

# Warum die Parteien punkten – und warum nicht

In acht Tagen wählt die Schweiz ein neues Parlament. Um die Menschen zu überzeugen, setzen Parteien auf Kontinuität und darum wiederholt auf bewährte Themen wie Umwelt oder Migration – auch in diesem Wahljahr. Nicht immer aber vermögen sie mit ihren Kernthemen zu mobilisieren. Warum das so ist, erklären Politologen und Politologinnen.

Andrea Tedeschi und Katrin Schregenberg

Laut dem letzten SRG-Wahlbarometer dieser Woche dürfte die SVP in acht Tagen gewinnen und die Grünen verlieren. Spannend bleibt es ausserdem in der politischen Mitte. Dort liefern sich die Mitte und die FDP ein Kopf-an-Kopf-Rennen.

Wer im Wahlkampf mobilisieren will, muss die öffentliche Debatte dominieren. «Seit den 1990er-Jahren geht es bei den nationalen Wahlen eigentlich nur noch um Themensetzung und Themenführung», sagt der Politologe Claude Longchamp, Gründer des Forschungsinstitutes GFS Bern. Vorher seien die Wahlen in der Schweiz lange Personenwahlen gewesen, bestimmt von Parteien mit geringen thematischen Differenzen. Das änderte sich mit dem

Auftauchen der Grünen und der SVP in den Siebziger- und Achtzigerjahren. Diese Parteien hätten die Logik der Nationalratswahlen verändert, sagt Longchamp.

Das erste Thema, das Treiber im Wahlkampf wurde, war das Waldsterben in den 1980er-Jahren. Welchen Themen kann das gelingen? «Aus der Wahlkampfforschung weiss man: Nur ein Thema, das über längere Zeit dominiert und klar einer Partei zugeschrieben werden kann, mobilisiert und beeinflusst die Wahlentscheidung der Stimmbevölkerung», sagt Longchamp. Das passierte auch 2019: Der Klimawandel überstrahlte alle anderen Themen und bescherte den Grünen und der GLP Gewinne. Das ist dieses Jahr anders. «Es gibt kein Mono-

thema, es gibt nur einige Baustellen, die von den Parteien bewirtschaftet werden», sagt Longchamp.

Was ebenso auffällt: der laue Wahlkampf in diesem Jahr. «Die Parteien konzentrieren sich beim Wahlkampf auf ihre eigenen Milieus, sie wiederholen einfach wieder und wieder ihre Kernbotschaften», sagt der Politologe Michael Hermann, Leiter der Forschungsstelle Sotomo. «Das ist schon länger so, aber noch nie so radikal wie dieses Jahr.» Die Kampagnen seien stark von Polit-Marketing getrieben.

Auf welche Themen die Parteien im Wahlkampf setzen, warum sie damit mobilisieren konnten und wann nicht, finden Sie in der Übersicht.



Die Schweiz wählt in acht Tagen ein neues Parlament. Überall hängen sie, die Wahlplakate. Es sind jedoch Themen, die mobilisieren. BILD KEY

## Auf ein Hoch folgt das nächste Tief



Die Wahlen vor vier Jahren waren ein Sonderfall. Die Frauenbewegung und der Klimawandel dominierten von Januar bis Oktober den Wahlkampf und verdrängten die Zuwanderungsdebatte der SVP in den Hintergrund. Ein historischer Triumph: Die Grünen konnten ihren Wähleranteil von 7,1 auf 13,2 Prozent fast verdoppeln und gewannen im Nationalrat 17 Sitze dazu – der grösste Sitzgewinn einer Partei seit Einführung des Proporzwahl-systems vor hundert Jahren. Der Grund: Der Hitzesommer ein Jahr zuvor und die Klimajugend hatten den fast vergessenen Klimawandel wieder auf die politische Agenda gebracht. Die florierende Wirtschaft begünstigte eine progressive Stimmung.

