

# Mit Telefon auf Stimmenfang

**WAHLKAMPF** Die SP will mit Telefonaktionen ihre Wähler an die Urne locken. Morgen Samstag ist der erste grosse Testlauf in Luzern. Die anderen Parteien sind skeptisch.

LUKAS LEUZINGER  
lukas.leuzinger@luzernerzeitung.ch

Die Sozialdemokraten haben ein neues Mittel im Wahlkampf entdeckt: Sie melden sich direkt per Telefon bei potenziellen Wählern. Die neue Strategie hatte SP-Präsident Christian Levrat zum Auftakt des Wahlkampfs angekündigt. 100 000 Stimmbürger sollen in der heissen Phase des Wahlkampfs kontaktiert werden. Im Hinblick auf die Luzerner Wahlen am 29. März führt die Partei nun den ersten grossen Testlauf durch.

## Mitglieder werden eingespannt

Flavia Wasserfallen, Co-Generalsekretärin der SP Schweiz, ist zuversichtlich, dass sich die Wähler per Telefon an die Urne locken lassen. «Wir versprechen uns sehr viel», sagt sie gegenüber unserer Zeitung. Wasserfallen ist überzeugt, dass die SP von allen Parteien die aktivsten Mitglieder habe. Diese Mitglieder will die Partei im Wahlkampf gezielt einspannen. Bereits vor einem Monat wurden alle, die einer SP-Sektion im Kanton Luzern angehören, kontaktiert und gefragt, ob sie sich am Telefonwahlkampf beteiligen möchten. 200 Mitglieder haben dabei laut der Partei ihre Teilnahme zugesagt. Sie werden sich am

Samstag an 31 Orten treffen und einen Tag lang telefonieren. Dabei können sie entweder potenzielle SP-Wähler aus ihrem Bekanntenkreis anrufen oder solche aus einer Datenbank. In der Datenbank befinden sich die Kontaktangaben von Personen, die nicht Parteimitglieder sind, aber bereits einmal mit der SP zu tun hatten – beispielsweise weil sie die Parteizeitung abonniert oder eine Publikation bestellt haben. Sie gelten als Sympathisanten.

Dass die SP Stimmbürger kontaktiert, die der Partei ohnehin schon nahesteht, ist laut Wasserfallen Teil der Strategie. «Wir müssen nicht versuchen, FDP-Wähler von der SP zu überzeugen, sondern müssen vor allem unser eigenes Potenzial ausschöpfen», sagt sie. Und weiter: «Wenn wir auf der Strasse Leute ansprechen, zeigen von zehn Leuten zwei Sympathien für die SP und acht bezeichnen uns als «rote Socken» und gehen weiter.» Das führe zu einem grossen «Streuverlust». Gezielte Telefonanrufe versprechen mehr Erfolg.

## Kampagne kostet viel Geld

Dafür nimmt die SP auch einigen Aufwand in Kauf. Nach Angaben von Wasserfallen investiert sie fast die Hälfte ihres nationalen Wahlkampfbudgets von 1,4 Millionen Franken in die Mo-

bilisierungskampagne. Ins Gewicht fallen die Personalkosten für die Leute, welche die Software entwickelt haben, die Kampagne organisieren und die Teilnehmer instruieren. Die Mitglieder, welche die Telefonanrufe durchführen, arbeiten freiwillig.

## Mobilisierung ist entscheidend

Louis Perron ist politischer Berater und hat in diversen Ländern Wahl- und Abstimmungskampagnen organisiert. In den USA gehörten Telefonanrufe zum Standardrepertoire im Wahlkampf. Studien hätten gezeigt, dass sich Stimmbürger dadurch relativ gut mobilisieren lassen.

Gerade in einem Land mit vergleichsweise tiefer Stimmbeteiligung wie der Schweiz komme der Mobilisierung eine entscheidende Rolle zu. «Am erfolgreichsten war darin bisher die SVP», sagt Perron. «Sie betreibt permanent Wahlkampf und schöpft dadurch ihr Wählerpotenzial besser aus als die anderen Parteien.»

Telefonanrufe hält der Experte auch hierzulande für ein viel versprechendes Mittel im Wahlkampf, auch wenn die Leute in der Schweiz introvertierter seien als in den USA und den meisten europäischen Ländern. Wichtig sei ein gezieltes Vorgehen, sagt Perron. «Es

bringt nichts, wenn man willkürlich herumtelefoniert.» Und er betont: Wie gut eine Partei abschneidet, hänge von einer Vielzahl von Faktoren ab, von den Wahlkampfthemen über den Auftritt in den Medien bis zur Qualität der Kandidaten. «Wenn alle anderen Faktoren gegen einen sprechen, nützt auch die stärkste Mobilisierung nichts.»

## SVP setzt auf Direktkontakt

Die anderen Parteien setzen noch nicht systematisch auf Telefonanrufe als Wahlkampfinstrument. «Wir haben schlichtweg die Ressourcen nicht dazu», sagt Nina Zosso von der BDP. «Im Moment ist das nicht vorgesehen», sagt auch Brigitte Marti, Kampagnenleiterin der Grünen. «Wir sind uns nicht sicher, ob unsere Wählerinnen und Wähler begeistert über allfällige zusätzliche Telefonanrufe wären oder ob das eher ein Boomerang ist.» FDP-Kommunikationschef Georg Därendinger äussert auch Zweifel an der Wirksamkeit. «Wir sind der Meinung, dass die Leute solche Anrufe eher als störend empfinden», sagt er. Die FDP setze stattdessen auf den persönlichen Kontakt auf der Strasse und an Parteiveranstaltungen durch Kandidatinnen und Kandidaten.

Die SVP will verstärkt auf die Leute zugehen, wie die stellvertretende Generalsekretärin Silvia Bär sagt. Zum Repertoire der Partei gehören dabei auch Telefonanrufe – dieses Mittel habe man schon 2007 und 2011 eingesetzt. Die CVP greift teilweise ebenfalls auf Telefonaktionen zurück. Es liege in erster Linie in den Händen der lokalen Sektionen, auf welche Mittel sie setzten, erklärt Mediensprecher Thomas Jauch.



**«Wir müssen nicht versuchen, FDP-Wähler von der SP zu überzeugen.»**

FLAVIA WASSERFALLEN,  
CO-GENERALSEKRETÄRIN  
SP SCHWEIZ