

Zeitschrift: Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Herausgeber: Sozialdemokratische Partei der Schweiz
Band: 49 (1970)
Heft: 2

Artikel: Zur Wahlkampfstrategie
Autor: Engler, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-338224>

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: 18.01.2026

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

sergewerkschaftlichen Opposition, sondern auch von der linkssozialistischen parlamentarischen PSU, ist ein wesentlicher Faktor für die innere Krise der KPF.

Urs Engler

Zur Wahlkampfstrategie

Die siebziger Jahre, an deren Beginn wir stehen, werden uns Sozialdemokraten ohne Zweifel vermehrt Gelegenheit bieten, uns auf unsere Grundlagen zu besinnen, um einen klaren Kurs steuern zu können. Von ihm wird der Erfolg einer Partei in Zukunft wohl wieder vermehrt abhängen, und es ist daher unsere erste Aufgabe, die Profilierung unserer Partei voranzutreiben.

Daneben aber werden wir auch zahlreiche Wahlen zu bestehen haben, wo jeweils auch Oberflächlicheres und Vordergründigeres eine Rolle spielt, zum Beispiel die Wahlkampftaktik. Zu ihr seien hier einige Gedanken geäussert.

Was wir nicht mehr wollen

Es ist nötig, schon hier deutlich zu sagen, was wir nicht mehr wollen, weil sonst das Folgende leicht missverstanden werden könnte.

Unter keinen Umständen darf auf den Wahllisten zu den früher üblichen Vorkumulationen zurückgekehrt werden, die alle übrigen Bewerber zu blassen Steigbügelhaltern degradierten. Auch die Übung, «bisherige» Kandidaten an der Spitze der Liste aufzuführen, stösst mit Recht auf vermehrte Ablehnung. Wenn wir im folgenden eine Personalisierung des Wahlkampfes fordern, so nicht, um einzelnen Potentaten zum Schaden der Partei eine starke Stellung zu verschaffen. Im Gegenteil: Im Vordergrund soll das Interesse der Partei stehen. Die Spitzenkandidaten werden allein nach diesem Gesichtspunkt bestimmt, und man erwartet von ihnen einen erhöhten Einsatz.

Es ist, wenigstens in Baselstadt, auffallend, wie wenig bei Proporzwahlen einzelne Kandidaten durch unsere Parteipropaganda hervorgestrichen werden. Dies ist sicher richtig, wenn man an frühere Zustände denkt. Es fragt sich aber, ob eine bewusst gesteuerte vermehrte Personalisierung nicht nützlich wäre.

Personen statt Programme?

Ein grosser Teil der Stimmbürger ist heute nicht mehr imstande, die politischen-programmatischen Unterschiede zwischen einzelnen Parteien wahrzunehmen. Es wurde bereits gesagt, dass unser wichtigstes Anliegen sein muss, unserer Partei ein unverkennbares Profil zu geben. Doch daneben sollten wir uns auch die Tatsache zunutze machen, dass Personen zu einem guten Teil ein Programm ersetzen können. Dies beweist zum Beispiel Gottlieb Duttweiler, der dem Landesring noch immer mehr einträgt als alle seine «Thesen». Argumente, Programme usw. fordern den Widerspruch heraus. Ihn müssen wir gewiss nicht fürchten. Wir müssen aber erkennen, dass nur wenige Wähler imstande sind, in dieser Auseinandersetzung mitzuhalten.

Die Propaganda hat das längst erkannt. Inhaltsleeres Bla-Bla-Bla leuchtet daher dem Wähler von den Plakatwänden und aus den Zeitungsinseraten entgegen. Zahlreiche Wähler erkennen diese Phrasen als solche und lehnen sie ab – sind aber anderseits nicht imstande, auf ernsthaftere Weise angesprochen zu werden. Die Wirkung ist häufig Stimmthalaltung und Unzufriedenheit. Eine starke Persönlichkeit mit überzeugenden Qualifikationen kann diese Leere überbrücken. Ihr bringt man Vertrauen entgegen, ohne dies mühsam begründen zu können und zu müssen. Eine starke Persönlichkeit kann dem Wähler das begehrte Gefühl der Sicherheit vermitteln, das ihm oft wichtiger ist als eine Antwort auf seine Fragen. Mit dem Gedanken: «Er wird es schon recht machen», werden allfällige Zweifel beiseite geschoben.

