

Für eine gerechte Welt – Gerechtigkeit als Thema auf Wahlplakaten¹

Georg Schuppener

1 Hintergrund

Seit der Antike spielt der Begriff der Gerechtigkeit in der Ethik und in der politischen Philosophie eine zentrale Rolle. Auch für die politische Auseinandersetzung heute ist der Rekurs auf den Begriff der Gerechtigkeit von hohem Wert (vgl. z.B. Schmücker/Steinvorth 2002; Siller/Pitz 2009).

Gerechtigkeit stellt ein Hochwertwort dar, das aber auch Teil des Ideologiewortschatzes ist (vgl. Klein 2014: 64). Das bedeutet insbesondere, dass dem Thema Gerechtigkeit je nach politischer Ausrichtung einer Partei ein höherer oder geringerer Rang innerhalb des ideologischen Wertesystems zugewiesen wird (vgl. Klein 2014: 65). Überdies wird in Abhängigkeit von der politischen Position unterschiedlich definiert, was unter Gerechtigkeit verstanden wird und wie diese zu erreichen ist. Insofern scheint das Wort multifunktional verwendbar und damit im gesamten politischen Spektrum präsent zu sein, wie auch die nachfolgende Karikatur suggeriert:



Abb. 1: Karikatur „Soziale Gerechtigkeit“

In der politologischen Literatur wird zwar „Gerechtigkeit“ als Thema in Wahlkämpfen seit den 1990er Jahren vor allem der SPD zugeordnet (vgl. z.B. Berg 2002: 77, 88). Doch auch in ande-

¹ Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Projektes „Vergleich sprachlicher Strategien des Rechtspopulismus (Deutschland – Österreich – Tschechien – Slowakei): Lexik – Texte – Diskurse“ („Komparácia jazykových stratégií pravicového populizmu (Nemecko – Rakúsko – Česko – Slovensko): lexika – texty – diskurzy“) an der Universität der Hl. Kyrill und Method Trnava (APVV-17-0128).

ren Parteien spielte die Diskussion über Fragen der „Gerechtigkeit“ im Umfeld von Wahlkämpfen eine wesentliche Rolle, so beispielsweise bei der CDU im Jahre 2005 (vgl. Köhler 2005: 22). Im Jahre 2005 entstand sogar eine neue Partei, die den Begriff *Gerechtigkeit* im Namen führte, die „Wahlalternative Arbeit und Soziale Gerechtigkeit“, die sich im Jahre 2007 mit der PDS zur Linkspartei zusammenschloss. Insgesamt zieht sich der Diskurs zur Gerechtigkeit aus ganz unterschiedlichen Perspektiven über Jahrzehnte bis heute durch die politische Auseinandersetzung in Deutschland (vgl. z.B. Pioch 2000; Aßländer/Suchanek/Ushöfer 2007).

2 Fragestellung und Material

Ob die Omnipräsenz des Themas Gerechtigkeit im politischen Alltag allerdings tatsächlich zutrifft, soll mit dem Fokus auf die Bundestagswahl 2017 genauer untersucht werden, wobei ergänzend der Blick auch auf Plakate früherer Wahlkämpfe in der Bundesrepublik Deutschland gerichtet werden soll. Ferner soll betrachtet werden, wie der Begriff ausgedeutet bzw. gefüllt wird. Das Material für die Untersuchung bilden Wahlplakate der im Bundestag nach der Wahl von 2017 vertretenen Parteien.

Wahlplakate eignen sich für die Beurteilung der Relevanz einer Thematik im Wahlkampf vor allem deshalb, weil auf ihnen die wichtigsten politischen Themen und Ziele notwendigerweise in sehr knapper Form präsentiert werden können. Zur Definition sowie zu den diversen Spezifika der Textsorte „Wahlplakat“ sei hier auf die Darstellung bei Schröter (2017: 223ff.) verwiesen.

