

„Wahlkampf statt Blindflug“ (2014), 248 Seiten, vierfarbig, broschiert, Verlag Stämpfli
Bern, Richtpreis im Buchhandel: CHF 56.00

Oder online beim Autor zu bestellen, CHF 45.00 zzgl. Porto und MWST

<http://www.border-crossing.ch/handbuch-fuer-ihren-wahlkampf/>

Das Interview zum neuen Handbuch „Wahlkampf statt Blindflug“:

"So können Wahlkämpfe besser werden"

Mark Balsiger erklärt, weshalb Social Media in Wahlkampagnen noch kaum funktionieren, wieso er mit dem Stämpfli Verlag zusammenarbeitet und wo er politisch steht. Stünde dieses Interview in einem Printmedium, hätte es die Etiketete „Publireportage“.

Andere schreiben Bücher über General Henri Guisan oder die Umwälzungen der Medienbranche. Sie schreiben über den Wahlkampf, weshalb?

Mark Balsiger: Bleiben wir doch bei solch listigen Vergleichen: Es gibt 350 Handbücher für ein besseres Verständnis zwischen Mann und Frau. Und trotzdem will es nicht funktionieren. Weshalb sollte ich das 351. Buch zu diesem Thema verfassen? (grinst)
Im Ernst: Der Wahlkampf interessiert, ja fasziniert mich seit mehr als 20 Jahren. Zuerst beobachtete ich ihn als Journalist, später machte ich eine Annäherung mit wissenschaftlichen Studien; seit 2002 bin ich selbständig. Abstimmungs- und Wahlkampagnen gehören zu den vier Schwerpunkten meiner Kommunikationsagentur.

Kommen wir auf "Wahlkampf statt Blindflug" zu sprechen. An wen richtet sich Ihr neues Buch?

An alle Kandidierenden, die in den nächsten Jahren auf kommunaler und kantonaler Ebene

antreten – und natürlich auch an Politikerinnen und Politiker, die bei den eidgenössischen Wahlen 2015 dabei sind – ob mit Ambitionen oder im Dienst der Partei, um die eigene Liste zu stärken, spielt keine Rolle. Wer dieses Buch liest, erhält wertvolle Inputs für die Planung der eigenen Kampagne – und das für 55 Franken, was etwa einem Fünftel der Kosten eines Inserats in einem Lokalanzeiger entspricht. Auch wer nur 500 Franken für seine Kampagne aufwerfen will, sollte dieses Buch kaufen – die Wahlkämpfe werden besser. Ende des Werbeblocks. (lacht) Ich habe bewusst ein Handbuch geschrieben, weil das allen Kandidierenden und den Kampagnenmanagern ohne langjährige Erfahrung weiterhilft. Bücher, die im Politologenjargon verfasst wurden, sind etwas für Spezialisten.

Im Untertitel heisst es aber, das Buch sei „für politisch Interessierte“. Ein Marketingtrick, um an die breitere Masse zu kommen?

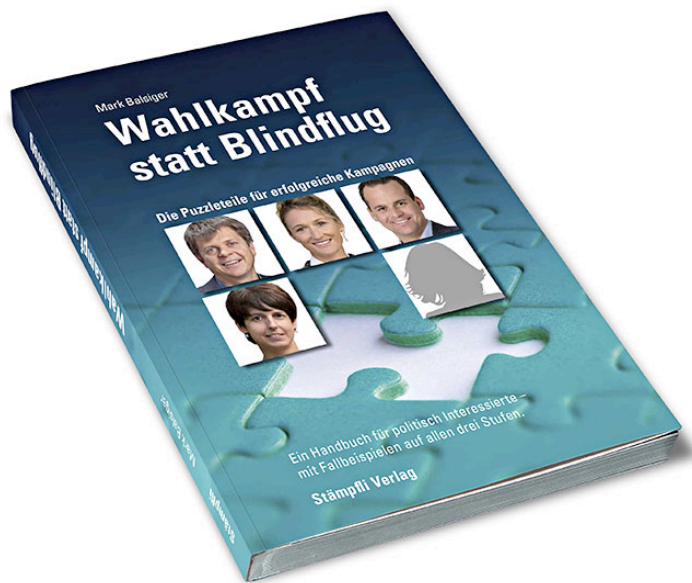
Nein, Im Gegensatz zu den beiden Vorgängern beleuchtet „Wahlkampf statt Blindflug“ auch Hintergründe der Schweizer Politik und der Medienlandschaft, geht also deutlich über ein Wahlkampfhandbuch hinaus.

Mit dem Wort Blindflug spielen Sie darauf an, dass...

...genau, dass viele Wahlkampagnen irgendwie geplant und irgendwie umgesetzt werden – sie sind im Blindflug. Man könnte auch sagen: Viele Kandidierende und Parteien werfen Geld aus dem Fenster hinaus... aber giessen Sie das einmal in einen Titel mit drei Wörtern! (lacht)

Zurück zum Buch: Wer es liest, wird gewählt?

Chabis... Wer einzelne Elemente daraus umsetzt, wird mehr Stimmen erzielen also ohne dieses Buch. Vor diesem Hintergrund müsste es im Interesse der Parteien sein, dass sie ihren Kandidierenden dieses Buch beschaffen. Eben ist bei uns eine solche Bestellung eingegangen: Eine Kantonalpartei kaufte 30 Exemplare und wird diese an ihre Schlüsselpersonen verteilen.



Nach welchen Kriterien wählten Sie die Protagonisten in Ihrem Buch aus?

Ich wollte Kandidierende aus verschiedenen Wahlkreisen, auch solche, die für ein kantonales Parlament und Exekutiven antraten. Die Protagonistinnen und Protagonisten fielen mir in ihren Wahlkämpfen auf; das war mein Hauptmotiv, auf sie zu setzen. Damit das hier gleich klargestellt ist: Mit keinem der vier Personen bestand ein Mandatsverhältnis.

Haben Sie Gewähr, dass die Angaben der Protagonistinnen und Protagonisten zutreffen?

Die Kapitel über die verschiedenen Kampagnen basieren auf Leitfadeninterviews, eigenen Recherchen und Gespräche mit Insidern. Es wäre schwierig geworden, mich anzuschwindeln.

Die Auswahl der Protagonisten, aber auch der Illustrationen, Tabellen und Protokollauszüge ist letztlich zufällig.

Ein Buch kann nie vollständig sein. Hätte ich die Kampagne eines Ständeratskandidaten aus der Romandie auch noch dokumentiert, wäre vermutlich wieder etwas anderes bemängelt worden. Jedes Kapitel habe ich bewusst mit verschiedenen Werbemitteln, Grafiken, Fotos und Memos angereichert. Das gehört meiner Meinung nach zu einem Handbuch.

**Die beiden Kapitel über das Internet sowie Social Media umfassen fast 40 Seiten.
Machen Sie auf Digital Native?**

Nein, dafür habe ich schon zu viele graue Haare auf dem Kopf. Ich bin kein Internet-Apostel, verfolge aber die Entwicklungen der Web-basierten Kanäle genau und probiere sie seit 2006 aus. Die beiden Kapitel habe ich für Einsteiger geschrieben, Leute, die sich bisher noch kaum mit Internet und Social Media befasst haben. Auf verständliche Weise lege ich dar, welche Möglichkeiten Facebook und Twitter & Co. bieten – aber auch welche Risiken. Sicher ist: Der Wahlkampf entwickelt sich nur noch im Internet.

Aber haben diese Kanäle denn schon eine Bedeutung im Schweizer Wahlkampf?

