

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 102 (2022)
Heft: 1100

Artikel: Strategien, um 2023 zu gewinnen
Autor: Grob, Ronnie
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1035548>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Strategien, um 2023 zu gewinnen

Die Schweizer Parlamentswahlen sind noch ein Jahr entfernt. Also wird es für die Parteien Zeit, Kampagnen vorzubereiten, um ihren Wähleranteil zu vergrössern. Wie das gelingen könnte.

von Ronnie Grob

Vor den letzten Parlamentswahlen im Oktober 2019 fühlte man sich in der Schweiz wie im Schlaraffenland. Akute Probleme waren kaum in Sicht, folglich sank die Wahlbeteiligung auf 45,1 Prozent, den tiefsten Wert nach 1995 und 1999. Als die grösste Herausforderung überhaupt identifizierten die Medien ein langfristiges Problem, den Anstieg von CO₂ in der Atmosphäre. Die Wähler gaben in dieser Situation grünen und grünlackierten Kandidaten und Parteien ihre Stimme.

Die politische Grosswetterlage hat sich seither stark verändert. Um Coronaviren zu bekämpfen, hat der Bundesrat die Bürger mit Notrecht regiert. Von Regierungen verhängte Shutdowns und Lockdowns haben den freien Handel und das freie Reisen mehrmals stark eingeschränkt. Die Konjunkturaussichten haben sich eingetrübt, die Preisinflation und die Energiepreise sind hochgeschnellt. In der Ukraine sind russische Truppen einmarschiert, worauf USA und EU massive Sanktionen beschlossen haben, denen sich die Schweiz blind angeschlossen hat. Dieser Konflikt mit dem Potenzial, sich auszuweiten, hat das Sicherheitsgefühl im Land beeinträchtigt und eine Diskussion über Neutralität ausgelöst. Aktuell verlangt der Bundesrat von den Bürgern, weniger Energie zu verbrauchen, weil sonst die Stromversorgung zusammenzuberechnen drohe.

Wie reagieren auf die veränderte Ausgangslage? Ein Jahr vor den Wahlen ist ein guter Zeitpunkt für die Parteien, Strategien für den Wahltag am 22. Oktober 2023 zu schmieden.

Die Arglist der Zeit spielt jener Partei in die Karten, die stets deutlich vor schwierigen Zeiten gewarnt hat – die an Bund und Bürger appellierte, zu sparen und sich nicht zu verschulden, und sich gegen Experimente und Abenteuer wandte, insbesondere in der Energie- und Aussenpolitik. Auch die mit der Coronakrise in Gang gesetzte Deglobalisierung bringt klassische SVP-Themen wie Föderalismus und Patriotismus sowie die stärkere Unabhängigkeit in Fragen der Ernährung, Verteidigung und Energie zurück ins Spiel. Bauern, Gewerbe und Bürger – dafür steht die Partei – werden so wieder wichtiger.

Macht die SVP nicht alles falsch im Wahlkampf, wird sie also zulegen können. Allerdings leidet sie weiterhin unter einem eklatanten Personalproblem. Ihr in breiten Kreisen der Öffentlichkeit miserabler Ruf wirkt abschreckend auf fähige Kandidaten. Das schlechte Image der Partei ist mit der Ablehnung durch die Medien und das akademisch gebildete Establishment zu erklären, hat aber wesentlich auch mit dem eigenen Verhalten zu tun. Wer wie im Wahlkampf 2019 mögliche politische Partner auf Plakaten als Würmer oder Maden verunglimpft, erntet zwar die gewünschte Aufmerksamkeit, macht sich aber zugleich menschlich und gesellschaftlich unmöglich.

