Abtwil möchte Fusion prüfen

Kirche Die Bürgerschaft der katholischen Kirchgemeinde Abtwil-St. Josefen hat am Dienstagabend eine Weiche für die Zukunft gestellt. Die Kirchbürgerschaft möchte die Fusion mit den Kirchgemeinden Engelburg und St. Gallen prüfen lassen.

Das haben die Katholikinnen und Katholiken an einer ausserordentlichen Kirchgemeindeversammlung beschlossen. Die Versammlung im Pfarreisaal in Abtwil ging gemäss einer Mitteilung ohne Einwände oder Wortmeldungen vonstatten. Von 71 gültigen Stimmen gab es gemäss Communiqué nur zwei Ablehnungen. Dieses Verdikt ist ein erstes notwendiges Ja in einem dreiteiligen demokratischen Verfahren.

Für eine Fusion müssen zuerst alle drei Kirchgemeinden den Verwaltungsräten einen Prüfauftrag erteilen. Gibt es in Engelburg nächsten Dienstag, 17. November, und im St. Galler Kirchgemeindeparlament am 25. November ebenfalls eine Ja-Mehrheit, können die Räte die Verhandlungen aufnehmen.

Daraus entsteht eine provisorische Gemeindeordnung, über die an einer brieflichen Grundsatzabstimmung befunden wird. Resultiert ein weiteres dreifaches Ja, wird die definitive Gemeindeordnung ausgearbeitet und zu einer dritten Abstimmung gebracht. Die fusionierte Kirchgemeinde könnte frühestens im Januar 2029 ihren Betrieb aufnehmen. *(pd/mha)*

Mit Swiss Casino durch Gossau

Swiss Casino St. Gallen wirbt mit einem vollständig beklebten Regiobus. Solche Ganzwerbungen sind selten.

Felix Schiegg



Der neue Casinobus ist erst das vierte vollständig beklebte Fahrzeug bei Regiobus in den letzten 20 Jahren. Bild: zvg

Ein kurzer Sprint zur Bushaltestelle – zu spät. Der Regiobus setzt sich bereits in Bewegung. Der Abenteurer am Heck verschwindet in der Ferne. «Jeden Tag ein neues Spiel» steht daneben. Der Werbespruch stammt von Swiss Casino St. Gallen, das neuerdings auf dem Gelenkbus wirbt. Aber nicht nur am Heck: Der gesamte Bus ist in Schwarz gehüllt und mit Figuren aus Spielautomaten verziert.

Ganzwerbebusse sieht man bei Regiobus selten. Neu sind sie allerdings nicht. Neben dem Casinobus fährt derzeit noch ein weiterer Gelenkbus mit Ganzwerbung: «Für alle etwas zum Verlieben». Er wirbt für die Shopping Arena. Vor den beiden Gelenkbussen trugen in den vergangenen 20 Jahren lediglich zwei Normalbusse eine Ganzwerbung – einer für Ostwind, der andere für Ikea. Die gesamte Flotte von Regiobus umfasst 33 Fahrzeuge. Damit tragen aktuell rund sechs Prozent der Busse eine Ganzwerbung.

Nicht jede Reklame kommt auf den Bus

Dabei sind Reklamen auf Bussen sowohl vom Kanton als auch vom Bund erwünscht, denn der öffentliche Verkehr ist nicht kostendeckend. Der regionale Verkehrsbetrieb sei auf Abgeltungen der öffentlichen Hand angewiesen, sagt Bruno Huber, Geschäftsführer der Regiobus AG. Werbeeinnahmen hülfen, diese zu reduzieren. Zudem habe Regiobus bisher keine negativen Rückmeldungen zu den Ganzwerbungen erhalten. Weshalb also die Zurückhaltung bei dieser Werbeform?

«Zugunsten unserer Fahrgäste möchten wir nur wenig beklebte Fensterflächen», sagt Huber. Die Kundinnen und Kunden sollen freie Sicht nach draussen haben – und nicht durch eine Lochfolie schauen, die den ganzen Bus verdunkelt. Deshalb sei Regiobus bei Ganzwerbungen zurückhaltend. Dennoch: 80 Prozent der Busse tragen Reklamen. Die allermeisten allerdings nur in Form von Teilwerbungen. Mit der Innen- und Aussenwerbung nimmt der Verkehrsbetrieb jährlich zwischen 70'000 und 90'000 Franken ein.

Die Werbung auf den Fahrzeugen läuft über die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG). Sie übernimmt die Vermarktung und legt die Werbeaufträge Regiobus zur Genehmigung vor. Der Verkehrsbetrieb stellt die Fahrzeuge als Werbeflächen zur Verfügung. Allerdings behält er bei der Auswahl der Werbung ein Vetorecht. Gemäss Huber gibt es klare inhaltliche Vorgaben. Die Reklame darf weder gegen die Interessen der Schweiz verstossen noch die guten Sitten verletzen. Politische oder religiöse Inhalte sind ebenfalls unerwünscht. Werbung für berauschende Produkte wie Tabak oder Alkohol lasse Regiobus nicht zu, sagt Huber.

