

Ein Oster-Coup 1981 macht Walter Stürm definitiv zum Ausbrecherkönig **SEITE 11**

Fanatische Freude: Sieben Polizisten bei YB-Meisterfeiern in Bern verletzt **PANORAMA, SEITE 18**

Was kostet ein Sitz im Ständerat?

Der Kampf ums Stöckli wird immer teurer – die Mutter aller Kampagnen führt Roger Köppel

CHRISTINA NEUHAUS

Roger Köppel ist, das sagt er von sich selbst, «nicht so der Typ für Masterpläne». Dafür dreht er zu hochtourig. Der Zürcher SVP-Nationalrat ist immer etwas schneller, lauter und entschlossener als seine Mitbürger. Das zeigt er nun auch im Ständeratswahlkampf. Kaum hatte ihn die Zürcher Kantonalpartei an einer denkwürdigen Delegiertenversammlung nominiert, machte er sich an die Organisation seiner Kampagne. Er rief zu einer Pressekonferenz – Titel «Mein Wahlkampf» –, kündigte eine Tour durch alle 162 Gemeinden des Kantons Zürich an und wartete bereits kurz danach mit sämtlichen Veranstaltungsdaten auf. Am 15. Mai ist er in Dachsen, am 14. September in Horgen, am 15. Oktober in Humlikon.

Mindestens eine halbe Million

Um seine Tour de Zurich möglichst publikumswirksam anzukündigen, liess er am Freitag ganzseitige Inserate schalten. Nur schon die Kosten für diese Anzeigen dürften höher sein als die 40 000 Franken, die SVP-Präsident Albert Rösti laut eigenen Angaben an Spenden für seinen Nationalratswahlkampf erwartet. Insider schätzen die Kosten von Köppels Wahlkampagne auf mindestens eine halbe Million Franken.

Mit dieser Summe dürfte Köppel national obenaus schwingen. Doch die politische Konkurrenz ist ihm erstaunlich hart auf den Fersen. Bereits 2015 bezifferte der Zürcher FDP-Ständerat Ruedi Noser die Kosten für seinen Wahlkampf mit 400 000 Franken. Sein sozialdemokratischer Amtskollege Daniel Jositsch nannte ein Gesamtbudget von 300 000 Franken. Dieses Jahr, sagen Eingeweihte, rechne die SP mit 400 000 Franken, die FDP mit 450 000 Franken. Gemeinsam wenden die beiden Zürcher Amtsträger also fast eine Million Franken auf. Bestätigen will die Zahlen allerdings niemand.

Budgets von mehreren hunderttausend Franken sind im Kampf ums Stöckli längst keine Seltenheit mehr. Die «Berner Zeitung», die die sieben Berner Ständeratskandidaten kürzlich dazu brachte, ihre Geldmittel offenzulegen, fand heraus, dass Berner Parteien für die zwei Ständeratssitze insgesamt 1 Million Franken aufwenden. Die höchste Summe steht SP-Kandidat Hans Stöckli zur Verfügung. Gegenüber der Zeitung sagte er, sein Budget sei wohl ähnlich hoch wie 2015. Damals bekam er 153 000 Franken an Spenden, 90 000 Franken erhielt er von seiner Partei, und 35 000 Franken trug er selber bei. Insgesamt verfügte er also über 278 000 Franken.

«Das überrascht mich jetzt»

Offizielle Angaben über Wahlkampfbudgets zu erhalten, ist schwierig. Die bürgerlichen Parteien geben in der Regel nur ungern oder gar keine Auskunft. Die Linke verspricht gern Transparenz, hadert dann aber oft mit den Details. So nannte der Aargauer SP-Ständeratskandidat Cédric Wermuth der «Aargauer Zeitung» ein Wahlkampfbudget von zirka 150 000 Franken. 60 000 Franken davon zahle die Partei, der Rest bestehe aus Spenden.