Die Strategie zum Erfolg

Weg von den groben Kampagnen, die mögliche Mitstreiter verletzen und Kandidaten abschrecken. Stattdessen den anständigen Bürger in den Mittelpunkt stellen, der im Alltag vom Staat in Ruhe gelassen werden will und netto dem Staat mehr bezahlt, als er von ihm bezieht. Damit zieht man Wählerschaft und Personal an, die auf eigenen Beinen stehen, speziell auch im SVP-Entwicklungsgebiet Roman- die. Die Furcht bei den Wahlkampfverantwortlichen, auf die bewährte Holzhammermethode zu verzichten, ist allerdings gross. Doch ein Wähleranteil von über 30 Prozent ist nur mit einer stilistischen Mässigung zu erreichen. Mit



Wähleranteil 2019: **25,6% (-3,8)**

Trend 2023¹: **25,9% (+0,3)**

Marco Chiesa ist das in der Position des Parteipräsidenten schon gut gelungen. Je nach Stimmungslage im Wahlherbst motiviert eine im Inhalt glasklare, aber im Stil sanfter auftretende SVP junge Erstwähler, die Sicherheit und Freiheit suchen. Auf jeden Fall zur Urne bewegen müsste die Partei die Nichtakademiker. Diese Gruppe, in der die SVP das grösste Potenzial hat², konnte 2019 nicht genügend mobilisiert werden.



Während in Deutschland die SPD links in der Mitte steht und linkerhand von den Grünen und der Partei «Die Linke» herausgefordert wird, politisiert in der Schweiz die SP zusammen mit den Grünen am linken Rand. Unter dem Einfluss der mächtigen Jungsozialisten sind die Jungpolitiker Mattea Meyer und Cédric Wermuth bis an die Parteispitze aufgestiegen. Arbeiter wählen die SP kaum noch, natürlich auch, weil sie von ihr gar nicht vertreten werden. Die Partei vertritt heute vor allem all jene, die nicht in der Privatwirtschaft tätig sind, sondern direkt oder indirekt vom Staat abhängen: Beamte, Lehrer, Sozialarbeiter, Funktionäre, Universitätspersonal, SRG-Journalisten. Der von Cédric Wermuth 2014 geäußerte Satz «Ich habe mich entschieden, mein Leben im öffentlichen Dienst zu verbringen»³ ist programmatisch. Wermuth erwartet von den Steuerzahlern, dass sie sein gesamtes Arbeitsleben finanzieren werden. Und viele seiner Parteigenossen verhalten sich gleich.

Insbesondere in den Städten sind die Sozialdemokraten zu verbiesterten Gesellen geworden, die anderen ihre Vorstellung eines richtigen Lebens aufzwingen wollen, sei es in der Ernährung, in der Wahl der Transportmittel oder in der Art, zu reden und zu schreiben. Die neusten Freiheitsfeinde sind die Haut- und Haarpolizisten, die im linken Milieu sozialisierte Musiker penibel durchleuchten. Die Woke-Bewegung ist in der Partei nicht unumstritten – sich mit ihr öffentlich anzulegen trauen sich aber nur einige alte Sozialdemokraten, die keine persönlichen Ambitionen mehr hegen.

Die Strategie zum Erfolg

Nach den grossen Zugewinnen der grünen Parteien 2019 werden 2023 einige Linke wieder zu den Sozialdemokraten zurückkehren. Eine Situation mit hoher Arbeitslosigkeit und

Unsicherheit wird für die SP gewinnbringend sein, denn die Partei wird sich so als Lösung der «sozialen Frage» empfehlen können. Am erfolgversprechendsten ist wohl eine Strategie, die sich voll und ganz auf noch mehr Benefits für die Kernwählerschaft ausrichtet und den Kampf führt für hochbezahlte Teilzeitjobs in staatlichen und staatsnahen Betrieben. Auf Wähler, die ihr Geld in der freien Wirtschaft verdienen, kann die Staatspartei gut verzichten.



Mit der Wahl von Thierry Burkart zum Parteipräsidenten im vergangenen Jahr hat die FDP gegenüber ihren bürgerlichen Wählern ein Zeichen gesetzt. Doch das hatte sie auch schon mit der Wahl von Petra Gössi 2016. Gössi, einst ebenfalls am rechtsliberalen Rand ihrer Partei angesiedelt, hatte sich unter dem Druck des Polit- und Medienbetriebs immer weiter nach links bewegt. 2019 sagte sie öffentlich, die Politik müsse «den Menschen Steine aus dem Weg räumen, sie befähigen und fördern»⁴ – was einfach nur eine sozialdemokratische Position ist. Wie sehr wird Burkart in seiner Amtszeit zu einem grünen Sozialdemokraten? Breit abgestützt ist er nicht. Der rechte Flügel der FDP ist mit den Wahlen 2019 weggebrochen, wie die NZZ im Parlamentarier-Rating 2020 feststellte: Eine Christa Markwalder, die lange als linker Pol der Partei galt, wurde dadurch eingemittelt. Fraktionspräsident Damien Cottier politisiert mehr in der Mitte als rechts. Und FDP-Frauen-Präsidentin Susanne Vincenz-Stauffacher hält die eigene Jungpartei für «verbohrt», fordert Frauenquoten oder eine 16wöchige «Elternzeit».⁵

