

## Die E-Mail-Debatte

## «Gilt eine Abstimmung überhaupt noch etwas?»

Gregor Rutz ärgert sich, dass die Sorgen der Bevölkerung bei der Migration ignoriert werden. Jacqueline Badran hält dagegen, macht ihm aber dann ein Angebot

## Gregor Rutz

Überfüllte Züge, immer mehr Arbeitslose, eine überlastete Infrastruktur, aber auch mehr Kriminalität - die Herausforderungen, welche uns die ungezügelt einwandernde bringt, sind vielfältig. Darunter leiden vor allem Leute aus bescheidenen Verhältnissen, die diesen Problemen nicht einfach ausweichen können. Im Februar 2014 beschloss eine Mehrheit von Volk und Ständen, die Schweiz solle die Regelung der Zuwanderung künftig wieder selber an die Hand nehmen. Doch Ihre Partei, liebe Frau Badran, wehrt sich mit Händen und Füssen dagegen, dass etwas geschieht. Finden Sie es denn gut, wenn jedes Jahr 60 000, 70 000 oder 80 000 Migranten in die Schweiz strömen?

## Jacqueline Badran

Wie Sie stets die Wahrheit um 180 Grad umdrehen können - bravo! Ich erinnere Sie daran: Es ist Ihre Politik des Steuerdumpings für Unternehmen, die zahllose Konzerne in die Schweiz gelockt hat, mit entsprechender Zuwanderung. Es sind Ihre Branchen, welche die Zuwanderer absorbieren und gerne einen teuren Schweizer gegen einen billigeren Ausländer austauschen. Es geht um globale Grosskonzerne, Bau, Gastronomie, Hotellerie, Landwirtschaft. Aber wer bekämpft erbittert unsere Vorschläge gegen Lohndumping und für eine bessere Nutzung der inländischen Arbeitskräfte, was die Zuwanderung massiv gedrosselt hätte? Ihre Seite! Und jetzt tun Sie so, als ob Sie sich um die Sorgen der einfachen Leute kümmern würden?

## Gregor Rutz

Hört man Ihnen zu, könnte man meinen, alle Einwanderer seien für einen grossen Konzern tätig oder als Kurzaufenthalter in die Schweiz geholt worden. Dem ist aber nicht so. Die Hälfte aller Zuwanderer ist nicht arbeitstätig. Die zunehmenden Abhängigkeiten vom Sozialsystem, aber auch der Familiennachzug stellen uns vor ständig neue Herausforderungen. Dass Kurzaufenthalter und vorläufig Aufgenommene (welche die

## Debattierer



## Jacqueline Badran,

54, ist Nationalrätin der SP aus dem Kanton Zürich. Die Biologin und Ökonomin führt ein eigenes Unternehmen im IT-Bereich.



## Gregor Rutz, 43,

ist SVP-Nationalrat aus dem Kanton Zürich. Der Jurist ist Unternehmer und Inhaber einer Agentur für Kommunikationsberatung.

Schweiz eigentlich verlassen müssten) hier bleiben und ihre Verwandten in die Schweiz kommen lassen möchten, dokumentiert das Ausmass der Problematik. Flankierende Massnahmen verschärfen das Problem zusätzlich. Neben der Masseneinwanderung müssen wir auf diese Weise noch mit einem überregulierten Arbeitsmarkt kämpfen und mit sinnlosen bürokratischen Auflagen. Setzen Sie sich lieber für eine verfassungskonforme Umsetzung von Artikel 121a BV ein - Ihre Wähler werden es Ihnen danken!

## Jacqueline Badran

Schon wieder! Sie werfen uns vor, was Sie selber fabrizieren. Schweizer Löhne für Schweizer Arbeitsplätze - das wollen die flankierenden Massnahmen! Es war unter anderem Lohndumping, das die Leute Ihre Initiative annehmen liess. Das zeigt, wie konzeptlos die SVP ist. Eigentlich hätten Sie ja gerne einen Arbeitsmarkt mit tobender Konkurrenz, wo die Wirtschaft unter 500 Millionen Menschen den billigsten auswählen kann. Gleichzeitig tun Sie so, als ob Sie für bürokratische Kontingente seien. Ihren Antrag für Kontingente mit 0,2 Prozent maximalem Wachstum haben Sie aber erst gerade zurückgezogen und nie Höchstzahlen genannt. Es gibt weit und breit keinen Lösungsvorschlag für Ihre Versprechen vor der Abstimmung: Zuwanderung drosseln und gleichzeitig Bilaterale erhalten. Und dann werfen Sie den anderen vor, die Umsetzung zu hintertreiben.

