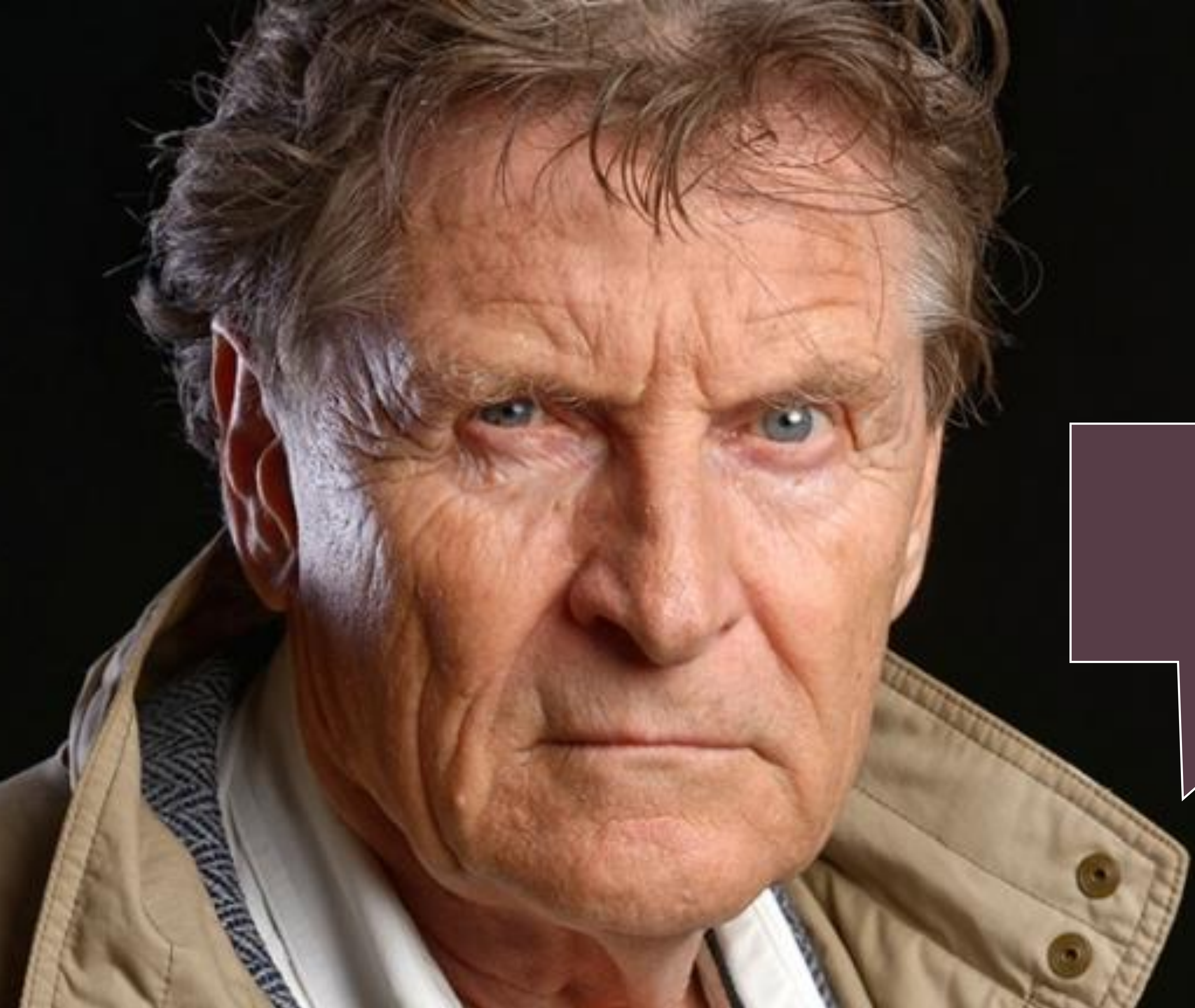


Wahljahr 2019: Ein Theater in drei Akten

Mitgliederversammlung Fachverband Sucht 08.05.2019



Cloé Jans, Leiterin operatives Geschäft



1. Akt: Trends

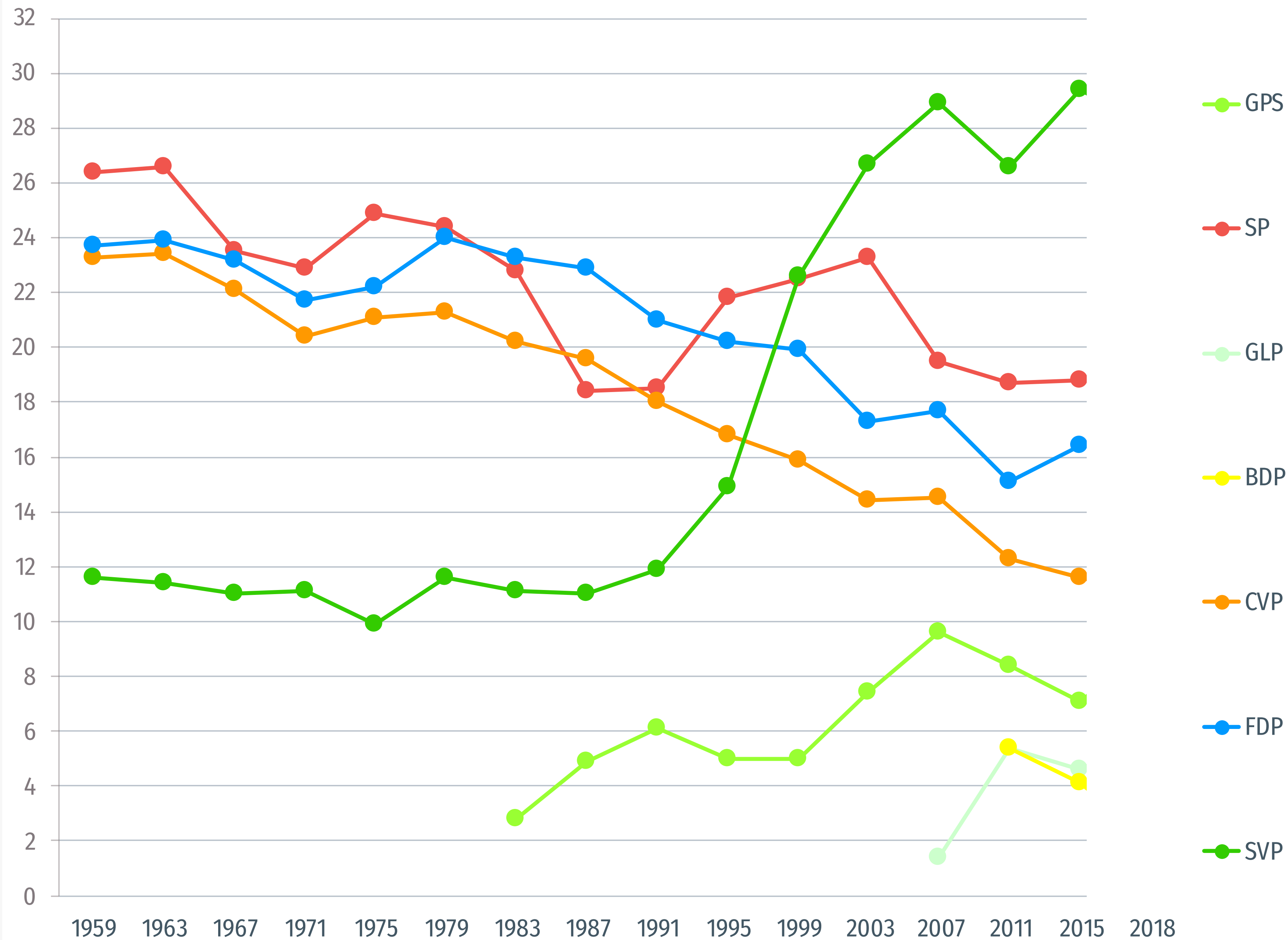
«was bisher
geschah»

Parteistärken im Trend 1959 – 2018

in % Wählende

RECHTS-
RUTSCH?

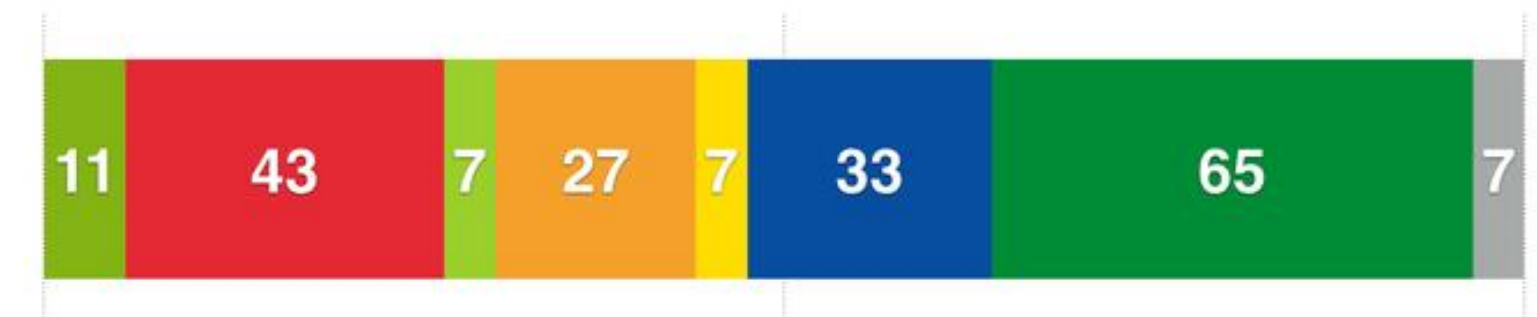
1959-2015: © SRG SSR/gfs.bern/Bundesamt für Statistik, provisorische Resultate vom 18.10.2015
 2018: © gfs.bern, Wahlanalyse Ringier, September 2018 (n = 23'652)



Koalitionen 2015-2019

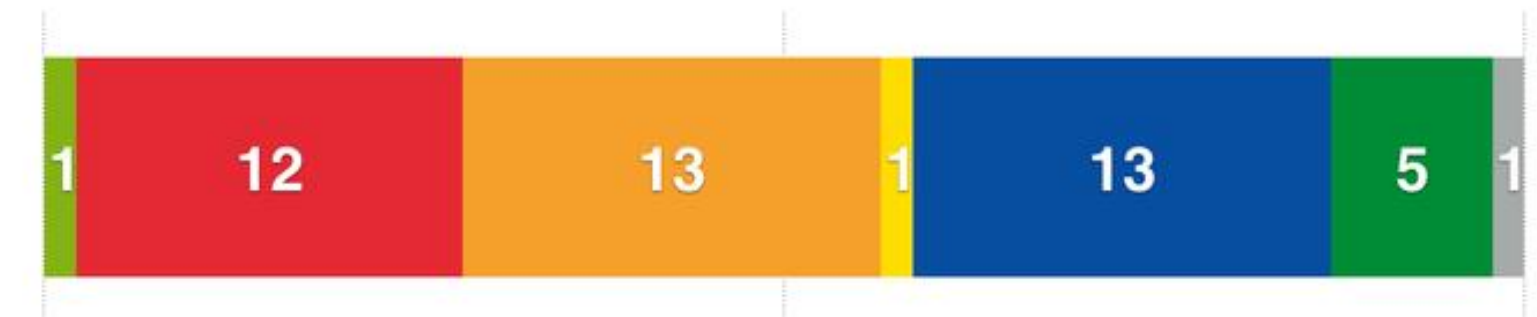
Nationalrat (abs. Mehr 101 Stimmen)

- Links: **55**
- Mitte: **43**
- Rechts: **101**



Ständerat (abs. Mehr 23 Stimmen)

- Links: **13**
- Mitte: **14**
- Rechts: **19**

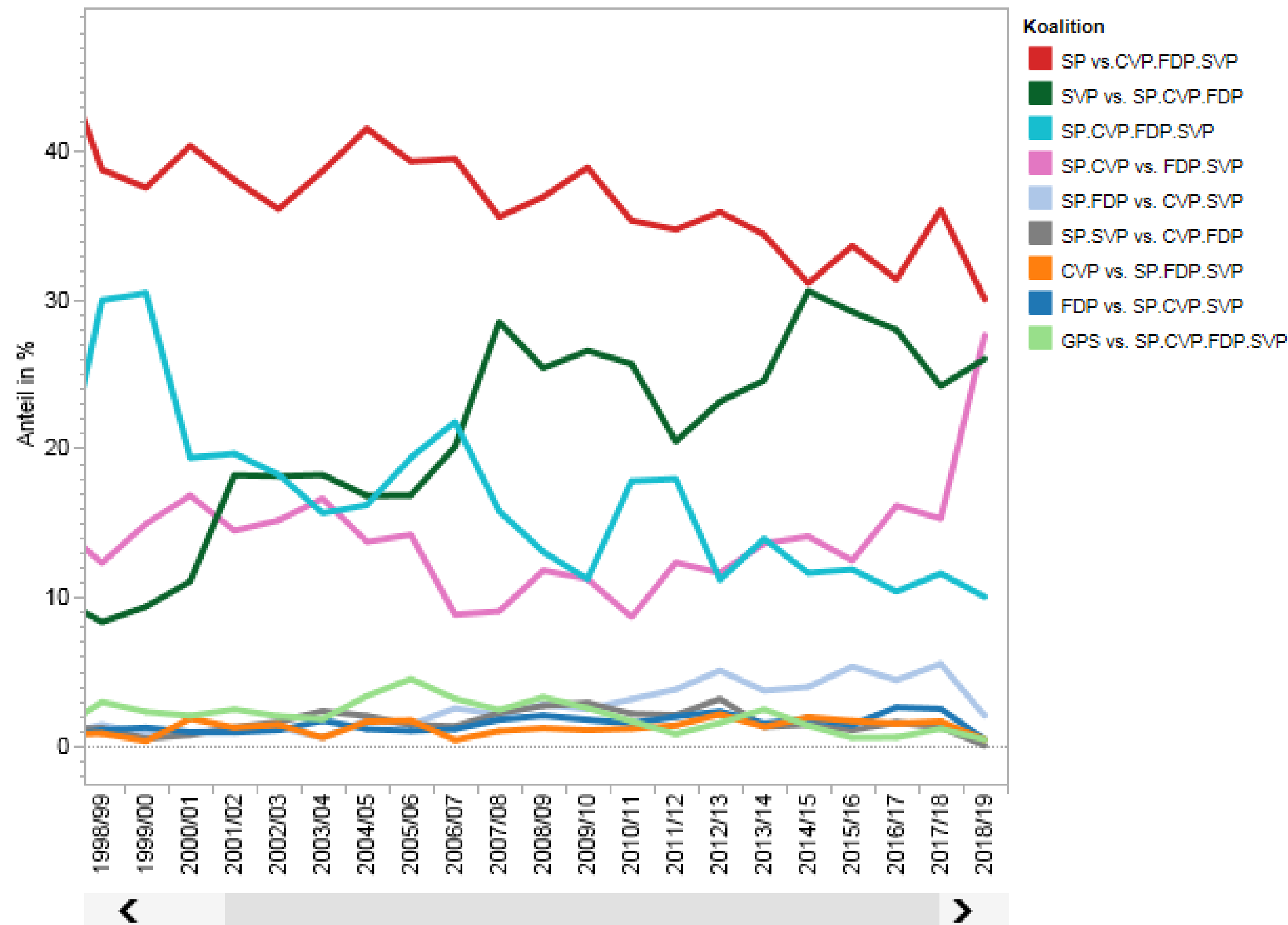


Polarisierterer Pluralismus

Rasanter Anstieg der starken Polarisierung

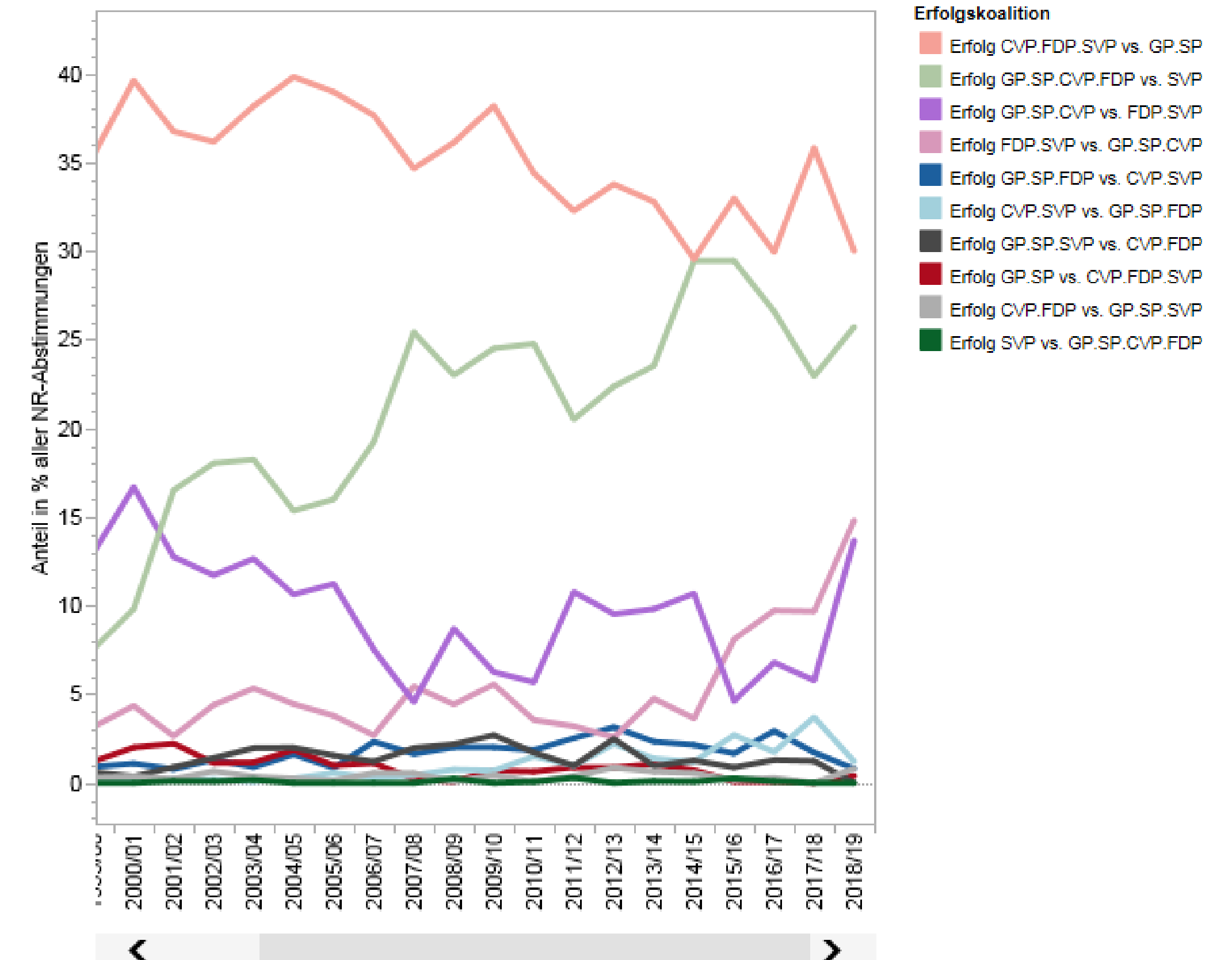
Koalitionen: rechts gewinnt häufiger

Koalitionsbildung in NR-Abstimmungen
Prozentualer Anteil pro Parlamentsjahr



Die Grafik zeigt die prozentuale Häufigkeit von ausgewählten Koalitionsmustern in NR-Abstimmungen pro Parlamentsjahr.

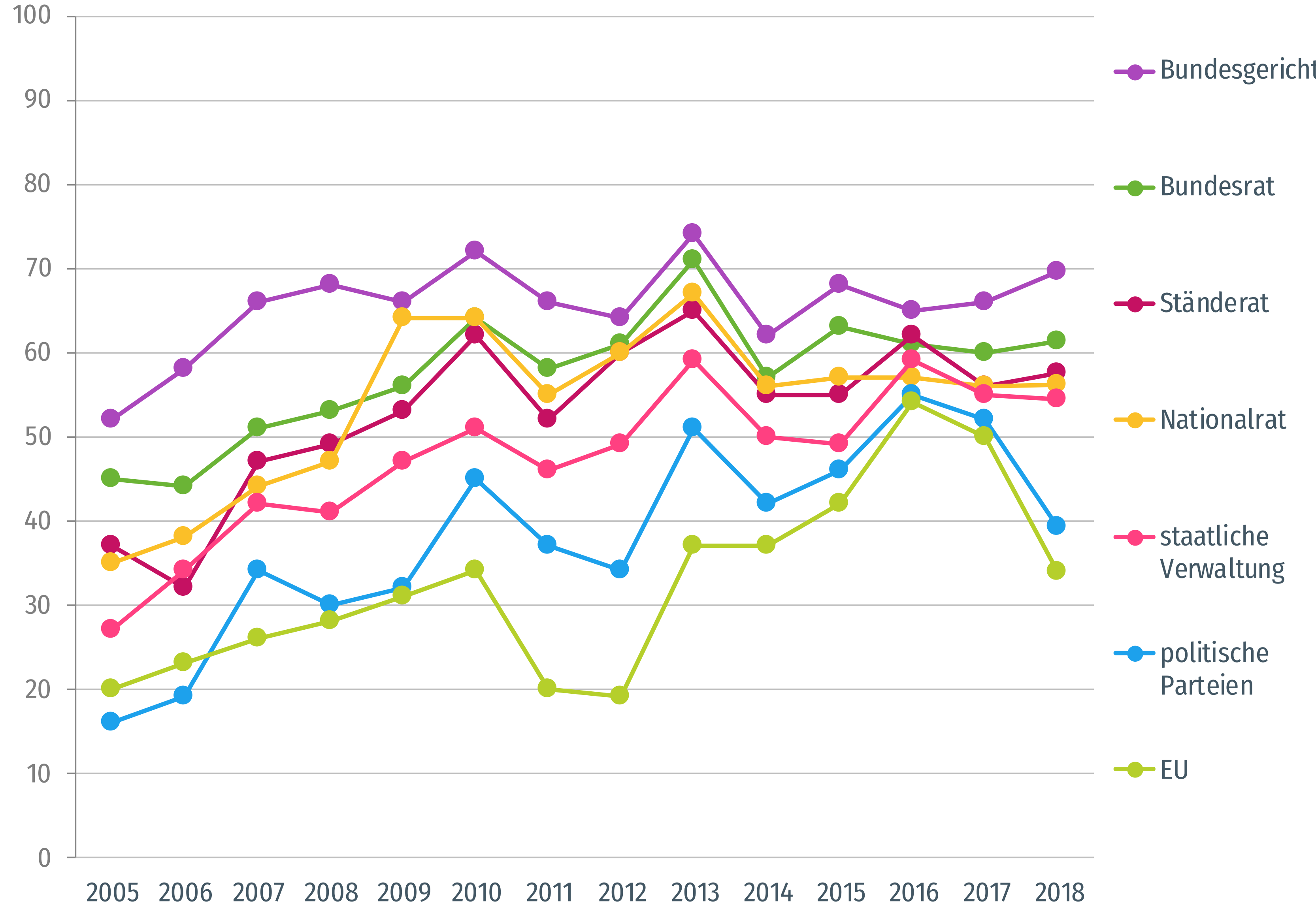
Koalitionserfolg in NR-Abstimmungen
Prozentualer Anteil pro Parlamentsjahr



