



Umfrage unter Marketingstrategen: Marke FDP ist massiv beschädigt

Seite 1/7

15.12.2011



Partei in der Krise: Die Liberalen haben ein Imageproblem

Es ist ein Drama auf der politischen Bühne. Die FDP, einst Gralshüter der liberalen Idee, zerlegt sich selbst. Gestern der vorläufige Höhepunkt im dem Schauspiel ohne Ende: der überraschende Rücktritt von Generalsekretär Christian Lindner. Das ist ein weiteres Kapitel im Niedergang der Partei, die insgesamt auf die längste Regierungszeit in Deutschland kommt. Es ist fast schon die Bankrotterklärung der Marke FDP. HORIZONT.NET hat Marketing- und Kommunikationsstrategen befragt, ob die Marke FDP noch zu retten ist. Ihre einhellige Meinung: Die Marke ist massiv beschädigt, aber sie kann sich erholen.

Lesen Sie auf den folgenden Seiten die Einschätzungen von **Alexander Schubert** (The Brand Union), **Stephan Hoursch** (Klenk & Hoursch), **Christopher Wünsche** (Korzer Wünsche), **Ronald Focken** (Serviceplan), **Markus Pfeiffer** (Bloom Partners), **Ulrich Görg** (Görg Consulting) und **Hartmut Heinrich** (Vivaldi Partners).

Umfrage unter Marketingstrategen: Marke FDP ist massiv beschädigt

Seite 6/7



Ulrich Görg

Ulrich Görg, Inhaber Görg Consulting

Wie sehr ist die Marke FDP durch die jüngsten Ereignisse beschädigt? Die Marke FDP hat weiteren Schaden genommen, weil mit Christian Lindner ein dynamischer Hoffnungsträger abgedankt hat. Da die Entscheidung überraschend kam, wird sie die ohnehin aktuell sichtbar geschwächte Partei hart treffen. Der große Unterschied zum Abgang des CSU-Hoffnungsträgers Karl-Theodor zu Guttenberg ist, dass keine plausiblen Gründe für den Rücktritt erkennbar sind, was unnötigen - und leider auch falschen - Spekulationen Nahrung gibt. Die Führung der FDP hat es versäumt, die Grundsätze liberaler Politik (die Freiheit des Individuums zu sichern und zu verteidigen) in den Vordergrund zu stellen - und genau das ist der Markenkern der FDP. Leider steht die FDP dafür nicht mehr,

sondern kommt beim „Volk“ nur noch als „Steuersenkungsankündigungspartei“ an. Auch deshalb ist die Marke FDP beschädigt, denn sie steht nicht mehr für das, was sie ausmachen sollte.

Zu welchen Maßnahmen raten Sie? a) Rasch ein neues Grundsatzprogramm entwickeln.

b) Eine klare Positionierung zu Kernfragen der Gesellschaft beziehen (das sind eben nicht nur Themen wie Steuersenkung...).

c) Die Ideale des Liberalismus deutlich stärker in den Vordergrund stellen und gleichzeitig den Nutzen herausstellen.

d) Vermeidung populistischer Äußerungen, wie sie in letzter Zeit häufiger von Außenminister Guido Westerwelle zu hören waren.

e) Mit innerparteilichen Machtspielen, die öffentlich ausgetragen werden, umgehend aufhören.

Ist die FDP als Marke noch zu retten? Wenn die Marke mit Fokus einer Rückbesinnung auf die liberalen Grundsätze revitalisiert wird und zukünftig mit Kontinuität, Konsequenz und Konsistenz geführt wird, ist ein Comeback zu schaffen. Die Werte müssen aber dauerhaft glaubwürdig kommuniziert werden.