

# Die zweite Seite der Medaille

Hohe Bodenpreise rund um das Dorf Appenzell: Der Fluch, den die Steuerreduktionen der letzten Jahre mit sich brachten. Auf der Suche nach dem Segen der ganzen Entwicklung.

GUIDO BERLINGER-BOLT

**APPENZELL.** Seit längerem sind in Innerrhoden die zum Teil hohen Bodenpreise ein Thema. Für viele sogenannte Normalverdienende ist es kaum mehr möglich, auf dem Gebiet der Feuerschauge- meinde Wohneigentum zu erstellen. Bauland in schönen Lagen, meist am Südhang, ist zu einem grossen Teil überbaut; einzelne Parzellen an der Lehnstrasse etwa stehen derzeit noch zum Verkauf – zu einem entsprechend hohen Preis. Etwas günstiger war in den letzten Jahren der Quadratmeter Baulandboden in den Quartieren Forren, Wühre und Galgen. Konkrete Preisangaben? – «Wir erteilen keine Auskunft», heisst es dazu knapp auf dem kantonalen Bauamt in Appenzell.

## Schlechte Vorbilder

Überblicken wir zunächst das Appenzellerland. Anders als in Innerrhoden zeigen sich Ausser- rhoder Gemeinden offener gegenüber solcherlei Anfragen. Freilich erhält, wer nachfragt, keine konkreten Preise, aber doch immerhin eine Grössenordnung. In Schönengrund ist der Quadratmeter Bauland-Boden ab 180 Franken erhältlich. Waldstatt: zwischen 300 und 450 Franken. Speicher: zwischen 200 und 500 Franken. Teufen: zwischen 400 und 800 Franken – mit einzelnen Ausreissern gegen oben bis 1000 Franken. Informationen über die Innerrhoder Preise gibt ein Blick ins Internetportal des wahrscheinlichsten Marktführers in Sachen Immobilienhandel in der Ostschweiz, die Seite der St. Galler Kantonbank, [www.immodream.ch](http://www.immodream.ch). Eine Bauparzelle an der Eggerstandenstrasse wird dort für 550 Franken angeboten; drei Angebote an der Lehnstrasse, also an Toplage, gehen von einem Verkaufspreis von zwischen 600 und 750 Franken aus. Dass daneben auch Angebote im Umlauf sind, die von einem höheren Preis ausgehen, ist derweil kein Geheimnis.

Solche Aussichten bewegen verständlicherweise die Gemüter im inneren Land – dessen ist sich auch Landammann Daniel Fässler bewusst. An einer Veranstaltung der Studentenverbindungen im Gymnasium St. Antonius im Februar beschrieb er den schmalen Grat, auf dem sich Appenzell Innerrhoden seit einigen Jahren vorwärts bewegt in einem Satz:



Bild: gbe

**Appenzeller Realität:** Postmoderne neben traditioneller Architektur – über den ganzen Kanton gesehen zu höchst unterschiedlichen Preisen.

Der Kanton brauche eine höhere Bevölkerungszahl, wolle er langfristig eigenständig bleiben. Dem Geburtenrückgang ist also mit Zuwanderung zu begegnen – am liebsten freilich mit der Zuwanderung finanzkräftiger Leute. Es ist diese Überlegung, die der Steuerstrategie Innerrhodens Pate stand. Dass diese indes auch von unliebsamen Erscheinungen begleitet werden würde, musste allen, den politisch Verantwortlichen und eigentlich auch dem Stimmvolk, klar gewesen sein: Ein Blick in die Innerschweizer Tiefsteuerkantone Ob- und Nidwalden, Zug und Schwyz lieferten dazu genügend Informationen. Das Problem steigender Immobilienpreise als Folge einer solchen Strategie wird überdies auch in der Wissenschaft untersucht; und von den Banken – vielleicht am prominentesten von der Economic Research der Credit Suisse.

Aber zurück nach Appenzell, wo «durchschnittlich verdienende Einwohnerinnen und Einwohner die gesparten Steuerfranken durch höhere Miet- und Baulandpreise, schneller als ihnen lieb ist, wieder verlieren», wie die Gruppe für Innerrhoden (GFI) in einem

Grundsatzpapier zur Steuerdebatte vor einem Jahr schrieb.

## Dem Steuerrappen geopfert?

Die GFI warnt schon seit langem vor den Folgen der Tiefsteu- erpolitik. GFI-Präsident Martin Pfister: «Wir finden nach wie vor: Der Steuerwettbewerb zwischen den Kantonen, bei dem Innerrhoden munter mitmischt, heizt die Bodenpreise noch weiter an. Es ist eine Tatsache: Überall, wo die Steuern tief sind, sind die Miet- und Bodenpreise hoch.» In Appenzell gebe es leider genügend

Beispiele, wo Zuzüger ihre Villen über zwei Parzellen gebaut haben – und damit einerseits die Preisentwicklung noch zusätzlich anheizten und den Boden weiter verknappten. Pfister erinnert aber daran: «Innerrhoden ist nicht unendlich.» Die Steuerpolitik des Kantons bleibe deshalb für die GFI weiterhin ein Thema: «Diese Steuerentwicklung stellen wir in Frage.»

