

Wahlwerbe-Analyse zur Bundestagswahl 2017



Qualitative Bewertung

- › die Bildsprache folgt keinen erkennbaren Regeln, das Schriftmuster ist gleichermaßen inkonsequent angewandt, das einzige Element zur Wiedererkennung ist der blaue Abbinde
- › in der Betrachtung herrscht zunächst Orientierungslosigkeit und es stellt sich die Frage, wo man zuerst hinsehen soll, da es keine klare Blickführung gibt
- › die Tonalität ist trotzig und stärkt den Eindruck von »Wir gegen andere«
- › die Bildwelt ist unrealistisch und klischeebehaftet, die Motive geben klar die Aussage des Plakates wieder
- › in ihrem Auftritt wirkt die AfD harmloser, als man sie aus der politischen Diskussion kennt

Note: 1 / 5

Emotionsmessung



Um das Video sehen zu können, klicken Sie auf das Bild.

- › die Aufmerksamkeit wird durch die Bekanntheit Petrys angezogen
- › erst nachdem das Baby betrachtet wird, ergibt der gewählte Slogan Sinn, sodass sich die Emotionen vom Negativen ins Positive wandeln
- › Absender und Botschaft sind klar, irritierend ist in diesem Kontext dann, dass Petry gar nicht Kandidatin ist

Neuro Bench: 1,7 / 5

Fazit: Für jeden etwas dabei.

Die Kommunikation der AfD entspricht einer Partei, die jung ist und sich stark vom politischen Establishment abgrenzt und ganz deutlich Themen adressiert. Die gestalterische Qualität ist dabei niedrig, die Bildsprache inkonsequent, Signale widersprechen sich. In der Gesamtwirkung ist für

Platz 6

jeden etwas dabei, die AfD ein »Sammelbecken« für alle, die eine Alternative suchen, egal welchen Spektrums.

1,45 / 5 ★☆☆☆☆