

Der Reiter und die Hobbyköchin

Bis zur Ersatzwahl in den St. Galler Stadtrat dauert es mehr als zwei Monate. Dennoch sind beide Kandidaten für die Nachfolge von Fredy Brunner bereits auffällig aktiv. Vor allem Peter Jans weibelt früh um Stimmen. Ein Vergleich.

RAFAEL ROHNER

Peter Jans hat eine schwarze Katze namens Valencia. Sie ist 18jährig und ziemlich gross. Zudem mag der SP-Politiker Urban Gardening und Reisen. Im Internet ist ein Bild zu sehen, wie er mit seiner Frau und seiner Sonnenbrille einen Ausritt in den Canyon de Chelly im US-Bundesstaat Arizona wagt. Die Botschaft ist klar: Hier sitzt einer fest im Sattel.

Von Barbara Frei sind private Fotos im Internet nicht zu entdecken. In der Rubrik Persönliches auf ihrer Internetseite gibt sie aber an, dass sie gerne kocht, wandert oder Opern besucht. Auf dem einzigen Foto ihrer Webseite lächelt die FDP-Kandidatin offen und freundlich in die Kamera. Das Bild wurde in St. Gallen aufgenommen. Auch hier ist die Botschaft klar: Sie will sich für «ihre» Stadt einsetzen, kompetent und motiviert.

In den Quartieren unterwegs

Bis zur Ersatzwahl für den freiwerdenden Sitz im St. Galler Stadtrat am 30. November dauert es noch etwas mehr als zwei Monate. Und doch sind die Kandidatin und der Kandidat auf der Strasse, im Internet oder auf sozialen Netzwerken schon jetzt präsent. Barbara Frei sammelte in der Innenstadt Unterschriften für das Marktplatz-Referendum und schreibt im Internet Tagebuch. Peter Jans hat in St. Georgen, in Winkeln, im Neudorf und im Zentrum Standaktionen durchgeführt. Die Präsenz in der Öffentlichkeit ermöglicht es, erste Vergleiche zu ziehen. Wie organisieren die Kandidaten ihre

Wahlkampagne? Wie viel Geld wollen sie ausgeben? Und wer ist im Internet beliebter?

Wahlkampf ist teuer

Offensichtlich ist, dass beide Kampagnen professionell gestaltet sind. Dennoch hat keiner der beiden für die Kandidatur eine Werbeagentur engagiert. «Ich setze auf mein eigenes Netzwerk und das meiner Partei», sagt Barbara Frei. Bei Peter Jans ist dies ähnlich. Er habe ein Wahlteam aus Leuten zusammengestellt, denen er vertraue.

Persönliche Kontakte sind für beide wichtig, um die Kosten für den Wahlkampf nicht explodieren zu lassen. «Strassenaktionen kosten nicht viel», bestätigt Politbeobachter Bruno Eberle. Teuer seien hingegen Inserate, Plakate oder Prospekte.

Drucksachen werden in der Regel rund einen Monat vor Wahltermin in Umlauf gebracht. Peter Jans hat erste Inserate bereits geschaltet. Er rechnet für seinen Wahlkampf mit Kosten von «einigen 10 000 Franken». Barbara Frei nennt keine konkreten Zahlen. Stattdessen sagt sie: Die Höhe des Wahlkampfbudgets sei Teil einer rollenden Planung. Wie jede Kandidatin oder jeder Kandidat sei sie auf Unterstützung durch Wahlspenden angewiesen. Natürlich investiere sie auch persönlich.

Auf Facebook und Twitter

Kostengünstig ist Wahlwerbung im Internet. Beide Kandidaten haben eigene Seiten gestaltet und sind auf Facebook wie auch Twitter präsent. Gemessen an der Zahl der Unterstützer ist Peter Jans derzeit



Peter Jans hat schon diverse Standaktionen durchgeführt.

Bild: pd



Barbara Frei sammelt Unterschriften für das Marktplatz-Referendum.

Bild: pd

eine Liste mit rund 460 Supportern präsentiert, sind es bei Barbara Frei 75 Unterstützer.

Stimmenfang auf der Strasse

Politbeobachter Bruno Eberle relativiert die Bedeutung des Abstimmungskampfs im Internet. Die Präsenz auf sozialen Medien sei höchstens eine Ergänzung zu herkömmlichen Methoden wie Plakaten oder Strassenaktionen. Ein grosser Teil der Wählerinnen und Wähler sei eher älter und daher kaum in sozialen Netzwerken präsent. Als Mittel zur Mobilisierung kurz vor der Abstimmung könnten Facebook oder Twitter laut Bruno Eberle aber enorm wichtig werden.

Die Kandidaten sehen es ähnlich. Für sie sind persönliche Kontakte mit der Bevölkerung entscheidend. In den Wochen vor dem Wahltermin werde sie mehrfach in der Stadt an einem Stand präsent sein, sagt Barbara Frei. Auch für Peter Jans sind Standaktionen «sehr wichtig». Nach längerer Abwesenheit in der Stadtpolitik überrascht es nicht, dass Jans momentan häufiger auf der Strasse anzutreffen ist als Barbara Frei. Sie ist bereits dank ihrer Voten im Stadtparlament regelmässig in der Öffentlichkeit präsent.

Vorbild Fässler und Rechsteiner

Auch Politbeobachter Bruno Eberle ist dies aufgefallen: «Peter Jans hat aus dem Wahlkampf von Fredy Fässler gelernt». Dieser war häufig auf der Strasse anzutreffen. Und hat die Abstimmung schliesslich knapp gewonnen. Ähnlich war es bei der Wahlkampagne von Paul Rechsteiner für den Ständerat.

leicht im Vorteil. Auf Facebook haben bis Freitag 221 Personen sein Profil mit «Gefällt mir» markiert, auf Twitter lesen 20 Nutzer seine Beiträge. Bei Barbara Frei

sind es zur selben Zeit 162 «Likes» auf Facebook und zwölf Follower auf Twitter. Gross ist der Unterschied auf den Internetseiten der beiden. Während Jans