

SCHWANINGER

Die Klatschkolumnistin über Prominenz und Zickenkrieg

SEITE 25

GHADHAFI

Der entlarvende Blick ins private Fotoalbum

SEITE 18

Schawinski Seite 20

Die Verharmlosung der Schweizer Hooligans

Dobelli Seite 20

Das Wörtchen «weil» kann vieles entschuldigen

Nock Seite 21

Der Hochseilartist will noch mehr Rekorde

15

Am Lenker Fulvio Pelli: Die FDP macht auf dem Riesenvelo Wahlkampf

FOTO: KEYSTONE

VON JOËL WIDMER

FDP-Präsident Fulvio Pelli biegt von der Bahnhofstrasse in Langenthal BE in die Marktgasse ein, steigt von seinem Rennvelo, wischt sich den Schweiss von der Stirn und strahlt, als ihn der Chef der örtlichen FDP begrüsst. Pelli wirkt an diesem Samstag Mitte August – im verschwitzten Velodress statt wie üblich im adretten Anzug – so sympathisch wie sonst nur selten.

Eine Kühlbox vor dem Bauch, ein Lächeln im Gesicht: Auch SP-Präsident Christian Levrat gibt sich volksnah. Letzten Mittwoch verteilt er auf der Zürcher Bahnhofstrasse zusammen mit Nationalratskandidaten gratis Glace an potenzielle Wähler.

Die beiden Parteipräsidenten suchten in den vergangenen Wochen die Nähe zu den Bürgern. Sie gaben damit den Trend für die heisse Phase des Wahlkampfs vor – er verlagert sich auf die Strasse, auf Dorfplätze und vor die Pendlerbahnhöfe. Statt mit traditionellen Referaten und mit Podiumsdiskussionen in Gasthöfen und Kirchgemeindesälen

Glace von SP-Präsident Christian Levrat, Toni Brunner mit Schwinger Arnold Forrer

versuchen die Parteien immer häufiger, die Wähler in einem geselligen Umfeld zu erreichen.

Nicht der Bürger kommt zum Politiker, sondern der Politiker geht zum Bürger: Dieser Trend hat vor den eidgenössischen Wahlen am 23. Oktober alle Parteien erfasst. So steigt auch der grüne Berner Ständeratskandidat Alec von Graffenried aufs Velo, arbeitet zwei Tag lang für einen Velo-Hauslieferdienst und bringt

Einkäufe an die Haustür. Um die Events mit einfachen politischen Botschaften anzureichern, haben erstmals in einem Wahljahr fast alle Schweizer Parteien eine Volksinitiative lanciert: Die CVP sammelt Unterschriften für Familien, die Grünen gegen AKW, die SP für einen Mindestlohn, die FDP gegen Bürokratie, die Grünliberalen für eine Energiesteuer – und die SVP gegen die Masseneinwanderung.

Auf den Veranstaltungskalendern der Parteien finden sich auffallend viele Grillnachmittage und Brunches, Jassturniere, Wanderungen und Firmenbesichtigungen, bei denen sich die Kandidaten unter Volk mischen.

Ponyreiten für Kinder statt Reden der Politiker

Neu sind die geselligen Formen des Wahlkampfs nicht. Die SVP lädt schon seit Jahren zum Puu-

FOTOS: BRUNO SCHLATTER, KEYSTONE

rezmorge. Doch in diesem Jahr setzen alle Parteien konsequenter denn je auf attraktive Rahmenprogramme. So lädt am 17. September die lokale SVP mitten im bernischen Städtchen Aarberg zum Apéro mit Nationalratskandidaten. Im Zentrum stehen nicht Reden der Politiker, sondern «Ponyreiten für Kinder, Most pressen und Brot backen». Die Präsidentin der SVP Aarberg, Petra Wyss, erhofft sich auf diese

Weise, neue Wähler zu erreichen: «Wenn die Kinder auf den Ponys reiten, kommen wir mit dem Eltern ins Gespräch.»

Grund für die Verschiebung hin zu geselligen Anlässen und einem konsequenten Strassenwahlkampf ist in erster Linie der Zuschauerschwund bei traditionellen Politveranstaltungen und die immer aufwendigere Suche nach unentschlossenen Wählern.

Vor allem in Städten und Agglomerationsgemeinden bleiben die Leute Politdiskussionen je länger, je mehr fern. Während noch in den 1980er-Jahren Podien auch bei jungen Leuten als Happenings beliebt waren, ist heute das Freizeitangebot derart gross und vielfältig, dass die Politik oft hintansteht.

«Wenn man nur vor zwanzig Leuten spricht, wovon die Hälfte in der eigenen Partei sind, bringt ein Podium definitiv nur noch Aufwand und keinen Ertrag», sagt der Zürcher SP-Nationalratskandidat Patrick Angele.

Auch der St. Galler SVP-Nationalrat Lukas Reimann ist über-

FORTSETZUNG AUF SEITE 17

ANZEIGE

Schmetterlings-Wochen

Hygiene-Bonus

CHF 400.-*

Beim Kauf einer Matratze in der Ausführung GrandeHygiene schenken wir Ihnen bis zu CHF 400.-*

* Bis 30. November 2011, ab Breite 80 cm CHF 200.-, ab Breite 160 cm CHF 400.- | www.roviva.ch



zeugt, dass Podien fast keine neuen Wähler bringen: «Die allermeisten Zuhörer an traditionellen Politdiskussionen sind sowieso schon Sympathisanten der einen oder anderen Partei.» Die könne man nur schwer vom Gegenteil überzeugen. Ein Erfolg ist ein Politpodium meist nur noch, wenn die Lokalzeitung darüber schreibt: «Aber auch Lokalzeitungen berichten immer weniger über Standaktionen und Podien und bringen Aktionen nur noch, wenn sie einen Neuigkeitswert haben», sagt Reimann.

Ein oblig

Die Präsenz in der «virtuellen Welt», auf Internetseiten wie Facebook oder Twitter ist heute Pflicht. Abgrenzen muss man sich in der «real world» und in den klassischen Medien. Innovative Aktionen dienen auch der Suche nach medialer Aufmerksamkeit.

«Der direkte Kontakt zu potenziellen Wählern ist vor (em m (-) 3f(re) TJ T dDie)13enz(e)2lenen anddat