An der Weissbadstrasse 1, gegenüber der Dorfkirche St. Mauritius, befindet sich das Büro der Altrimo AG, der Firmensitz von Josef

Eugster, Vorstandsmitglied des Hauseigentümergebietes HEV AI. Zusammen mit Fefi Sutter, dem Immobilienverantwortlichen der Appenzeller Altrimo-Niederlassung, spüren wir der Entwicklung der letzten zehn, fünfzehn Jahre auf den Grund. Die damaligen Steuersenkungen und der sich allgemein verschärfende Steuerwettbewerb unter den Kantonen seien die Auslöser für die steigende Nachfrage nach Bauland gewesen, räumt Josef Eugster ein. «Appenzell hat zudem nicht unbeschränkt viel Bauland zur Verfügung; Bauland in bester Lage erfreute sich innert Kürze einer hohen Nachfrage und wurden zu sehr hohen Preisen verkauft.» Als der Immobilienmarkt 2003–04 einen Einbruch erlitt, hätten sich diese Preise nicht etwa abgesenkt, sondern seien auf hohem Niveau stagniert. 2007 hätten die Preise wieder angezogen; zurzeit beobachtet Josef Eugster eine erneute Stagnationsphase. Bauland in sehr schönen Wohnlagen, so Eugster, sei heute zum grossen Teil verbaut. Zur Verknappung des Baulands, wie sie Appenzell derzeit erlebt, haben laut Josef Eugster auch die vielen Einsparungen

gegen die Revision gleich mehrerer Quartierpläne beigetragen. Nebenbei führe die daraus resultierende Verzögerung zu einem ausgetrockneten Mietwohnungsmarkt.

## Ein guter Mix

Unter dem Strich gewinnt Josef Eugster der momentanen Entwicklung aber etwas Positives ab: «Damit erhalten die Aussengemeinden die Chance auf eine Entwicklung – die Leute weichen auf die Aussenbezirke und deren Ortschaften wie Brülisau Eggerstanden, Haslen, Gonten, Weissbad oder Schwende aus, an Orte, an denen sie die Bodenpreise bezahlen können.» In dieser Beurteilung pflichtet ihm alt Hauptmann von Schwende, Fefi Sutter-Weishaupt, bei. In seiner damaligen Funktion hatte er tiefen Einblick in die Baulandpolitik. Der Bezirk Schwende habe vor 1999 eingezontes Land gekauft, erschlossen und zu verkaufen versucht. Indessen: Erst 2008 habe der Bezirk sein Bauland für 300 bis 350 Franken verkaufen können. «Der Markt ist so brutal», sagt Sutter. «Man kauft erst, wenn der Preis für einen stimmt. Bis die Aussengemeinden Boden verkaufen konnten, musste der Preis im Dorfrayon Appenzell-Steinegg in die Höhe.» Er schliesst daraus: «Wir brauchen also ein gewisses Gefälle, sonst baut in den Aussengemeinden niemand.» Ein solches Gefälle habe es im übrigen schon früher gegeben; und ein solches Gefälle gebe es auch heute noch – und überdies überall.

Fefi Sutter behält lieber Appenzell Innerrhoden als Ganzes im Blick und verweist auf die unterschiedlichen Angebote. In der Tat ist Bauland etwa in Aussengemeinden ab 250 Franken der Quadratmeter erhältlich; im bereits erwähnten Online-Portal Immodream.ch stehen ein Angebot aus Gonten für 280 Franken und eines aus Brülisau für 300 Franken. «Die Mischung stimmt», sagt deshalb auch Josef Eugster.

Die aktuell moderate Zuwanderung, von der die Strategie des Kantons ausgeht, halten beide, Josef Eugster und Fefi Sutter, für richtig. Sie merken aber an, dass ein grosser Teil der Bevölkerung das nicht einsehe oder nicht einsehen wolle. «Es gibt nach wie vor Leute, die glauben, die Zeit aufhalten zu können», so Josef Eugster.

## Blick an den Genfersee

Freilich: Innerrhoden ist nicht St. Moritz. Dennoch relativiert ein Blick über den eigenen Tellerrand hinaus die Entwicklung der Bodenpreise hierzulande. Fefi Sutter und Josef Eugster etwa verweisen auf die viel krassere Entwicklung, wie sie Tourismusorte wie St. Moritz und Zermatt in den letzten Jahren erlebt haben. Dort könne der Quadratmeter einer Eigen-

tumswohnung durchaus 25 000 Franken kosten.

Ein kurzer, nicht repräsentativer Blick auf die Goldküsten der Schweiz: Weggis: knapp 1200 Franken für einen Quadratmeter Bauland. Lugano: 1000 Franken. Wilen bei Wolle- rai: 2650 Franken. Pfäffikon SZ: 2836 Franken. Genève: 5000 Franken. Cologny (GE): 7500 Franken. (gbe)

## Safer Sex dank «Sexatrop»

**REHETOBEL.** Das nachhaltige Produkt Sexatrop bietet zeitgemässe Prävention. Es funktioniert ohne Worte. Es richtet sich mit der klaren Botschaft «Safer Sex» in erster Linie an Jugendliche, ihre Eltern und weitere Erziehungspersonen. Die Botschaft des Sexatrops ist unmissverständlich und so empfehlenswert wie Safer Sex: genussvoll, verspielt und schliesslich auch sicher.

