

ZUR SACHE

Volk dürstet nach einer Lösung



Alain Bersets Reform der Altersvorsorge stösst im Parlament auf heftigen Widerstand, kommt bei der Bevölkerung aber gut an.

Das Ziel ist klar: Die drohende Finanzierungslücke der AHV in schwindelerregender Höhe muss rechtzeitig geschlossen werden. Bundesrat Alain Berset hat letzte Woche mit der Botschaft zur «Altersvorsorge 2020» seine Lösung präsentiert. Die Kernelemente: Frauen gehen wie Männer mit 65 Jahren in Pension, der Mindestumwandlungssatz in der beruflichen Vorsorge sinkt von 6,8 auf 6 Prozent, und die Mehrwertsteuer steigt um maximal 1,5 Prozentpunkte. Die Beratung im Parlament hat noch nicht stattgefunden, doch das Reformpaket wird bereits von allen Seiten bekämpft. Links wie rechts lassen kein gutes Haar daran.

Ein ganz anderes Bild zeigt sich in der Bevölkerung. Eine von Pro Senectute veranlasste und vom Forschungsinstitut GFS durchgeführte Befragung macht eine Mehrheit zugunsten Bersets Reform aus. Knapp zwei Drittel zeigen sich mit den Massnahmen einverstanden.

Was heisst das nun für die Rentenreform? Der Schluss der Gegner, die Zustimmung rühre nur daher, dass die Aufklärungsarbeit noch nicht stattgefunden habe und die Bevölkerung deshalb noch zu wenig informiert sei, ist schnell gemacht. Auch die Studienautoren haben eine gewisse Unsicherheit in der Meinung der Befragten festgestellt. Möglich ist aber auch, dass sich die bürgerliche Seite täuscht, wenn sie meint, das Gesamtpaket sei dem Volk nicht zuzumuten. Die Studie zeigt auf, dass gerade die Ausgewogenheit das wichtigste Argument für das Reformvorhaben ist. Ein Schelm, wer denkt, das Volk tickt lösungsorientierter als mancher Parteipolitiker. Zumindest aber zeigt es zurzeit mehr Willen, die dringende Sicherung der Altersvorsorge zügig anzugehen.

Marina Winder
marina.winder@tagblatt.ch

PRESSESCHAU

Ein angekündigter Einsatz von Schweizer Militärhelikoptern im Ebola-Krisengebiet kommt nicht zustande, eine Erhöhung der Finanzhilfe steht noch aus.

NZZ am Sonntag Der Eindruck verfestigt sich: Dieses finanziell wohlhabende und medizinisch bestens aufgestellte Land leistet keinen angemessenen Beitrag zur Bewältigung der Epidemie. Für die Schweiz, die sich gern ihrer humanitären Tradition rühmt, ist das in höchstem Mass beschämend.

Die Credit Suisse hat mit einer Rekordbusse von 2,6 Milliarden Dollar den Streit mit den USA beigelegt.

SonntagsZeitung Und es scheint auch, dass sich die Grossbank geschickt aus den Skandalen um die Manipulation des Libor und der Devisenkurse heraushalten kann, während die UBS Bestandteil der Untersuchungen ist. Dennoch braucht es einen Neuanfang – nicht zuletzt auch in der Schweiz, dem Heimmarkt der Bank. (...) Um das Vertrauen zurückzugewinnen, braucht es nicht nur viel Arbeit und Geduld, sondern auch einen Neustart. Und den markiert man am wirksamsten mit einem Führungswechsel.

TAGBLATT

Leitung Regionalmedien: Jürg Weber

Chefredaktion: Philipp Landmark (Chefredaktor); Silvan Lühinger (stv. Chefredaktor; Leitung Ostschweiz am Sonntag); Bruno Scheible (stv. Chefredaktor; Regionalleiter); Jürg Ackermann (Blattmacher); Sarah Gerteis (Leitung Online-Redaktion)
Erweiterte Chefredaktion: David Angst (Leitung Thurgauer Zeitung); Daniel Wirth (dwi, Leitung St. Gallen/Gossau); Andreas Bauer (Dienstchef)

Verlag und Druck:
St. Galler Tagblatt AG, Fürstenlandstrasse 122
Postfach 2362, 9001 St. Gallen. Telefon 071 272 78 88

Leitung Marketing und Verlag: Christine Bolt

Verbreitete Auflage: WEMF 2014 128 569 Ex.

