

## WAHLKAMPF

## SCHUTZ

## Held nach Maß

(siehe Titelbild)

Präzise 60 Minuten binnen vier Wahlkampfwochen sollte das wirksamste aller Massenmedien, die Television, dem SPD-Spitzendarsteller Willy Brandt zu Gebote stehen.

Nur elfmal — einmal zehn, zehnmal fünf Minuten lang — hätten Brandts Gesicht und die Verheißungen seiner Partei in den Heimgeräten aufleuchten dürfen.

Mehr hatten die überparteilichen Fernsehverwalter der SPD wegen des Parteienproporz nicht zugestanden. Und schlimmer noch: Um ihrer bedrängten Neutralität willen hatten sie gelobt, außerhalb jener Spezial-Sendereihe „Die Parteien haben das Wort“ nichts auszustrahlen, was nach Propaganda aussehen könnte.

Da zog Zonendiktator Ulbricht seinen Stacheldraht quer durch Berlin. Und schon in den nächsten acht Tagen, unmittelbar bevor die Flimmerschirme minutenweise für den Wahlkampf freigegeben werden sollten, durfte sich Willy Brandt vor 20 Millionen Zuschauern geschlagene zehn Stunden lang als Fernsehstar produzieren: mal Liebling des Volkes vor dem Schöneberger Rathaus, mal Staatsmann vor dem Forum des Deutschen Bundestags, mal Intimus der Amerikaner neben Kennedys Stellvertreter Johnson — allemal in einer der Rollen, die das deutsche Publikum heutigentags faszinieren.

Gegenkandidat Konrad Adenauer war derweil vom Glück verlassen; er brachte es in der ersten Berliner Krisenwoche auf zwei Fernsehstunden, eingerechnet einen rührenden Matscheiben-Dialog mit seinem Außenamts-Bürovorsteher Brentano.

Die ansonsten ehrerbietige „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ spottete dreist: „Jemand, der diesem Zwiegespräch mit an der Bühne geschultem Auge zusah, hat gemeint, dergleichen käme dem absurden Theater nach der Art Ionescos nahe.“

Die Hamburger „Welt“ umschrieb den Wahlkampf-Effekt des Berliner Krisen-Fernsehens: „Millionen von Zuschauern ... haben nicht nur in das harte Gesicht der Wirklichkeit, sondern auch in die Augen jener blicken können, die dieser Wirklichkeit verantwortlich begegnen müssen. Dieser Blick hat einige größer werden lassen als bisher und einige kleiner. Der Bildschirm hat sich ... als Mittel der politischen Auselese erwiesen.“

Selbst ein enragiertes Kanzlerblatt, die „Deutsche Zeitung“ in Köln, bestätigte solche Erkenntnisse: „Es ist wahr — die vergangenen ... Tage sind in der Wahlkampfrechnung bei der SPD zu Buche geschlagen. Die CDU ist, zum erstenmal in diesem Wahlkampf und gefährlich nahe vor dem Wahltermin am 17. September, in der Defensive.“

Als den zentralen Aktivposten der SPD verzeichnete das Kölner Blatt in seiner Zwischenbilanz die Kanzler-Kandidatur Brandts: „Die Wahlkampfplaner

