

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 39 (1963-1964)
Heft: 3

Artikel: Blick auf die Schweiz
Autor: Reck, Oskar
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1073744>

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

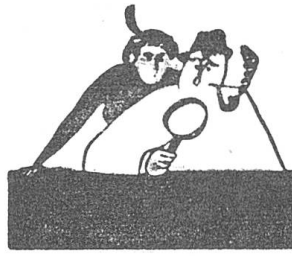
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 01.04.2026

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



von Oskar Reck

DIE GOLDENE METHODE DER WAHLKAMPFBELEBUNG

Heftiger als um Parteien ist im vergangenen Wahlkampf um Kandidaten gestritten worden. Das mag erstaunlich sein, wenn man bedenkt, daß Proporzwahlen im Grund darauf zugeschnitten sind, die Stärken der einzelnen Gruppen auszumitteln. Aber ein in erster Linie parteipolitischer Kampf würde so scharf gegeneinander abgegrenzte Programme voraussetzen, daß der Bürger sich gedrängt fände, für eine ganz bestimmte Ausrichtung der eidgenössischen Politik zu stimmen. Und just diese Voraussetzung war, von den Stammlanden des Kulturkampfes abgesehen, nicht mehr gegeben. Im Wohlfahrtsstaat gibt es so viele Gemeinsamkeiten, daß um den Restposten von Differenzen kein leidenschaftlicher Kampf mehr entbrennt.

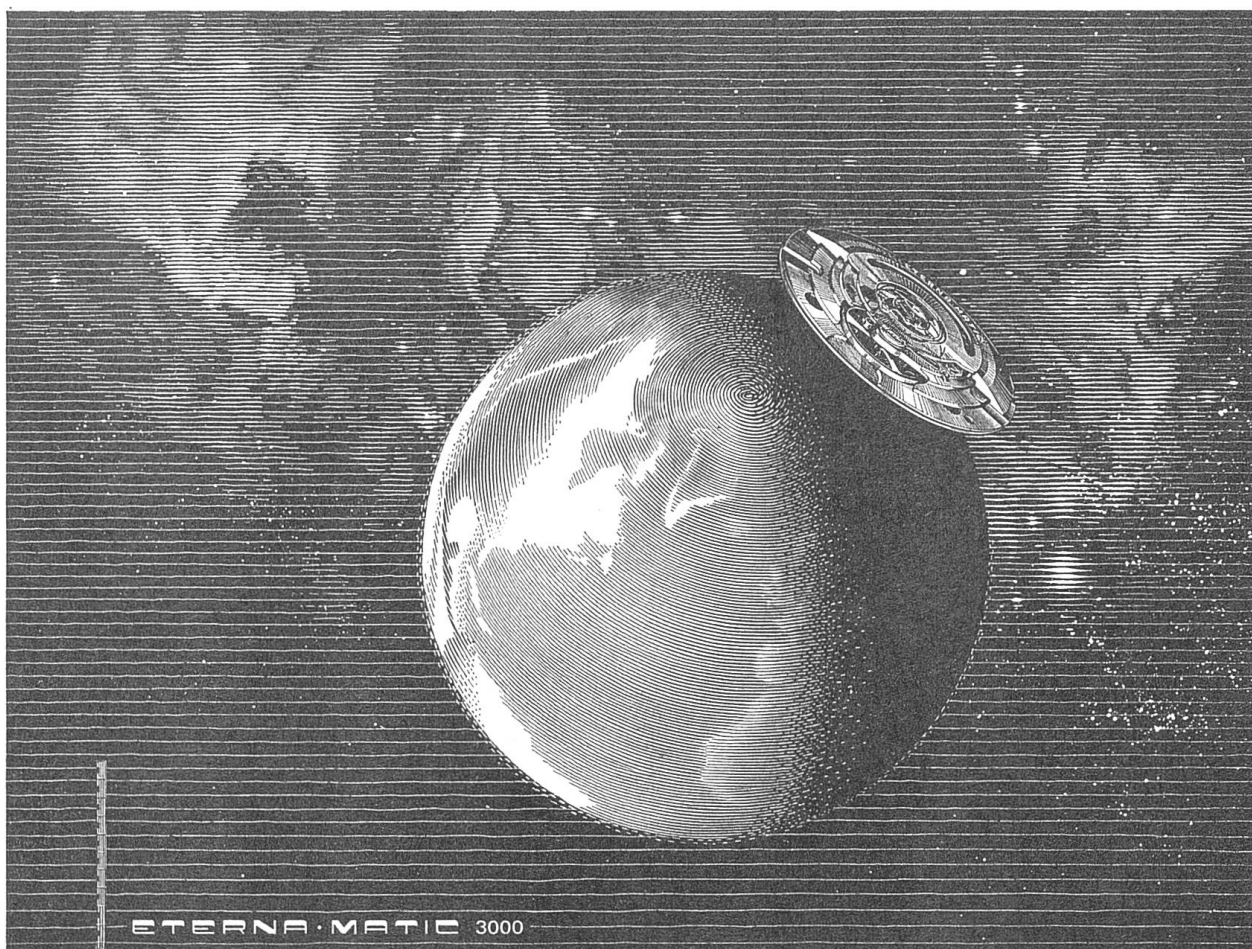
Verwunderlich war es also nicht, daß die Wahlplakate der Parteien mehr graphisches als politisches Interesse beanspruchten, während gleichzeitig manchenorts ein wilder Rummel um einzelne Kandidaten die Szene beherrschte. Die Kumulationsempfehlungen wirtschaftlicher Interessenverbände und die regionalpolitischen Streichkonzerte auf der Hinterterasse sind gewiß keine Erscheinungen von heute. Neuer war schon die Bosheit persönlicher Streichungsaktionen eines Einzelnen und eines Verbandes. Eine Ausgeburt unserer Tage war vollends die geradewegs monströse öffentliche Werbung, wie sie vor allem im Stande Zürich, aber auch anderwärts, in Erscheinung trat. Kandidaten mit goldenem Hintergrund ließen sich in Dutzenden von Inseraten beharrlich emporloben und waren nicht minder emsig dafür besorgt, daß die Namen gefährlicher Konkurrenten unmittelbar vor dem Wahltag zur Streichung empfohlen wurden.