Die Plakate für die Untersuchung wurden im Juni 2018 mit einer Bildrecherche im Internet zu den Stichwörtern *Wahlplakat*, *Gerechtigkeit* und *gerecht* erschlossen. Obwohl mehr als 100 Wahlplakate gesichtet wurden, ist es selbstverständlich, dass auf diese Weise eine vollständige und abschließende Erfassung aller Wahlplakate nicht möglich ist. Dennoch lassen sich so ein guter Überblick und grundlegende Erkenntnisse über Tendenzen gewinnen. Auf dieser Materialgrundlage basieren die nachfolgenden Befunde.

3 Auswertung

Bei der Bildrecherche zeigte sich recht rasch, dass die angenommene Omnipräsenz des Themas Gerechtigkeit zumindest hinsichtlich der expliziten Verwendung der Wörter *Gerechtigkeit* bzw. *gerecht* auf den Wahlplakaten zur Bundestagswahl 2017 nicht zutrifft. Von den sieben im aktuellen Bundestag vertretenen Parteien (CDU, CSU, SPD, AfD, FDP, Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke) sind es lediglich vier, die auf Plakaten für die Bundestagswahl 2017 die Lexeme *Gerechtigkeit* oder *gerecht* gebrauchten, nämlich die SPD, die Linkspartei, Bündnis90/Die Grünen und die AfD. Ob andere Parteien wie die CDU mit ihrem Wahlslogan *Für ein Deutschland, in dem wir gut und gerne leben* latent auf den Gerechtigkeits-Diskurs referieren, ist schwer zu beurteilen. Da derartige Zuschreibungen immer interpretationsabhängig und damit subjektiv sind, sollen im Folgenden nur solche Plakate betrachtet werden, die die Thematik explizit benennen.

Vergleicht man zunächst die textliche Grundstruktur der Plakate der genannten vier Parteien, so zeigt sich, dass die Linkspartei lediglich ihren Parteinamen *Die Linke* als gemeinsames Element aller ihrer Wahlplakate verwendet, während die drei anderen Parteien jeweils ein eigenes Motto für alle Plakate der Wahlkampagne nutzen: Dies ist bei Bündnis90/Die Grünen das resultative *Darum Grün*, bei der AfD der Imperativ *Trau dich, Deutschland* und bei der SPD die Aussage *Zeit für mehr Gerechtigkeit*. Damit findet sich auf jedem der SPD-Plakate das Wort *Gerechtigkeit* als Paradigma und ordnet so alle anderen Aussagen auf den Plakaten dem Ge-

rechtigkeits-Diskurs zu. Bei den drei anderen Parteien hingegen kommen die Lexeme *Gerechtigkeit* bzw. *gerecht* nur auf einzelnen Plakaten vor.

Indem bereits das Motto bei der SPD auf Gerechtigkeit referiert, können im Werbetext Gerechtigkeitsfragen thematisiert werden, ohne dass das Wort *Gerechtigkeit* gebraucht wird, wie auf dem nachfolgenden Plakat:



Abb. 2: Plakat der SPD: Ungleiche Bezahlung

Daher wird das Lexem *gerecht* auf den SPD-Plakaten nur selten explizit verwendet, wie im folgenden Fall:



Abb. 3: Plakat der SPD: Grundsatz von gesellschaftlicher Gerechtigkeit

Die hier getroffene thetische Feststellung ist über die Sprache-Bild-Relation als Leitsatz mit dem damaligen Spitzenkandidaten Martin Schulz verknüpft. Noch deutlicher wird die Bezugnahme auf das Thema auf dem folgenden Plakat (Abb.4), das den Spitzenkandidaten zeigt und auf dem das Motto zum ganzen Satz ergänzt wird.



Abb. 4: Plakat der SPD: Spitzenkandidat Martin Schulz

Hier wird allerdings durch die Typografie eine Doppeldeutigkeit erzeugt: Durch die größere Schrifttype steht der Satzanfang *Es ist Zeit* im Vordergrund und lädt den Betrachter zu einer Ergänzung ein, z.B. im Sinne von ... *für einen politischen Wechsel* oder – wie die Sprache-Bild-Kombination mit dem Porträt des Politikers nahelegt – ... *für Martin Schulz*. In jedem Fall induziert der Satzanfang eine Aufbruchssituation, die dann (auch) mit dem Thema *Gerechtigkeit* verbunden wird. Durch die Verknüpfung der thetischen Aussage mit der Person von Martin Schulz wird dieser quasi zum Garanten für Gerechtigkeit.

