Verteilt werden die Artikel meist in Strassen-

Perron: Kommt darauf an, wo diese Aktionen

stattfinden. Wenn man an einem beliebigen

Ort Wahlkampf macht, sind die Streuverluste

wählen; andere können nichts mit dem politi-

away, sollte man sich vor allem an jene Leute

wenden, die eine politische Nähe haben. Ideal

sind zum Beispiel Parteianlässe. Auch gewisse

öffentliche Orte sind für Kandidierende mehr

oder weniger sinnvoll. Für rot-grüne Kandi-

daten sind beispielsweise die Bahnhöfe in

grossen Städten ein günstiger Ort für Werbe-

Perron: Das ist eine Tatsache. Sie hängt vor

allem damit zusammen, dass der persönliche

Wahlkampf heute viel wichtiger ist also noch

didierenden vor allem als Par-

teivertreter; die Altgedienten

machten das Rennen. In den

90er-Jahren dann gab es einige

junge Leute, die den Sprung in

den Nationalrat schafften. Ich

denke da an Christa Markwal-

der oder an Ursula Wyss. Sie

verstanden das Spiel mit den

te erkannten, dass sich ein akti-

ver und kreativer Wahlkampf

lohnen kann. Folge davon ist,

dass heute immer mehr Kandi-

dierende auf eigene Plakate,

vor 25 Jahren. Früher verstanden sich die Kan

Täuscht der Eindruck, dass immer mehr

Kandidierende auf Werbeartikel setzen?

aktionen. Ist das der richtige Weg?

Editorial

Jasskarten werden die Wahl nicht entscheiden

ie anderen Parteien hätten die Schweiz aufgegeben, behauptete gestern auf der St. Luzisteig Toni Brunner. Die SVP-Delegierten hatten zwar Freude an den markigen Worten ihres Präsidenten, werden sie aber auch einzuordnen wissen. Klappern gehört nun mal zum Handwerk. Zum Polithandwerk erst recht. Von einer Aufgabe der Schweiz jedenfalls wollen FDP, Grüne und EDU nichts wissen – sonst hätten sie nicht gleichentags wie die SVP mit Delegiertenversammlungen die Endphase des Wahlkampfs eingeläutet. Im Gegenteil: Alle sind sie überzeugt, dass ihr Weg jener einzige ist,



Die Schweizer Seite des Bodensees wird unter Wert verkauft.

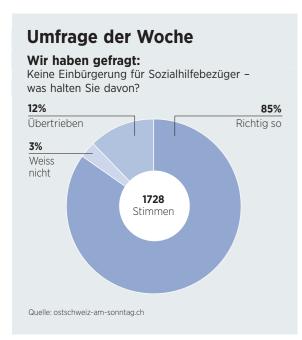
SILVAN LÜCHINGER STV. CHEFREDAKTOR

der unser Land in eine sichere und stabile Zukunft führt. (Seite 5)

Allein auf die Überzeugungskraft ihrer Parteiprogramme vertrauen aber offensichtlich nicht einmal die Kandidatinnen und Kandidaten. Sicherheitshalber verteilen sie darum im Volk, was sich neudeutsch Give-aways nennt. «Mitbringsel» würde das eine oder andere dieser kleinen Geschenke schon lautmalerisch weit besser charakterisieren – aber wer steht schon dazu, dass die zündende Idee oder der Mut zum Verzicht gefehlt hat? Wahlentscheidend, so ein Fachmann, werden jedenfalls weder Jasskarten noch Papierschiffchen sein. (Seiten 2+3)

Auch wenn auf der Schweizer Seite des Bodensees ebenso richtige Schiffe fahren wie auf der deutschen, schauen viele vom Südufer etwas neidisch hinüber zur deutschen Riviera. Während dort der Tourismus ein anerkannter und wichtiger Wirtschaftszweig ist, wirft er hierzulande weit weniger ab, als möglich wäre. Dieser Überzeugung ist jedenfalls der Thurgauer Unternehmer und Investor Hermann Hess. Er vermisst vor allem Willen und Mut zur Investition in Hotels. Die Schweizer Seite des Bodensees, so Hess, wird weit unter ihrem Wert verkauft. (Seite 10)