Laut Angaben eingeweihter Kreise beliefen sich allerdings bereits die Wahlkampfkosten für Wermuths Vorgängerin, Pascale Bruderer, auf rund eine Viertelmillion. Wermuth, der auf ein hochspezialisiertes Team von Digital-Campaignern rund um SP-Kampagnen-Zampano Marco Kistler zählen kann, soll mit 300 000 bis 350 000 Franken rechnen können. Darauf angesprochen, lacht Wermuth: «Schön wär's.» Mit Spenden von



Roger Köppel legt sich im Wahlkampf kräftig ins Zeug.

GIAN EHRENZELLER / KEYSTONE

100 000 Franken wäre er schon überglücklich. Er rechne aber nicht mit einer solchen Summe. Kurz danach meldet er sich noch einmal per SMS: «Okay, das überrascht mich jetzt auch eher. Wir sind bereits bei 105 000 Franken an Spenden. Im Unterstützerkomitee sind, Stand heute, 2327 gemeldete Mitglieder.»

Dass sich Schweizer Politikerinnen und Politiker um finanzielle Transparenz bemühen, ist selten. Wermuth kündigt

Mit Segerts Goal zum Ziel

Der Wahlkampf der SVP wird wieder laut. Die klare Sprache und der Kampf mit dem politischen Gegner seien jüngst in vielen Kantonen und teilweise auch auf nationaler Ebene auf der Strecke geblieben, schreibt Parteipräsident Albert Rösti im Parteiorgan «Klartext»: «Anpassertum braucht weniger Kraft als Widerstand.» Nachdem SVP bei der Selbstbestimmungsinitiative auf sanftere Töne und ein anderes Werbebüro gesetzt hat, will sie die nationale Wahlkampagne offenbar erneut mit Alexander Segerts Werbeagentur Goal bestreiten. Auf Anfrage antwortet Rösti verklausuliert: «Adrian Amstutz führt die Kampagne. Die Goal AG mit Alexander Segert ist unser Werbebüro.» Segerts Name ist in den Medien öfter in Zusammenhang mit AfD-Werbung gefallen. Segert selbst betont, dass er nie direkt für die rechtspopulistische deutsche Partei gearbeitet habe. In der SVP äussert man sich offiziell nicht zu Segerts Auslandsgeschäften.

immerhin an, Klarheit zu schaffen, sobald er den Überblick habe. Sein Aargauer Konkurrent, FDP-Ständeratskandidat Thierry Burkart, hat derweil einen Oberrichter mit der Kontrolle seiner Wahlspenden beauftragt. Damit will er Zuflüsse aus trüben Quellen verhindern. Die meisten Kandidaten halten es allerdings mit Roger Köppel. Der Kandidat mit dem mutmasslich grössten Budget antwortete auf Anfrage der NZZ: «Wir pflegen das Wahl- und Stimmgeheimnis in der Schweiz. Das ist lebenswichtig für den Rechtsstaat und die Demokratie. (...) Wie viel ich in einen Wahlkampf investiere, wie viel davon Spenden und Eigenmittel sind, ist meine finanzielle Privatsphäre.»

Das Geld liegt rechts der Mitte

Anders als etwa Deutschland kennt die Schweiz keine staatliche Parteienfinanzierung. Die politischen Parteien sind deshalb, wie es der Politbeobachter Michael Hermann einmal formulierte, «mausarm». Während sich linke Politikerinnen und Politiker im Wesentlichen auf die Grosszügigkeit von Gewerkschaften, NGO und Einzelspendern verlassen müssen, setzen bürgerliche Kandidaten auf namhafte Zuwendungen aus der Wirtschaft. Das Geld liegt, wie Michael Hermann 2012 in seiner Studie «Das politische Profil des Geldes» bilanzierte, «rechts der Mitte».

Doch lässt sich politischer Erfolg tatsächlich kaufen? Hat, wer mehr Geld für den Ständeratswahlkampf hat, auch mehr Chancen? Für die Schweiz konnte bisher nicht nachgewiesen werden, dass ein grosses Kampagnenbudget auch

einen Einfluss auf das Stimmverhalten der Bevölkerung hat.