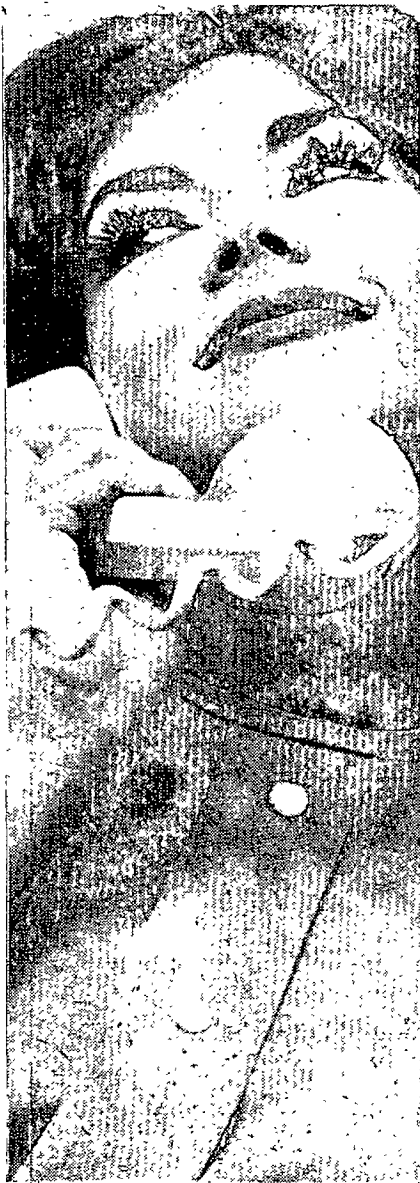


der Sozialdemokraten müßten Stümper sein, wenn sie nicht von vornherein einkalkuliert hätten, daß die von Chruschtschow verheißene Berlin-Krise ihrem Kandidaten hervorragende Publizität geben würde.“

In Wahrheit jedoch hatten die SPD-Planer noch viel schlauer sein wollen, als die „Deutsche Zeitung“ argwöhnte.

Die Popularität, zu der die sowjetische Pression auf Berlin dem Regierenden Bürgermeister dieser Stadt schon seit dem November 1958 immer wieder verhilft, war zwar der Ausgangspunkt aller sozialdemokratischen Wahlstrategie gewesen.

Aber je näher der eigentliche Wahlkampf rückte, desto deutlicher glaubten die Manager der SPD einen Schatten zu erkennen, den das Berliner Dekor auf ihren Kanzler-Kandidaten warf: Der westdeutsche Einheitskonsument, um jeden Preis zugleich auf Kaufen, Genießen und Sicherheit erpicht, verbindet mit dem Gedanken an Berlin — so sahen es die sozialwissenschaftlich versierten Ratgeber — die Furcht vor jedweder Krise und überträgt sein Unbehagen auf den Berliner Bürgermeister, den „Krisen-Willy“.



Ein Auto mieten - wo immer Sie sind

**HERTZ**

Einfach telefonisch bestellen!

**HERTZ**

Moderne, gepflegte Wagen

**HERTZ**

Jetzt können Sie überall in Europa einen HERTZ-Wagen mieten. HERTZ führt nur die besten Automobile. HERTZ bedient Sie zuverlässig, schnell und zu angenehmen Bedingungen. Beratung und Reservierung durch Ihr HERTZ-Büro (Frankfurt, Tel. 72 49 21; Hamburg, Tel. 34 49 66; München, Tel. 55 26 31 und in neun weiteren Städten der Bundesrepublik).

AUTOVERMIETUNG  
**HERTZ**  
RENT A CAR

der Welt größte Mietwagen-Organisation  
Wagen für Selbstfahrer • Wagen mit Chauffeur



Wahlkämpfer Brandt, Wahlhelfer Schütz auf Tournee: Heil ist besser als Hoch und Hurra

Eisern entschlossen, den Wahlkampf diesmal wider alle Parteitradition ausschließlich an den Sorgen und Wünschen des Verbrauchers zu orientieren, sannnen die Sozialdemokraten, wie sie die landläufige Berlin-Sentimentalität des westdeutschen Wahlvolks auch fernerhin zu Brandts Nutz und Frommen hätscheln könnten, ohne jedoch die Wähler durch Berliner Krisengeruch abzuschrecken.

Ihr Spitzenreiter Brandt, der erst durch das Berliner Wetterleuchten weit hin sichtbar geworden war, sollte künftig in freundlicherem Licht nicht weniger bedeutend aussehen.

Das Rezept, nach dem sich diese Spaltung Brandts vollziehen sollte, lieferte ein noch jüngerer Genosse, der sich zeit seines erst kurzen politischen Lebens kaum mit Ideologien und Gesinnungen, um so mehr mit den Techniken demokratischer Machtergreifung beschäftigt hat: der Bundestagsabgeordnete Klaus Schütz, 34, aus Berlin-Wilmersdorf, Bonner Straße 5.