Unter Wert verkauft scheint vielen unserer Leserinnen und Leser auch die Comic-Serie «Tierische Zeiten», wenn sie nur in den Werktagsausgaben erscheint. Wir nehmen uns das zu Herzen – mit der heutigen Nummer brechen auch für die Ostschweiz am Sonntag tierische Zeiten an. (Seite 40)



Die Kandidierenden für die nationalen Wahlen stürzen sich in diesen Tagen in den Strassenwahlkampf. Immer häufiger dabei: Give-aways für die geschätzte Wählerschaft.

Mit Geschenken zum Wahlerfolg

seinem Job ist hübsch.

Slogan «Mit Füür und

Flamme» ist dagegen

verbraucht und steht

schräg in der Land-

schaft.

ROGER BRAUN

s ist wahrscheinlich das berühmteste Give-away der Schweizer Politikgeschichte: das Duschgel von Doris Leuthard. 1999 kandidierte die damalige Aargauer Kantonsrätin für National- und Ständerat. Im Wahlkampf verteilte die attraktive Senkrechtstarterin Duschgels mit aufgedrucktem Porträtbild. Die Aargauer Zeitung machte daraus die Schlagzeile «Duschen mit Doris», die flugs zum inoffiziellen Wahlkampfslogan wurde und die Kandidatin ins mediale Rampenlicht katapultierte. Das Risiko zahlte sich aus. Doris Leuthard schaffte den Einzug in den Nationalrat mit einem der besten Ergebnisse des Kantons –

Jasskarten

Schweizer Jasskarten

sind ein Klassiker

Give-aways. Auch

Unternehmer Ruedi

auf diese Tradition.

Heim (CVP/TG) setzt

Bewertung: Für ein bür-

zum Lebensgefühl. Poli-

Der Schnauz ist das

Markenzeichen von SP-

Ständerat Paul Rechstei-

ner (SG). So prangt er

Wahlkampf-Biber (links

denn auch auf dem

Bewertung: Zu viele

Fragezeichen. Unklar,

worum es genau geht.

Listenzahl 9 kann auch

umgekehrt gelesen wer-

Papierschiff

Isabel Schorer (FDP/TG)

setzt auf ein Segelschiff,

das sie in den National-

rat tragen soll. Den Falt-

bogen mit Bauanleitung

Wem das zu kompliziert

liefert sie gleich mit.

ist, kann sich an den

Kaugummis erfreuen.

tioneller Artikel. Bot-

wenig personalisiert.

Bewertung: Unkonven-

schaft passt zur FDP, zu

vom Lineal).

gerliches Milieu ist der

Artikel okay, er passt

tische Botschaft fehlt.

Biber

unter den

und machte sich auf, innert weniger Jahre Präsidentin der CVP Schweiz und heutige Bundes-

So spektakulär sich diese Geschichte anhört, so unklar ist die Wirkung der Give-aways. Wahlkampfberater wie Louis Perron stehen vielen Wahlgeschenken skeptisch gegenüber (siehe Interview). Die Ostschweiz am Sonntag hat den Test gemacht und die Give-aways Ostschweizer Kandidierender unter die Lupe genommen. Wie die Abbildung zeigt, weisen die Wahlgeschenke eine grosse Vielfalt auf. Von Klassikern wie Jasskarten oder Klebezetteln über ausgefallene Artikel wie ein Pustespiel mit Papierschiffen oder Sonnenbrillen ist alles dabei. Nicht alle Werbegeschenke kommen im Urteil von Louis Perron aber gleich gut weg.

Taschenalarm Brieföffner

Beda Sartory (CVP/SG) Postunternehmer Felix betont in seiner Kampa-Bischofberger (CVP/SG) gne sein Profil als Sichersetzt mit einem Briefheitspolitiker. Der dazu gehörende Taschenalarm öffner auf einen Artikel aus seinem Beruf. (Bildmitte) vereinfacht Bewertung: Verbindung es, bei Gefahr Alarm des Give-aways mit

zu schlagen. Bewertung: Gut ist der konsequente Schwerpunkt auf Sicherheit. Give-away ist aber beschränkt nützlich und teuer. Negative Botschaft.

