



Texte RITMO: Nr. 1

2026

Zwischen „Mobilitätsfrieden“ und Polarisierung Mobilität und Verkehr im Spiegel der Wahlplakate zur Kommunalwahl Hessen 2026

Volker Blees

16.03.2026

IMPRESSUM

Forschungszentrum RITMO

Hochschule RheinMain

Kurt-Schumacher-Ring 18

D-65197 Wiesbaden

<https://www.hs-rm.de/ritmo>

Autor: Prof. Dr.-Ing. Volker Blees (volker.blees@hs-rm.de)

Zitationshinweis

Blees, V. (2026). *Zwischen „Mobilitätsfrieden“ und Polarisierung. Mobilität und Verkehr im Spiegel der Wahlplakate zur Kommunalwahl Hessen 2026* (Texte RITMO: Nr. 1). Rhein-Main Institute for Transformative Sciences in Mobility and Logistics.

Copyright

Der Text dieser Publikation steht unter der Lizenz „Creative Commons Attribution 4.0 International“ (CC BY 4.0). Der Lizenztext ist abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Titelbild: Collage Volker Blees unter Verwendung von Fotos von Volker Blees, Charly Richter und Verena Richter. Einzelne Bildnachweise siehe Seite 23.

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	IV
Zusammenfassung	1
1 Einleitung	2
2 Methodik	3
2.1 Vorgehen bei der Materialsammlung	3
2.2 Beschreibung des Untersuchungsmaterials	3
2.3 Vorgehen bei den Analysen	5
3 Analyseergebnisse	6
3.1 Mobilität und Verkehr im Kontext aller Wahlkampfthemen	6
3.2 Von ÖV bis Stau: die Themen im Überblick	7
3.3 Zwischen Streitgegenstand und Harmonieobjekt – verkehrspolitische (Nicht-) Positionierungen	9
3.4 Öffentlicher Verkehr – Ausbauen, aber nicht überall	12
3.5 Autoverkehr – Verkehrsfluss im Fokus	13
3.6 Grundlagen des Verkehrs – Planungsprozesse, Infrastruktur und Stadtplanung im Blick	15
3.7 Fuss, Rad, Barrierefreiheit – nur Marginalien der Mobilität?	16
3.8 Sonderfall und Zerrspiegel kommunaler Verkehrsthemen – DIE PARTEI	17
3.9 Kommunalwahlkampf – mit Ortsbezug und Gesichtern	18
3.10 Sprachverwendung, Subtexte und Wortspiele	20
4 Fazit: viele indizien für einen Kurswechsel	21
Anhang: untersuchte Wahlplakate	23

ABBILDUNGSVERZICHNIS

Abbildung 1: Verteilung der Plakate auf die Orte [Ort; Anzahl Plakate] (Eigene Grafik)	4
Abbildung 2: Verteilung der Plakate auf Parteien und politische Gruppierungen [Partei; Anzahl] (Eigene Grafik)	4
Abbildung 3: Beispiel für ein Mehr-Themen-Plakat zu Wohnen, ÖV-Nulltarif und Faschismus (Die Linke, Mörfelden-Walldorf)	6
Abbildung 4: Anzahl der Plakate mit Aussagen zu den einzelnen Themenclustern (Eigene Grafik) ..	7
Abbildung 5: Anteile der Themen 2026 und 2021 im Vergleich (Eigene Grafik)	8
Abbildung 6: Anzahl der Plakate mit den drei am häufigsten genannten Themen nach Parteien (Eigene Grafik)	9
Abbildung 7: Klare Flächennutzungsalternativen, eindeutige Position (Tierschutzpartei, Darmstadt)	10
Abbildung 8: Klare Verkehrsmittelalternativen, eindeutige Position (Volt, Gießen).....	10
Abbildung 9: Einig in der Forderung nach Vernunft, kommen CDU und Klimaliste in Marburg zu entgegengesetzten Schlussfolgerungen.....	10
Abbildung 10: Auch wenn es auf Hauptverkehrsachsen wohl nirgends Tempo 30-Zonen gibt: die Botschaft ist klar (Junge Liberale, Darmstadt).....	11
Abbildung 11: Bürgerliche Perspektive: was rot ist muss weg (PRO AUTO, Wiesbaden).....	11
Abbildung 12: Eine Aussage, die in ihrer Allgemeinheit hoffentlich alle Straßenverkehrsteilnehmenden unterschreiben können (Bürger für Frankfurt, Frankfurt am Main)	11
Abbildung 13: „Mobilitätsfrieden“ bringt Harmoniebedürfnis zum Ausdruck, aber unklar bleibt, was konkret darunter zu verstehen ist (CDU, Darmstadt)	11
Abbildung 14: Individuelle Wahlfreiheit steht im Mittelpunkt, deren Grenzen bleiben offen (FDP, Darmstadt).....	11
Abbildung 15: Mobilität für Alle – dem wird wohl niemand widersprechen (Grüne, Friedberg).....	11
Abbildung 16: Bild und Text vermitteln klar, wohin die Reise gehen soll (SPD, Ober-Ramstadt)	12
Abbildung 17: Plakative Forderung nach günstigen Tarifen, unklar bleibt der Gegenwert des einen Euros: geht es um Einzel-, Wochen-, Monatskarten? (Frankfurt Sozial, Frankfurt am Main)	12
Abbildung 18: Wie hoch die Qualitätsmesslatte eines ÖPNV liegt, der im „Alltag mithält“, bleibt der Interpretation der Betrachtenden überlassen (Junge Liberale, Kriftel)	12
Abbildung 19: Das einzige in der Untersuchung enthaltene Plakat der AfD ist vor allem eines: dagegen (AfD, Wiesbaden)	13
Abbildung 20: Die FDP nutzt in verschiedenen Formaten Zeichen 151 der StVO, um vor den Gefahren der Citybahn zu warnen (FDP, Wiesbaden).....	13
Abbildung 21: Die PARTEI wirft visionär schon einen Blick über die Citybahn 2.0 hinaus (Die PARTEI, Wiesbaden)	13
Abbildung 22: Schon der Pumuckl wusste: was sich reimt ist gut (FDP, Frankfurt am Main).....	14
Abbildung 23: Staus auflösen – mit wem es geht, wird klar, das Wie bleibt offen (CDU Frankfurt am Main)	14
Abbildung 24: Pauschal Verkehrsüberwachungseinrichtungen als „Abzocke“ zu framen offenbart neben verkehrspolitischen Absichten auch ein eigenwilliges Rechtsstaatsverständnis (Junge Liberale, Darmstadt).....	14

Abbildung 25: Parkraum – identitätsstiftend für eine ganze Kreisstadt? (CDU, Friedberg)	15
Abbildung 26: Beim Umgang mit konkurrierenden Flächenanforderungen kommen auch schon mal Tolkien-Zitate zum Einsatz (Die Linke, Gießen)	15
Abbildung 27: Forderungen aus verschiedenen Themenbereichen, zu denen auch die Entlastung des (Straßen?) Verkehrs gehört (BIG Partei, Offenbach).....	15
Abbildung 28: Planungsqualität wird an Reisegeschwindigkeiten festgemacht, klassische verkehrsplanerische Zielkriterien wie Sicherheit, Teilhabe oder Umweltschutz spielen bei dieser Verkürzung keine Rolle (FDP, Gießen)	16
Abbildung 29: Anschauliche Beschreibung des Konzepts der 15-Minuten-Stadt in nur sechs Worten (SPD, Darmstadt).....	16
Abbildung 30: Gereimt-griffige Formel, die bei Baufachleuten sicher Neugier weckt, wie die FDP schnelleres Bauen erreichen möchte (FDP, Frankfurt am Main)	16
Abbildung 31: Rad kommt nach Auto, aber vor Bus & Bahn (SPD, Darmstadt)	17
Abbildung 32: Auf Wahlplakaten macht ein Ausrufezeichen aus einem Verkehrsweg eine Forderung (Freie Wähler, Darmstadt)	17
Abbildung 33: Nur ein einziges der untersuchten Plakate thematisiert Barrierefreiheit (Grüne, Wiesbaden)	17
Abbildung 34: Ein liegendes Fahrrad und die Kreidesilhouette am Boden deuten an, dass beim Ausbau von Auto-Infrastruktur mehr auf der Strecke bleibt als das Grün des Rasens (DIE PARTEI, Wiesbaden)	18
Abbildung 35: Ortsbezug in den Wahlplakaten [Kategorie; Anzahl] (Eigene Darstellung)	19
Abbildung 36: Vermutlich vorrangig ÖV-Nutzende erkennen Offenbach an Hand von Liniennummern und -zielen wieder (Die Linke, Offenbach)	19
Abbildung 37: Das Bildmotiv ist generisch, der Ortsbezug ergibt sich aus der Fußzeile (Grüne, Wiesbaden)	19
Abbildung 38: die Person, der Stadtname gleich zweifach und ein lokal bekannter Bildhintergrund machen deutlich: es geht um Bad Nauheim (FDP, Bad Nauheim)	19

ZUSAMMENFASSUNG

Diese Studie untersucht die Darstellung verkehrs- und mobilitätspolitischer Themen auf Wahlplakaten zur hessischen Kommunalwahl 202 mit dem Ziel, ein besseres Verständnis für die Positionen und Strategien lokaler politischer Parteien zu erlangen. Der Schwerpunkt liegt auf der Analyse der Art und Weise, wie Mobilitätsthemen auf kommunaler Ebene kommuniziert werden.

Die Methodik umfasst eine Analyse von 76 Plakaten aus 13 hessischen Städten und berücksichtigt sowohl formale als auch inhaltliche Gesichtspunkte. Zur Bewertung werden qualitative und quantitative Analysemethoden herangezogen, um die Effekte unterschiedlicher visueller und textlicher Strategien zu verstehen.

