

NACHGEFRAGT

«Bei den Befürwortern herrscht grosse Nervosität»

Für Politberater Mark Balsiger ist es unklug, dass plötzlich auch Befürworter der Personenfreizügigkeit mit Raben werben. Dies schade der Ja-Kampagne.

Mit Mark Balsiger sprach Daniel Foppa

Befürworter wie Gegner der Personenfreizügigkeit werben mit Raben. Taugen Tiere als Werbemittel für politische Inhalte?

Nein. Wenn man die «wichtigste Abstimmung der Legislatur» mit Tieren gleichsetzt, wertet man die Thematik ab. Ich erachte es als Hilflosigkeit der Werber, Tiere zu verwenden.

Muss Werbung nicht simpel sein?

Ein Werbegrundsatz lautet «Keep it simple and stupid». Ich bevorzuge aber «Keep it simple and smart». Werbung soll bis zu einem gewissen Grad auch klug sein und die Leute nicht für dumm verkaufen.

Die Gegner stellen gefräßige Raben dar, die Befürworter augenzwinkernde. Was sagen Sie dazu?

Das SVP-Sujet hat seinen Zweck erfüllt: Es wird darüber diskutiert. Dass die Befürworter auch auf Raben setzen, ist unklug. Man kann den Gegner nicht mit dessen Waffen schlagen.

Weshalb?

Ein Kampagnengrundsatz lautet: Maximiere den Kontrast! Man sollte als genau das Gegenteil von dem tun, was der Gegner macht. Zudem handeln die Befürworter plötzlich rein reaktiv. Innerhalb weniger Tage zaubern sie ein neues Sujet aus dem Hut. Bei ihnen herrscht offenbar grosse Nervosität. Und wenn Schlüsselfiguren nervös werden, schadet das einer Kampagne immer.

Die Raben-Kampagne der Befürworter ist eine Reaktion auf die Kritik an der Pro-Kampagne von Economiesuisse. Was sagen Sie zu deren Bäumchen-Kampagne?

Diese Kampagne überzeugt in der Tat nicht. Die Bäume lösen beim Betrachter nichts aus, egal ob mit oder ohne Laub und Äpfel. Es fehlt an Emotionen, es bleibt nichts haften. Economiesuisse hat ein eindimensionales, totes Sujet gewählt.

Wie müssten die Befürworter denn werben?

Sie müssten auf prominente, glaubwürdige Köpfe setzen, die für ein Ja werben. Wenn zum Beispiel Hansjörg Walter, Peter Spuhler und bekannte Gewerkschafter an der Zürcher Bahnhofstrasse Traktate verteilen, dabei von Kameras begleitet werden und überall auf Plakatwänden zu sehen sind, wäre dies Erfolg versprechend.

Und wie könnten die Gegner noch zulegen?

Die Gegner haben bereits erreicht, was sie wollten. Sie schüren erfolgreich Angst vor Rumänen und Bulgaren. Das wirkt.

Mark Balsiger ist Berater für Politikommunikation, Dozent und Autor des Buches «Wahlkampf in der Schweiz».