

Ein braver Wahlkampf endet bald

In gut einer Woche wird das Bündner Parlament und die Regierung gewählt. Ein wichtiges Werkzeug, um sich dem Wahlvolk zu präsentieren, ist die Internetpräsenz. Diese sieht je nach Partei verschieden aus.

Patrick Kuoni

Auch wenn der Wahlkampf in den sozialen Medien und auf der eigenen Website die Wahlkampfarbeit vor Ort mit der Bevölkerung nicht ersetzt, so hat sie doch einen Einfluss auf den Ausgang der Wahlen. Diese Zeitung hat deshalb die Online-Auftritte der Regierungsratskandidierenden und der Parteien etwas unter die Lupe genommen.

Was zuallererst einmal auffällt: Seitenhiebe an andere Parteien blieben bis anhin fast komplett aus. Der Wahlkampf war bisher sehr brav. Das hängt wohl auch damit zusammen, dass man einander kennt und nicht selten auch ausserhalb des Parlamentsbetriebes miteinander zu tun hat. Davon zeugen auch Bilder der Regierungsratskandidierenden, die doch ab und an mit politischen Konkurrentinnen und Konkurrenten posieren. Und es war auch an den Wahlpodien zu spüren, wo zwar ab und an ein Seitenhieb an die Adresse einer Widersacherin oder eines Widersachers gerichtet wurde, aber genauso häufig die gegenseitige Wertschätzung betont wurde.

Der einzige Post, der sich zuweilen ein wenig gegen eine andere Partei richtete, war jener der SVP. Sie schrieb in einem Post: Hug wählen – Vielfalt statt Mitte-Mehrheit. Auch in diesem Fall spielte die SVP aber nicht auf den Mann oder die Frau, sondern wies einzig darauf hin, dass sich die aktuelle Konstellation wieder ergeben könnte, in der drei der fünf Regierungssitze in den Händen der Mitte-Partei liegen und diese somit in der Regierung alleine Entscheide fällen könnte. Doch ansonsten überwiegen Wahlwerbung, Bilder von Veranstaltungen, Parolen und die Vorstellung von Kandidatinnen und Kandidaten.

Fokus unterschiedlich

Die Grossratswahlen nehmen bei den Parteien allerdings unterschiedlich viel Platz ein. Einen sehr starken Fokus darauf legen die SP und die Grünen. Sie stellen auf ihrer Facebookseite alle Kandidierenden mit Bild vor und haben ausserdem eine eigene Website nur für die Wahlen 2022 erstellt. Auf dieser sind alle Kandidierenden mit Bild, Wahlkreis und zahl-

Kaum einen Einfluss auf den Wahlkampf hatten wohl Tik Tok und Twitter.

reichen persönlichen Informationen zu finden. Vergleichbar viele Informationen über die Kandidierenden fürs Parlament erhält man nur bei der Mitte, die sich auf der eigenen Website ebenfalls mit weiteren Infos vorstellen als nur Name und Beruf. Auch bei der Mitte sind die Kandidierenden ausserdem mit Bild zu sehen. Auf Facebook werden bei der aktuell grössten Partei im Rat überdies Kandidierende mit Videobotschaften in den Fokus gestellt,

wo sie etwas über ihre Anliegen erzählen. Auf der Website ist ausserdem ein Link aufgeschaltet, wo per Whatsapp vorgeschriebene Nachrichten versendet werden können, um für die Wahlen am 15. Mai zu mobilisieren.

Testimonial als Unterstützung

Gleiches ist auch auf der Website der SVP zu finden. Die rechte Partei setzt ausserdem auf die Möglichkeit, dass Personen ein Testimonial zur Unterstützung ihres Regierungskandidaten Roman Hug erstellen können. Diese werden dann auch gleich etwas weiter unten auf der Website präsentiert. Bei der Vorstellung der Grossratskandidierenden sind bei der SVP neben einem Foto die Basisinfos Beruf und Wohnort zu finden.