Die Analysen beziehen sich auf die inhaltlichen Themen der Plakate wie etwa die verschiedenen Verkehrsmittel, auf die verkehrspolitischen Positionierungen und Ausrichtungen sowie auf die genutzten visuell-kommunikativen Mittel. Die Ergebnisse werden unter Bezug auf aktuelle verkehrsplanerische und verkehrswissenschaftliche Diskurse fachlich eingeordnet. Sie sollen zur Diskussion über die Zukunft der kommunalen Verkehrspolitik und deren Kommunikationsstrategien beitragen.

1 EINLEITUNG

Die Transformation von Mobilität und Verkehr, die zum Teil getrieben ist von Zwängen wie Klimaschutz und Klimafolgenanpassung und zum Teil gezogen wird von technologischen Entwicklungen wie der fortschreitenden Digitalisierung, ist seit geraumer Zeit ein gewichtiges Thema gesellschaftlicher und politischer Auseinandersetzungen. Jenseits politischer und gesetzgeberischer Rahmenseetzungen auf europäischer, Bundes- oder Landesebene liefert vor allem die kommunale Verkehrspolitik die Richtschnur für die Verkehrssystemgestaltung vor Ort.

Zentrales Instrument sind dabei Entscheidungen der kommunalen Gremien – in Hessen der Gemeindevertretung, der Stadtverordnetenversammlung bzw. des Kreistags –, die häufig von der Verwaltung vorbereitet und in der Regel von ihr umgesetzt werden. Diese kommunalen Entscheidungsgremien wiederum werden entsprechend den Grundsätzen der repräsentativen Demokratie von den wahlberechtigten Einwohnerinnen und Einwohnern gewählt. Kommunalwahlen entscheiden mithin auch über die kommunale Verkehrspolitik und über den Umgang mit den oben genannten Herausforderungen und Entwicklungen des Verkehrs vor Ort.

Mobilität und Verkehr bilden neben der städtebaulichen Entwicklung, der öffentlichen Ordnung sowie Sozial-, Bildungs- und Kulturangeboten die wichtigsten Betätigungsfelder kommunaler Gestaltungshoheit und stellen folglich auch im Kommunalwahlkampf bedeutsame Themen dar. Dementsprechend finden sie sich in nennenswertem Umfang auf Wahlplakaten im öffentlichen Raum wieder, die für die Parteien ein zentrales Medium zur Vermittlung ihrer Botschaften darstellen.

Die vorliegende Studie repliziert für die Kommunalwahl Hessen 2026 einen Untersuchungsansatz, der erstmals bei der vorangegangenen Kommunalwahl 2021 Anwendung fand¹, und entwickelt ihn weiter. Sie geht der Frage nach, welche Aspekte der Mobilität und des Verkehrs auf Wahlplakaten dargestellt und vermittelt werden, welche Themen auf welche Weise adressiert und welche Positionen bezogen werden. Die Besonderheit des Mediums Wahlplakat liegt dabei darin, dass es sich – anders als Wahlprogramme, Reden auf Wahlveranstaltungen oder auch persönliche Gespräche – nicht zur Darstellung umfassender, komplexer und differenzierter Forderungen eignet, sondern mit wenigen Worten und mit Bildern pointiert eine Botschaft vermitteln muss. Wahlplakate bilden so einerseits ein Kondensat parteipolitischer Programme und spiegeln andererseits wieder, mit welchen Aussagen eine Partei glaubt, die Wählerinnen und Wähler von sich überzeugen zu können.

Anliegen der Studie ist es, einen Beitrag zu einer Standortbestimmung der verkehrspolitischen Diskussion auf kommunaler Ebene zu leisten. Sie richtet sich zuvorderst an Fachpersonen, die in Verwaltungen, bei Verkehrsunternehmen und Mobilitätsdienstleistern, in Beratungsbüros und an Hochschulen mit Fragen der Verkehrssystemgestaltung und des Mobilitätsmanagements befasst sind und zielt dabei darauf ab, das Verständnis für die Positionen und Sichtweisen in den lokalen demokratischen Entscheidungsgremien zu verbessern. Darüber hinaus sind alle weiteren Interessierten, außerparteilich verkehrspolitisch Engagierten und nicht zu-letzt die Parteien selbst eingeladen, die Studie kritisch zu lesen und die Ergebnisse zu reflektieren. Rückmeldungen an den Autor sind ausdrücklich erwünscht.

¹ Blees, V.; Richter, V. (2021). *Zwischen Wende und Weiter so! Verkehr und Mobilität als Thema von Wahlplakaten zur Kommunalwahl 2021 in Hessen*. Arbeitsberichte Fachgruppe Mobilitätsmanagement 009. <http://dx.doi.org/10.25716/pur-27>

2 METHODIK

Nachfolgend werden das Vorgehen bei der Sammlung des Untersuchungsmaterials dargestellt (Abschnitt 2.1), das gewonnene Untersuchungsmaterial beschrieben (Abschnitt 2.2) und das Vorgehen bei der Analyse erläutert (Abschnitt 2.3).

2.1 VORGEHEN BEI DER MATERIALSAMMLUNG

Die Sammlung des Materials fand zwischen dem 10. Februar und dem 7. März 2026 statt. Dabei wurden ohnehin unternommene dienstliche oder private Wege in Bad Nauheim, Darmstadt, Frankfurt am Main, Friedberg, Hofheim, Kriftel, Langen, Mörfelden-Walldorf, Ober-Ramstadt, Offenbach und Wiesbaden genutzt, um in den jeweiligen Stadtkernen und angrenzenden Bereichen untersuchungsrelevante Wahlplakate zu fotografieren. Zusätzlich wurde am 22. Februar eigens eine Rundreise nach Gießen, Hanau, Marburg und Wetzlar unternommen. Als Verkehrsmittel wurde überwiegend das Fahrrad genutzt, das sich für diesen Zweck aufgrund seiner Flexibilität, seiner Geschwindigkeit und der Möglichkeit, nahezu überall anzuhalten, als besonders geeignet erwiesen hat.

Im Zuge der Befahrungen wurden jeweils sämtliche Plakate aufgenommen, bei denen unmittelbar ein inhaltlicher oder sprachlicher Bezug zu Mobilität und Verkehr erkennbar war. Die Routen in den genannten Städten waren so ausgedehnt, dass sich die gesichteten Plakate zuletzt nur noch wiederholten. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Mehrzahl der in den besuchten Kommunen existierenden Plakatmotive erfasst wurde. Zu bemerken ist, dass die Regeln zum Plakatieren sich offenbar in den einzelnen Städten deutlich unterscheiden: so konnten beispielsweise in Marburg Plakate nahezu ausschließlich außerhalb der Innenstadt gefunden werden und in Langen ist das Plakatieren nur auf einer begrenzten Anzahl von Plakatwänden erlaubt, die von den Parteien gemeinsam genutzt werden, während etwa in Darmstadt, Frankfurt und Wiesbaden im gesamten Stadtgebiet eine hohe Plakatdichte anzutreffen ist.

Alle untersuchten Wahlplakate sind im [Anhang](#) abgebildet. Auf die dortige Nummerierung wird im Folgenden Bezug genommen.

2.2 BESCHREIBUNG DES UNTERSUCHUNGSMATERIALS

Insgesamt konnten 81 verschiedene Plakate in die Untersuchung aufgenommen werden, davon 76 mit inhaltlichem Bezug zu Mobilität und Verkehr und – als gesonderte Kategorie – fünf Plakate, die Sprachbilder aus dem Bereich Mobilität und Verkehr verwenden (siehe hierzu Abschnitt 3.10).

9 Motive der Grünen, der Linken, der PARTEI und von Volt konnten – zum Teil mit geringfügigen Variationen – in mehreren Städten angetroffen werden ([3], [15], [20], [22], [24], [39], [46], [51], [58]). Die übrigen 72 Plakate sind ortsbezogen und kommen jeweils nur in einer der untersuchten Städte vor (Abbildung 1). Mengenmäßig dominieren die drei Großstädte Darmstadt, Frankfurt am Main und Wiesbaden das Untersuchungsmaterial, während in den übrigen besuchten Orten nur einzelne und in Hanau, Langen und Wetzlar gar keine ortsbezogenen Plakate zu Mobilität und Verkehr angetroffen wurden.

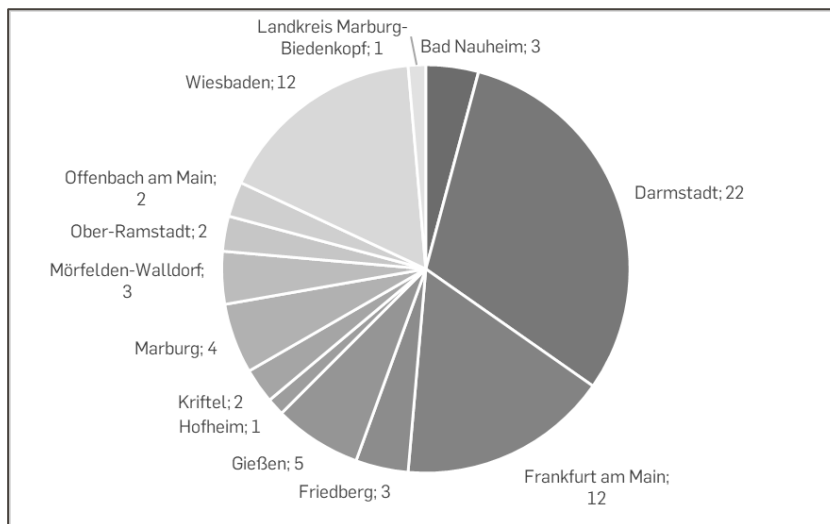


Abbildung 1: Verteilung der Plakate auf Orte [Ort; Anzahl Plakate] (Eigene Grafik)

Die 81 untersuchten Plakaten stammen von insgesamt 19 verschiedenen Parteien bzw. politischen Gruppierungen (Abbildung 2). Eine Besonderheit stellen sechs Plakate der Jungen Liberalen (Julis) dar, die in der weiteren Analyse des eindeutigen Parteienbezugs wegen der FDP zugeordnet werden. Unter „Sonstige“ werden elf verschiedene, überwiegend lokale politische Gruppierungen zusammengefasst². Darunter befinden sich mit PRO AUTO – Die Bürgerlichen! in Wiesbaden und der Liste MoVe35 in Marburg auch zwei auf Verkehr und Mobilität fokussierte Ein-Themen-Gruppierungen von zwei entgegengesetzten Enden des verkehrspolitischen Spektrums.

