

Tirol wählt

Strategische und kommunikative Überlegungen

Politics is dominated by ideas. Money does not talk, without a message, it has nothing to say.

(Dick Morris)

I. ANALYSE

A. Die Ausgangslage

1. Vorbemerkung zu politischen Initiativen

Wahlinitiativen werden in enger Abstimmung mit den Wählerwünschen geführt. Genau so werden Initiativen zwischen den Wahlen an die Erwartungen der Menschen angepasst.

Die Initiative: „**Solidarisch mit Tirol**“ ist eine Maßnahme der Landesregierung. Darauf ist in der Kommunikation zu achten.

Initiativen brauchen die **Glaubwürdigkeit der Proponenten**. Wenn die Themen zu den Personen passen und den Menschen „unter den Nägeln brennen“ dann lassen sich die Ziele einer Initiative erreichen. Es sind dies:

- Themenführerschaft bei den Menschen im Land
- Themenführerschaft bei den Medien
- Unterscheidung vom politischen Mitbewerber

Eine politische Initiative ist eine **Abfolge von Kommunikationsereignissen** mit einheitlichem Stil, einheitlichen Botschaften, mit Gesichter und Namen. Es wird eine **Beziehung zu den Menschen** aufgebaut. Der Kontakt zu den Menschen muss laufend erfolgen um dauerhaft in Erinnerung zu bleiben.

Es geht in jeder Initiative um die **Gestaltung der Zukunft**. Es geht entweder um einen Wechsel oder um die **Bestätigung eines eingeschlagenen Weges**.

Initiativen werden nach bestimmten Grundsätzen gestaltet, haben **konstante Elemente** (Personalisierung, Emotionalisierung...) und funktionieren nur mit **Inszenierung**.

Sehr wichtig sind **Überraschungselemente**, die auch im Brechen von Tabus bestehen können bzw. sogar sollten.

In politischen Initiativen ist Tempo wichtig. „**speed kills**“ gilt immer noch, trotz Etikettierung durch Andreas K.

Die Botschaften einer Initiative werden strategisch entwickelt und bis ins Detail geplant. Auch das **Design von Botschaften** erfolgt systematisch nach bewährten Grundsätzen.

Am Ende der Initiative muss die **Mobilisierung der Wähler** stehen.

2. Stimmungslage im Land

Die Stimmung in der Bevölkerung ist derzeit sicher geprägt von einem Gefühl, denen ausgeliefert zu sein, welche die Preise für die notwendigen und wichtigen Dinge des Lebens machen. Die Medien erzeugen und verstärken ein **Unzufriedenheitsgefühl**, das auch jene erfasst, die sich auch höhere Preise leisten können und die nur einen geringen Anteil ihres Einkommens für die Güter des täglichen Gebrauchs ausgeben.

Die Diskussion um die Inflation wird verstärkt durch eine **Diskussion um die Verteilungsgerechtigkeit und die Steuerlast**. Als Verlierer wird hier der Mittelstand gesehen. Die großen Gewinner sind Einkommen aus Kapital, aus Unternehmen und aus Stiftungen. Das Gefühl der Unzufriedenheit wird verstärkt durch die **Diskussion um die Steuerreform**, die zum Zankapfel auf Bundesebene wurde. Das Trommeln des Schlagwortes „Entlastung“ hat Wirkung gezeigt.

Für viele Menschen klingen die Meldungen über Rekordergebnisse in der Wirtschaft, über Umsatz- und Gewinnsteigerungen und Wirtschaftswachstum wie blanker Hohn. Sie selbst spüren davon wenig. Ihre **Einkommenssteigerungen werden von der Inflation mehr als aufgefressen**.

Für unangenehme Entwicklungen wird immer auch die Politik verantwortlich gemacht und zwar unabhängig davon, ob diese wirklich daran etwas ändern kann. Leid tragend an solchen Entwicklungen sind die Regierungsparteien und dort fast immer der größere Partner **unabhängig von den Zuständigkeiten** in der Landesregierung.

In einem Bundesland fokussieren sich die Erwartungen und auch die Enttäuschungen auf den **Landeshauptmann**.