In den guten Zeiten der letzten Jahre hat die FDP, die sich gerne damit rühmt, Reformen durchzubringen, auch wenn es gar keine liberalen Reformen sind, unausgegorenen Projekten der Linken wie dem Energiegesetz zum Durchbruch verholfen. Mit dem wiederholten Eingehen solcher Kompromisse hat sie ihr einst unverwechselbares Profil «Mehr Freiheit – weniger Staat» aufgegeben. Extern wird sie so aufgerieben zwischen GLP und SVP, die den Wählern ein klareres Profil präsentieren. Und intern zwischen den Lagern der Partei, die Grundsatzfragen wie EU-Beziehung, Energie oder Corona unterschiedlich beurteilen.

Das einst einigende Band des Liberalismus hat die FDP in Vergessenheit geraten lassen. Stattdessen gefällt man sich darin, auf Libertäre zu schimpfen – als wären die freisinnigen Bundesstaatsgründer von 1848 keine Anhänger ei-

nes Minimalstaats gewesen. Ohne Sinn und Ausrichtung nimmt der intern schon lange schwelende Opportunismus überhand; die Partei verkommt zum Karrierevehikel, das lediglich für gewinnbringende Kontakte und den eigenen Aufstieg sorgen soll. Wenn es parteiintern der andere machen soll, der andere zahlen soll, der andere nicht im Weg stehen soll, verkommt der zentrale Begriff der Eigenverantwortung zur rhetorischen Hülle. Statt dass die Freisinnigen unmissverständlich hinter freiheitlichen Werten stehen, macht sich der Neid breit und der Hass auf den Erfolg anderer. Also all das, was im Widerspruch zur eigenen Ideologie steht.

Die Strategie zum Erfolg

Klare Abgrenzung von allen sozialdemokratischen Positionen und stattdessen eine enge Zusammenarbeit in einer Koalition der Willigen für bürgerlich-liberale Kompromisse – vor allem deshalb, weil sich die FDP-Wähler seit 2011 jedes Wahljahr deutlicher rechts der Mitte verorten. Die Führung der Partei sollte dabei weniger Funktionär und vielmehr Leitstern sein. Sie sollte, anders als in den vergangenen Jahren, weniger Kontrolle ausüben aus Furcht vor einer möglichen Skandalisierung, stattdessen selbst Freiheit leben. Nur so können Freude, Vielfalt und Widerspruch gedeihen, was die Parteigänger auch wieder motiviert, mit Begeisterung für politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Liberalismus zu kämpfen. Eine solche Ausrichtung zieht dann nicht nur Karrierepolitiker an, sondern auch Aufsteiger und Unternehmer. Und ganz wichtig für alle in der FDP: Von den überwiegend grün-links positionierten Journalisten inhaltlich kritisiert zu werden, bedeutet meistens nur, dass man die richtige Politik macht. Dieser Liebesentzug ist zu verschmerzen.

Die Mitte

Wähleranteil 2019 als CVP: **11,4% (-0,3)**
 Wähleranteil 2019 als BDP: **2,4% (-1,7)**
 Trend 2023: **13,4% (-0,4)**

Die 2020 beschlossene Fusion zwischen CVP und BDP gibt der daraus entstandenen «Mitte»-Partei mit 13,8 Prozent rechnerisch etwas mehr Wähleranteil als den Grünen. Doch wird ein Gewinner gezeugt, wenn sich zwei Verlierer paaren? Parteipräsident Gerhard Pfister scheint mit seinem Kurs, der sich ständig gegenüber links und rechts abgrenzt, immerhin den Abwärtstrend etwas aufgehalten zu haben. Insbesondere sind auch die Neulancierung und Umbenennung in «Mitte» keine dummen Fehler, wie so

viele geschrieben haben. Die Mitte wird gerade in schwierigen Zeiten gewählt werden von unpolitischen Wählern, die auf Kompromisse und Mittelwege vertrauen und keine eigentliche Ideologie haben. Freundlich gesagt ist die Mitte eine Partei von Kompromissuchern für Kompromiss-sucher, böse gesagt eine Partei von Opportunisten für Opportunisten.