Mengenmäßig entfällt knapp ein Viertel der Motive auf die FDP (20, einschließlich Julis), gefolgt von den Grünen (12) und der CDU (11). Alle weiteren Gruppierungen sind mit maximal sechs Motiven vertreten.

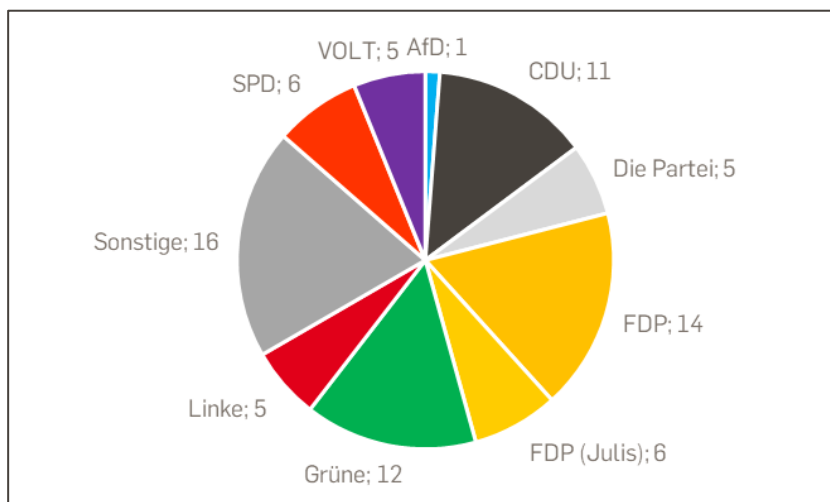


Abbildung 2: Verteilung der Plakate auf Parteien und politische Gruppierungen [Partei; Anzahl] (Eigene Grafik)

² Wählergemeinschaft Darmstadt, Freie Wähler Darmstadt, Tierschutzpartei, Bürger für Frankfurt, Frankfurt Sozial, Gießen gemeinsam gestalten, DKP/Linke Liste, Klimaliste Marburg, Move35, BIG Partei, Pro Auto

2.3 VORGEHEN BEI DEN ANALYSEN

Das Vorgehen bei der Analyse der Wahlplakate baut auf allgemeinen Grundsätzen und Prinzipien der Inhaltsanalyse auf, erhebt aber nicht den Anspruch, strikt einer bestimmten Methodik zu folgen.

Die Wahlplakate wurden in mehreren Durchgängen gesichtet und dabei sukzessive Merkmale bestimmt, nach denen sie sich unterscheiden und die für die Untersuchungsfrage relevant erscheinen. Anschließend wurden die Merkmalsausprägungen in einer Datenbank erfasst. Die wesentlichen angewendeten Merkmalskategorien sind:

- Ort,
- Partei,
- Plakatmotiv (Text-/Bildanteile, ggf. Bildmotiv),
- Textumfang und grammatikalische Struktur,
- Textinhalt (Ortsbezug, angesprochene Verkehrs- und Mobilitätsthemen),
- Sonstige Auffälligkeiten und Besonderheiten.

Im Anschluss an diese vorrangig quantitative Aufbereitung des Materials wurden Texte und Bilder explorativ-qualitativ hinsichtlich Stilmittel und Aussagen ausgewertet.

Eine eigene Kategorie bilden streng genommen die fünf einbezogenen Plakate der Partei Die PARTEI, die sich dezidiert der Satire verschrieben hat und deren Aussagen sich nicht reibungslos in die vorgenannten Kategorien fassen lassen. Auf sie wird gesondert eingegangen.

Die nachfolgende Darstellung der Analyseergebnisse nähert sich dem Gehalt und den Botschaften der Plakate von verschiedenen Seiten und beleuchtet dabei die behandelten Themen ebenso wie die Darstellungsweisen. Sie beschränkt sich auf einen pragmatischen Ausschnitt der möglichen Untersuchungen. Insbesondere vernetzte Analysen verschiedener Aspekte könnten möglicherweise noch weitere Erkenntnisse zutage fördern.

3 ANALYSEERGEBNISSE

Die nachfolgenden Abschnitte dokumentieren die Ergebnisse der unter verschiedenen formalen und inhaltlichen Blickwinkeln durchgeführten Analysen. Soweit nicht anders beschrieben, beziehen sich die Analysen auf die 76 Plakate mit inhaltlichem Bezug zu Mobilität und Verkehr.

3.1 MOBILITÄT UND VERKEHR IM KONTEXT ALLER WAHLKAMPFTHEMEN

Da bei der Materialsammlung lediglich Plakate mit Mobilitäts- und Verkehrsbezug erfasst wurden, kann ihr mengenmäßiger Anteil an allen Plakatmotiven zu Kommunalwahl nicht angegeben werden. Augenscheinlich bestehen aber deutliche Unterschiede zwischen den untersuchten Städten: während in Hanau, Langen und Wetzlar keine ortsspezifischen verkehrsbezogenen Plakate gefunden wurden, spielen in Darmstadt, Frankfurt am Main und Wiesbaden Mobilität und Verkehr eine nennenswerte Rolle im Reigen der Plakatthemen. Ihr Anteil unter den Plakaten mit Themen- (und nicht nur Personen-) Bezug dürfte dort eine Größenordnung von einem Fünftel bis einem Viertel erreichen.

Im Vergleich zur Untersuchung 2021 scheint insgesamt die Präsenz von Verkehrsthemen auf den Plakaten quantitativ zurückgegangen zu sein. Stattdessen prägen Fragen der Wohnraumversorgung und der Sicherheit im öffentlichen Raum die Plakatinhalte – interessanterweise beides Themen mit unmittelbarer Rückwirkung auf das Verkehrsgeschehen: Lage und Anbindung von Wohnorten bestimmen das Verkehrsaufkommen, das subjektive Sicherheitsempfinden die Verkehrsmittelwahl, insbesondere bezogen auf Fußverkehr und ÖPNV.

Mit 72 Plakaten stellen bei der Mehrheit der untersuchten Motive Mobilität und Verkehr das einzige bzw. zentrale Thema dar. Auf den übrigen fünf Plakaten ([2], [8], [25], [59], [67]) sind weitere Themen angeführt (vgl. Abbildung 3), wobei sich aber keine typischen Themenkombinationen identifizieren lassen.



Abbildung 3: Beispiel für ein Mehr-Themen-Plakat zu Wohnen, ÖV-Nulltarif und Faschismus (Die Linke, Mörfelden-Walldorf)

3.2 VON ÖV BIS STAU: DIE THEMEN IM ÜBERBLICK

Insgesamt konnten bei der Inhaltsanalyse von Text und Bildern zwölf verschiedene Themencluster der Mobilität und des Verkehrs identifiziert werden, denen sich die Aussagen zuordnen lassen. Da auf einigen Plakaten mehr als eines dieser Cluster angesprochen wird, konnten zusammen 97 einzelne themenbezogene Aussagen ausgewertet werden (Abbildung 4).

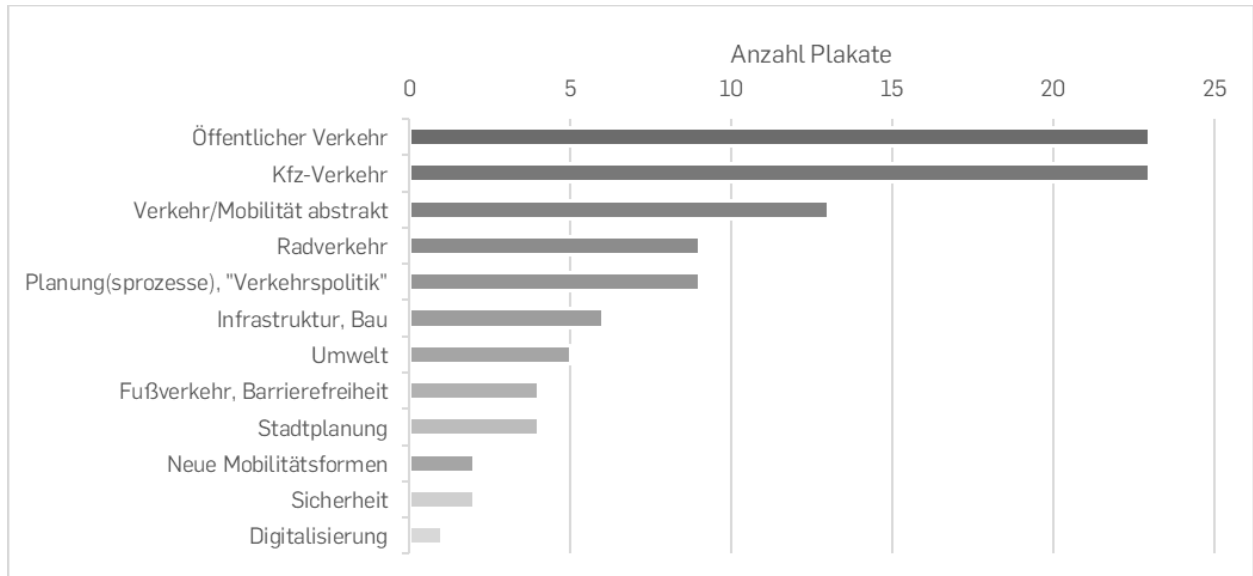


Abbildung 4: Anzahl der Plakate mit Aussagen zu den einzelnen Themenclustern (Eigene Grafik).