Ihr Herumreiten auf dem Familiennachzug zeigt, dass Sie an einer Umsetzung gar nicht interessiert sind. Wir holen Arbeitskräfte, aber es kommen Menschen. Schon vergessen? Der Familiennachzug beschränkt sich in allen Kategorien auf den Ehepartner und auf minderjährige Kinder. Bewilligt wird er nur Personen, die eine geeignete Wohnung haben und nicht auf Sozialhilfe angewiesen sind. Dass auch Grossmutter und Geschwister nachgezogen werden können, gehört zu den Stammtischlügen, die Sie gerne bewirtschaften.

## Gregor Rutz

Das sind die Fakten: Sie haben - mit FDP und CVP - dafür gestimmt, dass der Familiennachzug unter anderem für abgewiesene Asylbewerber, welche man nicht zurückschaffen kann, erlaubt wird. Damit zeigen Sie, dass Sie die Zuwanderungsfrage gar nicht ernsthaft regeln wollen. Auch Ihre Haltung zur Freizügigkeit ist ziemlich widersprüchlich. Das Freizügigkeitsabkommen hat zum Ziel, den Arbeitsmarkt zu erweitern und den Wettbewerb zu fördern. Dies mit flankierenden Massnahmen wieder einzudämmen, ist völlig absurd - Sie müssten eigentlich für eine Kündigung des Freizügigkeitsabkommens sein. All diese Punkte, aber auch die Nationalratsdebatte zur Zuwanderung machen mich sehr nachdenklich. Warum ignorieren so viele Politiker die Probleme im Migrationsbereich? Warum werden die Sorgen der Bevölkerung - und sogar Volksentscheide! - nicht ernst genommen? Gilt eine Abstimmung überhaupt noch etwas?

## Jacqueline Badran

Es wurde fünfmal über die Bilateralen und die Personenfreizügigkeit abgestimmt, und die Vorlagen wurden mit deutlichen Mehrheiten angenommen. Die Ecopop-Initiative mit den Zuwanderungskontingenten wurde hingegen klar abgelehnt. Sie wissen genau, dass wir hier in einem Demokratiekonflikt stehen. Ich gehöre zu den Leuten, die laut sagen: 80 000 Personen Nettozuwanderung sind zu viel. Um diese zu drosseln, braucht es eine Ursachenbekämpfung und eine bessere Nutzung des Inländerpotenzials, was Sie ja stets torpedieren. Dass Sie dafür die Streichung des Familiennachzugs für vorläufig Aufgenommene als Massnahme verkaufen, ist eine Frechheit und zeigt Ihre Planlosigkeit. Diese müssen drei Jahre warten, haben oben beschriebene sehr hohe Hürden, und es handelt sich um 60 Personen pro Jahr. Wenn Sie an einer echten Lösung interessiert sind, gehen Sie gemeinsam mit uns einen «Inländervorrang heavy» an!

## 51 Prozent

## Ein Kind, ein Bart, ein scharfes Messer



## Nicole Althaus

Die Männer suchen ja schon seit geraumer Zeit nach einer Rolle, die sie im Geschlechterchaos des neuen Jahrtausends einnehmen können. Nach Ausdrucksformen, die ihnen die Emanzipation noch nicht madig geredet hat. Nach Dingen, die man als Mann einfach gernhaben darf, ohne sich dafür entschuldigen zu müssen. Und wenn man sich als eine Frau, die den Männern mit Wohlwollen und Neugierde begegnet, aufmerksam umschaut, hat einem nicht entgehen können: Der Mann findet die Suche verdammt anstrengend, und er jammert - gern auch öffentlich - über all die vielen Ansprüche, die plötzlich an ihn gestellt werden. Vielleicht hält er sich deshalb kollektiv an drei Dingen fest: an der Vaterrolle, an seinem Bart und am Küchenmesser.