Ist politischer Erfolg käuflich?

In einer bisher wenig beachteten Untersuchung haben Guillaume Zumofen und Marlène Gerber vom politikwissenschaftlichen Institut der Universität Bern und von der Plattform Année Politique Suisse (APS) aber herausgefunden, dass sich einige positive Effekte doch nachweisen lassen. Zu diesem Zweck werteten sie zum einen die Selects-Panel-Befragung von 2016 aus. Diese hält nicht nur die Entwicklung der Wahlabsichten fest, sondern liefert auch Informationen darüber, welche Zeitungen die Teilnehmer der Studie vor den Wahlen gelesen haben. Diese Daten verglichen die Wissenschaftler dann mit einer APS-Analyse von 5000 politischen Inseraten, die zwischen dem 1. August und dem 18. Oktober 2015 in 50 Zeitungen geschaltet worden waren.

Während sich Wechselwähler, wie erwartet, nicht beeinflussen liessen, gelang es Zumofen und Gerber, einen – wenn auch geringen – Effekt auf die Mobilisierung parteitreuer Wählerinnen und Wähler nachzuweisen. Vor allem die SVP, die das grösste Werbebudget hatte, erzielte bei Personen, die bereits erwogen, die Partei zu wählen, verstärkende Wirkung. «Ein grosses Budget für Wahlwerbung», sagt Marlène Gerber, «garantiert allerdings noch keinen Mobilisierungseffekt.» Bei den eidgenössischen Wahlen 2015 habe sich die SVP auch in einer strategisch günstigen Situation befunden, da mit der Flüchtlingskrise eines ihrer zentralen Themen zuoberst auf dem Sorgenbarometer der Schweizer gestanden habe. Da Wählerinnen und Wähler oft diejenige Partei wählten, die sie als am kompetentesten zur Lösung eines für sie vordringlichen Problems erachteten, habe die SVP profitieren können und schliesslich mit 29,4 Wählerprozenten ein Allzeithoch erreicht.

Potenzial ausgeschöpft

In diesem Jahr läuft es nicht mehr so gut für die SVP. Die Wahlkampfthemen ziehen nicht, und in den Kantonen musste sie nach anfänglichen Erfolgen Niederlage um Niederlage einstecken. Ohne die Flüchtlingskrise, sagt der Politologe Claude Longchamp, hätte sich die SVP bereits bei den nationalen Wahlen 2015 mit 26 bis 27 Prozent zufriedengeben müssen. Büsse die SVP in diesem Herbst zwei bis drei Prozentpunkte ein, sei dies einer Korrektur gleichzusetzen. Von einer Wende könne man erst sprechen, wenn die Verluste mehr als drei Prozentpunkte betrügen.

Dass sie Federn lassen wird, ist auch der SVP längst klar. 2015, sagt Parteipräsident Albert Rösti, habe halt «dr Schiitschtock g'chalberet». Die Partei schöpfte nicht nur nahezu ihr ganzes Mobilisierungspotenzial aus, sie gewann auch jeden Wackelsitz und jedes Restmandat, das es zu gewinnen gab.

Um den Sinkflug zu bremsen, wird die Partei deshalb ihre bewährte Kampagnenmaschine anwerfen. Die relativ sanften Töne sind Vergangenheit. National will die SVP auf die Dienste von Alexander Segerts Werbebüro Goal setzen (siehe Kasten). In Zürich organisiert Roger Köppel derweil so etwas wie die Mutter aller Ständeratswahlkämpfe. Das alles kostet Geld, doch über Geld spricht man in der SVP nie. Er halte nichts vom politisch motivierten Transparenzdictat linker Parteien und Politiker, sagt Köppel. Schon gar nichts von solchen, «die in den Medien jede Menge Gratiswerbung haben und deren Ziel darin besteht, die Unterstützer nichtlinker Parteien öffentlich zu diskreditieren».

Die Sommerzeit soll gestrichen werden

Hornkuh-Initiant Capaul kämpft mit SVPlern gegen Zeitumstellung

ANGELIKA HARDEGGER

Armin Capaul kehrt auf die Politbühne zurück: Zusammen mit den SVP-Nationalräten Yvette Estermann und Lukas Reimann kämpft der Initiant der Hornkuh-Initiative dafür, dass die Zeitumstellung gestrichen wird. Am Samstag hat das Komitee seine Initiative in Interlaken vorgestellt. In der Schweiz soll demnach ganzjährig die mitteleuropäische Zeit gelten. Die Sommerzeit soll abgeschafft werden.

In ganz Europa läuft derzeit eine Debatte um die Abschaffung der Zeitumstellung. Armin Capaul und seine Mitstreiter von der SVP wollen mit der Volksinitiative eine Vorreiterrolle übernehmen. Das EU-Parlament hat sich im März für ein Ende der Zeitumstellung ausgesprochen. Eine gross angelegte Bürgerbefragung hatte zuvor aufgezeigt, wie ungern die Menschen in der EU ihre Uhren umstellen.

Was sagt die innere Uhr?

Nun müssen noch die Mitgliedstaaten der Europäischen Union dem Entscheid des Parlaments zustimmen. Wenn sie sich bald einigen, könnten die Uhren im Oktober 2021 ein letztes Mal umgestellt werden. Noch offen ist allerdings, welche Zeit in diesem Szenario beibehalten werden soll: die Sommerzeit oder die Normalzeit, also die Winterzeit.

In der europaweiten Bürgerbefragung hatte sich eine klare Mehrheit für die «ewige Sommerzeit» ausgesprochen. Dieses Szenario wollen Armin Capaul, Yvette Estermann und Lukas Reimann verhindern. Die Sommerzeit für immer sei eine schlechte Option, schreiben sie. Das würden auch wissenschaftliche Studien belegen.

Bergbauer Armin Capaul sagte bei der Präsentation der Initiative in Interlaken, die Zeitumstellung bringe seine innere Uhr durcheinander. Auch für Bauernhöfe funktioniere die Sommerzeit nicht – man könne nicht früher heuen, wenn eine Wiese noch im Schatten liege oder mit Tau bedeckt sei.

Das Initiativkomitee um Capaul hat nun bis Herbst 2020 Zeit für die Unterschriftensammlung. Bei einem Ja an der Urne könnte die Schweiz zu einer Zeitinsel werden – so wie im Frühjahr 1980.

Der Geburtsfehler

In allen Nachbarländern wurde damals die Uhr um eine Stunde vorgestellt, während die Schweiz bei der Winterzeit blieb. Die SBB mussten einen Notfallplan erstellen. Viele Schweizer Betriebe arbeiteten derweil nach deutscher Zeit.

Grund für das «Zeitgewirr» war ein Urnengang im Jahr 1978: Die Schweizer Stimmbevölkerung lehnte damals die Einführung der Sommerzeit mit über 83 Prozent Nein-Stimmen ab. Dies gegen den Willen von Bundesrat und Parlament, welche für eine gemeinsame Zeitumstellung mit den Nachbarländern gekämpft hatten.

Die Situation erwies sich rasch als unhaltbar. «Die Schweiz droht sich mit einer eigenen Uhrzeit in ganz Europa lächerlich zu machen», schrieb die NZZ. Bundesrat und Parlament beschlossen wenig später, die Sommerzeit doch einzuführen – trotz dem klaren Volks-Nein.

Die Tatsache, dass die Politik bei der Einführung der Zeitumstellung so klar den Takt vorgab, gilt bis heute als Geburtsfehler der Sommerzeit. Christoph Blocher versuchte das «Zeitdiktat aus Brüssel» noch mit einem Referendum zu bekämpfen. Die nötigen Unterschriften brachte er allerdings nicht zusammen. Gut möglich, dass Armin Capaul dies gelingt.