Die Grafik zeigt die prozentuale Häufigkeit des Erfolgs ausgewählter Koalitionsmuster in NR-Abstimmungen pro Parlamentsjahr.

Vertrauen in politische Parteien sinkt

in % Stimmberechtigte,
Anteil Vertrauen (5-7 auf Skala von 1 bis 7)



Fassen wir zusammen:

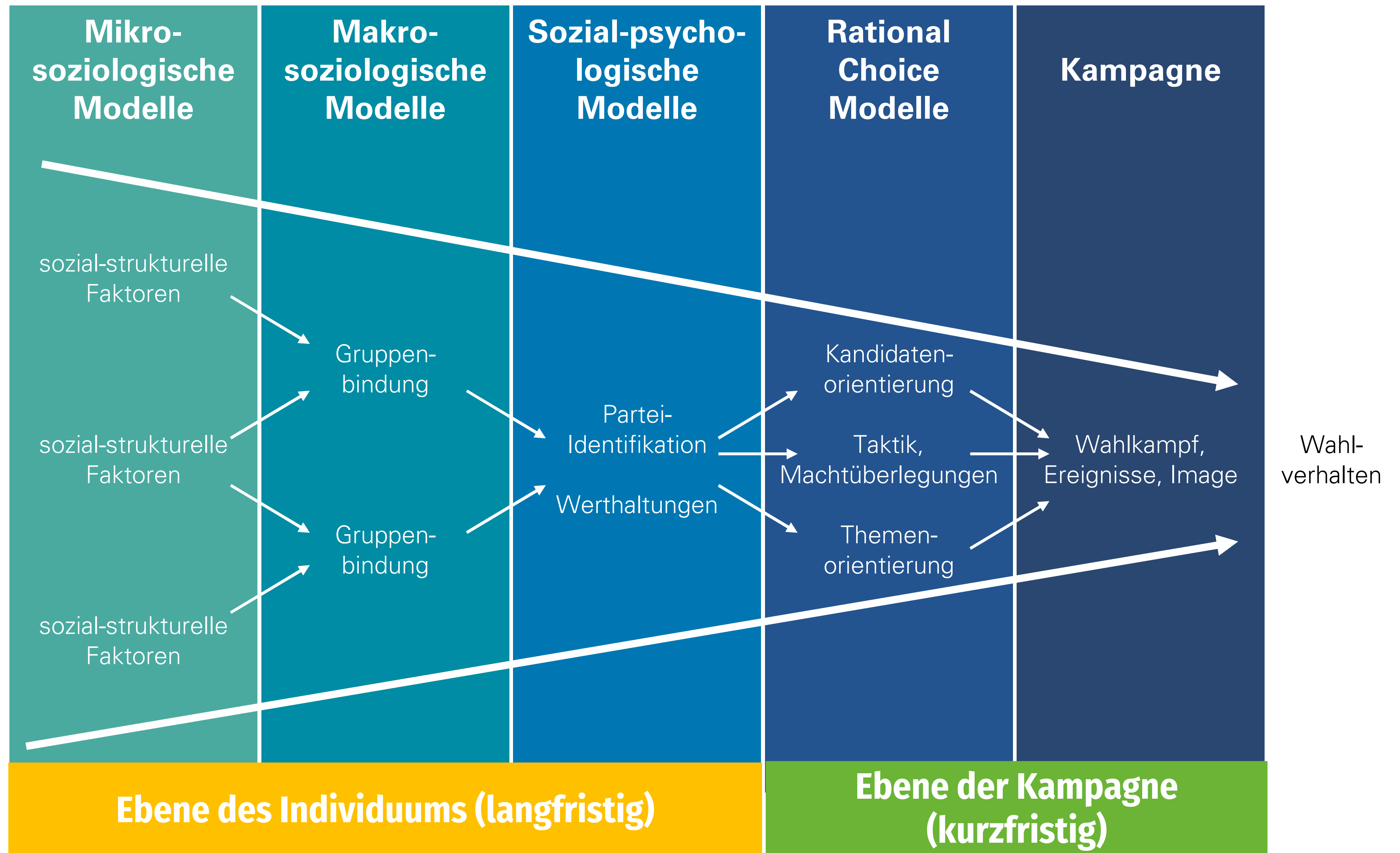
- 1. Rechtsrutsch: ja, aber...**
- 2. Fragmentierung im Zentrum:
neue vs. alte Mitte**
- 3. wachsende Uneinigkeit –
polarisierter Pluralismus**
- 4. Vertrauensverlust in Parteien
(nicht Institutionen)**





