

#WählWasDichBewegt

# MIMIK oder MESSAGE?

Unterrichtsmaterial zur Vorbereitung  
auf die Bürgerschaftswahl 2025.

Fachbereich: Kunst



**DEIN HAMBURG.  
DEINE PLAKATE.  
DEINE WAHL.**



**HAMBURGISCHE  
BÜRGERSCHAFT**

Bürgerschaftswahl am **2. März.**

### Was macht die Hamburgische Bürgerschaft?

Die Hamburgische Bürgerschaft ist das Landesparlament der Freien und Hansestadt Hamburg. Sie hat die Aufgabe, Gesetze zu beschließen, den Haushalt zu kontrollieren und den Ersten Bürgermeister oder die Erste Bürgermeisterin zu wählen. Die Bürgerschaft vertritt die Interessen der Hamburger:innen und ist somit der zentrale Ort der Demokratie in Hamburg.

### Warum ist sie so wichtig für die Stadt Hamburg?

Die Bürgerschaft entscheidet über Themen, die das tägliche Leben der Bürger:innen beeinflussen, wie Bildung, Verkehr, Sicherheit und soziale Gerechtigkeit. Ihre Entscheidungen haben direkte Auswirkungen auf die Lebensqualität in der Stadt.

### Unsere Wahlmotivationskampagne: #WählWasDichBewegt

Die vorliegenden Unterrichtsmaterialien wurden Ihnen im Rahmen unserer Wahlmotivationskampagne unter dem Motto **#WählWasDichBewegt** zur Verfügung gestellt. Der Grundgedanke dieser Kampagne: Jeden Tag treffen wir kleine und große Entscheidungen, mit denen wir uns im Leben positionieren und Haltung zeigen. Fußball oder Hockey? Pub oder Club? Metal oder Musical? Dabei geht es nicht nur um Sport, Ausgehen oder Musik, sondern um etwas viel Größeres. Indem wir wählen, was uns bewegt, zeigen wir, wer wir sind.

### Das Unterrichtsmaterial

Lassen Sie sich gerne von unseren Unterrichtsmaterialien inspirieren und wählen Sie, was passend für Ihren Unterricht ist. Weitere Informationen und Empfehlungen zur Integration in den Unterricht finden Sie auf den folgenden Seiten.

In dieser Unterrichtseinheit werden die Schüler:innen die **Gestaltung und Wirkung von Wahlplakaten** kennenlernen. Sie vermitteln **Botschaften**, wecken **Emotionen** und sollen Wähler:innen überzeugen, sich für eine bestimmte Partei, einen Kandidaten oder eine Kandidatin zu entscheiden.

Die Analyse von Wahlplakaten bietet den Schüler:innen die Möglichkeit, sich **kritisch** mit visueller Kommunikation **auseinanderzusetzen**. Sie werden bestehende Plakate hinsichtlich ihrer **Gestaltung, Botschaft und Wirkung** untersuchen und dabei besonderes Augenmerk auf wiederkehrende Narrative und Wortwahl legen.

### Integration in den Unterricht

Die Einheit ist so aufgebaut, dass sie in einer Einzel- oder Doppelstunde (45 bzw. 90 Minuten) umgesetzt werden kann. Falls Sie nur eine Einzelstunde zur Verfügung haben, widmen Sie sich ausschließlich Aufgabe 1.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**

### **Aufgabe 1: Recherche und Analyse aktueller Wahlplakate**

Die Schüler:innen arbeiten hierfür in Kleingruppen und recherchieren im ersten Schritt aktuelle Wahlplakate für die Wahl der Hamburgische Bürgerschaft im Internet oder in Printmedien. Für einen erlebnispädagogischen Ansatz – und sofern die Zeit es hergibt – könnten die Schüler:innen beispielsweise auch im Umfeld der Schule nach physischen Plakaten Ausschau halten.

Sie analysieren die Plakate hinsichtlich:

- Gestaltung (Farben, Schriftarten, Bilder sowie deren Bedeutung)
- Botschaft (Was wird vermittelt? Welche Emotionen werden angesprochen?)
- Zielgruppe (An wen richtet sich das Plakat?)

### **Aufgabe 2: Entwurf eines Wahlplakats**

Nach der Analyse entwerfen die Schüler:innen ein eigenes Wahlplakat für eine Partei ihrer Wahl oder „gründen“ eine eigene fiktive Partei, die sich einem spezifischen Thema widmet.

Die Plakate sollen eine klare Botschaft vermitteln und kreative Gestaltungselemente enthalten. Die Schüler:innen sollten dabei folgende Fragen berücksichtigen:

- Welche Werte und Themen möchte ich kommunizieren?
- Wie kann ich visuelle Elemente nutzen, um meine Botschaft zu verstärken?

Grundsätzliche Informationen zur Gestaltung von Wahlplakaten finden Sie in Anlage 1.

### **Aufgabe 3: Präsentation**

Im letzten Teil der Stunde werden die Ergebnisse in der Klasse präsentiert und diskutiert. Während der Diskussion soll ein Bewusstsein dafür entstehen, welche Entscheidungen die Schüler:innen während der Gestaltung getroffen haben: Foto oder Schrift? Fiktiv oder real? Seriös oder lässig? Emotion oder Information? Noch wichtiger als die Identifikation dieser verschiedenen Gestaltungsweisen ist dabei der Austausch hinsichtlich der Gründe für diese Entscheidungen.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**

## Vergleich und Diskussion der Ergebnisse

- Welche Wahlplakate haben die stärkste **Resonanz** erzeugt? Was sind die Merkmale dieser Plakate?
- Welche Elemente [Gestaltung, Botschaft, Emotionen] tragen am meisten zum **Erfolg** eines Wahlplakats bei? Was haltet ihr für wichtiger – die visuelle **Gestaltung** oder die vermittelte **Botschaft** eines Wahlplakats? Warum?
- Gibt es **Unterschiede** in der Ansprache zwischen den Plakaten verschiedener Parteien?  
Welche Strategien und Botschaften werden eingesetzt, um **unterschiedliche Zielgruppen** zu erreichen?
- Wie unterscheiden sich Wahlplakate von anderen Formen der politischen Kommunikation, wie z. B. Social-Media-Beiträgen oder Fernsehwerbung? Welche Stärken oder Vorteile bieten Wahlplakate?
- Inwiefern können Wahlplakate auch zu **Missverständnissen** oder verzerrten Wahrnehmungen führen?  
Gründe für Missverständnisse: sehr verkürzte Darstellung, wenig Informationstiefe, Überstrahlungseffekte bzw. Beeinflussung durch Attraktivität der Kandidatinnen etc.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**

## Anlage 1

### Wie können Wahlplakate aufgebaut sein?

**Wahlplakate lassen sich im Wesentlichen in zwei Design-Typen unterteilen:**

#### 1. Porträt-Plakat

Dieser Plakat-Typ zeigt in der Regel ein **Porträt** einer Person als **zentrales Element**. In den meisten Fällen sieht man den **Kopf der Person**, die **direkt in die Kamera** blickt, wodurch ein direkter Kontakt zu den Betrachtenden hergestellt wird. In anderen Varianten wird die Person jedoch im Stil einer **Momentaufnahme** während einer Handlung gezeigt, was sie authentischer und zugänglicher wirken lässt. In diesen Fällen blickt die Person nicht immer direkt in die Kamera.

Die Entscheidung, ob das Bild in Schwarz-Weiß oder in Farbe ist, spielt eine untergeordnete Rolle und dient hauptsächlich der **ästhetischen Wirkung** und der **Gesamtkomposition**.

Oft steht der **Claim** der Partei, ihre **politische Kernbotschaft**, an zweiter Stelle in der Rangordnung der Elemente, gefolgt von dem **Logo** oder **Symbol** der Partei als drittes wichtiges Element. Der Claim ist meistens sehr kurz und konfrontiert die Betrachtenden mit der für die Partei **wichtigsten politischen Botschaft**.

#### Aufbau des Plakats nach Rangfolge der Wichtigkeit der einzelnen Bildelemente

##### 1. Porträt oder Momentaufnahme der Person

- Ob Schwarz-Weiß- oder Farbbild der Person entscheidet ihr nach ästhetischen Gesichtspunkten.
- Es kann eine sehr nahe Aufnahme des Gesichts (meistens blickt die Person direkt in die Kamera, also die Betrachter:innen an) sein oder aber eine beobachtende Momentaufnahme der Person während einer Tätigkeit.

##### 2. Claim / Headline / Kernbotschaft der Partei

- Der Claim ist meistens ein sehr kurzer Satz, der die Partei charakterisiert. Die Headline thematisiert ein bestimmtes Motiv / Vorhaben der Partei. Sie bringt auf den Punkt, mit welcher Botschaft die potenziellen Wähler:innen sich angesprochen fühlen sollen.
- In der Größe wird die Kernbotschaft dem Bild untergeordnet. Sie steht entweder auf dem Bild oder darunter.

##### 3. Logo / Symbol der Partei

- In den meisten Fällen befindet sich das Logo der Partei am unteren Bildrand.
- Manchmal ist das Logo auf dem Plakat aber auch oben.
- Das Logo sollte relativ groß sein. Hierarchisch steht es zwar an dritter Stelle, aber man muss aus der Ferne erkennen können, für welche Partei das Plakat wirbt! Dabei helfen auch die Farben, die einer Partei zugeordnet sind.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**

**Beispiele:**

**1. Porträt-Plakat**



**1. Porträt oder Momentaufnahme der Person**

**2. Claim / Headline / Botschaft der Partei**

**3. Logo / Symbol der Partei**

**4. Weitere Elemente:**

- Störer in Pink mit Aktivierungstext.



**1. Porträt oder Momentaufnahme der Person**

**2. Claim / Headline / Botschaft der Partei**

**3. Logo / Symbol der Partei**

**4. Weitere Elemente:**

- Farbe Hellblau als Hintergrundfarbe.
- Roter Störer mit Wahlaktivierung.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**

**Beispiele:**

**1. Porträt-Plakat**



**1. Porträt oder Momentaufnahme der Person**  
 (Doppelporträt illustriert hier die Headline.)

**2. Claim / Headline / Botschaft der Partei**

**3. Logo / Symbol der Partei als URL**

**4. Weitere Elemente:**

- Grüner Störer mit Aktivierungstext.
- Grün als Hintergrundfarbe.

**BILDER**  
 oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
 oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
 oder  
**LÄSSIG?**

## 2. Typografie/Themen-Plakat

Heutzutage wird unter dem Begriff **Typografie** die **Kunst und Lehre von Schrift** verstanden, wie diese nach **funktionalen und ästhetischen Aspekten** gestaltet und im Design von Druckerzeugnissen oder digitalen Medien verwendet werden kann.

Dieser Plakat-Typ setzt den **Schwerpunkt** auf die **Headline** oder den **Claim** als zentrales Element. Diese Botschaft wird groß und plakativ präsentiert, wobei viel **Raum für kreative Gestaltung** bleibt. Es ist kein Bild erforderlich oder es wird nur ein minimalistisches, grafisches Element verwendet, das die Text-Botschaft unterstützt oder ergänzt.

Ein Plakat, das den Claim oder die Headline so prominent darstellt, kann auch ganz ohne Bild auskommen. Es entfaltet seine Wirkung allein durch die **kraftvoll** und selbstbewusst **inszenierte** Kernaussage.

### Aufbau des Plakats nach Rangfolge der Wichtigkeit der einzelnen Bildelemente

#### 1. Claim / Headline / Botschaft der Partei

- Der Claim ist meistens ein sehr kurzer Satz, der die Partei charakterisiert. Die Headline thematisiert ein bestimmtes Motiv / Vorhaben der Partei. Sie bringt auf den Punkt, mit welcher Botschaft die potenziellen Wähler:innen sich angesprochen fühlen sollen.
- Entweder Claim oder Headline oder beides zusammen bildet hier das größte und zentrale Element der Gestaltung.

#### 2. Logo / Symbol der Partei

- In den meisten Fällen befindet sich das Logo der Partei am unteren Bildrand.
- Manchmal ist das Logo auf dem Plakat aber auch oben.
- Das Logo sollte relativ groß sein. Hierarchisch steht es zwar an dritter Stelle, aber man muss aus der Ferne erkennen können, für welche Partei das Plakat wirbt! Dabei helfen auch die Farben, die einer Partei zugeordnet sind.

**BILDER**  
oder  
**BOTSCHAFTEN?**

**EMOTION**  
oder  
**INFORMATION?**

**SERIÖS**  
oder  
**LÄSSIG?**



**Beispiele:**

**2. Typografie/Themen-Plakat**



1. Claim / Headline / Botschaft der Partei

2. Logo / Symbol der Partei

3. Weitere Elemente:

- Collagenartige Elemente illustrieren die Botschaft und Tonlage des Plakats.
- Dunkelrot als Hintergrundfarbe.
- Störer in auffälligem Rot.



1. Claim / Headline / Botschaft der Partei

2. Logo / Symbol der Partei

3. Weitere Elemente:

- Blau (Parteifarbe) als Hintergrundfarbe.

**Impressum**

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg  
 Rathausmarkt 1 | 20095 Hamburg  
 Telefon: 040 428 31-1321  
 E-Mail: wahlkampagne@bk.hamburg.de

**Ansprechpartnerin**

Josephine McHardy  
 Bürgerschaftskanzlei  
 Protokoll, Veranstaltungen und Gästebetreuung  
 Rathausmarkt 1 | 20095 Hamburg  
 Tel.: +49 040 42831-1321  
 E-Mail: josephine.mchardy@bk.hamburg.de