



Fachstelle
Extremismusbekämpfung

Stefan Schlegel

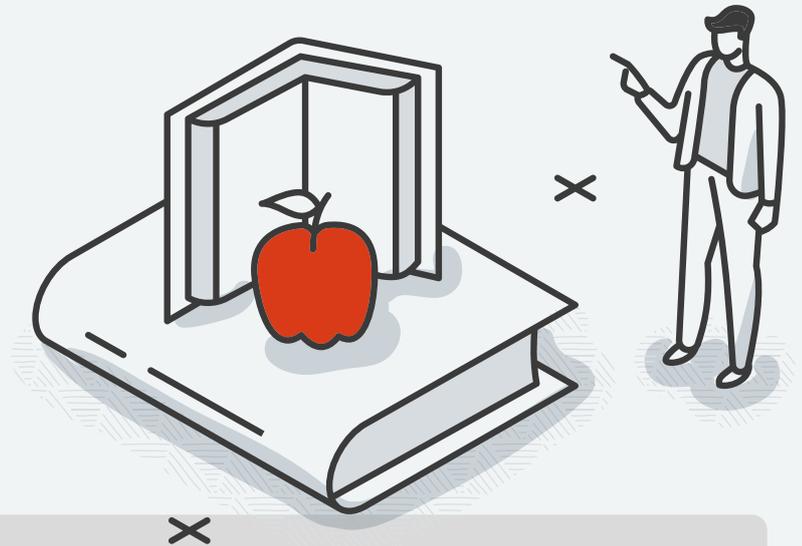
Wertebasierter Umgang mit Populismus

Handout



Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Impressum



Herausgeberin



Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Heilbronner Straße 180 ■ 70191 Stuttgart
www.fexbw.de
Telefon: 0800 2016 112
info@fexbw.de

Redaktion, Grafik und Design: Mathieu Coquelin (Hg.)
Autor: Stefan Schlegel
Erscheinungsjahr: Juli 2022
Erscheinungsort: Stuttgart
Bildnachweis: Alle Bilder, sofern nicht anders ausgewiesen, von pixabay.com

Maßnahme des Demokratiezentums Baden-Württemberg. Das Demokratiezentrum wird gefördert durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration Baden-Württemberg aus Landesmitteln, die der Landtag von Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt hat, und das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben!“

Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des Ministeriums für Soziales, Gesundheit und Integration Baden-Württemberg, des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen trägt der Autor die Verantwortung

FEX ist eine Fachstelle im

DEMOKRATIEZENTRUM
BADEN-WÜRTTEMBERG

Gefördert durch


Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR SOZIALES, GESUNDHEIT UND INTEGRATION

und


Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**

Trägerin


Landesarbeitsgemeinschaft
Mobile Jugendarbeit/Streetwork
Baden-Württemberg e. V.

Stefan Schlegel



Dr. **Stefan Schlegel** ist seit 2014 Mitbegründer und Vorstandsmitglied der liberalen politischen Bewegung Operation Libero (Schweiz).

Er ist mitverantwortlich für die politischen Inhalte. Ursprünglich stammt er aus der Bodenseeregion. Sein Jura Studium absolvierte er in Zürich und Lyon.

Beruflich war er für einige Jahre in Göttingen und ist inzwischen an der Universität Bern tätig. Seine besonderen Interessen gelten dem Migrationsrecht, Europapolitik und der Verteilung von Eigentum in der Gesellschaft.

Operation Libero



Operation Libero versteht sich als politische Bewegung, die sich für eine weltoffene und zukunftsgerichtete Schweiz einsetzt.

Eine Schweiz, die ein Chancenland ist und kein Freilichtmuseum. Wir beziehen Stellung zu politischen Fragen, informieren und engagieren uns im Einklang mit unseren Zielen und Visionen. Wir leisten einen Beitrag zur politischen Debatte, wollen diese auffrischen, und hinterfragen die Positionen der etablierten Akteure.

Wir wollen Themen neu setzen und mit Inhalten überzeugen. Wir haben keine Angst vor der Zukunft und vor Veränderung. Denn wir sind überzeugt, dass die Schweiz ihre besten Zeiten noch vor sich hat.¹

1 <https://www.operation-libero.ch/de>

Wertebasierter Umgang mit Populismus

Stefan Schlegel

Ziel des Workshops

.....