Schützens Bekenntnis: „Mich interessiert die politische Aktion, die Kleinarbeit im Bundestag liegt mir nicht.“ Sein Blickwinkel: „Ich bin völlig vorurteilsfrei; ich beurteile jeden nur nach der Wirkung, die er heute hat.“

Solche Neigung zur Methodik, nicht zum Inhalt der Politik entwickelte Schütz schon als Student der Geschichte und Germanistik zunächst an der Humboldt-Universität, später an der Freien Universität in Westberlin.

Im August 1949 wechselte er zur Harvard-Universität nach Amerika über; dort hörte er politische Wissenschaften, so bei dem Österreicher Schumpeter, der sich längst — für Schütz sozusagen exemplarisch — vom eifernden Sozialisten zum nüchternen Sozialliberalen fortentwickelt hatte.

Drei Monate lang bummelte Stipendiat Schütz hernach durch die Staaten; vornehmlich bei den amerikanischen Gewerkschaften erforschte er die Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis in der Politik.

Wieder in Berlin, entsagte Schütz, inzwischen 26, seinen ursprünglichen Studienrats-Plänen und verdingte sich als Assistent beim Institut für politische Wissenschaften, einer Gemeinschaftseinrichtung der Freien Universität und der Hochschule für Politik.

Seine Arbeit fand Eingang in drei dicke Wälzer des Instituts, die alle drei die Machtstruktur in der parlamentarischen Demokratie sezieren:

- ▷ „Wahlkampf und Machtverschiebung“, eine Analyse der Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus 1950,
- ▷ „Parteien in der Bundesrepublik“, eine Verfassungsgeschichte Westdeutschlands bis zur Bundestagswahl 1953,
- ▷ „Wähler und Gewählte“, eine Untersuchung der Bundestagswahl 1953.

Zur englischen Ausgabe des Buches „Wahlkampf in Westdeutschland“, einer Arbeit über die Bundestagswahl 1957, steuerte Schütz eine Lokalstudie über Köln bei. Der Buch-Autor, Oxford-Professor Kitzinger, schrieb im Vorwort: „Herr Klaus Schütz stand mir bei Planung und Durchführung mit seiner Kenntnis von Personen und Politik und seinem unparteiischen Rat zur Seite (und) debattierte mit mir bis in Einzelheiten hinein.“

Willy Brandt, 1959 schon auf halbem Wege zur Kanzler-Kandidatur seiner Partei, bediente sich Schützens Liebhaberei und schickte ihn damals als seinen Beobachter nach Großbritannien zu den Unterhauswahlen.

Ein Jahr später flog Schütz nach Amerika zur Kennedy-Nixon-Kam-



## „Mehr die Kraft des Herzens —“

schrieb um 1542 der hervorragende Arzt Valerius Cordus im ersten „amtlichen“ deutschen Arzneibuch über die herzstärkende Wirkung der Melisse im Zusammenklang mit anderen Heilkräutern. Durch jahrhundertelange Erprobung und Weiterentwicklung in klösterlicher Heilpraxis entstand dann der echte Klosterfrau Melissengeist. Was dieses so vielseitig anwendbare und helfende Mittel gerade für die Menschen unserer Zeit bedeutet, können Millionen bezeugen: seine ausgleichende und beruhigende Wirkung bei Herz- und Magenbeschwerden, schlechtem Schlaf, bei Verdauungsstörungen und so vielen anderen Unpäßlichkeiten — die in der Unrast unserer Zeit ihren Ursprung haben — bewährt sich Tag für Tag auf's neue! So vielen Menschen ist er darum schier unentbehrlich geworden und auch Sie sollten ihn stets griffbereit im Hause haben — zum Wohle der ganzen Familie — für die Gesundheit von Kopf, Herz, Magen und Nerven!

**X** Nach Gebrauchsanweisung genommen

dient die reine, unschädliche Naturheilkraft im echten Klosterfrau Melissengeist der Gesundheit der ganzen Familie!



