

Warum bereits Plakate hängen

Barbara Schmid-Federer (CVP) und Hans Frei (SVP) werben auf Plakaten schon lange für ihre Nationalratskandidaturen.

Von **Mario Wittenwiler Wädenswil**. – Erst am 21. Oktober wählt die Schweiz ihr neues Parlament. Dennoch hängen im Bezirk Horgen seit Wochen Plakate für die Nationalratswahlen. Und zwar nicht solche hiesiger Kandidaten, sondern von auswärtigen. Etwa von Hans Frei (SVP) aus Regensdorf im Unterland und von Barbara-Schmid-Federer (CVP) aus Männedorf an der Goldküste.

Auf die Frage, ob denn die Wirkung von Plakaten, die bereits so früh hängen, nicht vorzeitig verpuffe oder die Leute gar nerve, antwortet Hans Frei: «Im Gegenteil. Ich erhalte zurzeit viele positive Rückmeldungen. Die Bekanntmachung ist im ganzen Kanton wahrgenommen worden, sicher verstärkt von einer aktiven Wählerschaft und weniger von der breiten Bevölkerung.» Landwirt Frei steht erst auf dem 21. Listenplatz seiner Partei für die Nationalratswahlen. Die SVP berücksichtigt auf den vorderen Plätzen einen bestimmten Anteil an Frauen und Kandidaten aus den Städten Zürich und Winterthur.

Bekanntheit auch auswärts wichtig

«Es war meine klare Absicht, mich durch die Plakataktion bereits vor den Sommerferien frühzeitig bekannt zu machen », erklärt Frei. Wegen seiner nach eigener Einschätzung «sehr anspruchsvollen » Ausgangslage greift er für seinen Wahlkampf zu einem weiteren, eher ungewohnten Mittel: In einem «Smart» als mobilem Werbeträger fährt er durch den Kanton.

«Barbara is Bundeshus»

Sogar bereits vor Hans Frei lächelte Barbara Schmid-Federer von der CVP mit dem Spruch «Barbara is Bundeshus» am linken Seeufer von den Plakatwänden. Ihre Aktion startete schon Ende Mai. Die Kandidatin sagt: «Wenn jetzt noch Plakate hängen, war das nicht so geplant.» Da sie ausserhalb ihres Stammbezirks Meilen einen zu niedrigen Bekanntheitsgrad habe, sei sie zusammen mit ihrem persönlichen Wahlteam auf die Idee mit dem extrem frühen Plakataushang gekommen. Die Aktion kostete sie fast 20 000 Franken, die sie selber und Sponsoren bezahlen. «Der Effekt war enorm. Als direkte Reaktion wurde ich beispielsweise vom mittlerweile eingestellten «Facts» kontaktiert, auch die «SonntagsZeitung» und die «Neue Zürcher Zeitung» berichteten über mich», freut sich die CVP-Frau.

Erstaunlich tiefes CVP-Budget

Den weiteren Wahlkampf will SchmidFederer konventionell betreiben. Nach den Sommerferien verschickt sie Flyer und wirbt mit CVP-Plakaten: «Ich konzentriere mich dabei aus strategischen Gründen auf das linke und rechte Zürichseeufer sowie die Städte Uster und Dübendorf.» Das gesamtantonale Budget für den CVPWahlkampf beträgt rund 250 000 Franken. Erstaunlicherweise sind das nur 20 000 Franken mehr als dasjenige der blutjungen Partei der Grünliberalen.



Vor dem Coop Wädenswil muss Hans Frei keine Angst vor der Wahl haben.

BILD HERBERT FISCHER