

Nur das Team Zubi schweigt

900 Franken für Reto Sonderegger, 50 000 Franken für Jennifer Abderhalden: Aber nicht alle Kandidaten legen ihre Wahlbudgets offen.

David Scarano und Claudio Weder

Noch fünf Wochen bis zum grossen Showdown: Wer zieht für Innerrhoden in den Nationalrat? Kann in Ausserrhoden Jennifer Abderhalden den Spätstart wettmachen und David Zuberbühler schlagen? Schafft der wilde Ständeratskandidat Reto Sonderegger einen Wähleranteil von 20 Prozent?

Am 20. Oktober werden die Ausser- und Innerrhoder die Antworten auf diese Fragen erhalten. Bis dahin haben die Kandidaten noch Zeit, die Wählerschaft zu überzeugen. Hüben wie drüben dürften diese nun ihre Volksverbundenheit und Transparenz hervorheben. Allerdings haben diese auch Grenzen. Dann nämlich, wenn es um den Wahlkampf selbst geht. Und just jener Kandidat ist besonders zugeknöpft, der seine Volksnähe stets betont: der SVP-Nationalrat David Zuberbühler. Sein Wahlkampfteam nimmt zu keiner einzigen Frage der Redaktion Stellung. Man «würde zu viel über Strategie, Engagement und Chanceneinschätzung» preisgeben, heisst es lediglich.

Aus den Antworten der übrigen Kandidaten geht hervor, dass in Ausserrhoden Reto Sonderegger (SVP) über das kleinste, Jennifer Abderhalden (FDP) über das grösste Budget verfügt. Überraschendes in Innerrhoden: Dort investiert der Kandidat mit den schlechtesten Aussichten – SP-Präsident Martin Pfister – am meisten. Zwei weitere wichtige Erkenntnisse der Umfrage der «Appenzeller Zeitung»: Wahlplakate sind nur in Ausserrhoden unverzichtbar. Und: Aufgrund der Kleinheit der Kantone setzen die Kandidaten vorwiegend auf den persönlichen Kontakt. Digitale Kampagnen sind eher nebensächlich. In Innerrhoden kann man froh sein, wenn die Kandidaten überhaupt online präsent sind.

Abderhalden erledigt berufliche Pendenzen nachts

Wegen der verunglückten Wahlkampfstrategie der FDP steht Jennifer Abderhalden vor einer grossen Aufgabe. Sie muss in kurzer Zeit ihr grösstes Manko, die fehlende Bekanntheit, wettmachen. Wer aufgrund dieser Ausgangslage ein Feuerwerk an Massnahmen erwartet hätte, um das Handicap rasch wettzumachen, wurde bis anhin eher enttäuscht. Beispielsweise liess die persönliche Website etwas auf sich warten.

Abderhalden verfügt über ein Wahlkampfbudget von über 50 000 Franken. Sie kann auf die Unterstützung der Partei und von Privaten zählen, die Speicherin setzt auch eigene Mittel ein. Sie wird auf die klassischen Werbemittel wie etwa Plakate sowie Inserate setzen und sich auch auf Social Media zeigen. Als Schwerpunkt nennt sie aber die persönlichen Kontakte: «Ich wünsche mir, dass ich in der verbleibenden Zeit möglichst viele Ausserrhoderinnen und Aus-



Wahlplakate haben derzeit an den Ausserrhoden Strassen Hochsaison.

Bild: David Scarano

serrhoder persönlich kennen lerne.» Dafür verzichtet die rechte Hand des St. Galler Stadtpräsidenten Thomas Scheitlin auf etwas Schlaf, wie sie sagt. Sie muss ihre geschäftlichen Pendenzen nachts und am Wochenende erledigen.

Reto Sonderegger ist der grosse Aussenseiter dieses Herbstes. Der SVPLer fordert als wilder Ständeratskandidat Andrea Caroni heraus. 900 Franken investiert Sonderegger, alles eigene Mittel, da er weder von der Partei noch von Privaten unterstützt wird. Das Ein-Mann-Wahlkampfteam setzt das Budget vorwiegend für Flyer und den Druck des nicht amtlichen Wahlzettels ein. Für seine Positionen wirbt Sonderegger zudem auf der eigenen Website und auf Facebook.

Gefährlich dürfte Sonderegger dem wiederkandidierenden Andrea Caroni aber nicht werden, nicht nur wegen der Budgetdifferenz. Der FDP-Ständerat verfügt über 15 000 Franken und setzt wie Parteikollegin Abderhalden auch eigenes Geld ein. Mit welchen Mitteln er bei den Wählern werben will, verrät Caroni nicht. Er wolle die Überraschungen nicht vorwegnehmen. Klar ist aber: Auch bei Favoriten stehen die persönlichen Kontakte im Mittelpunkt. In In-

nerrhoden gehen die Kandidaten den Wahlkampf mit unterschiedlichem Enthusiasmus an. Bei Frau Statthalter Antonia Fässler ist vieles noch ungewiss. Im Wahlkampf setzt sie auf klassische Instrumente wie Inserate und Medieninterviews. Offen bleibt, ob sie auch online aktiv sein wird. Die genaue Summe, die sie investieren wird, kann sie nicht beziffern. «Ich gehe von einigen tausend Franken aus, je nach Anzahl Inserateschaltungen. Dies ist im Detail noch offen.» Klar ist, dass sie von der CVP 2500 Franken erhält und den Rest aus eigenen Mitteln finanziert. Etwas klarere Vorstellungen hat ihr parteiinterner Mitstreiter Thomas Rechsteiner. Da er wild kandidiert, erhält er von der CVP keine Unterstützung, dafür aber vom Kantonalen Gewerbeverband. Wie viel der Gewerbeverband ausgibt, will Präsident Albert Manser nicht verraten. «Dies hängt davon ab, wie intensiv sich der Wahlkampf entwickelt», sagt er. Es handle sich aber um einen Betrag im tiefen vierstelligen Bereich. Den Rest finanziert Rechsteiner mit eigenen Mitteln. Gesamthaft hat er ein Kostendach von 5000 Franken festgelegt. «Wenig», wie er findet. Rechsteiner betont, dass er den persönlichen Kontakt und Aus-

tausch bevorzuge und sich deshalb vorstellen könne, eine Strassenaktion durchzuführen. Als Ergänzung zu den klassischen Formen wie Inseraten und Medieninterviews wird er auch vereinzelt Onlineplattformen nutzen.









Pfister nutzt auch Pianokonzert

Da die Innerrhoder CVP mit zwei Kandidaten im Wahlkampf präsent ist, stehen die Chancen für Säckelmeister Ruedi Eberle (SVP) gut. An der Intensität seines Wahlkampfs ändert sich aber nichts: «Ich investiere nicht mehr und nicht weniger. Wenn ich keine Chancen sehen würde, wäre ich nicht angetreten – ungeachtet der Gegenkandidaten.» Eberle investiert 5000 Franken, rund die Hälfte davon erhält er von seiner Partei, den Rest finanziert er privat. Eberle macht Werbung über Inserate, auf seiner persönlichen Website sowie – zurückhaltend – auf Facebook und Instagram. Plakate werden in Innerrhoden keine zu sehen sein. Alle Kandidaten betonen ausdrücklich, dass sie darauf verzichten. Über die Wahlkampfstrategie schweigen die Kandidaten – mit Ausnahme von Martin Pfister. Der Präsident der In-

nerrhoder SP will einen möglichst kreativen Ansatz wählen, verrät er. «Im Unterschied zu den vergangenen Jahren befinde ich mich nun in einer Offensiv-, nicht mehr in einer Defensivposition.» So wird Pfister nicht nur Flyer, Inserate und Postkarten einsetzen, sondern auch den persönlichen Kontakt zur Bevölkerung suchen – präsent sein wird er an den Chilbis und Viehschauen. Auch ein Konzert mit einem syrischen Pianisten am 4. Oktober nutzt er für den Wahlkampf. Insgesamt plant Pfister über zehn verschiedene Aktionen.

Von den vier Innerrhoder Kandidaten gibt Martin Pfister am meisten aus: 7000 Franken hat er als Kostendach festgelegt. Diese investiert er komplett aus eigener Tasche oder durch private Spenden. Etwa 20 Prozent dieser Ausgaben fliessen in Zeitungsinserate, der Rest in Veranstaltungen und Informationskampagnen direkt für Wählerinnen und Wähler. Auch online ist der Schulsozialarbeiter aus Gonten aktiver als die anderen: Für den Wahlkampf produzierte er fünf Videos zu seinen Hauptthemen, die er auf seiner Website sowie auf Facebook und Instagram verbreiten will.

Die Wahlkampfbudgets der Ausser- und Innerrhoder Kandidaten

Ständerat		Nationalrat	
	Andrea Caroni FDP 15 000 Franken		Reto Sonderegger SVP 900 Franken
	Jennifer Abderhalden FDP 50 000 Franken		David Zuberbühler SVP keine Angaben
Nationalrat		Nationalrat	
	Antonia Fässler CVP mind. 2500 Franken		Thomas Rechsteiner CVP 5000 Franken
	Ruedi Eberle SVP 5000 Franken		Martin Pfister SP 7000 Franken

Quelle: APZ/Grafik: sbu

ANZEIGE

KIA Alle Modelle mit 7 Jahren Werksgarantie



Der neue Kia Sportage erfüllt alle Erwartungen.

hirn Hirn Appenzell AG
9050 Appenzell-Meistersrüte
Telefon 071 787 36 36 • www.hirn.ch