# Klosterfrau

Melissengeist

Erhältlich  
in Apotheken und Drogerien

pagne, nun schon im Auftrag des SPD-Präsidiiums, das sich zu diesem Zeitpunkt bereits den Kopf zerbrach, wie man das verschossene Bild der Partei vor den Augen der Wähler hinter dem strahlenden Imago Brandts verstecken und Brandt zugleich aus dem Zusammenhang mit der Berlin-Krise lösen könne\*.

Der politische Polytechniker Schütz brachte den Lösungsvorschlag aus Amerika mit, eine für deutsche Bedürfnisse zurechtretuschierte Kopie der „whistle-stop campaign“ amerikanischer Wahlkämpfer: Brandt müsse sich, so weit seine physische Kraft und die Verkehrsmittel reichten, auf einer Sympathie-Tournee landauf, landab durch die

Schütz — nach eigenen Worten in Amerika „Mayor Brandt's campaign manager“ — mit den Sätzen: „Früher haben wir in leeren Versammlungssälen auf die Wähler gewartet und gesagt, wer nicht kommt, ist ein schlechter Demokrat. Heute kommen wir zu den Wählern, von denen mancher gute Gründe dafür hat, daß er sich abends nicht in eine verräucherte Kneipe setzt.“

Während des Bundestagswahlkampfes 1957 hatten von allen Wählern laut Repräsentativ-Umfrage gerade ein Prozent den SPD-Spitzenkandidaten Ollenhauer persönlich gesehen und gehört. Ollenhauer würde allerdings auch von Propaganda-Einfällen à la Schütz kaum



Polit-Techniker Schütz, Plakatentwurf\*: Jack likes Willy

westdeutschen Provinzen den Wählern vor deren Haustür präsentieren.

Die Partei griff den Plan gierig auf, Brandt startete am 10. Mai seine von Schütz bis ins Detail ausgetüftelte Hetzjagd auf die Wähler zu Lande, zu Wasser und durch die Luft. Und schon Anfang Juli, nach der ersten 22 000-Kilometer-Etappe der beinahe mörderischen „Deutschlandreise Willy Brandt“, belobigte Reisemarschall Schütz seinen Schützling: „Noch nie hat ein einzelner Mann in einem deutschen Wahlkampf so viel geleistet wie Willy.“

Den Unterschied zwischen der alten, sterilen Wahlpropaganda seiner Partei und seiner eigenen Masche definierte

profitiert haben können. Denn nach der verlorenen Wahl 1957 begründeten immerhin 17 Prozent allein der SPD-Wähler das Fiasko ihrer Partei mit Floskeln wie: „Ollenhauer ist nicht so gut wie Adenauer.“

Um den Wahlkampf 1961 wählergerecht zu führen, suchte der SPD-Vorstand zunächst einmal durch diverse Forschungsaufträge, die an sozialwissenschaftliche Institute und demoskopische Unternehmen vergeben wurden, der Wahlvolk-Struktur und den Wähler-Motiven auf die Spur zu kommen. Das Resultat dieser Bemühungen wurde den sogenannten Meinungsträgern der Partei — Ministern, Bundestags- und Landtagsabgeordneten,

\* Imago: Begriff der Psychoanalyse für das zum Leitbild gewordene Bild einer anderen Person.

\* Eine von Schütz verfertigte Plakatmontage, die der SPD-Wahlkampf-Trust verwarf.

Oberbürgermeistern, Landräten und Bezirkssekretären — im Herbst 1960 streng vertraulich eröffnet.

Viel weniger als die Politik übte immer noch die Person Konrad Adenauers — das war durch die Tests ermittelt worden — die stärkste Anziehungskraft auf die schon traditionelle CDU-Wählermehrheit aus. Mehr als 80 Prozent aller Adenauer-Anhänger artikulierten ihre Sympathie für den Kanzler durchaus unpolitisch: „Ich bewundere, daß er noch so rüstig ist.“ „Sein guter Charakter gefällt mir.“ „Er hat verschiedene Dokortitel.“ „Er ist immer so selbstsicher.“

Demgegenüber wußte nur ein schmaler Rest von weniger als 20 Prozent politische Gründe für seine Adenauer-Sympathie anzuführen: „Er führt die Außenpolitik mit starker Hand, ohne sich beirren zu lassen.“ „Er hat einen kolossalen Überblick.“

Alles in allem: Adenauer verkörperte das Leitbild, dessen die Deutschen bedürfen, die erhabene Patriarchengestalt — nicht die des Vaters, mit dem man streiten darf, sondern die des Großvaters, vor dem man nur Respekt haben kann.

Die Meinungskundschafter warnten die Wahlmanipulanten der SPD, wer Adenauer attackiere, verscherze sich Wählersympathien. Beschluß: kein direkter Angriff auf Großvater Adenauer — zumal sich schlechterdings keine politischen Argumente dagegen anboten, daß „der Kanzler immer noch so gerade geht“.

Indirekt aber hatte zu der Zeit, da dieser Befund in den SPD-Konventikeln geschluckt wurde, Berlins Held Willy Brandt den Adenauer-Mythos bereits geschmälert. Schon im April 1960 war Brandt auf der Beliebtheits-Skala der Meinungsforscher auf 2,8 Pluspunkte geklettert, wohingegen Adenauer bei 2,0 Punkten festsaß. Sogar unter erklärten CDU-Wählern rangierte Brandt damals auch vor Wirtschaftswunder-Erhard.

Der zweite Vorsprung verriet noch eindeutiger als der erste, daß die meisten Brandt-Anhänger, nämlich rund 60 Prozent, ihre Sympathie ebenfalls menschlich-unpolitisch motivierten: „Er ist jung und anständig, zugänglich und aufgeschlossen, modern.“ „Einer von uns, mit dem man reden kann.“ „Er kümmert sich um alles.“

Dieses positive Brandt-Bild führte innerhalb der stabilen Oppositionsgruppe gegen Adenauer zur Umgruppierung der Anti-Motive; die Zahl derer, die sich ohnehin gegen Adenauer stellten, weil ihm eben jene Eigenschaften Brandts abgingen, verdoppelte sich: „Er wird langsam zu alt.“ „Er läßt keine andere Meinung gelten.“ „Er will alles selber machen.“

Aber beim festen Anhang des Kanzlers blieb das Konsum-Symbol Adenauer, in dem die Politik depolitisiert ins Menschliche übertragen war, davon unberührt. Der jugendliche Held Brandt vermochte den Großvater Adenauer nicht zu verdrängen.

Es erwies sich vielmehr, daß die deutsche Bürgerseele nur für einen Vater (Großvater) Platz hat. Die Sozialforscher waren auf diesen Umstand schon bei vorausgegangenen Wahlen in den Hansestädten Hamburg und Bremen gestoßen. Dort, wo die SPD-Bürgermeister Brauer und Kaisen auf dem



Reisender Kennedy: Brandts Wahl-Schütz studierte...

Vater-Platz des Wählergemüts saßen, hatte die Mehrheit der Adenauer-Wähler ihre Entscheidung — ganz im Gegensatz zum Bundesdurchschnitt — politisch, nicht menschlich begründet\*.

So standen Held Brandt und Großvater Adenauer im Meinungsspiegel des vergangenen Jahres mehr oder minder ebenbürtig nebeneinander, aber unabhängig voneinander. Die unpolitischen Motive, die den Anhang beider am stärksten bewegten, deckten sich zwar nicht, gaben dieser Konstellation aber dennoch keine politischen Konturen. Im

\* Umgekehrt liebten die Bremer Sozialdemokraten entgegen den Wünschen ihres Bonner Vorstands jetzt nicht nur Brandt-Plakate an die Wände, sondern auch solche, auf denen außer den Photos von Brandt und Kaisen der Slogan steht: „Gut für Bremen — Gut für Deutschland.“

Gegenteil, immerhin zwei Prozent der Anhänger Brandts hielten ihn für einen Christdemokraten.

In den Struktur-Differenzen zwischen beiden Sympathie-Gruppen entdeckten die SPD-Wahlplaner schließlich einen Hinweis für die zweckmäßigste Tendenz ihrer Wahlpropaganda. In der Gruppe der Unentschlossenen, die laut Meinungsumfrage rund acht Millionen Wahlberechtigte umfaßte (Gesamtzahl der Wahlberechtigten: 37,1 Millionen), wurde Brandt mit den höchsten Werten notiert, während Adenauer eben dort zurückgefallen war.

Diese noch unentschiedenen Wähler erkor die SPD zur sogenannten Zielgruppe ihrer Wahlpropaganda.

Was immer von der Partei im Wahlkampf getan, gesagt, geschrieben, im



...den Wahlkampf in den USA: Reisender Nixon

Bild gezeigt werden würde, sollte auf Bedürfnisse, Gefühle, Stimmungen vorzugsweise dieser Gruppe gemünzt sein. Der längst festgefügte Block politischer Gruppierungen, durch Konfession, Herkunft, Erziehung oder Beruf bestimmt, sollte unterdessen so gut wie ignoriert, auf die Propaganda der Gegner — anders als zu Ollenhauers Zeiten — tunlichst nicht reagiert werden.

Derlei verbindliche Entscheidungen traf nach monatelangen Diskussionen die Zentrale Wahlkampfleitung im Bonner Baracken-Quartier. In diesem Kollegium fungierten neben dem Kanzler-Kandidaten Brandt, den drei Parteivorsitzenden Ollenhauer, von Knoerdingen, Wehner und dem Finanzmeister Nau

- ▷ der Verlagskaufmann Karl Anders als technischer Direktor,
- ▷ der frühere DPA-Chefredakteur Fritz Sänger als politischer Berater und
- ▷ Brandts Wahlkampf-Helfer Klaus Schütz als Verbindungsfunktionär zu Brandts Berliner Bastion.

Schütz stand denn auch zugleich dem „Büro Willy Brandt“ in der Berliner Zietenstraße vor, einem Partei-Pendant zur Berliner Senatskanzlei.

Den Bärenanteil an der eigentlichen Arbeit — der Produktion von Entwürfen für Programm, Reden, Slogans, Filme, Fernsehstreifen, Illustrierte, Wandzeitungen, Plakate, Anzeigen und Wählerbriefe — trugen vier Genossen, die weniger öffentlich agierten:

- ▷ Egon Bahr, Berliner Senatspressechef,
- ▷ Heinrich Braune, Chefredakteur der „Hamburger Morgenpost“,
- ▷ Karl Garbe, Redakteur der Parteiliteratur „Klarer Kurs“, „Eilt“, „Bonner Depesche“, und
- ▷ Horst Korber, Berliner Oberregierungsrat, für Wahlkampfzwecke vom Dienst beurlaubt.

Abgesehen von der „Deutschlandreise Willy Brandt“, deren Idee und technischer Vollzug allein auf das Konto des Managers Schütz gingen, bleibt schwer zu sagen, wer aus der buntscheckigen Schar aller mehr oder minder verantwortlichen Planer und Berater den einen oder anderen Werbe-Einfluss hatte. Der Prozeß vom Ursprungsgedanken bis zum gebrauchsfertigen Werbeartikel war fast immer Team-Arbeit.

Brandt selber und sein Adlatus Klaus Schütz waren meistens mit von der Partie. Pressechef Bahr kontrollierte die Film-, Fernseh- und Rundfunk-Propaganda, Chefredakteur Braune die Werbe-Drucksachen, Redakteur Garbe die Sichtwerbung, Oberregierungsrat Korber sammelte die vielfältigen Anregungen, die von draußen kamen, und ordnete sie in einem Entwurf für das Regierungsprogramm.

Ein Stab von sachkundigen Meinungsschnüfflern überwachte die Transmission von Ideen in marktvertraute Symbole, Bilder und Texte. Und die Zentrale Wahlkampfleitung gab die Fertig-Erzeugnisse am Ende zum Gebrauch frei.

