



20.02.2023

# Gemeinsame Kampagne gemäss Art. 76c Abs. 4 BPR

---

## 1 Rechtliche Grundlagen

*Art. 76c Abs. 4 BPR:*

Bei einer gemeinsamen Kampagne müssen die beteiligten Personen oder Personengesellschaften die budgetierten Einnahmen und die Schlussrechnung über die Einnahmen gemeinsam einreichen.

Bei Wahlen in den Ständerat müssen sie nur die Schlussrechnung über die Einnahmen gemeinsam einreichen.

Die ihnen gewährten monetären und nichtmonetären Zuwendungen und ihre Aufwendungen sind zusammenzurechnen.

*Kriterien für eine gemeinsame Kampagne (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 VPofj):*

Natürliche oder juristische Personen oder Personengesellschaften planen die Kampagne gemeinsam und treten in der Öffentlichkeit gemeinsam auf.

*Kampagnenführung (Art. 2 Bst. d VPofj):*

Eine einmalige oder wiederholte Planung und Durchführung von Aktivitäten, um eine Wahl in die eidgenössischen Räte oder eine eidgenössische Abstimmung zu beeinflussen. Das heisst, es braucht ein konkretes Ziel, das mit monetären oder nichtmonetären Mitteln unterstützt werden soll.

## 2 Zwei kumulative Kriterien für eine gemeinsame Kampagne

Eine gemeinsame Kampagne liegt vor, wenn verschiedene natürliche oder juristische Personen oder Personengesellschaften Aktivitäten mit demselben Ziel zusammen durchführen oder durchführen lassen, indem sie die Kampagne gemeinsam planen und gemeinsam in der Öffentlichkeit auftreten. Das Ziel der gemeinsamen Kampagnenführung besteht darin, koordiniert eine Wahl in die eidg. Räte oder eine eidg. Abstimmung in einem bestimmten Sinne zu beeinflussen. Die Kriterien der gemeinsamen Planung und des gemeinsamen Auftritts müssen kumulativ erfüllt sein.

Indem die Finanzierung von gemeinsamen Kampagnen auch offengelegt werden muss, soll verhindert werden, dass die Transparenzvorschriften mit der Zerstückelung einer Kampagne umgangen werden. Die Erstellung eines gemeinsamen Budgets ist deshalb keine Voraussetzung für eine gemeinsame Kampagnenführung, kann aber eine Folge der gemeinsamen Planung und des gemeinsamen öffentlichen Auftritts sein.



### *Gemeinsame Planung:*

Die gemeinsame Planung kann zum Beispiel darin bestehen, dass die Personen und Personengruppen zusammen Ziele und eine einheitliche Haltung definieren oder zusammen Anlässe organisieren.

### *Gemeinsamer öffentlicher Auftritt:*

Ein gemeinsamer Auftritt in der Öffentlichkeit liegt beispielsweise vor, wenn die Personen oder Personengruppen zusammen eine Veranstaltung mit einem gemeinsamen Ziel durchführen oder eine gemeinsame Stellungnahme abgeben und veröffentlichen.

## **3 Unterschied zwischen Wahlen und Abstimmungen**

Voraussichtlich wird es bei Wahlen weniger gemeinsame Kampagnen geben als bei Sachabstimmungen. Der Grund dürfte darin liegen, dass es bei Wahlen in den Nationalrat oder bei erfolgreichen Ständeratswahlen verschiedene Absprachen innerhalb der Parteien der verschiedenen Ebenen (national, kantonal, regional) geben kann, die als zur üblichen Parteilarbeit gehörend betrachtet werden können. Übliche Parteilarbeit, die dem Grundsatz nach allen Mitgliedern (z.B. den verschiedenen Kantonalparteien als Mitglieder der nationalen Partei) bzw. im Falle von Wahlen insbesondere allen Kandidierenden dieser Partei zu Gute kommt, wird nicht als eine einzige, gemeinsame Kampagnenführung über alle Stufen hinweg bewertet.

Bei Abstimmungen hingegen ist es eher wahrscheinlich, dass verschiedene politische Akteurinnen und Akteure nicht nur dieselbe Meinung vertreten, sondern auch tatsächlich gemeinsam eine Kampagne führen, indem sie sich koordinieren und gemeinsam in der Öffentlichkeit auftreten, um das Abstimmungsergebnis in einem gemeinsam bestimmten Sinne zu beeinflussen.

## **4 Leitlinien für die Umsetzung in der Praxis**

- Gemeinsame Kampagnen sind schwierig rein theoretisch als solche zu definieren. Es kommt einerseits auf die konkreten Umstände an und andererseits liegt es in der Verantwortung der Kampagnenführenden, ihre Kampagnen als solche offenzulegen, wenn die Voraussetzungen erfüllt sind.
- Bei der Einordnung von Kampagnen wird das Ziel beachtet, dass die Parteien und die Kandidierenden durch die Meldepflicht für gemeinsame Kampagnen nicht unverhältnismässig belastet werden sollen.
- Es soll für die betroffenen Akteure klar sein, ob sie die Kriterien für eine gemeinsame Kampagne erfüllen oder nicht. Die Entwicklung einer Praxis wird noch weitere Klarheit schaffen.
- Es braucht eine gewisse Intensität und Kontinuität der gemeinsamen Aktivitäten, um die Kriterien einer gemeinsamen Kampagne zu erfüllen. Einfache koordinatorische Absprachen stellen noch keine Aktivitäten, die ausreichend intensiv ist, dar.
- Das Kriterium der gemeinsamen Planung setzt nicht zwingend voraus, dass alle Teilaktivitäten, die üblicherweise zu einer Kampagne gehören, auch gemeinsam durchgeführt werden sollen, damit es sich um eine gemeinsame Kampagne handelt.
- Gemeinsame Kampagnen gehen über die Grenzen von Organisationseinheiten hinaus. Im Gegensatz dazu gelten parteiübliche Arbeiten innerhalb einer Partei, die zu Gunsten grundsätzlich aller Mitglieder bzw. im Falle von Wahlen aller Kandidierenden erfolgen, nicht als eine einzige, gemeinsame Kampagne über alle Stufen (nationale Partei, Kantonalpartei, Kommunalpartei, etc.) hinweg.
- Es braucht mit Blick auf die konkrete Meldung der gemeinsamen Kampagne eine Koordination zwischen den einzelnen politischen Akteurinnen und Akteuren, da sie die gesamten Aufwendungen kennen und ihre Einnahmen ordnungsgemäss deklarieren müssen.

- Es genügt grundsätzlich eine einzige Aktivität, die gemeinsam geplant wurde und bei der gemeinsam öffentlich aufgetreten wird, damit es sich um eine gemeinsame Kampagne handeln kann, sofern der Schwellenwert von 50 000 Franken überschritten wird. Nur die Einnahmen und Zuwendungen der gemeinsamen Kampagne sind gemeinsam zu melden. Akteurinnen und Akteure können daneben auch noch an anderen eigenen oder gemeinsamen Kampagnen beteiligt sein. Gerade bei Wahlen ist es wahrscheinlich, dass parallel individuell eingenommene Einnahmen und Zuwendungen dieser politischen Akteurinnen und Akteure unter deren eigene Kampagnen fallen und separat offenzulegen sind, wenn sie den Schwellenwert von 50 000 Franken überschreiten und in sich als separate Kampagne abgrenzbar sind. Ziel der Transparenzvorschriften ist es, dass alle Kampagnen, die den Schwellenwert von 50 000 Franken überschreiten, offengelegt werden, entweder unter der Rubrik eigene Kampagne oder gemeinsame Kampagne, sofern die entsprechenden Voraussetzungen erfüllt sind.
- Zu prüfen ist immer, ob die Transparenzvorschriften durch Zerstückelung einer Kampagne umgangen werden sollen oder nicht.

