Wahlplakat erlebt Wiedergeburt

Landtagskandidaten wissen analoges Werbemittel im sonst weitgehend digitalen Wettstreit um Stimmen zu schätzen

Von unserem Mitarbeiter Ralf Joachim Kraft

Plakatwahlkampf in Baden-Baden: Die Stadt stellt den Parteien neben den neun Großflächenwänden auch Viereckplakatständer zur Verfügung.Foto: Michael Rudolphi

Baden-Baden. An Stelle von Versammlungen, Kundgebungen, Hausbesuchen und Infoständen auf öffentlichen Plätzen gibt's Livestreams, Videoformate, Infos über die eigenen Homepages und den Austausch via Mail oder über die sozialen Medien. Allerdings verläuft der Landtags-Wahlkampf in Corona-Zeiten nicht nur digital. Es gibt auch noch den Brief und das Telefon, Zeitungsanzeigen, Kandidaten-Flyer und auch wieder viele bunt bebilderte Laternenpfähle und Ständer an den Straßenrändern.

Denn gerade das Wahlplakat erlebt derzeit eine Renaissance. Die Landtagskandidaten im Wahlkreis Baden-Baden wissen die Signalwirkung und Orientierungsfunktion dieses klassischen Werbemittels zu schätzen. Beim Plakatieren müssen sie beachten, dass jede Kommune andere Richtlinien hat. In Baden-Baden ist die Anzahl der Plakate begrenzt. Sie ergibt sich nach Auskunft von Ute Hasel, Fachgebietsleiterin Bürgerservice, aus der Zahl der im Wahlkreis zugelassenen Wahlvorschläge, „das sind elf". Die Stadt habe über das Stadtgebiet verteilt 52 Viereckplakatständer mit jeweils elf A1-Plakaten und neun Großflächenwände mit jeweils einem Plakat des jeweiligen Wahlvorschlags aufgestellt.

Für den Grünen-Landtagsabgeordneten Hans-Peter Behrens sind die A1-Wahlplakate das Mittel der Wahl, um Präsenz zu zeigen und die Menschen für Inhalte zu sensibilisieren und sie auf die Wahl selbst hinzuweisen. „Zusätzlich zu den 100 A1-Plakaten haben wir vier Großplakate mit Botschaften der Landespartei aufgehängt. Die A1-Plakate kosten je nach Typ zwei bis vier Euro. Für ein Großplakat muss man etwa 300 Euro bezahlen", berichtet Behrens und fügt hinzu: „Wir haben grundsätzlich ein kleines Budget. Gegenüber der vorangegangenen Wahl ist es sogar noch kleiner."

Nicht wesentlich mehr als beim letzten Mal investiert CDU-Landtagsabgeordneter Tobias Wald in seinen Wahlkampf. „Zwar finden keine Präsenzveranstaltungen in angemieteten Hallen oder Räumen statt, aber dafür erhöhen sich die Kosten für Plakate, Anzeigen und den Onlinebereich", erklärt Wald, der noch stärker als früher das Wahlplakat nutzt.

„Wegen der fehlenden Kontaktmöglichkeiten ist es noch wichtiger, auf den Wahltermin, auf die Person und auch auf die Inhalte aufmerksam zu machen“, erklärt Wald mit Hinweis darauf, dass es vor allem darum gehe, die Aufmerksamkeit der Wähler auf die Kernthemen der Partei zu lenken. Die genaue Anzahl der aufgehängten Plakate könne er nicht nennen.

Auch die Sozialdemokraten geben nicht mehr für den Wahlkampf aus als 2016. Deren Kandidat Emile Yadjo-Scheuerer berichtet von 525 A1-Plakaten und 15 „Wesselmännern“, die für alle Kandidaten zentral über die Landes-SPD bestellt wurden. Für den 32-Jährigen bieten Plakate als traditionelles Wahlkampfinstrument die Möglichkeit, zu zeigen, wofür man steht. Allerdings dürfe der Plakatwahlkampf nicht in Wildwuchs ausarten, betont Yadjo-Scheuerer.

FDP-Kreisvorsitzender und Stadtrat René Lohs, der für die Liberalen antritt, nutzt das Wahlplakat, „weil die Bevölkerung so am besten einen Eindruck vom Kandidaten gewinnen kann; zudem können optisch ansprechende Plakate wahlentscheidend sein“. Die Kosten für die rund 200 FDP-Plakate beziffert der Rechtsanwalt mit etwa 1.200 Euro.

FBB-Stadtrat Tommy Schindler, Kandidat für die Partei Freie Wähler, setzt auf die Wirkung von 250 Papier-, 150 Hohlkammer- und zwei Großplakaten. „Durch die Dauerberieselung am Straßenrand wird vielen erst klar, dass der Wahltermin naht. Plakate können die Unentschlossenen zur Stimmabgabe bewegen“, meint der pensionierte Polizeibeamte, der noch keinen genauen Überblick über die Kosten seines Wahlkampfs hat. Die Plakate würden für die Partei zentral gedruckt.

Beate Schneider, Kandidatin für „Die Linke“, betont: „Plakate gehören traditionell zum Wahlkampf. Es ist wichtig, dass auf den ersten Blick unsere Positionen und Ziele erkennbar sind. Sind die Plakate gut gestaltet, können sie Wahlerfolge durchaus beeinflussen.“ Einen Überblick über die Anzahl der Plakate und die Kosten habe sie noch nicht, „weil wir mit dem Plakatieren erst beginnen und die Plakate selbst vom Landesverband kommen“.

52

Viereckplakatständer

stellt die Stadt Baden-Baden den Wahlkämpfern zur Verfügung.