NACHRICHTEN AG

06. Juli 2024

Wahlplakat-Skandal in Tokyo: Bürger empört über geschmacklose Werbung

Tokyo wählt neuen Gouverneur, Wahlkampf ähnelt Zirkus: unerhörte Plakate und Videos verärgern Einwohner. 56 Kandidaten im Rennen.

Wahlkampf in Tokyo verkommt zum Zirkus

In diesem Jahr steht die Wahl des neuen Gouverneurs von Tokyo bevor, und der Wahlkampf, der am 20. Juni offiziell begann, hat die Einwohner mit einer Flut kaum zu ertragender Wahlplakate überschwemmt. Mitten in einer Stadt von 13,5 Millionen Menschen, die ohnehin schon von Werbung überquillt, wird die Ernsthaftigkeit der Politik zunehmend hinterfragt.

Einfluss Tokyos auf die nationale Politik

Tokyo spielt eine entscheidende Rolle in der japanischen Politik und Kultur. Die Metropole hat nicht nur einen Haushalt vergleichbar mit kleineren Staaten, sondern viele politische

Entscheidungen hier haben Einfluss auf die Zentralregierung. Daher sind Wahlen in Tokyo von nationaler Bedeutung.

Plakatflut und empörte Bürger

Schon Stunden nach dem Startschuss des Wahlkampfes wurden über 14.000 Wahlplakate auf speziellen dafür vorgesehenen Tafeln in der gesamten Stadt verteilt. Diese Plakate, traditionell ein zentrales Mittel im Wahlkampf, werden von vielen Bewohnern als geschmacklos und unangemessen empfunden. Einige Kandidaten vermieten ihre Plätze auf den Tafeln an Werbetreibende, was das Ausmaß der Empörung verstärkt.

Zweifelhafte Wahlwerbung

Einige Plakate zeigen fast nackte Frauen in anzüglichen Posen, während andere KI-Figuren nutzen, um Produkte zu bewerben. Eines der Plakate zeigt sogar einen Mann, der seinen Golfschlag übt. Diese Art von Werbung scheint in einer ohnehin übermäßig beworbenen Stadt wie Tokyo besonders unangebracht und führt zu wütenden Anrufen und E-Mails an die Wahlkampfbüros.

Die Rolle der Kandidaten

In diesem Jahr bewerben sich 56 Personen um das Amt des Gouverneurs, darunter auch die amtierende Gouverneurin Yuriko Koike, die für eine dritte Amtszeit kandidiert. Viele der Kandidaten sind allerdings chancenlos und suchen lediglich Aufmerksamkeit durch auffällige Kampagnen.

Kritik an politischen Werbemaßnahmen

Nicht nur die Wahlplakate stehen in der Kritik; auch die Wahlkampfvideos sorgen für Anschuldigungen. Ein Beispiel ist die Kandidatin Airi Uchino, die in einem Video in einem Anime-Stil ihren Namen wiederholt und die Zuschauer in den sozialen Medien um Freundschaft anbettelt. Ein anderes Video zeigt

einen Kandidaten der „Golfpartei“, der während seiner Rede über seine Politik immer wieder seinen Golfschwung übt.

Das Wahlsystem Japans erlaubt es nach einem Gesetz von 1950 den Kandidaten, nahezu alles zu sagen, solange sie keine falschen oder verleumderischen Aussagen tätigen. Dies wird von vielen als Einladung zu regelrechten Zirkusauftritten interpretiert.

Die konservative Partei und ihre Taktiken

Die Eskalation des diesjährigen Wahlkampfes ist teilweise auf eine aufstrebende konservative Partei zurückzuführen, die mit 24 Kandidaten für das Gouverneursamt antritt. Da jede Wahlplakatwand in Tokyo über 48 Felder verfügt, vermietet die Partei die Hälfte dieser Flächen an jeden, der dafür bezahlt.

Insgesamt spiegelt die aktuelle Wahlkampfsaison eine beunruhigende Entwicklung wider, bei der ernsthafte politische Debatten in den Hintergrund geraten und durch kommerzielle und zweifelhafte Werbemaßnahmen ersetzt werden. Die Wähler stellen sich die Frage, ob der eigentliche Fokus auf die Politik verloren gegangen ist und politische Wahlen mehr und mehr zur Farce verkommen.

– **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de