Trotz der Hitzerekorde, Brände und Überschwemmungen der letzten Monate droht den Grünen diesmal jedoch eine herbe Niederlage. Laut den letzten Wahlprognosen dürften die Grünen 3,5 Prozentpunkte verlieren: die Hälfte von dem, was sie 2019 gewonnen hatten. Auf Wahlen, welche mit viel Hoffnung verbunden seien, sagt der Politologe Michael Hermann, folge oft eine Ernüchterung. Schwankungen der Parteistärke ist bei den Grünen nicht ungewöhnlich. Auf ein Hoch folgt das nächste Tief, wie ihre Vergangenheit zeigt.

Sobald die Umwelt die Öffentlichkeit stark beschäftigt, legen die Grünen zu. Sie hatten ihren ersten Höhepunkt 1987. Nach der Chemiekatastrophe bei Basel und dem Atomunglück in Tschernobyl eroberten sie elf Sitze im Nationalrat und damit Fraktionsstärke. In den 1990er-Jahren steckte die Schweiz jedoch in einer Wirtschaftskrise, Umweltthemen rückten auch wegen des Neins zum Beitritt zum Europäischen Wirtschaftsraum und der Europadebatte in den Hintergrund.

Im Wahljahr 2003 erlebte die Schweiz einen heissen Rekordsommer, worauf die Grünen wieder zulegten. «Erstmals war Umwelt ein Wahlkampfthema», sagt der Politologe Claude Longchamp. 2011 hingegen verlor die Partei erneut, trotz der Atomkatastrophe in Fukushima. Longchamp sagt: «Die Grünen wurden von der sehr populären CVP-Bundesrätin Doris Leuthard konkurrenziert, die den Atomstopp rasch entschieden und das Thema besetzt hatte.»

Grösste Konkurrenz der Grünen ist jedoch die SP. Wenn die Grünen gewinnen, verliert die SP und umgekehrt – mit einer Ausnahme 2003, als beide profitierten. Dass die Grünen vier Jahre nach ihrem grössten Sieg nun verlieren dürften, hat mehrere Gründe. «Als Parteipräsident ist Balthasar Glättli nicht die Lokomotive, wie es seine Vorgängerin Regula Rytz war», sagt Longchamp. Umgekehrt habe die SP ein Duo, das teilweise umstritten sei, aber die Partei extrem vorwärtsbringe. Auch ist die Klima-Euphorie der Realität gewichen: Massnahmen gegen den Klimawandel sind unangenehm. Sie kosten, bedeuten Verzicht: auf Fliegen, Fleischessen oder Autofahren. (ted)

## Knick nach dem steilen Aufstieg



Der Erfolg der SVP hat die Politiklandschaft der Schweiz verändert. Er begann im 1992, als die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger den Beitritt zum Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) ablehnten. Christoph Blochers Kampf in der Europafrage verschaffte der Partei immer mehr Wähleranteile.

1999 kam es zu einem Erdrutschsieg. Die SVP überholte FDP, CVP und SP, wurde mit 22,6 Prozent erstmals stärkste Partei und ist es seitdem geblieben. Doch nicht nur ihre Politik verhalf ihr zu diesem Schub. «Die SVP hatte die Autopartei geschluckt und damit auf einen Schlag 5 Sitze und 3 bis 4 Wählerprozent gemacht», sagt der Politologe Claude Longchamp.

Mit ihrem Aufstieg der Partei erkämpfte sich die SVP einen zweiten Bundesratsstiz, was zu einer Erschütterung der bisherigen Proporzformel führte. Mit den bilateralen Verträgen und der Personenfreizügigkeit öffnete sich die Wirtschaft und dies beschleunigte die Zuwanderung. Es kamen immer mehr, was die SVP für ihre politische Positionierung nutzte. Sie machte Wahlkampf mit Asyl und Zuwanderung und war damit in ländlichen und vorstädtischen Gebieten erfolgreich. Volksinitiativen «Gegen den Bau von Minareten» oder «Gegen die Masseneinwanderung» wurden an der Urne angenommen. 2015 kam es zu einem Rechtsrutsch. Die SVP erreichte knapp 30 Prozent Wähleranteil.

