

Gewerkschaften fordern Bahnausbau

Bern. – Die Schweiz sollte die kommende Rezession nutzen, um den öffentlichen Verkehr rascher auszubauen. Dies fordert der Chefökonom des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes, Daniel Lampart. Nun biete sich eine ideale Gelegenheit. Es sei sonnenklar, dass die Kapazitäten bei der Bahn und im Nahverkehr am Anschlag seien, sagte der Gewerkschaftsvertreter in der «Samstagsrundschau» von Radio DRS. Kleinere Vorhaben, etwa die Sanierung von Bahnhöfen, könnten schon bald angepackt werden. (sda)

EDU sagt Nein, CSP sagt Ja

Wettingen/Luzern. – Die Delegierten der EDU und der CSP haben gestern ihre Parolen für die Abstimmung über die Personenfreizügigkeit vom 8. Februar gefasst. Die EDU-Delegierten sagten in Wettingen mit 62:9 Stimmen Nein, die CSP empfahl die Vorlage in Luzern derweil einstimmig zur Annahme. Die CSP-Delegierten befassen sich ausserdem mit den Auswirkungen der Finanzkrise und verabschiedeten eine Resolution zur Erhaltung eines starken Sozialstaates Schweiz. (ap)

Kleinbauern wollen Impfgarantien

Zürich. – Die Kleinbauern-Vereinigung fordert vom Bundesamt für Veterinärwesen (BVET) eine Garantie für die Unbedenklichkeit des Impfstoffs gegen die Blauzungenkrankheit. Sie begründet dies damit, dass unter den Landwirten die Angst vor Nebenwirkungen grassiere. Sie stelle sich zwar gegen Angstmacherei und Gerücherverbreitung, nehme aber die Besorgnis der Tierhalter ernst, teilte die Kleinbauern-Vereinigung gestern mit. Das BVET müsse daher vertrauensbildende Massnahmen einleiten. (sda)

Komitee-Flut sorgt beim Stimmvolk für Verwirrung

Mehr als ein Dutzend nationale Komitees mischen im Kampf um die Abstimmung über die Personenfreizügigkeit mit. Ob das Sinn macht oder nur für Verunsicherung sorgt, ist unter Experten umstritten.

Von Simon Fischer

Bern. – «Es mischen zu viele verschiedene nationale Komitees in dieser Abstimmungsschlacht mit», sagt Mark Balsiger. Der Berner Politberater befürchtet, dass dies beim Stimmvolk vor allem Verwirrung stiftet. «Der Wildwuchs an Sujets, Slogans und Komitees erweist der Sache einen Bärendienst.» Professionelle Kampagnen müssten zentral konzipiert und geführt werden, meint Balsiger.

Vier Wochen vor der Abstimmung über die Weiterführung und Ausdehnung der Personenfreizügigkeit mit der EU ist es tatsächlich schwer, im Dschungel der diversen Interessengruppen nicht die Orientierung zu verlieren. Kein Tag verging diese Woche, ohne dass mindestens ein neues Komitee die Bühne des Abstimmungskampfs betrat. Mittlerweile beteiligen sich alleine auf nationaler Ebene über ein Dutzend dieser meist überparteilich organisierten Gruppierungen am Seilziehen um die Personenfreizügigkeit – mit den letztlich immer gleichen, bekannten Argumenten.

Weniger Köpfe, mehr Wirkung

Diese Strategie geht laut Balsiger nicht auf: «Gerade auf der Befürworterseite wäre die Durchschlagskraft höher, wenn zum Beispiel Wirtschaftsvertreter und Gewerkschafter Seite an Seite kämpfen würden.» Er rät den Befürwortern ausserdem, ausschliesslich mit ihren glaubwürdigsten und bekanntesten Persönlichkeiten für ein Ja zu werben. «Stattdessen kritisieren jetzt vereinzelt dieser Schlüsselfiguren öffentlich das Sujet mit dem Apfelbaum», erklärt Balsiger. Damit ver-

DAS URTEIL DES FACHMANNS



Wie innovativ und wirkungsvoll sind die Plakat-Kampagnen von SVP, CVP, FDP und des Wirtschaftsdachverbands Economiesuisse? Werbeprofi Kaspar Loeb nimmt Stellung – und sein Urteil über die einzelnen Sujets fällt hart aus. Loeb ist CEO von Saatchi & Saatchi, der zweitgrössten Werbeagentur der Schweiz mit Standorten in Zürich und Genf.



Economiesuisse

«Economiesuisse sollte so professionell Kampagnen führen, wie das von einem Wirtschaftsverband erwartet werden kann. Die Kampagne zur Personenfreizügigkeit ist aber handgestrickt, ohne Idee und erst noch ein aufgewärmtes Sujet, das schon einmal zu sehen war.»