In der Tat hatte die SPD bereits seit der frühen Phase des Wahlkampfes das Thema Gerechtigkeit in den Vordergrund gestellt und einen „Gerechtigkeitswahlkampf“ angekündigt (vgl. Klages 2018: 118).

Der Begriff *Gerechtigkeit* wird auf Wahlplakaten offenkundig vor allem von der politischen Linken gebraucht. Neben der SPD ist es nämlich vor allem die Linkspartei, die dieses Hochwertwort aufgreift. Beide Parteien versuchen sich durch die frequente Verwendung des Hochwertwortes als Parteien der Gerechtigkeit zu inszenieren.

Anders als bei der SPD sind die Begriffe *Gerechtigkeit* und *gerecht* auf Wahlplakaten der Linkspartei zur Bundestagswahl 2017 allerdings nicht omnipräsent, aber doch durchaus häufig vertreten. So wird die Spitzenkandidatin Sarah Wagenknecht mit den Attributen *sozial*, *gerecht* und *für alle* charakterisiert.



Abb. 5: Plakat der Linkspartei: Spitzenkandidatin Sahra Wagenknecht

Die Attribute nehmen dabei den Titel des Wahlprogramms der Partei zumindest teilweise auf, der *Die Zukunft, für die wir kämpfen: SOZIAL. GERECHT. FRIEDEN. FÜR ALLE.* lautete (vgl. Die Linke 2017). Die Schlagwörter/Hochwertwörter aus diesem Titel finden sich auf einer Vielzahl von Wahlplakaten zur Bundestagswahl wieder, wenn auch durchaus variiert. Hier seien aus der großen Menge nur zwei Beispiele (Abb. 6, 7) präsentiert:



Abb. 6: Plakat der Linkspartei: Kandidaten zur Bundestagswahl (Wahlkreis Flensburg-Schleswig)



Abb. 7: Plakat der Linkspartei: Reaktion auf CDU-Wahlkampagne

Auch ohne direkten Bezug zum Wahlprogramm tritt der Begriff *Gerechtigkeit* auf Plakaten der Linkspartei auf, wie auf dem folgenden Plakat (Abb. 8), das die beiden Spitzenkandidaten Sahra Wagenknecht und Dietmar Bartsch mit dem Slogan *Glaubwürdig für Gerechtigkeit* zeigt. Diese Zuschreibung soll einerseits für die beiden Personen gelten, andererseits aber auch für die Linkspartei als Ganzes.

Dadurch, dass der Slogan in der Mitte steht, wird bildlich verdeutlicht, dass der Einsatz für Gerechtigkeit im Zentrum der Politik der Linkspartei und ihrer Spitzenkandidaten steht und dass zugleich das Thema Gerechtigkeit beide Personen miteinander verbindet. Die Stilfigur der Alliteration erhöht überdies die Einprägsamkeit des Slogans.



Abb. 8: Plakat der Linkspartei: Spitzenkandidaten Wagenknecht und Bartsch

Auf einem anderen Plakat der Linkspartei (Abb. 9) schließlich wird die Stimmabgabe zur Bundestagswahl als ein Akt dargestellt, der für mehr Gerechtigkeit sorgen könne. Die Wahl der Linkspartei ist damit eine Entscheidung für Gerechtigkeit, für die die Linkspartei steht:



Abb. 9: Plakat der Linkspartei: Aufruf zur Briefwahl

Insgesamt bleibt bei der Verwendung der Lexeme *gerecht* und *Gerechtigkeit* auf den Plakaten der Linkspartei jedoch weitgehend offen, was darunter konkret verstanden wird.

Der Begriff *Gerechtigkeit* war auch auf Plakaten von Bündnis90/Die Grünen zur Bundestagswahl 2017 zu finden, wenngleich nur in seltenen Einzelfällen wie auf dem folgenden Plakat (Abb. 10), auf dem *Gerechtigkeit* mit *Umwelt*, dem politischen Hauptthema der Partei, verbunden wird.

