

So vertreiben sie die Anspannung

WAHLSONNTAG Heute Nachmittag wird klar sein, wer Zug die nächsten vier Jahre in Bern vertritt. Wir haben einige Kandidaten gefragt, wie sie die Zeit bis zur Bekanntgabe der Resultate verbringen. Während einige gemütlich in den Tag starten, steht für andere Arbeit auf dem Programm.

RAHEL HUG (TEXT), MARIA SCHMID, STEFAN KAISER UND WERNER SCHELBERT (BILDER)
rahel.hug@zugerzeitung.ch



Bruno Pezzatti

Edlibacher Nationalratskandidat, FDP

«Am Sonntagmorgen jogge ich und durchlüfte mir in der Natur den Kopf. Vor der Bekanntgabe der Resultate lasse ich mich zu Hause mit beruhigender Musik etwas ablenken.»



Barbara Gysel

Oberwiler Ständeratskandidatin, SP

«Am Sonntagmorgen gehe ich mit SP-Kandidierenden in der Villette in Cham einen Cappuccino trinken. Nach einem Spaziergang dem Zugersee entlang gehts dann ins Wahlzentrum, abends folgt das Wahlfest im Restaurant Intermezzo. Dazwischen werde ich die Trends und Resultate aus anderen Kantonen verfolgen.»

Gerhard Pfister

Oberägerer Nationalratskandidat, CVP

«Mein Programm sieht so aus: Sport, Messe, Sonntagszeitungen lesen, was einem «normalen» Sonntag entspricht. Ab 12 Uhr verfolge ich parallel die Wahlberichterstattung aus allen Kantonen und kommuniziere laufend mit dem Präsidium der CVP Schweiz. Um 14.30 Uhr gehe ich ins Wahlzentrum in Zug.»



Joachim Eder

Unterägerer Ständeratskandidat, FDP

«Mein Wahlsonntag beginnt mit einem ausgiebigen Frühstück und intensiver Zeitungslektüre. Nachher mache ich mit meiner Frau eine Wanderung. Gemeinsam in der Natur kann ich mich am besten entspannen.»

Peter Hegglin

Edlibacher Ständeratskandidat, CVP

«Ich nehme am Sonntagmorgen mit meiner Familie an der Chilbi in Menzingen teil und esse in einem Vereinsbeizli zu Mittag. Anschliessend gehe ich nach Zug ins Wahlzentrum.»



Thomas Aeschi

Baarer Nationalratskandidat, SVP

«Ich bereite mich auf die Finanzkommissionssitzung vom nächsten Mittwoch vor, an welcher die SVP aufgrund der angespannten Finanzlage des Bundeshaushalts zahlreiche Sparanträge zum Budget des nächsten Jahres stellen wird.»



Andreas Lustenberger

Baarer Nationalratskandidat, Alternative-die Grünen

«Wenn immer möglich schlafe ich an den Sonntagen etwas länger, brunchen ausgiebig und höre dazu Philip Maloney. Das mache ich auch heute so.»

Zuger Wahlkampf: Waren die letzten Wochen inhaltsleer?

KANTON Wenn Sie diese Zeilen lesen, wird es vermutlich nur noch wenige Stunden dauern: Die Würfel werden gefallen sein, und es steht fest, wer den Kanton Zug während der nächsten vier Jahre in Bern vertritt. Und damit werden auch die Plakate von den Strassen und die Inserate aus den Zeitungen und Online-Portalen mit einem Schlag wieder verschwinden. Der Kampf um die Sitze im Parlament ist damit Geschichte. Aber wie war er eigentlich, der Wahlkampf 2015? Wie haben ihn die Zuger Parteien wahrgenommen?

Gleiche Präsenz wie 2011

Weniger intensiv als vor vier Jahren sei er gewesen, bilanziert Thomas Aeschi, Nationalrat und Präsident der SVP Kanton Zug. «Das kann allerdings auch meine subjektive Wahrnehmung sein, da ich damals das erste Mal für das Nationalratsmandat kandidierte», so Aeschi weiter. Die Parteien seien aus seiner Sicht jedoch etwa gleich präsent gewesen wie 2011. Eine grundsätzlich