Oder vielmehr Opportunistinnen, denn die Mitte ist zu einer Partei der Frauen geworden. Vielleicht sind es gerade bürgerliche Frauen wie Marianne Binder-Keller, die einen Bezugspunkt schaffen können, um gemeinsam mit FDP und SVP, gegebenenfalls auch mit der GLP, bürgerliche Lösungen zu schmieden.

Die Strategie zum Erfolg

Weiterhin den Ausgleich suchen und dabei auch den Mut haben, opportunistisch zu sein. Aber mit Köpfchen und mit Kompass für die konservativen Grundwerte und die christliche Herkunft. Man muss nicht auf jeden vorbeifahrenden medialen Zug aufspringen, sondern lediglich herausspüren, wo sich bürgerliche Mehrheiten ergeben könnten.



Wähleranteil 2019: **13,2% (+6,1)**
 Trend 2023: **11,8% (-1,4)**

Die grüne Welle bricht gerade mit viel Schaum zusammen. Ein Blick nach Deutschland zeigt, welche Folgen Angela Merkels Energiewende zeitigt: Weil man aus ideologischen Gründen auf Atomkraft verzichtete und seit dem Angriff auf die Ukraine den langjährigen Gaslieferanten Russland mit Sanktionen belegt, muss nun Kohle verbrannt werden, um überhaupt ein halbwegs stabiles Stromnetz zu haben. Die Preise für Strom verzehnfachten sich. Sollte Russland den Gashahn länger abdrehen, ist gemäss der Aussenministerin Baerbock im Herbst und Winter mit Demonstrationen und Ausschreitungen zu rechnen. Die in der Welle der Energiefiktion mitreitende Grüne Partei der Schweiz wird Wähleranteile abgeben müssen. Einen Teil davon werden die Grünliberalen ernten, einen anderen all jene, die eine glaubwürdige und zukunftsgewandte Energiestrategie präsentieren.

Dass die Grünen kaum liberal sind, sondern konsequent und geschlossen gemeinsam mit der SP am linken Rand politisieren, wird von den Medien viel zu wenig thematisiert – die radikalsten «Woke»-Ideologen und

Klimaschutzfanatiker sind oft Anhänger oder Vertreter der Grünen. Einigen Wählern könnte es im Wahlkampf bewusst werden, dass es sich bei vielen Grünen um Freiheitsfeinde handelt, welche die Gesellschaft in ihrem Sinne erziehen und umformen wollen. Während abstrakte Ziele ohne Konsequenzen wie die 2000-Watt-Gesellschaft oder die Klimaneutralität über die Parteigrenzen hinweg breiten Support geniessen, könnten konkrete, zum Verzicht verpflichtende Massnahmen selbst bei der grünen Basis nicht gut ankommen. 2019 haben überdurchschnittlich viele Frauen die Grünen gewählt. Ob sie das auch noch tun werden nach einem Winter mit kaltem Wasser, Heizung auf Sparflamme und rationiertem oder gar ausgefallenem Strom?

Die Strategie zum Erfolg

Die Grünen sollten pragmatisch werden und technologieoffen praktische Lösungen mittragen, die Energie nicht zu einem Luxusgut machen. Eine grüne Ideologie, die sich nur noch aus Tradition gegen Kernkraft wendet und Innovationen ignoriert, hat sich überlebt. Für die linke Partei der Schweiz wird es strategisch entscheidend sein, wie sie mit den radikalen Kräften in den eigenen Reihen umgeht. Damit gemeint sind sowohl Klimastreiker, die den Autoverkehr lahmlegen, als auch die aus den Universitäten kommenden «Woke»-Ideologen, die Auftritte mit Gewalt zu verhindern suchen. Weil die Grünen kaum auf ihre Stimmen verzichten wollen, wird man wohl versuchen, sie einzubinden, statt sich von ihnen abzugrenzen. Viele Radikale sind jedoch weder an Kompromissen noch an demokratischen Prozessen interessiert, was die Partei spalten könnte und auch Stimmen kosten würde.