Dieser Workshop will Menschen, die sich mit politischer Kommunikation beschäftigen, zeigen, wie sie gegen Populismus vorgehen können, ohne selbst in Populismus zu verfallen.

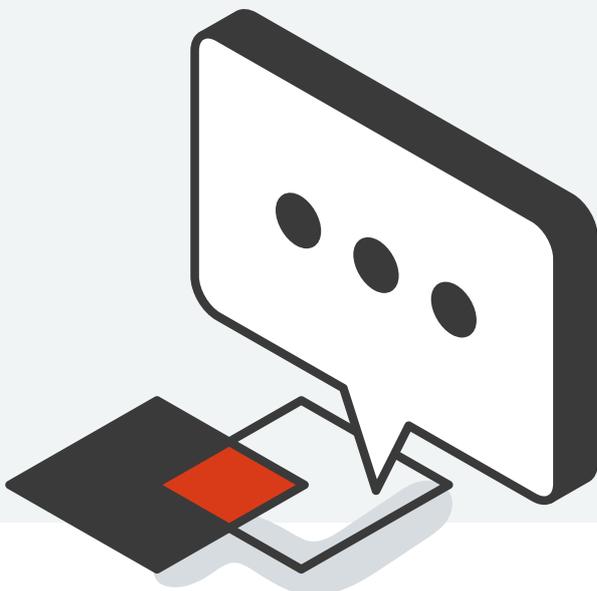
Zum Begriff von Populismus

.....

Populismus ist ein dehnbare Begriff und wird im politischen Tagesgeschäft sehr beliebig verwendet (auch in der Politikwissenschaft wird er unterschiedlich verwendet). Oft wird auch der Operation Libero Populismus vorgeworfen, weil wir in unseren Kampagnen eingängige, manchmal auch drastische Bilder verwenden.

Populismus bedeutet hier aber etwas anderes als populäre, eingängige Politik. Sein Kern ist eine Anmaßung: die Haltung „wir, und nur wir, vertreten das wahre Volk“. In dieser Anmaßung liegt die Unterstellung an alle, die eine andere Haltung vertreten, dass sie nicht das „wahre Volk“ vertreten, sondern die Interessen von Personen, die aus irgendeinem Grund nicht wirklich dazu gehören. In der Regel, weil sie entweder einer angeblich entwurzelten Elite angehören oder weil sie angeblich neu hinzugekommene, bloße Papierbürger sind. Der Slogan „Schweizer wählen SVP“, mit dem die Schweizerische Volkspartei (SVP) im Jahr 2011 Wahlkampf betrieb, ist der Inbegriff dieser Anmaßung. Er impliziert: Wer nicht SVP wählt, ist auch nicht wirklich Schweizer. Das zentrale Problem an dieser Anmaßung ist ihr Anti-Pluralismus. Sie impliziert, dass man nur die eine Haltung vertreten darf, wenn man ein vollwertiges Mitglied der Gemeinschaft sein möchte. Andere Ansichten sind nicht Teil und Voraussetzung eines demokratischen Prozesses, sondern eine Form der Illoyalität, des Verrats. Populismus ist daher in jedem Fall, egal ob er von rechts oder von links oder aus der Mitte kommt, ein Angriff auf die Demokratie, für die die Möglichkeit der legitimen Meinungsverschiedenheit eine Voraussetzung ist. Das Engagement gegen Populismus ist daher stets auch ein Engagement für Demokratie und für ihre Grundvoraussetzung Pluralismus. Es ist stets das Einfordern des Rechts auf eine eigene Meinung.

Dieses Verständnis von Populismus ist stark geprägt von Jan-Werner Müllers empfehlenswertem Buch „Was ist Populismus?“ (vgl. weiterführende Lektüre).





Zum Begriff des Rahmens¹

.....

Populismus entwickelt seine Wirkung sehr stark über Sprache. Sprache erzeugt Realität. Populismus verwendet und popularisiert eine Sprache, die dafür gedacht ist, Personen aus einem Diskurs auszuschließen, bestimmte Sprechpositionen als illegitim darzustellen. Die Wirkung hiervon ist, dass man sich mit bestimmten Argumenten nicht mehr befassen muss. Sie werden ignoriert, nicht, weil sie widerlegbar sind, sondern weil sie von jemandem verwendet werden, der oder die keine legitime Sprechposition vertritt. Das ermöglicht, politische Gegner:innen aus dem Diskurs auszuschließen; auf Grund dessen, was sie sind, nicht, auf Grund dessen, was sie sagen.

