



Längst nicht jedes Werben um Wählerstimmen ist erfolgreich.

MARTIAL TREZZINI/KEYSTONE

Gute Ratschläge – überzogene Analysen

Wie hilfreich ist das Buch «Wahlkampf in der Schweiz» für Kandidatinnen und Kandidaten?

Ein neues Buch hilft den Kandidierenden im Wahlkampf. Während die Ratschläge überzeugen, haben die Analysen teils methodische Mängel.

RUDOLF BURGER

Im Kanton Bern bewerben sich 514 Kandidaten für die 26 Sitze im Nationalrat. Für 20 davon treten Bisherige wieder an, wie man weiss, mit guten Chancen: In der Regel werden gegen 90 Prozent der Bisherigen wiedergewählt. Für Neukandidierende, die nicht bloss Listenfüller sein wollen, sondern politisch ambitioniert sind, ist es jetzt, nach den Sommerferien, also höchste Zeit, mit dem Wahlkampf zu beginnen. Nicht wenige von ihnen werden sich das neue Buch «Wahlkampf in der Schweiz – ein Handbuch für Kandidierende» von Mark Balsiger und Hubert Roth ange-schaffen haben.

Loht sich die Investition von 65 Franken? Im Prinzip ja. Stark ist der erste Teil des Buches, der Ratgeber, in dem in alphabetischer Reihenfolge, von «Agenda Setting» bis

«Zeit», Ratschläge zu einer Wahlkampagne angeboten werden. Da steht viel Kluges, zum Beispiel zu den Themen Interviews, Internet, Plakate, Medientraining, Strassenwahlkampf und so weiter. Es wird thematisiert, was Kandidaten kaum je beachten, etwa, dass es auch für unsere Mundart gewisse Sprachregeln gibt, die man zum eigenen Vorteil einhalten sollte (zum Beispiel gibt es in der Mundart keine Zukunft). Von Nutzen ist es sicher auch, zu erfahren, wie man in aller Kürze das Wesentliche sagt, ohne in Sprechmarotten («ich denke, ich meine») zu verfallen. Verständlich ist, dass die beiden Autoren – Balsiger ist Kommunikationsberater, Roth Politologe – in diesem Teil auch pro domo reden, wenn sie zu Medientraining, einer professionellen Website und zu professionell gestalteten Plakaten raten.

Zu kühner Schluss

Den zweiten Teil des Buches verwenden die Autoren für diverse Analysen, bei denen sie sich auf die schriftliche Befragung von 1434 Nationalratskandidaten der Wahlen 2003 abstützen. Es ist der schwä-

chere Teil. Verdienstvoll ist zwar, dass sie dabei auf Politologenjargon verzichten und sich um eine verständliche Darstellung bemühen, aber hier scheitern sie doch immer wieder auch an den Schwierigkeiten der Materie. Recht haben sie, wenn sie den Wahlerfolg nicht nur am Kriterium gewählt oder nicht gewählt messen – erfolgreich sind sicher auch Neukandidierende, die es auf die ersten Ersatzplätze geschafft haben. Aber der Schluss, dass schon Kandidaturen das Potenzial zum Wahlerfolg haben könnten, welche die Hälfte der für einen Sitz nötigen Stimmen holten, ist doch viel zu kühn.

Prozente und Koeffizienten

Auch die Analyse nach Erfolgsfaktoren hat methodisch viele Mängel. Wahrscheinlich lässt sich der Einfluss von einzelnen Faktoren wie etwa Inserate, Interviews, Wahlpodien auch mit den ausgeklügeltsten statistischen Verfahren schlicht und einfach nicht messen, und alle Versuche, es zu tun, scheitern. Herausragendstes Merkmal für den Erfolg bleibt eines, das auf der Hand liegt: die bisherige politi-

sche Erfahrung. Durch die vielen Prozentzahlen und die Koeffizienten auf drei Stellen nach dem Komma spiegelt das Buch aber eine Genauigkeit vor, die das Datenmaterial unmöglich hergeben kann. Oder will jemand zum Beispiel allen Ernstes behaupten, für den Wahlerfolg seien Podien und Referate (Koeffizient 0,084) wichtiger als Fernsehinterviews (0,061)?

Frauenmalus

Bei der Analyse des Wahlerfolgs der Frauen wird wieder mit langen Tabellen und Korrelationen geforscht, wo doch die Erkenntnisse schon lange vorhanden sind: Bei der SP und den Grünen werden Frauen heute so gut wie oder sogar besser gewählt als Männer, bei den bürgerlichen Parteien gibt es noch immer einen Frauenmalus. So simpel ist es, und das wird sich, alle Wahlkampfanstrengungen hin oder her, auch am 21. Oktober bestätigen.

[1] DAS BUCH: Mark Balsiger und Hubert Roth, Wahlkampf in der Schweiz. Ein Handbuch für Kandidierende. Verlag Border Crossing, 65 Franken.