

Psychologie in der Wahlwerbung

Nun werben sie auch in Duisburg wieder an jeder einigermaßen frequentierten Straße, die Wahlplakate der Parteien zur Bundestagswahl 2025. Mir fällt auf, dass sie diesmal stärker als sonst psychologische Einflüsse erkennen lassen.

Heute stehen inhaltlichen Sachaussagen nicht mehr im Vordergrund, sondern knappe, vage Kurztexte wie „Gemeinsam“ oder „Zusammen“. Auch nutzt die Wahlwerbung die Erkenntnis der Psychologie intensiver, dass uns Gesichter desto sympathischer werden, je öfter man sie sieht. Dabei wird sogar berücksichtigt, dass der Gesichtsausdruck, die Kleidung und die farbliche Gestaltung von der umgarnten Wählerschaft unbewusst aufgenommen werden und so die Stimmabgabe beeinflussen. Und noch eines ist mir aufgefallen, die Bedeutung des Standorts der Wahlplakate. Ein Kraftfahrer etwa, dem Herr Habek bei der Rahmer A 524-Zufahrt in Richtung A 59 auf grünem Großplakat „Zuversicht.“ mit auf den Weg gibt, mag das mit Dankbarkeit unbewusst speichern. Oder: Mit dem Rezept über ein Kreislaufmittel in der Hand lese ich dieser Tage vor dem Eingang unserer Großenbaumer Apotheke dieses Wahlplakat: „Holen wir uns die Zukunft zurück.“ Da wird man nachdenklich. Auch fallen mir lokale Baustellen ein, an denen das „Alles lässt sich ändern.“ unentschlossene Wähler ebenso ansprechen könnte wie ein „Du verdienst mehr!“ vor dem Finanzamt. Wessen Psychologie gewinnt? Warten wir den 23.2. ab!