Dieser Exklusionsmechanismus hat viel zu tun mit Rahmen. Politische Debatten können (wie jede Nutzung der Sprache) nur mit Hilfe von Rahmen stattfinden. Rahmen sind mitabgespeicherte Information. Sie helfen uns, die Information zu decodieren, die wir mit Sprache aufnehmen. So ist für uns beispielsweise in der Sprachinformation „der Vogel fliegt“ automatisch auch die Information enthalten, dass der Vogel sich wohl über uns befindet und dass seine Flügel in Bewegung sind, auch wenn diese Information nicht im Satz enthalten ist. Sie ist mitabgespeichert. Diese bereits vorhandene Information ist für den politischen Diskurs entscheidend (vgl. Elisabeth Wehling als weiterführende Lektüre). Sie entscheidet darüber, welche Informationen aufgenommen werden können - und welche nicht. Wenn ein Teil der mit abgespeicherten Information zum Stichwort „EU“ darin besteht, die EU sei ein bürokratischer Moloch, dann werden wir alle Informationen viel leichter aufnehmen, die zu dieser vorabgespeicherten Information passen und alle Informationen in der Tendenz ignorieren, die auf das Gegenteil hindeuten.

¹ Oftmals auch als Framing bezeichnet. Vgl. Wehling, Elisabeth (2016): Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet - und daraus Politik macht : [Edition Medienpraxis; Bd. 14. Köln: Herbert von Halem Verlag (ProQuest Ebook Central). Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=4416630>.

Zum Verständnis von Werten und ihrem Wert für Kampagnen

.....

Wer von „Flüchtlingsströmen“ spricht, entzieht Schutzsuchenden bewusst oder unbewusst ihre Individualität, ihre individuelle Würde, ihre Herrschaft über ihr eigenes Leben und bringt sie mit Naturgewalten in Verbindung (von denen wir bereits eine Vorstellung abgespeichert haben), die in verheerender Weise über uns einbrechen. Wenn ein Teil der mitabgespeicherten Information über eine bestimmte Sprecherin darin besteht, diese sei entweder Teil einer Elite oder zahle keine Steuern oder sei eine Fremde und ihre Sprechposition sei daher gar nicht legitim, dann wird es die Information dieser Sprecherin viel schwieriger haben, durchzudringen.

Ein wesentlicher Teil des Einflusses von Populisten besteht darin, Rahmen zu verschieben. Sie tun das entweder intuitiv oder sehr strategisch und hartnäckig. Weil sie die Rahmen nicht nur bei ihren Anhänger:innen, sondern bei uns allen verschieben, reicht ihr Einfluss weit über ihre Basis hinaus. Die Gegenstrategie muss daher darin bestehen, ebenfalls planvoll und hartnäckig an der Verschiebung von Rahmen im eigenen Sinne zu arbeiten und darauf hinzuwirken, dass sich die mitabgespeicherte Information beim Zielpublikum im Sinne der eigenen politischen Ziele ändert.

Für viele Menschen ist die Familie die zentrale Analogie (die zentrale mitabgespeicherte Information) für die Gesellschaft. Viele politischen Themen werden analog zu Herausforderungen innerhalb der Familie analysiert, wobei zwischen Linken und Liberalen einerseits und Konservativen andererseits zwei grundlegend unterschiedliche Vorstellungen einer guten, intakten Familie dominieren. Das Modell gleichberechtigter, sorgender Eltern, die Kindern Entfaltung ermöglichen auf der einen Seite, das Modell des strikten Vaters, der Kinder aus Zuneigung züchtigt und ihnen Grenzen aufzeigt, auf der anderen Seite. Aus dieser Erkenntnis lässt sich ein Schatz von möglichen Metaphern gewinnen, die mitabgespeicherte Information aktivieren. Die Arbeit des Linguisten George Lakoff ist grundlegend für diese Einsicht (vgl. weiterführende Lektüre).

