bleiben aussen vor.

## FDP: Erfolgsmodell verteidigen

«Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt» heisst das Motto der FDP Schweiz für die Wahlkampagne. Die Partei fordert einen liberalen Staat, welcher den Bürgern mehr Selbstverantwortung gibt. Gleichzeitig sollen die Individuen auch Verantwortung für ihr Umfeld übernehmen – Gemeinsinn zeigen. Unter dem Titel

Fortschritt schliesslich fordert die FDP mehr Leistung, mehr Innovation und technischen Fortschritt anstelle von Verboten. Den Linksparteien wirft sie vor, mittels Umverteilung den Wohlstand der Schweiz zu zerstören; der SVP, die Bedeutung der internationalen Vernetzung zu ignorieren.

## CVP: Für starke Familien

Die CVP schliesslich setzt sich ein für starke Familien, sichere Arbeitsplätze, für mehr Sicherheit und eine

konstruktive Migrationspolitik. Bei alledem sollen die Interessen des Mittelstands im Zentrum stehen. In den Augen der CVP steht dieser unter Druck, weil dieser hohe Steuern und Abgaben bezahlen muss, gleichzeitig aber nicht in den Genuss von sozialpolitisch motivierten Vergünstigungen kommt. Die CVP wirbt mit dem Slogan «Wir machen uns stark für die Schweiz», wobei der Satz wahlweise auch anders ergänzt werden kann wie zum Beispiel durch «St. Gallen» oder «die Familie».

## Grüne, BDP, GLP Energie, Bilaterale und Frauenpower

Neben den vier traditionellen Parteien werden in diesem Wahljahr auch die Kleinparteien ein gewichtiges Wort mitreden. Die Grünen schreiben sich dabei die Energiewende ohne Atomkraftwerke, eine offene Schweiz und das verdichtete Bauen auf die Fahne. Die BDP sieht sich als lösungsorientierte Mittepartei und setzt ebenfalls auf die Energiewende. Zudem möchte sie die bilateralen Verträge mit der EU verteidigen und auf dem Arbeitsmarkt gleiche Chancen für Mann und Frau schaffen. Den Wahlkampf noch nicht eingeläutet hat die Grünliberale Partei GLP. (rob)



«Frei bleiben - SVP wählen»



«Für eine Schweiz für alle statt für wenige»

**FDP**  
Die Liberalen

«Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt»



«Wir machen uns stark für die Schweiz»



Bild: ky

**Claude Longchamp**  
Politologe und Umfrageforscher

Der Slogan hat eine klare Botschaft – die Freiheit. Und eine Anspielung – die bedrohte Freiheit. Das ist gut für die SVP, denn die Angst vor dem schleichenden EU-Beitritt eint sie. Die SVP ist die einzige Partei mit einer Aufforderung zur Wahl im Slogan. Der Punkt geht an sie. Das Wahlprogramm aber ist zu lang, die Zuspitzung auf drei Schwerpunkte ist dafür treffend. Europa, Migration und Steuern sind drei Kernthemen der Profilierung. Die Volksinitiative zu den Menschenrechten ist aber ein Risiko.

Der Slogan trifft das sozialdemokratische Ideal, und er grenzt sich ab – gegen Privilegien! Der Erfolg bei der Volksabstimmung über die Abzocker ist allerdings etwas her. Seither zieht der Slogan nicht mehr gleich. Löhne, Wohnraum und Renten als Themen passen. Das gilt auch für die zehn Hauptforderungen statt einem breiten Programm. Man fragt sich aber, was mit der EU und den Bilateralen ist, denn die SP ist die Öffnungspartei. Und sie muss noch beweisen, dass sie das Leitthema der Wahlen setzt.

Halb Konstanz – halb Wandel! Gut schweizerisch. National und liberal zugleich. Gemeinsinn im Slogan war umstritten. Manche hätten Eigenverantwortung bevorzugt. Doch die paradoxe Intervention passt zum staatstragenden Freisinn. Das Programm knüpft zu Recht beim Erfolgsmodell an, muss aber vereinfacht werden. Sonst droht, dass es im Geiste des Freisinns Blocher'scher Prägung interpretiert wird. Die FDP braucht keine Richtungskämpfe, sondern die Mobilisierung aller liberaler Kräfte.

Der erstaunlichste Slogan überhaupt. Aber typisch für die CVP, die kämpferischer geworden ist – und dabei ganz auf sich selber vertraut! Mit Volksinitiativen, mit neuem Stil und mit Twitter. Programmatisch bleibt die Partei eher beim Altbackenen. «Mittelstand, KMU und Familien» tönt wie bisher und setzt darauf, Verluste zu vermeiden. Statt Gewinne zu machen! Die CVP muss noch lernen, sich an neue Menschen zu wenden, die eine Mitte-Politik wollen, aber auch GLP, EVP und BDP wählen könnten.



