

# Styling-Duell

## ums Rathhaus



Dirk Toepffers neue Erscheinung findet Imageberaterin Birgit Jakobowsky besser, weniger überladen  
Fotos: OSSENBRINK, RAULF

Herzlich.  
Fähig.  
Geradeaus.



Dirk Toepffer.  
Oberbürgermeister für Hannover.



Weil Hannover verbindet.

Stadtkämmerer Stephan Weil findet Jakobowsky jetzt weniger blaß: „Was bei Toepffer zuviel war, war bei Weil zuwenig“



www.stephan-weil.info

Plantzen für Integration | Kunst und Kultur fördern | Stadtteile stärken

Wechsel zu Stephan Weil



„Sein Slogan auf der linken Seite paßt hervorragend. Toepffers Ausdruck ist frisch, geradeaus, und er wirkt fähig und herzlich. Er hat eine gesunde Gesichtsfarbe, das zurückgekämmte Haar vermittelt im Gegensatz zum alten Seiten-

### Dirk Toepffer

scheitel Klarheit. Er zeigt Entschlossenheit, bietet den zu erwartenden Problemen die Stirn. Gut, daß er sich eine neue Brille zugelegt hat, die alte goldene war einfach ‚too much‘. Jetzt werden seine Augen nicht mehr verdeckt, gleichzeit-

ig bildet der obere Rand aber eine klare Linie, die die Scharfkantigkeit des Gesichts positiv unterstreicht. Er wirkt smart, breitschultrig.

Die Kleidungsfrage spielt kaum eine Rolle, sogar die Krawatte wird verdeckt. Das ist aber offensichtlich eine bewußte Entscheidung um den Fokus voll auf das Gesicht zu legen. Aber das Plakat birgt auch Probleme: Zum einen spricht es ältere Menschen nicht so sehr an, die Botschaft geht klar weg vom Konservativen in Richtung Neuanfang. Außerdem wirkt es sehr erfolgs- und karriereorientiert. Ob es die Kindergärtnerin von nebenan oder mehr die Wirtschafts-Vertreter anspricht, sei deswegen dahingestellt...“

### Hier zerpfückt ein PR-Profi die Wahlplakate

Von L. PENNIGSDORF  
Die heiße Phase hat begonnen. In 43 Tagen entscheiden die Hannoveraner über ihren neuen Oberbürgermeister. Stephan Weil (47, SPD) oder Dirk Toepffer (41, CDU) – wer wird Nachfolger von SPD-Super-OB Herbert Schmalstieg (34 Jahre im Amt)? Gestern präsentierte Herausforderer Toepffer seine Wahlplakate – inklusive Seitenhieb in Richtung Weil. Toepffer:



„Seit Tagen hängen Weil-Plakate in der Stadt, abgemacht war ein gemeinsamer Start.“

Weils Wahlkampfmanager Stefan Schostok (42): „Leute aus den Ortsvereinen wollten in Urlaub, haben deswegen vorher plakatiert.“

Da gab es wohl ein Kommunikationsproblem.“ Und wie wirken die Plakate auf die Wähler? BILD fragte Birgit Jakobowsky (39, Foto), Personaltrainerin und Imageberaterin aus Hannover.

„Stephan Weil hat einen sehr sympathischen Gesichtsausdruck, sein Gesicht wirkt etwas runder, das kommt gut an. Er sieht freundlich aus, kommt sozial rüber und vertrauens-erweckend.“

Aber er wirkt auch verhaltener und zurückgenommener. Der Kopf ist leicht geneigt, die direkte Konfrontation mit der Kamera meidet er. Es scheint sogar so, als würde er vor dem Fotografen zurückweichen. Sehr gut dagegen ist die Farbe der Krawatte: Rot springt sofort ins Auge und zeigt Dominanz und Tatkräftigkeit. Weil wirkte früher wesentlich blasser, hat einen gewaltigen Sprung nach vorne gemacht. Dennoch richtet er sich mit dem Plakat vor allem an

sein gewohntes Publikum. An Menschen, die ihn kennen und ihm vertrauen. Vorteil: Sowohl alte als auch junge Men-

### Stephan Weil

schon werden mit dem Plakat angesprochen. Nachteil: Neue Wählergruppen wird er mit der Kampagne nicht unbedingt hinzugewinnen.“

Stephan Weil 2003