Besonders im Umgang mit Migration und Europa – zwei Kernthemen der Operation Libero – wird von den etablierten politischen Kräften in der Schweiz sehr stark auf der Ebene der Interessen argumentiert (z.B. wie stark wir wirtschaftlich vom Binnenmarkt profitieren). Die Operation Libero geht demgegenüber davon aus, dass das Verhältnis von Interessen zu Werthaltungen vergleichbar ist mit dem Verhältnis eines Reiters zu seinem Elefanten: Keinesfalls irrelevant, besonders in der Feinsteuerung, aber im Ernstfall vollkommen machtlos gegen den Elefanten (weshalb der Reiter dem Elefanten schon im Vorfeld oft entgegenkommen muss, damit es nicht zum Ernstfall kommt).

Die konventionelle Analyse des Erfolges von Rechtspopulist:innen lässt sich dabei in zwei Richtungen unterscheiden, beide haben aber nichts mit Werten zu tun. Entweder wird davon ausgegangen, dass Rechtspopulist:innen die niedrigsten der menschlichen Instinkte ansprechen könnten (wie Rassismus, Futterneid, Angst) und daher einen strukturellen Vorteil hätten im politischen Wettbewerb gegenüber Akteuren, die sich zu schön sind, diese niederen Triebe für ihre Zwecke auszunutzen. Diese Analyse ist im linken Spektrum verbreitet. Oder es wird davon ausgegangen, dass Rechtspopulist:innen besonders gut darin seien, Sorgen der Menschen zu erspüren und zu thematisieren, was ihnen einen Vorsprung gebe. Diese Analyse ist im konservativen Spektrum verbreitet. Im einen Fall stehen Instinkte, im anderen Interessen im Zentrum, nirgends jedoch Werte. Unsere Analyse von Rechtspopulist:innen ist hingegen, dass sie Spezialist:innen darin sind, auf der Basis von Werten Kampagne zu machen. Das bedeutet auch, dass wir die Wähler:innen von Populisten als wertegesteuerte Menschen ernst nehmen.

Was Populist:innen in der Tat einen strukturellen Vorteil gibt, ist, dass sie ein viel breiteres Spektrum von Werten ansprechen können als Linke oder Liberale. Der amerikanische Psychologe Jonathan Haidt (vgl. weiterführende Lektüre) geht davon aus, dass sich die Werte, auf Grund deren Menschen politische Entscheidungen treffen, in sechs Gegensatzpaare untergliedern lassen, wobei sich die Menschen jeweils für das erste und gegen das zweite politisch in Bewegung setzen lassen:

- Sorge/Schaden;
- Freiheit/Unterdrückung;
- Fairness/Mogeln;

- Loyalität/Verrat;
- Autorität/Subversion;
- Heiligkeit/Degradation.

Diese Gegensatzpaare kann man sich wie Geschmacksrezeptoren vorstellen, die alle bei allen Menschen vorhanden sind, aber von denen einige bei den einen stärker ausgeprägt sind als bei anderen. Die letzten drei Wertepaare sind bei Liberalen und Linken in der Regel weniger ausgeprägt. Jonathan Haidt weist dies experimentell nach, in dem er Menschen mit Geschichten konfrontiert, die er „harmlose Tabus“ nennt. Also Geschichten, in denen realer Schaden oder reale Unterdrückung keine Rolle spielen, in denen es aber um Verrat, Subversion oder Degradation geht. Ein Beispiel ist das Szenario, in dem jemand auf der Suche nach einem Stück Stoff ist, um damit das Klo zu reinigen und nur eine alte (amerikanische) Flagge findet und sich fragt, ob er oder sie damit das Klo reinigen könne. Die Gruppe von Menschen, die sich in erster Linie gegen die Abwendung von Schaden und Unterdrückung politisch motivieren lässt, findet das unproblematisch, weil diese Handlung niemandem Schaden zufügt. Menschen, die

auch auf Subversion, Degradation und Illoyalität reagieren, finden das Vorgehen falsch, obwohl es niemandem schadet. Menschen der ersten Gruppe sind mit großer Zuverlässigkeit Linke und Liberale, Menschen der zweiten Gruppe Konservative.

