

27. September 2007 / wahlkampfblog.ch

Mark Balsiger & Partner

Gutenbergstrasse 14

CH-3011 Bern

Tel. +41 (0) 31 368 15 00

Fax +41 (0) 31 368 15 01

info@border-crossing.ch

www.border-crossing.ch

**Weshalb drei Themen und drei Bundesräte die entscheidenden Faktoren sind für den Wahlausgang**

## **Grün gewinnt, FDP und SP verlieren**

**Das Publikum zu erreichen ist die grösste Herausforderung für die Parteien. Das zeigt der Wahlkampf 2007 exemplarisch. Unter dem Strich gibt es drei dominante Themen und drei Bundesräte, die die Wahlen am 21. Oktober entscheiden werden. Eine These.**

*Von Mark Balsiger*

Die Kurzformel der erfolgreichen Kampagnenführung lautet: Profil, Köpfe, Themenführerschaft, Medienpräsenz. „Wer über Jahre hinweg klare Positionen vertritt und diese auch verkaufen kann, wer seine besten Köpfe konsequent ins Schaufenster stellt und die Bedürfnisse der Medien verinnerlicht hat, schläft bis zum Wahltag am 21. Oktober 2007 ruhiger.“ Diese Aussage machte ich vor einem Jahr. Betrachten wir den Wahlkampf 2007 nach diesen Kriterien. Er wurde bislang von drei Themen dominiert:

- Klimawandel
- Ausländer
- Christoph Blocher

- Kampagnen
- Medienarbeit
- Medientraining
- Krisenkommunikation
- Werbung
- Wahlkampf

**SVP bewirtschaftet das Thema Ausländer sehr erfolgreich**

Der Klimawandel ist seit dem Jahrhundertsommer 2003 omnipräsent. Wir alle sehen und spüren ihn. Deswegen spielt er eine überragende Rolle und wird sich deutlich auf das Wahlergebnis am 21. Oktober



auswirken. Der UNO-Klimabericht, Al Gores Film und die „Life Earth“-Konzerte im letzten Sommer leisteten das ihre, um dieses Thema auf den ersten Platz des Sorgenbarometers zu hieven. Den Problemkreis Ausländer und Integration bewirtschaftet die SVP seit langem konsequent und sehr erfolgreich. Die tragischen Ereignisse in Schwammendingen (mutmassliche Vergewaltigungen), schlecht integrierte Ausländer, die herumlungern oder straffällig werden, aber auch die Polemik um Minarette befeuern die Propaganda der Partei. Die unterschwellig xenophobe Stimmung, die seit der Überfremdungsinitiative von James Schwarzenbach vor bald 40 Jahren Einzug gehalten hat, gibt ihr den Nährboden.

Christoph Blocher ist – paradoxerweise – ebenfalls ein Thema zur „Sache“. Von seinem „Kniefall in Ankara“ im letzten Herbst bis zum angeblichen „Komplott“ und seinem „Blocher-TV“ – der Justizminister ist immer wieder in den Schlagzeilen. Er surft geschickt auf den hohen Wellen, die er und die SVP schlagen. Die anderen Parteien und die meisten Medien reagieren immer noch gleich wie eh und je: Sie heulen reflexartig auf. Blocher bleibt ein thematischer Dauerbrenner – am Stammtisch wie im Feuilleton.

### **Die Kantonsgrenzen sind im modernen Wahlkampf irrelevant**

Die Grünen haben in den letzten vier Jahren bei allen kantonalen Wahlen zugelegt. Sie ernten die Früchte ihres konsequenten Kampfes für die Umwelt. In der Wahrnehmung der Bevölkerung haben sie in der Klimapolitik die alleinige Themenführerschaft. Beim Thema Ausländer wird nur der SVP eine grosse Kompetenz zugeschrieben. Dass die Identifikation weiterhin über ihre Überfigur geschieht, hilft ihr enorm. Zudem: Keine andere Partei hat eine ähnlich gut gefüllte Kriegskasse, die flächendeckenden Insetrate- und Plakatwellen der letzten zwei Monate haben alle Rekorde gebrochen. Die SVP hat als einzige Partei

begriffen, wie man schweizweit Kampagnen fährt. Gewählt wird zwar weiterhin in 26 verschiedenen Wahlkreisen, die Kantons Grenzen sind aber im modernen Wahlkampf nicht mehr relevant.

Gibt es andere Themen, die bis in weite Teile der Bevölkerung vorgedrungen sind? Etwa die „Easy Swiss Tax“? Parallelimporte? Die Finanzierung von Kinderkrippen? Diese Liste liesse sich beliebig erweitern, der Befund bleibt gleich: Diese Themen sind zu wenig brisant, emotional kaum aufladbar. Und deshalb taugen sie wenig für einen effektvollen Wahlkampf. CVP, FDP und SP haben es bislang nicht geschafft, die Agenda zu prägen.

### **Das mediale Interesse fokussiert vor allem auf Bundesräte**

Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass die Schweizerinnen und Schweizer sich stärker über Personen als über Sachthemen identifizieren. Die Personalisierung der Politik ist weit fortgeschritten. Ein paar Leaderfiguren dominieren die politische Arena. Das mediale Interesse fokussiert sich inzwischen auf die Bundesräte. Dort sitzen die interessantesten Persönlichkeiten. Die Veränderung ist offensichtlich: Noch in den neunziger Jahren standen die Parteipräsidenten im Zentrum, erinnert sei an Franz Steinegger (fdp), Peter Bodenmann (sp) oder Carlo Schmid (cvp).

Der moderne Wahlkampf ist stark personalisiert. In der Schweiz wird er von drei Bundesratsmitgliedern dominiert:

- Micheline Calmy-Rey
- Doris Leuthard
- Christoph Blocher

Das monatelange Theater um die Rütlifeier wird in die Lehrbücher politischer PR eingehen. Bundespräsidentin Calmy-Rey eroberte in wenigen Wochen das ureigene Terrain der SVP. Sie holte sich diesen Triumph mit einer Mischung aus sicherem Instinkt, Raffinesse, der ihr eigenen Hartnäckigkeit sowie der Unterstützung einiger Medien.

Doris Leuthard wiederum ist die Ausnahmeerscheinung der Schweizer Politik. Sie hat der CVP ein Gesicht und neues Selbstvertrauen gegeben, sie ist in der Bevölkerung ungemein populär. Auch wenn sie nicht so öffentlichkeitswirksam wie andere kämpft, ist sie der beste Trumpf für ihre Partei. In der Wahrnehmung des Publikums gilt die Gleichung: Doris Leuthard = CVP. Folgerichtig hat ihre Partei den passende Slogan geboren: „CVP wählen heisst Doris Leuthard stärken.“ Christoph Blocher schliesslich ist der beste Wahlkämpfer der SVP, eine Rolle, die er bereits seit 1991 innehat. Sein Wechsel vom „Oppositionsführer“ in den Bundesrat im Dezember 2003 ändert nichts an diesem Befund.

Meine Prognosen für den Ausgang der Nationalratswahlen am 21. Oktober 2007:

	<b>2003:</b>	<b>Prognose 2007:</b>
SP:	23,2%	minus 1,5 bis 2%
Grüne:	7,4%	plus 2 bis 2,5%
CVP:	14,4%	leichtes Plus von max. 0,8%
FDP:	17,3%	minus 1,5 bis 2,5%
SVP:	26,7%	plus 0,5 bis 1,5%