

# Die neuen Meinungsmacher

**MEHR DEMOKRATIE.** Gegen Klimawandel, Supermärkte oder Autoposer: Petitionen boomen wie nie zuvor. Dahinter steckt oft mehr als nur eine noble Absicht.

**A**cht Franken pro Tag. Wie soll man davon überleben?» Thomas Meyenberg weiss, dass man in der Schweiz mit acht Franken nirgends hinkommt und seine Frage polemisch ist. Aber von acht Franken muss einer seiner Kollegen leben, selbständiger Künstler wie er. So tief ist die Verdienstaufschüttung wegen Corona. Thomas Meyenberg ist seit 30 Jahren als Elvis-Imitator und Magier unterwegs – und wie sein Künstlerkollege von einem «faktischen Berufsverbot» betroffen.

Nach diesem Gespräch beschloss Thomas Meyenberg zu handeln. Er verfasste eine Petition. «Sehr geehrte Damen und Herren des Bundesrates, die erneuten Corona-Verschärfungen und Restriktionen verunmöglichen es unzähligen selbstständigen Künstler\*innen und Kulturschaffenden, ein angemessenes, menschenwürdiges Einkommen zu generieren.» Von daher wäre ein garantiertes und sofortiges Grundeinkommen von 4000 Franken pro Monat angemessen, fand er. Die Petition haben über 18 000 Personen unterschrieben. Meyenberg hat die Unterschriften ausgedruckt und persönlich bei der Bundeskanzlei abgegeben.

**Zahl hat sich verdreifacht.** Dort hat man in den vergangenen Monaten im Schnitt jede Woche zwei Bittschriften entgegengenommen. Bis Ende November waren es 92. Zum Vergleich: in den Jahren zuvor lag die Zahl jeweils um die 30. In der Schweiz ist dieses Jahr ein regelrechter Petitionsboom ausgebrochen.

Diese Zunahme hängt zu einem grossen Teil mit ACT zusammen, dem

Petitionstool der «Schweizer Kampagnen- und Mobilisierungsplattform» Campax, bei der auch Meyenberg seine Bittschrift verfasste. Die dezidiert linksgrüne Organisation führt nach eigenem Bekunden «Kampagnen zu den wichtigen Fragen unserer Zeit», also zu Themen wie Klimawandel, Schutz vor Gewalt und Solidarität mit Schwächeren.

**Breites Spektrum.** Andreas Freimüller ist Mitgründer und Geschäftsführer von Campax, und wer dem ehemaligen Greenpeace-Aktivisten zuhört, merkt schnell: Hier geht es um mehr als Unterschriften. Andreas Freimüller spricht von «hoher conversion rate», von der «ladder of engagement» und vor allem: von immenssem Wachstum.

Die Petitionsplattform ACT startete 2018, «aber im laufenden Jahr hob sie richtig ab», sagt Freimüller. Im Sommer feierte man die millionste Unterschrift, Ende November waren es schon 1,35 Millionen. 2020 wurden über ACT insgesamt 407 Petitionen lanciert. Die erfolgreichste – eine Bittschrift für Kurzarbeitsentschädigung für Kleinbetriebe während der Coronakrise – brachte es auf über hunderttausend gesammelte Unterschriften.

Die Pandemie habe das Wachstum der Plattform enorm beschleunigt. «Es ist eine Art Selbstverstärkung. Indem dank populärer Petitionen zu Corona

viel mehr Leute unsere Plattform kennenlernten, wurde auch das Themenspektrum breiter», sagt Freimüller.

**Petitionen als Ventil.** Daniel Sumi etwa lancierte im Sommer eine Petition gegen den Neubau einer Lidl-Filiale in Zweisimmen. «Mitten auf bestem Kulturland wollen die bauen», empörte sich der Berner Oberländer Landwirt. Doch weil das örtliche Baureglement dies zu-

liess und er keine andere Möglichkeit sah, lancierte Sumi eine Petition. Die Sammlung wurde zum Erfolg: Gegen die Baupläne kamen innert kürzester Zeit 1700 Unterschriften zusammen. «Allein aus der Region waren es 1400», sagt Sumi stolz.

Kein schlechtes Resultat für eine 3000-Seelengemeinde, die politisch deutlich rechts steht. Konsequenzen hat die Petition dennoch keine: Das Baugesuch für den Supermarkt ist mittlerweile publiziert.