2019 jedoch verdrängten die Frauenbewegung und der Klimawandel die Zuwanderungsdebatte der SVP. Die Partei verlor fast 4 Prozentpunkte und erzielte mit 25,6 Wählerprozent ihr schlechtestes Resultat seit 1999. «Wird ein Thema breit debattiert, gehen diejenigen wählen, denen dieses Thema wie Migration oder EU-Fragen wichtig sind», sagt die Politologin Sarah Büttikofer von der Universität Zürich. 2019 seien diese jedoch kaum Themen im Wahlkampf gewesen, weshalb viele SVP-Wähler nicht zur Wahl gegangen seien.

Laut den letzten Wahlprognosen dürfte die SVP diesmal wieder 2,5 Prozentpunkte zulegen. «Die SVP hat sich inzwischen erholt. Nicht zuletzt mit der CO<sub>2</sub>-Abstimmung konnte sie einen Gegenpunkt markieren und sich mit den Kosten des Klimawandels positionieren», sagt Claude Longchamp. Dennoch bezweifelt der Politologe, ob Rentner, die 2019 daheim blieben, wieder das grosse Potenzial der SVP sein werden. «Seit der Pandemie wollte die SVP Massnahmenkritiker integrieren. Für Rentner ist Sicherheit jedoch äusserst wichtig.» (ted)

## Die SP hat die Arbeiter verloren



Fast hätte man die SP abgeschrieben. 2019 war das Jahr der Frauen- und der Klimawahl, die den Wahlkampf von Januar bis Oktober dominierten. Die SP erzielte noch 16,8 Prozent oder minus zwei Prozent: das schlechteste Wahlergebnis seit Einführung des Proporzwahl-systems vor hundert Jahren. Obwohl sich die SP seit Jahrzehnten auch als Umweltpartei positioniert, war sie 2019 im Nachteil. «Den Grünen wird von der Wählerschaft in der Umweltpolitik mehr Kompetenz zugeschrieben als der SP», sagt die Politologin Sarah Büttikofer von der Universität Zürich. Im Niedergang übernahmen Mattea Meyer und Cédric Wermuth das Parteipräsidium von Christian Levrat. Trotzdem ging die Ernüchterung weiter. Die SP verlor 13 von 16 kantonalen Wahlen, während die Grünen und Grünliberalen zulegen.

Dass die SP den letzten Wahlprognosen zufolge diesmal 1,5 Prozent zulegen dürfte und damit besser dasteht als ihre grösste Konkurrenz, die Grünen, hat für den Politologen Claude Longchamp ebenfalls mit einer Niederlage zu tun. «Die SP hat die Abstimmung über die AHV-Reform 2022 zwar verloren, aber die SP-Frauen waren extrem aktiv, konnten stark mobilisieren und in einer für die Menschen zentralen Frage den Lead übernehmen, während die Grünen weiter nach einem Rezept suchten, um den Klimawandel zu bekämpfen.»

Inzwischen gibt es in der SP keine Flügelkämpfe mehr, ihr Kurs ist links, ihre Themen sind weiterhin Gleichstellung, Umweltschutz und Kaufkraft. Die Partei kann in den Städten bei den rot-grünen Wechselwählern punkten. «Die SP hat ein Duo, das zwar teilweise umstritten ist, aber sie bringen die Partei anders als zuletzt Christian Levrat extrem vorwärts», sagt Longchamp.

Höhenflüge sind jedoch keine zu erwarten. Dabei war die SP 1995 noch stärkste Partei der Schweiz, konnte sich als Gegenpartei der SVP und als Europapartei positionieren, sprach sozialliberale Wählerschichten an und legte bis 2003 weiter zu. Danach ging es mit den Wähleranteilen stetig abwärts. «Die Generation der klassischen Arbeiterpartei ist verschwunden. Die heutigen SP-Wähler sind urbaner und intellektueller», sagt Longchamp. Die Schweizer Arbeiterschaft sei zu den Nicht-Wählenden gegangen oder durch Ausländer ohne Stimmrecht ersetzt worden. Die Herausforderung für die SP wird sein, wie sie eine Mittelstandspartei bleiben und gleichzeitig die weniger privilegierten Schichten ansprechen kann. (ted)