Wahlkampf mit Spitzkandidaten

Von diesen Gegebenheiten gilt es mit Bedacht Gebrauch zu machen. Gesichter müssen den Wahlkampf beleben, den Wähler unmittelbar ansprechen und den Parteien die Anonymität nehmen. Anderseits aber muss das einheitliche Auftreten der Partei nach Möglichkeit gewahrt bleiben.

Dies ist möglich, wenn nicht Ellbogen oder Portemonnaie, sondern die ordentlichen Parteiinstanzen bewusst bestimmen, wer als Spitzkandidat erscheinen soll und wer nicht.

In Baselstadt zum Beispiel kandidiert die Sozialdemokratische Partei in vier Wahlkreisen, in denen 10 bis 49 Grossräte gewählt werden. Es ist völlig ausgeschlossen, sämtliche Kandidaten in der Wahlpropaganda persönlich wirksam in Erscheinung treten zu lassen.

Hier nun müsste die kantonale Parteileitung schon frühzeitig nach zugkräftigen Kandidaten Ausschau halten. In den Vorschlägen zuhanden der Parteiversammlung sollten diese Bewerber auf die einzelnen Wahlkreise verteilt werden. Es müsste auf jeden Fall vermieden werden, dass im einen Wahlkreis alle «Guten», im andern weniger Zugkräftige kandidieren. Aus diesen Vorschlägen sollte dann die Parteiversammlung, die auch die Listen

zu genehmigen hat, zwei bis drei Spitzenkandidaten pro Wahlkreis bestimmen.

Diese Spitzenkandidaten würden dann an die Spitze der Listen gesetzt, damit der Wähler die zu den Kandidaten gehörenden Listen leicht findet.

Im Wahlkampf müssten diese Spitzenkandidaten bei jeder Gelegenheit in Erscheinung treten. Statt nüchternen Listenziffern würden die Plakate die Porträts dieser Bewerber zeigen. Sie müssten auch an öffentlichen Versammlungen, in Zeitungsartikeln usw. auftreten.

Die Chance, dass der sich durch unsere Spitzenkandidaten angesprochen fühlende Wähler nicht nur panaschiert, sondern gerade unsere ganze Liste einlegt, ist gross; immer weniger Wähler sind ja parteipolitisch engagiert. Sie würden dann zwar vielleicht nicht bewusst die SP-Liste, sondern die «Meier»- oder «Müller»-Liste einwerfen.

Keine Chancenungleichheit

Dieser Wahlkampfstil würde die Chancen der übrigen Kandidaten nicht verringern! Der auserkorene Spitzenkandidat erhält zwar einen sicheren Wahlerfolg. Den aber wird er in den meisten Fällen ohnehin haben. Es ist jedoch sehr gut möglich, dass der Liste durch die Zusatzstimmen der Spitzenkandidaten ein Mandat mehr zufällt, das dann den übrigen Bewerbern zugute kommt.

Entfaltungsmöglichkeit für alle

Zu Unrecht verpönt scheint mir die Eigenwerbung der Kandidaten zu sein. Man sieht es nicht gern, wenn ein Bewerber ausserhalb der Partei zur Kumulation oder zum Panaschieren seines Namens auffordert oder sich mit besonders vielen Ämtern und Titeln schmückt.

Dies hat achtenswerte Gründe: Man möchte nicht jene zurückgesetzt sehen, die weniger aufzuweisen haben.