Auf den Plakaten von Bündnis 90/Die Grünen zur Bundestagswahl 2017 ist *Gerechtigkeit* nur einer unter vielen hochwertigen Begriffen, wie die geringe Vorkommenshäufigkeit belegt. *Gerechtigkeit* ist damit offenbar kein genuin grünes Hauptthema. Beim Plakat mit der Aufschrift *Umwelt und Gerechtigkeit: Nur mit Grün* bleibt zudem gänzlich unklar, was hier unter *Gerechtigkeit* konkret verstanden wird. Da der Slogan vor dem Hintergrund der beiden Spitzenkandidaten Katrin Göring-Eckardt und Cem Özdemir steht, die ggf. als Garanten für die Realisierung dieser beiden Themen gedeutet werden können, hilft hier auch die Sprache-Bild-Kombination beim Verständnis und der Konkretisierung des grünen Gerechtigkeitsbegriffes nicht weiter. Vielmehr hat es den Anschein, als sei *Gerechtigkeit* nur als Schlagwort gesetzt, ohne dass genau reflektiert wurde, welche Inhalte damit aus grüner Sicht eigentlich verbunden werden sollen. Plakate jedenfalls, auf denen das grüne Konzept von *Gerechtigkeit* konkretisiert wird, konnten nicht belegt werden.



Abb. 10: Plakat von Bündnis90/Die Grünen: Umwelt und Gerechtigkeit

Gänzlich anders ist das Vorgehen auf den AfD-Plakaten. Hier greifen einzelne Wahlplakate ebenfalls die Lexeme *Gerechtigkeit* bzw. *gerecht* auf. Dies gilt auch für das folgende Plakat (Abb. 11), auf dem zentrale Forderungen der Partei aufgelistet werden und auf dem jeweils ganz konkret angegeben wird, was mit *Gerechtigkeit* in den jeweiligen Kontexten gemeint ist: Dabei wird „mehr *Gerechtigkeit* für Familien“ nach Auffassung der Partei erreicht durch „Ehestart-Kredite mit Teilerlass für jedes Kind“; unter einer „gerechteren Renten- und Sozialpolitik“ wird „Paritätische Finanzierung von Kranken- und Pflegeversicherung“ verstanden. Auffällig ist, dass hier von *mehr Gerechtigkeit* bzw. komparativisch von einer *gerechteren Renten- und Sozialpolitik* gesprochen wird. Dies impliziert (ob bewusst oder unbewusst, sei dahingestellt), dass im derzeitigen Zustand bereits ein gewisses Maß an *Gerechtigkeit* vorliegt. Dennoch wird ein klarer Verbesserungsbedarf gesehen und mit konkreten Vorschlägen benannt.

**Sagen Sie am 24. September
bei der Bundestagswahl JA**

- zu mehr Gerechtigkeit für Familien.
▶ **Ehstart-Kredite mit Teilerlass
für jedes Kind**
- zu mehr Innerer Sicherheit.
▶ **Bessere Ausrüstung für unsere Polizei**
- zu mehr Demokratie.
▶ **Volksentscheide auf Bundesebene
nach Schweizer Vorbild**
- zu einer gerechteren Renten- und Sozialpolitik.
▶ **Paritätische Finanzierung von
Kranken- und Pflegeversicherung**
- zu einer alternativen Migrationspolitik.
▶ **Keine Einwanderung in die Sozialsysteme**
- zu einer harten Währung
und **NEIN** zum weichen Euro.
▶ **Keine Haftung deutscher Steuerzahler
für marode europäische Banken**

Wählen Sie die AfD!

