



Fotos: Michael Kuhr, Alexander Steenbeck (3), Privat (2)

Wer setzt im Wahlkampf auf Plakate?

Die sieben Bürgermeister-Kandidaten bewerten die Wirkung unterschiedlich – Daniel Hettwich verzichtet sogar gänzlich



Constanze Emde

Pünktlich sechs Wochen vor dem Wahlwochenende hängen die Plakate von CDU-Kandidat Sascha Clasen und Olaf Bentke von den Freien Wählern. Einzelbewerber Michael Kasch folgte und dann kam bislang kein weiteres Gesicht an den Laternenpfahl oder aufs Großplakat an markanten Kreuzungen der Stadt.

„Wollen die anderen nicht mehr?“, unken Betrachter. Doch wer sonnabends auf den Wochenmarkt geht, der sieht auf dem Gehweg vor der Rosenapotheke auch Elfi-Jacqueline Meyer zwischen einigen anderen Kandidaten seit Wochen stehen und mit den Menschen ins Gespräch kommen. „Persönlicher Kontakt durch Flyerverteilung ist mir zurzeit wichtiger, als im Plakatedschungel zwischen anderen Kandidaten und Veranstaltungen präsent zu hängen“, sagt die FDP-Kandidatin. Sie verteilt ihre Flyer deshalb selbst, nicht über einen Verteilerservice.

Ihr Ziel, 80 Prozent der Haushalte selbst zu besuchen, habe sie vor Augen, bislang seien 48 Prozent geschafft. Ganz auf Plakate möchte Meyer nicht verzichten. Sie würden nur später aufgehängt als üblich, sagt sie, „das bringt nochmal frischen Wind“.

Für Clasen gehören Plakate einfach zum Wahlkampf dazu, „die Menschen müssen eine Chance haben, den Namen mit einem Gesicht zu verbinden“, sagt er. Er habe auf recyclebare Plakate geachtet und 150 Stück an den Einfahrtstraßen in die Stadt und den Straßen in Wohngebiete aufgehängt. Auf dem Wochenmarkt und beim Freitagss Grillen an unterschiedlichen Orten komme er mit den Menschen in Kontakt, erfahre viel über deren Vorstellung von Eutins Zukunft.

Auch Bentke hält viel vom Plakatwahlkampf: „Es ist wichtig, damit die Bürger ein Bild vom Kandidaten haben

und ich habe mich dafür entschieden, meine Homepage darauf zu benennen, damit die Menschen den Kontakt zu mir und weiteren Informationen haben“, sagt Bentke. Er habe sich mit 150 Plakaten, wie Clasen, auf Haupt- und Zufahrtsstraßen konzentriert und gemeinsam mit seinem Wahlkampfteam die Plakate aufgehängt. Diese seien stabil, aber recycelbar, darauf habe er geachtet, sagt Bentke.

Nicht nur Plakate an den Laternen, sondern auch Großformate haben Bentke und Michael Kasch schon aufgestellt, Christoph Müllers kommen dieser Tage. Die Plakate des 70-Jährigen hängen schon in Fissau, rund ums Seeschloss und auch in Eutin verteilt er in dieser und nächster Woche. „Die Flyer verteile ich persönlich nach oder vor meiner eigentlichen Arbeit“, sagt Müller. Es scheint wichtig zu sein, auf Plakaten für sich zu werben, sagt der Einzelbewerber, denn er werde darauf angesprochen. „Ich bevorzuge das persönliche Gespräch mit den Menschen und werde an diesem Sonnabend auch auf dem Wochenmarkt unterwegs sein“, sagt Müller. Dafür habe er sich freigenommen. Immer dort zu stehen, halte er aber nicht für erfolgversprechend.

Ist der Einfluss von Wahlplakaten gering?

Kasch schätzt den Einfluss von Wahlplakaten im Wahlkampf eher als gering ein. Deshalb habe er sich entschieden, an nur 75 Orten Plakate im Stadtgebiet zu hängen – auch aus Gründen der Müllvermeidung, so Kasch. „Ich habe zusätzlich drei Großplakate an zentralen Orten im Stadtgebiet und möchte die Wähler durch persönliche Gespräche einbinden und überzeugen. Deshalb stehe ich sonnabends auf dem Wochenmarkt und bin mit meiner Klön-Ecke an anderen Tagen unterwegs“, sagt Kasch. Sein Brief an die 900 Erstwähler ist außerdem bereits raus gegangen.

Grünen-Kandidat Sven Radestock will abwarten: „Gesicht zeigen ist wichtig, aber wirklich an fast jeder La-

terne?“ schreibt er in den sozialen Medien. Bei sieben Kandidierenden für die Bürgermeisterwahl leide Eutins Optik ja schon etwas und noch hingen nicht einmal alle. Radestock hat die Wahl im Frühjahr nicht aktiv miterlebt. Da hatten die Kandidaten Carsten Behnk, Christoph Gehl und Christoph Müller zu dritt deutlich mehr Plakate im Stadtgebiet verteilt. „Klar, Plakate gehören zur Wahl dazu, aber sie sollen auch nicht nerven. Mit meinen Plakaten will ich deshalb noch ein wenig warten. Gesicht zeigen geht viel besser in 4D – also wenn ich mit den Menschen sprechen kann. Und das mache ich nicht erst seit Wahlkampfbeginn“, sagt Radestock. Auf dem Wochenmarkt sei er mit der mobilen Ansprech-Bar unterwegs und ebenso in der Stadt. Und mit dem Plakatehängen halte er es ein bisschen wie mit der

alphabetischen Reihenfolge der Kandidatennennung, „vielleicht erst kurz vor Schluss“.

Daniel Hettwich spendet die 1000 Euro an die Tafel

Einzelbewerber Daniel Hettwich hat sich gegen Plakate mit seinem Konterfei in den Straßen Eutins entschieden, stattdessen fahre Werbung für ihn auf fünf Autos durch Eutin. „Die Not von vielen Menschen im Angesicht von unvorstellbaren Preissteigerungen bei Strom- und Heizkosten, neben einer furcht-einflößenden Inflationsrate auch bei Lebensmittelpreisen, ist für mich nicht zu übersehen. Als Kandidat für das Bürgermeisteramt stehe ich für soziale Sicherheit und Zusammenhalt“, sagt er. In Anbetracht dessen Geld für Plakate auszugeben, während andere nicht wissen, wie



Daniel Hettwich ist in der Stadt auf dem Wochenmarkt unterwegs, um mit den Menschen ins Gespräch zu kommen.

Foto: Constanze Emde

sie die Heizkosten decken sollen, erscheine ihm falsch. Deshalb will Hettwich den Betrag von etwas mehr als 1000 Euro der Eutiner Tafel spenden, den er sonst für Plakate ausgegeben hätte.

Gleichzeitig ruft er Organisationen, Unternehmen und finanziell bessergestellte Menschen in Eutin auf, es ihm gleich zu tun „und die Eutiner-Tafel finanziell zu stärken“.

Alle Kandidaten informieren auf ihren Homepages (sofern vorhanden) und über die Kanäle auf Facebook und Instagram, wann sie wo unterwegs sind. Die nächste Chance für Eutiner, alle Kandidaten auf einmal zu erleben, ist der 4. Oktober. Ab 19 Uhr wird die Veranstaltung im Kreishaus gestreamt. Außerdem können die Eutiner live dabei sein und die inklusive Veranstaltung unter anderem mit Gebärdendolmetscher verfolgen. Auf der Homepage der Stadt sind außerdem die Kandidaten im etwa zehn Minuten langen Video zu sehen und bieten im Interview mit Carsten Kock erste Einblicke.

Aktuelles aus Wirtschaft, Handel und Gesellschaft. FORUM ANZEIGEN-EXTRA

Zurück zu den Wurzeln

Berlin Impact mit Repräsentanz in Timmendorfer Strand

Schmidt & Partner ist – als lokal langjährig erfolgreich agierendes Immobilien- und Planungsbüro – führend an der Lübecker Bucht. Nun erweitert es das Angebotsspektrum durch eine strategische Partnerschaft mit der Berlin Impact Capital Group, die auf die Entwicklung von nachhaltigen und zukunftsweisenden Immobilienprojekten spezialisiert ist. Hierbei stehen Wohnprojekte im Vordergrund, aber auch Infrastrukturprojekte, Parkhäuser, Lebensmittelhandel und innovative touristische Projekte. Der Fokus liegt bei eigenen Entwicklungen auf dem Berliner und Hamburger Speckgürtel sowie Schleswig-Holstein.

Mit ihrer Tochtergesellschaft Berlin Impact Real Estate betreut die am Berliner Kurfürstendamm beheimatete

Gruppe off-Market Transaktionen von Globalprojekten. Dies können sowohl Bestandsobjekte als auch Neubauvorhaben (Forward Deals) sein. Den Schwerpunkt bilden Wohnprojekte, wie auch betreutes oder studentisches Wohnen, Pflegeobjekte, aber auch andere Gewerbeobjekte und Quartiersentwicklungen (Mischobjekte). Aktuell betreut die Berlin Impact Projekte im dreistelligen Millionenbereich.

John Röger, geschäftsführender Gesellschafter bei Schmidt & Partner Immobilien: „Wir arbeiten projektbezogen schon seit Jahren sehr vertrauensvoll und effektiv zusammen. Mit diesem strategischen Schritt können wir unsere Potentiale künftig besser nutzen und die Bedürfnisse unserer professionellen Kunden effektiver bedienen. Be-

sonders hinsichtlich der Aspekte der Ökologie, Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit besteht aus unserer Sicht die Notwendigkeit, hier strategisch und im guten Austausch mit Gemeinden und Kommunen deutlich aktiver zu werden.“

Hierzu Tarek Abdelmotaal, geschäftsführender Gesellschafter der Berlin Impact: „Wir freuen uns sehr, dass wir unsere Präsenz und Sichtbarkeit in unserer alten Heimat mit dieser Partnerschaft nun deutlich erhöhen. Wir sehen in dieser traumhaften Region große Möglichkeiten, die Attraktivität mit gezielten, nachhaltigen und sinnvollen Maßnahmen steigern zu können. Hierbei sind wir auch offen für Joint Venture-Partnerschaften. Mit unserer Tochtergesellschaft sind wir darüber hinaus als Dienstleister für Dritte mit



Tarek Abdelmotaal John Röger

über Jahrzehnte gewachsenen Kontakten zu institutionellen Investoren, internationalen Beteiligungsgesellschaften, aber auch Unternehmerfamilien und vermögensverwaltenden Strukturen jederzeit in der Lage, komplexe Liegenschaften und Projektentwicklungen detailliert einzuwerten, zu strukturieren und diskret über direkte Zugänge zu bestmöglichen Marktpreisen zu platzieren.“

Berlin Impact Capital Group GmbH
Tarek Abdelmotaal (Geschäftsführer)
Kurfürstendamm 193 d
10707 Berlin
Tel.: 030-88774259-0
E-Mail: abdelmotaal@berlin-icg.de