2 Akt: Themen

Neues Wahlmodell gfs.bern

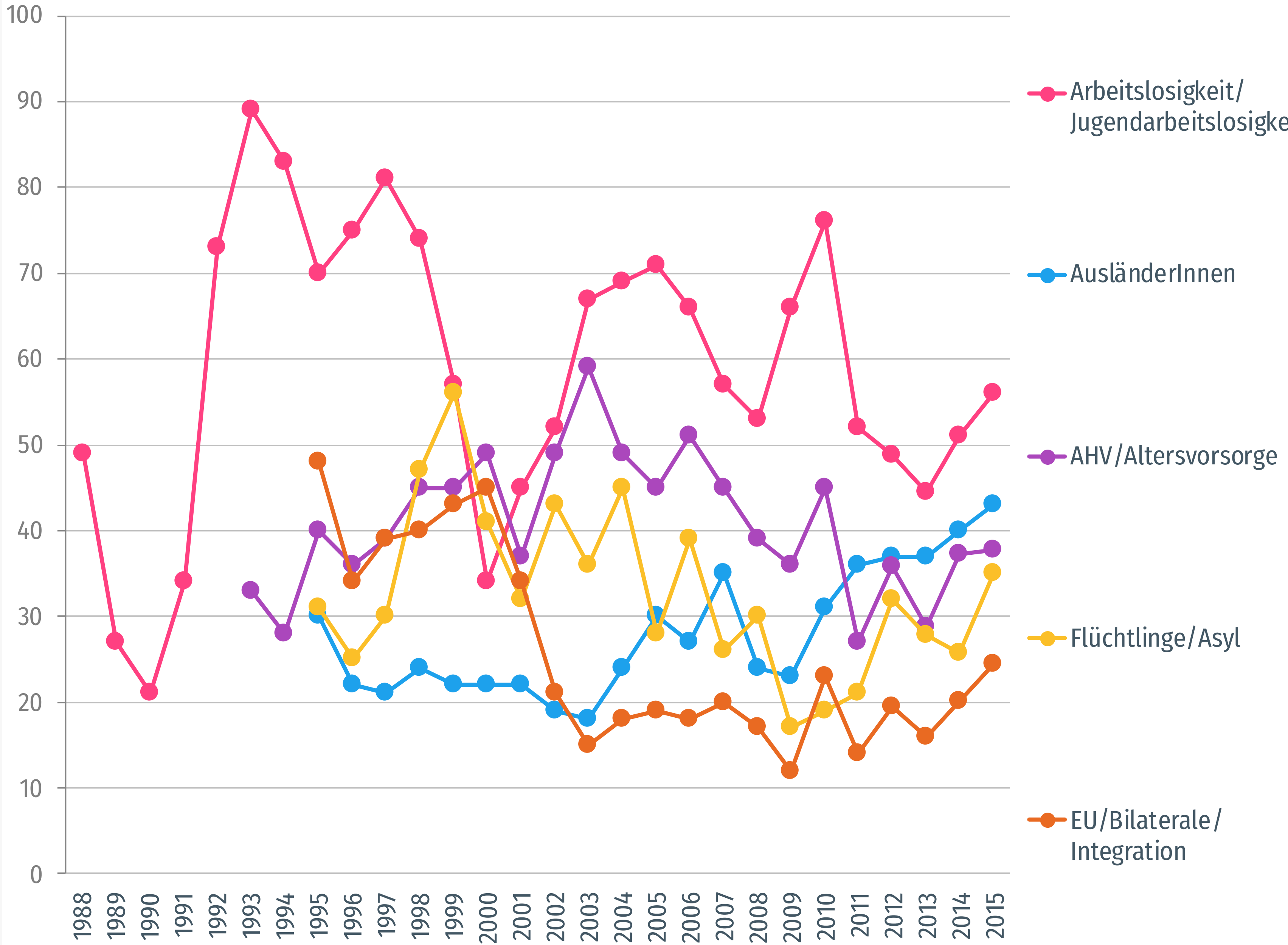




**«WIR
SCHAFFEN
DAS»**

Top 5 Sorgen 2015

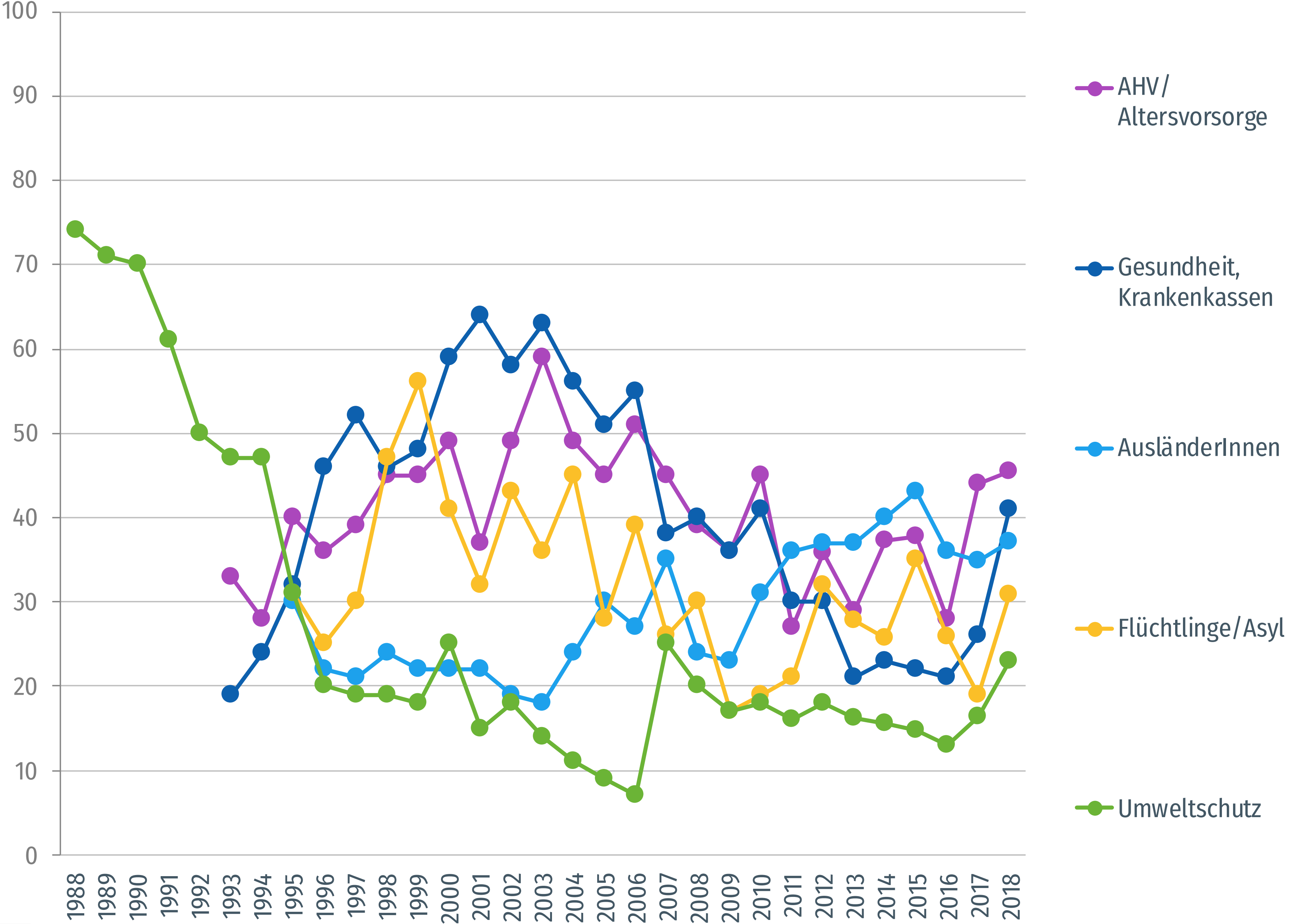
in % Stimmberechtigte, Anteil Nennungen



© gfs.bern, CS Sorgenbarometer, August 2018 (N jeweils ca. 1000)

Top 5 Sorgen 2018

in % Stimmberechtigte, Anteil Nennungen

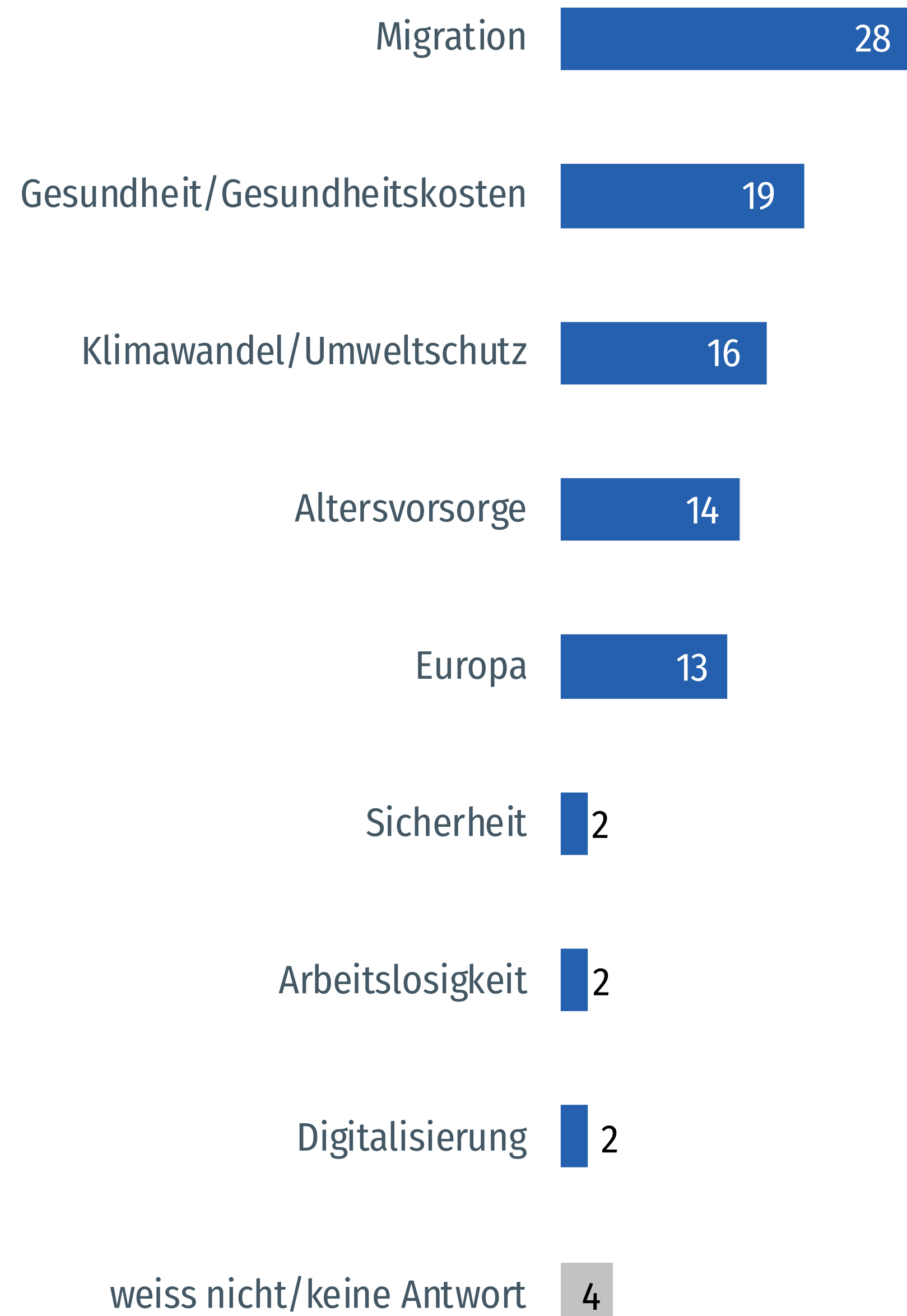


© gfs.bern, CS Sorgenbarometer, August 2018 (N jeweils ca. 1000)

Wichtigkeit Themen für Entscheid

"2019 sind Wahlen für den National- und für den Ständerat. Welches dieser Themen ist für Ihren Entscheid für oder gegen eine Partei besonders wichtig?"

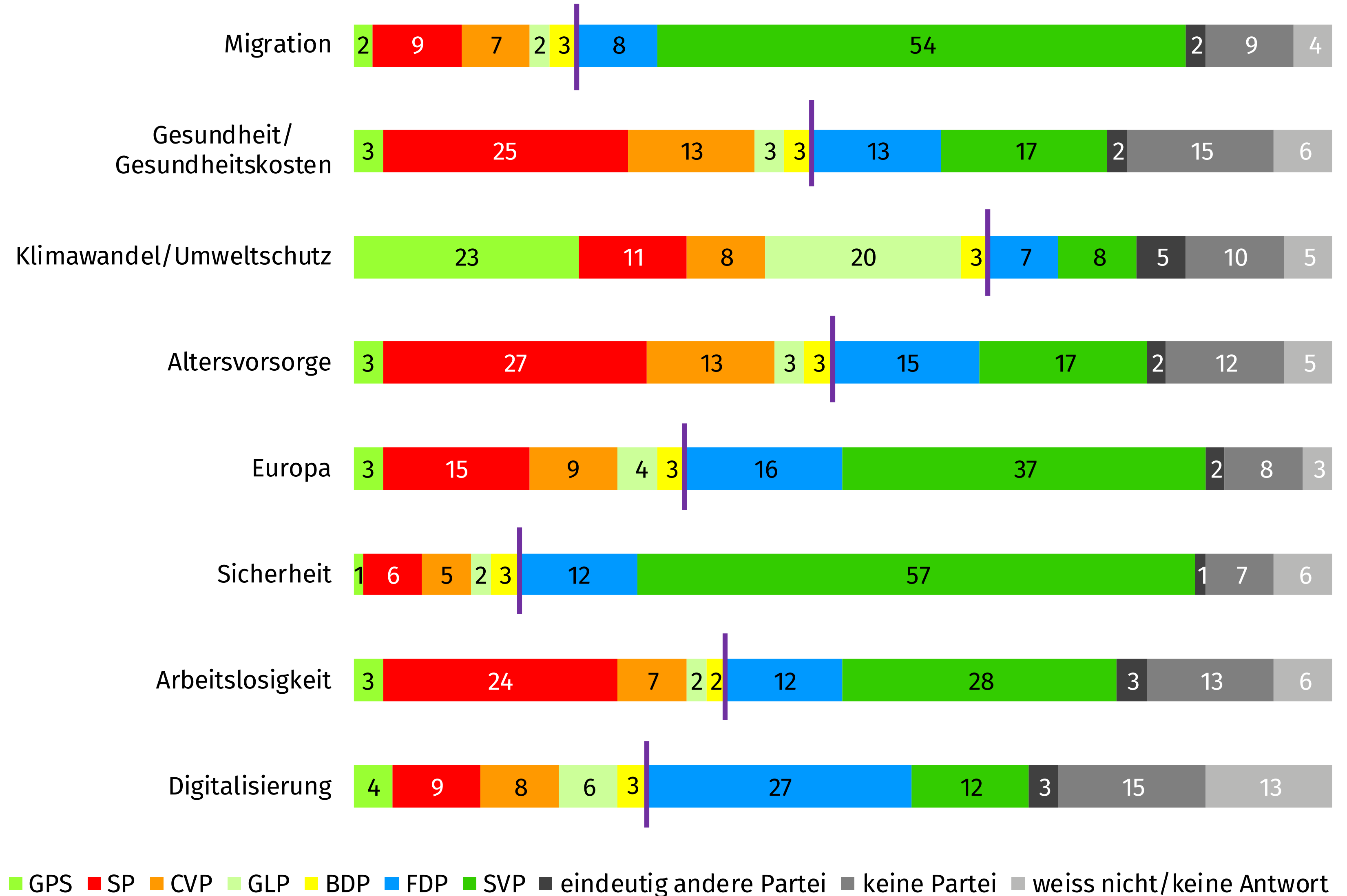
in % Stimmberechtigte, die bestimmt teilnehmen wollen