Am häufigsten (23 Plakate) werden Themen des Öffentlichen Verkehrs und des Kfz-Verkehrs angesprochen, gefolgt von eher abstrakten Benennungen von Mobilität und Verkehr ohne klare Zielrichtung (13). Mehrfach thematisiert werden weiterhin Radverkehr und Planung bzw. Planungsprozesse (je 9) sowie Infrastruktur/Bau (6) und Umwelt unter Bezug auf Verkehr (5). Eine quantitativ geringere Rolle spielen die Themen Fußverkehr bzw. Barrierefreiheit, Stadtplanung, Neue Mobilitätsformen, Sicherheit sowie Digitalisierung.

Auch wenn ein Vergleich mit den im Kommunalwahlkampf 2021 adressierten Themen aufgrund unterschiedlicher Herkunft und Umfang des Untersuchungsmaterials nur eingeschränkt aussagekräftig ist, fallen einige quantitative Verschiebungen auf, in denen sich aktuelle Debatten widerspiegeln (Abbildung 5).

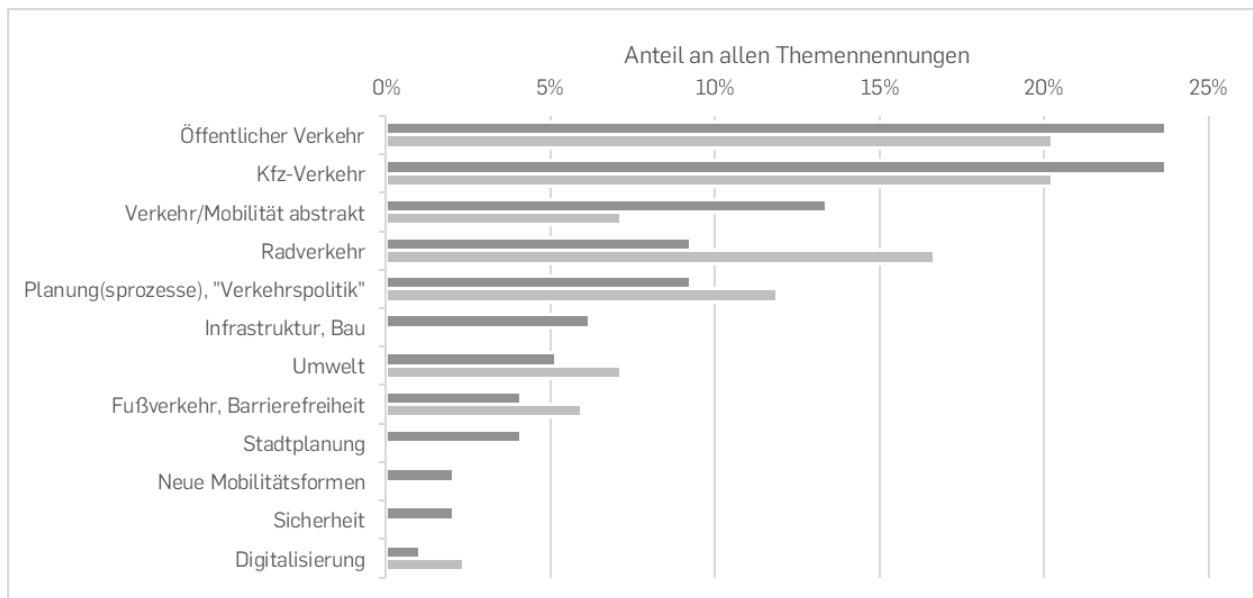


Abbildung 5: Anteile der Themen 2026 und 2021 im Vergleich (Eigene Grafik)

Auffällig ist zunächst eine Zunahme des Anteils der Plakate, die Mobilität und Verkehr abstrakt, also ohne klare Zielrichtung und erkennbare Handlungsorientierung beinhalten. Die Vermutung liegt nahe, dass sich hierin die zunehmende Ambivalenz abbildet zwischen einerseits der Bedeutung von Verkehrsthemen generell und andererseits dem Risiko, dass Bekenntnisse zu konkreten Maßnahmen und Entwicklungsrichtungen schädlich für Akzeptanz und Attraktivität der Partei bei den anvisierten Wählergruppen sein könnten.

Erkennbar ist ferner ein deutlicher Rückgang des Themas Radverkehr. Dieser ist einzuordnen vor dem Hintergrund, dass in der zurückliegenden Legislaturperiode vor allem in den größeren Städten viel für den Radverkehr getan wurde und die damit an vielen Stellen einhergehende Rücknahme von Privilegien des Kfz-Verkehrs zu erheblichen Kontroversen geführt hat.

Schließlich fällt das Erscheinen des neuen Themas Infrastruktur/bau auf, das sich gut mit den in jüngerer Zeit zu Tage getretenen Unterhaltungsrückständen bei Straße und Schiene sowie den Verkehrsbeeinträchtigungen infolge von Sanierungsmaßnahmen erklären lässt.

Bei der Verteilung der drei am häufigsten vorkommenden Themen auf die Parteien zeigt sich insgesamt ein recht ausgewogenes Bild: bei jedem der Themen sind die meisten Parteien vertreten. Auffällig sind das Fehlen von Aussagen zum Öffentlichen Verkehr bei der CDU bzw. der geringe Bezug zum Kfz-Verkehr bei den Grünen sowie der klare Kfz-Schwerpunkt der FDP. (Abbildung 6).

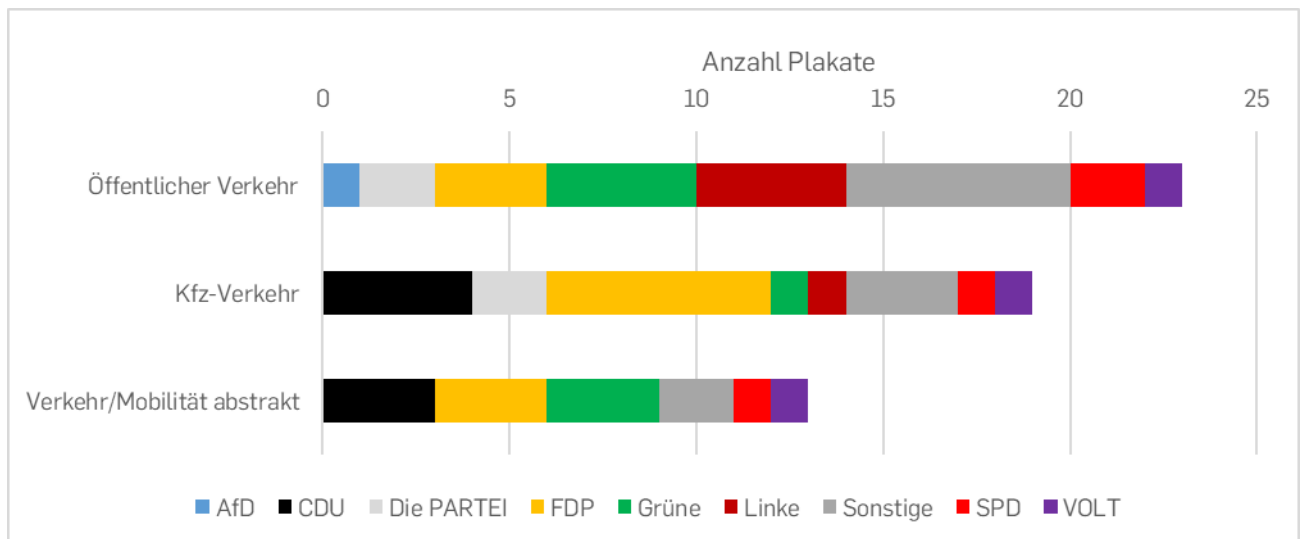


Abbildung 6: Anzahl der Plakate mit den drei am häufigsten genannten Themen nach Parteien (Eigene Grafik)

3.3 ZWISCHEN STREITGEGENSTAND UND HARMONIEOBJEKT – VERKEHRSPOLITISCHE (NICHT-) POSITIONIERUNGEN

Verkehrsthemen allgemein und Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigeren Mobilität im Speziellen haben in den letzten Jahren in vielen Kommunen zu kontroversen Debatten geführt. Diese spielen sich im Wesentlichen auf einer Achse zwischen dem Ausbau des so genannten Umweltverbunds – auch zulasten des Kfz-Verkehrs – und der Beibehaltung der über Jahrzehnte gewachsenen Privilegien des Autoverkehrs ab. Es liegt nahe zu vermuten, dass die kontroversen Sichtweisen von den Parteien genutzt werden, um sich mit ihrer Verkehrspolitik zu positionieren.

Tatsächlich finden sich insgesamt 20 Plakate, die eine solche Positionierung vornehmen, indem sie entweder auf die oben beschriebenen Pole der Verkehrspolitik Bezug nehmen oder dezidiert Stellung zu Maßnahmen beziehen, die in den letzten Jahren im Sinne einer nachhaltigen Mobilität ergriffen oder geplant worden sind.