Kühlmantel

Paganini (CVP/SG) präsentiert sich auf Plakaten als Wanderer und verteilt Getränkekühler inklusive Shorley-Flasche. Bewertung: Ein Getränkekühler wird eher mit

jung und hip assoziiert, was nur bedingt zum CVP-Milieu passt. Politische Botschaft fehlt. Wahrscheinlich auch teuer zu produzieren.

Öpfelringli

Diana Gutjahr (SVP/TG) setzt auf Thurgauer Werte. Mit getrockneten Öpfelringli aus Mostindien macht die Unternehmerin Werbung in eigener Sache. Bewertung: Passt gut zu Kanton und Partei. Sympathisches Bild. Das wohl beste Give-away.

Sonnenbrille

Thomas Ammann (CVP/ SG) kandidiert für ational- und Ständer Auf Wählerfang geht der Gemeindepräsident von Rüthi mit orangefarbenen Sonnenbrillen Bewertung: Wieso Sonnenbrillen? Hat nichts mit der Person zu tun und ist inhaltsleer. Teuer zu produzieren.

Olma-Direktor Nicolo

Reicht es denn nicht, wenn

Freude bereitet, indem man zum Beispiel bei sommerlicher Hitze Mineralwasser verteilt? Perron: Ich bin da skeptisch. Leu-

te gehen wegen politischer Inhalte an die Urne und nicht, weil sie ein Mineralwasser erhalten haben. Dafür ist der Aufwand viel zu gross. Ja, man freut sich über das Getränk, doch den Namen des Kandidaten hat man bald wieder verges-

sen – vor allem, wenn die Person nichts mit Mineralwasser zu tun hat.

Angenommen, ein Lebensmitteltechnologe der Mosterei Möhl verteilt Apfelsaft. Ist das dann besser?

Perron: Ja, und zwar weil es persönlich ist und nur für diese Person Sinn ergibt. Genauso macht es einen Unterschied, ob ein Biobauer oder ein Bankmanager Bioäpfel verteilt. Die Verbindung des Artikels mit der Person ist klarer und bleibt deshalb besser im Gedächtnis haften. Ideal ist es natürlich, wenn mit dem Werbegeschenk eine politische Botschaft vermittelt werden kann. Wenn zum Beispiel der Sicherheitspolitiker Beda Sartory mit einem Taschenalarm um Stimmen wirbt und gleichzeitig Plakate für mehr Sicherheit aufhängt, hat die Strategie eine gewisse Kohärenz. In diesem Fall zweifle ich allerdings daran, dass das Give-away vielen Leuten einen grossen Nutzen

Die Niitzlichkeit als weiteres Kriterium für ein gutes Give-away?

Perron: Auf ieden Fall. Lieber einen nützlichen Verbrauchsgegenstand abgeben als einen unbrauchbaren Staubfänger. Diese landen eh meist gleich im Abfalleimer. Wichtig ist es auch, auf die Kosten zu achten. Jeder Franken kann nur einmal ausgegeben werden und sollte deshalb dorthin fliessen, wo er die grösste Wir- Bodenständigkeit. Für linke Kandidaten wäre kung erzielt. Die meisten Give-aways sind viel zu teuer für das, was sie bringen.

Wahlkampfberater Louis Perron geht mit Give-aways hart ins Gericht. Der Grossteil sei nicht durchdacht und unbrauchbar.

«Man könnte geradeso gut nichts verteilen»

ROGER BRAUN

Herr Perron, all diese Werbeartikel, die vor den Wahlen den Bürgern in die Hand gedrückt werden: Bringt das etwas?

riesig. Die Mehrheit der Leute geht ja nicht Louis Perron: Ich bin eher skeptisch. Der Grossteil der Give-aways sind hinausgeworfenes Geld. Sie sind zu unpersönlich und transportieschen Profil anfangen. Setzt man auf ein Giveren keinen politischen Inhalt. Man könnte geradeso gut nichts verteilen. Das Wahlresultat wäre in vielen Fällen dasselbe.