Beste Partei für Problemlösung

"Welche Partei bietet Ihrer Ansicht nach die überzeugendsten Lösungen zu diesen Herausforderungen?"

in % Stimmberechtigte, die bestimmt teilnehmen wollen und für die das Problem sehr/eher dringend ist





Gesundheitshemen

in % Stimmberechtigte, Anteil Nennungen

Rangfolge:

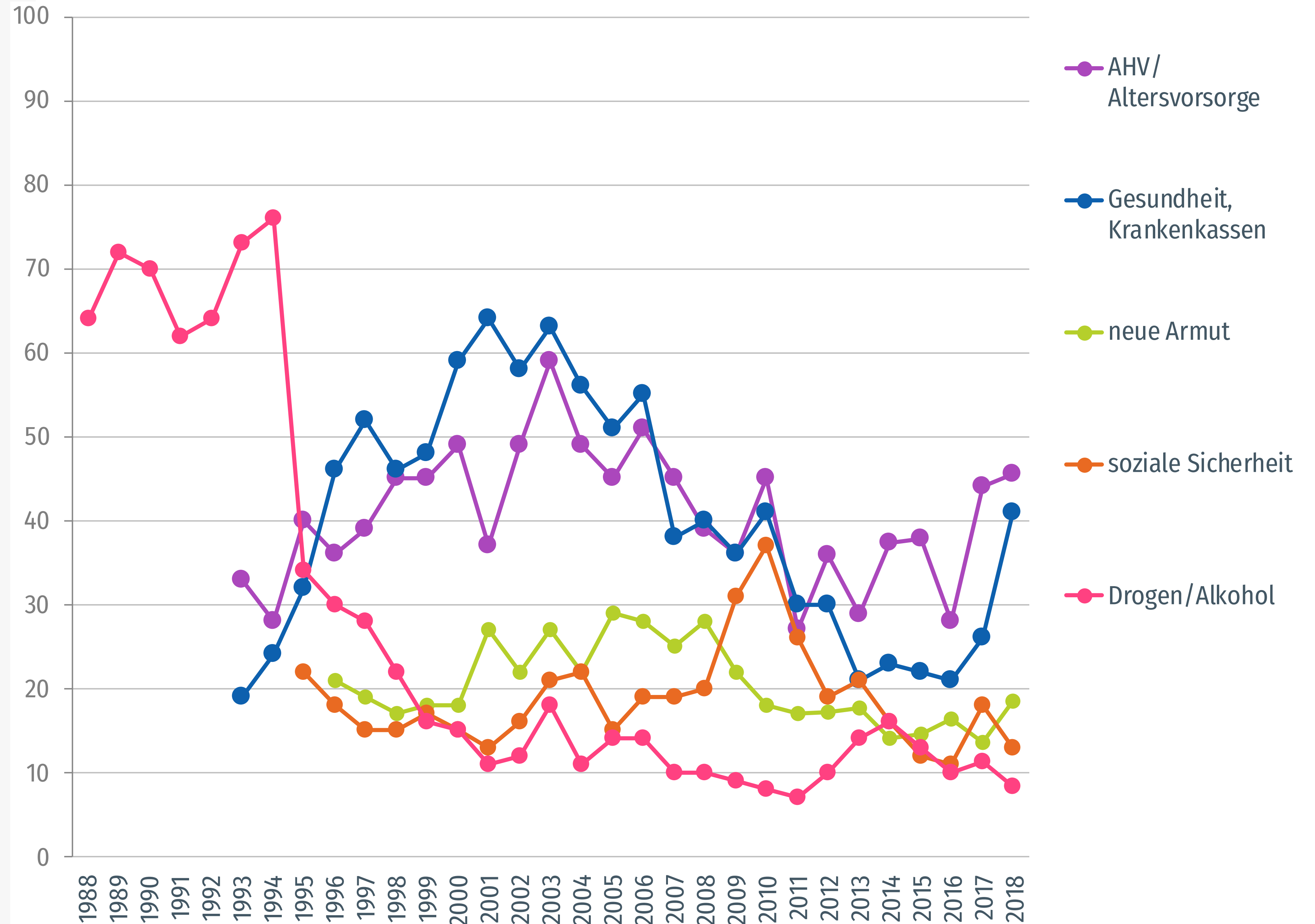
AHV: 1

Gesundheit: 2

neue Armut: 8

Soziale Sicherheit: 13

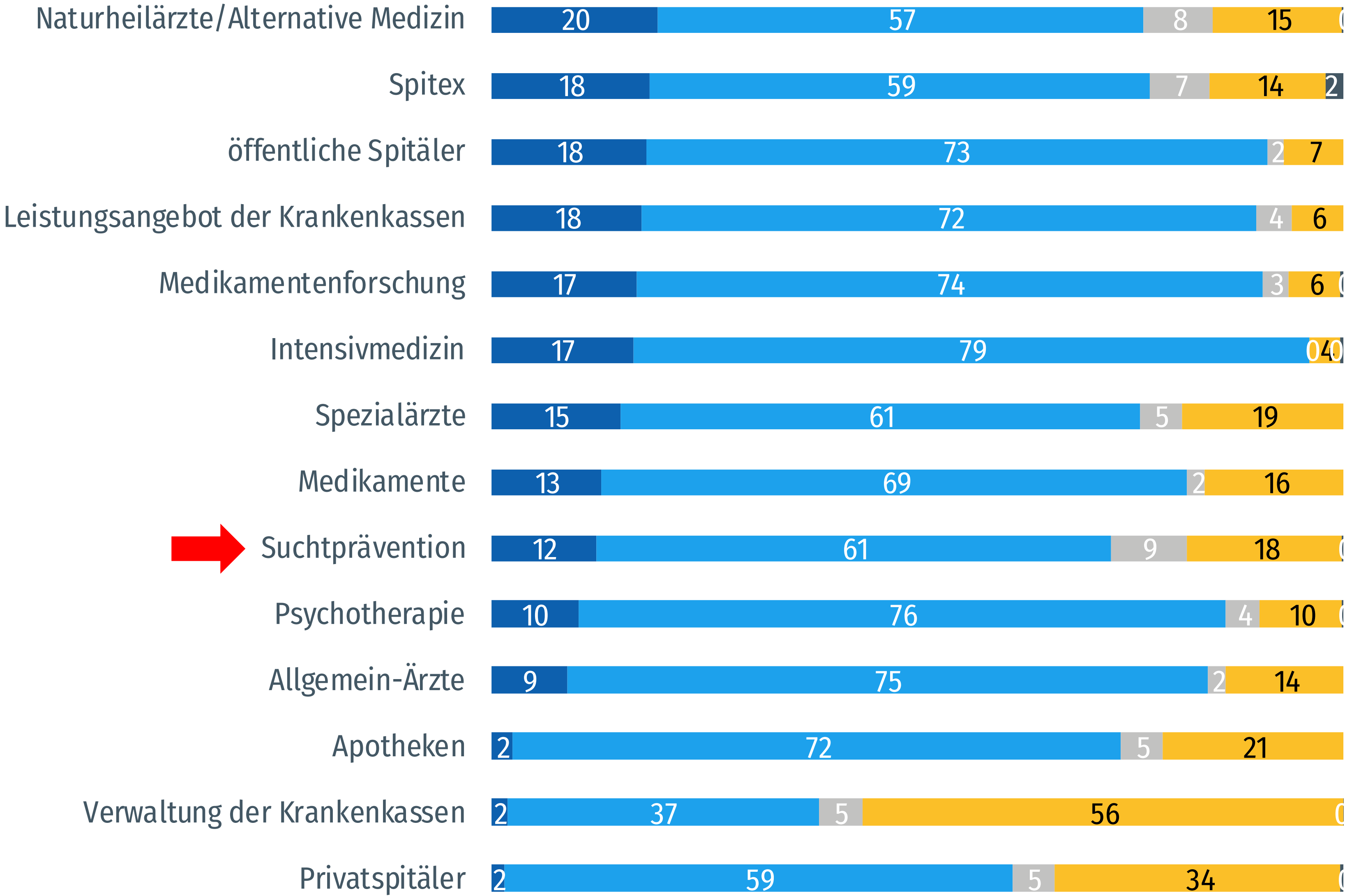
Drogen/Alkohol: 22



Verteilung der Finanzen Gesundheitswesen

"Nehmen wir an, Sie könnten im Gesundheitswesen selbst über die Verteilung der Finanzen entscheiden. Allerdings müssten Sie dabei mit den vorhandenen Mitteln auskommen. Wo würden Sie weniger, wo etwa gleichviel wie heute, wo mehr einsetzen?"

in % Stimmberechtigter

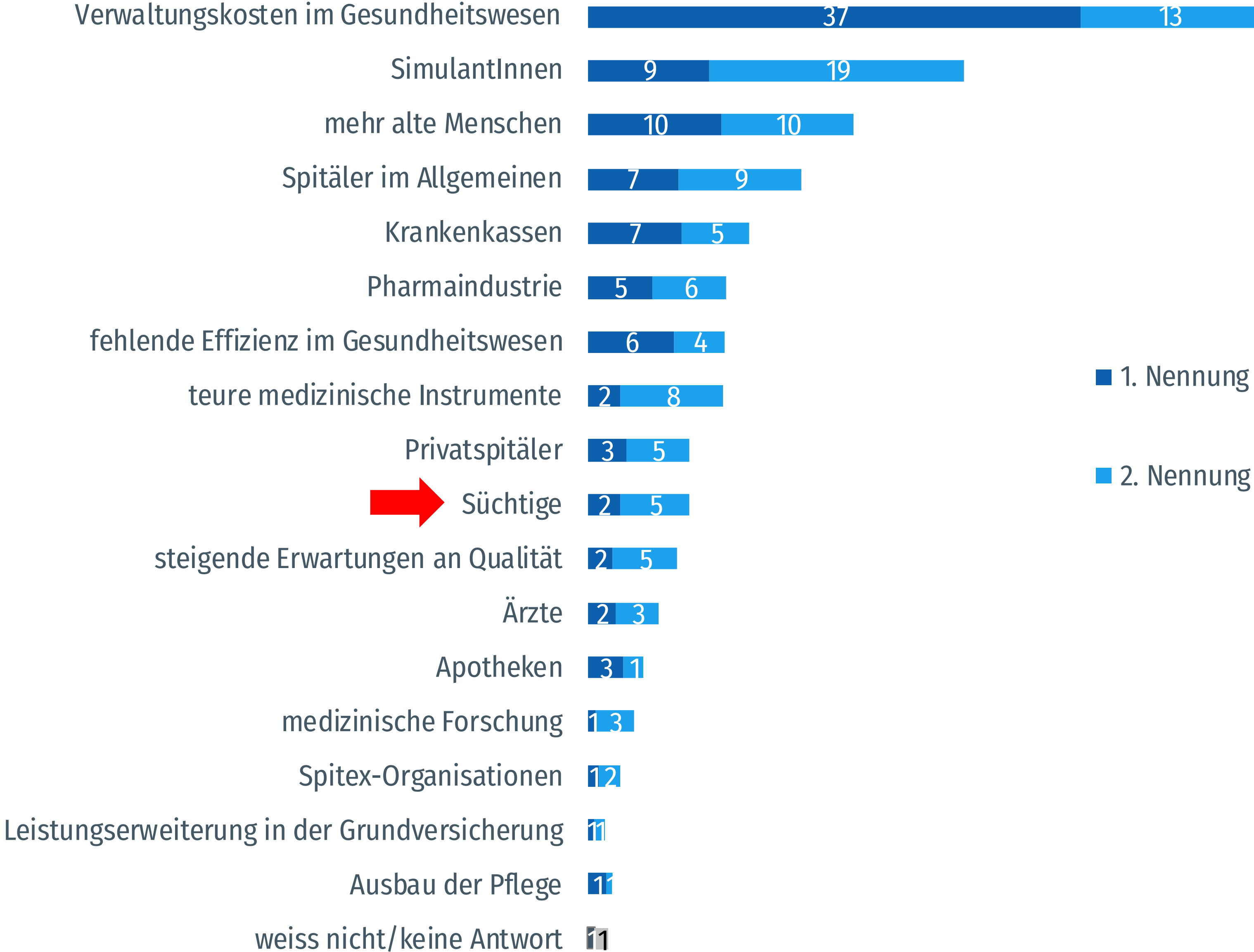


■ eher mehr ■ gleich viel wie bisher ■ weiss nicht/keine Antwort ■ eher weniger ■ kenne ich nicht