Was Populist:innen – insbesondere Rechtspopulist:innen – nun besser können als andere politische Akteure ist, dem Publikum ein „Menü“ anzubieten, das alle oder die meisten Rezeptoren anspricht; während Liberale in der Regel darauf beschränkt bleiben, den Rezeptor „Freiheit/Unterdrückung“ (vielleicht noch „Fairness/Mogeln“) anzusprechen und Linke sich darauf beschränken, die ersten drei der obigen sechs Rezeptoren anzusprechen, können sich Populist:innen als Konservative (die sie gar nicht sind) gerieren und alle Rezeptoren ansprechen. Das gibt ihnen einen strukturellen Vorteil, denn die meisten Menschen verfügen mehr oder weniger über alle Rezeptoren. Personen, die selber eine dezidiert liberale oder linke Haltung haben, mögen hier eine Ausnahme sein, doch auch sie verfügen über diese Rezeptoren, wenn sie lernen, etwas auf sie zu achten. Auch bei ihrer politischen Zielgruppe sind diese Rezeptoren in der Regel vorhanden. Wenn gezielt versucht wird, Kampagnen zu entwerfen, die ein breites Spektrum an Werten ansprechen, vergrößert sich die potentiell angesprochene Gruppe und der strukturelle Nachteil gegenüber Populist:innen nimmt ab.

Ein schönes Beispiel dafür ist, wie der (linksliberale) Alexander van der Bellen in seiner Kampagne um das österreichische Bundespräsidium den Begriff „Heimat“ von den Rechtspopulist:innen zurückerobert hat (ein Begriff, der die Rezeptoren „Heiligkeit“ und „Loyalität“ anspricht), und diesen Begriff mit „Zusammenhalt“ in Verbindung gebracht hat, was die Rezeptoren „Sorge“ und „Fairness“ anspricht.

Zum Vorgehen der Operation Libero beim Entwerfen von Kampagnen

.....

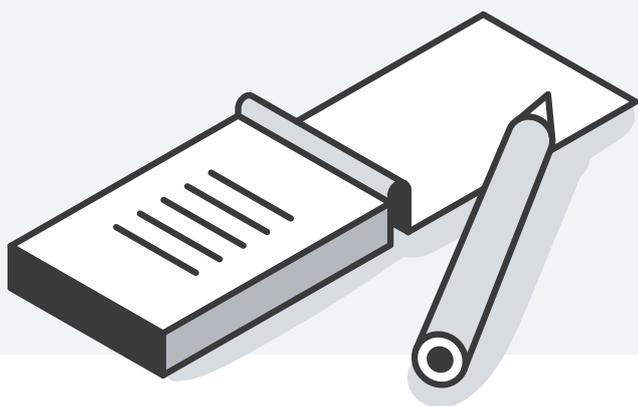
In der Entwicklung einer Kampagne gehen wir üblicherweise in drei Schritten vor:

- ✓ Wir fragen uns zunächst: Um welche Werte geht es in diesem politischen Thema für uns? Was bewegt uns daran? Weshalb sind wir bereit, Freizeit in dieses Projekt zu investieren?
- ✓ Welche Metaphern und Sprachbilder können auf den Punkt bringen / bildlich vermitteln, um welche Werte es hier in welcher Form geht (können diese Werte durch das gewählte Bild als gefährdet oder bedroht dargestellt werden)?
- ✓ Wie lassen sich diese Metaphern und Sprachbilder in eine Kampagne übersetzen? Wie lassen sie sich auf einen Slogan, auf ein Bild, auf ein Plakat, auf Social Media Inhalte verdichten?

Jeder dieser Schritte ist fehleranfällig (und bei jedem sind uns schon Fehler unterlaufen). Es ist daher wichtig, sie systematisch und der Reihe nach zu gehen. Insbesondere der erste Schritt wird gerne zu schnell übergangen, weil Aktivist:innen typischerweise so stark von einem Thema eingenommen sind (darum sind sie ja Aktivist:innen), dass es ihnen gar nicht in den Sinn kommt, sich Rechenschaft darüber abzulegen, um welche Werte es ihnen bei diesem Thema geht. Insbesondere legen sie sich oft zu wenig Rechenschaft darüber ab, ob es für sie nicht – zumindest unbewusst – auch um die weniger offensichtlichen Werte wie Heiligkeit (in einem säkularisierten, bloss quasireligiösen Sinne), Loyalität und Autorität geht und ob diese Werte, wenn sie einmal artikuliert und in Zusammenhang mit einem politischen Thema gebracht werden, nicht ein breiteres Spektrum an Symbolen, Bildern und Metaphern eröffnen, als sie einem auf den ersten Blick einfallen. Dieser Schritt ist also entscheidend, um das Spektrum der Rezeptoren, die angesprochen werden können und damit auch die des Zielpublikums, das erreicht werden kann, zu vergrößern.