**TRAU DICH
DEUTSCHLAND!**
afd-bergstrasse.de

AfD

© AfD Alternative für Deutschland (AfD), Kreuzweg Bergstraße, vmt. © Kai Kötter, April 2013, 44025 Bergheim

Abb. 11: Plakat der AfD: Forderungen der Partei

Der Slogan *Zeit für gerechte Steuern* auf dem Plakat der AfD-Bundestagskandidatin Joanna Cotar (Abb. 12) und die angegebene Spezifizierung *Die Bürger müssen entlastet werden!* erscheinen zwar zunächst ähnlich unkonkret wie Werbungen anderer Parteien. Doch im Vergleich

zum SPD-Motto *Zeit für mehr Gerechtigkeit* ist der Slogan *Zeit für gerechte Steuern* deutlich spezifischer und damit weniger unverbindlich. Durch den intertextuellen Bezug wird der Kontrast erkennbar. Zugleich wird hierbei klar, dass die AfD unter Gerechtigkeit etwas anderes versteht als die SPD, nämlich vor allem die Steuergesetzgebung als Bereich identifiziert, in dem sie das Thema Gerechtigkeit für relevant hält.



Abb. 12: Plakat der AfD: Forderung nach gerechten Steuern

Ähnlich wie bei den Grünen nehmen allerdings Plakate mit den Lexemen *gerecht* bzw. *Gerechtigkeit* nur eine sehr nachrangige Bedeutung im gesamten Spektrum der Wahlplakate der AfD ein.

4 Fazit

Bei der Übersicht über die Wahlplakate zeigte sich, dass die Lexeme *Gerechtigkeit* bzw. *gerecht* von den Parteien in ihrer Wahlwerbung in sehr unterschiedlichem Maße gebraucht werden. Es ist insbesondere keineswegs so, wie die anfangs angeführte Karikatur suggeriert, dass *Gerechtigkeit* als Hochwertwort über das gesamte Parteienspektrum hin im Wahlkampf Verwendung findet. Häufig wird gerade dann an Gerechtigkeit appelliert, wenn Unzufriedenheit mit dem Status quo ausgedrückt werden soll. So konnte trotz intensiver Recherchen für die Bundestagswahl 2017 beispielsweise kein einziges Plakat der CDU nachgewiesen werden, auf dem das Gerechtigkeits-Thema explizit angesprochen wird. Die Partei der Bundeskanzlerin definierte Gerechtigkeit also nicht als ein spezielles Ziel künftiger Politik. Aus dem Selbstverständnis einer Partei, die maßgeblich Regierungsverantwortung trägt und diesen Regierungsauftrag fortführen will, erscheint bereits durch die aktuelle Politik Gerechtigkeit gewährleistet, so dass kein Veränderungsbedarf besteht.

Das bedeutet nicht, dass die Thematik Gerechtigkeit bei der CDU in der Vergangenheit keine Rolle spielte. So trug das Grundsatzprogramm der CDU von 1978 den Titel „Freiheit, Solidarität, Gerechtigkeit“ (vgl. Niehr 2014: 113). In den 1990er Jahren referierte Helmut Kohl im Wahlkampf ebenfalls auf die Thematik der Gerechtigkeit bei der CDU (vgl. Massud 2010: 163), so dass man feststellen kann, dass Gerechtigkeit durchaus auch ein Thema der CDU im Wahlkampf sein kann. Dennoch wurde aus den genannten Gründen im Bundestagswahlkampf des Jahres 2017 Gerechtigkeit nicht explizit thematisiert.

Anders war die Motivation für die SPD, die, obwohl selbst Teil der Regierung, einen deutlichen Bruch mit der bisherigen Politik anstrebte. Das Motto *Zeit für Gerechtigkeit* weist darauf hin, dass aus SPD-Perspektive durch die Koalition mit der CDU ein Vollzugsdefizit im Hinblick auf Gerechtigkeit entstanden sei, das jetzt behoben werden sollte. Indem die SPD den betreffenden Slogan zur Grundlage ihrer Werbung zur Bundestagswahl 2017 wählte, wird Gerechtigkeit als Grundlage und als Maßstab des künftigen politischen Handelns propagiert. Vorteilhaft ist dabei, dass das Hochwertwort über den Slogan mit der SPD assoziiert wird. Andererseits führt die ständige Verwendung aber auch dazu, dass alle politischen Inhalte auf den gemeinsamen Nenner Gerechtigkeit bezogen werden müssen und damit unklar bleibt, wofür *Gerechtigkeit* denn konkret steht.

