

Erfolgreiche Kampagne für die Einheitliche Finanzierung

Tatkräftiger Einsatz der AGZ an zwei Standaktionen

Und wieder hat es sich gezeigt: Mit den richtigen Argumentarien, den richtigen Instrumenten und viel Überzeugungsarbeit lässt sich ein Abstimmungskampf durchaus gewinnen. Die Vorzeichen standen jedoch auch noch wenige Wochen vor dem Abstimmungstag zur Einheitlichen Finanzierung vom 24. November 2024 nicht sehr rosig. Noch immer gab es gewichtige Stimmen, die für ein «Nein» plädierten. Die AGZ liess sich nicht beirren und hat sich bis kurz vor dem Abstimmungstag mit viel Kampfesgeist für das «Ja» am 24. November engagiert.

Mirjam Benaiah,
Kommunikationsspezialistin
AGZ

«Kosten Senken, Versorgung stärken» oder «Prämienzahlende endlich entlasten!». Mit diesen und vielen weiteren Slogans sind die Befürworterinnen und Befürworter der Einheitlichen Finanzierung, besser bekannt unter EFAS, im September 2024 in den Abstimmungskampf gezogen. Wie schon beim Kampf gegen die Kostenbremse-Initiative hat sich die AGZ mit einem beachtlichen finanziellen Betrag und zwei Aktionstagen an der schweizweiten Ja-Kampagne beteiligt.

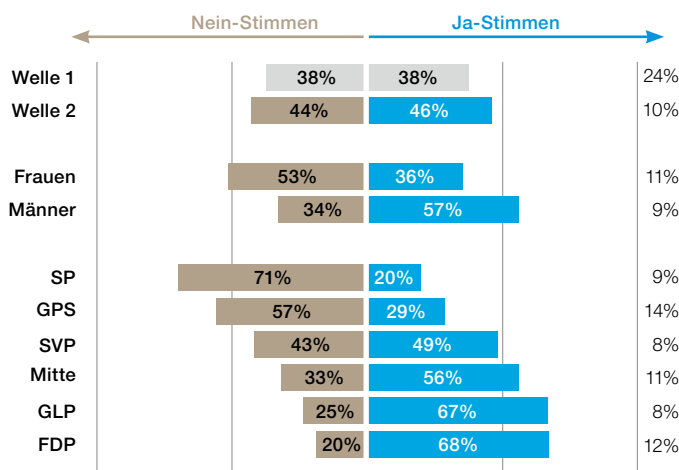
Schon zu Beginn hatte das für die Schweiz verantwortliche Kampagnenbüro in wöchentlichen Calls mit den kantonalen Verbänden, Vereinen und Gesellschaften gewarnt, dass dieser Abstimmungskampf kein Spaziergang werden würde, sondern eher ein Erklimmen der Eiger-Nordwand. Die Gründe dafür waren vielfältig.

Zum einen war die Abstimmungsvorlage als solches nur sehr schwer verständlich und zum anderen waren sich bei dieser Abstimmung die grossen Parteien lange nicht einig, welche Parole man herausgeben will. Die SP sagte «Nein», die Mitte sagte «Ja». Doch erst als die grösste Schweizer Partei, die SVP, die Ja-Parole gefasst hatte, war im Ja-Lager Erleichterung zu spüren. Die regelmässigen Umfragen hatten zwar gezeigt, dass wir auf einem guten Weg waren, doch da wir die Gewerkschaften und die sogenannten Abweichler aus den verschiedenen Parteien noch immer gegen uns hatten, lag der Sieg noch lange nicht in trockenen Tüchern.

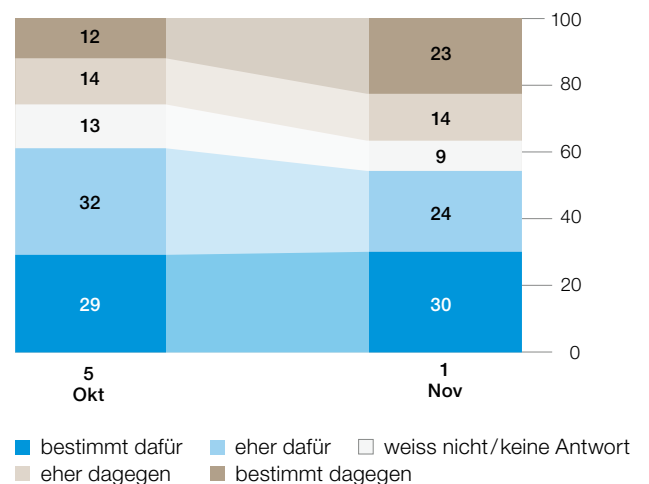
Auch die Berichterstattung der Medien kam dem Ja-Lager vor allem zu Beginn nicht besonders entgegen. Doch auch hier war, je länger die Kampagne lief, zusehends ein Umschwenken wahrzunehmen.