Auch die Operation Libero operiert oft mit quasiheiligen und quasisakralen Bildern wie der „Helvetia“, der Allegorie für die Schweiz, was nichts anderes ist als eine säkularisierte Maria-Figur (was ihre Schöpfer im 19. Jhd. sehr gut verstanden). Oder sie verwendet den „Rütlichschwur“, das mythische und quasireligiös überhöhte Gründungsmoment der Schweiz, und deutet dieses etwa als Ausdruck dafür, daß man zu seinem Versprechen steht, was in der modernen Welt z.B. bedeutet, dass man sich an völkerrechtliche Verträge hält. Es geht also um ein progressives Anliegen, es wird aber betont, inwiefern dieses auch konservative Rezeptoren betrifft. Oder sie stellt den Staat allegorisch als einen griechischen Tempel dar, an dessen einer Säule eine Sprengladung angebracht ist, die ein bestimmtes politisches Vorhaben verkörpert. Das signalisiert dann nicht nur, dass von diesem Vorhaben Gefahr ausgeht, sondern auch, dass es etwas Quasiheiliges degradiert. Dies erhöht die Strahlkraft und die Emotionalität einer Kampagne.

Auch das Konzept des Verfassungspatriotismus setzen wir regelmäßig ein. Es erobert den Begriff des „Patriotismus“, der mit Loyalität und Ehrfurcht konnotiert ist, für die progressiven Anliegen der Menschenrechte, der Rechtsgleichheit etc. zurück, die in der Verfassung verkörpert sind und verleiht der Verfassung eine Strahl- und Symbolkraft, die über das profane Anliegen der Staatsorganisation hinausreicht. Auch zum Thema Verfassungspatriotismus ist die Arbeit von Jan-Werner Müller sehr hilfreich (vgl. weiterführende Lektüre).



Zum Kontext, in dem wir arbeiten

.....

Auch hilft dieser Schritt, klarer zu verstehen, welches Zielpublikum man anpeilt, weil es hilft, die Werte-Struktur des Zielpublikums klarer zu umreißen. Es lohnt sich ganz bewusst einen Ausflug zu unternehmen zu Werten, die einem selbst auf den ersten Blick fremd sind, und sich zu fragen, inwiefern diese in der Kampagne angesprochen werden können.

Für den zweiten Schritt ist es wichtig, sehr sorgfältig mit Sprache umzugehen. Ein Großteil der Wirkung von Populismus funktioniert über Sprachbilder. Es ist daher zentral, zu beobachten, wie Populist:innen Sprache verwenden und welche Vorannahmen sich in dieser Sprache spiegeln, welche Realitäten diese Sprache schafft. Diese Sprache darf nicht übernommen werden, sonst werden die Realitäten konsolidiert, die Populist:innen wollen. Eine gute Faustregel in diesem Schritt ist, alle Sprachbilder zu meiden, die bereits breit Verwendung finden im politischen Diskurs, besonders solche, die vom politischen Gegner verwendet werden. Sie dienen wahrscheinlich der Konsolidierung von problematischen Diskursrahmen. Stattdessen lohnt sich der Aufwand, frische Sprachbilder, frische Metaphern zu entwerfen. Populist:innen tun das systematisch.

Der dritte Schritt hat viel mit individuellem Stil und Zielpublikum zu tun. Wichtig ist, dass in dieser Übersetzungsarbeit keine Übersetzungsfehler entstehen und die Message nicht zum Schluss eine andere ist als die ursprünglich beabsichtigte. Hierfür ist es zentral, Entwürfe dieser Übersetzungsleistung bei Teilen des Zielpublikums zu testen und Entwürfe so lange nachjustieren, bis die Message sitzt. Je systematischer die beiden ersten Schritte vorgenommen wurden, desto klarer ist die Messlatte, an der gemessen kann, ob die Message sitzt. Je klarer die ursprüngliche Botschaft, desto kleiner das Risiko von Übersetzungsfehlern.

