

Wie man in letzter Minute Wahlen gewinnt

von Ronny Nicolussi - *Teure Plakate? Inserate mit flotten Sprüchen? Anbiedernde E-Mails? Alles für die Füchse, sagt Louis Perron. Der Kampagnenspezialist weiss, worauf es im Schlusspurt ankommt.*

Fehler gesehen? **Wir befinden uns in der heissen Phase des Wahlkampfes – trotzdem ist er total lau. Warum?**
Fehler beheben! **Louis Perron:** Die SVP ist heuer nicht auf Touren gekommen. Und die anderen Parteien wissen sowieso nicht, was Wahlkampf ist.

Ein hartes Urteil!

Die BDP und die GLP als neue Parteien haben es nicht nötig, und die FDP und die CVP haben keine Wahlkampf-Tradition. Bis Anfang der 1990er-Jahre wurden nette Plakate gedruckt. Dann begann die SVP mit echtem Wahlkampf und pflügte damit die politische Schweiz um. Der Erfolg bei den Wahlen setzte sich auch 2003 und 2007 fort. Die anderen Parteien versuchen seither aufzuholen. Der Abstand zur grössten Partei ist aber immer noch erheblich. Ein Wahlkampf hat viel mit Strategie, Themenmanagement und Zielgruppen zu tun. Es ist wie eine Guerilla-Attacke. Dies widerspricht der Funktionsweise und dem Selbstverständnis einer Schweizer Traditionspartei diametral.

Was kann eine Partei jetzt noch tun, um Wähler zu gewinnen?

Vielleicht sollten wir damit anfangen, was nicht mehr möglich ist: Was man verpasst hat, hat man verpasst! Von der Idee, jetzt noch Wählerpotential aufbauen und erweitern zu können, muss man sich sofort verabschieden.

Was liegt also noch drin?

Die eigenen Wähler mobilisieren! In den USA spricht man von «get out the vote». Das bedeutet, das eigene Wählerpotential dazu zu bringen, seine Stimme auch wirklich abzugeben. Bei Parlamentswahlen kann jede Partei ein Erdbeben auslösen, ohne neue Wähler zu überzeugen. Es reicht, wenn sie es schafft, den eigenen Wählern einzuheizen. Wenn eine grosse Partei im Schlusspurt 50 000 Wähler zusätzlich mobilisieren kann, steht sie am 23. Oktober als Gewinnerin da.

Wie macht man das?

Das A und O ist zu wissen, wer die eigenen Wähler sind. Wenn Politiker in der Schweiz von Zielgruppe sprechen, sagen sie immer, sie wollten die Jungen und die Nichtwähler ansprechen. Eine Zielgruppe muss aber geografisch wie soziodemographisch definiert sein. Man braucht die Postleitzahl der Wähler, die Telefonnummer, die E-Mail-Adresse. Eine Zielgruppe können Männer mit hohem Einkommen oder verheiratete Frauen sein.

Wie findet ein Politiker denn seine Wähler?

In den USA gehen die Leute bereits Monate im Voraus von Haus zu Haus, um potentielle Wähler zu identifizieren. Ein Obama kennt seine Wähler mit Namen. Sein Kapital ist eine Liste mit 14 Millionen E-Mail-Adressen von Unterstützern, mit welchen er direkt kommunizieren kann. Schweizer Politiker bezeichnen immer noch die Menschen, die an der Delegiertenversammlung im Säali sitzen, als ihre Basis.

Das Säali soll keine gute Basis sein?

Die Energie, die es braucht, damit jemand eine Wahlliste verändert, ist riesig. Deshalb ist die Zielgruppenorientiertheit, die Botschaft «weshalb ich und nicht der andere», bei Personenwahlkämpfen viel wichtiger. Dabei ist bemerkenswert, dass



Louis Perron (35) ist politischer Berater im In- und Ausland. Neben Politikern und politischen Parteien berät Perron auch Organisationen und Firmen.



[Wahlkampf](#)

[«Wahlkampf ist oft eine verbissene, freudlose Angelegenheit. Etwas Distanz gewinnen wir mit ein wenig Humor.»](#)



[Roland Näf](#)

[SP](#)

[5 Kommentare](#)

[«Beschaffung von Kampfjets, EU-Beitritt und Investmentbanking-Verbot: Wie einig sind sich die Parteien bei den heissen Wahlkampfthemen wirklich?»](#)

ein Kandidat bei Nationalratswahlen gar nicht so viele Stimmen braucht, um gewählt zu werden.

Wie viele denn?

Im Kanton Zürich mit 800 000 Wahlberechtigten reichen beispielsweise 20 000 Wähler, um auf der Liste der FDP gewählt zu werden. Für einen SP-Sitz in Bern reichen 17 000 Wähler und im Kanton St. Gallen, der rund 300 000 Wahlberechtigte hat, sind es auf der CVP-Liste gar nur 14 000 Wähler.

Aber man muss schon auch eine Botschaft haben, oder?

Selbstverständlich! In der Schlussphase geht es darum, diese zuzuspitzen, zu schärfen – wie wenn man durch ein Fernrohr blickt und scharf stellt. Es geht darum, die Trennlinien klar zu machen. Weshalb sollen wir gewählt werden und nicht die anderen? Viele Wähler sind bereit, verschiedene Parteien zu wählen. Wenn A, B oder C gleich daherkommen, gehen die meisten jedoch gar nicht wählen.

Nennen Sie ein Beispiel!

Das beste Beispiel war die Kampagne der SVP vor vier Jahren. Nachdem die Partei mit «Blocher stärken, SVP wählen!» bereits eine klare Botschaft hatte, gelang es ihr, nach den Krawallen in Bern mit der totalen Zuspitzung auf die Person [Christoph Blocher](#) ihre Wähler zu mobilisieren. Das war «get out the vote», wie es im Bilderbuch steht.

Klingt alles sehr einfach.

Wahlkämpfe sind in der Tat eine einfache Sache. Aber es gibt jeden Tag hundert Versuchungen, es komplizierter zu machen.

Vorausgesetzt, sie verfügen über das nötige Kleingeld.

Finanzielle Mittel werden überschätzt. Geld allein identifiziert noch keine Leute und vermittelt auch keine Message. Zwar braucht man einen gewissen Grundstock. Gute Botschaften kann man aber auch mit wenig Geld vermitteln. Der St. Galler SVP-Nationalrat [Lukas Reimann](#) mobilisierte seine Wählerschaft vor vier Jahren über Facebook mit dem Thema Islam. So macht man Wahlkampf. Die 200 000 Franken, die gewisse Politiker heute für Plakate mit Sprüchen wie «eine starke Stimme in Bern» hinblättern, sind hingegen für die Füchse.

Was braucht es noch – neben Facebook?

Eigene Netzwerke, Vereine, Verbände, Bewegungen sind ebenso nützlich. Die effizientesten Wahl-Lobbyisten bei Personenwahlkämpfen sind übrigens die Bauern.

Gehen wir mal davon aus, dass diese Vorarbeit nicht gemacht wurde.

Was dann?

Dann wird es sehr schwierig, der Streuverlust gross. Massenhafte E-Mails bringen wenig. Der Clou beim Mobilisieren ist, die eigene Zielgruppe möglichst persönlich anzusprechen. Im Vorfeld von Obamas Wahl zum Präsidenten gab es Zehntausende Freiwillige, die persönliche Briefe an ihr Umfeld schrieben.

Briefe?

Ja, Briefe, Mails, SMS, Anrufe oder auch automatische Botschaften auf Telefonbeantworter. Das wirkt, wenn es Inhalt hat und nicht wie Propaganda daherkommt.

Mit Botschaften auf Telefonbeantwortern könnten aber auch genervte Gegner mobilisiert werden.

Deshalb ist es ja so wichtig, dass man genau weiss, wer die eigenen potenziellen Wähler sind.

Und weshalb führen nicht alle Politiker Wahlkampf nach Lehrbuch?

Viele haben das gar nicht nötig. Sie werden quasi im Schlafwagen gewählt. Kämpfen tun nur Bisherige, die gefährdet sind, oder Kandidaten, die sich Chancen ausrechnen, knapp gewählt zu werden.

(13) Kommentare

Joe Stoffel am 14.10.2011 15:02

Wahlen gewinnen

Es braucht ganz einfach Glaubwürdigkeit. Egal welche Partei.



Wenn aber in dieser Zeit jemand von Beitritt zu EU schwaffelt hat Sie od. Er nichts in der Regierung verloren.

Räuber Hozenplotz am 14.10.2011 14:40

Schwache Leistung

Vielleicht liegt es nicht am Wahlkampf sondern an den Massen von Inkompetenten und langweiligen Politikern die überhaupt nicht zum Wählen einladen. Obama hat ein gutes, modernes und mitreissendes Image "erschaffen" und die Leute so polarisiert und für sich den Wahlkampf machen lassen. Sowas sucht man in der Schweiz vegebens, hier wird nur Politik gegen andere Parteien/Menschen/Ethnien gemacht und nichts bewegt.

