

31.05.2012 14:59

[Meine Presse](#)

[Merkliste](#) **0**

[Login](#)

[Neu registrieren](#)

[Politik](#) [Wirtschaft](#) [Panorama](#) [Kultur](#) [Tech](#) [Sport](#) [Leben](#) [Bildung](#) [Wissenschaft](#) [Gesundheit](#) [Recht](#) [Spectrum](#) [Meinung](#)



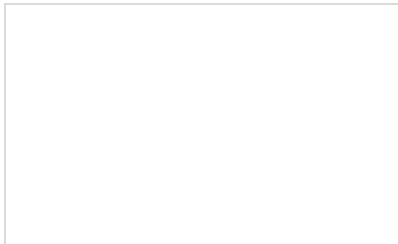
Wie eine deutsche Werbeagentur die Volkspartei aus der Krise holen soll

21.05.2012 | 18:25 | VON IRIS BONAVIDA, MAGDALENA LIEDL UND THOMAS PRIOR (Die Presse)

Die ÖVP inszeniert sich auf neuen Werbeplakaten als Hüterin heimischer Werte und hat dabei die eigene Basis im Visier. Die Kampagne wird von einer deutschen Agentur gemanagt, die bisher die SPD bewarb.



Holen Sie sich den neuesten Internet Explorer. [Jetzt IE9 downloaden](#)



 [Bild vergrößern](#)

MEHR ZUM THEMA:

Spindelegger droht mit Sanktionen für „Parteibuchwirtschaft“

AUS DEM ARCHIV:

Glosse: Ignorieren wird der ÖVP nicht reichen (29.02.2012)

Innenressort: Pilz sieht Querfinanzierung der ÖVP (17.10.2011)

Inserate: Aus für britisches „Vorbild-Modell“ (28.09.2011)

Im orange-blauen Sumpf mit schwarzen Blüten (06.09.2011)

Wien. Sie sind zahlreich, eher schlicht in der Darstellung und seit einer Woche in allen Landeshauptstädten breitflächig zu sehen: Die neuen Werbepлакate der ÖVP zeigen Personen, die stellvertretend für einen „Wert aus Österreich“ stehen (sollen) – allen voran Parteichef Michael Spindelegger, der mit dem Begriff Verantwortung verknüpft wird. Die anderen Role Models sind (öffentlich) unbekannte Österreicher, deren persönlicher Hintergrund zum jeweiligen „traditionellen Wert“ passe, wie ein ÖVP-Sprecher am Montag der „Presse“ erklärte. Ein Vater mit Sohn versinnbildlicht etwa den Begriff Vertrauen.

Entworfen wurden die Sujets von der Düsseldorfer Agentur Butter, die einschlägige Erfahrung mit politischer PR hat. Der Ministerpräsidentin von Nordrhein-Westfalen, Hannelore Kraft (SPD), half die Agentur kürzlich bei der Wiederwahl. Auch Ex-Kanzler Gerhard Schröder und Berlins Bürgermeister Klaus Wowereit (beide SPD) zähl(t)en zur Kundschaft von Butter. „Diese Erfolgsquote“ habe den Ausschlag für die Zusammenarbeit gegeben, heißt es aus der ÖVP ohne ideologische Berührungsängste.

Was sich die Partei von der Kampagne verspricht? Die Plakate seien eine Begleitmaßnahme zur „Österreich-Rede“ Spindeleggers in der Vorwoche. Darin gab der Vizekanzler seiner Partei „zehn Gebote“ vor: Ehrlichkeit und Anstand, Vertrauen und Respekt, Verantwortung, Tatkraft und Fleiß, Offenheit und Zusammenhalt sowie Freiheit.

Außerdem habe die ÖVP schon lange keine Plakate mehr affiziert. Die letzte Großkampagne im Nationalratswahlkampf 2008 war nicht gerade erfolgreich: Wilhelm Molterer verlor die Wahl bekanntlich gegen Werner Faymann. Die Sujets, gestaltet von der österreichischen Agentur Gull, wurden damals heftig kritisiert. Von allem intern

 **Holen Sie sich den neuesten Internet Explorer. [Jetzt IE9 downloaden](#)**

Das eigentliche Motiv hinter der Werbeoffensive der ÖVP ist jedoch ein anderes: Die Partei braucht – nicht nur, aber auch wegen einiger (mutmaßlicher) Korruptionsfälle – dringend eine Imagepolitur. In den Umfragen liegt sie konstant auf Platz drei hinter der FPÖ. Und an der eigenen Basis mehrten sich zuletzt die Unkenrufe, wonach niemand mehr wüsste, wofür die ÖVP eigentlich steht.

Die Plakate sind daher vor allem ein Signal an die eigenen Funktionäre – wie auch Jörg Matthes, Professor am Wiener Institut für Publizistik, im „Presse“-Gespräch analysiert: Ziel solcher Werbeaktionen sei nicht, andere von der Parteilinie zu überzeugen, sondern die eigenen Leute zu mobilisieren. Billig ist diese versuchte Trendumkehr allerdings nicht: Die Kampagne kostet – laut ÖVP-Angaben – „wenige hunderttausend Euro“. Doch viele fragen sich: Welchen Werbeeffect hat das Medium Plakat in Zeiten von Facebook und Co. eigentlich noch? Und wie wirken die ÖVP-Plakate im Speziellen?

„Aufzufallen“ – das sei bei der Flut an Plakatwerbung wichtig, sagt Julia Rohner von der Mediaagentur MediaCom. „Man muss sich von den anderen abheben.“ Spindelegger gelinge das nicht. Denn: Die selbst entworfenen Sujets der FPÖ – Heinz-Christian Strache wirbt gerade mit dem Slogan „Dem Volk sein Recht“ für mehr direkte Demokratie – fielen „wegen der grellen Farben“ und einer bisweilen grenzwertigen Wortwahl „stärker ins Auge“, so Matthes. Die Plakate der ÖVP seien hingegen „klassisch, nichts Besonderes“. Sie sprächen die eigenen Leute gut an, transportierten aber keine Inhalte.

Ein Urteil, das auch Mariusz Jan Demner von der Werbeagentur Demner, Merlicek & Bergmann trifft: Plakate brauchten eine originelle Idee, um

 **Holen Sie sich den neuesten Internet Explorer. [Jetzt IE9 downloaden](#)**

Dass Plakatwerbung für die Politik in Zeiten von Facebook an Bedeutung verliert, glauben aber weder Werber noch Wissenschaftler: Man könne über Social Media zwar neue Zielgruppen erreichen, an Plakaten käme aber keiner vorbei. Sie seien ein echtes Massenmedium. „Keiner muss auf Facebook, aber jeder muss auf die Straße“, so Demner.

Butter-Chef war „überrascht“

Butter jedenfalls war „überrascht“ vom Auftrag der ÖVP: „Wir sind aus einem anderen Land – und noch dazu eine Agentur, die für die SPD Wahlwerbung gemacht hat“, kommentiert Geschäftsführer Frank Stauss. Das werde ihm wohl nicht nur Fans bringen, hatte Stauss Spindelegger vorgewarnt. „Ihm war das aber egal.“

AUF EINEN BLICK

„Verantwortung“ ist eines der Schlagwörter der neuen Plakatkampagne von Michael Spindelegger und der ÖVP, die derzeit in allen Landeshauptstädten zu sehen ist. Damit solle das angeschlagene Image der Partei aufpoliert werden, aber auch die eigenen Funktionäre angesprochen werden. Die Kosten der Werbung belaufen sich auf „wenige hunderttausend Euro“, so die ÖVP. Die deutsche Werbeagentur Butter wurde mit der neuen Kampagne beauftragt. Das Unternehmen arbeitete zuletzt für die SPD und die Ministerpräsidentin von Nordrhein-Westfalen, Hannelore Kraft – einer der Gründe, warum man sich über den Auftrag aus Österreich wunderte. Die Menschen, die außer Spindelegger noch auf den Plakaten zu sehen sind, stammen aus Österreich.

Testen Sie "Die Presse" 3 Wochen lang gratis: diepresse.com/testabo

MEHR ZUM THEMA:

 **Holen Sie sich den neuesten Internet Explorer. [Jetzt IE9 downloaden](#)**