Ein Kind, ein Bart, ein scharfes Messer - das scheint der kleinste gemeinsame Nenner zu sein, auf den sich die Männer einigen können. Der perfekte Schutzschild gegen sämtliche feministische Anfeindungen der letzten Jahrzehnte: Als Vater beweist der Mann Fürsorge und Verantwortung. Mit dem

Bart, den er in diversen Längen kultiviert, markiert er den kleinen Unterschied. Und den Macker hat er so weit domestiziert, dass er ihn nur noch am Herd rauslässt. Das Trio moderner Virilität ist unverfänglich und deshalb so allgegenwärtig, dass es auch den Marketingstrategen nicht entgangen ist. Kaum eine Werbung, die nicht darauf setzte. Kein Männermagazin, das ihm nicht huldigte. Die Zeitschriften «Walden» und «Beef» von Gruner + Jahr etwa leben vom bärtigen Hipster, der nach der doppelten Arbeitsschicht in Büro und Kinderzimmer davon träumt, wieder ganz Kerl zu werden und im Wald ein Wildschwein zu erlegen, um es anschliessend auf offenem Feuer zu grillieren. Wer jetzt glaubt, damit mache man den modernen Mann auf der Suche nach seiner neuen Rolle lächerlich, der hat durchaus ein wenig recht. Er kann sich aber damit trösten, dass es Frauen nicht besser geht. Seit Jahrzehnten werden sie von Zeitschriften, die diverse Frauennamen tragen, auf die Dellen auf ihrer Haut und in ihrem Selbstbewusstsein reduziert. Und für beide Geschlechter gilt gleichermassen, dass nur Magazine gedruckt werden, die auch gelesen oder zumindest gekauft werden.

Lange waren die Frauen die bevorzugten Versuchskaninchen von Gender-Marketing, das auf Klischees setzt. «Pink it and shrink it», hiess die Antwort auf die Frage: Wie erreichen wir die Frauen? Vom rosa Handy bis zum Akku-Bohrer mit Glitzerapplikation, vom rosa Füller bis zu «Eve» von Cardinal, dem leichten Bier mit «sanftem Litchiaroma»



Der moderne Mann gibt eine vorzügliche Zielgruppe ab, seit er auf der Suche nach seiner neuen Rolle ist.

- die Frau wurde beworben, als sei sie ein etwas zu gross geratenes Schulmädchen mit leicht unterdurchschnittlichem Intelligenzquotienten.

Nun also versucht man den modernen Mann mit massgeschneiderten Zeitschriften zu verführen. Schliesslich lässt er sich seine Anzüge und Krawatten nicht mehr von der Frau aussuchen. Und das scharfe Messer erst recht nicht. Der moderne Mann gibt eine vorzügliche Zielgruppe ab, seit er auf der Suche nach seiner neuen Rolle ist. Neben schnellen Autos und teuren Uhren kann man ihm plötzlich auch Kinderwagen, Küchengeräte und Kaffeemaschinen verkaufen. Ja vielleicht sogar ein Parfum, oder eine Feuchtigkeitscreme, wenn man es geschickt macht. Etwa so wie das neue «Zeit-Magazin Mann», das dem suchenden Leser von Männern erzählt, die ihre Rolle, ja sogar ihr Glück gefunden haben. Selbstverständlich kommt auch dieser Neuzugang am Kiosk nicht ohne bärtige Hipster und scharfe Messer aus. Selbstverständlich sind seine Helden nicht als Banker oder Buchhalter glücklich geworden, sondern als Vertreter der vielleicht letzten Bastionen unangetasteter Männlichkeit: als Metzger, Barbier und Bootsbauer. Aber das Magazin leistet sich ein paar kluge Gedanken zum männlichen Selbstverständnis und ein bisschen Selbstironie. Beides steht jedem Mann. Auch wenn er weder ein Kind noch einen Bart trägt.