Inserate: Publicitas AG, Fürstenlandstrasse 122, 9001 St. Gallen. Tel. 071 221 00 21, Fax 071 221 03 30
www.publicitas.ch – E-Mail: tagblatt@publicitas.ch
Urs Bucher, Leitung Werbemarkt



Beispiel Wil: Susanne Hartmann (Mitte) reicht ihre Kandidatur fürs Stadtpräsidium ein – und hat mit einer gut durchdachten Kampagne Erfolg.

Erfolgreich sein im Wahlkampf

Rechtzeitig zum Wahljahr 2015 präsentiert der Kommunikationsfachmann Mark Balsiger sein neuestes Ratgeberbuch. Es vermittelt Wahlkämpfern nützliches Wissen für ihre Kampagne – doch nicht nur ihnen.

RICHARD CLAVADETSCHER

Wie konnte es Susanne Hartmann Gillesen als sogenannte wilde Kandidatin gelingen, den offiziellen Kandidaten der in Wil mächtigen CVP aus dem Feld zu schlagen und das Stadtpräsidium zu erobern?

Es sei möglich gewesen, weil die ebenfalls der CVP angehörige Politikerin jugendliche Frische und Dynamik ausstrahle, der offizielle CVP-Kandidat hingegen das Charisma einer Büroklammer habe. Diese Meinung ist in Wil, in der Ostschweiz allgemein verbreitet. Da mag zwar etwas dran sein, doch dies allein hat kaum genügt, um zu reüssieren. Vielmehr ist Susanne Hartmanns Erfolg Ergebnis einer sorgfältig geplanten und konsequent umgesetzten Kampagne.

Akribische Dokumentation

In seinem jüngsten Buch «Wahlkampf statt Blindflug» beleuchtet der bekannte Berner Kommunikationsfachmann Mark Balsiger, ein Wahlkampfprofi seit vielen Jahren, CVP-Politikerin Hartmanns Kampagne für das Wiler Stadtpräsidium – an der er nicht beteiligt war – mit Akribie auf nicht weniger als 24 Seiten. Unter dem Titel «Wie eine wilde Kandidatin den Krösus der eigenen Partei austach» präsentiert er die Kampagne von Susanne Hartmann im Buch als eines von vier Beispielen für einen erfolgreichen Wahlkampf.

Dabei stellt Balsiger nicht nur die Kandidatin umfassend vor, und dies samt Profil und Positionierung. Er zeichnet auch die politische Konstellation in der Äbtstadt und die Ausgangslage im Wahljahr sowie den CVP-internen Konkurrenzkampf nach. Wie war der Wahlkampfstab aufgebaut? Auf welche Werbemittel hat die Kampagnenleitung der Kandidatin Hartmann gesetzt – und warum? Wie gelangte Hartmann in den redaktionellen Teil der Medien, was waren die Schwerpunkte im Strassenwahlkampf, wie setzte die junge Politikerin Internet und Social Media

ein? Auf all diese Fragen gibt es in Balsigers Buch erschöpfend Antwort.

Und schliesslich erfährt der Leser auch noch, wofür in diesem Wahlkampf Geld ausgegeben wurde und was er in der Summe gekostet hat: Das mit allen Einzelposten abgedruckte Budget weist den Betrag von 38 100 Franken aus.

Vertiefter und breiter

Mit derselben Akribie dokumentiert Autor Balsiger auch den Wahlkampf des Kantonsratskandidaten Damian Müller (FDP) aus dem Kanton Luzern, des Berner Nationalratskandidaten Jürg Grossen (GLP) sowie die Kampagne der Aargauerin Susanne Hochuli (GP) für die Wiederwahl in den Regierungsrat im Jahr 2012.

Insofern unterscheidet sich Balsigers jüngstes Buch wenig von jenem, das er im Jahr 2011 veröffentlichte: «Wahlkampf – aber richtig», so der Titel, nahm fünf erfolgreiche Wahlkampagnen unter die Lupe, darunter auch jene des Wiler SVP-Nationalrats Lukas Reimann.