Grünliberale

Wähleranteil 2019: **7,8% (+3,2)**

Trend 2023: **9,2% (+1,4)**

Die zweite Mitte-Partei hat Schlagseite nach links: Kaum ein Grünliberaler hält Wirtschaftswachstum für wichtiger als Umweltschutz.⁷ Ihre Exponenten und Wähler sind mehrheitlich städtische, gesellschafts- und sozialliberale, EU-freundliche Akademiker, denen die FDP zu rechts und die SP zu links ist. Weil sie frisch auftritt mit sympathischen Aushängeschildern wie Tiana Angelina Moser oder Nicolas Forster, wird die GLP 2023 diesen beiden Parteien und auch den Grünen Stimmen wegnehmen. Der Grosse Erfolg von 2019 lässt sich wohl nicht übertreffen, aber die Position behaupten. In der Europapolitik kann die Kampf-

organisation der Partei, die Operation Libero, mit einer pragmatisch auftretenden Sanija Ameti Akzente setzen. Weil aber die blinde EU-Liebe der Liberos keine Mehrheit findet, kommen nun zum grossen Feindbild SVP auch die anderen bürgerlichen Parteien hinzu, und sogar die Sozialdemokraten.

Die Anhänger der GLP fühlen sich primär als Europäer; überdurchschnittlich viele von ihnen haben wenigstens einen im Ausland geborenen Elternteil.⁸ Die Schweiz ist ihnen zu klein, zu wenig urban, zu eigensinnig, zu föderalistisch, zu neutral. Schliesst die EU die Schweizer aus politischen Gründen von «Horizon 2020» aus, betrachten sie das als einen Angriff auf ihre Existenz. Dennoch betreiben sie eine Politik, aus der mehr Fremdbestimmung durch die EU resultieren wird. Die Weltoffenheit der GLP ist begrenzt: Sie reicht oft nicht über die Aussengrenze der Union hinaus.

Die Strategie zum Erfolg

Von den Grünen, von der FDP und von der SP lassen sich weiterhin Wähler abluchsen. Es gelingt vor allem durch tatkräftige und wohlwollende Unterstützung der Journalisten, deren absolute Lieblingspartei die GLP ist. Wenig kritische Medienkonsumenten können von dieser Partei eigentlich nur einen guten Eindruck haben. Die grösste Gefahr für diese Wohlstandspartei, in der sich ebenfalls viele indirekt vom Staat Abhängige sammeln, ist eine grosse Wirtschaftskrise im Wahljahr. Oder ein Auseinanderbrechen der EU. Strategisch fährt sie am besten weiter wie bisher, positioniert als «moderne» Alternative zu den anderen Parteien, und das, ohne gross aufzufallen. Vom Beschuss, unter den die Grünen kommen werden, könnte die Partei sogar noch profitieren, indem sie dann von Grünen gewählt wird, die unter dem Eindruck der Krise etwas wirtschaftsfreundlicher wählen wollen. ◀

¹ Alle Trendwerte stammen aus der Tamedia-Wahlumfrage von August 2022.

² Selects 2019, S. 20. Die entsprechende Studie findet sich unter dem Titel «Eidgenössische Wahlen 2019. Wahlteilnahme und Wahlentscheid» auf Selects.ch.

³ www.aargauerzeitung.ch/aargau/kanton-aargau/ich-habe-mich-entschieden-mein-leben-im-offentlichen-dienst-zu-verbringen-ld.1825874

⁴ www.blick.ch/politik/fdp-chefin-petra-goessi-die-svp-bewegt-sich-in-einer-braunen-ecke-id15482014.html

⁵ www.republik.ch/2020/07/24/im-gespraech-roger-de-weck-susanne-vincenz-stauffacher

⁶ Selects 2019, S. 86.

⁷ Selects 2019, S. 29.

⁸ Selects 2019, S. 15.



Ronnie Grob

ist Chefredaktor dieser Zeitschrift.