Zur ersten Gruppe gehören sechs Plakate ([25], [50], [51], [52], [61], [64]), davon fünf von Kleinparteien bzw. lokalen Wählergruppierungen, die jeweils einen Gegensatz beschreiben und sich zu einer der Alternativen bekennen (Abbildung 7, Abbildung 8). Mit Ausnahme der CDU in Marburg, die gegen das Mobilitäts- und Verkehrskonzept MoVe35 Stellung bezieht (Abbildung 9), argumentieren die Plakate alle zugunsten einer nachhaltigen Verkehrsentwicklung.

		
Abbildung 7: Klare Flächennutzungsalternativen, eindeutige Position (Tierschutzpartei, Darmstadt)	Abbildung 8: Klare Verkehrsmittelalternativen, eindeutige Position (Volt, Gießen)	Abbildung 9: Einig in der Forderung nach Vernunft, kommen CDU und Klimaliste in Marburg zu entgegengesetzten Schlussfolgerungen

Die Mehrzahl der Positionierungen im verkehrspolitischen Spektrum, 14 an der Zahl, bezieht sich auf Maßnahmen und Planungen zur Verkehrswende bzw. deren (vermeintliche) Folgen ([13], [14], [31], [32], [35], [41], [42], [48], [63], [70], [71], [74], [75], [78]). Mit einer Ausnahme – die Liste MoVe35 tritt für die Umsetzung des für sie namensgebenden Mobilitätskonzepts ein – grenzen sich alle Plakate gegen den Mainstream der Verkehrsentwicklung der letzten Jahre ab, indem sie beispielsweise ein Ende der Ausweisung von Geschwindigkeitsbeschränkungen fordern (Abbildung 10), das unverzügliche Rückgängigmachen von verkehrssteuernden Maßnahmen verlangen (Abbildung 11) oder Verkehrswende-Strategien als pauschal feindliches Handeln gegenüber Autofahrern framen (Abbildung 12). Auffällig erscheint, dass es sich ganz um überwiegend um „Weg von“-Aussagen handelt, die nur negativ einen unerwünschten Zustand bzw. die Forderung nach dessen Abschaffung benennen, nicht aber positiv – „Hin zu“ – eine erstrebenswerte Alternative beschreiben. Auch fehlen Hinweise zu den Zielen und Motiven, die mit den Forderungen verfolgt werden – die implizite Prämisse, dass jegliches Einhegen des Kfz-Verkehrs unerwünscht ist, scheint aus Sicht der Parteien als Argumentation auszureichen.

		
Abbildung 10: Auch wenn es auf Hauptverkehrsachsen wohl nirgends Tempo 30-Zonen gibt: die Botschaft ist klar (Junge Liberale, Darmstadt)	Abbildung 11: Bürgerliche Perspektive: was rot ist muss weg (PRO AUTO, Wiesbaden)	Abbildung 12: Eine Aussage, die in ihrer Allgemeinheit hoffentlich alle Straßenverkehrsteilnehmenden unterschreiben können (Bürger für Frankfurt, Frankfurt am Main)

Den oben beschriebenen, klaren Bekenntnissen im verkehrspolitischen Spektrum stehen immerhin 15 Plakate gegenüber, die Mobilität eher allgemein thematisieren und denen eine solche Positionierung fehlt ([5], [7], [8], [9], [17], [22], [27], [30], [33], [34], [47], [49], [55], [58], [67]). Sie heben mehr oder minder deutlich auf ein gleichberechtigtes Miteinander der Verkehrsmittel (Abbildung 13) bzw. auf Wahlfreiheit (Abbildung 14) ab oder sie betonen die Mobilitätsteilhabe für Alle (Abbildung 15). Konkrete Handlungsabsichten werden dabei ebenso wenig deutlich wie Konfliktlösungsstrategien angesichts der Verkehrsmittelkonkurrenzen, die aufgrund begrenzter Flächen und Ressourcen notwendigerweise bei verkehrsplanerischen Maßnahmen stets auftreten.

		
Abbildung 13: „Mobilitätsfrieden“ bringt Harmoniebedürfnis zum Ausdruck, aber unklar bleibt, was konkret darunter zu verstehen ist (CDU, Darmstadt)	Abbildung 14: Individuelle Wahlfreiheit steht im Mittelpunkt, deren Grenzen bleiben offen (FDP, Darmstadt)	Abbildung 15: Mobilität für Alle – dem wird wohl niemand widersprechen (Grüne, Friedberg)

3.4 ÖFFENTLICHER VERKEHR – AUSBAUEN, ABER NICHT ÜBERALL

In insgesamt 23 Plakaten wird der Öffentliche Verkehr in Text und/oder Bild thematisiert. Am häufigsten vertreten sind Forderungen nach Verbesserungen des ÖPNV-Angebots (neun Nennungen: [1], [15], [21], [52], [62], [65], [66], [68], [69]), die von einem allgemeinen „Mehr ÖPNV“ ([52]) bis hin zu konkreten strecken- und angebotsbezogenen Maßnahmen („Salzbödebahn reaktiveren“, [65]; „Stadtteile verbinden – Bustakt verbessern“, [69]) reichen (Beispiel: Abbildung 16).

Weiterhin spielen konkrete Forderungen nach Tarifsenkungen oder nach einem Nulltarif eine Rolle (fünf Nennungen: [39], [43], [59], [66], [67]; Beispiel: Abbildung 17), die durchweg aus dem linken Parteispektrum kommen.

Ebenfalls fünf Plakate thematisieren ohne konkrete Forderungen allgemein den ÖPNV ([3], [27], [40], [46], [56], Beispiel: Abbildung 18), wobei die Formulierungen zumindest implizit auf einen Wunsch nach Angebotsausbau schließen lassen.

		
Abbildung 16: Bild und Text vermitteln klar, wohin die Reise gehen soll (SPD, Ober-Ramstadt)	Abbildung 17: Plakative Forderung nach günstigen Tarifen, unklar bleibt der Gegenwert des einen Euros: geht es um Einzel-, Wochen-, Monatskarten? (Frankfurt Sozial, Frankfurt am Main)	Abbildung 18: Wie hoch die Qualitätsmesslatte eines ÖPNV liegt, der im „Alltag mithält“, bleibt der Interpretation der Betrachtenden überlassen (Junge Liberale, Kriftel)

Gleichsam außer Konkurrenz werden in zwei Plakaten Fernverkehrsthemen adressiert: bei einem stehen nicht verkehrliche Aspekte, sondern die Auswirkungen einer geplanten Bahntrasse auf bestehende Siedlungsgebiete im Mittelpunkt ([26]), bei dem anderen handelt es sich um satirische Infrastruktur-Ausbauvorschläge der PARTEI ([23]). Beide Plakate waren bereits im Kommunalwahlkampf 2021 zu sehen.

Neben den überwiegenden, mehr oder minder deutlichen Bekenntnissen zur Attraktivitätssteigerung des ÖPNV durch Angebotsausbau oder Kostensenkung ist in Wiesbaden expliziter Widerspruch gegen ein ÖPNV-Ausbauprojekt zu vermelden: unisono und nahezu wortgleich sprechen sich AfD und FDP gegen die 2020 in einem Bürgerentscheid abgelehnte Citybahn aus ([70], Abbildung 19 und

[73], Abbildung 20), ohne dass aber ein positives Gegen- oder Alternativbild gezeichnet würde. Die PARTEI flankiert das Thema mit einem eigenen satirischen Motiv ([79], Abbildung 21).

Abbildung 19: Das einzige in der Untersuchung enthaltene Plakat der AfD ist vor allem eines: dagegen (AfD, Wiesbaden)	Abbildung 20: Die FDP nutzt in verschiedenen Formaten Zeichen 151 der StVO, um vor den Gefahren der Citybahn zu warnen (FDP, Wiesbaden)	Abbildung 21: Die PARTEI wirft visionär schon einen Blick über die Citybahn 2.0 hinaus (Die PARTEI, Wiesbaden)

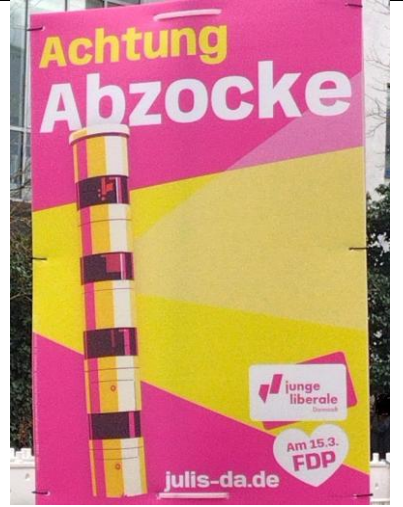
3.5 AUTOVERKEHR – VERKEHRSFLUSS IM FOKUS

Mit ebenfalls 23 Plakaten, die sich thematisch dem Kfz-Verkehr zuordnen lassen, kommt dem Auto mengenmäßig die gleiche Bedeutung zu wie dem Öffentlichen Verkehr. Einen inhaltlichen Schwerpunkt bilden mit zwölf Plakaten Aussagen rund um den Kfz-Verkehrsfluss: sieben Plakate thematisieren das Phänomen Stau ([15], [31], [32], [52], [55], [71], [73]; Abbildung 22 und Abbildung 23), fünf weitere beschäftigen sich mit Verkehrsregelung und Verkehrsüberwachung ([10], [13], [14], [35], [78]; Abbildung 24).

Mit Slogans wie „weniger Stau für Autos“ ([15]), „Für fließenden Verkehr“ ([55]) oder „Stau? Auflösen!“ ([71]) wird ein klares Ziel artikuliert, der Weg zum Erreichen des Ziels bleibt aber offen. Lediglich in einem Plakat wird mit „Mehr ÖPNV = weniger Stau!“ ein Problemlösungspfad beschrieben ([52]).

Die fünf Plakate, die sich auf Verkehrsregelungen beziehen, richten sich mit Aussagen wie „Keine weiteren Tempo 30 Zonen [...]“ ([13], Abbildung 10) und „Keine Mainkai-Sperrung zu Lasten des

Frankfurter Südens“ ([35]) gegen Restriktionen für den Kfz-Verkehr oder artikulieren mit „Ampeln, die sich nach Dir richten“ ([10]) den (praktisch unerfüllbaren) Wunsch nach individueller Verkehrsregelung.

		
Abbildung 22: Schon der Pumuckl wusste: was sich reimt ist gut (FDP, Frankfurt am Main)	Abbildung 23: Staus auflösen – mit wem es geht, wird klar, das Wie bleibt offen (CDU Frankfurt am Main)	Abbildung 24: Pauschal Verkehrsüberwachungseinrichtungen als „Abzocke“ zu framen offenbart neben verkehrspolitischen Absichten auch ein eigenwilliges Rechtsstaatsverständnis (Junge Liberale, Darmstadt)

Die übrigen Plakate verteilen sich auf unterschiedliche Aspekte des Kfz-Verkehrs. Gleich drei Mal wird das Auto in Bild und/oder Text gleichberechtigt in den Reigen der Verkehrsmittel gestellt, wobei der Akzent bei der Botschaft „Auto | Rad | Bus & Bahn. | Deine Wahl.“ ([27], Abbildung 31) mehr auf der individuellen Wahlfreiheit, bei „Mehr Umsteigen möglich machen“ ([76]) mehr auf Inter- und Multimodalität liegt. Drei weitere Plakate thematisieren das Parken, wobei eines die Schaffung von Parkraum fordert ([45], Abbildung 25) und sich die anderen beiden satirisch mit dem Flächenverbrauch des Autos und der Versiegelung durch Parkflächen auseinandersetzen ([19], [80]).

Während „Mehr Natur statt noch ´ne Spur“ ([25]) und „Anlagenring für Menschen statt Autos“ ([50], Abbildung 26:) klar und begründet Position gegen Kfz-Infrastruktur beziehen, dürfte „Prioritäten setzen. Für unsere Straßen“ ([48]) eher Assoziationen zu Straßenausbau wecken. Die Forderung „Verkehr entlasten & Umwelt schützen“ ([67]) beschreibt zwar in ihrem zweiten Teil ein Ziel, welcher Verkehr wovon entlastet werden soll, bleibt aber der Phantasie der Betrachtenden überlassen. Elektromobilität wird in keinem der untersuchten Plakate angesprochen; nur ein Plakat setzt sich kritisch mit fossilen Antrieben auseinander, sieht aber die Alternative nicht im E-, sondern im Muskelantrieb ([51], Abbildung 8).

		
Abbildung 25: Parkraum – identitätsstiftend für eine ganze Kreisstadt? (CDU, Friedberg)	Abbildung 26: Beim Umgang mit konkurrierenden Flächenanforderungen kommen auch schon mal Tolkien-Zitate zum Einsatz (Die Linke, Gießen)	Abbildung 27: Forderungen aus verschiedenen Themenbereichen, zu denen auch die Entlastung des (Straßen?) Verkehrs gehört (BIG Partei, Offenbach)

3.6 GRUNDLAGEN DES VERKEHRS – PLANUNGSPROZESSE, INFRASTRUKTUR UND STADTPLANUNG IM BLICK

Neben den beiden zuvor beschriebenen verkehrsmittelbezogenen Themenschwerpunkten spielen auch Grundlagen des Verkehrs und der Verkehrsentwicklung eine mengenmäßig bedeutende Rolle bei den untersuchten Plakaten: neun Plakate beschäftigen sich mit Planungsprozessen, sechs mit Infrastruktur und ihrem Erhalt und drei weitere lassen sich Stadtentwicklungsthemen mit Verkehrsbezug im weiteren Sinn zuordnen..

Mit insgesamt fünf Motiven nimmt sich vor allem die FDP der Planungsprozesse an. Mit „Verkehr besser planen. Schneller ankommen“ ([34], [49], Abbildung 28) formuliert sie zugleich das übergeordnete Ziel höherer Reisegeschwindigkeiten, „Mobilität, die alle mitnimmt: Verkehr mit Vernunft und klarer Struktur“ ([33]) impliziert, dass durch eine bisherige unvernünftige und unstrukturierte Verkehrsplanung Verkehrsteilnehmende stehen gelassen würden, und „Einfach machen statt endlos planen“ ([57]) setzt kritisch an den Dauern von (nicht nur Verkehrs-) Planungsprozessen an. Neben diesen generellen Forderungen sticht ortsspezifisch in Wiesbaden das Postulat „Neuer Verkehrsdezernent. Jetzt.“ ([75]) hervor, das die Ausrichtung der Verkehrsplanung verkürzt an einer einzelnen Person festmacht.

Als lokales Spezifikum sind auch drei Plakate zu verstehen, die das Marburger Mobilitätskonzept MoVe35 thematisieren, wobei eines dessen Stopp ([61]) und zwei seine Umsetzung ([63], [64]) fordern (vgl. auch Abbildung 9). Bemerkenswert erscheint, dass sich in Marburg eine eigene Liste für MoVe35 gebildet hat. Mit der Forderung „Bau- und Verkehrsprojekte mit der Region vernetzen!“ offenbart die Wählergemeinschaft Darmstadt ein zeitgemäßes Verständnis integrierter Verkehrsplanung ([16]).

Auch das Thema Infrastrukturerhalt und Bau wird hauptsächlich von der FDP besetzt. Von der negativen Beschreibung eines unerwünschten Zustands („Infrastruktur darf nicht zusammenfallen“,

[4]) über die Forderung nach Baubeschleunigung („Mehr Tempo beim Bauen“, [12]; „Schneller-Bauen. Weniger Stauen.“ [73], Abbildung 30) bis hin zu Bezugnahme auf konkrete Sanierungsvorhaben mit weitreichenden Folgen im Verkehrsnetz („Hier kein zweites Brückendesaster“, [11]) reicht hier die Bandbreite der Aussagen. Auch DIE PARTEI hebt mit dem Plakat „Toi, toi, toi! Diese Brücke hält“, das mehrfach im Umfeld von Straßenbrücken gesichtet werden konnte, auf den schlechten Zustand der Straßeninfrastruktur ab, der in jüngerer Zeit ins öffentliche Bewusstsein gedrungen ist.

Drei Plakate sprechen das Thema Nahversorgung an: mit „Arzt. Kita. Laden. In jedem Viertel“ ([6] sowie mit „In jedem Stadtteil ein Zuhause | Für passenden Wohnraum und lebendige Quartiere in ganz Darmstadt“ ([29]) sprechen sich SPD bzw. CDU in Darmstadt implizit für verkehrssparsame Siedlungsstrukturen aus und auch ein Plakat der DKP, das die Forderung „Genügend Arztstellen am Ort durchsetzen“ bildlich mit einer unzureichenden ÖPNV-Anbindung verknüpft ([60]), sendet eine ähnliche Botschaft.

		
Abbildung 28: Planungsqualität wird an Reisegeschwindigkeiten festgemacht, klassische verkehrsplanerische Zielkriterien wie Sicherheit, Teilhabe oder Umweltschutz spielen bei dieser Verkürzung keine Rolle (FDP, Gießen)	Abbildung 29: Anschauliche Beschreibung des Konzepts der 15-Minuten-Stadt in nur sechs Worten (SPD, Darmstadt)	Abbildung 30: Gereimt-griffige Formel, die bei Baufachleuten sicher Neugier weckt, wie die FDP schnelleres Bauen erreichen möchte (FDP, Frankfurt am Main)

3.7 FUSS, RAD, BARRIEREFREIHEIT – NUR MARGINALIEN DER MOBILITÄT?

Deutlich seltener als der Öffentliche und der Kfz-Verkehr finden die nicht-motorisierten Verkehrsarten Fuß- und Radverkehr sowie die Barrierefreiheit Erwähnung auf den untersuchten Wahlplakaten: drei thematisieren sowohl Fuß- als auch Radverkehr, fünf allein den Radverkehr und eines die Barrierefreiheit.

Die drei Plakate, auf denen sowohl Fuß- als auch Radverkehr vorkommt, stammen alle von den Grünen und fordern mit „mehr Platz für den Rad- und Fußverkehr“ ([2]) bzw. „Bequem und schnell zu Fuß – sicheres Netz an Radwegen“ ([15]) anschaulich Verbesserungen bzw. versehen mit „Zu

Fuss, zu Rad, zufrieden" ([36]) die nicht-motorisierten Verkehrsarten mit einer positiven Konnotation.

Bei zwei der Radverkehrs-bezogenen Plakate steht mit kurzen Botschaften der Radwegebau im Fokus ([18], [20], Abbildung 32). Ein weiteres propagiert Radfahren als Alternative zum Autofahren ([51], Abbildung 27), während ein anderes dagegen das Fahrrad als Verkehrsmittel-Wahlalternative neben das Auto und den ÖPNV stellt ([27], Abbildung 31). Mit der Forderung der Wiesbadener SPD nach einem Fahrradparkhaus am Hauptbahnhof beschäftigt sich eines der wenigen konkret orts- und maßnahmenbezogenen Plakate mit einem Radverkehrsthema.

Das Thema Barrierefreiheit, in einer alternden Gesellschaft für Teilhabe und soziale Nachhaltigkeit von wesentlicher Bedeutung, kommt nur auf einem der untersuchten Plakate explizit vor ([77], Abbildung 33).

		
Abbildung 31: Rad kommt nach Auto, aber vor Bus & Bahn (SPD, Darmstadt)	Abbildung 32: Auf Wahlplakaten macht ein Ausrufezeichen aus einem Verkehrsweg eine Forderung (Freie Wähler, Darmstadt)	Abbildung 33: Nur ein einziges der untersuchten Plakate thematisiert Barrierefreiheit (Grüne, Wiesbaden)

3.8 SONDERFALL UND ZERRSPIEGEL KOMMUNALER VERKEHRSTHEMEN – DIE PARTEI

Nur schwerlich in die gewählten Analysekategorien zu fassen sind die fünf im Untersuchungsumfang enthaltenen Plakate der Satirepartei DIE PARTEI. Trotzdem oder gerade deswegen lohnt sich ein gesonderter Blick auf die Motive, parodieren sie doch vermeintliche oder tatsächliche Fehlentwicklungen.

Mit drei ihrer Plakate bezieht sich DIE PARTEI auf konkrete verkehrspolitische Diskussionen vor Ort und überspitzt diese durch eigene Vorschläge:

- Forderungen nach einer verbesserten ÖPNV-Anbindung des Stadtteils Darmstadt-Wixhausen und die jahrzehntelange Diskussion um die ICE-Neubaustrecke RheinMain – RheinNeckar münden, wie schon 2021, in den Vorschlag, Wixhausen mit einer ICE-Strecke anzubinden ([23]);
- Mit dem spektakulären Zusammenstoß einer Straßenbahn mit einem Auto vor der Kulisse des Wiesbadener Rathauses nimmt DIE PARTEI die Debatte im die Citybahn Wiesbaden aufs Korn ([79], Abbildung 21);
- Ein eitgehend asphaltiertes Bowling Green vor dem Kurhaus Wiesbaden, sinnfällig umbenannt in „Bowling grey“, liefert einen satirischen Vorschlag zur Schaffung von Parkraum in der Wiesbadener Innenstadt. Der Großschreibungsfehler im Slogan „Mehr Parkraum Wagen“ setzt einen zusätzlichen satirischen Akzent ([80], Abbildung 34).

Zwei weitere Plakate greifen ohne Ortsbezug generelle Verkehrsthemen auf:

- Mit „Dieses Auto ersetzt 5 Fahrräder!“ kehrt DIE PARTEI eine verbreitete Argumentation zur Förderung des Radverkehrs um, die auf den geringen Flächenbedarfs des Fahrrads abhebt ([19]);
- „Toi, toi, toi! Diese Brücke hält“ thematisiert den vielerorts kritischen Zustand der Verkehrsinfrastruktur und setzt hier auf die Kraft von Beschwörungsformeln ([24]).



Abbildung 34: Ein liegendes Fahrrad und die Kreidesilhouette am Boden deuten an, dass beim Ausbau von Auto-Infrastruktur mehr auf der Strecke bleibt als das Grün des Rasens (DIE PARTEI, Wiesbaden)

3.9 KOMMUNALWAHLKAMPF – MIT ORTSBEZUG UND GESICHTERN

Kommunalpolitik zeichnet sich naturgemäß durch einen starken Bezug auf konkrete örtliche Probleme, Ziele, Rahmenbedingungen und Personen. Dennoch stellen lediglich zwei Drittel stellen der untersuchten Plakate einen Ortsbezug her, der über den Plakatstandort in der jeweiligen Kommune hinaus geht. (Abbildung 35). Bei dem verbleibenden Drittel der Plakate ist keinerlei Ortsbezug erkennbar.

Eine konkret verordnete Maßnahme oder Forderung taucht in 15 Plakaten auf. Sie beziehen sich auf bestimmte Straßen (z.B. Forderungen nach Umbau der Kaiserstraße in Friedberg ([44]) oder nach Flächenumwidmung auf dem Anlagenring in Gießen ([50])) oder auf Planungen und Verkehrsprojekte (z.B. gegen MoVe35 in Marburg ([61], ([63], [64]), gegen die Citybahn in Wiesbaden ([70], [73]), für ein Fahrradparkhaus am Wiesbadener Hauptbahnhof ([81])).

Bei 38 Plakaten, also knapp der Hälfte des Untersuchungsmaterials, wird ein Ortsbezug über das Bildmotiv (3), die Nennung des Stadtnamens (13, davon drei, bei denen der Stadtname im Listennamen enthalten ist), das Bild oder den Namen einer kandidierenden Person (9) oder über eine Kombination von Bild, Stadtname und Person (13) hergestellt.

Der Wiedererkennungswert der alleinigen Bildmotive ist zum Teil schwach (z.B. Blick auf die Gleisanlagen des Marburger Hauptbahnhofs ([62]), Bus-Abfahrtstafel mit Offenbacher Buslinien [66])

und nur für sehr ortskundige nachvollziehbar. Auch in jenen Plakaten, die den Ortsbezug nur über den Stadtnamen herstellen, tritt dieser in keinem Fall prominent bzw. in direkter Verbindung mit der zentralen verkehrsbezogenen Aussage auf, sondern stets nur in Fußzeilen, ergänzenden, kleiner gesetzten Texten oder als Bestandteil des Listennamens.

Häufigste Form des lokalen Bezugs ist die Verknüpfung der inhaltlichen Aussage mit kandidierenden Personen, meist mit deren Bild, in wenigen Fällen auch nur mit dem Namen ([33], [35]), häufig zusätzlich verknüpft mit dem Stadtname und/oder einem ortstypischen Hintergrundbild. Die zugehörigen Text wirken häufig wie Zitate und vermitteln so Authentizität (vgl. Abbildung 38).

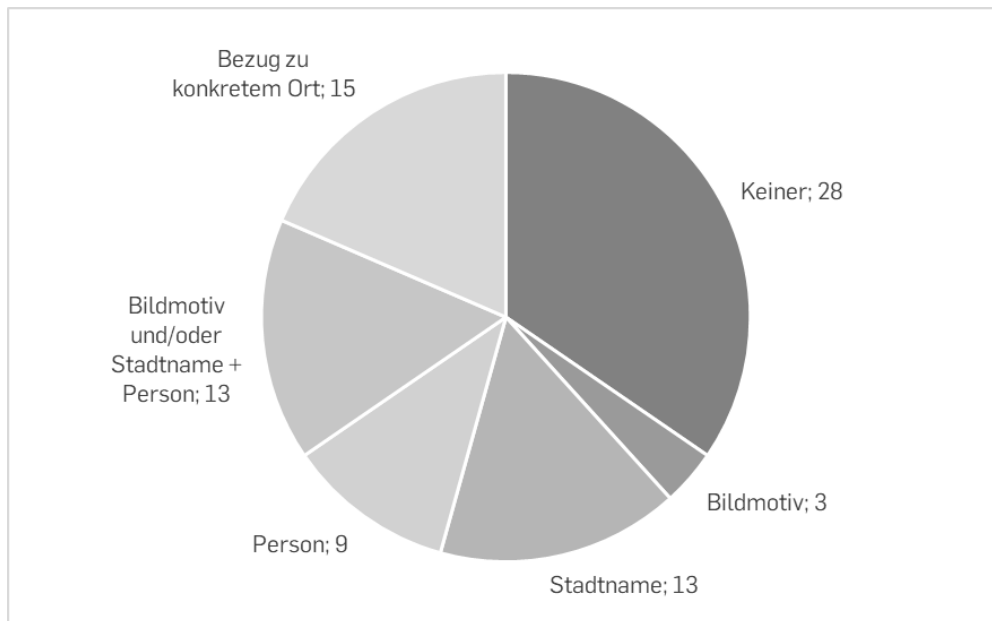


Abbildung 35: Ortsbezug in den Wahlplakaten [Kategorie; Anzahl] (Eigene Darstellung)

Abbildung 36: Vermutlich vorrangig ÖV-Nutzende erkennen Offenbach an Hand von Liniennummern und -zielen wieder (Die Linke, Offenbach)	Abbildung 37: Das Bildmotiv ist generisch, der Ortsbezug ergibt sich aus der Fußzeile (Grüne, Wiesbaden)	Abbildung 38: die Person, der Stadtname gleich zweifach und ein lokal bekannter Bildhintergrund machen deutlich: es geht um Bad Nauheim (FDP, Bad Nauheim)

3.10 SPRACHVERWENDUNG, SUBTEXTE UND WORTSPIELE

Über die vorrangig inhaltsbezogene Analyse der vorangegangenen Kapitel hinaus wird abschließend im vorliegenden Abschnitt die Sprachverwendung auf den Wahlplakaten in den Fokus genommen. Während der sprachliche Ausdruck der Mehrzahl der Plakate unauffällig erscheint, zeichnen sich einige durch Mehrdeutigkeiten oder besondere Formen aus.

Zu den Plakataussagen, in denen sich hintergründige Bedeutungen finden lassen, zählen beispielsweise:

- „Hin und weg mit Bus und Bahn“ ([3]) spricht einerseits die mit dem ÖPNV mögliche Ortsveränderung an, andererseits mit der umgangssprachlichen Wendung „hin und weg sein“ als Synonym für Begeisterung spielt;
- „Radwege ohne Ende“ ([20]) adressiert zum einen ein lückenloses Radverkehrsnetz und ruft zum anderen die Assoziation hervor, es könne gar nicht genug Radwege geben;
- „Mehr erreichen auf allen Wegen“ ([46]) bezieht sich vordergründig Verbesserungen von Verkehrsangebot und Verkehrsnetzen, kann aber auch als Versprechen zum Bedienen unterschiedlicher (Politik-) Instrumente verstanden werden.
- „Zu Fuss, zu Rad, zufrieden“ ([36]) bedient sich eines Sprachspiels über Wortarten hinweg und attribuiert so die nicht-motorisierten Fortbewegungsarten mit Wohlbefinden.

Zwei Plakate in Darmstadt stellen doppeldeutige Bezüge zur Verkehrsmittel-Wahlfreiheit einerseits und zum Wahlakt bei der Kommunalwahl andererseits dar: „Mobilität: Dein Weg, Deine Wahl“ der FDP ([9]) und „Auto | Rad | Bus & Bahn. | Deine Wahl.“ der SPD ([27]).

Gereimte Formen sind bekanntermaßen besonders eingängig und verbessern die Merkbarkeit einer Aussage – Grund genug für die Parteien, sich dieses Stilmittels zu bedienen. Während „Mehr Natur statt noch `ne Spur“ ([25]), „Mehr Gleis für den Kreis“ ([65]) und „Schneller Bauen. Weniger Stauen.“ ([73]) schlüssige und leicht verständliche Aussagen transportieren, wirkt die inhaltliche Botschaft von „Westend, Rebstock, Bockenheim, ersticken wir den Stau im Keim“ ([32]) eher bemüht.

Neben den Plakaten mit inhaltlichem Bezug zu Mobilität und Verkehr wurden bei der Sammlung des Materials auch einige gefunden, die andere Themen adressieren, sich aber sprachlicher Wendungen bedienen, die im aus der Begriffswelt von Mobilität und Verkehr stammen:

- „Zu Frankfurt passt kein Stillstand“ ([37]) und „Frankfurt ohne Rückwärtsgang“ ([38]) heben negativ auf Bewegungslosigkeit bzw. rückwärtsgerichtete Bewegung ab.
- „Fortschritt statt Stillstand“ ([53]) stellt der Bewegungslosigkeit einen bewegten Gegenentwurf gegenüber.
- „Weichen für die Zukunft stellen“ ([54]), „Wiesbaden? Gemeinsam bewegen“ ([72]) und „Wand-reys Weg weitergehen! ([8])“ bedienen sich des Mobilitäts-Vokabulars, um Fortschritt zu ausdrücken, bei letzterem noch unterstützt durch eine einprägsame Alliteration.

4 FAZIT: VIELE INDIZIEN FÜR EINEN KURSWECHSEL

Wahlplakaten kommt die Aufgabe zu, mit kompakten, leicht erfassbaren Aussagen Position zu beziehen und Wählerinnen und Wähler für die jeweilige Partei zu gewinnen. Sie sind per se nicht in der Lage, komplexe Sachverhalte zu vermitteln oder differenziert zu argumentieren, und sie sparen (verkehrs-) politische Positionen aus, von denen die Parteien meinen, dass sie für ihre Zielgruppen nicht attraktiv sind. Trotz dieser Einschränkungen kann davon ausgegangen werden, dass sich aus Wahlplakaten grundsätzliche kommunalpolitische Themen, Positionen und Strömungen ableiten lassen.

Tatsächlich liefern die Analysen von 76 Wahlplakaten zur Kommunalwahl in Hessen ein insgesamt schlüssiges und konsistentes Bild verkehrspolitischer Haltungen und Absichten, aber auch thematischer Fehlstellen. Sie können dazu beitragen, parteiübergreifend eine Orientierung über Standpunkt und Sichtweisen der kommunalen Verkehrspolitik und über die in der kommenden Wahlperiode zu erwartenden Entwicklungen zu geben. Hilfreich ist dabei auch ein Vergleich mit den Ergebnissen der 2021 durchgeführten Wahlplakat-Analysen, wenngleich aufgrund methodischer Abweichungen beim Sammeln des Untersuchungsmaterials eine direkte Gegenüberstellung nur eingeschränkt möglich ist.

Festzuhalten ist zunächst, dass Mobilität und Verkehr im Reigen aller Wahlplakat-Themen weiterhin eine nennenswerte Rolle spielen, wenngleich heuer im Vergleich zu 2021 andere Themen wie Wohnen und Sicherheit deutlicher dominieren. Erkennbar sind dabei regionale Unterschiede: während sich beispielsweise in Darmstadt, Frankfurt am Main und Wiesbaden das Thema Verkehr als relevanter Gegenstand darstellt, finden sich in anderen Orten – vor allem außerhalb der Großstädte – im Straßenbild nur vereinzelte oder gar keine Aussagen dazu.

Regionale Unterschiede finden sich auch hinsichtlich des in den Plakaten zutage tretenden Konfliktpotenzials von Verkehrspolitik. So beherrschen etwa in Marburg und Wiesbaden konfrontative Aussagen das Straßenbild, wogegen die Parteien in Darmstadt (mit Ausnahme der Jungen Liberalen) – unter anderem mit dem Begriff „Mobilitätsfrieden“ – eher harmonische und versöhnende Botschaften senden.

Ein vertiefter Blick auf die transportierten Inhalte der Plakate offenbart Verschiebungen gegenüber 2021: Autoverkehr wird deutlich häufiger thematisiert und zieht quantitativ mit dem ÖPNV als am meisten angesprochenem Verkehrsmittel gleich. Fuß- und Radverkehr fallen dagegen in ihrer mengenmäßigen Bedeutung erheblich zurück. Auffällig ist ferner eine Zunahme von Plakaten, die Mobilität und Verkehr sehr allgemein thematisieren, ohne dass aus ihnen konkrete Ziele oder Handlungsabsichten deutlich würden.

Neben den Themenhäufigkeiten haben sich erkennbar auch die inhaltlichen Ausrichtungen verschoben: anders als 2021 sprechen sich nur noch kleinere Parteien und lokale Gruppierungen explizit für eine Mobilitäts- oder Verkehrswende im Allgemeinen bzw. für eine Förderung des Umweltverbunds – auch zulasten des Kfz-Verkehrs – aus. Die etablierten Parteien betonen dagegen entweder das gleichberechtigte Miteinander der verschiedenen Verkehrsmittel oder sie wenden sich explizit gegen Maßnahmen, die in den letzten Jahren zugunsten von Verkehrssicherheit, Umweltschutz oder von Fuß, Fahrrad und ÖPNV ergriffen wurden und dafür den Kfz-Verkehr stärker reglementieren.

Beide Positionierungen erscheinen aus verkehrswissenschaftlicher Sicht problematisch. Zum einen wird das Ansinnen, die Verkehrsträger gleichberechtigt zu behandeln, an keiner Stelle mit konkreten

Handlungsabsichten hinterlegt, geschweige denn mit Strategien, wie mit den naturgemäß bei begrenzter Flächen- und Ressourcenverfügbarkeit entstehenden Priorisierungskonflikten zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln und Maßnahmen umgegangen werden soll; aus fachlicher Sicht erscheint dieses Gleichberechtigungsversprechen daher kaum einlösbar. Zum anderen fällt auf, dass die Parteinahmen für den Autoverkehr ausnahmslos gegen bereits ergriffene Maßnahmen votieren, aber – außer dem Wegfall von Staus – kein positives Zukunftsbild zeichnen. Es drängt sich der Eindruck auf, dass die diesbezüglichen verkehrspolitischen Absichten ausschließlich restitutiven Charakter im Sinne einer vollständigen Wiederherstellung aller Privilegien des Kfz-Verkehrs aufweisen und zugleich jeglichen Blick auf die damit einhergehenden negativen Begleiterscheinungen verschließen.

Aus verkehrsplanerischer Perspektive fällt ferner auf, dass viele in der Fachwelt aktuell in Wissenschaft und Praxis diskutierten Probleme wie die Finanzierungsstrukturen des Verkehrs, die Verbesserung der Verkehrssicherheit, die Verringerung von negativen Umweltfolgen des Verkehrs ebenso wenig thematisiert werden wie die neuen Handlungsoptionen, die sich beispielsweise aus der Digitalisierung im Allgemeinen und ihren Anwendungsformen wie On-Demand-Verkehren, automatisiertem Fahren oder Mobility Sharing ergeben. Dies mag den Grenzen des Kommunikationsformats ‚Plakat‘ geschuldet sein, provoziert aber die Frage, wie gut die kommunalpolitischen Akteuerinnen und Akteure im Hinblick auf Zukunftsfragen des Verkehrs aufgestellt sind.

ANHANG: UNTERSUCHTE WAHLPLAKATE

Nachfolgend sind Fotos der 81 untersuchten Wahlplakate abgebildet und nummeriert. Die Reihenfolge der Darstellung ist ein zufälliges Resultat des Prozesses der Bildaufbereitung.

Bildautor:innen: Charly Richter ([30]), Verena Richter ([8], [10], [11], [12], [13], [14], [25], [26], [68], [69]), Volker Blees (alle übrigen).



[7]



[8]



[9]



[10]



[11]



[12]



[13]



[14]



[15]



[16]



[17]



[18]



[19]



[20]



[21]



[22]



[23]



[24]



[25]



[26]



[27]



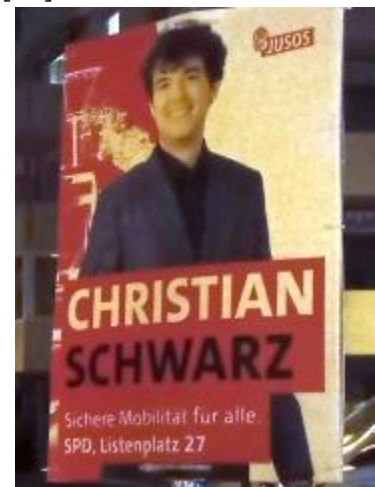
[28]



[29]



[30]



[31]



[32]



[33]



[34]



[35]



[36]



[37]



[38]



[39]



[40]



[41]



[42]



[43]



[44]



[45]



[46]



[47]



[48]



[49]



[50]



[51]



[52]



[53]



[54]



[55]



[56]



[57]



[58]



[59]



[60]



[61]



[62]



[63]



[64]



[65]



[66]



[67]



[68]



[69]



[70]



[71]



[72]



[73]



[74]



[75]



[76]



[77]



[78]



[79]



[80]



[81]