«Wahlkampf statt Blindflug», das neue Buch, geht das Thema jedoch vertiefter und breiter an: Auf rund 250 Seiten im A4-Format hat der Autor nicht nur die erwähnten vier erfolgreichen Kampagnen zusammengetragen, auf annähernd 40 Seiten trägt er ferner dem Umstand Rechnung, dass Internet und Social Media im Wahlkampf immer wichtiger werden. Balsigers Erklärungen, Tips und Tricks sind dabei leicht verständlich und praxisnah geschrieben.



Mark Balsiger
Kommunikationsfachmann

ben. Dass er zudem auch den Gefahren von Facebook, Twitter und Co. ein eigenes Kapitel widmet, ist angesichts der sich häufenden Fehlritte und Totalabstürze von Politikern auf diesen Plattformen mehr als angezeit.

Wie schon im letzten Buch nennt Balsiger auch diesmal die 26 Faktoren für einen erfolgreichen Wahlkampf. Hinzu kommt nun aber noch ein Schlagwortkatalog mit Erklärungen zu den wichtigsten Begriffen zu Wahlzeiten.

Ein weiteres Kapitel beschäftigt sich mit den Eckdaten sämtlicher Kantone, den Parteienstärken und den Regierungsmitgliedern, und es präsentiert unter dem Titel «Die Schweiz – kompakt» die wichtigsten Daten über das Land. Ein nützlicher Anhang fasst zudem allerlei Tips und Tricks aus der Praxis zusammen: Wie textet man mediengerecht? Was sind die Grundregeln für einen Leserbrief? Was sind die gebräuchlichen Papier- und Plakatformate?

Politische Grosswetterlage

Aufschlussreich ist Balsigers Buch-einleitung: Der Text fasst die politische Grosswetterlage zusammen und referiert Grundsätzliches zum Thema Wahlkampf sowie zu dessen Entwicklung in den letzten Jahrzehnten – und er wagt einen Blick in die Zukunft: «Um das Jahr 2025 werden die Digital Natives demographisch die Mehrheit der Bevölkerung in der Schweiz stellen.» Das sei eine grosse Herausforderung für Parteien und Politisierende, weil diese Leute auf anderen Kanälen und auf eine andere Art angesprochen und erreicht werden müssten als bisher: «Zugespielt formuliert: Wer nicht im Netz ist, existiert nicht.»

Der in der Mitte des Buches platzierte Essay «Der schnelle Tod der gedruckten Zeitung» schliesslich gibt nicht nur einen Überblick über die Mediengeschichte der Schweiz, er geht auch kenntnisreich mit den Medienhäusern und Verlegern ins Gericht, indem er deren Fehler und

Versäumnisse der letzten Jahrzehnte auflistet. Ob diese heutigen Medienhäuser in ihrer Gesamtheit den Weg in die Zukunft finden oder über die nächsten Jahre durch neue Unternehmen mit besserem Gespür für lukrative Nischen abgelöst werden, lässt Balsiger offen. Seine Vermutung, dass es in der Schweiz ab 2025 keine Zeitung auf Papier mehr geben wird, sie dann nur noch in digitaler Form erscheinen, ist wohl absichtlich etwas überspitzt formuliert. Michael Haller, emeritierter deutscher Publizistikprofessor von Rang, teilt in seinem jüngsten Buch diese Sicht der Dinge jedenfalls nicht.

Leicht verständlich und kurzweilig

«Wahlkampf statt Blindflug» ist geschrieben von einem Autor, der sich seit rund zwei Jahrzehnten im Spannungsfeld von Politik, Medien und Gesellschaft bewegt. Dies zuerst als Redaktor unter anderem bei Schweizer Radio SRF und als Mediensprecher für das VBS. Seit 2002 ist der heute 47jährige Balsiger Inhaber einer Kommunikationsagentur in Bern, die Wahl- und Abstimmungskampagnen als einen ihrer Schwerpunkte hat.

Das verständlich und kurzweilig geschriebene Buch ist reich an Bildern, erläuternden Grafiken und Tabellen. Es richtet sich anders als «Wahlkampf – aber richtig» nicht nur an jene, die in der nächsten Zeit für ein politisches Amt auf Gemeinde-, Kantons- oder Bundesebene kandidieren. Weil es auch Hintergründe zur Schweizer Politik und Medienlandschaft referiert, dürfte es grundsätzlich für alle politisch Interessierten nützliche Lektüre sein.



Mark Balsiger,
Wahlkampf statt
Blindflug, Stämpfli-
Verlag, Bern, Fr. 55.–