

D. DIE WAHLREKLAME.

I. Allgemeines.

Die Wahlreklame bildet ein Zwischending zwischen der Personen- und Ideenreklame. Schon in frühen Zeiten bedeutete die Wahl einer bestimmten Person gleichzeitig die Entscheidung für ein bestimmtes Programm. Die Wahl des Themistokles zum Feldherrn beinhaltete gleichzeitig die Entscheidung über die Gründung der Seemacht Athens und den Ausbau der Flotte, die Niederlage des Aristides bedeutete den Verzicht darauf, Athen ausschließlich durch das Landheer zu schützen.

Im Mittelalter und in den ersten Jahrhunderten der Neuzeit konnte sich eine regelrechte Wahlreklame wegen der absolutistischen Regierungsart nicht entwickeln. Für die Wahl der kirchlichen Würdenträger oder der deutschen Kaiser durch die Kurfürsten war wegen des beschränkten Wählerkreises eine Reklame begrifflicherweise nicht notwendig. Nach Einführung der Konstitution in den meisten Staaten im 19. Jahrhundert setzte bald eine durchgreifende Wahlreklame ein. Um eine entsprechende Wirkung der Reklame zu erzielen, und ihr auf alle Bevölkerungsschichten überzeugende Wirkung zu verleihen, werden fast alle Mittel der Geschäftsreklame verwendet.

Im nachstehenden werden, um Wiederholungen zu vermeiden, lediglich diejenigen Mittel der Wahlreklame bzw. deren Formen näher besprochen, welche ausschließlich Wahlzwecken angepaßt sind.

II. Das lebende Wort.

Die Reklame durch das lebende Wort ist uns aus der Geschäftsreklame bereits in Form der Ausrufer bekannt. Eine ganz andere Bedeutung hat dieses jedoch für die Wahlreklame. Hier obliegt die Redneraufgabe in der Regel den sozial hochstehenden und angesehenen Persönlichkeiten, bei denen im Gegensatz zu den Ausrufern u. dgl. auch der Schein einer