

«Politik ist keine Bürgerpflicht»

Jugendliche gehen seltener an die Urne – aus Zufriedenheit, meint Baschi Dürr

Von Benedict Neff, Luzern

BaZ: Herr Dürr, Schweizer Jugendliche stimmen signifikant weniger ab als der Durchschnitt der Bevölkerung. Bei der Diskussion dazu am Swiss Media Forum in Luzern bekam man den Eindruck, dass dieser Befund Sie gar nicht so interessiert. Denken Sie als Liberaler: So what?! – Soll jeder machen, was er will.

Baschi Dürr: Sie sprechen zwei verschiedene Dinge an: Erstens, ob eine Diskussion spannend ist, und zweitens, ob eine Tatsache ein Problem ist oder nicht.

Sie finden die Diskussion spannend?

Sehr. Ich meine aber, dass die Wahlbeteiligung, die in der Schweiz bei Jung und Alt eher tief ist, nicht grundsätzlich ein Problem ist. Als Politiker oder als Politjournalist finden wir ja alles um unser Genre wahnsinnig interessant. Das ist unsere Welt. Wir können und sollen aber nicht erwarten, dass sich alle anderen im gleichen Ausmass für die Politik interessieren. Interesse an Politik ist keine «Bürgerpflicht», und man ist auch kein schlechterer Mensch, wenn man die Zeitungslektüre auf den Sportteil beschränkt.

Sie sagten, die Stimmbeteiligung in der Schweiz sei eigentlich irrational hoch. Ist Ihre Botschaft: Leute bleibt zu Hause, Abstimmen bringt nichts?

Nein, natürlich nicht. Aber wenn wir vom Modell des Homo oeconomicus ausgehen, der Dinge nur dann tut, wenn er einen rationalen Nutzen daraus zieht, dann sind Stimmen und Wählen sinnlos. Als Stimmbürger würde es mir ja nur nützen, wenn ausgerechnet meine Stimme den Unterschied machen würde. Diese Wahrscheinlichkeit ist bei null. Aber man macht im Leben ja viele Dinge nicht unbedingt aus rationalen Gründen: Sondern weil es einen interessiert, weil man sich einbringen, weil

man dazugehören will. Es ist schön, dass trotz dieser Irrationalität doch so viele Leute an die Urne gehen!

Sie denken, die Leute würden aus einem Zustand der allgemeinen Zufriedenheit nicht abstimmen. Im Sinne von: Der Laden läuft, alles funktioniert.

Ja, ich glaube, das ist so. Viele Leute finden wohl, und dies zurecht, dass in der Schweiz vieles sehr gut läuft, vor allem auch im Unterschied zum Ausland. Dazu kommt, dass Schweizer eben nicht nur alle vier oder sechs Jahre abstimmen, sondern viel regelmässiger befragt werden. Es gibt auch viele Leute, die nur gelegentlich an die Urne gehen, dann, wenn sie der Meinung sind, es gehe um eine ganz wichtige Frage.

Anders als etwa in den 70er- oder 80er-Jahren scheint heute ein grosser Mobilisierungsanlass zur politischen Partizipation der Jugendlichen zu fehlen.

Was es im Moment jedenfalls nicht gibt, ist ein Moment, das die Jungen gegen die Alten mobilisieren würde. Wir haben in der Schweiz keine dominante Jugendkultur, die einer Kultur der Alten diametral zuwiderlaufen würde. Es gibt nicht hier die jungen Linken und da die rechten Alten – wenn es das überhaupt je gab. Stil, Habitus, Ansichten von Jung und Alt haben sich angeglichen. Entscheidende Unterschiede für die politische Einstellung und Partizipation sind das persönliche Interesse, die Bildung, das soziale Milieu – und weniger das Alter.

Sie selbst stammen aus einem bürgerlichen Haus, haben sich schon sehr früh politisch engagiert und wurden mit 35 Jahren sehr jung in die Regierung gewählt. Gibt es in der Schweiz die Gefahr, dass sich nur noch eine Elite für politische Fragen interessiert?

Ich komme aus fast langweiligen klassisch-bürgerlichen Verhältnissen, einer Schicht, die sich für Politik



Verlage wollen Rückstand aufholen

Luzern. Zum vierten Mal fand während der letzten zwei Tage das Swiss Media Forum statt – es ist eines der grössten Zusammentreffen der Medien- und Kommunikationsbranche. Neben einer Rede von Bundesrätin Doris Leuthard berieten gestern auch die grössten Schweizer Verlage zur Zukunft. Es brauche in den Medienunternehmen in technologischer Hinsicht ein Wachstum, momentan gebe es einen Engpass, sagte Tamedia-CEO Christoph Tonini am Freitag in Luzern. Die Unternehmen müssten sich mit Innovationen attraktiver machen. Ringier-Chef Marc Walder plädierte dafür, in Zürich nach dem Vorbild New Yorks einen eigentlichen Medien-Cluster zu bilden. Dieser würde Talente fördern und Standorte attraktiver machen. Die Voraussetzungen sind laut Walder in Zürich vorhanden, nämlich Kapital, Inhalte, Strategien und Technologie. SDA

Tiefe Wahlbeteiligung kein Problem.

