

Neue Zürcher Zeitung vom 22.02.2012:

AUFTRAG UND METHODE

rz. · Die Rufe nach einer Offenlegungspflicht bei der Parteienfinanzierung und nach mehr Transparenz bei Volksabstimmungen und Wahlen werden lauter. Im Herbst hat die Staatengruppe des Europarats gegen Korruption (Greco) den eidgenössischen Wahlkampf begleitet. Daraus resultierte die Empfehlung, in der Schweiz die Finanzierung von Parteien und Wahlkampagnen gesetzlich zu regeln. Parallel dazu hat der Ständerat einer Motion zugestimmt, die eine gesetzliche Verpflichtung zur Offenlegung der Geldquellen bei Abstimmungskämpfen verlangt.

Der Bundesrat will sich jetzt selber einen Überblick verschaffen und im Frühjahr über das weitere Vorgehen entscheiden. Seitens des Europarats wird erwartet, dass die Schweiz bis Ende April 2013 über die Umsetzung der Greco-Empfehlungen Bericht erstattet. Die Studie der Forschungsstelle Sotomo, die das eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement am Dienstag publiziert hat, basiert auf den Datenbeständen der Marktforschungsfirma Media Focus, die den Schweizer Werbemarkt systematisch erfasst. Mit diesem Zugang sei gewährleistet, dass eine vergleichende Gesamtübersicht über die finanziellen Verhältnisse bei Abstimmungen und Wahlen gewonnen werden könne. Der Rückgriff auf das erfasste Datenmaterial hat aber auch Nachteile. So kann nur gemessen werden, wofür geworben wird - nicht aber, wer die Werbung finanziert. Diesbezüglich schafft die Studie keine Transparenz.

Die Sotomo-Studie erfasst die Printwerbung in knapp 400 Preetiteln, ferner Plakatkampagnen und Kinowerbung. Werbeaktionen im Internet sind partiell einbezogen. Andere Kanäle wie Direct Mailings (Hauswurfsendungen) werden hingegen nicht erfasst.