



Zum goldenen  
Hirschen

## Zum goldenen Hirschen remixt Politiker-Portraits

### KI-basierte DOOH-Kampagne für die Stuttgarter Zeitung zur Bundestagswahl

Berlin, 19. Februar 2025. Olaf ... Merz, Friedrich ... Scholz? Kurz vor der Bundestagswahl sorgt die Stuttgarter Zeitung für einen echten Hingucker. Der Grund: hochgezogene Augenbrauen, fluide Haarpartien und fließende Gesichter. Spielen die, die im Rennen ums Kanzleramt eine Rolle spielen, am Ende nur eine Rolle? Und wie belastbar sind die Positionen hinter den Gesichtern? Die größte Regionalzeitung im Südwesten bietet gerade jetzt Orientierung. Diese Botschaft kommuniziert die von Zum goldenen Hirschen Berlin entwickelte Digital-Out-of-Home-Kampagne für das E-Paper-Angebot der Stuttgarter Zeitung.

Mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz hat das Team um die beiden Kreativdirektoren Johann Tischewski (Text/Konzept) und Marcel Fleiner (Art) Kampagnenmotive entwickelt, die zum Beispiel die Gesichtszüge von Bundeskanzler Olaf Scholz mit jenen von CDU-Chef Friedrich Merz kombinieren. Auch weitere Portrait-Kombinationen der Spitzenkandidaten greifen aktuelle Debatten auf; wie etwa die kontrovers geführte Debatte zum Thema Migration. Die „verschmolzenen“ Gesichter zeigen eindrücklich, wie unübersichtlich die Bundestagswahl und wie orientierungsstiftend die Stuttgarter Zeitung ist. Mit der aktuellen Arbeit für die Stuttgarter Zeitung stellt die zur Hirschen Group gehörende Agentur die sinnvolle Verknüpfung von Kreativität und KI unter Beweis.

#### **Vor dem Kreuz auf dem Stimmzettel: per KI „gekreuzte“ Portraits**

Die Hirschen-Kreativen setzen ganz bewusst auf die Motive mit den fließenden Übergängen von Spitzenkandidaten-Portraits. „Nicht nur in Zuffenhausen, Degerloch oder Möhringen – überall in Deutschland sind Wählerinnen und Zeitungsleser aktuell mit Botschaften in voller Lautstärke konfrontiert“, analysiert Johann Tischewski, Kreativdirektor bei Zum goldenen Hirschen. „Unsere Motive schaffen es, inmitten dieser Lautstärke einen eigenen Ton zu setzen und bewegen zum Nachdenken. Vor allem zeigen sie nämlich, worum es am 23. Februar politisch geht. Früher klar gezogene Grenzen zwischen politischen Kräften werden undeutlicher. Positionen drohen inmitten medialen Dauerfeuers, angeheizt durch Falschmeldungen und verstärkt durch Algorithmen, unkenntlich oder fehlinterpretiert zu werden.“

Marcel Fleiner, der als Kreativdirektor am Berliner Hirschen-Standort für die visuelle Umsetzung der Kampagne verantwortlich zeichnet, betont ebenfalls die inhaltlichen Botschaften hinter den Motiven: „Dass unsere KI-getriebene Gestaltung ungewohnt, manche mögen sagen irritierend, ist, mag ein erster Impuls sein. Wirklich irritierend wird es erst, wenn man sich klarmacht, was die Positionsveränderungen, die hinter den Motiven warten, für das politische Tagesgeschehen bedeuten werden.“

#### **Für Informationen vor Ort die erste Wahl: das E-Paper der Stuttgarter Zeitung**

Nicht nur weltweite, sondern auch bundespolitische und regionale Nachrichten werden immer häufiger digital rezipiert. Die Stuttgarter Zeitung bringt ihr E-Paper deshalb bewusst auf die Straße: Auf mehr als zwei Dutzend digitalen Out-of-Home-Flächen zwischen Leinfelden-Echterdingen, Universität und dem Stuttgarter Schlossplatz kann die App mit der digitalen



## Zum goldenen Hirschen

Stuttgarter Zeitung aktuell per QR-Code auf das eigene Smartphone geladen und ohne Anmeldung unterwegs gelesen werden.

Für Joachim Dorfs, Chefredakteur der Stuttgarter Zeitung, werden damit gleich mehrere Themen aufgegriffen: „Die Stuttgarter Zeitung ist innovativ – im Journalistischen und mit ihren digitalen Angeboten. Als lokal verankerte Zeitung macht uns die Kampagne an vielen Straßen und Plätzen in Stuttgart noch sichtbarer. Über die Standortfreigabe in der App stellen wir allen Interessierten in der Woche vor der Bundestagswahl unser E-Paper kostenlos zur Verfügung. Darüber hinaus zeigt die Kampagne eindrücklich: Die Stuttgarter Zeitung bietet Orientierung.“

Neben den Digital-Out-of-Home-Motiven hat Zum goldenen Hirschen für die Stuttgarter Zeitung die Motive auch für die Social-Media-Kommunikation adaptiert. Die animierten Dateien finden interessierte Medienvertreter als MP3-Dateien im Anhang dieses Pressetextes.

### **Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH**

Alexander Lang (Geschäftsführung)  
Felix Franz Vogler (Geschäftsführung)  
Johann Tischewski (CD Text/Konzept)  
Marcel Fleiner (CD Art)  
Freya Grundmann (Beratung)  
Johann Eggert (Redaktion)  
Alexandra Rodriguez (Motion Design)  
David Wischerhoff (Motion Design)  
Else Dittel (Reinzeichnung)  
Diana Heinemann (Produktion)

### **Über die Stuttgarter Zeitung**

Die Stuttgarter Zeitung ([www.stuttgarter-zeitung.de](http://www.stuttgarter-zeitung.de)) ist eine der wichtigsten Regionalzeitungen im deutschsprachigen Raum mit überregionalem Qualitätsanspruch. Sie verfügt über eines der größten Korrespondentennetze deutscher Zeitungen im In- und Ausland, ist aber auch mit großen Regionalbüros im Großraum Stuttgart präsent.

**Zum goldenen Hirschen** ist eine der größten inhabergeführten Agenturen in Deutschland. Mit fast 330 Mitarbeitenden an fünf Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, München und Stuttgart bieten die Hirschen vollintegrierte Kommunikationslösungen an. Teams aus Content-, Digital-, Influencer-, Konzept-, PR-, Social- und Strategie-Expert:innen entwickeln zielgenaue und kreative Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Durch die dezentrale Struktur in Form von fünf Standorten mit sich ergänzenden Kompetenzschwerpunkten betreut die Agenturmarke eine Fülle an Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus unterschiedlichsten Bereichen.

### **Zum goldenen Hirschen**

Anne Oloff  
Director of Communications  
m: [+49 171 81 29 102](tel:+491718129102)  
e: [oloff@hirschen.de](mailto:oloff@hirschen.de)