

Befürworter investieren Rekordsumme in einen Abstimmungssieg

Kampagnen zur Konzerninitiative So viel Geld für und gegen eine Vorlage wurde in der Schweiz noch nie ausgegeben. Das zeigen Recherchen im Umfeld von Befürwortern und Gegnern. Erstaunlich: Die Befürworter haben die Nase vorn.

Dominik Feusi

Über 18 Millionen Franken, so viel lassen sich Befürworter und Gegner den Abstimmungskampf um die Konzernverantwortungsinitiative schätzungsweise kosten. Dies zeigen Recherchen dieser Zeitung. Der finanzielle Einsatz beider Seiten liegt damit mehr als doppelt so hoch wie bei der Abzockerinitiative 2013, dem bisherigen Rekordhalter.

Und noch etwas ist dieses Mal anders: Nicht die Gegner aus dem Lager der Wirtschaftsverbände setzen am meisten Mittel ein, sondern die Befürworter. Sie haben den Abstimmungskampf viel früher begonnen und viel breiter geführt als die Gegner. Sie haben zum Beispiel mindestens zehn Briefwurfsendungen in der ganzen Schweiz gebucht. So ein Versand in die Briefkästen kostet laut unabhängigen Fachleuten je 800'000 Franken.

In der Presse erschienen allein in der Hauptkampagnenphase der letzten sieben Wochen in allen wichtigen Zeitungen mindestens zwei Inserate pro Woche für die Initiative. Gemäss einer Auswertung der Universität Bern haben die Befürworter schon vor einem Jahr erste Inserate gebucht. Ihre Inseratkampagne ist gemäss der Untersuchung der Universität Bern die grösste für ein linksgrünes Anliegen seit 2013.

Hoffnung auf Ständemehr

Im Internet gab es zugunsten der Initiative ebenfalls mindestens drei Kampagnenstränge, die auf Plattformen von Facebook und Twitter über Youtube bis Instagram ausgespielt wurden. Zurückhaltend gerechnet kostet eine solche Kampagne laut mehreren Werbefachleuten eine halbe Million Franken. Für drei Kampagnen macht das anderthalb Millionen. Die Initianten sind zudem mit Plakaten in der Öffentlichkeit viel präsenter als die Gegner, besonders dort, wo Plakate viel beachtet werden und entsprechend viel kosten: in den Städten und vor allem in den Bahnhöfen.

Das hat auch mit der Strategie der Gegner zu tun. Sie haben ent-



Seit Monaten im ganzen Land zu sehen: Plakate werben gegen, Fahnen für die Konzernverantwortungsinitiative. Foto: Dominique Meienberg



schieden, in den Städten auf eine grosse Plakatkampagne zu verzichten. Und sich stattdessen auf die Landkantone zu konzentrieren, um die Initiative mit dem Ständemehr zu bodigen. Dies ist zwar eine riskante Strategie, führt aber zu deutlich tieferen Kosten.

Zudem setzen die Gegner einen Schwerpunkt auf die Präsenz in Onlinemedien. Dort waren sie früh aktiv und haben rund eine Million Franken ausgegeben.

Ihre Inserat- und Plakatkampagne haben die Gegner viel später als die Befürworter gestartet.

Ihrer Kampagne mit einem Bernhardiner, der sich in den eigenen Schwanz beisst, gelang es kaum, die Hauptbotschaft zu transportieren, dass die Initiative in der Schweiz Schaden anrichte. In der letzten Phase des Abstimmungskampfs – etwa seit Anfang November – versuchten die Gegner darum mit einer zweiten Kampagne einerseits die Parolen der bürgerlichen Parteien und andererseits den Gegenvorschlag bekannter zu machen.

Gemäss der Untersuchung der Uni Bern haben die Gegner die Befürworter bei der Anzahl gebuchter Inserate inzwischen deutlich überholt. Etwas zu den Kosten der Inserate sagt die Studie aber nicht. Die geschätzten Kosten für Inserate und Plakate der Gegner sind aber geringer als jene der Befürworter. Hinzu kommen bei Letzteren die Ausgaben

für die Kampagnenfahnen von rund 800'000 Franken.

Rund 13 Millionen für ein Ja

Addiert man die Schätzungen zu den einzelnen Elementen der Kampagnen, kommt man für die Befürworter auf gut 13 Millionen Franken. Nicht eingerechnet sind dabei Ausgaben für Personal und für Nebenkampagnen wie das Engagement der Landeskirchen oder einzelner mit der Initiative verbundener Organisationen. Die Kosten des geplanten Versandes von 500'000 Postkarten zugunsten der Initiative sowie für die in den vergangenen Tagen vermehrt aufgetauchten Kleber an Briefkästen sowie in Städten und Agglomerationen verteilten Flyer können nicht berücksichtigt werden, da deren Ausmass unklar ist.

Die Initianten schreiben auf Anfrage, der Betrag sei «viel zu

hoch und aus der Luft gegriffen». Zur Höhe des Gesamtbudgets oder einzelner Massnahmen äussern sie sich nicht. Es führe zu ungleichen Spiessen, wenn eine Seite transparent sei und die andere nicht.

Die Gegner dürften geschätzt gut 5 Millionen Franken ausgegeben haben – Personalkosten und Nebenkampagnen wie etwa die kürzlich aufgetauchten Kra-wall-Filme nicht mitgerechnet. Letztere wurden vor allem im November in zwei Wellen auf Facebook beworben. Wie viel dies gekostet hat, ist nicht bekannt.

