

Er weiss, wie man Wahlen gewinnt

WAHLEN Der bekannte Politologe Mark Balsiger sagt im WB-Gespräch, was es für einen guten Wahlkampf braucht und welche Fehler immer wieder gemacht werden. Zudem wagt der Kampagnenspezialist eine Prognose für die bevorstehenden Regierungs- und Kantonsratswahlen.

Mark Balsiger*, in 26 Tagen wird in Luzern das Parlament neu bestellt. 802 Personen wollen in den Kan-

WB-GESPRÄCH

von Stephan Weber

tionsrat gewählt werden. 173 Personen mehr als vor vier Jahren und so viele wie noch nie. Wie erklären Sie sich diesen Rekordwert?

Bei den Parteistrategen hat sich die Überzeugung durchgesetzt: je mehr Kandidatinnen und Kandidaten, desto mehr Stimmen. Sie setzen alles daran, dass für die Partei mehrere Unterstützerlisten zusammengeschustert werden, die der Hauptliste zusätzliche Stimmen beisteuern.

... und dem ist nicht so?

Nicht zwingend. Um es mit einem Bild zu erklären: Der Fischer, der auf den Sempachersee hinausfährt, wirft mehrere kleine Netze aus statt ein grosses. Der Fang ist vielleicht grösser. Es wäre allerdings ein Trugschluss zu glauben, dass alle 802 Kandidierenden mit vollem Engagement im Wahlkampf stehen. Bei vielen hat sich ihr Zutun damit erschöpft, dass ihr Name auf der Liste aufgeführt werden darf.

Gleichzeitig haben immer mehr Gemeinden Mühe, Ratsmitglieder zu finden. Ein Widerspruch?

Nein. Wir müssen zwischen den Wahlen für das Kantonsparlament und denjenigen für eine Gemeinde unterscheiden. Viele Kandidaten für den Kantonsrat wollen gar nicht gewählt werden. Sie wissen genau, dass sie als Listenfüller dabei sind. Auf Stufe Gemeinde sind meistens Positionen für die Exekutive zu vergeben. Das sind aufwendige Mandate – zeitlich und inhaltlich. Zugleich lernt man sehr viel. Aber der Aufwand schreckt viele ab.

Haben Sie einen Lösungsvorschlag?

Ich plädiere schon lange dafür, dass man die Tätigkeit in einem Gemeinderat aufwertet, nicht nur finanziell. In einem Lebenslauf muss es Gewicht haben, wenn sich jemand zwölf Jahre lang politisch engagiert hat.

Zurück zu den Wahlen: 2015 betrug die Wahlbeteiligung bei den Kantonsratswahlen in Luzern 38,7 Prozent. Der tiefste Wert seit 1911. Geht dieser (negative) Trend weiter?

Vermutlich ja. Dieselbe Entwicklung beobachten wir in vielen Kantonen. Die Gesellschaft entpolitisiert sich schleichend, dasselbe gilt für die Medien. Zudem will jeder dritte Mensch in der Schweiz von Nachrichten – pardon, News – nichts mehr wissen. Ich finde das fatal! Politik ist anspruchsvoll, und das schreckt viele Leute ab. Kantonale Wahlen haben in der Wahrnehmung vieler Leute eine untergeordnete Bedeutung, also lassen sie diese links liegen. Allerdings stehen auch viele Amtsträger und die Verwaltung in der Verantwortung: Ihre Übersetzungsarbeit ist ungenügend.

Was ist dagegen zu tun?

Politische Prozesse müssten verständlich erklärt werden. Und: Der Politik sollte in den Schulen viel mehr Gewicht gegeben werden. Wer bis 18 angefixt wird, steigt ein, alle anderen bleiben ein Leben lang apolitisch. Politik ist hoch spannend, so man sie an konkreten Beispielen vermittelt.

Kommen wir zum Wahlkampf: «Gebt mir eine Million und ich mach aus jedem Kartoffelsack einen Bundes-



«Der Politik sollte in den Schulen viel mehr Gewicht gegeben werden», sagt Mark Balsiger. Foto: zvg

rat», soll einst der PR-Berater Rudolf Farnier gesagt haben. Sie als langjähriger Kampagnenspezialist: Stimmt das?