FDP

«Erinnert mich ein bisschen an eine berühmte Kampagne für die Zigarettenmarke HB aus den Sechzigerjahren ('Wer wird denn gleich in die Luft gehen? Greife lieber zur HB!'). Wenigstens wird versucht, eine Botschaft zu transportieren, aber die Umsetzung ist so harmlos und kraftlos, dass die Wirkung verpufft.»



CVP

«Weniger Grafik, mehr Botschaft. Die Aussage, die angedeutet wird, wäre ja spannend und zutreffend, aber in dieser verkorksten Umsetzung geht sie völlig unter.»



SVP

«Die bekannte Art, wie die SVP Angst um die Unabhängigkeit der Schweiz schüren will. Die Vorliebe für Tier-sujets ist unverkennbar. Gezielt wird auf die eigene Anhängerschaft und Menschen, die in der Krise Angst um ihre Arbeitsplätze haben.»

Grafik DIE SÜDOSTSCHWEIZ

puffe die Wirkung dieser tatsächlich sehr abstrakten Kampagne komplett.

Balsigers Meinung, die Strategie mit verschiedenen Komitees für unterschiedliche Zielgruppen sei kontraproduktiv, stösst unter Experten nicht nur auf Zustimmung. So findet es der



Weitere Infos: www.suedostschweiz.ch/dossier

Politologe Silvano Moeckli von der Universität St. Gallen durchaus sinnvoll, dass sich die verschiedenen Interessengruppen in eigenen Komitees

organisieren. Denn so könnten bestehende Netzwerke besser genutzt werden. Ausserdem zweifelt Moeckli daran, dass beispielsweise ein linker Gewerkschafter bei einem Komitee mitmachen würde, in dem schon rechte Wirtschaftsvertreter sitzen.

Auch Hans Hirter vom Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern meint, dass mit mehreren Komitees unter Umständen wirkungsvoller auf die Volksmeinung eingewirkt werden kann. Dies jedoch nur, wenn die einzelnen Zielgruppen mit einer massgeschneiderten Argumentation umworben würden. Hier seien die Gegner der Personenfreizügigkeit im Vorteil, glaubt Hirter. Denn je mehr

Verwirrung sie stifteten, desto eher könnten unentschlossene Stimmbürger ins Nein-Lager gezogen werden.

Die Krux mit dem Termin

Eine geradezu fahrlässige Fehlplanung ortet Balsiger auch bei der Wahl des Abstimmungstermins. Da die Kampagnen erst nach den Festtagen so richtig ins Rollen gebracht wurden, haben Befürworter und Gegner bis zum 8. Februar nur gerade fünf Wochen Zeit. «Das ist sehr wenig für die heisse Phase der Meinungsbildung», sagt Balsiger. Seiner Meinung nach hätte eine frühere Lancierung des Abstimmungskampfs aber auch nichts gebracht: «Der Dezember ist für Kampagnen ein toter Monat, politische Themen interessieren während der Festtage nicht.»

Moeckli widerspricht auch hier. In Deutschland habe man bei Wahlen schon festgestellt, dass Meinungsumschwünge gerade in der Zeit zwischen Weihnachten und Neujahr stattfinden. «Die Menschen treffen sich und haben mehr Zeit für Gespräche, auch über Politik», erklärt der Politologe.

Geld allein ist kein Erfolgsgarant

In Anbetracht der Wichtigkeit der Personenfreizügigkeits-Vorlage vor allem für die Wirtschaft stellt sich auch die Frage, wie viel Geld in den Abstimmungskampf gepumpt wird – zumal sämtliche Plakat-Kampagnen von Werbefachleuten arg kritisiert werden (siehe Kasten). Zahlen werden wie üblich nicht kommuniziert. «Es ist ein grosser Mangel in unserer Demokratie, dass die Finanzierung von Abstimmungskampagnen nicht offen gelegt werden muss», erklärt Moeckli. Balsiger glaubt aber, dass die Wirtschaftsverbände nicht mehr Geld einsetzen werden als beispielsweise vor der Abstimmung über den Uno-Beitritt im Mai 2002. Schätzungen zufolge machte damals alleine der Wirtschaftsdachverband Economiesuisse rund 15 Millionen Franken locker.

Gemäss Balsiger wird dem Faktor Geld allerdings oft ein zu hoher Stellenwert beigemessen. «Eine Abstimmung kann nicht gekauft werden», erklärt er und verweist auf den Leitspruch amerikanischer Kampagnenprofis: «Smart dime beats dumb bucks.» Das gelte auch für die Schweiz, sagt Balsiger: «Clever eingesetzte Zehnrappler bringen mehr als planlos verschleuderte Franken.»