3. Die bestimmenden Themen

Die öffentliche Diskussion der letzten Wochen dreht sich um folgende zentrale Themen:

- **Teuerungswelle** und die damit verbundene Belastung der Menschen (Heizkosten, Treibstoff, Wohnen, Lebensmittel)
- **Verteilungsgerechtigkeit**, Steuergerechtigkeit
- **Verfügbarkeit** und **Leistbarkeit** von Kinderbetreuungseinrichtungen
- **Die Wohnkosten in Tirol** sind zu hoch. Die Menschen werden über Gebühr belastet. Baugrund und Wohnungen sind teuer.

- **Wege aus der Energiefalle.** Nutzung alternativer Energien. Hilfe beim Umstieg auf kostenstabile und CO2 neutrale Energieträger.

4. Schlussfolgerung

Auch die Menschen in Tirol sind angesteckt von einer **Stimmung der Unzufriedenheit** und das zu einem guten Teil unabhängig davon, wie es ihnen- objektiv betrachtet- wirklich geht.

In dieser Situation sind die Menschen **anfällig für einfach formulierte Botschaften**, die eine Lösung für komplizierte und schwierige Botschaften versprechen.

Von der Politik werden wirksame **Entlastungsmaßnahmen** gefordert und erwartet.

Wer glaubwürdig vermittelt, dass er die Sorgen ernst nimmt, die Probleme der Menschen kennt und alles daran setzt um den Menschen in einer schwierigen Situation beizustehen, wird **Zustimmung für diesen Weg** bekommen.

II. FONDS „SOLIDARISCH MIT TIROL“

A. Der Fonds

1. Die Idee

Das Bundesland Tirol steht finanziell sehr gut da, hat eine geringe Verschuldung, sehr gut wirtschaftende Landesgesellschaften und- im Gegensatz zu anderen Bundesländern- sein **Familien Silber zu 100 Prozent behalten** und nicht verkauft. Das Land Tirol hat die finanzielle Kraft jenen zu helfen, die es derzeit schwer haben und Entwicklungen gegen zu steuern, die zu einer Entsolidarisierung der Gesellschaft führen.

Wovon im Bund und in vielen Bundesländern nur die Rede ist, das hat Tirol: ein **ausgeglichenes Budget ohne Neuverschuldung**.

LH Herwig van Staa hat die soziale Situation der Menschen unter dem Schlagwort „**Daseinsfürsorge**“ zu einem zentralen Inhalt seiner Politik gemacht. In Fragen der sozialen Gerechtigkeit ist der LH glaubwürdig und authentisch.

Die Teuerung, vor allem bei Heizkosten wurde bereits durch erste Maßnahmen, wie Erhöhung des Heizkostenzuschusses abgefedert. Die Tarife für den ÖPNV und auch die Stromtarife wurden nicht erhöht. Das allein hat aber noch nicht ausreichend zur Beruhigung beigetragen.

2. Die Fondskonstruktion

Im Land Tirol werden über Initiative des LH **30 Millionen Euro für die Aktion „Solidarisch mit Tirol“** zur Verfügung gestellt. Das Geld kommt zum Teil aus Steuergeldern, aber auch aus Unternehmen und Organisationen, die sich daran beteiligen.

Die Begründung liegt in der **Schiefelage der Verteilungsgerechtigkeit**. Die Menschen haben durch Entwicklungen, die nur im geringen Einflussbereich des Landes liegen, große Belastungen und deshalb weniger Geld in der Tasche.

Das Land kann den Ölpreis nicht senken, aber den Menschen helfen.

Es geht aber nicht nur um kurzfristige Maßnahmen. Es geht auch um einen Impuls für die Zukunft. Es geht um kurzfristige Maßnahmen und um die Einleitung von langfristigen Entwicklungen. Deshalb geht ein Teil des Geldes in Zukunftsbereiche, wie alternative Energien.