«Diese Werbung verleitet nicht zu Spielsucht»

Bei der Casino-Werbung bewegt sich Regiobus laut Huber im Grenzbereich. Grundsätzlich seien solche Reklamen nicht verboten. Und die Geschäftsleitung habe sich mit den möglichen Auswirkungen dieser Werbung auseinandergesetzt. Huber sagt: «Wir sind zum Schluss gekommen, dass sie nicht zur Spielsucht verleitet.» Zudem hätten Minderjährige keinen Zutritt zu Casinos und Spielsüchtige würden gesperrt.



Bruno Huber, Geschäftsführer der Regiobus AG. Bild: zvg

Swiss Casino St. Gallen schreibt auf Anfrage, dass sich die Kampagne an eine breite, erwachsene Zielgruppe richte. Im Vordergrund stünden die Steigerung der Markenbekanntheit, die regionale Verankerung und die Positionierung des Casinos als attraktive Erlebnisdestination. Gemeinsam mit St. Gallen-Bodensee Tourismus setze Swiss Casino St. Gallen auf eine «sympathische Werbeform». «Im Gegensatz zu klassischen Plakatflächen ist der Bus täglich auf unterschiedlichen Strecken unterwegs und sorgt damit für eine hohe Präsenz im öffentlichen Raum.»

Mit seinem Standort in der Stadt St. Gallen sei Swiss Casinos fest in der Ostschweiz verankert. Gossau gehöre dabei zum wichtigen regionalen Einzugsgebiet und biete die Möglichkeit, die Markenpräsenz über die Stadt hinaus auszubauen.

Neue Werbebusse bei den VBSG

«Ich finde, der Casinobus ist gut gelungen», sagt Huber. Bei der Beklebung war Regiobus dabei und konnte bei der Platzierung der Sujets mitbestimmen. Gemäss Huber handelt es sich um eine Kompromisslösung. Die Werbefolien bedecken einige Fensterflächen. Der Verkehrsbetrieb achte jedoch darauf, dass die Fahrgäste von ihren Sitzplätzen aus das Geschehen draussen möglichst frei beobachten können.

Bei den Verkehrsbetrieben St. Gallen (VBSG) sind jüngst ebenfalls neue Ganzbuswerbungen aufgetaucht, darunter eine für den neuen VW ID. Polo. Insgesamt fahren drei VBSG-Busse mit einer Ganzbusgestaltung, wie das Unternehmen auf Anfrage mitteilt. Mehr dürfen es nicht sein. Das St. Galler Stadtparlament hat die Obergrenze entsprechend festgelegt. Ein Ausbau sei deshalb nicht vorgesehen, obwohl sich die Ganzwerbungen laut VBSG gut in den bestehenden Werbemix integrieren liessen.

Auch bei Regiobus sei derzeit kein weiterer Ganzwerbebus geplant, sagt Huber. Sollte APG jedoch einen neuen Interessenten finden, werde man dessen Anfrage prüfen. «Dann können wir vielleicht noch einen Dritten machen.»

Gossauer Jubiläumsprojekt lebt weiter

Die Naturfreunde Gossau haben einen grossen Teil des rund 32 Kilometer langen Grenzwegs signalisiert.

Ein Jubiläumsprojekt aus 2024 lebt weiter: Im Rahmen des 1200-Jahr-Jubiläums der Stadt Gossau wurde vor zwei Jahren das Projekt «Grenzwanderung» ins Leben gerufen. Der Verein Naturfreunde Gossau arbeitete dafür eine Route entlang der Gemeindegrenze aus und führte Wanderungen durch.

Nun haben die Naturfreunde auf dem Abschnitt vom Bahnhof Arnegg über Witi, Bächigen, Harschwil, Nutzenbucherwald, Degenau, Höfrig, Isenhammer, Ruine Helfenberg, Marstal, Zellersmühle, Hueb, Schochenberg, Roserwald, Schoretshueb, Waffenplatz, Hafnersberg bis Staubhausen die Signalisationstafeln «Rund um Gossau» bereits angebracht. Weitere Abschnitte folgen in den kommenden Wochen. Das schreibt die Stadt Gossau in einer Mitteilung.

Insgesamt werden die Wegweiser an gut 90 Standorten angebracht. Sobald die Signalisation vollständig ist, können Interessierte den rund 32 Kilometer langen Grenzweg selbstständig begehen – entweder auf einmal oder aufgeteilt in mehrere Etappen. Wo Sehenswürdigkeiten oder bessere Zugänge zum öffentlichen Verkehr dafürsprechen, weicht die Route leicht vom exakten Grenzverlauf ab.



