

Ohne Ochsentour und Hahnenkampf nach Bern

Ein Jahr vor den Wahlen zeigt die Befragung von mehr als 1400 Kandidierenden: Die Wahl in den Nationalrat ist auch ohne langen Atem und viel Geld möglich, *schreibt Mark Balsiger*

Heute in einem Jahr wird die politisch interessierte Schweiz am Bildschirm kleben, wenn die Parteipräsidenten in der Elefantenrunde den Ausgang der eidgenössischen Wahlen kommentieren. Nun, es werden keine Hoffnungswahlen wie 1987 stattfinden, der Brunner-Effekt von 1993 ist längst verpufft, und auch die Erdrutschsieg der SVP sind passé. Aufgrund von Umfragen und kantonalen Wahlergebnissen stehen drei Prognosen im Vordergrund:

- Die Wähleranteile der Parteien werden sich wenig verändern, die Grünen können mit einem Zuwachs rechnen, die FDP zittert.
- Das bürgerliche Lager dürfte einen Anteil zwischen 53 und 56 Prozent erreichen.
- Die grosse Mehrheit der eidgenössischen Räte wird weiter männlich sein.

Nach den eidgenössischen Wahlen 2003 befragte ich mit einem kleinen Team der Universität Bern alle Kandidierenden für den Nationalrat zu ihrem persönlichen Wahlkampf. Insgesamt 1434 Personen nahmen an dieser Befragung teil. Das entspricht rekordverdächtigen 50,2 Prozent. Von den Gewählten nahmen sogar 67,5 Prozent teil. Die 70 geschlossenen Fragen reichten von den Ambitionen bis zum Einsatz von Werbemitteln. Die Resultate zeigen, wo der Wahlkampf steht und welche Strategien die Wahlchancen erhöhen.

Bei der Auswertung des Datensatzes haben wir die Erfolgsfaktoren in drei Hauptkategorien eingeteilt:

- Verankerung: Faktoren, die im letzten Jahr vor dem Wahltag nicht oder kaum mehr signifikant beeinflusst werden können. Dazu zählen unter anderem politische Mandate (zum Beispiel ein Sitz im Kantonsparlament), die mehrjährige Zugehörigkeit zu einer etablierten Partei, das Image der eigenen Partei auf nationaler Ebene sowie eine gute Vernetzung in der Gesellschaft (Mitgliedschaften).
- Engagement: Faktoren, die in der Eigenverantwortung der Kandidierenden liegen, beispielsweise die Gründung eines Unterstützungskomitees, Fachkompetenz, persönliche Ambitionen und die Meinungsführerschaft bei einzelnen Themen.
- Verpackung: Faktoren, die das Image der Kandidierenden stark prägen,

etwa souveränes Auftreten, Aussehen und Medienpräsenz. Aber auch Strategie und Kampagnendauer.

Aufgrund unserer Messungen können mit Verankerung 50 bis 60 Prozent des Wahlerfolges erklärt werden. Damit wird deutlich, wieso eine oftmals bis zu 20 Jahre dauernde Ochsentour noch immer der Regelfall für die Wahl in den Nationalrat ist. Das müsste nicht sein: Würden Newcomer und Jüngere voll auf die Faktoren aus den Kategorien Engagement und Verpackung setzen, könnten sie den Rückstand bei der Verankerung nahezu kompensieren. Hier wären vermehrt die Parteien gefordert, den hoffnungsvollen Ambitionierten den Weg zu ebnet. Dass sich das lohnt, zeigen die Beispiele von Evi Allemann (sp., Bern) und Ruedi Noser (fdp., Zürich). Bei beiden stimmte das Timing. Allemann war für die SP die Junge im Feld der Etablierten, die gezielt gefördert wurde, Noser der Hoffnungsträger des Freisinns. Beide kämpften aber auch engagiert und wurden von den Medien geliebt.

Der Nationalrat wird auch in der kommenden Legislatur männlich dominiert bleiben. Im Jahr 2003 lag der Frauenanteil unter den Nationalratskandidaturen bei einem Drittel. Aber nur jeder vierte Sitz ging an eine Frau. Statistisch gesehen sind Frauenkandidaturen also weniger erfolgreich. Vereinzelt führt dieser Umstand bei Parteistrategen zu einer Kurzschluss-Argumentation: Es werden mehr Männer gewählt, also stellen wir auch mehr Männer auf. Auch das müsste

Mark Balsiger



Mark Balsiger, 39, ist Autor von «Wahlkampf in der Schweiz – ein Handbuch für Kandidierende», das auf Weihnachten erscheinen wird. Er schloss sein Studium der Journalistik mit einer Arbeit zum Thema «Wahlkampf in der Schweiz, Grossbritannien und den USA» ab.

nicht so sein: Die Kandidaturen von Frauen sind genauso erfolgreich, wenn sie für ihren Wahlkampf die gleichen Startbedingungen und Mittel wie die Männer haben. Hierzu zählen Faktoren wie Listenplatz, Wahlkampfbudget und Bekanntheitsgrad. Dass Frauen oftmals schon mit einem beträchtlichen Rückstand in den Wahlkampf steigen, liegt auch in der Verantwortung der Parteien. Nur die SP und die Grünen haben unter den Geschlechtern praktisch eine Parität erreicht.

Mehrere hundert Politikerinnen und Politiker hoffen, in einem Jahr den Sprung nach Bern zu schaffen. Erfahrungsgemäss dürften etwa 50 Nationalratssitze neu besetzt werden. Bei den letzten drei Nationalratswahlen legte die SVP stark zu. Das nächste Mal hingegen dürfte wieder die für die Schweiz typische Stabilität einkehren. Entsprechend wird der Kampf noch mehr als sonst parteiintern ausgetragen. Was Wunder, hat das Gerangel längst begonnen. Die Steigerung «Feind, Erzfeind, Parteifreund» ist die treffende Bezeichnung für diese Hahnenkämpfe. 2007 werden nicht die Parteien im Vordergrund stehen, nein, es wird ein Personenwahlkampf.

Für die Wahlen 2003 wurden rund 30 Millionen Franken aufgewendet. Das entspricht etwa 10 000 Franken pro Kandidatur oder 150 000 Franken pro Sitz. Geld zählt: Das Wahlkampfbudget ist bei allen unseren Messungen unter den drei wichtigsten Erfolgsfaktoren zu finden. Das kontrastiert mit der Einschätzung der Kandidierenden: In einer Rangliste von 20 verschiedenen Erfolgsfaktoren setzten sie das Geld nämlich bloss auf Platz 9.

Epilog: Zu den eingangs erwähnten Prognosen gibt es ergänzend zwei Thesen: Sollte das Jahr 2007 zu einem Blocher-Jahr werden (Varianten: Kandidatur für den Nationalrat, weitere inszenierte Provokationen wie beim Türkei-Besuch, frühzeitig angekündigter Rücktritt aus dem Bundesrat und Neustart als Oppositionsführer), legen die Pole SVP und SP zu. Falls Bundesrat Leuenberger seine Demission auf Ende 2007 frühzeitig publik macht, gewinnt die SP die eidgenössischen Wahlen, verliert aber das Umwelt- und Verkehrsdepartement.