Verursacher für die Steigerung der Krankenkassenprämien

"Ich gebe Ihnen hier eine Liste mit verschiedenen Verursachern für die Steigerung bei den Krankenkassenprämien. Welcher ist für Sie der hauptsächlichste Grund?"

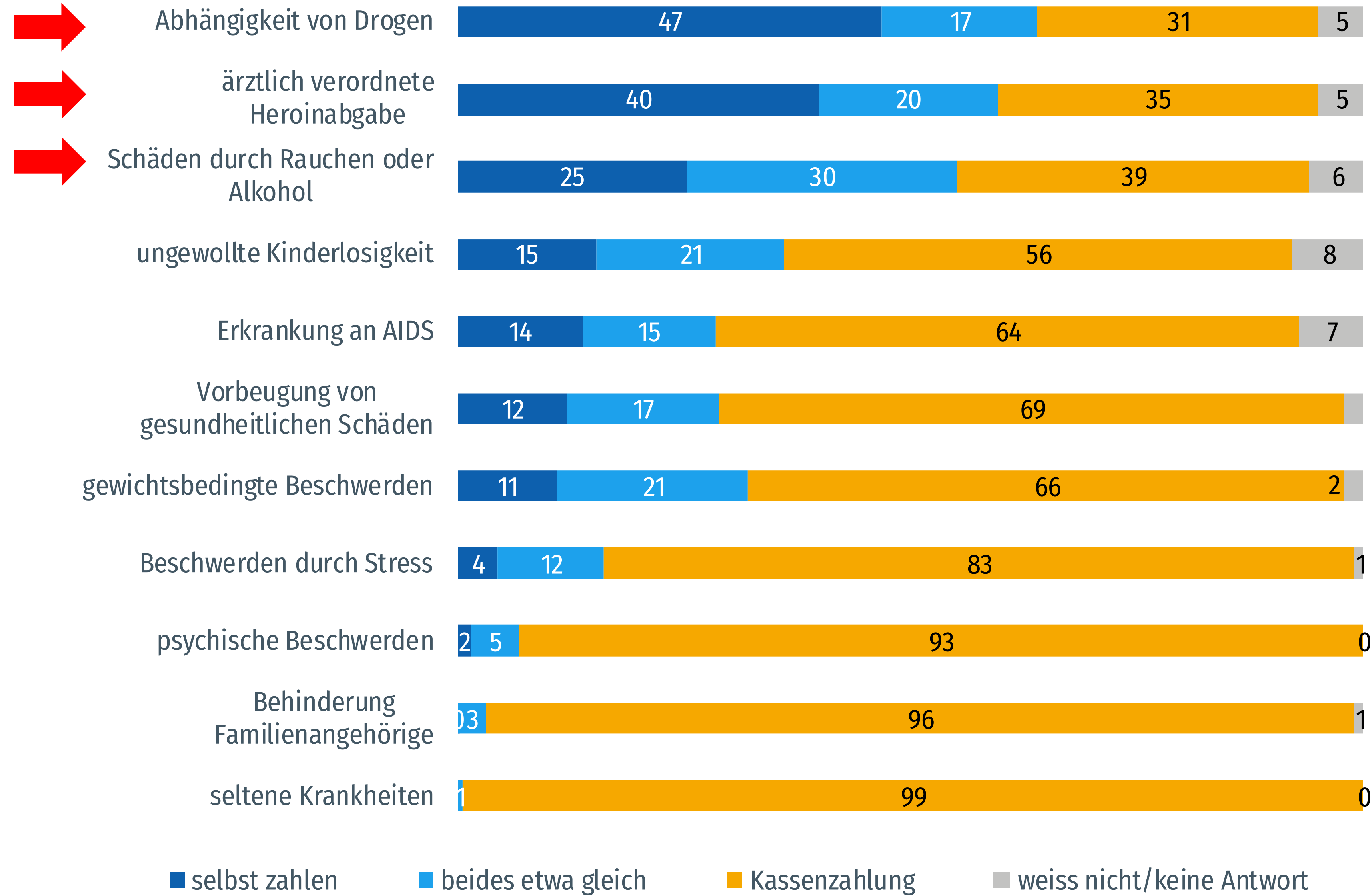
in % Stimmberechtigter



Selbstbezahlte Leistungen / Krankenkassenleistungen

"Ich nenne Ihnen im Folgenden ein paar Situationen, wo Leistungen in der Grundversicherung vergütet werden können. Bitte sagen Sie mir bei jeder, wann Ihrer Ansicht nach der Betroffene selbst die Leistungen bezahlen sollte und wann Sie der Ansicht sind, dass die Kassen dies tun sollten?"

in % Stimmberechtigter



Fassen wir zusammen:

1. **Globalisierungskonflikte (Migration, Souveränität, Ökologie)**
2. **Grosser SVP-Zyklus am Kippen**
3. **Klima-Kontroverse wichtigstes Thema**
4. **Viele Baustellen:** Rahmenabkommen, Krankenkassen, Rentenreform, Steuerreform, CO2-Gesetz, indirekt Energiewende
5. **Suchtfragen haben schwerem Stand vor Hintergrund Kostenersparnisse**

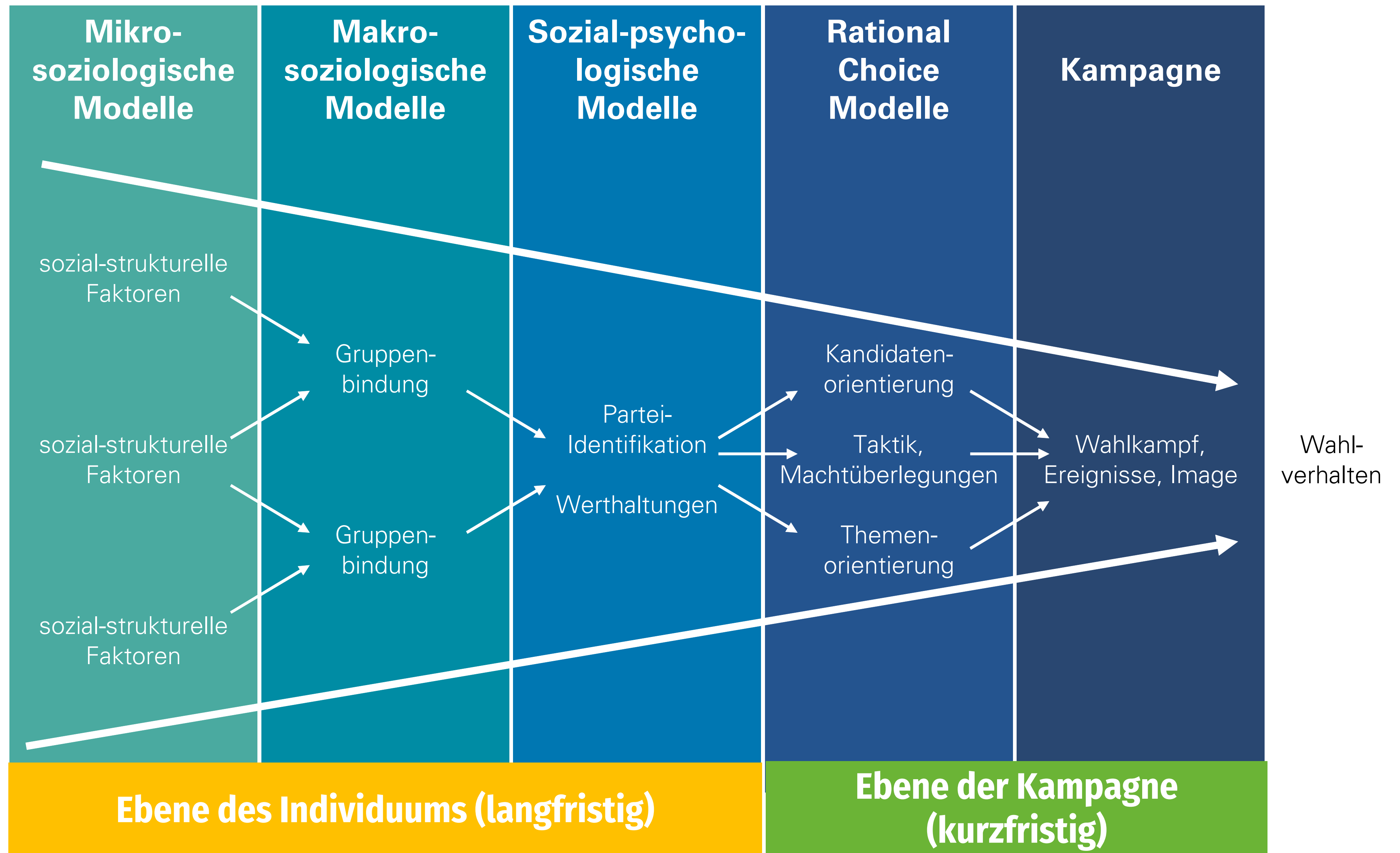


3 Akt: Taktik

GEWINNT
GELD
IMMER?



