

Neue Werbekanäle für die Politik!

Der St.Galler Wahlmarathon ist durch. Zeit, einen Ausblick vorzunehmen und Neues vorzuschlagen.

Wer politisch tätig ist, weiss, dass es immer schwieriger wird, an die Wähler zu gelangen. Erstens haben viele Stimmberechtigte mit Politik nicht viel am Hut. Zweitens leben diese immer mehr in ihrer eigenen «Bubble». Zeitungen, die früher das Mass aller Dinge zur persönlichen Informationsbeschaffung über die Welt, die Region und den eigenen Wohnort waren, scheinen ausgedient zu haben. Neue Kanäle mit grosser Reichweite sind zwar dazugekommen – beispielsweise Facebook, Instagram, X, YouTube oder TikTok – diese taugen aber nur bedingt als politische Plattformen für eine Region. Drittens sind die nationalen TV- und Radiostationen bei kantonalen und regionalen Themen wenig bis gar nicht präsent.



«Overnewsed but underinformed»

Wir sind «overnewsed but underinformed». Das stimmt insbesondere für die regionale und die lokale Politik. Auch diese findet statt, wenngleich nur wenige daran Interesse zeigen. Anders als am amerikanischen Wahlkampf, der über Monate für Schlagzeilen sorgte, auf den wir hier aber keinerlei Einfluss hatten.

Politische Werbung im Radio und am TV?

Die Politik, die unser Leben massgeblich beeinflusst, darf nur eingeschränkt werben. Sogenannte Wildplakate dürfen nur innerhalb weniger Wochen und an bestimmten Orten aufgestellt werden. Am Radio und im Fernsehen sind politische Werbespots generell verboten. Gemeindeblätter lassen nur bedingt politische Werbung zu. Auch das politische Sponsoring von Events oder Sportvereinen ist kaum möglich. Was bleibt? Die traditionellen Auftritte, wie wir sie in diesem Jahr wieder erlebt haben. Reicht das? Nein. Deshalb wäre etwa eine Öffnung der regionalen Radio- und TV-Stationen für politische Werbung zumindest zu prüfen.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke
Wirtschafts- und Kommunikationsberater,
Geschäftsführer Mediapolis AG in St.Gallen