Auch bei Economiesuisse legt man die Kosten nicht offen. Der Verband publiziert laut Sprecher Michael Wiesner grundsätzlich keine Angaben zu Kampagnenbudgets. Die von den Initianten kolportierten 8 Millionen Franken seien aber deutlich zu hoch.

Abstimmungskampf: Die Budgets der Kampagnen

in Mio. Fr	Befürworter: 13,25	Gegner: 5,25
Briefeinswürfe	8,0	2,4
Inserate	1,5	1,0
Onlineauftritt	1,5	1,0
Plakate	1,0	0,5
Agenturkosten	0,2	0,2
Umfragen	0,15	0,15
Sonstiges*	0,9	

* Kampagnenfahnen (0,8 Mio.) und Kampagnenfilm (0,1 Mio.)

Grafik: mt / Quelle: diverse, Schätzung Tamedia

Stimmt es, dass bei einem Ja unsere Renten gefährdet sind?

Initiative zu Kriegsgeschäften Der Bund warnt vor negativen Folgen für die Altersvorsorge. Belegen kann er das jedoch nicht.

Wer in der Schweiz genug lange gearbeitet hat, dem sollten AHV und Pensionskasse sorgenlose letzte Lebensabschnitte ermöglichen. Jetzt soll die Anlagetätigkeit der beruflichen Vorsorge eingeschränkt werden, staatlich verordnet. So will es die Initiative für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten.

Die von den Jungen Grünen und der Gruppe für eine Schweiz ohne Armee lancierte Initiative verlangt, dass Pensionskassen ihr Geld nicht in Firmen anlegen dürfen, die Kriegsmaterial herstellen. Die Hürde legen die Initianten bei Unternehmen, die mehr als fünf Prozent ihres Jahresumsatzes mit Rüstungsgütern generieren. Dass

es für die Pensionskassen aufwendig sein kann, solche Firmen auszusortieren, scheint einleuchtend. Im Abstimmungsbüchlein des Bundes heisst es, aufgrund des zusätzlichen Verwaltungsaufwands wäre dies mit «hohen Kosten» verbunden. Worauf der Bundesrat diese Prognose abstützt, ist jedoch unklar.

Auch die zahlreich angefragten Pensionskassen und der Schweizerische Pensionskassenverband wollen sich nicht auf eine Schätzung des zusätzlichen Aufwands einlassen. Man verweist auf ein Zitat von Bundesrat Guy Parmelin: Demnach gibt es aufgrund der vielfältigen Branchenlösungen keine konkreten Zahlen

Viel Geld zum Anlegen

Die berufliche Vorsorge ist seit 1985 obligatorisch. Das seither von Pensionskassen und Versicherungen verwaltete Sparkapital liegt deutlich über dem Bruttoinlandprodukt und den Reserven der Schweizerischen Nationalbank. 2016 überschritten die Fonds der beruflichen Vorsorge zum ersten Mal die Marke von 1000 Milliarden Franken (1 Billion). Etwa 80 Prozent des Sparkapitals werden von den über 1600 Pensionskassen verwaltet, der Rest liegt in der Obhut von Versicherungen im Bereich des Sammelstiftungsrechts. (gr)

bezüglich der Auswirkungen. Trotzdem warnte der Wirtschaftsminister beim Kampagnenauftritt, dass sich höhere Verwaltungskosten und Anlagerisiken sogar direkt auf die Renten auswirken würden. «In der heutigen Zeit wäre es absurd, den Druck auf die Pensionskassen noch zu erhöhen», sagte er.

Wenn die Initiative einen derart schmerzhaften Mehraufwand zur Folge hätte, müsste eigentlich ein Aufschrei durch die Branche gehen. Doch davon ist nichts zu spüren. Man sei politisch neutral und nur den Versicherten Rechenschaft schuldig, so der Tenor. Die Initiative sei tatsächlich nicht der grosse Aufreger für die

Kassen, ist Stefan Thurnherr, Pensionskassenexperte beim VZ Vermögenszentrum, überzeugt: «Zu Beginn der Umsetzung würde das sicher Anfangskosten generieren, aber diese zu dramatisieren, wäre falsch.»

Pensionskassenvertreter lassen durchblicken, dass sie vor allem keine weiteren regulatorischen Eingriffe wollen. Sie befürchten, dass die Initiative Begehrlichkeiten wecken könnte: nach Einschränkungen der Anlagetätigkeit im Bereich von Tabak über Erdöl bis hin zu Geldspielen.

Die Branche pocht auf Eigenverantwortung. «Immer mehr Pensionskassen schliessen Investitionen in Rüstungsunternehmen

freiwillig aus», sagt Hanspeter Konrad, Direktor des Pensionskassenverbandes. Ein solcher Verzicht werde unausweichlich zum Standard: Zwangsvorschriften in der Verfassung zu verankern, sei weder nötig noch zielführend. Tatsächlich führt der Verein für verantwortungsbewusste Kapitalanlagen eine Ausschlussliste, die viele Firmen aufführt, die in stark geächteten Rüstungsbereichen tätig sind wie etwa in der Produktion von Streumunition. Die meisten grossen Pensionskassen sind Mitglied bei diesem Verein, viele kleine orientieren sich zumindest daran.

Gregor Poletti