

# Mit Lösli und Lastwagen auf Achse

**WAHLKAMPF** Parteien und Kandidaten werben auch mit unkonventionellen Methoden um Wähler. Ein Politologe erklärt die Tücken.

LUZIA MATTMANN  
luzia.mattmann@luzernerzeitung.ch

Die meisten Parteien machen noch immer Standaktionen, um Wähler zu umwerben – bringt das überhaupt etwas?

**Mark Balsiger\***: Standaktionen haben eine lange Tradition in der Schweiz. Wenn man aber nur Flugblätter oder Schöggeli verteilt, bringt das keine zusätzlichen Sympathien. Effektiver ist es, wenn man gleichzeitig Unterschriften sammelt und so die Wähler konkret für ein Thema sensibilisiert werden können. Generell sind Standaktionen ein gutes Mittel, um mit den Leuten in Kontakt zu kommen.



«Bei Songs stelle ich fest, dass die Qualität oft lamentabel ist.»

MARK BALSIGER, POLITOLOGE

Gibt es auch Politiker, die sich für Standaktionen nicht eignen?

**Balsiger**: Es gibt Politiker, die mit Small Talk Mühe haben oder linkisch auftreten. Wenn ein Politiker aber authentisch auftritt, ist dies für ihn und seine Partei ein Vorteil. Man erzählt es seinen Familien und Freunden, wenn man nach dem Einkauf von einem Politiker auf der Strasse angesprochen wurde und ein kurzes Gespräch führen konnte.

Was halten Sie von alternativen Wahlmethoden wie etwa Zahnbürsten verteilen, Lastwagen mit Werbeflächen oder 1-Minuten-Reden?

**Balsiger**: Grundsätzlich finde ich Aktionen, die atypisch sind, gut. Das allermeiste im Wahlkampf ist abgeschliffen und lahm; deshalb sind beispielsweise 1-Minuten-Reden von Politikern originell. Der Lastwagen, der in diesem Wahlkampf grossflächig mit Werbung beklebt wurde, ist nicht

neu – solche Aktionen können auch negativ wirken.

**Wann?**

**Balsiger**: Es gab im Bündnerland eine Aktion mit Smart-Autos, die mit Werbung bestückt wurden und extra für den Wahlkampf durch die Gegend fuhren. Dieser zusätzliche Benzinverbrauch wurde harsch kritisiert.

**Ist es sinnvoll, Wähler zu beschenken?**

**Balsiger**: Give-aways wie etwa Kugelschreiber haben ebenfalls Tradition; meist handelt es sich aber um Billigware, die auch schnell wieder verschwindet. Wenn man etwas aus der Region schenkt, ist das etwas anderes. Ich erinnere mich an einen Gärtner, der Blumen verschenkte – das wirkt sympathisch. Bei Songs stelle ich fest, dass die Qualität oft lamentabel ist, die Texte holpern, die Videos sind verwackelt.

**Kann man auf der Strasse auch apolitische Leute mobilisieren?**

**Balsiger**: Natürlich, denn auch apolitische Leute lassen sich in ein Gespräch verwickeln, wenn man es gut anstellt. Ein Passant erzählt vielleicht, dass er schon zwei Jahre auf einen Krippenplatz für sein Kind wartet – und schon ist die Brücke geschlagen.

**Wie effektiv sind Standard-SMS, um Wähler zu mobilisieren?**

**Balsiger**: Massen-SMS gibt es in der Schweiz schon seit 1999. Sie dienen zur Mobilisierung und als Reminder, wenn ein Wahl- oder Abstimmungstermin vor der Tür steht. Dass mit der Verwendung dieses Tools gleich Hunderte von Stimmberechtigten zu einer anderen Partei überlaufen, dürfen wir getrost ausschliessen.

**Welche Fehler machen die Kandidaten häufig?**

**Balsiger**: Problematisch ist, sich anders zu präsentieren, als man wirklich ist, sich aufzuplustern, etwa sich auf Wahlprospekten mit einem Kind zu zeigen, wenn man keins hat. Das ist ein absolutes No-Go.

**Und wenn man nun eher der farblose Typ ist und wenig Erfahrung hat?**

**Balsiger**: Das kann man niemandem zum Vorwurf machen. Die Schweiz ist übrigens ein sehr charismafeindliches Land. Man darf ja auch zugeben, dass man mit den Wählern auf Augenhöhe ist. Sich bescheiden geben ist eine der grossen Tugenden in der Politik.

