

Die CVP zielstrebigere als Wertepartei profilieren

Die Aussenwahrnehmungen zur CVP als da und dort erodierende Partei erfordern offensichtlich neue Impulse. Die CVP soll auch trotz veränderter Medienlandschaft wieder als gestaltende Kraft in der Politik zu einer Gewinnerpartei werden. Der komplexen Medienthematik war der Parteitag der schweizerischen CVP-Seniorenvereinigung 60plus in Aarau mit prominenten Referenten gewidmet.

Die CVP hat landauf und –ab profilierte und einsatzwillige Köpfe und wirkt oftmals als Mehrheitsbeschafferin. Dennoch seien die Aussenwahrnehmungen vielerorts zwiespältig und unklar sowie mit persönlichen Eskapaden belastet. Solche Momentaufnahmen legte Hanspeter Trütsch, ehemaliger Tagesschau-Redaktor SRF, in einem profunden Referat selbstkritisch dar.

Als Partei der Mitte in der Defensive

Es seien just jene traditionellen Werte, auf welche die CVP eigentlich basiere, welche in den letzten Jahren ins Erodieren gekommen seien. Dazu beigetragen habe wohl auch der Bedeutungsverlust der Kirchen. Ebenfalls Geschichte seien manchenorts parteigebundene oder die CVP-nahe Medien, wodurch meinungsbildende Sprachrohr verloren gingen, konstatierte Hanspeter Trütsch. Christina Neuhaus (NZZ-Redaktorin) plädierte in ihrem Referat, am „C“ als christlich-basierte Grundhaltung unbedingt festzuhalten, aber nicht auf Katholisch einzuschränken. Ihrer Meinung nach ist die CVP eine „unterbewertete Aktie“, denn es werde dieser Mittepartei vielerorts hohe Lösungskompetenz zugesprochen, was allerdings öffentlich zu wenig wahrgenommen und in den Wahlen kaum honoriert werde.

Als gestaltende Kraft wieder Profil gewinnen

Auch werde das CVP-Parteiprogramm trotz inhaltlichen Schwerpunkten in der öffentlichen Wahrnehmung schlecht wahrgenommen. Man wisse oft nicht für was die CVP stehe. Dem Image eines „Gemischtwarenladen“ müsse aktiv

begegnet werden. Wünschbar seien unmissverständliche, klare und knappe Botschaften, meinte Trütsch. Das gelte vor allem auch für zeitaktuelle Themen. Die CVP müsse als Wertepartei auch bewusster zu diesen Werten stehen und diese pointiert nach aussen vertreten. Solche Werte seien Heimat, Identität, Solidarität und Sicherheit. Die CVP sei also auf allen Ebenen und an vielen Fronten gefordert.

Eine breitere Wählerschaft ins Boot holen

Statt internes Gezänk und imageschädigende Eskapaden einzelner Repräsentanten müsse sich die CVP zusammenraufen, ihr Profil schärfen und sich für das Wohl einer zeitaktuellen Solidargesellschaft wahrnehmbarer engagieren. Dazu gehören förderliche Kontakte vorab auch mit regionalen und lokalen Medien. Hohe Medienkompetenz und –präsenz seien nachhaltig. „So bleibt die Partei präsent und laufend meinungsbildend“, betonte Christina Neuhaus. Und wörtlich sagte sie: „die CVP macht wohl vieles richtig, aber ob das auch reicht“.

Hanspeter Trütsch doppelte nach mit der Feststellung, dass die CVP sich profilierter und mit klaren Botschaften dem parteipolitischen Wettbewerb stellen müsse. Vor allem mit überzeugenden Argumenten könne sie den prognostizierten Negativtrend stoppen. Sie müsse als staatstragende Gewinnerpartei wieder die Gunst einer breiten Wählerschaft erreichen.

In internen Workshop besprachen die Vertreter der kantonalen CVP60plus-Vereinigung entsprechende Lösungsansätze und konkrete Aktivitäten auch der CVP-Senior/innen mit Blick auf die kommenden Wahlen.