Aber auch hier läge es wohl im Interesse der Partei, diesen Selbstbetätigungsdrang der Kandidaten nicht zu unterdrücken, sondern anzuregen und zu koordinieren. Es wäre denkbar, dass den Kandidaten das Herstellen und Versenden von persönlicher Werbung erleichtert wird, indem man ihnen zum Beispiel Vorlagen, Klischees usw. zur Verfügung stellt.

Man könnte noch weitergehen. Der Leiter der Wahlpropaganda könnte ein Norminserat für die persönliche Werbung entwerfen. Darin wären die üblichen Slogans, einzelne Programmpunkte der Partei usw. genannt und daneben dem Kandidaten Raum zur persönlichen Werbung gelassen. Die Kosten hätte der betreffende Kandidat zu übernehmen, wobei er von den der Partei zukommenden Rabatten profitieren könnte. Auf diese Weise hätte die Partei die Möglichkeit, ihr Werbevolumen ohne vermehrte Kosten auszuweiten, ohne dass das einheitliche Bild der Kampagne verloren ginge. Um Auswüchse zu verhindern, könnte man bestimmen, dass jeder Kandidat höchstens drei solche Inserate erscheinen lassen kann.

Gefahren

Die Gefahren dieses Wahlkampfstiles liegen auf der Hand. In bezug auf die Spitzenkandidaten hängt alles von deren sorgfältiger Auswahl ab. Sind unsere Parteigremien imstande, die Persönlichkeitswirkungen objektiv zu beurteilen? Würden nicht Neid und Missgunst die Selektion verfälschen? Anderseits aber darf das Mitspracherecht der Parteimitglieder unter keinen Umständen beschränkt werden.

Auch die geforderten Entfaltungsmöglichkeiten für alle bergen Sprengstoff, weil die wirtschaftlichen und persönlichen Möglichkeiten der Kandidaten sehr verschieden sein können. Doch schon heute gibt es ja ausdrücklich oder stillschweigend ernannte Spitzenkandidaten, und schon heute sind die Entfaltungsmöglichkeiten unterschiedlich. Es geht deshalb weitgehend nur darum, bereits vorhandene Faktoren zu erkennen und bewusst für das gesamte Parteiinteresse einzusetzen. Es ist daher durchaus möglich, dass diese Personalisierungstaktik die Einheit der Partei nicht schwächt, sondern stärkt.

Literatur

Christopher Mayhews Enttäuschung

Christopher *Mayhew* ist ein 1915 geborener Labour-Abgeordneter, der dem Unterhaus mit einer Unterbrechung seit 1945 angehört. In der Zeit der Regierung Attlee (1945–1951) wurde er ins Aussenministerium berufen und hat als Unterstaatssekretär unter Ernest Bevin gute Arbeit geleistet, insbesondere in der Organisierung der kollektiven Verteidigung gegen die stalinistische Offensive, die damals ihre Hauptenergien der Bekämpfung der Sozialdemokratie widmete. In der Regierung Wilson hat Mayhew von 1964 bis 1966 das (inzwischen aufgelassene) Marineministerium geleitet, dessen Tätigkeit der Öffentlichkeit kaum zu Bewusstsein kommt, so dass Mayhews Mitgliedschaft in der Regierung weniger Aufmerksamkeit erregte als sein freiwilliger Austritt aus ihr. Es ging nicht um eine rein politische Frage, und Mayhew hatte an der politischen Linie der Regierung nichts auszusetzen. Aber die Admiralität hatte den Bau neuer Flugzeugträger verlangt, die Regierung und vor allem der Verteidigungsminister Denis Healey hatten sich dagegen ausgesprochen. In dieser Situation stellte sich Mayhew vor seine Fachberater und schied aus der Regierung aus. Seither hat er einigermassen überraschenderweise seine Hauptenergie der Unterstützung der arabischen Staaten in ihrem Kampf gegen Israel gewidmet und sich an die Spitze eines Komitees gestellt, das