HINWEIS

\* Mark Balsiger (44) ist Politologe, seit 2002 Inhaber einer Kommunikationsagentur und Autor der Bücher «Wahlkampf in der Schweiz» (2007) sowie «Wahlkampf – aber richtig. Ein Handbuch für Kandidierende» (2011). ◀



40-Töner als Werbemittel: Regierungsratskandidat Robert Küng (FDP) (rechts) mit den Unternehmern Walter und Ursula Imbach.

PD

## So originell werben die Kandidaten und Parteien

Im. In fünf Wochen wählt Luzern – und die Politiker ziehen alle Register, um Wähler zu gewinnen.

Regierungsratskandidat Adrian Borgula (Grüne) zum Beispiel lädt zu einem «Wahl-tanz» mit seinen beiden Bands Aliev Bleh Orkestar und Marie Choller, um mit seinen Wählern in Kontakt zu treten – so nah lässt einen wohl kein anderer Kandidat heran.

Ebenfalls auf die Karte Musik setzt der JSVP-Kantonsratskandidat Anian Liebrand, der einen eigenen **Wahl-song** samt Video performt – nach eigenen Angaben eher ein Schlager denn ein Rap – und diesen auf dem Netz verbreitet. Über 13 000 Nutzer haben sich den Youtube-Clip schon angesehen. Etwas Handfestes gibt Marcel Schwerzmann seinen Supportern in die Finger: Der Regierungsrat verteilt **Zahnbürsten** mit seiner Wahlwerbung auf der Verpackung.

**Motorisiert auf Tour**

Mit schwerem Geschütz fährt der FDP-Regierungsratskandidat Robert Küng auf: Ein **40-Töner** mit seinem Konterfei kurvt derzeit durch den Kanton Luzern. Auch sonst setzt die FDP auf PS. Mit einem roten **Doppelstöcker-Bus**, dem sogenannten Lodi-Bus, touren die Kandidaten durch Luzern. Ausserdem läuft auf Face-

book die Aktion «Was braucht Luzern?», wo die Nutzer ihre Vorschläge zur Verbesserung des Lebens im Kanton äussern können.

Eine **Tombole** veranstaltet SVP-Regierungsratskandidat Urs Dickerhof: Er verteilt an seinen Ständen Schöggeli mit Losen. Der erste Preis ist ein Buurezmorge für zehn Personen.

Keine Standaktion, sondern eine **Laufaktion** machen die Grünen. Die Kandidaten ziehen durch mehrere Orte und verteilen Wahlmaterial. Ausserdem organisieren die Grünen eine 1-Minuten-Aktion, eine Art **Speakers' Corner**, in Luzern. Verschiedene Politiker und Leute aus dem Kulturbereich bekommen eine Minute Zeit, zu sagen, warum es sich lohnt, die Partei zu wählen.

**Videos mit Interviews**

Emsig wird der Wahlkampf auch im Internet geführt. Kultstatus erlangte im Juli 2009 das Wahlvideo des unbeholfenen Auftritte von FDP-Stadtratskandidat Marco Fischer. Das wollen die Parteien und Kandidaten jetzt besser machen.

Die Juso kündigt ein **Wahlkampfvideo** mit einem professionellen Schauspieler zum Thema «Ändern, was dich stört» an. Mehrere andere Parteien und Politiker haben ebenfalls ein Video zu den Wahlen gedreht, so etwa die CVP, mit einem allgemein gehaltenen

Image-Spot für den Kanton Luzern. Hemdsärmelig ist der Auftritt des parteilosen Regierungsrates Marcel Schwerzmann, der sich in seinem Wahlvideo in voller Montur als Stahl-schmied und dann smart im Büro zeigt. Die Message: einer, der keine Angst hat, heisse Eisen anzufassen.

Ebenfalls ein persönliches Video, nämlich ein Interview in drei Teilen, findet man auf der Homepage von Regierungsrat Guido Graf. Geführt wird das Gespräch von der Präsidentin der JCVP Stadt Luzern.

Regierungsratskandidatin Esther Schönberger hat ebenfalls ein Video zu bieten, allerdings von unabhängiger Stelle: dem Schweizer Fernsehen. Kleiner Wermutstropfen: Es geht in der Sendung «Schweiz aktuell» um die Prognosen schwindender Wähleranteile der CVP.

**SMS und Märsche**

Persönlich die Wähler ansprechen will die CVP mit einem **SMS-Service**, der ab dieser Woche aufgeschaltet sein soll. So kann man gratis standardisierte SMS zur Unterstützung der CVP oder ihrer Kandidaten versenden. Die Partei hat auch Aussensätze hinter sich: so eine **Gipfelwanderung** auf den Napf bei Wind und Wetter mit Kandidaten und der Basis.