

Schau! Uns! An!

Worauf kommt es bei Wahlplakaten an? Agenturen, von den Parteien beauftragt, sehen das meist anders als unabhängige Experten. Unser Mitarbeiter Daniel Behrendt lässt beide Seiten zu Wort kommen.

Sie lächeln uns von zahllosen Plakaten an: die Kandidaten zur Landtagswahl am 27. Januar – mal geben sie den souveränen Staatsmann, mal baden sie als Kumpeltyp in der Menge. Allerorten stellen sie ihr Sonntagslächeln zur Schau, doch wirklich entscheidend ist das nicht: „Plakate sind zwar ein wichtiges, aber kein allmächtiges Werbemedium im Wahlkampf“, sagt Heiko Kretschmer, Mitinhaber der Berliner Agentur Johanssen + Kretschmer, die sich auf strategische Kommunikation spezialisiert hat und Parteien wie derzeit Bündnis 90/Die Grünen in Hessen berät.



Wahlplakate in Hannover

Vor allem bei Wahlen, denen die Medien nur geringe Aufmerksamkeit schenken, seien Plakate hilfreich, um politische Botschaften öffentlich zu machen und Stammwähler zu binden, sagt Kretschmer: „Neu- und Wechselwähler erreichen die knappen Slogans nicht, da diese durch Inhalte überzeugt werden wollen und sich ausführlichere Informationen zu den Zielen einer Partei wünschen.“ Bloße Masse reicht nicht aus, wenn die Klasse fehlt – doch zuweilen kann ein Streit über das Plakatieren für mehr öffentliche Aufmerksamkeit sorgen als ein Slogan, wie zuletzt in Hannover geschehen.

Die Plakate der Parteien

Da Menschen die Plakate meist nur im Vorübergehen wahrnehmen, muss die Botschaft darauf leicht und schnell zu erfassen sein. Der Slogan sollte markant und einprägsam sein, das Layout kontrastreich und nicht zu kleinteilig, die Bilder sollten vor allem Emotionen transportieren. „Ein gutes Plakat spricht gleichermaßen Kopf und Bauch an“, sagt Werbeprofi Kretschmer, „zudem sollte es signalisieren, dass die Partei die Fragen der Bürger ernst nimmt.“

Wie sehr die Parteien im Wahlkampf auf Plakate setzten, verrät die überwältigende Anzahl, die dieser Tage verklebt wird: Etwa 35.000-mal werden ehrenamtliche Helfer der CDU bis zum Wahltag zu Quast und Kleistereimer greifen, um Großflächen und Aufsteller mit Ministerpräsident Christian Wulf zu plakätieren. SPD-Spitzenkandidat Wolfgang Jüttner wird landesweit etwa 25.000-mal zu sehen sein, überdies kleben die Sozialdemokraten rund 20.000 Themenplakate.