Die zweite Umfragewelle liess die Spannung steigen

Tamedia, Erhebungszeitraum 6. – 7.11.2024



SRG, Erhebungszeitraum 28.10. – 7.11.2024



Weiter waren da auch noch Studien, die besagen, dass die Bevölkerung bei schwer verständlichen Vorlagen, eher zu einem «Nein» tendierten. Mit diesem Druck im Rücken machten sich also unzählige Teams in der ganzen Schweiz auf, um die Werbetrommel für ein «Ja» bei der Einheitlichen Finanzierung zu rühren.

Kampagnenmaterial wie Poster, Pflaster, Flyer wurde auch an die Zürcher Arztpraxen geliefert mit der Devise, dass keine Patientin oder Patient die Praxis ohne Info-Flyer in der Hand verlässt. Auch auf Social Media wurde wie am Laufband gepostet, geliked und geteilt und wichtige Gesichter aus Politik und Wirtschaft und dem Gesundheitswesen standen den Medien Rede und Antwort.

So viele Menschen wie möglich erreichen

Die AGZ wollte neben der grossen Inserate-Kampagne in den führenden Schweizer Zeitungen auch möglichst viele Menschen direkt auf der Strasse ansprechen. Jeder und jedem sollte die Vorlage erklärt, in einem netten Gespräch die dringendsten Probleme in der Gesundheitsversorgung aufgezeigt und Lösungsansätze dargelegt werden.

Am 6. November 2024 hat die AGZ mit Unterstützung des VZK am frühen Morgen eine Flyer-Aktion am Zürcher Hauptbahnhof gestartet. Während gut drei Stunden wurden Flyer, Pflaster und Poster an die Frau, bzw. an den Mann gebracht. Nicht Wenige liessen sich sogar auf ein vertiefteres Gespräch ein, mit der Hoffnung unsererseits ein weiteres «Ja» an der Urne gewonnen zu haben. Aus diesen Gesprächen wurde uns aber auch ziemlich rasch klar: Die Vorlage ist noch nicht wirklich bei den Menschen angekommen. Alles, was für sie zählt, ist eine spürbare Entlastung bei den Krankenkassenprämien in absehbarer Zeit und, die Angst, dass eine Umschichtung der Kosten auf den Kanton bei den ambulanten Leistungen zu Steuererhöhungen führen würde.

Noch einmal auf die Strasse gegangen ist die AGZ am 13. November 2024. Noch mehr Menschen sollten dieses Mal am Zürcher Paradeplatz erreicht und vom zwingenden «Ja» überzeugt werden. Erneut ausgestattet mit viel Kampagnenmaterial sind Zürcher Ärztinnen und Ärzte, unterstützt von weiteren Verbänden wie von der Spitex Zürich und dem VZK, ausgeschwärmt und haben das Gespräch auf der Strasse gesucht. Viele Leute hatten zu diesem Zeitpunkt bereits abgestimmt. Doch noch immer trafen wir ebenso viele junge und ältere Bürgerinnen und Bürger an, die ihre Stimme noch nicht abgegeben hatten. Die Gründe dafür: Wenig Wissen, Skepsis gegenüber der Vorlage oder auch Gleichgültigkeit und Hoffnungslosigkeit, dass sich bei der Prämienlast tatsächlich etwas positives entwickeln würde. Dass unter diesen Vorzeichen die Abstimmung am 24. November 2024 dennoch gewonnen wurde, war alles andere als selbstverständlich. Die intensive Kampagnenarbeit hat sich also einmal mehr gelohnt. Dennoch müssen uns die vielen frustrierten Aussagen der Menschen auf den Strassen nachdenklich stimmen und bei unserer täglichen standespolitischen Arbeit in Erinnerung sein.



Gemeinsam engagieren sich Ärztinnen und Ärzte am 13. November 2024 für das «Ja» auf dem Zürcher Paradeplatz