Mein eigener Hintergrund ist stark durch die politische Situation in der Schweiz geprägt. Mit der Schweizerischen Volkspartei (SVP) hat die Schweiz europaweit die größte, die am besten finanzierte und erfolgreichste rechtspopulistische Partei. Im Unterschied zu vielen anderen rechtspopulistischen Parteien in Europa, die als Außenseiterparteien – oft stark an einer charismatischen Persönlichkeit orientiert – gegründet worden sind und denen daher immer das Stigma der Emporkömmlinge anhaftet, handelt es sich bei der SVP um eine Partei mit einer langen staatstragenden Vergangenheit. Als bürgerliche Partei war sie seit der Zwischenkriegszeit ständig an der Regierung beteiligt. Erst mit der Frage der Europapolitik und der Migrationspolitik zu Ende des Kalten Krieges wurde sie von innen stark zu einer rechtspopulistischen Partei umgebaut. Sie profitiert aber weiterhin von der Reputation der Regierungspartei (sie ist an einer Art großer Koalition beteiligt), verhält sich gleichzeitig wie eine Oppositionspartei, insbesondere im Parlament und dank den Mitteln der direkten Demokratie (Initiativen und Referenden). Ihr rasanter Aufstieg als rechtspopulistische Massenbewegung geht zurück auf die Frage, ob die Schweiz dem Europäischen Wirtschaftsraum beitreten solle, was das Schweizer Stimmvolk 1992 ablehnte. Ihr Aufstieg erfolgte damit rund 15 Jahre früher als der Aufstieg des Rechtspopulismus in anderen europäischen Staaten. Viele Rezepte der SVP sind von anderen rechtspopulistischen Bewegungen in Europa kopiert worden. Es ist daher plausibel anzunehmen, dass die Schweiz ein Versuchslabor für Rechtspopulismus in Europa ist und dass sich aus diesem Anschauungsbeispiel viel über den Umgang mit Rechtspopulismus lernen lässt. Das gilt auch, wenn die halbdirekte Demokratie der Schweiz – rund viermal im Jahr finden Volksabstimmungen auf nationaler Ebene statt – die Situation für Rechtspopulismus (und seine Bekämpfung) einzigartig macht.

Weiterführende Lektüre

.....

Die Operation Libero wurde 2014 gegründet. Sie war eine Reaktion auf eine rechtspopulistische Volksinitiative, die sich gegen die Personenfreizügigkeit der Schweiz mit Europa richtete und die an der Urne erfolgreich war. Unsere Analyse war damals, dass es nicht so sehr die Dominanz der SVP im Parlament, sondern ihr großer Einfluss auf den Diskursrahmen in der Schweiz war, der für diesen Scherbenhaufen verantwortlich war. Nach unserem Verständnis ist der gefährlichste Aspekt von Populismus die Art, wie er auf den politischen Mainstream und die Medien einwirkt, wie diese damit beginnen, Grundannahmen, Sprache und eben den Diskursrahmen von Populist:innen zu übernehmen.

Entsprechend ist das Kerngeschäft der Operation Libero die Verschiebung von Diskursrahmen. Es geht also gerade nicht darum, Menschen davon zu überzeugen, dass populistische Politik gegen ihre Interessen ist, sondern darum, die Diskursrahmen zu verschieben, die Populist:innen setzen. Das geht nicht mit interessensbezogenen Kampagnen, sondern nur mit wertebezogenen, die sehr sorgfältig auf die Grundannahmen und die Sprache achten, die sie verwenden.

Haidt, Jonathan (2012): *The righteous mind*. Why good people are divided by politics and religion. First Vintage Books edition. New York: Vintage Books.

Lakoff, George (2014): *The all new don't think of an elephant! Know your values and frame the debate*. White River Junction, Vermont: Chelsea Green Publishing. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=5149119>.

Müller, Jan-Werner (2017): *Was ist Populismus?* Ein Essay. Originalausgabe, 5. Auflage 2017. Berlin: Suhrkamp (Edition Suhrkamp Sonderdruck).

Müller, Jan-Werner (2010): *Verfassungspatriotismus*. Erste Auflage, deutsche Erstausgabe. Berlin: Suhrkamp (Edition Suhrkamp, 2612). Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/gbv/detail.action?docID=5776841>.

Narval, Philippe (2018): *Die freundliche Revolution. Wie wir gemeinsam die Demokratie retten*. Wien: Molden Verlag. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6476442>.