«Eine Petition kann ein Ventil gegen Ohnmachtsgefühle sein», sagt der Politologe Uwe Serdült vom Zentrum für Demokratie Aarau. Das Instrument sei uralte, doch mit der Möglichkeit, elektronisch Unterschriften zu sammeln, hätten Petitionen auch in der Schweiz an Aufmerksamkeit gewonnen. «Und dies, obschon wir eine sehr gut ausgebaute direkte Demokratie haben, in der es mit Initiativen und Referenden stärkere Instrumente gibt.»



**«Wenn wir ganz viele sind, können wir alles schaffen.»**

Andreas Freimüller, Geschäftsführer von Campax



**Bauer Sumi wollte mit seiner Petition Kulturland schützen.**

Organisationen wie Campax würden sich jedoch tendenziell etwas überschätzen. «Ihr Motto ist «make change happen». Doch wie sehr man mit Petitionen einen gesellschaftlichen Wandel erreichen kann, ist fraglich.»

**Wertvolle Datensammlung.** Andreas Freimüller, Mitgründer von Campax, setzt in dieser Hinsicht auf die Kraft der Masse: «Wenn wir ganz viele sind, und dazu noch etwas frech, dann können wir alles schaffen», lautet seine optimistische Einstellung.

Tatsächlich sind Online-Petitionen nicht nur da zum Dampf ablassen. Für die Betreiber der Plattformen sind sie auch ein Geschäftsmodell. Die elektronisch gesammelten Unterschriften sind jeweils mit einer Mailadresse verknüpft; diese Daten sind für politische Kampagnen die Währung schlechthin. Wer eine Petition gegen den Klimawandel unterschreibt, lässt sich ziemlich sicher auch motivieren, eine Volksinitiative zu diesem Thema zu unterschreiben. Campax

verfügt über 377 000 Mailadressen – ein fast unbezahlbarer Schatz.

Davon ist man bei der Petitions-Plattform thepeople.ch noch weit entfernt. Die Plattform, hinter der unter anderem der «No-Billag»-Initiant Olivier Kessler steht, verfügt derzeit über 16 000 Datensätze – vollständig mit Namen und Wohnadresse. Noch dümpeln die Unterschriftszahlen im Vergleich zu Campax in einem sehr überschaubaren Bereich: Die Petition «130 kmh auf Autobahnen» bringt es auf rund 4000 Unterschriften und «Stopp Maskenpflicht» nur auf halb so viele.

Doch Thepeople.ch verfolgt ein anderes Geschäftsmodell. Die Petitionen sind als Test gedacht: Wenn eine durch die Decke gehe, werde man eine Volksinitiative auf die Beine stellen, versprechen Kessler und Geschäftsführer Marco Schläpfer. Das Ziel sei, mit den Adressen dereinst auf bürgerlicher Seite Volksinitiativen organisatorisch betreuen zu können. «Wir könnten dann zum Beispiel Unterschriftenbögen mit QR-Codes verschicken», sagt Marco Schläpfer. «So würden wir wissen, wer den Bogen noch nicht retourniert hat und könnten nachhaken.»

**Themenfindung.** Dass man Petitionen auch als Medienunternehmen kreativ nutzen kann, demonstriert die «Aargauer Zeitung». Mit petitio.ch hat sie vor drei Jahren mit Unterstützung der Google-News-Initiative eine Plattform lanciert, die ausschliesslich für lokale Bittgänge an die Behörden gedacht ist. «Für uns sind diese Petitionen auch eine Möglichkeit, zu merken, welche Themen unseren Leserinnen und Lesern unter den Nägeln brennen», sagt Chefredaktor Rolf Cavalli. Als es in der warmen Jahreszeit mehrere Petitionen zu Autoposern, also Autofahrern mit lärmigen Karossen, gab, hatte die Redaktion ihr Sommerthema, Betroffene inklusive. Das schafft Lesernähe – und bringt Kundschaft.

Auch wenn die Plattformen boomen: Eigentlich braucht es sie in dieser Form gar nicht. «Jedermann kann einen Brief an den Bundesrat schreiben», sagt Politologe Serdült. «Rechtlich gesehen ist auch das eine Petition.»

TEXT: THOMAS ANGELI | FOTO: MARCO ZANONI

**92**  
Petitionen wurden bis Ende November bei der Bundeskanzlei eingereicht.

FOTO: