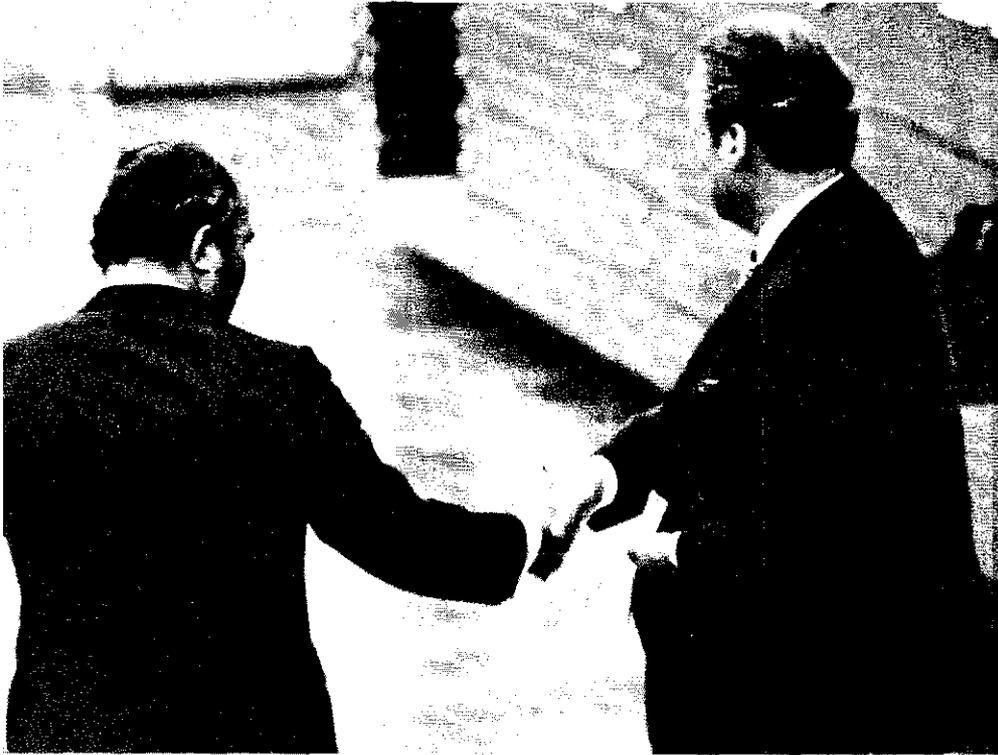


„Draufschlagen, die Wahrheit unterschlagen“

Der Kampf um Bonn wird ein Wahlkampf um die letzte Stimme. Denn die Parteien sind sich einig: Wer am 19. November verliert, bleibt auf lange Zeit von der Macht ausgespart. Nach einer Umfrage ist Kanzlerkandidat Rainer Barzel das größte Handikap für die Union. Die

Sozialdemokraten wollen die Kopflosigkeit des Gegners ausnutzen. SPD-Geschäftsführer Börner nahm sich vor: „Willy Brandt, das ist das Pfund, mit dem wir wuchern werden.“ Dagegen kann die CDU nach SPD-Schätzung etwa 100 Millionen Mark in Wahlpropaganda investieren.



Wahlkämpfer Barzel, Brandt: „Der einzige Schläger, den wir haben“

Die Materialschlacht begann im Morgengrauen.

In 445 Samstagszeitungen empfahlen sich die Christdemokraten am vergangenen Wochenende bei den 40 Millionen bundesdeutschen Wählern als die Besseren: „Die SPD-Regierung ist gescheitert — jetzt müssen die richtigen Männer ran!“ Kostenpunkt der großformatigen CDU-Botschaft: eine Dreiviertelmillion Mark, erste Rate der 14 Millionen Mark teuren Anzeigenkampagne der Opposition.

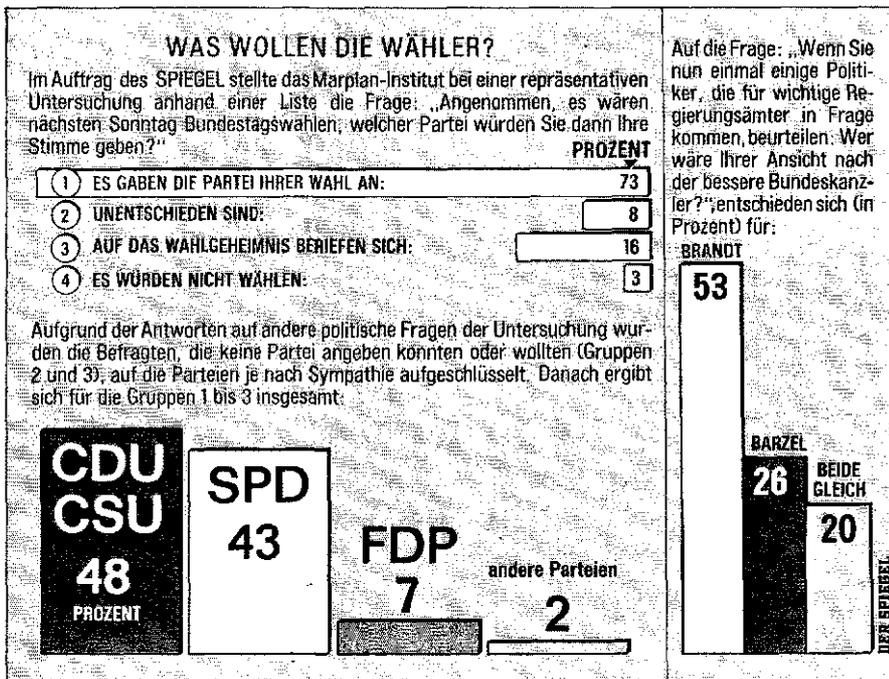
Am selben Samstagvormittag verteilten Zehntausende sozialdemokratischer Wahlhelfer 16 Millionen Faltsblätter mit der SPD-Leistungsbilanz „Wort halten“. Aufwand für den Farbprospekt: 800 000 Mark.

Die heiße Phase des teuersten Wahlkampfes, den die Parteien je um die bundesdeutschen Wählerstimmen geführt haben, war entbrannt. Über 100 Millionen Mark, so geben die Schatzmeister offen zu, werden bis zum 19. November in den Wählerwillen investiert — je 40 Millionen von SPD und CDU, zwölf Millionen von der bayrischen CSU und zehn Millionen von den Freidemokraten.

Zählt man die uneingestanden zu zusätzlichen Ausgaben in Landes- und Kreisverbänden, den Aufwand der Kandidaten selbst, die im Laufe des Wahlkampfes noch eingehenden Spenden und die Unterstützung der Union durch industriennahe Tarnorganisationen hinzu, so summieren sich die Werbungskosten für den Wahltag leicht auf mehr als 200 Millionen — doppelt so viel wie 1969.

Und es wird nicht nur ein Wahlkampf des großen Geldes, sondern auch der bösen Worte: Es wird nicht nur geklotzt, es wird auch geholt. Der SPD-Fraktionsvorsitzende Herbert Wehner ahnt Schlimmes: „Es wird der härteste Wahlkampf aller Zeiten.“

Denn unversöhnlich wie kaum zuvor stehen sich Reformsocialisten und Linkliberale auf der einen, Konservative und überständige Nationale auf der anderen Seite gegenüber. Vor allem die CDU/CSU, die nach zwanzigjähriger Identifikation mit dem Staat 1969 aus der Macht verdrängt worden war, ließ nichts unversucht, das sozialliberale Regiment als nationales Unglück zu



diffamieren. Die Sozialdemokraten, die sich in der Rolle der Kanzlerpartei noch immer nicht zurechtgefunden haben, reagieren dünnhäutig und hektisch — allen voran der empfindsame Bundeskanzler.

