

Berner Zeitung
23. Februar 2011

Gelesen

Leichte Lesekost für Wahlkämpfer

Der Berner Wahlkampfberater Mark Balsiger hat ein weiteres Handbuch für Kandidierende mit dem Titel «Wahlkampf – aber richtig» veröffentlicht. Er lässt die Leser an Kampagnen von fünf Kandidatinnen und Kandidaten teilhaben, die er recherchiert oder als Berater begleitet hat. Balsiger beschreibt jeweils Ausgangslage, Planung sowie Budget der Kampagnen, die er anschliessend kurz beurteilt. Dabei geht es auch um Berner Beispiele wie den Wahlkampf 2007 der Berner Grossrätin Nadine Masshardt, die damals für den Nationalrat kandidierte.

Sie schaffte es auf den guten ersten Ersatzplatz, hinter SP-Nationalrätin Margret Kiener Nellen. Balsiger führt dies vor allem auf ihre Medienpräsenz, auf das «ideale Projekt» Stimmrechtsalter 16, auf ihre Glaubwürdigkeit und ihr jugendliches Alter zurück, mit dem sich Sympathiepunkte einheimsen lassen.

Wie im Beispiel Masshardts geht es auch bei den meisten anderen im Buch vorgestellten Kampagnen um Parlamentswahlen. Die Majorzwahl wird in nur einem Beispiel knapp thematisiert. Die Auswahl der durchwegs erfolgreichen Kampagnen wirkt deshalb etwas beliebig. Balsiger schildert eingangs den Fall eines wiederholt gescheiterten und schwer enttäuschten Kandidaten. Spannend wäre auch gewesen, dessen oder andere Fehler zu analysieren.

Ein Gewinn ist, dass Balsiger Social Media – Internetauftritte, die eine Interaktion mit Wählern erlauben – zum Thema macht. Wichtigste Konklusion: Social Media kosten kaum Geld, aber viel Zeit. Ihr Zweck für Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer wird zwar nur vage mit «Bekanntheitsgrad deutlich steigern» oder «Onlineprofil stärken» begründet. Aber angesichts der wachsenden Bedeutung des Internets wird sich wohl kaum noch ein Politiker diesem Medium verweigern können.

Dünn bleiben die Ausführungen bei der Frage, welche die Kandidierenden wohl am meisten interessiert: Wie gewinne ich in der virtuellen Welt rasch viel Aufmerksamkeit? SP-Fraktionspräsidentin Ursula Wyss erhält beispielsweise bei ihrer Ständeratswahl Unterstützung von Parteikolleginnen. Diese nutzten das eigene Netzwerk, um die Facebook-Seite von Wyss zu empfehlen. Solche Praxisbeispiele fehlen im Handbuch, das eher auf einen längerfristigen Aufbau des Onlineprofils setzt.

Für Kandidierende mit kleinerem Budget, die sich nicht mit schwer verdaulicher Wahlkampfliteratur herumschlagen wollen, ist das Buch trotzdem empfehlenswert. Denn es ist leicht verständlich geschrieben und stellenweise sogar spannend, da Leser den harten Kampf um Wählerstimmen aus Sicht der Kandidaten erleben. ki

Wahlkampf – aber richtig

Ein Handbuch für Kandidierende über Wahlkampagnen. Es kostet 38 Franken und ist im Internet erhältlich unter www.border-crossing.ch.