«positive Bilanz» zieht man bei der FDP. Man sei mit vielen Personen ins Gespräch gekommen, sagt Birgitt Siegrist, Geschäftsführerin der FDP Kanton Zug. «Gleichzeitig war der Wahlkampf sehr ruhig. Es gab wenig politisches Geklänkel», so Siegrist weiter. Martin Pfister, Präsident der CVP Kanton Zug, stimmt dem nur teilweise zu. «Man ging davon aus, dass die bisherigen Nationalräte wiedergewählt werden und neben Joachim Eder auch Peter Hegglin unbestritten in den Ständerat gewählt wird», bilanziert er. Der Wahlkampf sei wohl deshalb für die Medien weniger interessant gewesen. Gleichzeitig habe die grosse Zahl der linken Kandidaten hinter den Kulissen bei den bürgerlichen Parteien eine gewisse Hektik ausgelöst. «Das hatte zur Folge, dass die Parteien doch einen recht aufwendigen Wahlkampf betrieben.»

Seitens der Alternative-die Grünen ist man der Meinung, dass der Schlagabtausch in den Zeitungen von wenigen dominiert worden sei. Gleichzeitig sei-

en diverse Kandidaten mit Inseraten sehr präsent gewesen. Geld mache sehr viel mehr Plakate möglich, sagt Präsidentin Barbara Beck-Iselin. «Wir selbst waren viel auf der Strasse und in vielen Gemeinden unterwegs.» Dass wohl «Unmengen von Geldern in Plakatwände und Inserate investiert wurden», stellt Barbara Gysel, Präsidentin der SP Kanton Zug fest. «Trotz einigen Zwischenfällen wie etwa anonymen Flyern, die der SP in die Schuhe geschoben wurden, war es aus unserer Sicht ein vernünftiger Wahlkampf», so Gysel weiter.

«Flyer- und Plakatschlacht»

Eher enttäuschend als vernünftig empfanden sowohl die Grünliberalen wie auch die Piraten die vergangenen Wochen. «Der Panini-Wahlkampf war gänzlich uninteressant», findet Michèle Kottelat, Präsidentin der GLP Kanton Zug. Die Sache scheine in Zug zwar eh gelaufen zu sein. Trotzdem hätten Inhalte gefehlt. «Ich habe Podiumsdiskussionen mit interessantem Ge-

sprächsstoff vermisst.» Stefan Thöni, der Co-Präsident der Piratenpartei, findet noch deutlichere Worte: «Ich habe noch nie so einen inhaltsleeren Wahlkampf gesehen.» Praktisch alle Parteien hätten nur mit Köpfen und kurzen Slogans geworben. «Dafür scheint umso mehr Geld in unzählige Plakate und ein gefühltes Dutzend Flyer von jeder Partei investiert worden zu sein.» Er würde es darum auch eher eine Flyer- und Plakatschlacht als einen Wahlkampf nennen.

Über Themen wenig erfahren

Diese Ansicht teilen auch einige der grossen Parteien. So hat Martin Pfister ebenfalls die thematische Profilierung der Parteien vermisst: «Welches sind die Themen, die uns in den nächsten Jahren beschäftigen, und werden sie von den Parteien angegangen?» Darüber habe man wenig erfahren, so der CVP-Präsident. Und auch Thomas Aeschi hätte sich eine «vermehrte Diskussion der Parteien an öffentlichen

Podien» gewünscht. «Das wäre für die Meinungsbildung der Stimmbürger sicherlich hilfreich gewesen.»

Und wie ist die Bilanz bei den Inserate- und Plakatgesellschaften? War es wirklich eine grössere «Papierschlacht» als 2011? «Nein», sagt Anton Kaufmann, zuständig für den Inserateverkauf in der Region Zug bei der NZZ Media Solutions AG. «Die Zahlen präsentieren sich ähnlich wie vor vier Jahren.» Es seien keine signifikanten Änderungen auszumachen. «Es lässt sich aber sagen, dass die Parteien mehr auf Qualität als auf Quantität gesetzt haben. Sprich, es wurde Wert gelegt auf gute Platzierungen.» Bei der Allgemeinen Plakatgesellschaft APG stellt man Ähnliches fest. Die Budgets sind laut Mediensprecherin Nadja Mühlemann etwa gleich geblieben. «Wir stellen aber eine Verschiebung fest: Die nationalen Kampagnen sind leicht rückläufig. Im Gegensatz dazu verzeichnen wir bei den regionalen und bei den Einzelkandidaten einen Zuwachs.»

SAMANTHA TAYLOR
samantha.taylor@zugerzeitung.ch