## Die FDP droht überholt zu werden



Die weltweite Konjunktur lässt zu wünschen übrig und das könnte der FDP im Wahlkampf eigentlich helfen, denn sie politisiert für die Wirtschaft, die Standortförderung und Wettbewerbsfähigkeit. Doch ihre Kompetenz kann sie gegenwärtig nicht recht an die Wählerin und den Wähler vermitteln. Die Menschen spüren von der weltweiten Wirtschaftskrise nur wenig, die Arbeitslosenquote bleibt stabil. Und: «Die Krise der Credit Suisse und die generell abnehmende Skepsis gegenüber Staatsinterventionen leisten der FDP keinen Vorschub», sagt der Politologe Michael Hermann.

Dabei sah es letztes Jahr noch danach aus, dass die FDP zur Gewinnerin dieses Wahljahres werden würde: Sie erzielte im Wahlbarometer vom Oktober 2022 Umfragewerte von 16,1 Prozent, also plus ein Prozent, und lag fast gleichauf mit der SP. Jetzt sieht sie sich von der Mitte bedrängt, die sie überholen könnte. Zudem hat die SVP, die während der Pandemie in eine kurze Sinnkrise stürzte, wieder Tritt gefasst. Die FDP versuche, Ärger-Themen wie die Klimakleber oder Asyl-missbrauch, klassische Themen der SVP, ebenfalls zu bewirtschaften, sagt Michael Hermann. Ob das gelingt, ist allerdings ungewiss. Ähnlich sieht das Politologe Claude Longchamp: «Die FDP präsentiert sich als die vernünftige Alternative zur SVP, aber das ist relativ waghalsig.» Der Grund: Weil sie helfe, die Themen für die SVP auszureisen, es aber fraglich sei, ob die FDP eine reale Alternative biete, könnte sie so Wähler an die SVP verlieren. Das Zusammenrücken von SVP und FDP zeigt sich auch in den Listenverbindungen, die die SVP und FDP eingehen und die in Kantonen für Kontroversen sorgten.

Die FDP, die einst alle Bundesräte stellte, muss sich nun also Sorgen machen, auf die Dauer sogar nur noch mit einem Bundesrat vertreten zu sein. Spätestens seit den Nullerjahren büsst die Partei Wählerinnen und Wähler ein. «Die FDP bekam Konkurrenz von der Autopartei und dann von der SVP», sagt Hermann. Und seit den Nullerjahren komme das Wirtschaftsliberale weniger bei der Bevölkerung an.

Das elitäre Image hilft der Partei ebenfalls nicht: «Die FDP muss aufpassen, dass sie nicht zur Porsche-Partei, zur Partei der gut Verdienenden wird», sagt Hermann. Denn diese Wählerschicht sei relativ klein. (ks)

## Die Mitte auf der Überholspur



Die Nachkriegszeit war die goldene Zeit der CVP, mit 23,2 Prozent kam sie 1955 der FDP (25,5) gefährlich nahe. Es waren die Jahre des sozialen Aufbaus und Zusammenhalts, dieser Zeitgeist passte zur damaligen CVP. Doch seit den 80er-Jahren ging es mit der Partei praktisch nur noch abwärts. Als Folge der Individualisierung und Säkularisierung der Gesellschaft entzogen ihr mehr und mehr Wählerinnen und Wähler das Vertrauen, Konservative unter ihnen verlor sie an die SVP.

In den 90er-Jahren begann mit dem Aufstieg der SVP auch die Zeit der Polarisierung, die der CVP als Zentrumsparterie nicht liegt, beobachtet Politologe Claude Longchamp. 2003 verlor sie ihren zweiten Bundesratsstiz an die SVP. Obwohl sie sich 2007 dank ihrer sehr populären Bundesrätin und vormaligen Parteipräsidentin Doris Leuthard leicht erholt, die für die Modernisierung der Partei stand, drohte der Absturz in die Bedeutungslosigkeit: Die CVP rutschte 2019 mit 11,4 Prozent nahe an die 10-Prozent-Schwelle herab. Bereits vorher hatte Parteipräsident Gerhard Pfister der Partei eine radikale Erneuerung verschrieben. «Pfister und seine Partei haben sich seither entfernt vom religiös-konservativen Kurs, den sie etwa bei der Islamismusdebatte noch verfolgte», sagt der Politologe Michael Hermann. Seit dem Angriffskrieg auf die Ukraine positioniere sich die Mitte als Verfechterin der Demokratie. «Die Wertedebatte wurde säkularisiert», sagt Hermann. Das zeigt sich auch im neuen Namen der fusionierten Partei aus CVP und BDP, der keinen religiösen Bezug mehr hat.

