Kristin Kuck

Angst und Mut im Wahlkampf der FDP

1 Einleitung

In diesem Beitrag wird der Bundestagswahlkampf der FDP 2017 untersucht. Dies geschieht exemplarisch durch die Analyse einiger Beispiele aus der #GermanMut-Kampagne, eines Fernseh-Interviews mit Christian Lindner und des Einleitungskapitels aus dem Wahlprogramm. Aus Platzgründen fällt die Analyse des Wahlwerbespots und der Plakatkampagne nur sehr kurz aus. Die #GermanMut-Kampagne stellt jedoch ein zentrales Element des Narrativs dar, mit dem der FDP-Vorsitzende Christian Lindner seine Partei als ‚neue‘ Partei wieder in den Bundestag führen wollte. Daher wird dieser Aspekt im Vordergrund stehen.

2 Kampagne und Wahlkampfverlauf

Die Partei stellte in ihrer Kampagne die Themen Digitalisierung und Bildungspolitik in den Vordergrund. Diese Themen wurden durch Slogans wie „Digital first. Bedenken second.“, „Die Digitalisierung ändert alles. Wann ändert sich die Politik?“ und „Schulranzen verändern die Welt. Nicht Aktenkoffer.“ in der überregionalen Plakatkampagne besonders herausgestellt. Insbesondere das Thema Digitalisierung ließ sich mit den anderen Themen der Partei verbinden. So wurde die Digitalisierung der Bildung als Modernisierungsstrategie im Bildungssektor und die Digitalisierung der Verwaltung als Strategie des Bürokratieabbaus und der Kostenersparnis präsentiert. Der FDP-Wahlkampf zur Bundestagswahl 2017 schloss sich direkt an den Wahlkampf zur NRW-Landtagswahl im Mai des gleichen Jahres an und führte einige der dort bereits erprobten Strategien weiter. In beiden Kampagnen stand Christian Lindner an der Spitze des Wahlkampfes, in beiden Kampagnen wurden Digitalisierung und Bildung zu den Hauptthemen der Partei. Der Stil der Plakatkampagne wurde leicht verändert übernommen: Schwarz-Weiß-Fotos des Spitzenkandidaten in dynamischen Posen mit Schriftzügen in den Parteifarben. Die Slogans waren magenta-farbig und gelb unterlegt, so dass der Effekt einer Textmarker-Hervorhebung entstand. Darüber stand der Name des abgebildeten Kandidaten, darunter folgte der Hauptslogan des Wahlkampfes „Denken wir neu“. Hier waren die Farben umgekehrt: gelbe Schrift und magenta-farbiger Hintergrund. Während jedoch die Landtagswahlplakate teilweise