

Gastbeitrag

Ein Nationalrat mit Stellvertretern? Über die Tücken einer Idee

Immer mehr Parlamente erlauben es den Mitgliedern, sich vertreten zu lassen. Doch es stellen sich heikle Fragen.

Michael Strebelt

«Demokratie stärken – mit einem Vertretungsreglement für den Nationalrat?» Gleich mehrere Vorstösse mit diesem Titel wurden in der Frühjahrs-session im Nationalrat eingereicht. Es soll geprüft werden, welche Konsequenzen die Einführung eines solchen Systems hätte.

Manche Leserinnen und Leser mögen sich verwundert fragen: Ein Parlamentsmitglied soll sein Mandat an eine Vertretung delegieren können? Verwunderung bis Unverständnis war auch in vielen kantonalen und kommunalen Parlamenten spürbar, als über dieses Thema

beraten wurde. In den Debatten wurden staatspolitische Bedenken mit Vehemenz vorgebracht. Vielen schien es unvorstellbar, dass sich ein vom Volk gewähltes und damit maximal legitimes Parlamentsmitglied vertreten lässt.

Es schien noch vor einigen Jahren unvorstellbar, doch in der Zwischenzeit hat sich das Bild gedreht. Wird der Parlamentarismus auf Kantons- und Gemeindeebene betrachtet, so zeigt sich: Stellvertretungssysteme sind inzwischen weit verbreitet. Immer mehr Kantons- und Gemeindeparlamente haben sich für ein Stellvertretermodell entschieden oder stehen kurz davor. Auch solche,

die dies vor wenigen Jahren noch vehement ablehnten.

Warum dieser Wandel? Zentrales Motiv für eine Vertretungslösung ist, Abwesenheiten aufgrund von Mutterschaftsurlaub, Krankheit oder beruflichen Verpflichtungen abzufedern. Damit verbindet sich die Hoffnung, Rücktritte während der Legislatur zu reduzieren und die Vereinbarkeit des Mandats als (Miliz-)Parlamentarier mit dem privaten Leben insgesamt zu verbessern.

Heute gibt es nicht nur viele Parlamente mit Stellvertretung, sondern auch unterschiedliche Ausgestaltungen, die erprobt

sind – es existiert nicht bloss ein einziges Modell. Die Voraussetzungen, um eine Stellvertretung in Anspruch nehmen zu dürfen, sind verschieden: In einigen Parlamenten braucht es keine Begründung, andere erlauben Stellvertretung nur bei Mutterschaft, Unfall oder Krankheit, wiederum andere auch bei Ausbildungs- und beruflichen Verpflichtungen sowie für Pflege beziehungsweise Betreuung nahestehender Personen.

Auch die Dauer einer Stellvertretung ist unterschiedlich geregelt: je nach Parlament ab einer bestimmten Anzahl Sitzungen oder einer Mindestdauer (etwa ab drei Monaten).

Auch wenn sich in immer mehr Parlamenten Mehrheiten für die Einführung von Stellvertretungssystemen finden, werden die Debatten darüber nach wie vor kontrovers geführt. Eine zentrale Frage ist die Legitimierung.

Auch hier existieren unterschiedliche Varianten – von einer eigentlichen Wahl der Stellvertreterinnen bis zum Modell, dass nicht gewählte Kandidierende auf der entsprechenden Liste für eine bestimmte Zeit nachrücken. Neben der Teilnahme an den Parlamentssitzungen ist insbesondere die Frage wichtig, ob die Stellvertretungen auch

in den Kommissionen mitwirken dürfen.

Stellvertretung an sich ist weder demokratie-täufelnd noch -schwächend. Entscheidend ist die Ausgestaltung, für die theoretisch wie praktisch unterschiedliche Modelle zur Verfügung stehen. Für den Nationalrat stellt sich nicht nur die Frage, ob eine Vertretung eingeführt werden soll, sondern auch, wie sie sich in die Rolle der Ratsmitglieder als Volksvertretung einfügt – und ob sich die Stimmberechtigten damit identifizieren können.

Michael Strebelt ist Politikwissenschaftler.

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen
Deutschschweiz AG Werdstrasse 21,
8004 Zürich.
Tel. 044 248 44 11
Leserschaft: 290'000 Personen, verbreitete
Auflage: 917'18 (MACH Basic 2025-1).
Verleger Pietro Supino
Chefredaktion Tages-Anzeiger
Raphaela Borer (bör), Chefredaktorin, Matthias
Chapman (cpm), stv. Chefredaktor, Ueli Kläg (kkk),
Andreas Kunz (aku).
Redaktionelle Steuerung Tagesleitung:
Anja Burri (ria), Andreas Kunz (aku), Matthias
Chapman (cpm), Raphaela Borer (bör), Nationale
Planung: Ursula Schubiger.