Der Zugriff auf den Begriff *Gerechtigkeit* steht bei der SPD in einer langen Tradition. Schon bei vorangehenden Bundestagswahlkämpfen war Gerechtigkeit ein zentrales Thema bei der SPD. Hier seien nur einige wenige Beispiele von Wahlplakaten angeführt:

So warb die SPD z.B. auch zur Bundestagswahl 2005 prominent mit ihrem Selbstverständnis als Gerechtigkeitspartei, wie die beiden folgenden Plakate (Abb. 13, 14) aus jenem Wahlkampf belegen:



Abb. 13: Plakat der SPD im Bundestagswahlkampf 2005: Selbstbestimmung als Partei der sozialen Gerechtigkeit



Abb. 14: Plakat der SPD im Bundestagswahlkampf 2005: Bundeskanzler Gerhard Schröder

Häufig wird die Thematik bei SPD und Linkspartei noch spezifiziert als *soziale Gerechtigkeit*. Dies erfolgt nicht nur durch die Themenwahl, die mit *Gerechtigkeit* in Verbindung gebracht wird, sondern auch sprachlich (vgl. z.B. Abb. 13). Auf den Plakaten der Linkspartei zur Bundestagswahl 2017 wird dies beispielsweise dadurch erreicht, dass die Adjektive *sozial* und *gerecht* immer beieinander stehen. Die Vereindeutigung von *Gerechtigkeit* ist deshalb geboten, weil andere Parteien ebenfalls von *Gerechtigkeit* sprechen, darunter aber in der Regel etwas gänzlich anderes verstehen.

Die sehr häufige Verwendung der Lexeme *gerecht* und *Gerechtigkeit* bei der Linkspartei und noch mehr bei der SPD führt dazu, dass die konkreten Inhalte dessen, was damit verbunden werden soll, vage bleiben. Auch die unspezifische Verwendung auf dem betrachteten Plakat von Bündnis90/Die Grünen gibt dem Betrachter keinen Hinweis darauf, was gemeint ist. Dies hat zwar den Vorteil, dass die Rezipienten das Thema nach eigenem Gutdünken ausfüllen können und die Parteien sich nicht festlegen müssen, dies bedeutet aber umgekehrt auch die Beliebigkeit der Inhalte.

Ob die Konkretheit der Aussagen auf den Wahlplakaten (hier im Zusammenhang mit dem Thema Gerechtigkeit) einen entscheidenden Faktor für den Wahlerfolg der AfD darstellte, kann hier nicht beurteilt werden. Es ist jedoch deutlich zu erkennen, dass sich die Partei hierdurch sehr deutlich von den anderen Parteien absetzt.

Insgesamt kann konstatiert werden, dass *Gerechtigkeit* auf den betrachteten Wahlplakaten überwiegend vage verwendet wird und offenkundig die Inhalte von den Parteien auch bewusst offengehalten werden. Auf diese Weise versucht man einerseits, ein Versprechen auf eine künftig bessere Politik zu geben, ohne dabei andererseits konkret sagen zu müssen, was dies im Einzelnen bedeutet und wie dies umgesetzt werden soll. Dass diese Strategie der Nutzung von unbestimmten positiven Erwartungen beim Wähler nicht unbedingt erfolgreich war, zeigt je-

doch insbesondere das ernüchternde Ergebnis der SPD bei der Bundestagswahl 2017. Hingegen erzielte die AfD, die auf ihren Plakaten ihr Verständnis von Gerechtigkeit sehr klar darstellte, einen Wahlerfolg. *Gerechtigkeit* als inhaltlich vage gefülltes Hochwertwort reicht also für die Gewinnung von Wählerstimmen offenkundig nicht aus.