Neues Wahlmodell gfs.bern



Politikvermittlung als politisches Marketing

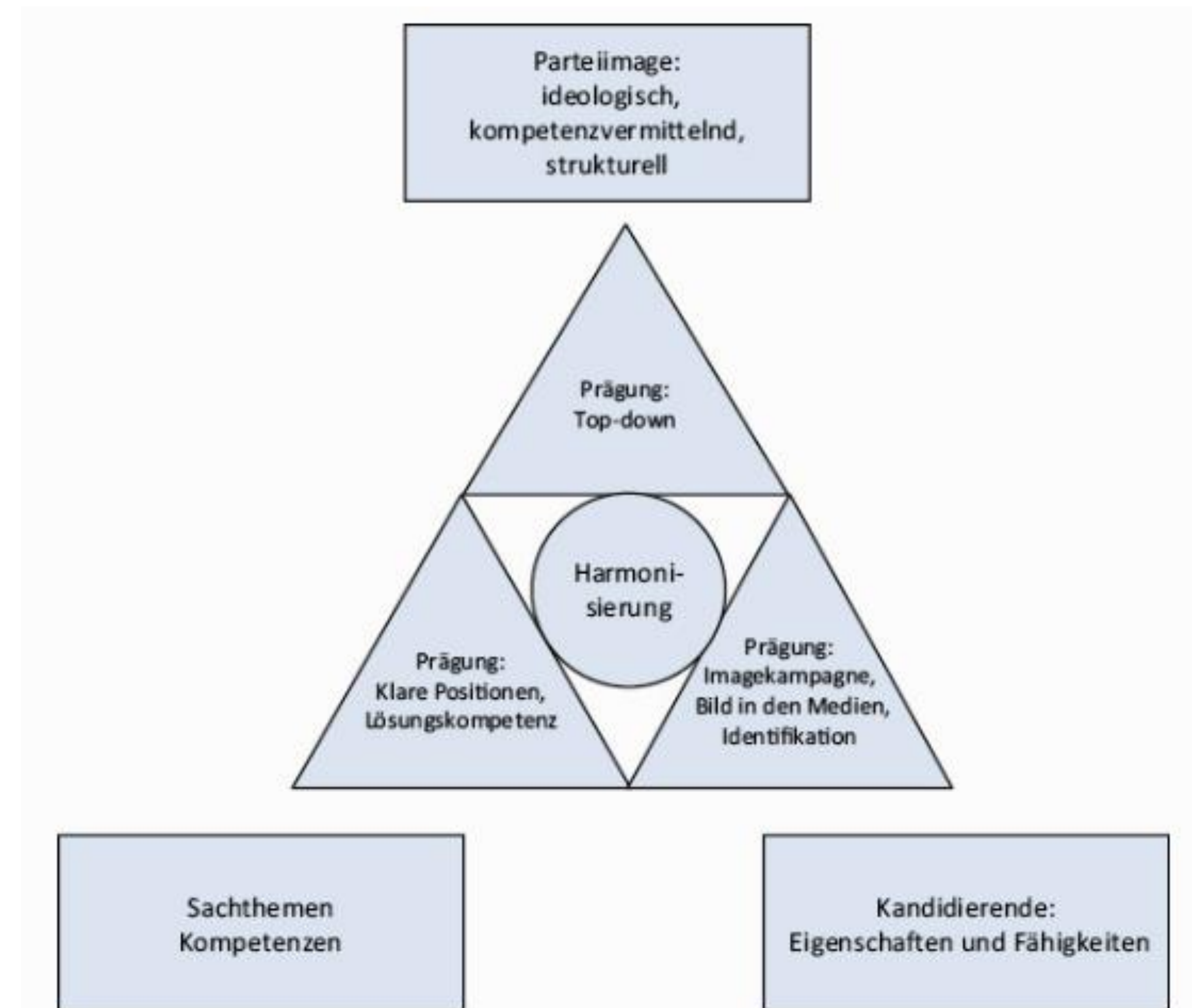
(nach Silvano Moeckli)

■ Drei Ansatzpunkte:

- generelles **Image** (Bsp. SVP/BDP)
- **Sachthemen**
- **Kandidierende**

■ Suche nach Übereinstimmung

- top-down
- Positionen/Kompetenzen
- Bekanntheit/Image von Top-Kandidaten

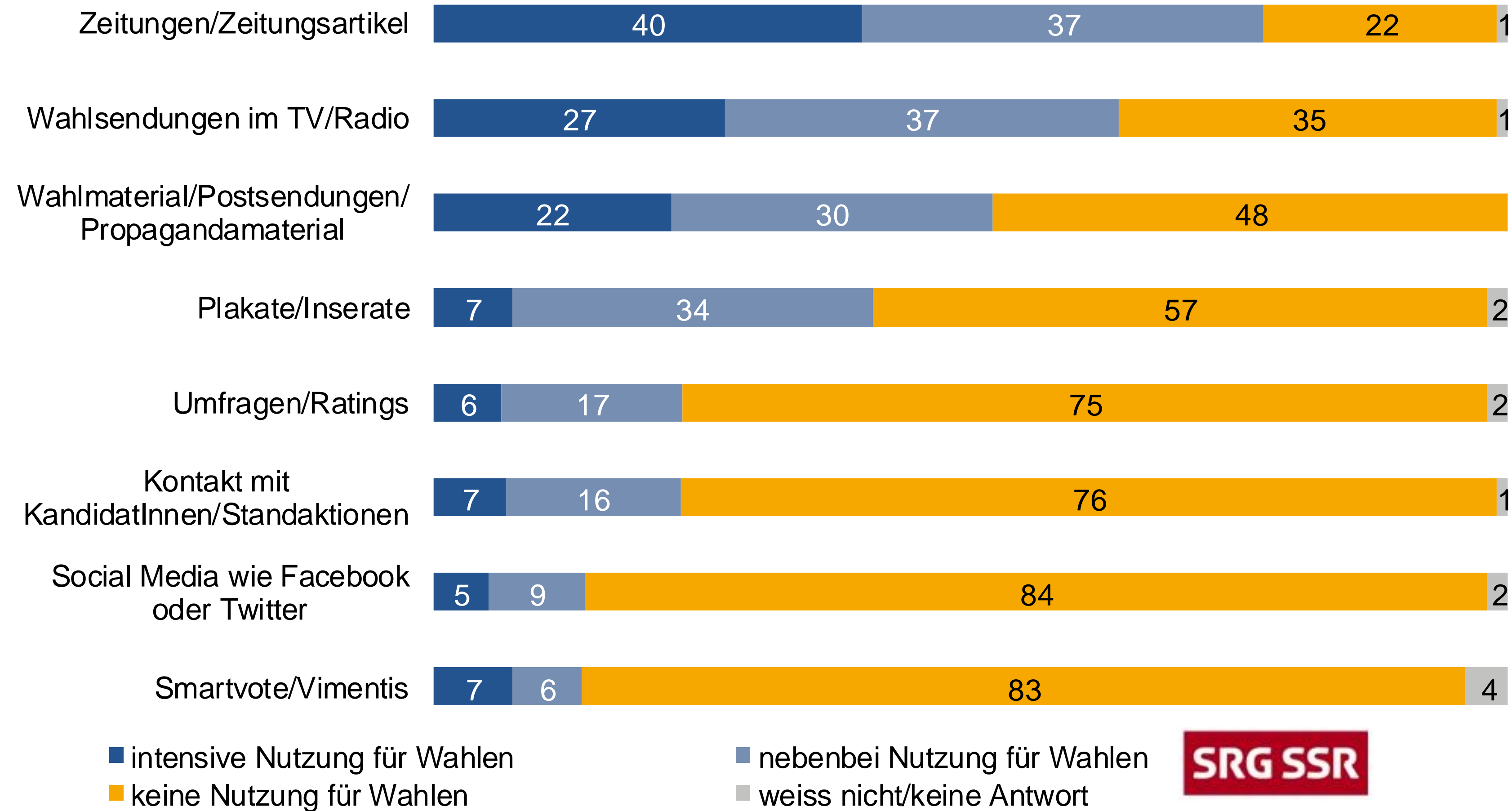


© Silvano Moeckli

Abbildung 2: Die drei politischen Produkte Parteiimage, Sachthemen, Kandidierende

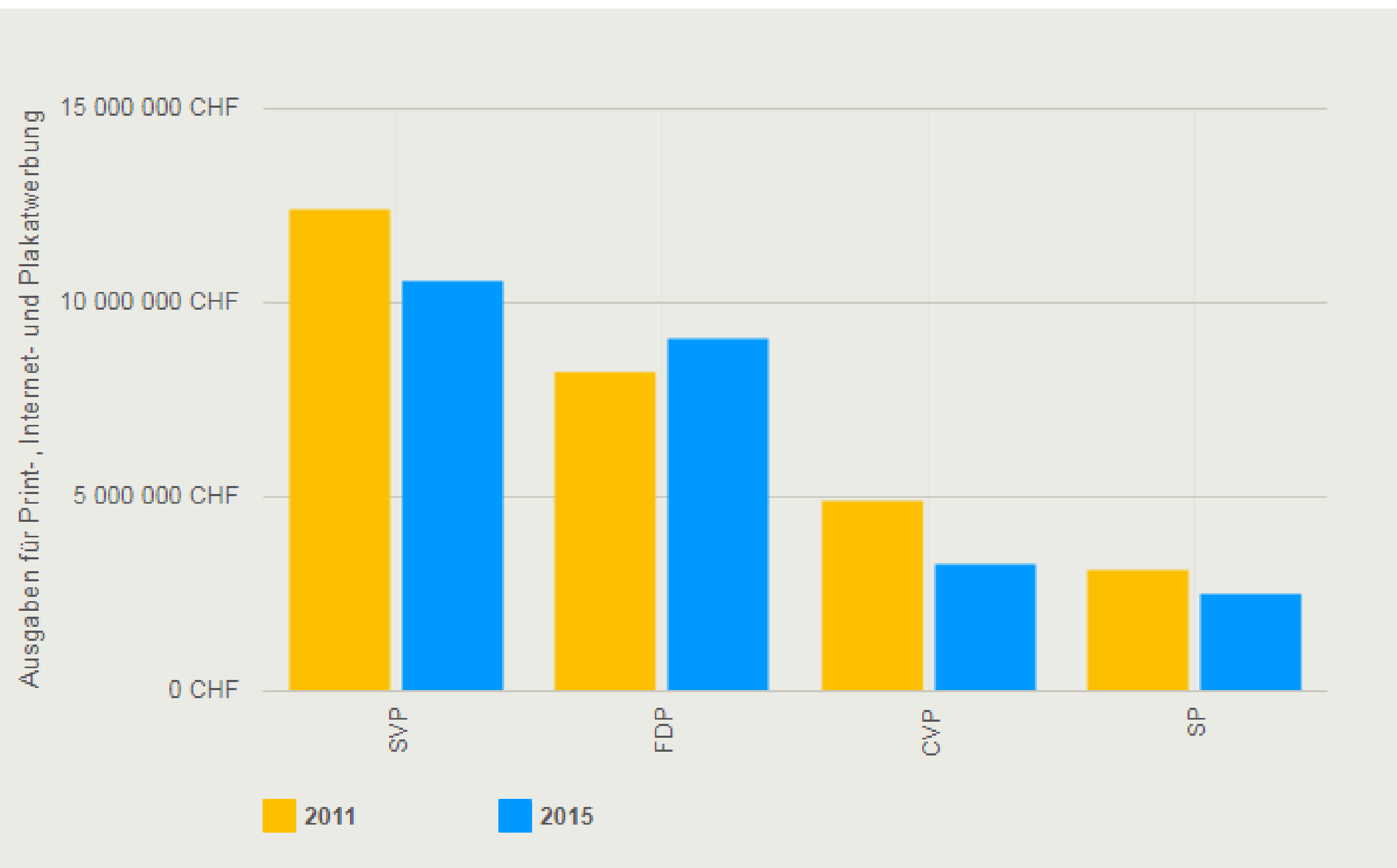
Mediennutzung Wahlen 2015

in % Wählende, die sich spätestens drei Wochen vor den Wahlen entschieden haben



© SRG SSR/gfs.bern, Wahltagsbefragung, 18. Oktober 2015 (n = 833)