Man kann sich freilich fragen, ob die Zweifelhaftheit solcher Eigenreklame nicht durch den Vorzug wettgeschlagen werde, den Wahlkampf zu beleben. Wenn die parteipolitischen

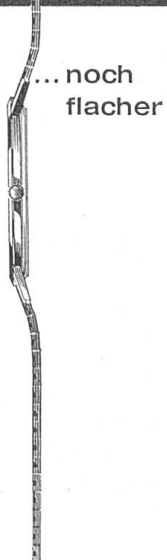
Gegensätze nicht mehr zur Mobilisierung der Bürgerschaft hinreichen, ließe sich argumentieren, so müsse wenigstens das Interesse an den Kandidaten eine vernünftige Stimmbeteiligung bewirken. Nichts gegen eine Belebung der Wahlen, und kein Wort gegen den Hinweis, sie sei allein noch mit den Namen auf den Parteilisten zu erzielen. Aber die praktizierte Methode ist weder für die Öffentlichkeit noch für die Parteien beglückend. Sie führt lediglich dazu, finanzkräftige Bewerber mit der Hilfe raffinierter Propagandisten emporzuspielen, wahrhaft qualifizierten Persönlichkeiten, weil sie nur noch als Aushang dienen, den politischen Betrieb vollends zu verleiden und in den Parteien – zum Nachteil ihrer Aufgabe – bitteren Hader zu säen. Die goldene Methode der Kandidatenwerbung ist zu billig, als daß man ihrer froh werden könnte.

Es wäre an der Zeit, und es wäre der Presse auch möglich, der Anonymität der Wahlpropaganda ein Ende zu setzen: Wenn nämlich verlangt würde, daß die Urheber von Wahlempfehlungen mit ihren Namen öffentlich die Verantwortung übernehmen und man also wüßte, wer hinter den berühmten «Vielen Wählern» und den «Bürgern aus allen Kreisen» steckt; wenn die Kandidaten, wie das schon jetzt manchenorts geschieht, in den Textteilen der Zeitung ausführlich vorgestellt würden; und wenn man der Auseinandersetzung in der Presse zwar freien Lauf ließe, aber jede Einsendung wiederum mit dem vollen Namen verantwortet werden müßte.

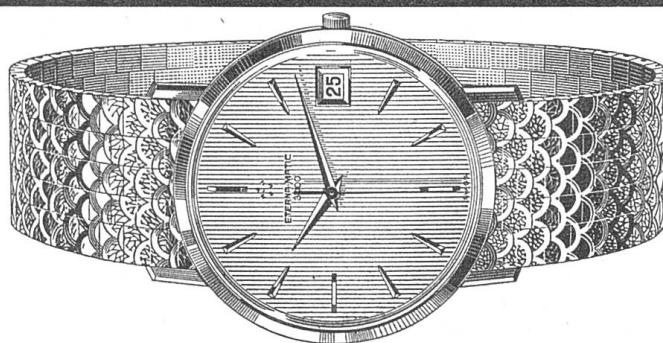
Was der demokratische Bürger vor Urnengängen braucht, ist Orientierung, ist redlicher Wettbewerb – statt jenes unlauteren, den die mit Geld und Beziehungen gesegneten Selbstbelobiger inszenieren. Auch wir sind für einen bunten Wahlkampf. Aber nicht nach dem Farbmuster der Tausendernoten.



ETERNA · MATIC 3000



... noch
flacher



Eterna-Matic 3000 «Dato», die mit Abstand flachste automatische Datuumuhr mit grosser Sekunde, Ref. 746 TB / 210-1466, wasserdicht, 18 Karat Gold, mit schwerem Goldband 18 Karat ca. Fr. 1890.-
18 Karat Gold mit echtem Krokoband Fr. 795.-
Goldfront Fr. 465.-
Edelstahl Fr. 395.-

1949 bedeutete die Eterna · Matic mit Kugellager-Selbstaufzug eine technische Sensation. – 1956 gelang mit der «Centenaire»-Serie erneut ein grosser Wurf: die erste wirklich flache Automatic.

Heute ermöglichen bahnbrechende Fortschritte in Forschung und Technologie die Verwirklichung einer revolutionären Neukonstruktion: Eterna · Matic 3000 «Dato», vorbildlich in Präzision und Widerstandskraft und dabei die mit Abstand flachste automatische Kalenderuhr mit grosser Sekunde.

Für die kostenlose Zustellung der ausführlichen Broschüre über die Eterna · Matic 3000 schreiben Sie an die ETERNA AG., GRENCHEN

ETERNA · MATIC 3000