Herkunftsnachweis Abbildungen

Abb. 1: http://schwarwel-karikatur.com/ngg_tag/niedrigloehne/

Abb. 2: https://www.designtagebuch.de/die-plakate-zur-bundestagswahl-2017/btw2017_18-1_lohngerechtigkeit/

Abb. 3: <http://www.horizont.net/galerien/Im-Zeichen-der-Gerechtigkeit-3251>

Abb. 4: <http://www.wahlplakatcheck.net/2017/09/18/es-ist-zeit-fuer-mehr-gerechtigkeit-martin-schulz-spd/>

Abb. 5: <https://www.dielinke-wiesbaden.de/wahlen/bundestagswahl-2017/>

Abb. 6: http://www.die-linke-flensburg.de/wahl17/bundestagswahl_2017/

Abb. 7: http://www.die-linke-flensburg.de/wahl17/bundestagswahl_2017/

Abb. 8: http://www.bundestagswahl-bw.de/wahlkampagnen_btw2017.html

Abb. 9: <http://wahlen.linke-blogs.de/briefwahl-mit-links/>

Abb. 10: <http://www.wahlplakatcheck.net/2017/09/19/umwelt-und-gerechtigkeit-nur-mit-gruen-die-gruenen/>

Abb. 11: www.afd-hessen.org

Abb. 12: <https://www.pinterest.de/pin/794181715509448777/>

Abb. 13: www.spd-buerstadt.de/

Abb. 14: www.frank-strauss.de

[Zugriff jeweils 6. 6. 2018]

Literaturverzeichnis

Abländer, Michael S./Suchanek, Andreas/Ulshöfer, Gotlind (Hgg.) (2007): *Generationengerechtigkeit als Aufgabe von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft*. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.

Berg, Thomas (Hg.) (2002): *Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen*. Opladen: Leske + Budrich.

Die Linke (2017): *Die Zukunft, für die wir kämpfen: SOZIAL. GERECHT. FRIEDEN. FÜR ALLE. Wahlprogramm zur Bundestagswahl* [<https://bundestagswahl-2017.com/linke/>].

Klages, Helmut (2018): *Absturz der Parteiendemokratie? Die politische Lage in Deutschland*. Frankfurt/New York: Campus.

Klein, Josef (2014): *Grundlagen der Politolinguistik. Ausgewählte Aufsätze*. Berlin: Frank & Timme.

Köhler, Kristina (2010): *Gerechtigkeit als Gleichheit? Eine empirische Analyse der objektiven und subjektiven Responsivität von Bundestagsabgeordneten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Massud, Abdel-Hafiez (2010): *Einblicke in die verbale Wahlkampfkommunikation der Schlagwörter-Parteien CDU und SPD*. Berlin: epubli.

Niehr, Thomas (2014): *Einführung in die Politolinguistik. Gegenstände und Methoden*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Pioch, Roswitha (2000): *Soziale Gerechtigkeit in der Politik. Orientierungen von Politikern in Deutschland und den Niederlanden*. Frankfurt/Main, New York: Campus.

Schmücker, Reinold/Steinvorh, Ulrich (Hgg.) (2002): *Gerechtigkeit und Politik. Philosophische Perspektiven*. Berlin: Akademie Verlag.

Schröter, Melanie (2017): Texte und Textsorten. In: K. S. Roth/M. Wengeler/A. Ziem (Hgg.): *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*. 212–233. Berlin, Boston: de Gruyter.

Siller, Peter/Pitz, Gerhard (Hgg.) (2009): *Politik der Gerechtigkeit. Zur praktischen Orientierungskraft eines umkämpften Ideals*. Baden-Baden: Nomos.

Annotation

For a just world - Justice as a theme on election posters

Georg Schuppener

The article describes the role of justice as a topic on posters of the Bundestag election campaign 2017. It shows that while the word *justice* should be presumably relevant to all parties as a high-value word, there are large differences in the frequency of use during the election campaigns. Overall, most uses of *just* and *justice* show a great vagueness that leaves the recipient open to what is meant by *justice* concretely.

Keywords: Justice, political language, election campaign.

Prof. Dr. Dr. Georg Schuppener
Katedra germanistiky
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
E-Mail: georg.schuppener@ucm.sk