

Die SP ruft 100000 Mal an

Vor den Zürcher Wahlen führten SP-Helfer persönliche Telefongespräche, um die Wählerschaft zu mobilisieren. Ein Politologe bezeichnet die Aktion als «verhalten erfolgreich» - dennoch setzt die Partei 2015 auch national auf Wahlkampf à la Amerika.

Marisa Eggli

Zürich - Beim ersten Telefon war Chantal Galladé etwas nervös. Die SP-Nationalrätin kannte die Person nicht, die sie an jenem Samstag anrief. Und Galladé fragte sich, wie der Fremde wohl auf ihren Anruf reagieren würde. Doch schon bald legte die Winterthurerin ihre Skepsis ab und wurde freudig überrascht. «Die meisten staunten, reagierten positiv. Sie sagten: «Dass Sie mich anrufen!» - «Telefonieren Sie jetzt allen persönlich?» Es fiel Galladé meist leicht, die Leute in ein Gespräch über Wählen, Demokratie und über ihr Hauptthema, die SP, zu verwickeln. Sie hat in den Tagen vor dem Wahlsonntag im April Stunden mit dem eigenen Handy für die Partei telefoniert - um Sympathisanten zum Abstimmen zu motivieren.

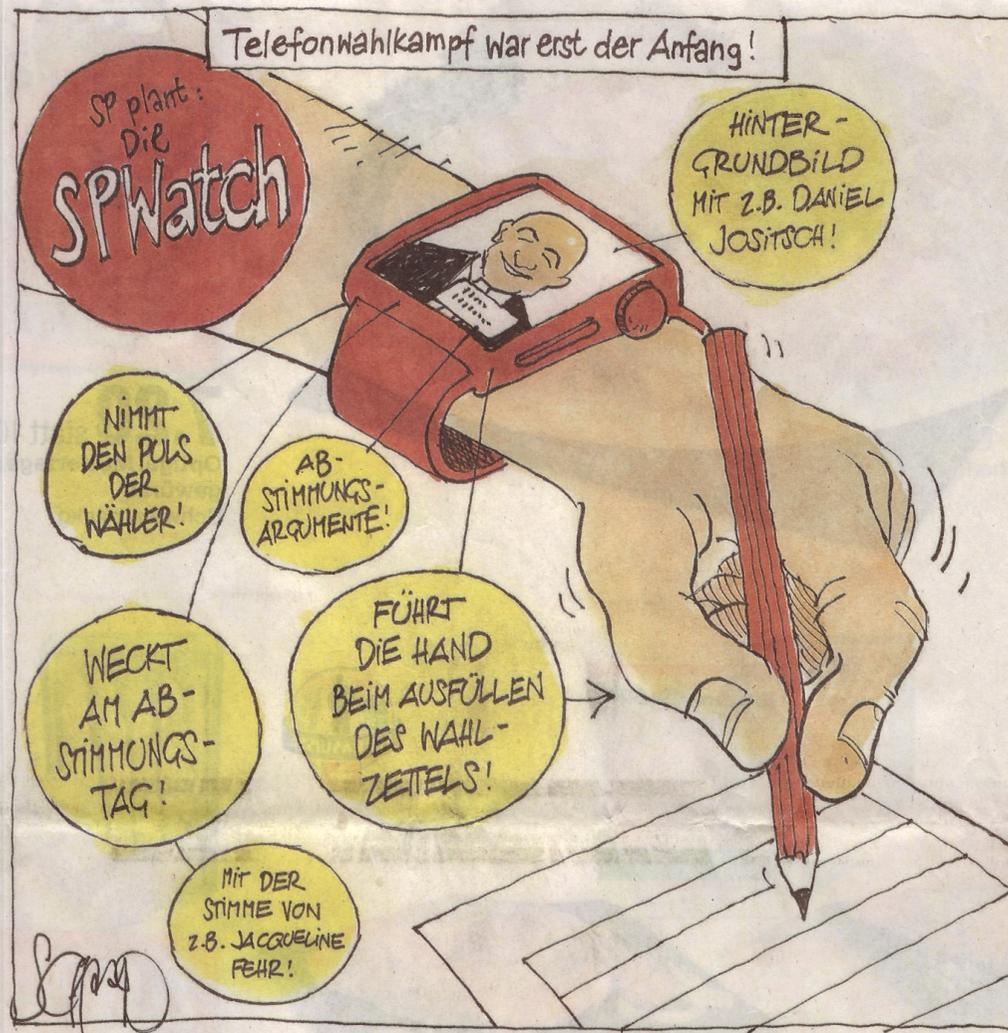
Auch Jacqueline Fehr verbrachte Stunden am Telefon. Inzwischen ist sie gewählte Regierungsrätin. Ihren letzten Anruf machte sie am Vortag der Wahl. Dieses Gespräch blieb ihr auch am meisten in Erinnerung. Der Mann sagte zu Fehr: «Wenn Sie mich sogar persönlich anrufen, nehme ich die Abstimmungsunterlagen wieder hervor und gehe morgen an die Urne.»

Galladé und Fehr sind zwei von 700 SP-Frauen und -Männern im Kanton Zürich, die die neue Strategie ihrer Partei aktiv unterstützten. Insgesamt führten die Wahlkämpfer gegen 15 000 Telefongespräche. Die Telefonwerbung ergänzte den klassischen Wahlkampf mit Standaktionen, Plakaten, Podien. In der Stadt Zürich warben zudem Freiwillige auch an der Haustüre um Stimmen, wie das in Amerika üblich ist.

Fast die Hälfte des Budgets

Zum ersten Mal gleiste die SP eine Kampagne auf, die sich am US-Wahlkampf orientierte. Allerdings in einer einfacheren Form. Die Partei setzt 2015 US-Rezepte im Wahlkampf ein. Die Kantone Zürich und Luzern galten für die SP Schweiz als Testlauf für die neue Art der Mobilisierung. Das Ziel: mehr ihrer Sympathisantinnen und Sympathisanten an die Urne zu bringen. Vor den Nationalratswahlen im Herbst werden die Telefonaktionen im ganzen Land wiederholt. Flavia Wasserfallen, Co-Generalsekretärin der SP Schweiz, plant mindestens 100 000 Telefongespräche, verteilt über alle Kantone. Mitmachen wird auch SP-Parteipräsident Christian Levrat.

Die Partei startete mit der Planung bereits vor Monaten. Das Kernstück ist eine eigens programmierte Software. Sie spuckt den Helfern Kontakte aus, die sie



abtelefonieren können, ähnlich wie in einem Callcenter. Nebst den Mitgliedern hat die Partei Daten von Menschen eingespeist, die der SP einst Geld überwiesen, einen Newsletter bestellten, bei einer Kampagne mitmachten, oder einfach Stimmberechtigte, die sie als Sympathisanten betrachtet. Die SP Schweiz lässt sich diese Werbung einiges kosten: Sie investiert in diesem Jahr 700 000 Franken in die Basiskampagne. Das ist fast die Hälfte des Wahlkampfbudgets. 250 000 Franken steuerte die kantonale SP bei. Das Teuerste daran waren das

Programmieren der Software und die Personalkosten. Die Früchte ihrer Werbung erntete die kantonale SP am 12. April: Sie legte im Kantonsrat einen Sitz zu. Die Partei kam dabei aber bei weitem nicht an die grosse Siegerin, die FDP, heran, die acht Sitze gewann. Auch der tiefen Wahlbeteiligung konnte die SP wenig entgegenhalten. Diese sank im Vergleich zu den Regierungs- und Kantonsratswahlen 2011 erneut und landete auf dem Tiefstand von 32 Prozent.

Die SP Schweiz zieht trotzdem eine positive Bilanz. «Wir sind sehr überzeugt

von der Kampagne», sagt Wasserfallen. Immerhin habe die Partei im bürgerlichen Kanton Zürich zugelegt. Es liege grosses Potenzial in der Aktion: Man könne Leute so zum Wählen motivieren.

SP Zürich weniger euphorisch

Die kantonale SP bilanziert die Aktion etwas zurückhaltender als ihre Mutterpartei. Für Präsident Daniel Frei haben sich die Telefongespräche zwar bewährt. Sie seien bestimmt ein gutes Mittel gewesen, um im Wahlkampf zu mobilisieren. Die linken Parteien hätten es in

Wahlen schwerer, ihre Leute zum Abstimmen zu bewegen. «Die Bürgerlichen haben eine konservativere Wählerschaft, die stärker von sich aus wählen geht.» Frei denkt aber nicht, dass der eine Sitzgewinn im Kanton nur auf die Telefonate zurückzuführen ist. Und es habe auch kritische Rückmeldungen von SP-Mitgliedern gegeben. Sie fürchteten, die Leute könnten sich durch die Anrufe belästigt fühlen.

Buhlen lohnt sich

Der Politologe Louis Perron beschäftigt sich mit Kampagnen und hat den amerikanischen Wahlkampf analysiert. Für ihn gibt es zwischen dem US- und dem Schweizer Wahlkampf eine Parallele, «obwohl sie unterschiedlicher nicht sein könnten». Wegen der tiefen Wahlbeteiligung braucht es nur wenige Stimmen,

«Der Streuverlust einer solchen Telefonaktion muss enorm sein. Der Ärger wohl auch.»

Esther Guyer, Kantonsrätin Grüne

um etwas auslösen zu können. Deshalb lohne es sich, um jede einzelne zu buhlen. So hat der amtierende US-Präsident Barack Obama vor sechs Jahren die Massen zum Wählen gebracht und einen historischen Sieg erreicht.

Das gelang der SP in Zürich nicht. Perron bezeichnet die Telefonaktion denn auch als «verhalten erfolgreich». Die Partei habe wohl dank dem Aufwand nicht verloren und habe sogar minimal zulegen können. Sie könne nun auf dieser Kampagne aufbauen. Dass gross angelegte Telefonaktionen für alle Parteien bald zwingend werden, bezweifelt er. «Die FDP hat für ihren Sieg keine Telefonaktion durchgeführt.»

Etwas auf den Geschmack gekommen sind die Grünen. Als Verlierer der Zürcher Wahlen lassen sie sich nun beraten. «Wir haben beim Mobilisieren unserer Leute Nachholbedarf», sagt Kantonsrätin Esther Guyer. Deshalb werden sie künftig wohl auch in irgendeiner Form aufs Telefonieren zurückgreifen. Auf gross angelegte Telefonaktionen à la SP will Guyer aber verzichten. «Der Streuverlust muss enorm sein, der Ärger wohl auch.» Erfahrung hat sie das selbst: Eine der SP-Helferinnen hatte sie angerufen. Sie versuchte, Guyer freundlich, aber hartnäckig zum Einwerfen der SP-Liste zu überreden - erfolglos.