Insgesamt 90 Wegweiser zeigen den Weg entlang der Gossauer Gemeindegrenze an. Bild: zvg

Raiffeisenbank unterstützte Projekt massgeblich

Die Raiffeisenbank Gossau-Andwil-Niederwil ermöglichte die Signalisation mit einem «namhaften» Sponsoringbeitrag, heisst es in der Mitteilung weiter. Die Stadt Gossau koordinierte die notwendigen Bewilligungen und holte dafür Zustimmungen bei privaten Grundeigentümerschaften und Körperschaften ein. Für die künftige Instandhaltung der Beschilderung sind die Naturfreunde Gossau zuständig. Die Signalisation macht das im Jubiläumsjahr entstandene Angebot dauerhaft zugänglich und lädt dazu ein, die vielfältigen Landschaften und Winkel von Gossau zu entdecken. *(red/sju)*

ST. GALLER TAGBLATT

Verleger: Peter Wanner.
CEO: Michael Wanner.
Chefredaktor CH Media: Patrik Müller (pmü).
Leiter Publishing: Thomas Wegmann.
Chief Product Officer: Mathias Meier.
Werbemarkt: Stephan Gartenmann, Paolo Placa.
Nutzermarkt: Alexander Nitzsche, Michelle Pinnow.

Redaktion St. Gallen, Gossau und Rorschach
Daniel Wirth (dwi, Leiter), Marlen Hämmerli (mha, Stv.), Perrine Woodtli (woo, Stv.), Arcangelo Balsamo (arc), Sandro Büchler (sab), Diana Hagmann-Bula (dbu), Melissa Müller (mem), René Rödiger (rr), Jacqueline Schilling (jas), Lukas Tannò (lto), Christina Weder Bruderer (cw).
Telefon: 071 227 69 00, **E-Mail:** stadtredaktion@tagblatt.ch, redaktiongo@tagblatt.ch, redaktionot@tagblatt.ch.

Redaktion St. Galler Tagblatt
Chefredaktion: Stefan Schmid (ssm, Chefredaktor), Jürg Ackermann (ja, Stv., Tagesleiter), David Angst (da, Chefredaktor Thurgauer Zeitung), Noemi Heule (nh, Stv., Tagesleiterin), Daniel Walt (dwa, Stv., Leiter Online).
Ressortleitungen: Christina Genova (gen, Ostschweizer Kultur), Michael Genova (mge, Ostschweiz), Thomas Griesser (T.G., Wirtschaft Ostschweiz), Patricia Loher (pl, Sport), Julia Nehmiz (miz, Appenzeller Zeitung), Simon Dudle (sdu, Toggenburger Tagblatt und Wiler Zeitung), Yvonne Stadler (ys, Produktion und Gestaltung), Daniel Wirth (dwi, St. Gallen / Gossau / Rorschach).
Adresse: Fürstenlandstrasse 122, 9001 St. Gallen, Telefon: 071 272 77 11, E-Mail: zentralredaktion@tagblatt.ch.

Zentralredaktion CH Media
Chefredaktion: Doris Kleck (dk, Chefredaktorin), Yannick Nock (yno, Stv., Leiter Online), Raffael Schuppisser (ras, Stv., Leiter Kultur, Leben, Wissen).
Leitung Produktion & Services: Robert Bachmann (bac).
Ressortleitungen: Inland und Bundeshaus: Michael Graber (mg, Co-Leitung), Lea Hartmann (lha, Co-Leitung); Ausland: Fabian Hock (fho, Ressortleiter); Wirtschaft: Florence Vuichard (fv, Ressortleiterin); Kultur: Raffael Schuppisser (ras, Ressortleiter); Leben / Wissen: Sabine Kuster (kus, Teamleiterin); Sport: François Schmid (fsc, Ressortleiter).
Adresse: Neumattstrasse 1, 5001 Aarau, Telefon: 058 200 58 58, E-Mail: redaktion@chmedia.ch.

Service
Abonnemente und Zustelldienst: Telefon 058 200 55 55.
Technische Herstellung: CH Media Print AG, Im Feld 6, Postfach, 9015 St. Gallen.
Anzeigen: CH Regionalmedien AG, St. Galler Tagblatt, Fürstenlandstrasse 122, 9001 St. Gallen, Telefon 071 272 77 77, E-Mail: inserate-tagblatt@chmedia.ch.
Auflage und Leserzahlen: St. Galler Tagblatt: Verbreitete Auflage: 19 507 Ex. (WEMF 2026). Davon verkaufte Auflage: 18 065 Ex. (WEMF 2026). Gesamtausgabe St. Galler Tagblatt: Verbreitete Auflage: 68 047 Ex. (WEMF 2026). Davon verkaufte Auflage: 65 747 Ex. (WEMF 2026). Leser: 209 000 (MACH Basic 2026-2). Verbreitete Auflage Gesamtausgabe CH Media: 237 137 Ex. (2026). Davon verkaufte Auflage: 226 247 Ex. (WEMF 2026).
Herausgeberin: CH Regionalmedien AG, Neumattstrasse 1, 5001 Aarau. Die CH Regionalmedien AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der CH Media Holding AG.
Ombudsmann CH Media: Hans Fahrländer, ombudsstelle@chmedia.ch CH Regionalmedien AG, Ombudsstelle, Neumattstrasse 1, 5001 Aarau.

ch media