

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 117 (1991)
Heft: 45

Illustration: Namensfindung
Autor: Orlando [Eisenmann, Orlando]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 02.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der Wahlsieger heisst Birchermüesli

VON BRUNO HOFER

Die Wahlen haben es wieder einmal bewiesen: Zur Urne kommt erstens das Volk viel weniger, und zweitens wählt es anders, als man denkt. Lag es an den Inseraten, dass – entgegen den Prognosen – die SP nichts gewann, der Freisinn massiv verlor und der Birchermüesli-Joghurt dermassen zulegen? Schauen wir uns das noch einmal näher an!

Über die SP-Propaganda muss man nicht sprechen. Hier kann man nur kondolieren. Die Summen, die dort zum Fenster hinausgeworfen wurden, geben Stoff für eine Tragödie.

«Rezepte für eine sinnvolle Zukunft» (Werbetitel LdU) sind offenbar auch nicht mehr gefragt. Nachdem er dies festgestellt hatte, verreiste Ex-Nationalrat Paul Günter am Montag ins Ausland.

Doch auch die Strategie beim Landesring war chaotisch: Da warben Zürcher Kandidaten im Kanton Bern, und altgediente LdU-Parteigänger posaunten in grossen Inseraten, man solle doch die SVP wählen. So appellierte die Zürcherin Verena Grendelmeier an die Leser bernischer Zeitungen, die Vergewaltigung in der Ehe sei strafrechtlich zu verfolgen (BZ, 18. Oktober). Dass sie dennoch im Kanton Zürich gewählt wurde, ist eine Ironie der Geschichte.

Sigmund Widmer, als Zürcher LdU-Abgesandter immerhin 21 Jahre im Parlament, figurierte drei Tage vor der Wahl in einem viertelseitigen Inserat der Neuen Zürcher Zeitung im «überparteilichen Komitee für die Wiederwahl von Walter Frey (SVP) neben den SVP-Kämpen Rudolf Reichling, Konrad Basler und Regierungsrat Hans Hofmann.

Verkleideter Bettelbrief

Vor diesem Hintergrund vermochten auch Jux-Versuche nicht zu verfangen. Auch BaLdU in wählte nicht Liste 16 (NZZ, 17. Oktober 1991). Jetzt kann der LdU nur noch auf jene Werbebotschaft hoffen, die gleich neben diesem komischen Inserat stand: «Die Wiedergeburt der Seele, Ausweg aus der Reinkarnation.»

Die Propaganda der Autopartei war Wählerbetrug ersten Ranges. Da hatte sie doch

bekanntgegeben, sie sei gegen Subventionen und fürs knallharte Sparen beim Staat. Und was macht sie selber? Sie stellt in einem am 2. Oktober im *Blick* veröffentlichten Brief dem «hochgeachteten Herrn Bundespräsidenten», und den «hochgeachteten Herren Bundesräten» nicht nur kritische Fragen zum Kauf neuer Limousinen, sondern beendet das Schreiben neben der «vorzüglichen Hochachtung» auch mit einer gezielten Aufforderung an die Landesregierung: «Bitte unterstützen Sie uns mit einem Beitrag auf unser PC-Konto.» Es ist scheint's

bis heute noch nichts überwiesen worden. Dass die FDP Wahlverlierer wurde, ist den Inseraten zuzuschreiben. Eine Anbiederung nach allen Seiten. Im Kanton Bern figurieren freisinnige Köpfe unter dem Signet «die Autofreundlichen». Prompt verloren sie einen Sitz. Der Wähler zog das Original der Kopie vor. In einem Zürcher Inserat lehnte sich Lili Nabholz an einen Thurgauer an. Aber nicht etwa an den Ständeratskandidaten Lang (das ist der, der es besonders kurz macht), sondern an dessen Gegenkandidaten Thomas Onken (SP): «Was haben diese

Parlamentarier gemeinsam? Wenn's um die Erhaltung der Natur geht, ziehen sie oft am gleichen Strick» (NZZ, 16. Oktober). Auch in Zürich wanderte ein Sitz von der FDP weg nach rechts.

«Geschickte Werbung»

Und auch hier halfen Abtretende des Freisinns den FDP-Gegnern. Der Winterthurer Peter Spälti beispielsweise setzte seine Bekanntheit nach acht Jahren als FDP-Vertreter in der Grossen Kammer ein, um

im Unterstützungskomitee für SVP-Vertreter Walter Frey Werbung zu betreiben. Immerhin bot Spälti im FDP-Pressedienst zuvor noch eine Analyse «Zur Kräftekonstellation vor den Herbstwahlen». Wir zitieren Spälti ausführlich: «Analysiert man die Ergebnisse der kantonalen Parlamentswahlen seit 1987 – auch die eidgenössischen Wahlen finden ja in den Kantonen statt – so lässt sich unschwer ein Trend zur Konzentration der politischen Kräfte erkennen. Die traditionellen Regierungsparteien haben verlorenes Terrain wieder zurückerobert und den Vormarsch von Oppositions- und Protestgruppierungen an den Rändern des politischen Spektrums gebremst.» Kommentar überflüssig.