Das Bonmot ist dumm und erst noch falsch: Natürlich bestreiten auch Kandidatinnen und Kandidaten für den Bundesrat einen Wahlkampf. Er beschränkt sich aber auf die 246 Leute im nationalen Parlament, also braucht es keine kostentreibenden Werbemassnahmen. Beurteilen wir das Bonmot materiell: Bis zum heutigen Tag konnte der Nachweis nicht erbracht werden, dass man in der Schweiz mit viel Geld

«Viele Kandidaten wollen gar nicht gewählt werden.»

Mark Balsiger Politologe

einen Sitz kaufen kann. Zum Glück ist das so.

Was zeichnet einen guten Wahlkampf aus?

Der effektivste Wahlkampf ist derjenige, den die Leute gar nicht als solchen wahrnehmen. Luzerns FDP-Ständerat Damian Müller ist einer der besten Wahlkämpfer des Landes: Er war es schon als Kantonsrat, ich porträtierte ihn deshalb in meinem letzten Buch. Müller findet zu allen Leuten einen Draht, ist enorm fleissig, berechenbar und immer präsent. Er brennt für die Politik und sein Amt, und das merken die Leute.

Was bringt nichts, wird dennoch immer wieder gemacht?

Alles, was ohne Strategie und innere Überzeugung gemacht wird, ist letztlich sinnlos.

Die Parteien kämpfen mit unterschiedlichen Methoden um Stimmen. Nehmen wir die FDP. Sie geht von Tür zu Tür. Ein erfolgversprechendes Modell?

Diese Form von Wahlkampf funktioniert datenbasiert. Die Freisinnigen sind mit einer App unterwegs und wissen, wo sie Leute antreffen, die ihnen nahestehen. Darum geht es im modernen Wahlkampf: Man muss die Sympathisanten identifizieren und Parteigänger persönlich abholen. Dann nehmen

diese eher an den Wahlen teil. Ausser der SVP schöpfen die Parteien ihr Potenzial bei Weitem nicht aus.

Die SP greift zum Telefonhörer.

Auch diese Methode funktioniert datenbasiert. Der persönliche Kontakt mit Parteimitgliedern und Sympathisanten sorgt dafür, dass diese eher wählen gehen. Die SP hat seit Herbst 2014 bei den meisten Wahlen auf Telefonmarketing gesetzt, und die Resultate geben ihr recht.

Sowohl die CVP als auch die SVP laden zum Jassen ein.

Geselligkeit ist ein Kontrapunkt zum hektischen Leben, das viele Leute führen und jassen ist gesellig. Ob den Parteien damit die Stimmen zufliegen – ich ziehe den Joker.

Mit welchen Mitteln lassen sich die eigenen Partei-Sympathisanten am besten mobilisieren?

Die persönliche Ansprache, per E-Mail oder noch besser mit einem Brief und der direkte Austausch sind effektiv.

Warum mobilisiert nicht jede Partei gleich gut?

Das Wählerpotenzial wird tatsächlich sehr unterschiedlich ausgeschöpft. Die Select-Studie zu den eidgenössischen Wahlen 2015 zeigt, dass die SVP 81 Prozent ihres Potenzials abgeholt hat. Ihre Leute sind viel disziplinierter als diejenigen der anderen Parteien. Die Strategen haben inzwischen erkannt: Im Wahlkampf muss man sich auf die eigene Klientel konzentrieren.

Zu Neuwählern und Erstwählern: Wie lassen sich diese am besten gewinnen?

Wer es schafft, sich von den 18-Jährigen und Zuzüglern die Adressen zu beschaffen, ist im Vorteil.

Kommen wir zu den sozialen Medien: Wie wichtig ist etwa Facebook für den Wahlkampf?

Rund 3,8 Millionen Menschen in unserem Land haben ein Facebook-Profil. Das ist eine Masse, die niemand mehr ignorieren kann. Viele Politikerinnen und Politiker sind präsent, allerdings investieren sie generell zu wenig Zeit, und die meisten haben den Dreh nicht raus, wie man diese Plattform bespielt.

Nennen Sie uns ein Beispiel.

Ein verwackeltes Foto von einer Delegiertenversammlung und dazu der Text:

«Gute Stimmung an der DV» – damit holt man niemanden hinter dem Ofen hervor und definitiv auch keine zusätzlichen Stimmen. Dieses Beispiel habe ich über die letzten Jahre schon zu Hunderten angetroffen...

Wie ist es bei den anderen sozialen Kanälen?

Jeder Kanal hat seine Eigenheiten, braucht eine andere Sprache. Der Trend geht hin zu Instagram, aber auch dort braucht es ein überzeugendes und stetiges Engagement – und es braucht Video-Content.