Die Wunderscheibe Sexatrop ist eine kleine Blechdose. Darin befinden sich ein Kondom sowie in Piktogrammen das Liebesspiel.

Eine Scheibe inklusive Inhalt kostet 9 Franken. Davon gehen 2 Franken zugunsten der «Schweizer-Foundation», welche Aids- und Strassenkinderprojekte in Afrika unterstützt. Sexatrop wird auch von der Aidshilfe Schweiz sowie von Amoris, der Fachstelle für Sexualpädagogik, unterstützt. [www.logo-time.ch](http://www.logo-time.ch) (pd/dan)

# Erfrischendes aus dem Appenzellerland

Mit «Sir Mount H» gelang der österreichischen Familie Nairz ein Volltreffer: Das Getränk, welches aus Sojamolke, Kombucha, Cranberrysaft und Wacholderextrakt besteht, erfreut sich einer immer grösseren Fangemeinde.

DANIEL THÜR

**APPENZELL.** Das Getränk besteht aus hundert Prozent biologischen Zutaten. «Wir wollten etwas kreieren, was es noch nicht gibt», erklärt Ursula Schiefthaler-Nairz, studierte Biologin. Zusammen mit ihrem Mann, ein Genetiker und ETH-Wissenschaftler, tüftelten die beiden jahrelang an einer Mixtur für ein alkoholfreies Getränk, dass zudem auch einen gesundheitlichen Aspekt berücksichtigen sollte.

## Gesundes Getränk

«Sir Mountain H» ist ein fermentiertes Getränk. «Wir haben mit Mikroorganismen die Grundsubstanz behandelt, die den Zucker in Säure umwandelt. Zu den

Zutaten wie Sojamolke, Cranberrysaft oder dem selber gemachten Wacholderextrakt kommen noch Kohlensäure dazu sowie ein Rotweineextrakt. Dieser Extrakt wurde getrocknet und löslich gemacht, so ist es möglich, das Getränk alkoholfrei zu halten. Und gerade dem im Rotwein enthaltenen Stoff «Resveratrol» sagt man eine lebensverlängernde Wirkung nach», so Schiefthaler-Nairz. Letzteres darf jedoch aus gesetzlichen Gründen nicht als Werbung verwendet werden. Deshalb griff man bei der Namensnennung zu einem kleinen Trick: «Sir Mount H» heisst ausgesprochen «Das Alter überwinden». Deshalb ist auch auf der Etikette ein älterer Mann zu sehen, im Hintergrund Berge.

Doch die beste Idee lässt sich nicht weiterverfolgen, geschweige denn umsetzen, wenn man nicht tüfteln und forschen kann.

## Produziert in Appenzell

Deshalb schrieb Ursula Schiefthaler-Nairz verschiedene Brauereien in der Schweiz mit ihrer Idee an. Antwort bekam sie von der Appenzeller Brauerei Locher, welche sich sehr für die innovative Idee interessierte. «Herr Locher war sehr angetan von dem Produkt und stellte mir das Labor zur Verfügung, damit ich am Getränk tüfteln konnte.»

Bei der Entwicklung achtete die studierte Biologin sehr auf die Qualität der Inhaltsstoffe. «Für mich war es erst wichtiger zu wis-

sen, was ich nicht in dem Getränk haben will. Also verzichteten wir auf Zutaten wie Emulgatoren, Farbstoffe und alles, was das Getränk chemisch wirken liesse.» Es sollte niemand kopiert werden, und es musste etwas sein, was es so noch nicht auf dem Schweizer Markt gibt, erklärt Schiefthaler-Nairz. Nach gut zwei Jahren war es dann soweit: «Sir Mount H» war geboren und wurde mit einer ersten Auflage von 7000 Flaschen bei der Brauerei Locher produziert und abgefüllt.

## Verzicht auf teure Werbung

Das Getränk ist zurzeit hauptsächlich in Zürcher Restaurants erhältlich. Doch auch Bioläden sind bereits darauf aufmerksam

geworden und «Biopartner Schweiz», welcher die Bioläden beliefert, hat «Sir Mount H» seit kurzem ins Sortiment aufgenommen. Das Getränk kann auch über die Brauerei Locher in Appenzell bezogen werden.

Bereits ist die zweite Abfüllung von 10 000 Flaschen vom Band gelaufen. Auf eine teure Marketingstrategie wie TV- oder Plakat-Werbung verzichtet man bewusst. Trotzdem hat sich bereits eine grosse Fangemeinde um das Getränk gebildet. «Man kann es nicht beschreiben, man muss es einfach probieren», erklärt Schiefthaler-Nairz den Boom auf «Sir Mount H».

[www.sirmount-h.com](http://www.sirmount-h.com)