Nicole Althaus ist stellvertretende Chefredaktorin der «NZZ am Sonntag».



## Nachgefragt bei Chanchal Biswas

In New York hat die Polizei erstmals einen Steckbrief auf alle Handys geschickt. Ist das sinnvoll?

Nein, es ist keine gute Idee, via Kurznachricht Millionen von Hilfsheriffs zu ernennen, wie das die New Yorker Behörden am Montagmorgen getan haben.

Um 7 Uhr 57 schickte die Polizei allen Leuten, die in Reichweite der lokalen Mobilfunkantennen waren, eine Nachricht: «Gesucht: Ahmad Khan Rahami, 28-jähriger Mann. Foto den Medien entnehmen. 911 anrufen, falls gesehen». Zuvor waren mehrere Bomben explodiert, 29 Leute wurden verletzt. Dringend der Tat verdächtig: Rahami. Um 10 Uhr 30 meldete ein Barbesitzer, ein Mann schlafe auf seiner Türschwelle. Um 11 Uhr 20 war Rahami gefasst. Was spricht dagegen, Steckbriefe auf alle Handys zu schicken?

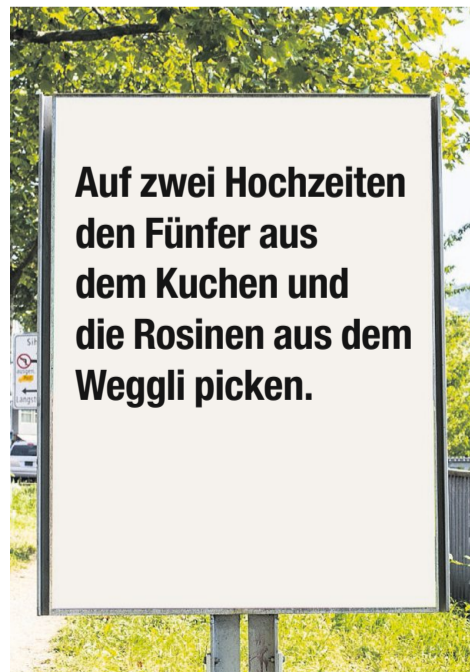
Konkret sind die Unzulänglichkeiten des Alarmierungssystems eklatant. Die New Yorker Polizei verschickte keine normale SMS, sondern nutzte Wireless Emergency Alert (WEA). Dieses Notfall-System ist darauf ausgelegt, die Bevölkerung zu alarmieren: Ein Hurrikan naht, eine Terrorattacke läuft, ein Kind wurde entführt. Als Steckbrief taugt WEA nicht. Es kann keine Bilder senden, für eine Beschreibung ist kein Platz, da nur 90 Zeichen möglich sind. Darum der unbeholfene Hinweis, man solle sich das Bild des Verdächtigen in den Medien ansehen. Am Montag führte dies dazu, dass muslimisch aussehende Männer in New York zu Hause blieben. Lieber in Deckung gehen, als von einem übereifrigen Hilfsheriff zur Strecke gebracht werden.

Dass Verbrecherjagd mit elektronischen Medien allgemein heikel ist, konnte man im Juli in München sehen. Als ein Amokläufer neun Menschen tötete, informierte die Polizei extensiv via Twitter - und sie liess sich auch über diesen Kanal informieren. Das Resultat: Die Beamten berichteten von Schüssen, die nie gefallen waren, warnten vor Verdächtigen mit Langwaffen, die es nie gab - es brach Panik in der Stadt aus. Dazu ist es in New York diese Woche zum Glück nicht gekommen. Ob der Barbesitzer die WEA-Meldung gesehen hat, sagen die Behörden nicht.

Chanchal Biswas ist stellvertretender Chefredaktor der «NZZ am Sonntag».

## Strittis Schlagzeile

Zur Debatte über die Umsetzung der Zuwanderungsinitiative.



Auf zwei Hochzeiten den Fünfer aus dem Kuchen und die Rosinen aus dem Weggli picken.

Hermann Strittmatter ist Gründer und Leiter der Werbeagentur GGK in Zürich.