Video-Content?

Bewegtbild, ja. Kurze Videos, die es auf den Punkt bringen. Wenn sie nicht nur informativ, sondern auch noch unterhaltend sind, werden sie geschaut und weiterverbreitet. Es braucht Zeit, um solche Inhalte zu produzieren. Und es braucht technisches Verständnis.

Sich kurz vor den Wahlen ein Profil auf den sozialen Medien eröffnen und auf Twitter registrieren: das bringt nichts?

Es bringt nur etwas: Frust. Wer auf den sozialen Medien Wirkung erzielen will, braucht einen langen Atem. Die Erfolgsformel lautet: «i-hasi». Sie steht für: interaktiv, humorvoll, authentisch, stetig und interessant. Wer so unterwegs ist, wird Glücksgefühle sammeln und einmal ernten können.

Wagen wir den Blick in die Kristallkugel. Die CVP hatte bis Anfang der 1990er-Jahre eine Parteistärke von 50 Prozent. Zuletzt noch gut 30 Prozent. Verliert sie weiter?

Aus der Beobachterwarte dünkt es mich, dass ein Ruck durch die Partei gegangen ist. Gerade in Luzern, einem ihrer Stammlande, muss sie den Wählerschwund einmal stoppen können. Sie hat ja primär an die SVP verloren.

Kann die SVP weiter zulegen?

Auf nationaler Ebene hustet ihr Motor seit mehreren Jahren: Sie bringt seit fünf Jahren keine Volksinitiative mehr durch und im Bundesparlament isoliert sie sich mit ihren kompromisslosen Positionen. Sie bespielt zwar die Medienagenda, holt in der Realpolitik aber wenig Erfolge. Etwas dürfen wir nicht vergessen: Bei der schicksalhaften EWR-Abstimmung 1992 gab es die SVP im Kanton Luzern gar nicht, 2015 erreichte sie rund 28 Prozentpunkte und ist die stärkste Kraft. Wegen jener Abstimmung über einen

Wirtschaftsvertrag mit der EU begann der Erosionsprozess: Viele konservative Wählerinnen und Wähler wechselten von der CVP zur SVP – nicht nur in Luzern.

Die FDP fiel 2015 von Rang zwei auf Rang drei zurück. Kann sie vom Höhenflug bei vielen kantonalen Wahlen profitieren? Sie hat nach 20 kantonalen Wahlen 25 Sitze gewonnen.

Die Freisinnigen haben seit der Trendwende bei den Wahlen 2015 wieder viel Selbstvertrauen und kämpfen beherzt für ihre Sache. Mit dem datenbasierten Tür-zu-Tür-Wahlkampf setzen sie auf

«Ausser der SVP schöpfen längst nicht alle Parteien ihr Potenzial aus.»

die effektivste Massnahme. Aber beim Thema Klimawandel wurde die FDP kalt erwischt, sie hat schlicht kein ökologisches Profil. Das kann deshalb am Wahltag schmerzhaft werden für sie.

Zu den Linken: Können Sie im Sog der ständigen Finanzdiskussionen im Kanton zulegen?

Der Sieg der SP vor Bundesgericht wegen den gekürzten Prämienverbilligungen gibt ihr Auftrieb. Zugleich ist das eine Klatsche für den bürgerlichen Regierungsrat. Die SP wird mehr Stimmen holen als das letzte Mal. Ob sie auch mehr Sitze holt, ist offen. Es wiegt bis heute schwer, dass sie vor vier Jahren aus der Regierung flog – selbst verschuldet, weil sie auf eine Kandidatin setzte, die nicht mehrheitsfähig war. Die Grünen werden zulegen, die Grünliberalen auch.

Aber: Reicht es der SP, um wieder in den Regierungsrat einzuziehen?

Die Statistik sagt: 92 Prozent aller bisherigen Regierungsräte werden wiedergewählt. Der Sprengkandidat der SP hat entsprechend sehr bescheidene Chancen, einen Bisherigen zu verdrängen.

* Mark Balsiger hat Journalistik an der Universität Cardiff und Politologie und Geschichte an der Uni Bern studiert. Der Berner hat drei Bücher über politische Kommunikation geschrieben. Balsiger führt seit 2002 eine eigene Firma, die Schwerpunkte in Krisenkommunikation, Medienarbeit, Politikberatung und Auftrittskompetenz setzt.