

AZ intern

Manchmal können Menschen ihre Verwandtschaft mit dem Tierreich eben doch nicht leugnen. Meeresschildkröten kehren zum Beispiel zur Eiablage aus noch so entfernten Gefilden an ihren eigenen Geburtsstrand zurück. Ein Verhalten, das man in diesen Tagen in ähnlicher Form beim Rheinländer beobachten konnte. Ab Mitte der Woche waren die Züge überfüllt mit Menschen jeglichen Alters, die dank genetischer Programmierung an ihre Geburtsstätten Köln, Düsseldorf und Mainz zurückgerufen wurden. Schon hunderte Kilometer vor dem Ziel gab es nur ein Thema: Wer geht als und wer feiert wo. Einige Waggons wurden gleich zur Partyzone gemacht, bayerische Ausländer sind eben selbst schuld, wenn sie sich in die Karnevalswanderung begeben.

Wer aussteigt, zum Beispiel in Bonn, wird schon mit Alaaf von der Bahnhofsdurchsage begrüßt. Und wer sich abends vor die Tür wagt, wird Zeuge eines Treibens, das man getrost als sehr feucht und sehr fröhlich beschreiben kann. Mitfeiern ist übrigens leicht. Zwar gibt es eine unüberschaubare Menge an Karnevalsliedern, allerdings umfasst keines mehr als sechs bis acht Zeilen, die im Wechsel mit La-la-la oder Oh-Oh intoniert werden. Zum Beispiel: „Schatzi, schenk mir ein Foto. Schenk mir ein Foto von dir. Schatzi, schenk mir ein Foto. Nur so ein Foto wünsch ich mir.“ Beim ersten Hören am frühen Nachmittag wünscht man sich nach der sechsten Wiederholung des Refrains noch, dass die sich zierende Dame endlich ein Foto rausrückt. Zwei Stunden später überlegt man, ob man nicht selbst alle Frauen fotografieren sollte, damit der Wuisler endlich Ruhe gibt. Und noch zwei Stunden und einen Kranz Kölsch später denkt man: Prima, endlich spielt wieder einer „Schatzi, schenk mir ein Foto.“

Ähnlich übersichtlich ist ein Song über das Ende eines Dates, an dem der beglückte Sänger feststellt: „Sie hatte nur noch Schuhe an.“ So verblüfft ist der Mann, dass die Zeile stattliche neunmal wiederholt wird, bis ein jähres „Hey hohohohehoho“ zu einer erstaunlichen textlichen Wendung führt: „Nur noch Schuhe an“. Das haut einen, um im Bild zu bleiben, aus den Latschen. Sehr viel näher sind dem Bayern Liedzeilen, die seine eigenen kulturellen Traditionen zum Thema haben: „Drink doch ene met“ und „Wir han auch immer Durst“. Auf jeden Fall wundert's auf dem Rückweg den Karnevalsnovizen nicht mehr geringsten, dass Bahn-Züge warten müssen, wenn Karnevals-Züge kommen.

Hey hohohohehoho

singt Ihre AZ-Karnevalsredaktion

Wo steht's?

Lokale Wirtschaft	Seite 18
Hochzeitsbilder	Seite 30
Kontaktanzeigen	Seite 31

Maschinenring informiert

Untergriesbach – Am Donnerstag, 6. März, findet die Mitgliederversammlung des Maschinenrings Aichach e.V. im Gasthof Wagner in Untergriesbach statt. Beginn ist um 19.30 Uhr.

Nach der Begrüßung durch Vorsitzenden Michael Lutz und dem Geschäfts- und Kassenbericht von Eva Schade steht ein Referat auf dem Programm. Christiane Mayer von der landwirtschaftlichen Berufsgenossenschaft informiert zum Thema: „Betriebsübergabe – ein Gesundheitsthema?“ Alle Interessierten sind dazu eingeladen.

Babyschwimmen probieren

Friedberg – Das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Augsburg bietet im Rahmen des Netzwerks Junge Eltern/Familien eine kostenlose Babyschwimmen-Schnupperstunde am Mittwoch, 19. März, von 12.15 bis 13 Uhr im Stadtbad Friedberg an. Die Referentin Ulrike Franken informiert über den natürlichen Bewegungsdrang der Babys und gibt Anregungen, wie man mit verschiedenen Tragevarianten und Spielmaterialien gemeinsam viel Spaß im Wasser erleben kann.

Anmeldungen bis Donnerstag, 13. März, unter der Telefonnummer 0821/26091-0.

Landratsamt schließt

Aichach – Das Landratsamt Aichach-Friedberg ist am heutigen Faschingsdienstag nur vormittags von 7.30 bis 12.30 Uhr geöffnet. Dies gilt auch für die Außenstellen in der Werlberger Straße und am Schlossplatz, das Gesundheitsamt sowie die Zulassungsstelle in Friedberg.



Faschingsgesellschaften sagen Danke

Sie sind im Stress, aber keineswegs müde. Gestern statteten die beiden Aichacher Faschingsgesellschaften Paartalia und Zell ohne See der AICHACHER ZEITUNG einen Besuch ab und sagten Danke für die redaktionelle Begleitung während der närrischen Saison. Trotz enger Räumlichkeiten zeigten die Garderobe Teile ihres Showprogramms. Am Ende gab es einen Orden für AZ-Verleger Thomas Sixta (linkes Bild) und Redaktionsleiter Dr. Berndt Herrmann (rechtes Bild).

Fotos: Veronika Strobl

Das Lächeln macht's aus

Die Wahlplakate von Klaus Habermann, Marc Sturm und Lothar Bahn im Expertentest

Von Tanja Maršal

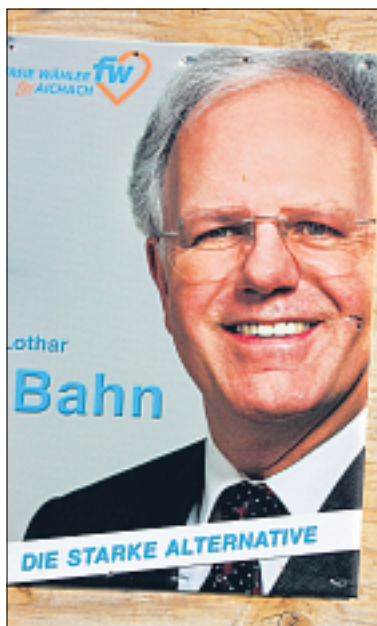
Aichach – Es ist ein bisschen wie bei einem Unfall: Man möchte eigentlich nicht hinsehen, tut es aber doch. Gemeint sind Wahlplakate. Die sind selbstverständlich keine Katastrophe, sie sollen lediglich die Wähler dazu bringen, der abgebildeten Person ihre Stimme zu geben. Ob die Aichacher Bürgermeisterkandidaten Klaus Habermann, Marc Sturm und Lothar Bahn diese Reaktion mit ihren Plakaten hervorrufen können, welche Wirkung sie auf Passanten haben und was die Plakate gestalterisch hergeben, haben wir mit einem Experten erörtert.



■ **Marc Sturm (CSU):** Der Herausforderer von Amtsinhaber Klaus Habermann bekommt ein gutes Zeugnis für sein Wahlplakat von Kommunikationsdesigner Achim Schaffrinna, der die von der CSU als „Corporate Design“, also das Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Partei, mitgegebenen Bordmittel unschwer erkennt. Die Kästen, das Logo, die Schrift – alles sei in „Styleguides“, das heißt in bestimmten Gestaltungsrichtlinien, festgelegt. Es wirke gut durchdekliniert. Die blaue Farbe der CSU stehe im Vordergrund. Die grüne Fläche im Hintergrund sehe man

laut Schaffrinna aktuell auf vielen Wahlplakaten. „Hier schwingt das Thema Ökologie mit“, erklärt der Fachmann für Fotografie, Gestaltung und Design. Der leicht bewölkte blau-weiße Himmel entspreche zugleich den bayerischen Farben. Die ebenfalls abgebildete Wiesenfläche stehe laut Schaffrinna für „eine gewisse Bodenhaftigkeit“. Gleichzeitig werde aber Offenheit vermittelt, und zwar vor allem durch die Wahl von Marc Sturms Kleidung. Als einziger der drei Kandidaten trägt er nämlich keine Krawatte und zudem ein nicht ganz zugeknöpftes Hemd. Die Intention dahinter? Für Schaffrinna ganz klar: „Ich bin der junge Bürgermeister.“ Sturm möchte seiner Meinung nach vor allem die jungen Wähler ansprechen. „Sein Lächeln wirkt auf mich echt, man kauft es ihm ab“, führt Schaffrinna weiter aus.

Insgesamt fallen ihm keine Fehler auf Marc Sturms Plakat auf. Es sei handwerklich, gestalterisch und fotografisch „solide“ gemacht. Gleichzeitig rage es aber auch nicht durch Besonderheiten heraus.



■ **Lothar Bahn (FW):** Nicht so gut schneidet hingegen Lothar Bahns Werbetafel bei Achim Schaffrinna ab. Sein Plakat wirke „sehr kon-

zeptlos“. Untypisch sei zudem der Hintergrund, bestehend aus einer grauen Fläche ohne Motiv. Man sehe „nichts Urbanes oder Umwelttechnisches“. „Es ist nicht besonders schön gemacht und auch handwerklich zu bemängeln“, sagt Schaffrinna, dem auch die blaue Schrift auf grauem Hintergrund missfällt. Außerdem werde „zu wenig vermittelt“.



■ **Klaus Habermann (SPD):** Auf diesem Plakat fand Achim Schaffrinna interessant, dass der amtierende Bürgermeister Klaus Habermann als Einziger auf das Logo seiner Partei verzichtet. Dennoch sei erkennbar, dass er zur SPD gehört. Mit der purpurroten Farbe arbeite die SPD schon seit einigen Jahren. Ohne es vorher zu wissen, tippte Schaffrinna richtig, dass Habermann aus „der Position des Platzhalters“ kommt und es sich folglich „erlauben“ kann, auf das Logo der SPD zu verzichten. In diesem Fall stehe die Person klar im Vordergrund, die Partei hingegen im Hintergrund. Habermann ist auf seinem Wahlplakat vor dem Aichacher Rathaus abgebildet, was laut Schaffrinna eine Art „Besitzanspruch“ andeutet. Frei nach dem Motto: „Der Bürgermeister ... Mein Haus ... Klaus Habermann.“

Der 60-Jährige wirke zwar etwas blass, gleichzeitig aber ähnlich

glaubhaft wie Marc Sturm. Lothar Bahns Lächeln sei im Vergleich der drei Männer „das schwächste“. Es wirke „gequält“. Bei seiner anschließenden Internetrecherche habe er bessere Fotos von Bahn gesehen, erklärte Schaffrinna, was ihn den Schluss ziehen lässt: „Die Wahl des Motivs war nicht die glücklichste.“

Für Achim Schaffrinnas Geschmack nutzen Politiker in Deutschland die kreativen Möglichkeiten der Werbung insgesamt zu wenig für ihre Zwecke. Er wünschte sich viel mehr Projekte im digitalen Bereich. „Wahrscheinlich wird zwar auch in 50 Jahren noch Wahlwerbung auf Papier gedruckt, aber raten Sie, eine Brücke hin zu den neuen Medien zu schlagen“, erklärt der 43-Jährige. Dazu gehörten Internetseiten genauso wie QR-Codes und Apps für Smartphones.

Ein Wahlplakat habe eine Art Weckfunktion. „Es ist ein Appetitanreger, sich auf das Thema einzulassen.“ Abends auf der Couch kann sich der Wähler – sofern er auf einem Plakat die entsprechende Info dazu bekommt – im Netz genauer auf das Thema einlassen.

Verlässliche Studien zur Wirkung von Wahlplakaten gebe es nicht, sagt Schaffrinna. Allein ihre kurze Verweildauer – in Aichach dürfen die Werbetafeln erst sechs Wochen vor der Wahl aufgehängt werden – mache es schwierig, damit wissenschaftlich verlässliche Ergebnisse zu eruieren.

Verrückt machen lassen sollten sich unsere Politiker aber nicht. Denn trotz seines strengen Blickes auf die Werbung stellt Achim Schaffrinna letztlich fest: „Ein Wahlplakat wird nicht den Ausschlag geben.“

ANALYSE

Achim Schaffrinna hat für unsere Zeitung die Kandidaten-Plakate analysiert.



Der 43-Jährige lebt in Hannover. Nach seinem Kommunikationsdesign-Studium arbeitete er zehn Jahre

im Agenturbetrieb und mittlerweile seit 2011 als selbstständiger Designer und freier Art Director. Schwerpunkt seiner Arbeit sind die digitalen Medien.

In seinem Fachblog www.designtagebuch.de widmet sich Achim Schaffrinna regelmäßig Trends und Designentwicklungen. Er bewertet Corporate Designs, Kommunikationsdesigns, Webdesigns und Fotografien. Seit sechs Jahren analysiert er außerdem Wahlplakate diverser Parteien. (tama)

Die Parteimitglieder helfen mit

Stadtratskandidaten stellten Plakate in Aichach auf

• **Klaus Habermann:** SPD-Parteimitglieder haben etwa 200 Wahlplakate des amtierenden Bürgermeisters Klaus Habermann in der Stadt Aichach und den Ortsteilen aufgestellt. Die Kosten dafür bewegen sich bei etwa 1000 Euro. Habermann hält Wahlplakate zwar nicht für „kriegsentscheidend“, erhofft sich aber dadurch „ein wenig Wahlkampfklimate zu erzeugen“.

• **Marc Sturm:** Überwiegend Stadtratskandidaten und andere ehrenamtliche Helfer stellten etwa 150

Plakate des Aichacher CSU-Bürgermeisterkandidaten auf, der aber auch selbst mit anpackte. Zu den Kosten äußerte sich Sturm nicht. Er hält die Werbung anhand von Wahlplakaten durchaus für zeitgemäß. Außerdem findet er das bedruckte Papier „umweltfreundlicher als die neumodischen Plastik-Hohlkammerplakate, die mit Kabelbindern an Bäumen oder Laternen festgemacht werden“.

• **Lothar Bahn:** Etwa 80 Plakate von Lothar Bahn stehen an den Stra-

ßenrändern Aichachs und der 15 Ortsteile. Hinzu kommen 50, auf denen das Team der Freien Wähler abgebildet ist.

Um Auf- und Abbau kümmern sich die FW-Stadtratskandidaten. Die Produktionskosten für die Wahlplakate beliefen sich auf circa 1000 Euro, hinzu kamen Agentur- und Fotokosten. Für Lothar Bahn gehören Wahlplakate zu den „traditionellen Wahlkampfmitteln, die von vielen Bürgern wahrgenommen werden“. (tama)