

Wer siegen will, muss zurückschlagen

Wollen die Mitteparteien im Wahljahr 2011 Erfolg haben, müssen sie offensiv argumentieren – und viel Geld sammeln

Die Delegiertenversammlung der FDP befindet am nächsten Samstag über ein Massnahmenpapier zum Thema Einwanderung. Was die Delegierten entscheiden, spielt letztlich keine Rolle – für ein strategisches Themenmanagement ist es jetzt, knapp neun Monate vor den eidgenössischen Wahlen, zu spät. Die Themen Ausländer und EU nützen traditionell der SVP. Und doch werden im Wahljahr diese beiden Themen nun auch von der Konkurrenz diskutiert.

Tragisch für die Mitteparteien FDP und CVP ist, dass das Wahljahr 2011 gleich beginnt wie die letzten vier. Das Messerstecher-Inserat der SVP Zürich markierte 1993 den Startschuss für moderne Politikampagnen in der Schweiz. Damit hat die SVP 1995, 1999, 2003 und 2007 die Wahlen

gewonnen. Mit der Albisgüetli-Tagung hat die SVP den Wahlkampf vor zwei Wochen eröffnet. Wo sind FDP und CVP?

Schlagkräftige Kampagnen haben den Charakter von Guerilla-Attacken. Die passen nicht zur Funktionsweise der Mitteparteien. Wenn ihre Politiker von der «Basis» sprechen, meinen sie meistens die Parteiaktivisten. Diese unterscheiden sich aber erheblich von den Wählern.

Trotzdem versuchen die Führungsriegen vieler Schweizer Parteien immer noch, mit ihren Kampagnen vor allem die Kantonalpräsidenten und Parteiaktivisten glücklich zu machen. Dabei wäre ein politisches Gespür beim Themenmanagement und Führungsstärke bei der Kampagnenplanung wichtiger als Basisdemokratie.

MEINUNG
LOUIS PERRON
POLITIKBERATER

«FDP und CVP brauchen dringend viel mehr Geld»



Die Schweizer Politik funktioniert nach einem festen Muster: Die SVP geht in die Offensive, und die anderen jammern – statt zurückzuschlagen. Doch um erfolgreich zu sein, müssten die Mitteparteien endlich aufhören, defensiv zu argumentieren, und stattdessen zum Gegenangriff übergehen. Gerade die CVP ist dazu prädestiniert. Im Gegensatz

zur FDP hat sie keinen SVP-Komplex. Sie hat sich in der Mitte positioniert und dafür bei kantonalen Wahlen in den Stammländern einen Preis bezahlt.

Wenn man das schon in Kauf genommen hat, sollte man daraus auch Nutzen schlagen. Als Politikberater stellt man immer wieder fest, dass bürgerliche Politiker in der Schweiz nicht über die anderen Parteien sprechen wollen. Das ist falsch. Die mediale Logik funktioniert so, dass man über andere sprechen muss, wenn man über sich selber sprechen will.

Was also können die FDP und CVP tun? Einiges. Denn auch in der Schweiz wird die öffentliche Meinung volatiler. Zuerst einmal müssen sie realisieren, dass Nationalratswahlen in erster Linie Listenwahlen sind. Natürlich

braucht es gute Kandidaten, das alleine genügt aber nicht. Die Grünliberalen punkten mit wenig bekanntem Personal.

Es braucht also vor allem eine Kampagne für die Listen. FDP und CVP sind in der Krise und müssen gerade deswegen auf eigene Stärken setzen. Zwar stimmt eine Mehrheit der Schweizer manchmal «extrem», weil die Parteien SVP und SP gut beschreiben, wo der Schuh drückt. Doch gesinnungsmässig sind Herr und Frau Schweizer der Mitte zuzuordnen. Sie sind der Meinung, dass es ihnen gut geht. Und weil de facto FDP und CVP die Politik im Land machen, muss die Botschaft lauten: «Dank uns!» Dies muss den Wählern mit «Geschichten» und «Events» regelrecht eingetrichtert werden.

Schliesslich brauchen FDP und CVP dringend Geld, viel mehr Geld. Wenn die Konkurrenz ein fünf- oder gar zehnmal höheres Budget hat, beginnen die Ressourcen als Faktor wichtig zu werden. Es ist schwer verständlich, dass es den wirtschaftsfreundlichen Mitteparteien im Wahljahr nicht gelingen soll, einige zusätzliche Millionen zu beschaffen.

Um es in den Bildern der SVP auszudrücken: Wenn 10 Millionen Schafe auf einen zurennen, darf man nicht mit ein paar Mäusen auf dem offenen Feld herumstehen.

Louis Perron ist Politologe und Politikberater mit Kunden in der Schweiz, Deutschland und anderen Ländern.