Was unterscheidet ein gutes Give-away von einem schlechten?

Perron: Möchte man unbedingt einen Werbeartikel produzieren, sollte man darauf achten, dass das Give-Away etwas mit der Kandidatin dem Kandidaten zu tun hat. Im Wahlkampf ist das oberste Ziel die Vermittlung einer politischen Botschaft. Dieser Richtlinie sollte auch die Konzeption eines Give-aways folgen. Ein Give-away soll dafür sorgen, dass sich der Bürger an einen Kandidaten erinnert und ihn mit

einer politischen Position oder einem persönlichen Merkmal verbindet. Verteilt man einen x-beliebigen Artikel, funktioniert das

man einem Bürger einfach eine Leute gehen wegen Medien und führten engagierte politischer Inhalte Kampagnen. Immer mehr Leuwählen und nicht

Minerals. Louis Perron

wegen eines

Botschaften und Give-aways setzen.

Wie neu sind Give-aways eigentlich? Perron: So genau kann man das nicht sagen

Sicher ist, dass bereits im alten Rom Wahlkampf gemacht wurde. Am Anfang des letzten Jahrhunderts markierten dann der Nationalsozialismus und der Kommunismus neue Epochen in Sachen Propaganda. Ich nehme an, dass Geschenke im Wahlkampf nach dem Zweiten Weltkrieg im grossen Stil aufkamen. Dies hängt vor allem mit der Verbreitung der Demokratie und der Professionalisierung von Wahlkämpfen zusammen.

Gibt es internationale Unterschiede in der Beliebtheit von Give-Aways?

Perron: Ia, die gibt es. In den USA sind Baseballmützen und T-Shirts der grosse Renner. Auf den Philippinen werden aufgrund der Hitze Windfächer sehr geschätzt. Eine Schweizer Eigenheit wiederum dürften die Jasskarten sein

Stellen Sie auch Unterschiede zwischen den

Parron: Es gibt schon unterschiedliche Vorli ben – und die sind auch wohlbegründet. Die Lebenseinstellung und Weltanschauung der Parteigänger ist unterschiedlich. Das muss auch bei den Give-aways berücksichtigt werden. So ist es kein Zufall, dass Jasskarten bei bürgerlichen Kandidaten hoch im Kurs sind Sie stehen für Tradition, Konservatismus und dieser Werbeartikel eher aussergewöhnlich. Sattelüberzüge für Velos passen da besser.

Rückblick

RTVG-Resultat bleibt, wie es ist

Obwohl die Abstimmung über das neue Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) im vergangenen Juni äusserst knapp ausgegangen ist, sollen die Stimmen nicht neu ausgezählt werden. Das entschied am vergangenen Mittwoch das Bundesgericht in Lausanne. Wichtiger als die zu geringe Knappheit des Resultats von 50,1 Prozent wog der Umstand, dass in der Schweiz in gut zwei Monaten eine Gesetzesänderung in Kraft tritt, welche Nachzählungen auf Unregelmässigkeiten einschränkt.

Bencic feiert grössten Erfolg

Die 18jährige Uzwilerin Belinda Bencic hat am vergangenen Sonntag am WTA-Turnier in Toronto ihren bisher grössten Titel gewonnen. Im Final musste ihre Gegnerin, die Rumänin Simona Halep, die Nummer drei der Welt, im dritten Satz beim Stand von 7:6, 6:7, 3:0 für Bencic wegen einer Oberschenkelverletzung aufgeben. Das Spiel war in den ersten zwei Sätzen hart umkämpft.

Steinmeier bringt keine Geschenke

Der deutsche Aussenminister Frank-Walter Steinmeier war während zweier Tage in der Schweiz zu Besuch. Geschenke brachte er allerdings keine mit, wie die Pressekonferenz mit dem Schweizer Aussenminister Didier Burkhalter zeigte. So äusserte er sich nur sehr zurückhaltend zu einer allfälligen deutschen Unterstützung für die Schweiz bei den Gesprächen mit der EU. Steinmeier sagte, das Verhältnis der Schweiz zur EU sei Deutschland zwar wichtig, jedoch hätten andere Themen Priorität.