Den Fokus stark auf die Regierungsratswahlen legt die FDP auf ihren kantonalen Kanälen. Auf der Partei-Website sind die Grossratskandidierenden nur nach Kreis zugeordnet zu finden, allerdings ohne weitere Informationen. Auch auf der Facebookseite stehen mehr Veranstaltungsposts im Fokus, und die Kandidierenden werden nicht alle auf der kantonalen Facebookseite vorgestellt. Diese stehen mehr auf den Seiten der Kreisparteien im Zentrum.

Die GLP reiht sich punkto Informationen über die Kandidierenden im Mittelfeld ein. Die Partei setzt auf grosse Bilder. Es sind Informationen über die Ausbildung, den Beruf, den Geburtstag, den Wohnort sowie politische Ämter zu finden. Jede Kandidatin und jeder Kandidat wird einzeln auf der Facebookseite vorgestellt.

Facebook ist Trumpf

Der Grossteil des Onlinewahlkampfes findet bei den Parteien neben Werbeanzeigen auf Facebook und auf der eigenen Website statt. Auf Facebook posteten die meisten Parteien in den letzten Wochen fast täglich einen Inhalt. Auch auf Instagram sind alle Parteien präsent, allerdings zumeist mit weniger Followern als auf Facebook. An der Spitze diesbezüglich liegen die Grünen, die über 1000 Follower aufweisen, allerdings auch selbst sehr vielen Personen und Kanälen folgen (rund 900). Danach folgen die SP (rund 850 Follower) und die SVP (723). Mitte (rund 220), FDP (rund 160) und GLP (gut 160) sind hier deutlich abgeschlagen, wobei alle drei Kanäle relativ jung sind. Bei der FDP und der GLP wurden die Accounts erst im Hinblick auf den Wahlkampf eröffnet, jener der Mitte logischerweise erst nach der definitiven Fusion der CVP mit der BDP im Juni 2021. Auf Facebook liegen hingegen die grössten Grossratsparteien tatsächlich auch ganz vorne, was die Followerzahlen angeht. Die Mitte (rund 1160) liegt vor der FDP (gut 1000). Die SVP (rund 940) folgt vor der SP (gut 840) und der GLP (gut 800). Die Grünen reihen sich hier mit knapp 700 zuhinterst ein.

Tik Tok ohne Einfluss

Kaum einen Einfluss auf den Wahlkampf gehabt haben wohl die Plattformen Twitter und Tik Tok. Auf Tik Tok ist nur die SP aktiv, sie nutzte den Kanal aber nicht für den Wahlkampf. Auf Twitter sind zwar FDP, SP, Grüne und Mitte und SVP vertreten. Während der letzten Monate regelmässig gepostet haben aber nur die SVP und die SP.

Wo die Regierungsratskandidierenden online präsent sind

Stand: Freitag, 16 Uhr

Marcus Caduff

Facebook: Privat: 3239 Freunde
Öffentlich: 2159 Follower
Instagram: 898 Follower – wird nicht für Wahlkampf verwendet
Twitter: 517 Follower – wenige Posts pro Monat

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Seine Departementsseite
2. Sein LinkedIn
3. Sein Facebook

Carmelia Maissen

Facebook: Privat: 1439 Freunde – öffentlich sichtbar sind nur Posts, wo sie markiert wurde
Instagram: 502 Follower – postet erst seit März 2022 aktiv
Twitter: nicht vorhanden

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Frauenzentrale-Profil
2. Seite der Mitte Graubünden
3. Mitte-Mitteilung von der Nomination

Roman Hug

Facebook: Privat: 2730 Freunde – er verwendet für den Wahlkampf seine private Facebookseite
Instagram: 871 Follower – wird erst seit Wahlkampf wirklich aktiv genutzt
Twitter: nicht vorhanden

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Anzeige, welche auf die eigene Website führt
2. Seite der SVP Graubünden
3. eigene Website