Die Fusion scheint ein Befreiungsschlag gewesen zu sein: Laut Prognosen könnte die Mitte nun sogar neue Wählerinnen und Wähler gewinnen. «Für die Mitte wäre es schon eine Leistung, wenn sie den Wähleranteil CVP-BDP halten kann, das hat die FDP damals bei der Fusion mit den Liberalen nicht geschafft», konstatiert Hermann. Wie schafft die Mitte das? «Die Themenlage kommt der Mitte entgegen», sagt Hermann. Steigende Preise und Mieten führten dazu, dass sich die Wählerschaft finanzielle Entlastung wünsche. Der bürgerliche Kern mit einer sozialen Ader, der die Mitte kennzeichnet, sagt Hermann, passe gut dazu. Und: «Durch die Fusion ist die Mitte jetzt wählbarer geworden, sie hat es geschafft, aus dem katholischen Milieu auszubrechen.» (ks)

## Den Grünliberalen fehlt die Schlagkraft



Die Grünliberalen (GLP) gelten mit einem Wähleranteil von unter 10 Prozent als kleine Partei. Denn die GLP ist ein Neuling: Sie ging 2007 aus den liberalen Flügeln der Grünen Partei hervor und rekrutierte wenig später auch ökologische Exponenten der Freisinnigen und der Liberalen. «Der Aufschwung gelang 2019, also in einer Zeit, wo in der Schweiz Stabilität herrschte und progressiver Aufbau gefragt war», sagt der Politologe Michael Hermann. 2019 war sie eine der Gewinnerinnen der grünen Welle und kam auf 7,8 Prozent.

Damals setzte sie neben den pragmatischen, technischen Lösungen für den Klimawandel auf die Europa-Frage und vertrat ein liberales Gesellschaftsbild, weshalb sie für die «Ehe für alle» einstand. Aber Letzteres ist nun umgesetzt. Auch die Europa-Frage zündet in der öffentlichen Debatte nicht mehr. «Obwohl nun der Scherbenhaufen nach dem Abbruch der Verhandlungen mit der EU gross ist, thematisiert das keine Partei in ihrem Wahlkampf», beobachtet der Politologe Claude Longchamp. Ausserdem schreiben sich Umweltthemen

inzwischen alle Parteien auf die eine oder andere Art auf die Fahne. «Energietheemen sind heute Mainstream», sagt Michael Hermann. Der GLP bleibt deshalb kein schlagkräftiges Kernthema mehr, womit sie sich profilieren könnte.

«Die GLP hat es bisher nicht geschafft, ein Thema zu setzen, über das die anderen Parteien sprechen müssen», stellt Claude Longchamp fest. «Die Grünliberalen sind eine junge Partei. Da bleibt die Hauptaufgabe, die mit einem unverwechselbaren Anker bekannt zu machen», ergänzt er. Das sei der Klimaschutz mit technologischen Mitteln. Ob das für 10 Prozent Wählende reiche, sei aber offen, denn schon der Versuch, die Europapartei der Schweiz zu werden, sei in den Ansätzen stecken geblieben.

Immerhin bleibt der GLP der Vorteil, dass sie sowohl mit der Mitte als auch mit der Linken Listenverbindungen eingehen kann und dies bei den diesjährigen Wahlen nutzt. Ob sie aber die 10-Prozent-Hürde, die sie sich zum Ziel gesetzt hat, schaffen wird, ist mehr als fraglich. (ks)

Die Parteienstärke seit 1991 (der heute sechs grössten Parteien)