Bombenanschlag in Bangkok

Bei einer Explosion einer Bombe sind am vergangenen Montag im Zentrum der thailändischen Hauptstadt Bangkok mindestens 20 Menschen ums Leben gekommen, über 120 wurden verletzt. Der Sprengsatz war bei einer bei Einheimischen und Touristen beliebten Kultstätte detoniert. Weitere Bomben konnten entschärft werden. Thailands Juntachef Prayuth Chan-ocha sucht die Hintermänner des Anschlags bei seinen innenpolitischen Gegnern. Seine Militärs glauben jedoch an türkische Jihadisten als Täter.

Coop mit neuem Ladenformat

Klebezettel

Margrit Kessler (GLP/

SG) kämpft mit Post-its

nalrat. Gleichzeitig kan-

Bewertung: Wenig ori-

ginell und kein persön-

licher Bezug vorhanden.

Immerhin wird Tätigkeit

als Patientenschützerin

didiert sie für den

Ständerat.

erwähnt.

Coop hat in Zürich einen Laden namens Coop to go eröffnet. Dessen Angebot besteht ausschliesslich aus Lebensmitteln für den sofortigen Konsum. Coop möchte binnen fünf Jahren 50 solcher Läden einrichten.



Ausblick

grundberg Lineal

Geradlinigkeit und

Bauführer Vico Zahnd

(SVP/TG) mit seinem

durchsichtigen Lineal.

Bewertung: Geradlinig-

keit dürfte die SVP-

Wähler ansprechen.

Transparenz wird da-

gegen eher mit links-

grün assoziiert.

Street Parade mit «Magic Moments» In Zürich findet am kommenden

Samstag die Street Parade 2015 statt. «Magic Moments» lautet das Motto der 24. Street Parade. Damit wollen die Veranstalter die einmalige Atmosphäre, wenn knapp eine Million Menschen um den Zürichsee tanzen, in den Mittelpunkt rücken. Die Street Parade rollt in diesem Jahr etwas später als in den Vorjahren ums Zürcher Seebecken. Der Grund dafür: Die Quaibrücke und das Bellevue werden bis Herbst 2015 umfassend saniert und behindertengerecht ausgebaut.

Sean Connery wird 85 Jahre alt

Mit seiner tiefen Stimm verzauberte er als James Bond die Frauen, Männer wollten sein wie er: Sean Connery, einer der grössten Filmstars der Welt und längst im Ruhestand, feiert am Dienstag seinen 85. Geburtstag. Seit Jahren ist vom ehemaligen 007-Darsteller jedoch kaum mehr etwas zu hören.

Hochrangiges Treffen in Wien

Mehr als 30 hochrangige Regierungsvertreter der Westbalkan-Staaten, der EU, Deutschlands sowie Österreichs werden am Donnerstag in Wien über die Zukunft der Region beraten. Im Zentrum der Aufmerksamkeit wird an der Konferenz - wohl ungewollt - Serbien stehen. In den vergangenen Monaten wurde das Balkanland immer mehr zu einem der Haupttransitländer für Asylsuchende, die über Griechenland in die EU einreisen. Bis zu 2000 Menschen sollen es täglich sein.

FC Basel droht

das Ausscheiden Der FC Basel trägt am Dienstag das Rückspiel gegen Maccabi Tel Aviv aus. Das Team von Trainer Urs Fischer steht unter Druck und vor einer Bewährungsprobe. Denn den Basler droht nach dem Heim-2:2 das Ausscheiden in den Playoffs der Champions League.

Die OBA öffnet ihre Tore

Am Freitag öffnet die Ostschweizer Bildungs-Ausstellung OBA ihre Tore. Die Sonderschau «typisch ♀ – typisch ♂» des Kompetenzzentrums Integration und Gleichstellung (KIG) des Kantons St. Gallen lädt Jugendliche in einen interaktiven Parcours ein, der auf die offene Berufswahl fokussiert. Schwerpunktthema der diesjährigen OBA sind die Berufe Gesundheit und Soziales. Auch dort ist eine stärkere Durchmischung von Frauen und Männern wünschenswert.