Benjamin Walder am 14.10.2011 14:34

Miserabler Wahlkampf

Die einzige Partei, von der Wahlkampf im Sinne des obigen Interviews gsehen habe, war die Piratenpartei. Zwar (noch) eine klassische Ein-Themen-Partei, aber immer im richtigen Moment präsent, mit Leidenschaft dabei und vor allem bereit, Kompromisse auch mit rechts oder links einzugehen, wenn sachdienlich. Das ist Engagement für die Sachpolitik, dass ich mir auch von den anderen Parteien wünsche. Stattdessen sehe ich plumpe und repetitive Slogans in der Arena und völlig zugekleisterte Plakatwände voller Polemik und billiger Sprüche. (Fast) alle Parteien könnten hier noch viel dazu lernen.

Stefan Erb am 14.10.2011 17:32

Priaten?

Die Piraten wollen in die EU. Nein danke.

Kopfschüttel am 14.10.2011 14:25

Wofür braucht Ihr eigentlich

Wahlunterlagen? Das würde ich als Faulheit taxieren. Ansprechen würde mich von jeder Partei etwas. Wählbar ist aber nur eine, da ich meine zukünftigen Enkel mit Deutsch sowie weniger Kriminalität aufwachsen sehen will. Wir sind immer noch links bürgerlich regiert. Ergebnis stelle ich jeden Tag fest an dem ich mit den ÖV nach 22.00 heimkomme. Meine Frau erst. Die arbeitet bei der Sozialversicherungsanstalt eines Kantons. Ich Probleme mit Rücken ist die meist gehörnste Aussage. Irgendwie sind wir CH's ziemlich doof.

Schaffhauserin am 14.10.2011 13:59

Jugendliche zum Abstimmen bringen

Ich komme aus den Kanton Schaffhausen und gehöre zu den Jugendlichen, die mobilisiert werden sollen. Was mich beeindruckt hat, ist eine Kampagne der JUSO. Sie erklären den Jugendlichen in einem persönlichen Brief in Kurzform nochmals das Wählen und stellen die Jungen Parteien des Kantons vor (inkl. JSVP, die ich wählen werde)... Vor allem hat mich begeistert, das auf jedem Brief die Anrede "Liebe xxx" von Hand geschrieben wurde! Finde ich echt toll, dass sie die Jugend so zum Wählen animieren wollen und auch andere Parteien vorschlagen ausser der eigenen!

nurmalso am 14.10.2011 13:33

Kompliment!

Ein sehr informatives Interview! Einen Beitrag über Wahlkampf in der Schweiz im Allgemeinen aus dieser Perspektive liest man selten. Ich sehe mich auch in meiner Meinung bestätigt, dass der Erfolg der SVP nur sekundär auf eigenen Leistungen beruht, sondern v.a. daran, dass die anderen Parteien lausige Arbeit liefern.

Nisi am 14.10.2011 13:39

Neider zeugen von erfolg

Jaja, die neider. Man hätte auch sagen können "die svp hat dank gutem wahlkampf viele wähler".

Hans Meier am 14.10.2011 13:33

Ich habe genug

Mir stinkts. Ich habe genug von diesen grinsenden, unnatürlichen und verjüngten Inseraten und Plakaten.

Punkrock Mika am 14.10.2011 14:19

So ist es

Da haben Sie recht! Ich freue mich sehr darauf, wenn die Wahlen endlich vorbei sind und ich diese unechten Gesichter und die fremdenfeindlichen Plakate nicht mehr an jeder Ecke sehen muss. Politik sollte kein Marketing-Geschäft sein, soweit kommts noch, dass mir jmd. den Anrufbeantworter mit Propaganda bequatscht. USA lässt grüssen und wenn man sieht, wie viele Stimmen an die SVP gehen, fällt das dumme Volk darauf hinein...

Fridolin Glarner am 14.10.2011 13:22

Jetzt kommen wieder die so. Experten...

Ist ja klar, jetzt kurz vor den Wahlen müssen wieder die sog. Experten kommen und ihren Senf auch noch dazu geben. Entweder man hat das gewisse "Etwas" als Politiker oder eben nicht!

E. Flinias am 14.10.2011 13:17

Oh nein!

Ich habe dieses Jahr schon genug Wahlkampf gesehen. Ich will nicht auch noch, dass der ganze mist schon im Februar anfängt, oder dass mir irgendwelche Leute meinen Anrufbeantworter vollquaseln.

jon mai am 14.10.2011 13:34

ja die papierflut ist

fuer mich auch kontraproduktiv. aber eben wie er sagt, sind wir dann eben nicht die pontentiellen Waehler ;).