Die angestrebten 30 Millionen teilen sich auf die verschiedenen Bereiche wie folgt auf:

Kindergartengeld für das Jahr vor der Schule:	10 bis 12 Mio.
Jugendarbeit:	5 Mio.
Leistbares Wohnen	5 Mio
Alternative Energie	4 Mio
Pendlerunterstützung	4 Mio

3. Die Steuerung des Fonds

Die Federführung liegt beim LH. Er lädt die Sozialpartner und anerkannte Fachleute aus dem Sozialbereich ein, mit ihm die Maßnahmen zu entwickeln, die den Menschen wirklich helfen.

Der LH setzt ein **Expertenteam** ein, das nach klaren Vorgaben sehr rasch die Vorschläge für wirksame Maßnahmen entwickelt.

Die **Stergruppe unter Leitung des LH** tritt nach außen auf und ist hochkarätig besetzt. Mitglieder sind:

LH Herwig van Staa
Dr. Josef Liener
Dr. Ida Hintermüller
Präsident Jürgen Bodenseer
Präsident Josef Hechenberger
Präsident Erwin Zangerl
Präsident Dr. Reinhard Schretter
Obmann Franz Reiter
Altbischof Alois Stecher

Diese Steuergruppe wird erst um den 15. Mai konstituiert und fungiert als eine Art Aufsichtsrat.

Ende Mai findet ein Treffen des **Solidaritätskomitee Tirol** statt, das eine Vielzahl von **Menschen mit Verantwortung für Tirol** zu einem Meinungsaustausch versammelt.

4. Die Arbeitsweise

Die Aktionen werden, soweit dies möglich ist, im Rahmen der Landesverwaltung abgewickelt. Die Federführung übernehmen der Landesamtsdirektor Dr. Josef Liener und die Leiterin der Finanzabteilung Dr. Ida Hintermüller, die auch in der Steuergruppe dabei sind.

B. Inszenierung und Kommunikation

1. Überlegung

Der Zeitpunkt für die Initiierung des Fonds ist in Bezug auf die Landtagswahl **relativ spät gewählt** und birgt deshalb einige Risiken, die aber beherrschbar sind. Natürlich wird die Politische Konkurrenz die Aktion als „Wahlkampfgeg“ bezeichnen. Dem kann und muss entschieden und „gebetsmühlenartig“ entgegen getreten werden.

Es geht um die Solidarität mit den Menschen.

Die Menschen brauchen jetzt unsere Solidarität.

Diese wichtige Aktion ist mir (LH) wichtiger als Wahlkampfgeplänkel.

Wer das kritisiert, will keine Entlastung der Tirolerinnen und Tiroler, will Zukunftsinitiativen verhindern, ist nicht solidarisch mit Tirol und seinen Menschen.

Alle Tirolerinnen und Tiroler müssen vom Wirtschaftswachstum profitieren. Wir müssen lokal korrigieren, was global schief läuft.

2. Dramaturgie und Ablauf

Die Aktion braucht eine Dramaturgie, sie **kommt nicht aus heiterem Himmel**, sondern bricht auf, ist jetzt reif und wirklich notwendig. Deshalb muss die Problematik (Entlastung, Zukunftsinitiativen...) jetzt sofort „angeteasert“ werden.

Der LH spricht aktiv die Themen an, von denen die anderen meinen, sie werden ihm „noch auf den Kopf fallen.“ Er besetzt das Thema und gibt die Marschrichtung vor.

„Solidarisch mit Tirol“ wird **vom LH ins Leben gerufen** und entwickelt sich in den nächsten Monaten zum „Selbstläufer.“ Der LH gibt den Anstoß, legt die Landesmaßnahmen fest und lässt die ersten Maßnahmen anrollen.

Der LH formuliert das Ziel: „Wir verdoppeln in Tirol aus eigener Kraft die Auswirkungen des Entlastungspaketes des Bundes. Dafür soll das Land Tirol 30 Millionen Euro zusätzlich bereitstellen.“

Der LH lädt Institutionen und Unternehmen ein, sich an der Aktion zu beteiligen, ihren Beitrag zu leisten und mit ihm gemeinsam Aktionen zu starten, die nachhaltig die Lebenssituation der Menschen in Tirol verbessern.

Die TIWAG beschließt x Millionen für die Entwicklung von alternativen Energien und in die Energieeffizienz zu investieren.