20 Prozent sind noch unentschieden.

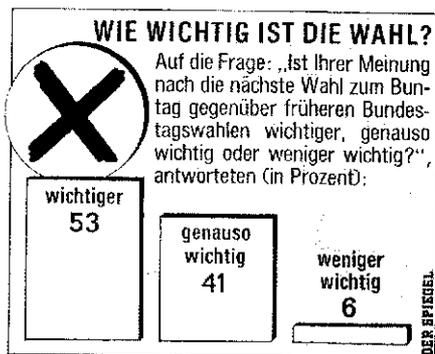
Je näher der Wahltermin rückt, desto schriller werden die Dissonanzen. Tonangebend ist die CSU, die für den Fall einer Unionsniederlage „die letzte freie Wahl“ prophezeit. Und wenige Tage nach dem Guerillaüberfall auf Israels Olympia-Mannschaft verteilten Unionschristen Flugblätter, in denen die Sozialdemokraten als knieweiche Kapitulant an geschwärzt werden: „Mordanschläge, Sprengstoffverbrechen... die SPD handelt erst, wenn es geknallt hat.“ Selbst verhaschte Teenager werden Brandt und seiner SPD angelastet: „425 Prozent mehr Rauschgiftdelikte seit '69 — SPD, wo ist dein Programm?“

Das Arsenal der Christdemokraten ist bestückt mit Appellen an Law-and-order-Instinkte und die geheimen Ängste der Deutschen vor Inflation und Sozialismus. Slogan-Vorschlag der CDU-Wahlkampfleitung: „Macht's wie die Preise, lauft der SPD davon.“ Text-Einfall des christdemokratischen Schatzmeisters Walther Leisler Kiep: „Wenn die Sozialisten kommen, sind die rosa Zeiten vorbei.“

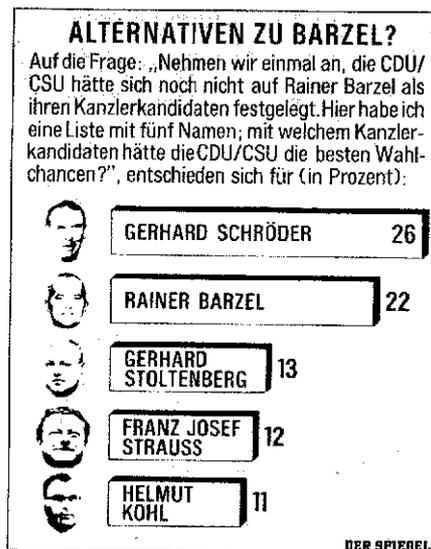
Freilich, die Sozialdemokraten holzen schon jetzt zurück.

Prophylaktisch ließen sie eine Anzeigenserie entwerfen mit einem Holzhammer-Symbol und dem Motto: „Draufschlagen, tiefschlagen, die Wahrheit unterschlagen — das ist CSU/CDU-Wahlkampf.“

SPD-Bundesgeschäftsführer Holger Börner will den Arbeitnehmern ein-



hämmern: „Wer CDU wählt, wählt Arbeitslosigkeit.“ Und SPD-Wirtschafts- und Finanzminister Helmut Schmidt schlägt rundum: „Wer Barzel wählt, der wählt die absolute innen- und außenpolitische Unberechenbarkeit.“ Selbst Staatsmann Willy Brandt führt in seinem Wahlkampfrepertoire das Wort „Heuchler“.



Die Kürze des Wahlkampfes und die Befürchtung der Parteien, daß sich seit 23 Jahren zum erstenmal Regierung und Opposition ein echtes Kopf-an-Kopf-Rennen liefern — Brandt: Früher habe man häufig einen knappen Wahlausgang prophezeit, „diesmal ist dies die Ausgangslage“ —, haben die ursprünglichen Konzeptionen der Profilplaner in Gefahr gebracht.

Noch nie, so hatten sie ermittelt, war die Zahl der zwei Monate vor dem Wahltag noch Unentschiedenen so groß wie diesmal. Schwankend und gegebenenfalls zum Wechsel bereit sind 20 Prozent der Wähler. Und sie gehören, wie der CDU-Generalsekretär Konrad Kraske vermutet, „nicht zur dumpfen Masse, sondern das sind politisch interessierte Leute, geistig rege, Zeitungsleser, eher kritisch“.

Angelegt haben die Strategen ihre Konzepte darauf, diese kritische Wählermasse, die für den Wahlausgang entscheidend ist, mit Argumenten zu gewinnen. Konrad Adenauers alter Wahlverein hat sich zu einem „Reformschwenk“ (Wahlmanager-Slang) durchgerungen und bietet für alle Wechselfälle des Lebens Pläne und Programme an — wenn auch von der Konkurrenz abgeschrieben oder zu ihren Gunsten umfunktioniert wie die Rentenreform des SPD-Sozialministers Walter Arendt (CDU-Anzeigenslogan: „Millionen Rentner können wieder hoffen.“). CDU-Kraskes gute Absicht: „Programm und Kritik sollen sich wie sieben zu vier verhalten.“

Die Freidemokraten wollen mitmachen: als Weichensteller für die Fortsetzung der sozialliberalen Regierung und als Bremser ungezügelter Reformdranges. Sie nehmen dafür in Kauf, vor allem im Vorfeld der SPD auf Stimmenfang gehen zu müssen. Die FDP könnte so zwar dem Linksbündnis SPD-müde Wähler erhalten, ihm dafür aber kaum zusätzliche Stimmen zuführen.

FDP-Generalsekretär Karl Hermann Flach spekuliert darauf, den noch Un-

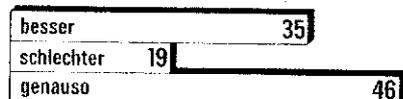
entschlossenen vor einer absoluten Mehrheit der oppositionellen CDU/CSU Angst zu machen, den Untergang des kleinen Koalitionspartners und damit des populären Kanzlers Willy Brandt zu beschwören.

Brandts Parteifreunde schließlich sind eher auf Defensive eingestellt. SPD-Wahlkampfmanager Albrecht Müller sieht keinen anderen Weg: „Wir müssen vor allen Dingen versuchen, die Unterstellung der CDU unglaublich zu machen.“ Heinz Kühn, SPD-Präsident und Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen, wünscht sich indessen den Kampf um die Wählergunst etwas offensiver: „Noch nie hat die Partei einen so improvisierten Wahlkampf geführt wie diesmal.“

Indes, der vermeintliche Nachteil der Defensive und der Improvisation mag sich in einem Wahlkampf, der zur Schlamm Schlacht auszuarten droht und sich möglicherweise auf ein bislang noch unbekanntes Nebenthema konzentrieren wird, als Vorteil erweisen.

GEHT ES BESSER ODER SCHLECHTER?

Auf die Frage: „Wenn Sie die wirtschaftliche Lage der Bundesrepublik von heute mit der von vor drei Jahren vergleichen, finden Sie dann, daß es den Leuten in der Bundesrepublik heute im allgemeinen besser, schlechter oder genauso geht wie vor drei Jahren?“, antworteten (in Prozent):



Auf die Frage: „Und wie geht es Ihnen selbst? Finden Sie, daß es Ihnen heute wirtschaftlich besser, schlechter oder genauso geht wie vor drei Jahren?“, antworteten (in Prozent):

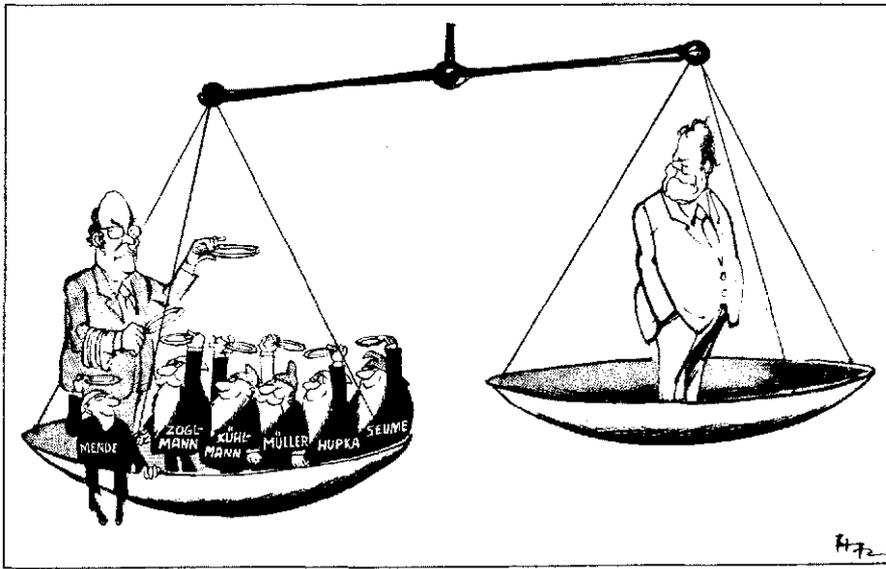


DER SPIEGEL

Die sozialdemokratische Programmpartei kann von einem Aktivposten profitieren, den bislang nur die CDU zu nutzen wußte. Sie kann einen amtierenden Kanzler ins Feld führen — einen Mann überdies, dessen Ausstrahlung und Integrität in einer erbarmungslosen Auseinandersetzung den Ausschlag geben kann.

SPD-Börner zuversichtlich: „Willy Brandt, das ist das Pfund, mit dem wir wuchern werden.“ Selbst Skeptiker Kühn räumt ein, daß der Sympathievorsprung des Regierungschefs vor dem Oppositionsführer Rainer Barzel und seinem Ein Helfer Franz Josef Strauß Politpannen und Mehrheitsschwund der Koalition aufwiegen können: „Der einzige Schlager, den wir haben, ist Willy Brandt.“

Zwei Monate vor dem Wahlsonntag waren sich Koalitionspartner wie Oppositionsstäbe darin einig, daß beide Lager mit nahezu gleichen Chancen an



tz. München

den Start gehen. Nach den Bonner Parteibilanzen gleichen sich Vor- und Nachteile beider Seiten einstweilen aus:

- ▷ Zwar hat die Koalition durch die Fehler und Pannen dieses Jahres erheblich an Wählergunst eingebüßt und so der Opposition kampfflos Terrain überlassen. Aber die CDU/CSU muß mit ihrem image-schwachen Rainer Barzel in den Wahlkampf ziehen, während SPD und FDP den populären Willy Brandt aufbieten können.
- ▷ Zwar tritt die Koalition als Titelträger an — mit Bundespresseamt, Ministerstander und Regierungs-Jet —, zwar kann sich die SPD überdies auf die Gewerkschaften stützen. Aber CDU und CSU sind sich stärker denn je des ideologischen Bestands und der großzügigen Spenden gewiß, mit denen Industrie, katholische Kirche und Interessenverbände die Union in das Palais Schaumburg zurückführen möchten.

Der Kanzler ließ die Chance aus.

Diese Balance der Stärken und Schwächen eröffnet — so die Prognose der Parteizentralen — weder Brandt noch Barzel sichere Aussichten auf die Kanzlerschaft.

Noch vor einem Jahr, kurz vor Barzels Wahl zum CDU-Vorsitzenden im Oktober 1971, lag die Christenunion nach einer Allensbach-Umfrage mit 39 Prozent um fünf Punkte vor der SPD.

Um die Jahreswende 1971/72 kehrte sich das Gestirn um. Die Christdemokraten rutschten um fünf Punkte auf 34 Prozent ab, die SPD gewann acht Punkte und schnellte auf 42 Prozent. Die sozialliberale Regierung hatte ihre Hochform erreicht, das

Linksbündnis schien nach mehr als zwei Regierungsjahren stabilisiert, die krisengeschüttelte FDP hatte sich gefangen. Die von der Opposition erfolglos als nationaler Ausverkauf verteilte Ostpolitik und das Berlin-Abkommen zahlten sich aus. Und statt der von CDU und Industrie beschworenen Wirtschaftskrise kündigte sich ein neuer Konjunkturaufschwung an.

Doch die Hoch-Zeit des sozialliberalen Bundes währte nicht lange. Hatte die Regierung Brandt/Scheel die Desertion der Liberal-konservativen Mende, Starke und Zoglmann noch leicht verwunden, so beschädigten die parlamentarischen Abgänger Kienbaum, Kühmann-Stumm, Seume und Schulz das Ansehen der Koalition. Handlungsunfähig schließlich wurde das sozialliberale Bündnis, als der schlesische Ver-



triebenenfunktionär Herbert Hupka, der niedersächsische Bauer Wilhelm Helms und der bayrische Historiker Günther Müller dem Ruf ihres Gewissens zur Opposition folgten.

Für ein unerwartetes Zwischenhoch des Kanzlers sorgte Rainer Barzel. Nach seinem kläglich gescheiterten konstruktiven Mißtrauensvotum verschaffte er Brandt die höchsten Popularitätswerte seiner Laufbahn. Marplan-

Meinungsforscher Kurt Galler analysierte später: „Wenn zu diesem Zeitpunkt Wahlen stattgefunden hätten, so hätte es sicherlich eine überwältigende Mehrheit für die SPD/FDP gegeben.“

Doch der Kanzler ließ den noch nicht ratifizierten Ostverträgen zuliebe die sichere Chance aus.

„Bei den Herren Gegnern gut arbeiten lassen.“

Prompt setzten die Koalitionäre ihre Selbstdemontage fort: Nachdem er die Opposition mit wohlfeilen Argumenten gegen die angeblich unsolide Haushaltspolitik des Kabinetts versorgt hatte, koppelte sich Karl Schiller, SPD-Wahllokomotive von 1969, ab.

Schließlich — noch war die Paninter-Affäre des SPD-Fraktionsgeschäftsführers Karl Wienand nicht aufgeklärt — gerieten die Parlamentarischen Staatssekretäre Dorn (FDP) und Raffert (SPD) ins Zwielficht, als ihre Beraterverträge mit dem regierungsfeindlichen Bauer-Konzern bekanntwurden.

CDU-Generalsekretär Konrad Krasko war's zufrieden: „Wir haben bei unseren Herren Gegnern gut arbeiten lassen.“

Die Maßarbeit war um so notwendiger, als die Opposition zu den Kernfragen der Nation — der Wirtschafts- und der Außenpolitik — keine Alternativen bot. Schlimmer noch: Drei Jahre ständiger Personaldiskussion hatten der Union keinen überzeugenden Kanzlerkandidaten beschert. Keine der Führungs-Figuren hat sich zum gleichrangigen Gegenspieler des SPD-Kanzlers profilieren können.

Im Sympathie-Vergleich zu Willy Brandt schneidet Barzel schlecht ab. Und selbst sein Vize Schröder, welche Hoffnung der CDU, übertrifft den Vorsitzenden in der Einschätzung der Wähler.

Sosehr es der CDU am Kopf fehlt, so wenig fehlt es an Geld und Beistand. Längst hat sich eine stattliche Anzahl von Firmen, Verbänden und Organisationen bereit gefunden, der Union den Rückweg zur Staatsmacht zu ebnen. Demoskop Werner Sörgel vom Münchner Infratest-Institut: „Noch nie hat eine Regierung einem so breiten Spektrum organisierter Gegner gegenübergestanden.“

Das Spektrum reicht von den Unternehmern über die katholische Kirche mit ihren Laienorganisationen bis hin zu Bauern-, Flüchtlings- und Ärztelobby. So animierte der Schnapsbrenner und Saftabfüller („Hohes C“) Ludwig Eckes die bundesdeutschen Fabrik-Herren zu großzügigen Gaben: „Es ist besser, wir zahlen jetzt freiwillig und ohne zu zaudern sofort einen namhaften Betrag zur Erhaltung unserer Existenz, als

unfreiwillig enteignet und geistig verbannt zu werden."

Bereits Anfang des Jahres hatte sich die Creme der deutschen Wirtschaft im Luxushotel „Schloß Kronberg“ nahe Frankfurt gemeinsam mit dem CDU-Vize Gerhard Stoltenberg und dem hessischen CDU-Chef Alfred Dregger zu einem Werbefeldzug gegen das ungeliebte SPD/FDP-Regime verabredet. Ihre Tarnorganisation „Arbeitskreis Soziale Marktwirtschaft“ agitiert seither in teuren Anzeigenkampagnen gegen den angeblichen Linkskurs der Koalition.

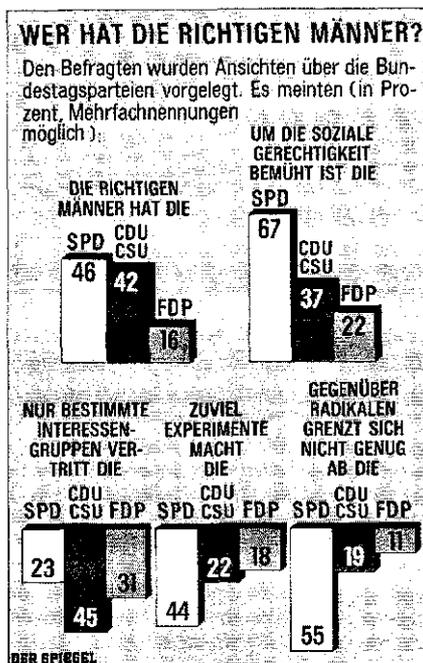
„Knüppeldick in den Kreisverbänden“.

Die nordrhein-westfälischen Arbeitgeber warben offen. In Anzeigenreihen übernahmen sie ungeniert die Wahlslogans der Opposition: „Die Bundesrepublik muß wieder zurück zur Stabilität. Lange genug haben die Verantwortlichen den Kopf in den Sand gesteckt.“

Der Fachverband Stahlblechverarbeitung ist überzeugt, die großzügige Wahlhilfe der Wirtschaft werde sich bezahlt machen. In einem Rundschreiben, das die Kartellgesetzpläne der Koalition angreift, rühmte sich der Blechverband, bei der Union „maßgebliche politische Kräfte für einen Vorstoß in Richtung auf erweiterte Kooperationsmöglichkeiten gewonnen“ zu haben.

Auch an geistlichem Beistand mangelt es der CDU/CSU nicht. So geißelte kürzlich das CDU-beherrschte Zentralkomitee der deutschen Katholiken die Reformbestrebungen der Sozialliberalen: „In den letzten Jahren verstärken sich Tendenzen, die Eingriffe des Staates in Wirtschaft und Gesellschaft auszuweiten.“

Eine Arbeitsgemeinschaft von 60 katholischen Verbänden ließ es sich in der vorletzten Woche auf einer Tagung in Bad Godesberg nicht nehmen, die SPD-FDP-Koalition als Gefahr für die freiheitliche demokratische Ordnung zu



denunzieren: „Diese Ordnung, deren Aufbau unserem Staat innere Sicherheit und Ansehen unter den Völkern verschafft hat, wird zunehmend bedroht.“

Und eine „Christliche Wählerinitiative Menschenwürde“, die sich rühmt, über mehr als 1,3 Millionen Sympathisanten und mehr als 34 000 Förderer zu verfügen, will nur solche Kandidaten unterstützen, die „unser Volk vor dem moralischen Niedergang bewahren“ und sich der „Pornobrutalität“ sowie der Änderung des Paragraphen 218 entgegenstellen. Der Klub firmiert unter der Anschrift der Kölner „Zentralstelle für Sozialethik und Sozialhygiene“ (früher „Volkswartbund“), die im Auftrag der katholischen Bischöfe über deutsche Sitte wacht und richtet.

Auch Axel Springer mag da nicht zurückstehen — zumal sich vor allem die

Christsozialen mit ihrem Engagement für ein bayrisches Privatfernsehen um Verlegerinteressen verdient gemacht haben. Neben unverhüllter CSU-Propaganda im redaktionellen Teil seiner Blätter springt er der Opposition und ihren Tarnorganisationen mit Propaganda-Profis bei. Seine Gesinnungshilfen, der frühere „Revue“-Chefredakteur Ewald Struwe und der ehemalige NS-Diplomat Paul K. Schmidt (Autoren-pseudonym: Paul Carell), sollen mit Anzeigentexten und Wahlempfehlungen aushelfen.

Die Sozialdemokraten finden allenfalls Beistand bei ihren traditionellen Bundesgenossen, den Gewerkschaften. SPD-Mitglied und DGB-Chef Heinz Oskar Vetter versprach: „Solange die SPD eine Partei der Freude am Leben, der Lebensfreude ist, so lange wird sie auch die Partei des Deutschen Gewerkschafts-Bundes sein.“

Und Karl Hauenschild, Vorsitzender der IG Chemie, Papier, Keramik, lobte in Barzels Gegenwart öffentlich den Spitzengonossen: „Wir sehen in dem Träger des Friedensnobelpreises Willy Brandt den Verfechter einer Politik, die von den Gewerkschaften auf vielen ihrer Kongresse immer wieder gefordert wurde.“

SPD-Präside Georg Leber: „Es ist eine große Hilfe, daß eine so große und mächtige Bewegung wie der DGB in der Nähe der Regierung ist.“ Allzu deutlich darf die Nähe freilich nicht werden. Obgleich nach einer Infratest-Umfrage drei von vier Gewerkschaftern potentielle SPD-Wähler sind, plädieren 80 Prozent der Mitglieder für neutrales Verhalten ihrer Organisation im Bonner Wahlkampf.

Ärger als die erzwungene Zurückhaltung des mächtigen Bundesgenossen ängstigt die Sozialdemokraten der prall gefüllte Wahlkampf-Fonds der Union. Sie rechnen damit, daß der Union Spendengelder aus unkontrollierbaren Quellen zusätzlich zu ihren offiziell deklarierten 50 Millionen „knüppeldick in den Kreisverbänden zufließen werden“ (SPD-Bundesgeschäftsführer Holger Börner).

Genossen-Tips in der „Bild“-Zeitung.

Schon im baden-württembergischen Wahlkampf überschütteten die Partei Christen die Zeitungsläser mit einer Anzeigenflut. Während sich auf dem Höhepunkt des Wahlkampfes nach Rechnung der SPD die Genossen mit Anzeigen für 735 000 Mark beschieden, klotzten die Christdemokraten mit 2,4 Millionen.

SPD-Wahlstrategie Albrecht Müller fürchtet, das Beispiel aus Deutsch-Südwest werde beim Kampf um Bonn Schule machen: „Auf drei Werbeimpulse der



CDU-Mäzen Eckes, Arbeitgeberanzeige: „Besser, wir zahlen jetzt“

Anzeige 11

Alle leben von der Leistung!

Eine „Inzel der Stabilität“ — so nannte man die Bundesrepublik hoch vor wenigen Jahren. Und jetzt? 5,4% Preissteigerung im 1. Halbjahr 1972. Preissteigerung in den letzten drei Jahren: 14,2%. So darf es nicht weitergehen! Denn

Inflation ist wie Rauschgift

Wer sich daran gewöhnt, kommt nur schwer davon los. Darum müssen wir die Inflation so ernst nehmen wie sie ist!

im Wetter lunge Fosbury

CDU kommt allenfalls einer von uns. Die geben mindestens 100 Millionen aus."

Noch bescheidener als die SPD ist freilich die FDP dran. Die Liberalen, die noch 1969 kräftige Finanzspritzen der Industrie erhalten hatten, stoßen bei Deutschlands Unternehmern auf geringes Interesse, seitdem sie sich auf das Bündnis mit den Sozialdemokraten festgelegt haben. Otto Graf Lambsdorff, FDP-Schatzmeister in Nordrhein-Westfalen, holte sich selbst bei sonst zuverlässigen Spendern in diesem Jahr vor allem Körbe.

Da bei der SPD Gaben aus der Wirtschaft ohnehin nicht zu erwarten sind, baut die Baracke auf Geld und gute Taten ihrer etwa 870 000 Mitglieder. In dem vertraulichen Funktionärsbrief „Intern“ werden die Kader zu besonderem Fleiß angespornt, „um sich gegen das große Geld der Konservativen durchzusetzen“. Dabei — so „Intern“ — werden „auch ungewöhnliche Wege“ beschritten: Kleinanzeigen in Springers „Bild“-Zeitung, der Münchner „Abendzeitung“, dem Kölner „Express“ und der Hamburger „Morgenpost“ sollen Mitglieder und Sympathisanten der Sozialdemokraten regelmäßig mit SPD-Argumenten versorgen und über Reformleistungen der Sozialliberalen und Wahlkampfleistungen der Opposition aufklären.

SPD-Müller: „Das ist das einzige Kommunikationsmittel, mit dem wir alle Mitglieder binnen eines Tages erreichen.“

Aber auch die CDU/CSU will ihre Basis aktivieren. In einer vertraulichen Wahlkampf-Information rief Konrad Kraske seine Wahlhelfer auf: „Mobilisieren Sie die Partei.“ Er offerierte jedem Landes- und Kreisverband Werbepakete mit Mustern von Plakaten, Kandidatenprospekten und Visitenkarten, Kunststoff-Tragetaschen für den Wahlkampf an der Haustür und Selbstklebefolien für Kraftfahrzeuge. Ende letzter Woche gingen die ersten acht Argumentationskarten in Postkartengröße heraus, die Redner und Kandidaten mit Juso-Zitaten und Stichworten über Radikalismus und Verbrechensbekämpfung munitionieren.

Gelb-blaue Kleidung für die Damen der FDP.

Clou der Kraske-Offerte: Unter der Rufnummer Bonn 20 23 47 können ratlose Parteifreunde, die beispielsweise in einer Diskussion in Bedrängnis geraten, rasch Auskünfte und Argumente abrufen.

Um in der Materialschlacht zwischen Sozialdemokraten und Unionschristen nicht unterzugehen, warnte FDP-Generalsekretär Flach: „Wir müssen aufpassen, daß wir zwischen den Blöcken nicht zerrieben werden.“



Die von der Parteizentrale als Werbeberater engagierte Düsseldorfer Agentur Baums, Mang und Zimmermann formulierte die Konsequenz: „Die FDP muß ihre Funktion als Partei plausibel machen, nämlich als Korrektiv zwischen den beiden Machtblöcken SPD und CDU/CSU.“

Nach dem Rat der Düsseldorfer soll sich die FDP ferner mit einer zugleich auffälligen und zurückhaltenden Farbkombination gelb-blau vom Orange der SPD und dem Kardinalrot der CDU abheben.

Die Veranstaltungsdekorationen, Wahlkampf-Fahrzeuge, Straßenstände und alle Drucksachen sollen als Rhapsodie in Gelb-Blau aufgemacht werden. Karl-Hermann Flach will attraktive Parteidamen so weit bringen, sich in den FDP-Farben zu kleiden. Flach: „Ein bißchen Schnick-Schnack muß sein.“

Um bei möglichst allen Kunden seriös zu wirken, meiden die Liberalen ein allzu forsches Image. Statt des von der Agentur vorgeschlagenen Hauptslogans „Fortschritt ohne Seitensprung“ wählen die Partei-Oberen das Motto „Vorfahrt für Vernunft“. Flachs Begründung: Konservative Freunde fänden Seitensprung „zu flapsig“, auch wenn

für Liberale ein Seitensprung „was eher Angenehmes“ sei.

Wichtiger denn je ist für alle Parteien jenes Drittel der Stimmberechtigten, das nach dem Urteil der Demoskopien über das Schicksal der Koalition entscheiden wird: Wechselwähler und Jungwähler.

Die älteste Partei ist Favorit bei Teenagern und Twens.

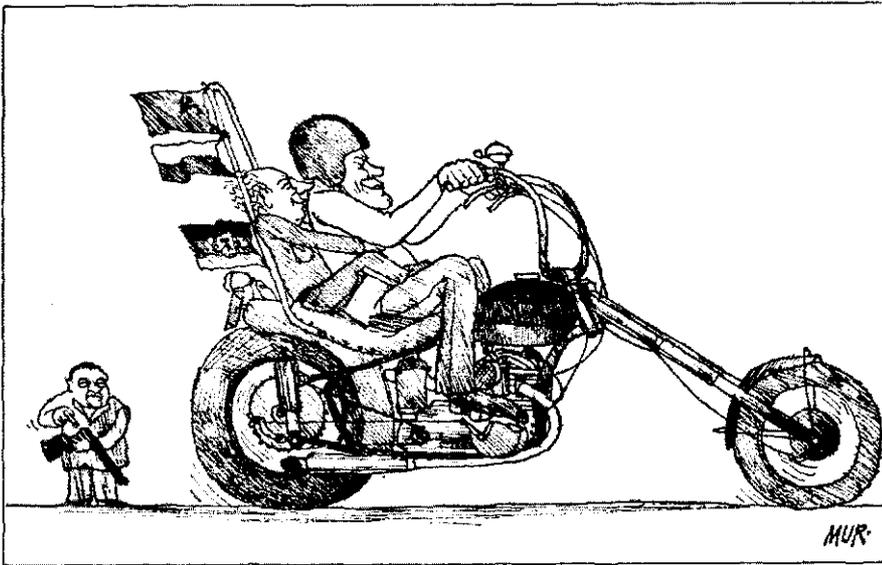
Zwanzig Prozent, so errechnete Meinungsforscher Horst Schmelzer vom Wema-Institut, sind zwei Monate vor der Bundestagswahl noch unentschlossen, ob sie diesmal so stimmen werden wie 1969. Diese „Verfügungsmasse“ (Schmelzer) gehört zu keiner bestimmten soziologischen Schicht. Typisch für sie ist, daß ihnen traditionelle und anerzogene Parteibindungen nichts mehr gelten. Professor Werner Kaltefleiter vom CDU-nahen Konrad-Adenauer-Institut: „Zu den potentiellen Wechseln gehört jene streng katholisch erzogene Frau, die einen Gewerkschaftsfunktionär heiratet, ebenso wie der ehemals klassenbewußte Arbeiter, der sich ein Häuschen gebaut hat und verbürgerlicht ist.“ Und Kaltefleiter-Mitarbeiter Günter Radtke glaubt einen „parteilichen Säkularisierungsprozeß zu erkennen“.

Überdurchschnittlich hoch ist laut Infratest die Bereitschaft zum Wechsel bei Wahlberechtigten, die befürchten, daß ihre eigene wirtschaftliche Lage in einem Jahr schlechter sein wird als heute, und bei Bundesbürgern, die ein besonders pessimistisches Urteil über die künftige wirtschaftliche Entwicklung haben. Weiteres Merkmal: Wechselwähler weisen „einen besseren Informationsstand über Politik“ (Politologe Max Kaase) auf.

Die Zahl der Jungwähler ist im Vergleich zu früheren Wahljahren mit zwölf Prozent der Stimmberechtigten besonders hoch. Denn zum erstenmal



FDP-Wahlmanager Flach: „Ein bißchen Schnick-Schnack muß sein“



Süddeutsche Zeitung

„Eastern-Rider“-Karikatur: Für die Generation der Easy Riders ein Poster der SPD

wählen in der gesamten Republik die 18- bis 21jährigen mit.

Die Jungwähler wollen die Freidemokraten der Konkurrenz von SPD und CDU/CSU fast kampflös überlassen. Die Arrivierten-Partei FDP — mehr als die Hälfte ihrer Mitglieder verfügt über ein Nettoeinkommen von über 1500 Mark — hat bei den letzten Landtagswahlen erkennen müssen, daß sie bei Lehrlingen, Studenten und Schülern nur wenige Fans hat.

Favorit bei Teenagern und Twens ist Deutschlands älteste Partei, die SPD. Von jenen Erstwähler-Jahrgängen sympathisieren nach einem Infratest-Gutachten aus dem vergangenen Jahr 52 Prozent mit der SPD, 43 Prozent mit der CDU/CSU und nur vier Prozent mit der FDP.

„Die Hoffnung der SPD sind alte Frauen.“

Doch auch die Sozialdemokraten dürfen sich durchschlagender Sympathien des Jungvolks nicht sicher sein. Bei den letzten Landtagswahlen gingen nur etwa zwei Drittel der Erstwähler (Wählerdurchschnitt: 80 Prozent) zur Urne.

Um das schlummernde Potential zu wecken, haben sich Sozial- und Christdemokraten ein kesses Jugendprogramm ausgedacht. Die SPD ließ sich, inspiriert von ihrer Werbeagentur Are, einen „Wahl-Count-Down“ einfallen, der auf den jugendlichen Cliques-Trieb baut. Nach dem Motto „Wählen ist schick“ sollen die Teens und Twens am Wahlsonntag zwischen 16 und 18 Uhr, zwischen Kino und Diskothek, einmal Willy wählen. In hoher Auflage streut die SPD-Baracke zudem ein Poster unter die Easy-Rider-Generation, das Kanzler Brandt liebevoll als „Eastern Rider“ karikiert.

Die Union will die Junioren vor allem im Kino keilen. Bei einer Medienanalyse entdeckten die Unionsplaner, daß die 18- bis 29jährigen häufiger als andere sich im Filmtheater ein paar schöne Stunden machen. Sie stellen 54 Prozent aller Lichtspielbesucher.

In Werbefilmen möchte sich die ältere CDU auf jugendlich schminken. So darf ein Erstwähler beispielsweise Rainer Barzel fragen: „Herr Barzel, warum sind Sie eigentlich immer so glatt?“ Die Antwort haben die CDU-Agenturen noch nicht parat. Sie wissen nur: Sie soll „schlagfertig und sympathisch zugleich sein“.

Auch bei den weiblichen Wählern, deren sich die CDU bislang sicher wähnte, muß die Union nun bangen. CDU-Schatzmeister Walther Leisler Kiep: „Wir müssen die Frauen halten.“ Politologe Horst Becker von Infratest gibt Kiep recht: „Die große Hoffnung der SPD sind alte Frauen.“

Bestärkt in ihrer Hoffnung wurde die SPD durch die baden-württembergische Landtagswahl Ende April. In

SCHILLER, SCHMIDT ODER STRAUSS?

DER SPIEGEL

Auf die Frage: „Wird Helmut Schmidt als Wirtschafts- und Finanzminister seine Sache schlechter, genauso oder besser machen als Schiller?“, antworteten (in Prozent):

schlechter	31
genauso	54
besser	13

Auf die Frage: „Wer würde die Preise besser in den Griff bekommen: Helmut Schmidt oder Franz Josef Strauß?“, antworteten (in Prozent):

SCHMIDT	34
STRAUSS	43
beide gleich	22

DER SPIEGEL

Stuttgart etwa stimmten von den über 60jährigen Frauen 40,7 Prozent für die SPD gegenüber 25,8 Prozent 1968.

Die CDU setzt auf Facharbeiter.

Bangen hingegen müssen die Sozialdemokraten um jene Bürger, die 1969 Karl Schiller zuliebe erstmals SPD gewählt hatten. Noch immer ist der Minister außer Diensten einer der bekanntesten deutschen Politiker — laut SPIEGEL-Umfrage kennen ihn 98,4 Prozent der erwachsenen Bundesbürger —, sein Sachverstand ist unbestritten und seine Leistung unzweifelhaft. Überdies droht der SPD ein CDU-Einbruch bei jenen, deren Klassenbewußtsein beim Aufstieg zur gutbezahlten Fachkraft verdrängt wurde.

So mutmaßt der Kölner Wahlsoziologe Erwin K. Scheuch: „Diesmal kann die CDU der SPD bei den Facharbeitern Stimmen wegnehmen.“

Um jene SPD-Wähler zurückzugewinnen, die sich 1969 wegen der ausgelobten Reformen zu Willy Brandt bekannt hatten, will auch die Union diesmal ein zages Fortschrittsversprechen wagen. Mit dem Slogan „Vernünftige Reformen“ will sich die Staatspartei a. D. als maßvoll progressiv gerieren: Kaum hatte die SPD ein Konzept gegen Bodenspekulation vorgelegt, klappete die CDU/CSU mit einem eilig zusammengeschriebenen Konkurrenzpapier nach. Kaum hatten die Sozialdemokraten ihre gesundheitspolitischen Leitsätze veröffentlicht, erinnerte sich die CDU ebenfalls der Kranken.

Aushängeschild dieses Reformschwanks ist Hans Katzer, Barzels Schattenarbeitsminister und Vorsitzender der christdemokratischen Sozialausschüsse, der sich in der letzten Woche im Deutschen Bundestag als Glücksspender deutscher Rentner präsentieren durfte. Mit seinem frisch aufpolierten Reform-Image soll der CDU-Linke seinem sozialdemokratischen Gegenpart Walter Arendt Konkurrenz machen.

Seine Star-Rolle ist befristet. Sollte die Union die Macht zurückgewinnen, dann wird ein anderer Katzer gebraucht. Gemeinsam mit den Sozialausschüssen, so prophezeit CDU-Schatzmeister Walther Leisler Kiep, muß der Sozialminister in spe „den Arbeitern klarmachen, daß sie den Reformgürtel enger schnallen müssen“.

Selbst in der Ost- und Deutschlandpolitik mochte die Christenunion nicht länger zurückstehen. Nach einem anfänglichen absoluten Nein bei der Ratifizierung der Ostverträge ließ sie in der letzten Woche den innerdeutschen Verkehrsvertrag passieren.

Doch auch die Koalition paßte sich elastisch dort an, wo sie eine eindeutige

„Die CDU - Partei der Unsterblichen“

Wähler-Analyse (1): Der katholische Kirchgänger

Katholische Kirchgänger halten Rainer Barzel für stärker, zuverlässiger, klarer, aktiver, offener, vertrauenswürdiger, beweglicher, aufrichtiger, entscheidungsfreudiger und stetiger, als andere Deutsche es tun. Und hinsichtlich jeder dieser Eigenschaften übertrifft er nach ihrer Ansicht Willy Brandt.

Zahlen-Beispiel: Nur 48 Prozent aller Wähler in der Bundesrepublik, aber 64 Prozent der katholischen Kirchgänger meinen, Barzel sei „aufrichtig“. Umgekehrt sind 30 Prozent der Wähler insgesamt, aber nur 18 Prozent der katholischen Kirchgänger der Ansicht, er sei „unaufrichtig“.

Ob sich bei der Bundestagswahl 1972 Deutschlands Katholiken für Brandt oder für Barzel entscheiden werden, beschäftigt die Spitzen ihrer Kirche und der Parteien bereits seit Wochen. Lange bevor der Bischofskonferenz am vergangenen Wochenende der Entwurf eines Wahl-Hirtenbriefs vorlag, beschäftigte der etwaige kirchenamtliche Eingriff in den Wahlkampf die Öffentlichkeit.

Die Gruppe, um die es geht, wird freilich für viel größer gehalten, als sie in Wirklichkeit ist. Die meisten Katholiken stehen ihrer Kirche so fern, daß auch die Wahlhilfe für die CDU sie gleichgültig läßt. Allenfalls geht es um jene Katholiken, die noch „einmal in der Woche“ oder „wenigstens einmal im Monat“ in die Kirche gehen. Diese Gruppe der Kirchgänger ließ der SPIEGEL im Rahmen einer Wähler-Analyse vom Offenbacher Marplan-Institut näher untersuchen.

„Kirchlich sein, heißt CDU wählen“, urteilt der Soziologe Professor Gerhard Schmidchen (Universität Zürich) über die Haltung frommer Katholiken in der Bundesrepublik. Die Marplan-Untersuchung belegt, was oft vermutet wurde: Unter katholischen Kirchgängern hat die CDU eine kompakte Mehrheit von Anhängern, die mehr als zwei Drittel ausmacht.

Auf die Frage, wer der bessere Kanzler wäre, entschieden sich weit mehr Kirchgänger für Barzel (46 Prozent) als für Brandt (34 Prozent). Der Rest hält beide für gleich geeignet.

Auch bei nahezu jeder der 43 Einzelfragen, die bei der Marplan-Untersuchung gestellt wurden, heben sich die katholischen Kirchgänger von der Wähler-Gesamtheit durch größere Nähe zur CDU ab.

Das wurde besonders deutlich, als Eigenschaften aufgezählt wurden und gesagt werden sollte, auf welche Parteien sie zutreffen.

Alle negativen Kennzeichen schrieb die Mehrheit der kirchentreuen Katholiken der SPD zu: In ihr gebe es „keine einheitliche Meinung“, sie sei „gegenüber früher schlechter geworden“, „sie mache zuviel Experimente“ und grenze sich nicht genug gegenüber Radikalen ab.

Alle positiven Merkmale hingegen hielt sie der CDU zugute: Sie habe ein „klares politisches Konzept“ und „die richtigen Männer“, sei „vertrauenswürdig“ und packe „Reformen vernünftig an“.

Aber ganz so schwarz wie die Nacht ist die politische Einstellung selbst dieser Wählergruppe nicht mehr. Über die Ostpolitik sind die Ansichten immerhin geteilt. Für die Anerkennung der DDR und der Oder-Neiße-Grenze finden sich sogar schon Mehrheiten.

Und der rigorose Abtreibungs-Gegner Kardinal Höffner, der SPD und FDP bei einer Reform des Paragraphen 218 für nicht mehr wählbar erklärte, kann in dieser Frage selbst unter den Kirchgängern nur noch auf eine knappe Mehrheit rechnen. 52 Prozent sind dagegen, aber immerhin 46 Prozent dafür, daß „der Paragraph 218 geändert und die Schwangerschaftsunterbrechung erleichtert“ wird.

Die Chancen der SPD und FDP, auf den trotz solcher Abweichungen vom Kirchenkurs noch festgefügt Christen-Block über ihre derzeitigen Anhänger hinaus Einfluß zu gewinnen, dürften gering sein, obwohl die Kirchgänger der Werbung der Parteien mehr Bedeutung beimessen als andere Wähler. Aber auch das politische Gespräch mit Verwandten und Bekannten halten sie für wichtiger. Und auf dem Weg über dieses katholische Milieu finden erfahrungsgemäß auch die Wahlhilfen der Kirche ihren Weg.

Schmidchen entdeckte zusätzlich zu der Korrelation zwischen Kirchgänger an jedem Sonntag und dem CDU-Kreuz am jeweiligen Wahltag einen Zusammenhang zwischen dem Glauben an die Unsterblichkeit und dem Vertrauen in die CDU. Oder umgekehrt: Wer meint, mit dem Tode sei es zu Ende, tendiert zur SPD.

Schmidchen: „Die CDU ist die Partei der Unsterblichen, die SPD die Partei der Sterblichen.“

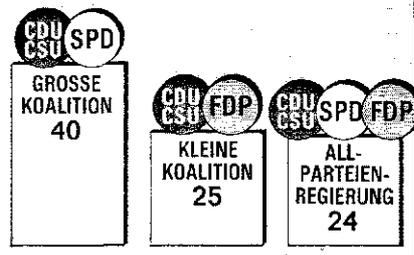
Mehrheitsmeinung des Wahlvolks vermutete. So zeigten sich SPD und FDP gar nicht pingelig und spielten sich als die wachsamsten Hüter von Sicherheit und Ordnung auf. Kaum war die Baader/Meinhof-Gruppe hinter Schloß und Riegel, peitschte Innenminister Hans-Dietrich Genscher im Parlament ein antiliberales „Sicherheitspaket“ durch.

Und bei verunsicherten Altwählern und Frauen wollen die Regierenden mit drastischen Law-and-order-Slogans Vertrauen erwecken. SPD-Börner letzte Woche: „In puncto innere Sicherheit haben wir mehr zu bieten, als diese CDU fordert.“ Und nach dem Attentat von München verfiel selbst Bundeskanzler Brandt in ungewohntes Vokabular: „Jeder soll wissen, daß der freiheitliche Sozialstaat kein Nachwächterstaat ist, sondern daß er über die Härte verfügt, die von ihm gefordert wird.“

Regional sind die Schwerpunkte des Wahlkampfes bereits festgelegt. „Überdurchschnittlich hoch“, so fanden die Meinungsbefrager von Infratest heraus, sei in Nordrhein-Westfalen die Zahl der

WER MIT WEM BEI NEUEM PATT?

Auf die Frage: „Wenn nach den Bundestagswahlen weder die heutigen Regierungsparteien SPD und FDP noch die Oppositionsparteien CDU und CSU im Bundestag die Mehrheit haben, wer soll dann mit wem zusammengehen?“, antworteten (in Prozent):



SPD-Anhänger, die mit der CDU sympathisieren.

Konsequent ließen sich die Christdemokraten von ihren Agenturen Hege- mann und Team eine Spezial-Kampagne für „ausgewählte Wahlkreise“ im industriellen Ballungsgebiet entwerfen. In einer „Zielgruppendifferenzwerbung“ will sich die Unternehmer-Partei bei Arbeitern und Arbeiterinnen mit rund 700 000 Postwurfsendungen beliebt machen.

Für Unternehmer-Freund Barzel konzipierte die Team-Agentur Tele-spots, mit denen er sich, „umgeben von echten glaubwürdigen Typen, die zum Teil Dialekt sprechen, als Arbeiter-Kumpel“ darstellen soll.

Die SPD hofft auf Bayern, weil sie dort zum erstenmal in Hans-Jochen Vogel einen zugkräftigen Spitzen-Kandidaten präsentieren kann. Der Oberbürgermeister a. D. machte den Freuden Mut auf einen bescheidenen Bayern-Boom: „Es kann nur zu einer



FDP-Chef Scheel, Scheel-Photograph, Scheel-Plakat: „So schön, so charaktervoll“

Stabilisierung in Bonn kommen, wenn wir in Bayern den Abstand kürzen.“

Die Chancen stehen in der sozialdemokratischen Diaspora (8,1 Prozent unter Bundesdurchschnitt bei der Wahl 1969) nicht schlecht. Denn im Sommer gelang es SPD und FDP, mehr als eine Million bayrischer Bürger zu aktivieren, die sich im „Volksbegehren Rundfunkfreiheit“ gegen die CSU entschieden. Vogel wertete diese „Koalition der Vernunft als gelungenen Test für die Bundestagswahl“. Selbst die CSU, die bei der letzten Bundestagswahl 9,5 Prozent der Stimmen erhielt, rechnet mit Einbußen bis zu vier Prozent.

Doch so erbittert der Ansturm der Parteien auf bislang uneinnehmbar scheinende Wahlfestungen (Sörgel: „Die Ränder der sicheren Bastionen bröckeln ab“) geführt werden mag, zumindest die Sozialdemokraten verlassen sich letztlich nach alter CDU-Tradition lieber auf ihren Kanzler. Millionenfach soll Willy Brandt den westdeutschen Wahlbürgern ins Auge schauen.

„Dann geht jedes Sachthema unter.“

Bei der Auswahl des attraktivsten Brandt-Bildes für die SPD-Plakate entschieden sich Börner und seine Helfer für ein jugendlich-dynamisches Farbphoto.

Die Pose des Staatsmanns und Friedenskanzlers soll Brandt in der Fernsehwerbung kultivieren. Unter Anleitung des renommierten Show-Regisseurs und SPD-Sympathisanten Michael Pfléghar, der für die Sozialdemokraten zehn TV-Spots von je zweieinhalb Minuten Dauer inszeniert, wird der Regierungschef abgewogen und erhaben

über allem Parteienstreit seine Statements abgeben.

Der heiklen Konfrontation mit dem angesehenen Regierungschef wird der unbeliebte Rainer Barzel nicht ausweichen. Nachdem die SPD sich auf den Personenkult um Willy Brandt konzentriert, will nun auch die CDU ihren Anführer allein präsentieren, statt ihn — wie zunächst geplant — in einer Regierungsmannschaft zu verstecken.

Barzel soll den Typ des erfolgreichen Managers darstellen, der weiß, was seine Wähler wollen. Denn der Oppositionsführer, so erkannte CDU-Politologe Werner Kaltefleiter, „signalisiert den Bürgern eine konkrete Leistungserwartung“.

Damit der Manager-Darsteller nicht allzu erfolgreich agieren kann, will ihm

die Koalition einen ständigen Begleiter zugesellen. Nach den Plänen von SPD und FDP werden nicht nur Kanzler Brandt und Vizekanzler Scheel, sondern auch der Kanzlerkandidat samt seinem bayrischen Direktor auf Koalitionskosten abgebildet werden: Franz Josef Strauß ist die Aufgabe zugeordnet, mit seinem schlechten Image Rainer Barzel in der Wählergunst noch weiter nach unten zu ziehen. Dazu erfand die SPD den Slogan: „Wer CDU wählt, wählt Strauß.“

Und das FDP-nahe Institut für politische Planung und Kybernetik (IPK) schlug den Liberalen vor, Strauß und Scheel als „die alles entscheidenden Männer“ gegenüberzustellen: „Walter Scheel ist der Weichensteller für die Koalition, Franz Josef Strauß ist der Weichensteller der Union.“

Die überregionale Plakatwerbung freilich wird der FDP-Chef nach dem Rat seiner Werber mit einem Solo bestreiten. Der eigens aus Paris eingeflogene Modephotograph Jeanloup Sieff bekam den Auftrag, Scheels lichtiges Haupt publikumswirksam abzulichten. Ein Scheel-Mitarbeiter schwärmte: „So schön, wie Sie ihn noch nie gesehen haben, so charaktervoll.“

Ein schöner Scheel, ein väterlicher Brandt und ein dynamischer Barzel sollen den Wähler vergessen lassen, daß die Konkurrenten um seine Gunst nicht in Top-Form sind. SPD-Geschäftsführer Börner macht sich selber froh: „Die Leute haben nach dem konstruktiven Mißtrauensvotum alle für Willy gestanden. Eine ähnliche Situation wird es in den nächsten Wochen wieder geben.“

Und FDP-Generalsekretär Flach ist sicher: „Wir gewinnen, wenn den Leuten klar ist, daß die Alternative Brandt/Scheel oder Barzel/Strauß heißt. Dann geht jedes Sachthema unter.“



Brandt-Plakat
„Alle für Willy gestanden“