Ombudsmann Ignaz Staub Postfach 116,
CH-6330 Cham 1,
ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
ResortleiterInne Politik & Wirtschaft: Mario Stäubli
(ms), International: Christof Mürger (cm),
Forschendes: Catherine Boss (cbm), Oliver
Zihlmann (oz), Reportagen & Storytelling:
Jacqueline Büchi (jbu), Zürich/Zürichsee: Stefan
Häni (sth), Sibylle Saver (sis), Sport: Anna
Baumgartner (abb), Leben: Philippe Zweifel (phz),
Wissen: Anke Fossgreen (afg), Daten & Interaktiv:
Dominik Balmer (dab),
Marc Brupbacher (brb), Podcast: Nou Fend,
Analysen und Meinungen: Fabian Renz (fre).

Print Product & Print Desk
Leitung Print Product & Print Desk Tamedia
Deutschschweiz: Philippe Müller (pm), Leitung
Blattmacher: Thierry Dick (td), Rolf Eisenhut (reh),
Adelina Gashi, Martin Haslebacher, Anne-Sophie Hoer,
Stefan Kleiser (sk), Roger Metzger (rom), Thomas Mückli
(mü), Tobias Müller (tmü), Stephan Reuter (sr), Markus
Riedel, Marc Schadegg (msg), Thomas Speich (bsp), Alex
Trunz (tr), Andreas Weidmann, Thomas Wernli (wt),
Cecilia Zander (acz).
Produktion und Kaderseller: Ivell Eisenhut (eh),
Leitung, Maurizio Detti, Thierry Dick (td), Adelina Gashi,
Beat Grossrieder (bg), Martin Haslebacher, Anne-Sophie
Hoer (ash), Frank Hubrath (hub), Markus Käch, Stefan
Klöster (kk), Bernd Kruft (kr), Fabian Löw, Markus

Mathis (mam), Roger Metzger, Rolo Meisser (rom), Tobias
Müller (tmü), Anita Pascarella, Sverre Patemål, Felix
Raymann, Markus Riedel, Daniel Rohrbach, Andreas
Sauer (sas), Marc Schadegg (msg), Martin Schläpfer
(sch), Erika Tschannen, René Vautravers, Hannes Wähner,
Thomas Wernli (wt).
Verlag
Leitung Nutzen- und Werbemarkt: Marc Isler, Chief Revenue
Officer.
Leitung Abo-Service: Anacasta Diaz,
Abonnementspreise: shop.tagesanzeiger.ch
Abonnements und Abo-Service
«Tages-Anzeiger» Abonnements: shop.tagesanzeiger.ch,
Kontakt Abo-Service: Online-Formular, Telefonisch: Mo-Fr
08.00-20.00 und Sa-So 08.00-18.00 Uhr;
email:car unter Tel. 044 644 64 64.

Anzeigen
Tamedia Advertising AG, Leitung: Philipp Markowski,
Anzeigenstellen auf: advertising.tamedia.ch,
Inserataufgabe Digital: E-Mail: digitalads@politik.ch,
Inserataufgabe Print «Tages-Anzeiger»: Tel. 044 248 40 30,
E-Mail: inserate@tages-anzeiger.ch.
Neben den klassischen Formen von Werbung erscheint in den
Medien von Tamedia die folgende Form von Inhaltswerbung:
Branded Content: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an
einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur
Dienstleistung des Werbesendenden steht und vom Team
Commercial Content aufbereitet wird. Branded Content kehrt
sich gestalterisch an das Layout des Trägers teil an und wird
beispielsweise mit «Sponsoring», «Präsentiert von», «Paid
Post» oder «Publikationspartner» gekennzeichnet. Die Marken

von Mitgliedern der Tamedia-Redaktion ist ausgeschlossen.
Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit
mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden
gesondert ausgewiesen.
Bekanntgabe von naheliegender Beteiligung der Tamedia
Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: OZZ
Druckzentrum Zürich AG, LZ L inth Zeitung AG, Tamedia Abo
Services AG, Tamedia Advertising AG, Zürcher Oberland
Medien AG
In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»
Eine Marke von Tamedia 
 LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE