

Dichtestress im Wahlkampf

von Heimito Nollé [7.2.2018](#) 05:00 Uhr



Dichtestress herrscht nicht nur an den Bahnhöfen, sondern auch im Wahlkampf. (Symbolbild) © Mario Heller

Mit vornehmer Distanziertheit ist heute kein Blumentopf mehr zu gewinnen. Wer auf kommunikativer Ebene etwas erreichen will, muss Nähe herstellen. Gewiefte Verkäufer wissen das natürlich schon längst: Produkte werden nicht mehr einfach verkauft, sondern die Unternehmen wollen mit uns in einen Dialog treten, eine Community bilden, oder – warum nicht – gar eine «Family» gründen. Im Idealfall, wie beim Discounter Aldi, entspringen der Verbindung mit dem Kunden dann sogar Kinder.

Auch Verkäufer von Polit-Botschaften gehen gerne mit uns auf Tuchfühlung. Um Volksnähe auszudrücken, gibt es in der Polit-Sprache den Slogan «nahe bei den Menschen». Der SPD-Politiker Kurt Beck gewann damit einst einen wichtigen Wahlkampf. Seither ist «nahe bei den Menschen» auch hierzulande ein beliebtes Versatzstück geworden, um dem Bürger auf die Pelle zu rücken. In Winterthur zum Beispiel sucht die EVP gerade mit der bodenständigen Dialekt-Variante #evpbidelüüt den Anschluss an die Wählerschaft.

Kein Wunder, reden Soziologen mittlerweile von einer distanzlosen Gesellschaft. Egal ob als Wähler, Kunde oder User: Überall werden wir heute «eingebunden». Für den termingepagten Zeitgenossen ist die aufgezwungene Nähe meist nur lästig. Dichtestress haben wir schliesslich schon auf den Perrons der SBB.