Gefährdet die veränderte Medienlandschaft die Demokratie?

Das Verschwinden von Zeitungstiteln und überregionale Zusammenschlüsse in den letzten Jahren wertete Prof. Dr. Daniel Kübler vom Zentrum für Demokratie (Aarau) als herben Verlust für die öffentliche Meinungsbildung. Er wies in seinem Referat auf eine neue Studie hin. Diese zeige auf, dass je weniger die Medien über lokale Politik berichten, desto schlechter sei die Wahlbeteiligungen in den Gemeinden. Dieses neue Phänomen einer „Medienkrise“ schade der politischen Partizipation in einer gelebten Demokratie. Die Sozia-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter oder Youtube könnten dieses lokale Kommunikationsmanko nicht hinreichend ersetzen.

Deshalb sollte die regionale Presseförderung aktiver werden und wo nötig über alternative Ansätze nachgedacht werden.

Die veränderte Medienlandschaft im Fokus

Der Wandel in der Medienlandschaft setzte in einem föderalen Umfeld auf breiter Ebene zu. In einem angeregten Podium mit Prominenz aus Politik und Medienhäusern wurden aus teils unterschiedlicher Optik die Auswirkungen solcher Veränderung angesprochen. Die Verlagszusammenlegungen seien kostenbedingt begründet, ebenso die Umstrukturierungen in den Redaktionen. Ob damit auch die Qualität der föderalen Berichterstattungen und Meinungsbildung leide, wurde unterschiedlich beurteilt. Angesichts der kommunikativen Hektik und der neuen Sozia-Medien seien vor allem fundierte Recherchen gefährdet, was zu oberflächigerem Journalismus tendiere.

Patrik Müller, Chefredaktor des neuen Tageszeitungsverbundes „AZ-Nordwestschweiz“ und der „Schweiz am Wochenende“ widersprach aber solchen Feststellungen und sah die Qualität des Journalismus nicht gefährdet. Aus seiner Sicht seien Kommunikationsorgane durch die Städte und Gemeinden als „Verleger“ keine Lösung. Denn dort kämen ein offener Dialog und ein freier Journalismus für eine zeitkritische öffentliche Meinungsbildung kaum zum Tragen. Und zahlpflichtige Inserate in solchen Blättern wäre eine schädliche Konkurrenz zur meinungsbildenden Regionalpresse.

Nationalrat Martin Candinas betonte den Stellenwert eines zeitaktuellen und regional gestützten Service Public. Die Ausgewogenheit in den Berichterstattungen werde ansonsten durch schrille Töne und opportunistische Tonalitäten unterlaufen, was einer demokratischen Meinungsbildung schade. Ebenfalls für eine angemessene Differenziertheit in den öffentlichen und privaten Medien votierte Ladina Heimgartner, Vizedirektorin SRG. Derzeit sei die SRG durch namhafte Umstrukturierungen besonders gefordert.

Dank geschickter Moderation sorgte Marianne Binder, Grossrätin und Präsidentin der CVP Aarau für eine sehr spannende Podiums-Diskussion.

Präsidiale Erwartungen an die CVP60plus-Bewegung

Mit Hinweisen auf den historischen Auftrag der CVP und angesichts der Aussenwahrnehmungen, welche weitgehend durch die Medien geprägt

werden, plädierte CVP-Präsident Dr. Gerhard Pfister im Schlusswort dieses Senioren-Parteitages 2018 für eine verbesserte Medienpräsenz. Bei der jungen Wählerschaft und in ihren Netzwerken sei eine zielführende Nutzung der entsprechenden Kommunikationskanäle (Soziale-Medien) zu entwickeln. Die CVP-Senior/innen könnten ihrerseits dank ihren Kompetenzen und Lebenserfahrungen vermehrt falsche Gegnermeinungen demontieren durch Lesermeinungen. Pfister forderte die CVP60plus-Vereinigungen auf, das wertorientierte Politisieren der CVP aktiver und womöglich sogar mit eigenem Engagement mitzutragen.

Verfasser: Alois Hodel, Egolzwil LU