Wahlkampagnen 2015



Parteiausgaben für Wahlwerbung April bis Oktober

MEDIA FOCUS



Potenzialausschöpfung der Parteien

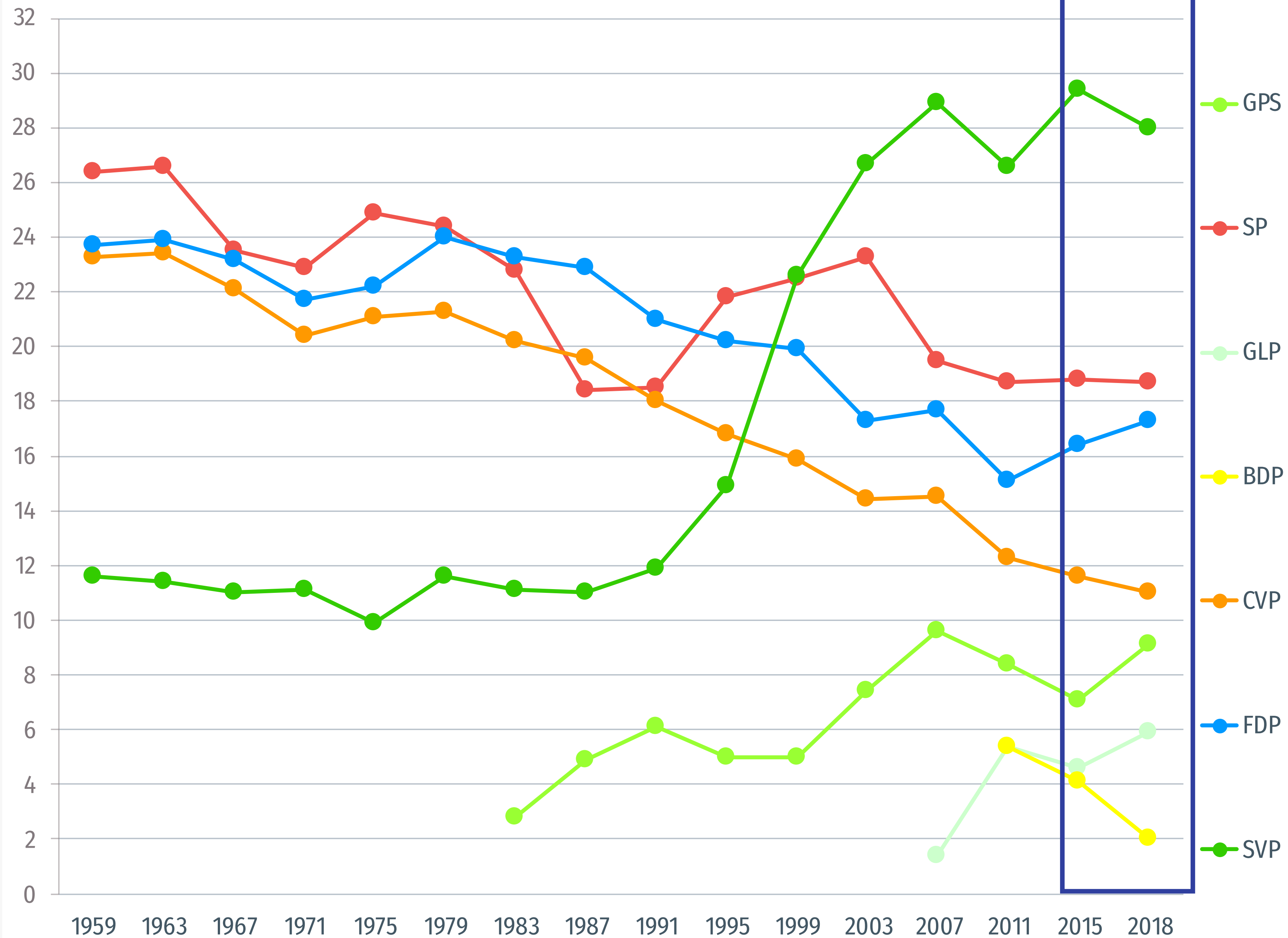
- **sehr hoch** (über $\frac{3}{4}$)
obere Grenze erreicht: SVP
- **mittel** ($\frac{1}{2}$ bis $\frac{2}{3}$)
gewisse Optimierungen möglich: SP, CVP
- **tief** ($\frac{1}{3}$ bis $\frac{1}{2}$)
Verbesserung eindeutig möglich: FDP, BDP
- **sehr tief** ($\frac{1}{4}$ bis $\frac{1}{3}$)
starke Veränderungen möglich: GLP, GPS

2015	Wählerpotential	Ausschöpfung
SVP	33 %	81%
FDP	34%	44%
BDP	10%	35%
CVP	19%	52%
GLP	16%	28%
SP	30%	59%
GPS	21%	31%

Daten: Selects 2015

Parteistärken im Trend 1959 – 2018

in % Wählende



1959-2015: © SRG SSR/gfs.bern/Bundesamt für Statistik, provisorische Resultate vom 18.10.2015
 2018: © gfs.bern, Wahlanalyse Ringier, September 2018 (n = 23'652)

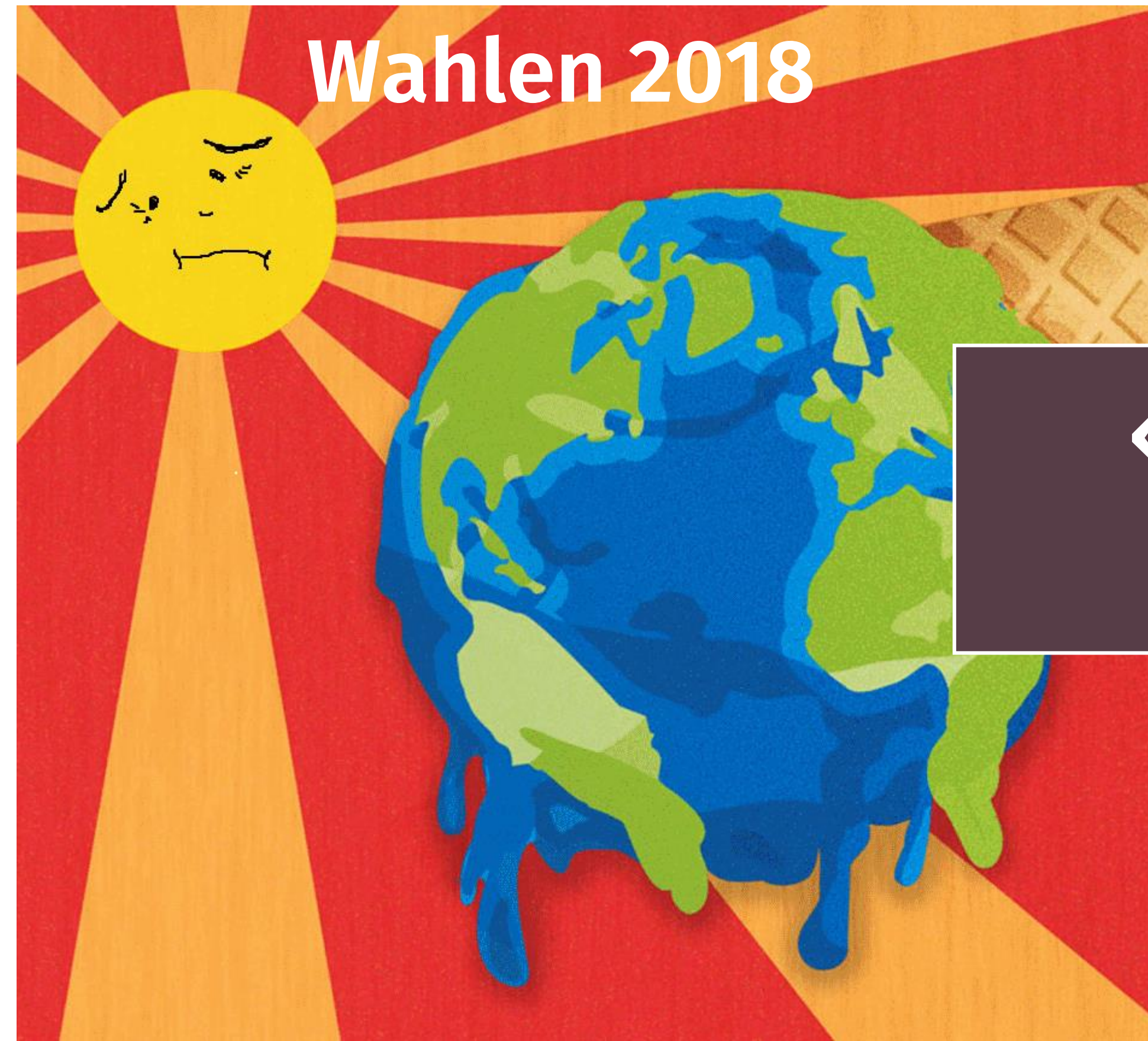
Fassen wir zusammen:

	Grüne	SP	GLP	CVP	FDP	BDP	SVP
Kernfrage	Sommer 2003 oder mehr?	Linksrutsch möglich?	Starke Fraktion?	Bremsen des Abbaus, Halten im Ständerat?	Umweltfrage als Konfliktframe?	Überleben?	Innenpolitik als Wahlkampfoption?
Profit dank	Strukturarbeit	Strategie, Campaigning	New Economy	Neuer Führung?	Struktur, Wahlkampf	Kandidaten	Globalisierungs-Konflikt
Thema	Klima	Sozialversicherungen	Klima	Gesundheit	Europa	Langeweile	Kündigungs-Initiative
Micro-targeting	Nein (Datenschutz)	Ja, primär Telefon, sekundär Door2Door	Kaum (Online-Spin über Twitter)	Kaum (Agentur)	Door2Door mit Canvassing, Nationbuilder	Nein	Door2Door
Bilanz	Sieger ohne Microtargeting	Sieger dank Microtargeting	Sieger dank Online-Spin & ges. Trends	Verlierer, setzt auf Strukturarbeit	Unsicher, Gewinn dank Wahlkampf	Verluste wegen ges. Trends	Verlierer trotz hohen Investitionen

Wahlen 2015



Wahlen 2018



«so geht das!»



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Cloé Jans

Leiterin operatives Geschäft

✉ cloe.jans@gfsbern.ch

☎ 031 318 20 01