Bild: pd

**Louis Perron**  
Politologe und Wahlkampfberater

Die SVP setzt auf die drei Themen (Asyl, EU und Steuern), welche die Partei bereits bei den Wahlen 1995, 1999, 2003 und 2007 zum Erfolg geführt haben. Das ist strategisch nicht falsch, es braucht aber auch noch ein neues Element. Eine gute Kampagne ist nie eine Wiederholung einer anderen guten Kampagne. Der Slogan «frei bleiben» geht inhaltlich der Spur nach in die richtige Richtung. Allerdings ist die Gefahr, nicht mehr frei zu sein, für viele Bürger etwas weit hergeholt und alltagsfern.

Der Slogan «Für alle, statt für wenige» stammt ursprünglich von Tony Blair. Trotzdem wirkt er im schweizerischen Kontext zu gewerkschaftlich. Auch die stark sozialpolitisch geprägte Wahlplattform scheint eher auf das Publikum in der Romandie ausgerichtet. Für potenzielle SP-Wähler in der Deutschschweiz, wo die GLP eine starke Konkurrenz darstellt, sind die Forderungen zu wenig mondän und zu wenig umweltpolitisch. Gut ist hingegen, dass die Partei zehn konkrete Forderungen formuliert hat.

Jean-Marie Le Pen soll einmal gesagt haben: «Les français votent pour l'original.» In der Schweiz ist das nicht anders. Der Begriff «Gemeinsinn» wird eher mit der SP assoziiert, «Freiheit» eher mit der SVP. Fortschritt, Innovation und Selbstverantwortung sind hingegen Stichworte, welche für die FDP-Wählerschaft in die richtige Richtung gehen. Es fehlt allerdings die Dringlichkeit, warum das Erfolgsmodell Schweiz in Gefahr sein könnte und es deshalb eine Stimme für die FDP braucht.

Familienpolitik gehört zur DNA der CVP und steht deshalb zu Recht im Zentrum des CVP-Wahlkampfes. Ein Slogan soll die Botschaft einer Partei prägnant auf den Punkt bringen. «Wir machen uns stark für Familien» tut das. Der Slogan ist glaubwürdig und unterscheidet die Partei von der Konkurrenz. «Wir machen uns stark für die Schweiz» hingegen klingt zu stark nach SVP. Die Forderung nach einer konstruktiven Migrationspolitik ist erfrischend mutig, ob man damit Lorbeeren holen kann, ist aber fraglich.



Bild: pd

**Mark Balsiger**  
Politologe und Kommunikationsberater

Ein Fasnachtsnarr hat die Anliegen der SVP unlängst auf einen Satz eingedampft: «Schweizer Fahne rauf, Steuern runter, Ausländer raus.» Das ist kräftig zugespitzt, was allerdings auch zu den Kernkompetenzen der Volkspartei zählt. Mit den Themen EU und Ausländer/Asyl holt sie seit nunmehr 25 Jahren ihre Basis ab und gilt als kompetent. Die Forderung nach tiefen Steuern haben sich früher schon andere auf die Fahnen geschrieben – ohne zu reüssieren. Griffig ist hingegen der Slogan.

Die SP hat viel Energie in Volksinitiativen wie Mindestlohn, 1:12 und Einheitskasse gesteckt, die zum Teil mit blamablen Resultaten untergingen. Mit ihrer Themenwahl geht sie nun erneut Risiken ein. Ausgebauter Kündigungsschutz und Fairness elektrisieren die Masse nicht, der Slogan ist flach. Die SP müsste überzeugende Ansätze auf den beiden wichtigsten Feldern Wirtschaft und Migration präsentieren. Beim zweiten kneift sie. So bleibt der Vorwurf im Raum, dass sie auf einem Auge blind ist.

Die FDP hat am schnellsten auf den Frankenschock reagiert – Respekt. Das Megathema spielt ihr in die Hände, weil keine andere Partei mehr Wirtschaftskompetenz hat. Ihr 18-Punkte-Programm ist allerdings ein Wunschkonzert, kein Wahlkampf. Verunglückt ist der Slogan. «Freiheit, Fortschritt, FDP» wäre ein Ohrwurm geworden. Über den Begriff Gemeinsinn enervierten sich viele Parteimitglieder öffentlich. Nun sollten sie ihre Energie für starke Listenwahlkämpfe einsetzen – aus Liebe zum Erfolg.

Die CVP setzt weiterhin auf «Swissness». Und sie tut es besser als vor vier Jahren. Damals lautete der Slogan «Keine Schweiz ohne uns» – eine doppelte Negation, was in der Werbung ein No-Go ist. Das Etikett der Familienpartei behält die CVP, auch dank ihrer Volksinitiative, die heute zwar abgelehnt werden dürfte. Ein Teilerfolg bleibt es: Im Gegensatz zur FDP schaffte es die CVP, die Hürde von 100 000 Unterschriften zu knacken. Die mächtige Referendumskraft von einst ist heute initiativfähig.