Sie hätten eine grössere Bedeutung, wenn sie richtig eingesetzt würden. Die Realität zeigt, dass bislang viele Kandidierende erst drei Monate vor dem Wahltermin damit begannen. Das ist eine zu kurze Zeitspanne, entsprechend liess sich damit, pardon, nicht einmal ein Blumentopf gewinnen. Wer in Social Media investiert, braucht mehrere Jahre für den Aufbau und die Pflege dieser Kanäle. Ich beobachte ein paar Politisierende in der Schweiz, die das sehr geschickt machen. Sie werden bei den nächsten Wahlen ernten können.

Sie bringen sich in diesem Buch selber persönlich stark ein.

...und schreibe sogar in der „Ich“-Form. Das kann auf Kritik stossen, ich weiss. Aber ich befasse mich nun mal schon lange und aus verschiedenen Perspektiven mit dem Wahlkampf. Ich schreibe aus der Warte des Praktikers und ich beschreibe als Beobachter.

Hand aufs Herz, Ihre Bücher ist doch ein Akquise-Instrument.

Das wäre aber eine super-teure Form der Akquise! Für das erste Buch "Wahlkampf in der Schweiz" wendete mein Kompagnon Hubert Roth 900 Stunden und ich 1500 Stunden auf, also insgesamt mehr als ein Jahr reine Arbeit. Für „Wahlkampf – aber richtig“ (2011) brauchte ich rund 600 Stunden. Für das aktuelle Buch wendeten mein Arbeitskollege Thomas Hodel, der das Kapitel der Kantone beisteuerte, und ich erneut etwa 600 Stunden auf. Dieser deutlich kleinere Aufwand ist darauf zurückzuführen, dass die beiden letzten Bücher im Gegensatz zum ersten keinen empirischen Teil beinhalten. Dieses weite Feld beackern die politikwissenschaftlichen Institute.

Was, wenn Ihr neues Buch floppt?

Dieses Risiko ist gering, nur schon die Zahl der Vorbestellungen lässt diesen Schluss zu.

Die ersten beiden Bücher gaben Sie im Eigenverlag heraus, „Wahlkampf statt Blindflug“ wird nun von Stämpfli verlegt. Das erstaunt, weil Sie sich negativ über Verlage geäußert hatten.

Ich hatte 2011 die Konditionen der Verlage einmal als nicht attraktiv kritisiert, das stimmt. Im Sommer 2014 kam vom Stämpfli Verlag die Anfrage, ob er die beiden ersten Bücher nochmals und das geplante dritte Buch auflegen dürfe. Nach ein paar Verhandlungsrunden stiegen wir ein – mit „Wahlkampf statt Blindflug“, die anderen beiden Bücher bleiben vergriffen. Stämpfli ist ein renommierter Verlag, und die Spezialistinnen, mit denen wir zu tun haben, sind effizient und erfahren – Profis halt. Das kann sich in der Zahl verkaufter Bücher niederschlagen.

Themawechsel. Wo stehen Sie eigentlich politisch?

Ich bin parteilos und unabhängig. Wenn ich meine Abstimmungsentscheide der letzten 20 Jahre durchgehe, bin ich mal auf der Seite der Bürgerlichen gestanden, mal bei Rot-Grün, das entscheide ich von Fall zu Fall und ohne auf den Parolenspiegel der Parteien zu schielen. Die Verortung auf der Links-Rechts-Achse halte ich grundsätzlich für zu simpel. Unsinnig finde ich im Weiteren, wie die SVP dämonisiert wird; eine gefährliche Entwicklung ist, dass generell eine Stigmatisierung von Andersdenkenden eingesetzt hat – in allen politischen Lagern. Dies kritisiere ich auch im Buch hart.

28. Oktober 2014

Das Interview führte Bürokollege Suppino.

Einzelne Passagen dieses Interviews dürfen übernommen werden.

Das Buchcover finden Sie hier:

<http://www.border-crossing.ch/handbuch-fuer-ihren-wahlkampf/>