Regierungsrat Baschi Dürr (37) hält nichts von Stimmzwang. Foto H. Muchenberger

mehr interessiert als andere, das ist wahr. Die Gefahr der Elitebildung besteht sicherlich. Es ist ja nicht so, dass die Bedeutung der Politik abnehmen würde. Im Gegenteil: Es gibt heute mehr Regulative, die Verwaltungen dehnen sich aus, die Gesetzesdichte nimmt zu, der Staat wird immer grösser. Eigentlich müsste das Interesse der Menschen mitwachsen. Es

«So doof ist der Durchschnittsleser wohl nicht, wie sich der Journalist das vorstellt.»

ist also nicht so, dass man das Feld einigen Polit-Nostalgikern überlassen könnte. Wie gesagt stellt sich die Frage, ob die Leute eher insgesamt zufrieden sind oder aber desillusioniert zurückbleiben. Wahrscheinlich gilt beides.

Welche Rolle spielen die Medien? Bereiten sie den politischen Stoff zu wenig attraktiv auf?

Unabhängig von der Generation stellt sich die Frage, ob die Medien den

politischen Stoff so aufbereiten, dass sich nicht nur Freaks wie Sie und ich dafür interessieren, sondern auch ein breiteres Publikum. Ich stelle fest, dass die Medien sehr viel machen. Es wird personalisiert und manchmal bis zur Schmerzgrenze vereinfacht. Zum Teil wird der Leser aber unterschätzt. Gelegentlich denke ich beim Zeitungslernen: So doof ist der Durchschnittsleser wohl nicht, wie sich der Journalist das vorstellt!

Vielleicht ist halt der Journalist so beschränkt, dass er nicht anders schreiben kann.

Wer weiss. Ich bin generell auch davon überzeugt, dass der Medienwandel mitverantwortlich ist, dass die Unterschiede zwischen den Generationen kleiner geworden sind. Auch gestandene Parteien versuchen heute, sehr jugendlich, locker und lustig zu sein und irgendwelche Events zu veranstalten, die mit ihren Inhalten kaum mehr etwas zu tun haben. Im Wissen, dass sie damit in 20 Minuten und anderen Boulevardblättern thematisiert werden.

Sie kritisieren die Parteien, die mit einem «stupiden, einfachen, sinnentleerten

Einheitsbrei» Kampagnen fahren. Vereinfachen auch die Parteien zu stark?

Ich komme aus der PR- und Marketingbranche. Dass man die Botschaft an die Frau und an den Mann bringen muss, und dass Komplexität reduziert werden muss, ist klar. Im Parteienmarketing ist viel passiert. Der Erfolg der SVP mit einfachen Schlagworten und hoher Personalisierung hat viel dazu beigetragen. Die SVP hatte damit Erfolg – und konnte so ihre Inhalte vermitteln. Eine gute Verpackung kann und darf aber immer nur den Inhalt besser präsentieren, der Inhalt selbst wird nie obsolet.

Sie loben die SVP. Wie beurteilen Sie denn das Marketing Ihrer Partei, der FDP?

Die FDP vereinfacht auch mehr als früher, und dies zurecht. Am Schluss wollen auch wir verstanden werden. Ganz zentral ist und bleibt aber auch bei uns: Welches sind unsere Inhalte, die verstanden werden wollen? Und wir haben es zunehmend wieder geschafft zu vermitteln, wofür wir stehen. Wir sind der liberale Pol. Das Thema Freiheit soll zuerst mit den Freisinnigen in Verbindung gebracht werden.

ANZEIGE

www.citroen.ch

MAXI SPASS MINI PREIS

Mehr als 1'000 Fahrzeuge unter www.carstore.citroen.ch verfügbar.

CITROËN empfiehlt TOTAL

CITROËN C3 Fr. 11'790.–

Mit > Klimaanlage > Radio-CD > ESP > Neuem PureTech-Motor

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Das Angebot gilt für alle zwischen dem 1. Mai und dem 30. Juni 2014 verkauften Fahrzeuge. Empfohlene Verkaufspreise. Das Angebot gilt für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. Citroën C3 1.0 VTi 68 Manuell Attraction, Verkaufspreis Fr. 14'690.–, Cash-Prämie Fr. 2'700.– (für die Version Attraction Fr. 2'700.–, Cash-Prämie für die anderen Versionen beträgt Fr. 2'600.–), Eintauschprämie* Fr. 2'000.–, Fr. 9'990.–, plus Fr. 1'800.– Klimaanlage und Radio-CD MP3, Fr. 11'790.–; Verbrauch gesamt 4,3 l/100 km; CO₂-Emission 102 g/km; Treibstoffverbrauchskategorie B. Abgebildetes Modell mit Optionen: C3 1.2 VTi 82 Manuell PureTech Exclusive, Verkaufspreis Fr. 21'370.–, Cash-Prämie Fr. 2'600.–, Eintauschprämie* Fr. 2'000.–, Fr. 16'770.–; gesamt 4,5 l/100 km; CO₂ 104 g/km; Kategorie B. CO₂-Durchschnitt aller angebotenen Fahrzeugmodelle 148 g/km. * Eintauschprämie in Höhe von Fr. 2'000.– für ein über acht Jahre altes Fahrzeug und Fr. 1'000.– für ein Fahrzeug unter 8 Jahren.