SONNTAGSKOLUMNE

Gier und andere menschliche Eigenschaften



Von Giulio Haas

Minus 35 Prozent: Das ist der Leistungsausweis der Schweizer Börse im vergangenen Jahr. Die so genannte Finanzkrise hat 2008 alleine in unserem Land weit über 300 Milliarden Franken an Börsenvermögen vernichtet. Jeder Einwohner der Schweiz hat somit theoretisch mehr als 40 000 Franken verloren, Kinder und Grossmütter mitgezählt. Trotzdem hat der Schweizer Konsument die Weihnachten nach Kräften genossen, manche Geschäfte melden ein Rekordjahr. Wie geht das auf?

Im turbulenten Börsenjahr 2008 hat eben gerade nicht der Normalbürger alles verloren. Der investiert an der Börse, wenn überhaupt, recht konservativ. Nein, verloren haben die so genannten

«Grossen» und «Kompetenten», nämlich bedeutende Privatinvestoren, institutionelle Anleger wie Pensionskassen und ganz, ganz viele «Insider» wie Banken und Versicherungen. Diese Profis haben in Produkte investiert, welche sehr viel Rendite versprochen, auch wenn sie nur schwer zu durchschauen waren, zum Beispiel die immerzu Gewinn abwerfenden Strategien (klassisches Schneeballsystem) von Madoff. Was mit solchen Anlagen 2008 geschehen ist, braucht nicht mehr erzählt zu werden.

Allerdings scheint mir die Ursache dieser Krise nicht so sehr in der Gier einiger «Grossen» und «Kompetenten» zu liegen. Vielmehr war es in den letzten Jahren möglich, mit praktisch schrankenlos verfügbarem fremdem Geld Risiken zu übernehmen: Wenn die UBS innert weniger Jahre ihre Bilanz fast verdoppeln konnte, wenn US-Investmentbanken für einen Dollar Eigenkapital bis zu 30 Dollar Fremdkapital aufnehmen konnten, dann stimmt etwas mit dem System nicht. Dass der Einzelne seinen Profit maximieren

will und auch nicht davor zurückschreckt, eine Jahresvergütung von über 20 Millionen Franken zu fordern, offenbart zwar Raffsucht, doch sind eher jene zu tadeln, die diesen Lohn im Verwaltungsrat der entsprechenden Unternehmung kommentarlos bewilligt haben.

Das den hohen Vergütungen zugrunde liegende Geschäftsmodell ist jäh zum Stillstand gekommen. Im vergangenen Jahr ist nämlich nicht «nur» eine Spekulationsblase geplatzt wie bei der High-Tech-Blase Anfang dieses Jahrhunderts. Vielmehr hat das für einige äusserst lukrative Märchen vom unbeschränkt verfügbaren, billigen Fremdkapital ein unerwartetes Ende gefunden. Fremdkapital ist (wieder) teuer geworden, Fantasiesaläre in der Bankenwelt und Fantasiegewinne an den Börsen dürften für einige Zeit nicht mehr zu realisieren sein.

Was kann man daraus lernen? Jeder nimmt das Seine im Rahmen der ihm eingeräumten Möglichkeiten. Meistens geht es gut, sonst wäre der Kapitalismus schon lange auf dem Abfallhaufen der

Geschichte gelandet. Manchmal aber muss die Öffentlichkeit im Gefolge von Spekulationsblasen oder eigentlichen Finanzkrisen wenig erbauliche Aufräumdienste leisten. Vergessen wir allerdings nicht, dass genau dieses System (und damit auch die ihm innewohnende Gier nach mehr) in den letzten 150 Jahren den Reichtum der Schweiz begründet hat. Oder in jüngerer Vergangenheit: In den letzten 20 Jahren wurden im Gefolge der Globalisierung mehrere 100 Millionen Menschen weltweit aus Armut und Elend befreit. Auch dies wäre ohne den Einsatz kapitalistischer Mittel in derart kurzer Zeit nicht möglich gewesen.

Deshalb: Ein Hoch auf alle menschlichen Eigenschaften, die es ermöglichen, dass der wirtschaftende Mensch nicht nur zurückschaut, sondern täglich voller Optimismus versucht, vorwärts zu gehen, und sei es vielleicht auch nur aus Gier.

Giulio Haas war 20 Jahre im diplomatischen Dienst tätig, zuletzt als Botschafter in Bern, zuständig für Finanz- und Wirtschaftsfragen. Seit 2008 baut er für Wegelin & Co. Privatbankiers die Niederlassung in Chur auf.