Nun, die CVP versuchte es diesmal weniger mit originellen Sprüchen auf Plakaten, als mit «geschickter» Wahlstrategie. Wie bitter aber die Früchte eines so erzielten Erfolges sein können, zeigt das Beispiel im Kanton Bern.

Hier griff die CVP tief in die Trickkiste, um ihren wackeligen Sitz des zurücktretenden Hotel-Fachmanns Franz Dietrich zu verteidigen.

Warum Hochreutener draussen bleibt

Erstens gelang es ihr, nach monatelanger Überzeugungsarbeit, den populären Fernseh-Mann Norbert (Nöbi) Hochreutener als Stimmenfänger von Bern zu verpflichten. Ihm wurde allerdings nicht der komfortable Spitzenplatz auf der Wahlliste geschenkt, sondern Hochreutener hatte sich zu sputen: Vor ihn setzten die cleveren CVP-Strategen den Stadtberner Finanzdirektor Josef Bossart. Sollen die beiden im Kopf-an-Kopf-Rennen ihre Hausmachten zum Vorteil der gesamten CVP tüchtig mobilisieren!

Dennoch schien es ungewiss, ob die Berner CVP den Sitz aus eigener Kraft verteidigen können – Bündnispartner wurden gesucht. Man fand sie im Südjura und im Laufental. Jene machten ihre Mitarbeit aber abhängig von zwei Bedingungen. Erstens verlangten sie, auf ihren Listen auch parteifremde Leute plazieren zu dürfen, die im Falle einer Wahl allerdings hoch und heilig versprochen, in der CVP-Fraktion mitzumachen. Dieses Gelöbnis gaben die teils dem liberalen, teils dem sozialdemokratischen

Lager zugehörigen Separatisten gerne ab. Keiner von ihnen rechnete mit einer Wahl. Zweitens gingen die Partner im Südjura eine Unterlistenverbindung ein, bildeten ihrerseits ein festes Wahlbündnis und setzten durch, in diesen Bund auch die Junge CVP einschliessen zu dürfen, die sonst mit der traditionellen Mutterpartei listenverbunden mitmarschiert.

Das Resultat vom 20. Oktober könnte paradoxer nicht sein: Am meisten Stimmen im ganzen Wahlverbund erhielt Nationalratskandidat Norbert Hochreutener mit über 28 000. Ein absoluter «Weltrekord». Zum Vergleich: Der bisherige Nationalrat Franz Dietrich aus Wabern war vor vier Jahren mit lediglich 11 140 Stimmen zu seinem Berner Sitz gekommen. Wobei man diese Zahl halbieren müsste, weil sein Name auf allen Listen zuhundert der Stimmbürger doppelt aufgeführt (vorkumuliert) war.

Trotz Weltrekord zieht «Nöbi» nicht ins Bundeshaus! Die CVP-Strategen hatten sich nämlich verkalkuliert. Die CVP-Liste im alten Kantonsteil erreichte weniger Listenstimmen als die Unterlistenverbindung der beiden CVP-Grüppchen im Südjura. Fazit: Der Sitz ging an die Bündnispartner. Es erhielt ihn eine Person, die nur zirka 6500 Stimmen auf sich vereinigte. Und das Tüpfchen aufs i: Jener Gewählte (der Name ist mir entfallen) ist nicht einmal Mitglied der CVP, sondern ein Liberaler!

Die überzeugendste Werbung im ganzen Nationalratswahlkampf kam von einer Gruppierung, die gar nicht kandidierte: Die nationale Joghurt-Bewegung. Die Milchlobby mit ihrer milliardenblutroten Rechnung benutzte das Geld des Steuerzahlers, um in hohntriefender Manier die Bundeskuppel vollends in ein Zirkuszelt zu verwandeln. «Wahl 91: Endlich ein Kandidat, der etwas unter dem Deckel hat.» So der Titel über einem Joghurtbecher mit Aufschrift «Birchermüesli». Der Wähler hat verstanden. Er wählte ein Birchermüesli-Parlament

REKLAME

CASANOVA

macht auch mal Ferien im Garni-Hotel**
Poltéra bei der Pizolbahn
Fam. H.+V. Casanova
7310 Bad Ragaz
Tel. 085/9 25 01



Namensfindung