Die Hypo Bank beteiligt sich mit einer Million an Maßnahmen für die Entlastung der Wohnkosten. (Als Abwickler der Wohnbauförderung ist sie hier glaubwürdig.)

Weitere Unternehmen folgen und leisten ihre Beiträge.

Der LH lädt auch die Tirolerinnen und Tiroler ein sich zu beteiligen und mitzumachen. Wer einen Beitrag von 42 Euro (das kostet die Aktion pro Bürger) leistet ist dabei und zeigt seine Solidarität für Tirol. Es gibt dafür ein Pickerl oder ein anderes sichtbares Zeichen. Über ein landesweit erscheinendes Medium wird die **42 EUR Aktion** gepusht.

3. Kommunikationsgrundsätze und Erscheinungsbild

Die Aktion bekommt ein eigenes Erscheinungsbild und besteht aus dem Schriftzug „Solidarisch mit Tirol.“ Die Kommunikation ist zu Beginn getragen von der Verantwortung und geht in weiterer Folge in Begeisterung für den tollen Erfolg über.

Die Kommunikation trommelt **immer wieder die gleichen Botschaften** und betont die Verantwortlichkeit für die Menschen und ihre individuelle Situation. Gerade jetzt im lauten Wahlkampf besteht die Gefahr, dass die Menschen vergessen werden.

Die Kommunikation ist **nicht gönnerhaft und kommt nicht daher, wie eine Hilfsaktion**. Die Aktion ist entstanden aus der Verantwortung für das Land und seine Menschen. Sie Ausdruck einer verantwortungsvollen Politik für die Menschen Tirols, ein Beweis dafür, dass der LH von Tirol Solidarität groß schreibt.

Es wird klar gemacht, dass Tirol nicht an der Entwicklung der Ölpreise, an der Globalisierung und deren Folgen und an der mangelnden Verteilungsgerechtigkeit schuld sein kann. **Wir machen uns aber schuldig, wenn wir nicht solidarisch sind**, wenn wir nicht zusammen halten und wenn wir nichts gegen Kostenexplosion und Belastungswelle unternehmen.

Wir sind verantwortlich dafür, wie wir mit unseren Mitmenschen umgehen. **Nur ein solidarisches Tirol hat Zukunft**. Halten wir zusammen und geben den Menschen worauf sie ein Recht haben.

Die Aussagen können in der derzeitigen Situation **nicht zuviel Rücksicht** nehmen auf mögliche Befindlichkeiten anderer Beteiligten. Es werden die Rahmenbedingungen der Bundespolitik für die „Misere“ verantwortlich gemacht. Hier wird es auch klare Ansagen an den Bund geben müssen und zwar **in Übereinstimmung mit den Wählererwartungen**.

4. Arbeitsschritte und Meilensteine

Vorbesprechung des LH mit LHSTv. Hannes Gschwentner

Sofortige Befassung der zuständigen Beamten und **Auftrag zur Ausarbeitung des Modells** mit Aufteilung der Mittel auf die Förderungsschwerpunkte.

Genaueres **Design der Initiative** mit Wordings, Slogans, optischem Erscheinungsbild und detailliertem Ablauf. **Argumentarien und Wordings** für die möglichen Angriffe der Gegner.

18. April: **Präsentation des Wunsches** mit der Initiative den Bundesbeitrag zur Entlastung zu verdoppeln. LH im Beisein von LHSTv. Hannes Gschwentner.

22. April Beschluss in der **Landesregierung**

25. April: LH lädt **Unternehmen** ein, seinen Weg mitzugehen.

Aktivierung von Partnern und Unterstützern, aktive Beiträge zum Thema, laufende Medienarbeit

7. und 8. Mai Beschluss im **Landtag**

Laufende Kommunikation von Inhalten, Aktionen, teilnehmende Unternehmen etc.

18. Mai: Präsentation mit **Sozialpartnern**

Um den 20. Mai: Start der **42 EURO Aktion** mit einer breiten Medienkooperation.

Um den 25. Mai: große **Solidaritätskundgebung** in der Hofburg mit allen wichtigen Persönlichkeiten des Landes und einem Benefizfest.