



## Basiswissen AV-Materialien: Zum Umgang mit dem Medium WAHLPLAKAT im Unterricht

Das Informationsblatt gibt einen Überblick über Geschichte, Funktionen und Bedeutung des Mediums Wahlplakat und bietet Anregungen für Fragen zur Analyse von Wahlplakaten im Unterricht.

### 1. Zum WAHLPLAKAT

Wahlkämpfe sind in modernen Gesellschaften zu Medieninszenierungen geworden: Politik findet in den Medien statt. Was nicht in die Medien Eingang findet, bleibt unbeachtet. Das Erscheinen, die Häufigkeit der Nennung, die Art und Weise der medialen Präsentation sind zu wahlentscheidenden Fragen geworden.

Plakate erfüllen im Wahlkampf eine Reihe von Funktionen: Sie kündigen das Nahen von Wahlen an, bewerben eine Partei, eine Person, ein Thema und zeigen, "wofür" eine Partei steht. Sie dienen als Motivationshilfe für ParteimitarbeiterInnen und FunktionärInnen, sollen politische MitbewerberInnen oder GegnerInnen einschüchtern bzw. demotivieren und v.a. die WählerInnen in ihrem Handeln beeinflussen.

Wahlplakate dienen der Informationsvermittlung, noch stärker jedoch der Meinungsbildung bzw. -verstärkung und dem Imageaufbau. Mit ihrem Bilderreichtum und oft knappen Slogans sind sie ein effizientes Mittel der politischen Positionierung, Beeinflussung sowie ein Instrument zur Realitätskonstruktion.

Wahlplakate nützen den öffentlichen Raum als Meinungs- und Kontaktmultiplikator und sind im modernen Medienmix v.a. wegen ihrer langen Affichierungsdauer und der damit verbundenen großen Reichweite bedeutend. Wenn heute auch nur ein geringer Prozentteil der WählerInnen angibt<sup>1</sup>, dass die Wahlentscheidung aufgrund eines Wahlplakats gefällt wurde, ist die Bekanntheit der Plakate trotzdem hoch. Im Gegensatz zu singulären Pressemeldungen oder TV-Werbespots kommt dem Wahlplakat somit eine "visuelle Omnipräsenz" zu, die das politische Bewusstsein kontinuierlich prägt. Aber auch der Umstand, dass Bilder glaubwürdiger als Worte Emotionen transportieren, macht Plakate zu einem geeigneten "Imageträger".

Im historischen Vergleich besticht das Wahlplakat gegenüber anderen Medien durch seine lange Existenz. Während das TV in Österreich erst seit 1970 und das Internet erst in den letzten Jahren eine bedeutete Rolle im Wahlkampf spielen, stellt das Plakat einen "Wahlkampfklassiker" dar. Wahlplakate begleiteten sowohl die Erste als auch die Zweite

---

<sup>1</sup> Bei einer Meinungsumfrage zur Nationalratswahl 1999 gaben 3 Prozent der Befragten an, dass Plakate ihre Wahlentscheidung "stark beeinflusst hätten"; gleichzeitig hat eine Analyse jedoch ergeben, dass die Reichweite des Plakats rund 87 Prozent betrug. Übertroffen wurde das Wahlplakat 1999 nur mehr von der Fernsehberichterstattung mit 89 Prozent. 1962 erreichte das Plakat eine Reichweite von 76 Prozent, während jene der Fernsehberichterstattung bei 23 Prozent lag.

Vgl. hierzu: Ulram, Peter A., Die Parteien in der medialen Wahlkampfarena, in: Panagl, Oswald/Kriechbaumer, Robert (Hg.), Wahlkämpfe. Sprache und Politik, Wien/Köln/Weimar 2002, S. 125; Plasser, Fritz/Ulram, Peter A./Sommer, Franz, Do Campaigns Matter? Massenmedien und Wahlentscheidung im Nationalratswahlkampf 1999, in: Plasser, Fritz/Ulram, Peter A./Sommer, Franz (Hg.), Das österreichische Wahlverhalten, Wien 2000, S. 144.

Republik und prägen (vor Wahlen) noch heute unser Stadtbild. Historische Beispiele sind ein verlässliches und verdichtetes Spiegelbild der politischen Ereignisse. Sie berichten vom Informationsbedürfnis ihrer Zeit und repräsentieren wichtige Stationen in der Geschichte eines Landes. Sie erinnern an die Höhen und Tiefen der Parteien im Wandel der Zeit, an die bedeutendsten Persönlichkeiten sowie die wichtigsten politischen und programmatischen Inhalte der Parteien. Sie sind somit enorm aufschlussreich für die politische Kultur eines Landes.

## 2. Fragen im Umgang mit WAHLPLAKATEN:

Bei der Arbeit mit Wahlplakaten im Unterricht bzw. bei der Analyse mit den SchülerInnen sind v.a. folgende Fragen zu beachten:

### Inhalt:

- Welches Thema wird angesprochen? Gibt es mehrere Themen bzw. ein Hauptthema, verborgene Botschaften?
- Welche AkteurInnen treten auf?
- Welche Symbolik (auch Farbsymbolik) wird verwendet?
- Wird eine spezielle Zielgruppe angesprochen?
- Welche Partei hat das Plakat in Auftrag gegeben?
- Wie kommt die Partei auf dem Wahlplakat vor?
- Welches Image gibt sich die Partei?

### Kommunikationsstrategie:

- Welche Intention verfolgt das Plakat?
- Wie will das Plakat die WählerInnen dazu animieren, für eine bestimmte Partei zu stimmen: überzeugen, aufklären, Angst machen?
- Werden andere Parteien auf dem Wahlplakat angesprochen?
- Wie werden die anderen Parteien angesprochen: als Feinde, Bedrohung, neutral, gar nicht?

### Wirkungsanalyse:

- Wie wird das Plakat wahrgenommen?
- Erfüllt es seine Intention, kann es die WählerInnen ansprechen?

Vertiefende Informationen zum Thema WAHLPLAKAT bietet ein eigenes Wissensmodul auf der Internetplattform des Demokratiezentrum Wien:

[www.demokratiezentrum.org](http://www.demokratiezentrum.org) → Themen → Demokratiedebatten → Politische Bildstrategien