## 5 Praktische Beispiele

- In der Regel führen Aktivitäten, die Vorgabe von Leitlinien oder das Zurverfügungstellen von Material und (digitalen) Werkzeugen der Mutterpartei für die kantonalen oder kommunalen Parteien nicht zu einer gemeinsam geführten Kampagne, sondern gehören zur üblichen Parteitätigkeit, es sei denn es besteht eine erkennbare Absicht, darüber hinaus eine gemeinsame Kampagne zu führen.
- In der Regel führen Aktivitäten, die Vorgabe von Leitlinien oder das Zurverfügungstellen von Material, Werkzeugen und Tools einer Partei an ihre Kandidierenden nicht zu einer gemeinsam geführten Kampagne, wenn sie allen ihren Kandidierenden in gleicher Weise zur Verfügung gestellt werden. Dies gehört zur üblichen Parteitätigkeit, es sei denn es besteht die Absicht, eine gemeinsame Kampagne zu führen.
- Die Übernahme des Corporate Identity/Corporate Design (CI/CD) von der Mutterpartei durch eine kantonale oder kommunale Partei bzw. von der kantonalen Partei durch eine Kandidatin oder einen Kandidaten begründet für sich alleine keine gemeinsame Kampagnenführung.
- Die Schaffung eines gemeinsamen Logos zur Unterstützung aller Kandidierenden der Partei führt nicht zur Beeinflussung des Wahlergebnisses einer bestimmten Person. Deshalb spricht dies für sich alleine auch noch nicht für eine gemeinsame Kampagne. Dasselbe gilt für Fotoanlässe, Druckerzeugnisse, Beschaffung von Give-aways, usw.
- Die Verwendung des originären Parteilogos der Mutterpartei mit Zusatz der kantonalen oder kommunalen Partei gehört zur üblichen Parteitätigkeit und begründet für sich alleine keine gemeinsame Kampagne.
- Die Verwendung eines Slogans, der bspw. spezifisch für eine Wahl entwickelt wurde, durch die verschiedenen Parteiorganisationen (national/kantonal/kommunal) und deren Kandidierende begründet für sich alleine keine gemeinsame Kampagne.
- Listen- bzw. Unterlistenverbindungen begründen für sich alleine noch keine gemeinsame Kampagnenführung.
- Eine einzige Aktivität kann bereits genügen, um als gemeinsame Kampagne zu gelten, wenn diese Aktivität den Schwellenwert von 50 000 Franken überschreitet. Beispielsweise eine grosse Wahlkampfveranstaltung, die gemeinsam geplant wurde, und bei der ein gemeinsamer Auftritt stattfindet.
- Ein regulär stattfindender Parteikongress fällt hingegen nicht unter eine gemeinsame Kampagne, da es um übliche Parteiarbeit geht. Dies gilt in der Regel selbst dann, wenn aus Anlass bevorstehender Wahlen oder Abstimmungen die Medien vor Ort sind und dem Kongress besondere Aufmerksamkeit schenken.
- Bei Medienkonferenzen von Parteien oder Kampagnenführenden kommt es auf den Zweck an: Geht es um die Beeinflussung eines bestimmten Abstimmungs- oder Wahlergebnisses und wird der Schwellenwert von 50 000 Franken überhaupt erreicht?

- Eine Wahlkampagne einer Kantonalpartei stellt in der Regel keine gemeinsame Kampagne mit den Kandidierenden dar. Es handelt sich um eine Kampagne der Kantonalpartei, die dadurch alle ihre Kandidierenden unterstützt.
- Wenn zwei Kandidierende sich zusammentun, um sich gegenseitig im Wahlkampf zu unterstützen, kann es sich um eine gemeinsame Kampagne handeln (z.B. eine gemeinsame Wahlplakatkampagne mit bestimmten gemeinsamen Botschaften, etc. = gemeinsam geplant, gemeinsamer öffentlicher Auftritt).
- Eine Parteizeitung der nationalen oder kantonalen Partei, in welcher grundsätzlich alle Kandidierenden Platz zur Verfügung erhalten können, gilt in der Regel nicht als gemeinsame Kampagne, da dies zur üblichen Parteiarbeit gehört und alle Kandidierenden in gleicher Weise unterstützt werden.
- Eine Sonderzeitung, die eine Partei in relativ intensiver Zusammenarbeit mit kandidierenden Personen plant und umsetzt, wird hingegen als gemeinsame Kampagne bewertet, wenn die Schwelle von 50 000 Franken überschritten wird, z. B. eine Sonderausgabe im Hinblick auf eine Ständeratswahl.