

Wahlwerbung nach dem Windhundprinzip

Fürs Aufhängen von Plakaten gilt: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst / Unterschiedliche Herangehensweisen

VON KAI PURSCHKE

Achim. Mancherorts in Achim grenzt das Gebotene derzeit an Reizüberflutung. Neben Plakaten für diverse Ausstellungen und Aufführungen hängen nunmehr auch von fast allen Parteien die Wahlplakate. Mal grell, mal puristisch, mal mit Foto, mal ohne, auf Achim bezogen oder ganz allgemein gefasst: Abwechslung ist Trumpf. Aber nicht immer hängen Plakate dort, wo sie es dürfen.

So musste die Stadtverwaltung in jüngster Zeit unter anderem am Bahnhof und an einer Bushaltestelle einschreiten, weil aufmerksame Bürger Plakate gemeldet hatten, „die nicht so hingen, wie sie es sollten“, sagt Claudia von Kiedrowski, die sich um die Kommunalwahl kümmert. Immer dann, wenn etwa der Verkehr gefährdet sei, weil jemandem durch die Plakate die Sicht genommen wird, greift die Stadt ein. Aber nur, wenn sie entsprechende Hinweise von den Bürgern bekommt. „Wir können nicht alle Straßen abfahren und jedes einzelne Plakat kontrollieren“, erzählt Claudia von Kiedrowski. Kontrolliert werde aber in jedem Fall, ob die entsprechende Partei auf den Hinweis der Stadt reagiert hat.

Grundsätzlich gilt, dass Wahlplakate überall dort an öffentlichen Stellen präsentiert werden dürfen, wo sie den Verkehr nicht behindern. Dabei gelte das Windhundprinzip oder wie die Verwaltungsfrau sagt: „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.“ Eine Partei, die ein Plakat an einem Laternenmast befestigen möchte, dürfte dafür nicht das Plakat der Konkurrenz auf die andere Seite drehen, es verschieben oder gar abdecken. Das sei tabu. Frühestens acht Wochen vor der Wahl dürften Plakate im öffentlichen Raum präsentiert werden und bis zum Freitag nach dem Urnengang am 11. September sollten sie wieder aus dem Stadtbild verschwunden sein. Claudia von Kiedrowski: „Das klappt in der Regel ganz gut.“ Es komme zwar vor, dass die Parteien die Abnahme ihrer Wahlplakate in Nebenstraßen vergessen, aber dann reiche ein Anruf, schildert sie.

Frühstarter in Achim war die FDP. Vor al-



Sehr unterschiedlich präsentieren sich die Plakate der Parteien, die in Achim am 11. September zur Kommunalwahl antreten. Bis auf die Piratenpartei, die nun aber nachziehen möchte, sind alle Farben an Laternenmasten und Co. vertreten. FOTOS: BJÖRN HAKE (7)/DPA

70 habe die WGA übers Stadtgebiet verteilt, erzählt Heckel. Und: „Unsere Themen stehen im Wahlprogramm, wir wollen den Bürger daher direkt ansprechen und nicht mit

Stück gebe, wie der Stadtverbandsvorsitzende Rüdiger Dürr schildert. „Bewusst an gezielten Stellen“ seien die Plakate befestigt worden, was Dürr mit einem Beispiel

wegen ihrer geringen Größe nur von Fußgängern und Radfahrern zu erkennen seien. Insgesamt 70 Stück würden im Stadtgebiet gezeigt, die Ideen für die Inhalte seien

len anderen hatten die Liberalen ihre grellen Plakate an Straßenlaternen und Co. befestigt. Außerdem sind es so viele bei keiner anderen Partei. „Knapp 400 Stück haben wir anfertigen lassen“, sagt FDP-Stadtverbandsvorsitzender Hans Baum. Davon habe man 15 Prozent in der Hinterhand behalten, um kaputte Plakate zu ersetzen. Weil der Landesverband dank eines Programms die kostengünstige Produktion ermöglicht habe, orderte die FDP laut Baum jeweils 48 der acht verschiedenen Motive mit Achim-Bezug. „Jede Partei muss für sich entscheiden, wie sie im Rahmen der Regeln Wahlkampf betreiben möchte“, findet Baum.

Wolfgang Heckel und seine Mitstreiter von der Wählergemeinschaft Achim (WGA) gehen rein optisch einen anderen Weg – ihre Plakate sind sehr reduziert: schwarze und pinkfarbene Schrift auf weißem Grund. Etwa

Slogans oder Bildern.“

Für Herfried Meyer von der SPD stehen die gedruckten Inhalte eines Wahlplakats ohnehin nicht an erster Stelle. „Es geht viel mehr um die Botschaft, dass eine Wahl ansteht und die Leute hingehen mögen“, sagt er. Plakate könnten helfen, die Menschen zu mobilisieren. Die Sozialdemokraten haben die Motive mit einem Grafikdesigner aus ihren Reihen besprochen.

Dann wurden laut Meyer Kernsätze und Symbolbilder herausgesucht, die Menschen zeigen. Die SPD habe sich auf Achim bezogene Aspekte überlegt „und nicht Slogans unseres Landesverbands übernommen“.

Flächendeckend habe nun auch die CDU ihre Plakate positioniert, von denen es 300



untermauert: „Die Krähenplakate hängen dort, wo die von Krähen geplagten Menschen leben.“ Dass die Christdemokraten im Vergleich zu anderen Parteien spät angefangen haben zu plakätieren, sei absichtlich passiert. „Zu früh loszulegen, ist sinnlos. Wir machen lieber kurz vorher deutlich, was wir wollen.“

Seit vergangener Woche hängen auch die Plakate von Bündnis 90/Die Grünen, die mit einem Novum daherkommen. „Erstmals in der Geschichte der Achimer Grünen haben wir personalisierte Plakate“, sagt Silke Thomas. Weil die Grünen gemeinsam für die aufgeführten Inhalte stünden, seien Gruppen abgebildet. Erst nach dem Aufhängen hätten sie bemerkt, dass die Gesichter

in Achim entstanden. „Das ist teurer als die fertigen Plakate des Landesverbands“, erzählt Silke Thomas.

Klaus Blauert von der Linken glaubt indes nicht daran, dass Wahlplakate helfen, die Menschen in die Wahllokale zu bewegen. „Wer nicht hin will, geht auch nicht“, meint er. Auf Landesebene sei über die Inhalte der Plakate abgestimmt worden, die darauf aufgeführten Themen träfen auch auf Achim zu. Noch gar nicht plakatiert hat die Piratenpartei. Florian Tenhaken sagt, dass damit erst in der Nacht zu Sonnabend begonnen werde, „da wir uns mit den Vorbereitungen für die Internetwerbung und unseren Kinospot beschäftigt haben“. Der parteilose Einzelkandidat Wolfgang Mindermann, der mit einem Foto von sich wirbt, war für eine Stellungnahme nicht erreichbar.