Martin Bühler

Facebook: Privat: 2982 Freunde
Öffentlich: 1343 Follower
Instagram: nicht vorhanden
Twitter: nicht vorhanden

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Anzeige, die auf seine Website führt
2. Eigene Website
3. Ein Porträt der «Aargauer Zeitung» zu seinem Amt als Corona-Krisenmanager

Jon Domenic Parolini

Facebook: Privat: 5000 Freunde
Instagram: 842 Follower
Twitter: 1197 Follower

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Seine Departementsseite
2. Seine Website
3. Sein LinkedIn

Peter Peyer

Facebook: Privat: 3957 Freunde
Öffentlich: 3278 Follower
Instagram: 1967 Follower
Twitter: 1791 Follower

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Seine Website
2. Sein Facebook
3. Seine Departementsseite

Hans Vetsch

Facebook: Privat: Anzahl Freunde nicht öffentlich einsehbar
Instagram: 197 Follower
Twitter: nicht vorhanden

3 oberste Ergebnisse bei Google-Suche:

1. Hans Vetsch AG
2. TV-Südschweiz-Beitrag zu seiner Person
3. Südschweiz-Beitrag

INSERAT



Martin Bühler
in die Regierung
15.05.2022

FDP
Die Liberalen

Wahlkampf?

gierungsratskandidaten. Die Mittel stammen gemäss Mediensprecher Robert Lippuner zu rund 90 Prozent aus Mitgliederbeiträgen, der Rest aus Spenden, die demnach ebenfalls überwiegend von Mitgliedern bestritten werden. Die Spenden bewegen sich gemäss Lippuner zwischen 10 und 1500 Franken und betragen im Schnitt rund 500 Franken.

So transparent wie Belarus

Womit die Frage nach dem Geld im laufenden Wahlkampf geklärt wäre – zumindest, wenn man den Angaben der Parteien und Kandidatinnen Glauben schenken will. Überprüfen lassen sie sich nicht, weil Parteien Finanzen und Spenden nicht offenlegen müssen – eine Sonderstellung in Europa, die die

«Es ist interessant, dass auch ohne grosse Plakate eine ordentliche Publizität erreicht werden kann.»

Schweiz derzeit nur mit Belarus teilt. Noch. Denn auf kantonalen Ebene sammelt die Bündner Juso seit vergangener November Unterschriften für eine Transparenzinitiative, wonach die Finanzierung politischer Kampagnen ab 10 000 Franken offengelegt werden muss. Auch sollen Einzelspenden über 3000 Franken – auch von Unternehmen – mit Namen kenntlich gemacht werden (Ausgabe vom 11. November). Rund ein Drittel der bis Anfang November benötigten 3000 Unterschriften hat die Juso gemäss Co-Präsidentin Freya Mayer bereits gesammelt.

Auf nationaler Ebene ging kürzlich die Vernehmlassung für einen Gegenvorschlag zur nationalen Initiative «Für mehr Transparenz in der Politikfinanzierung» zu Ende, den das Parlament im Juni vergangenen Jahres verabschiedet hatte. Auch mit den Stimmen der Bündner Vertreterinnen übrigens – mit Ausnahme von FDP-Mann und Ständerat Martin Schmid und SVP-Nationalrätin Magdalena Martullo. Neu sollen Parteien verpflichtet werden, jährlich ihre Einnahmen sowie Spenden ab 15000 Franken offenzulegen. Die neue Regelung soll voraussichtlich im Herbst 2022 in Kraft treten und erstmals für die Nationalratswahlen 2023 gelten.

Damit dürften sich dereinst viele Fragen und Unklarheiten zur Parteienfinanzierung in Luft auflösen. Etwa jene, wie es kommt, dass das Steueramt Jahr für Jahr rund denselben Spendenbetrag registriert, den die Parteien für die alle vier Jahre anfallenden Wahlen ausgeben haben wollen.