Die erste Phase des SPD-Wahlkampfes, die schon Ende November des vergangenen Jahres mit dem Parteitag in Hannover begann, wurde für die Sympathie-Werbung reserviert, im Parteijargon auch „Umarmungs-Strategie“ genannt.



Brandt-Plakat (Erste Phase)  
Jugendlicher Held

Ihr Ziel war es, mit Brandts Renommee, dem Schlagwort „Gemeinsamkeit“ und dem Slogan „Wir sind eine Familie“ die Partei vom Odium der permanenten Opposition zu reinigen und — ein paar Gesteinsschichten tiefer — ihre historisch verhärtete Verteufelung zur quasi-asozialen Mißgestalt der deutschen Verfassungsgeschichte zu durchbrechen.

Brandt: „Unser Volk hat an seiner Geschichte, zu der wir uns bekennen müssen, nicht leicht zu tragen ... Das, was heute Deutschland ausmacht, stammt aus vielen Quellen. Otto von Bismarck und August Bebel, Friedrich Ebert und Gustav Stresemann, Julius Leber und Graf Stauffenberg, Ernst Reuter und Theodor Heuss, sie alle gehören zu diesem Volk ... Wir sind eine Familie. Deshalb muß unser Volk endlich den Frieden mit sich selber machen. Daran möchte ich nach besten Kräften mitwirken.“



Brandt-Plakat (Letzte Phase)  
Erfahrener Staatsmann

Außerdem sollte das „Gemeinsamkeits“-Angebot der SPD deren schwächste Position im Meinungsspiegel verdecken: die Außenpolitik.

Jahre hindurch wurde die Sowjet-Union auf der deutschen Sympathie-Skala konstant mit etwa 3,8 Minuspunkten, Amerika mit etwa 3,6 Pluspunkten notiert. In der gleichen Zeit glaubten 53 Prozent aller Befragten (bei einer Umfrage im September 1960), die CDU werde ein „gutes Verhältnis“ zum beliebten Amerika garantieren, und nur sieben Prozent, die SPD werde das schaffen.

Auf die Frage, welche Partei ein „besseres Verhältnis“ zur unbeliebten Sowjet-Union erreichen werde, entschieden sich hingegen 32 Prozent für die SPD, elf Prozent für die CDU.

Und die Kritik der SPD an Adenauers „Politik der Stärke“ brachte nicht wenige Bürger auf den Verdacht, die Sozialdemokraten wünschten das Gegenteil, nämlich eine „Politik der Schwäche“. Angesichts dieser Misere hielten es die Wahlstrategen der SPD für geraten, die allgemeine Wehrpflicht zu akzeptieren, der Nato redliche Treue zu geloben und im übrigen ihre eigenen nebelhaft-mißverständlichen Vorstellungen von der Außenpolitik pauschal durch die „Gemeinsamkeits“-Offerte zu ersetzen.

Die Wahl-Illustrierte „Davon spricht man in Deutschland“ mit einer Auflage von 6,5 Millionen Exemplaren, die meisten davon für die sogenannte Zielgruppe in Kreiszeitungen eingelegt, präsentierte den „Gemeinsamkeits“-Apostel Willy Brandt auf vielerlei Photos bereits in inniger Gemeinschaft mit Heuss, Lübke, Gerstenmaier, Kardinal Döpfner und Bischof Dibelius.

Mehr als 100 000 Zuschauer sahen in 60 Vorstellungen die Monstre-Revue „Wir sind eine Familie“. Die Firma Telefunken interessierte sich für Klaus-Günter Neumanns Revue-Schlager, der den Titel der Show trug. Telefunken stoppte den Plattenauftrag, nachdem Plakate in Hamburg die Revue „Wir sind eine Familie“ als SPD-Darstellung angekündigt hatten. Auch die Plattenproduktion des Neumann-Schlagers „Wir haben einen Brand“ wurde zurückgestellt.

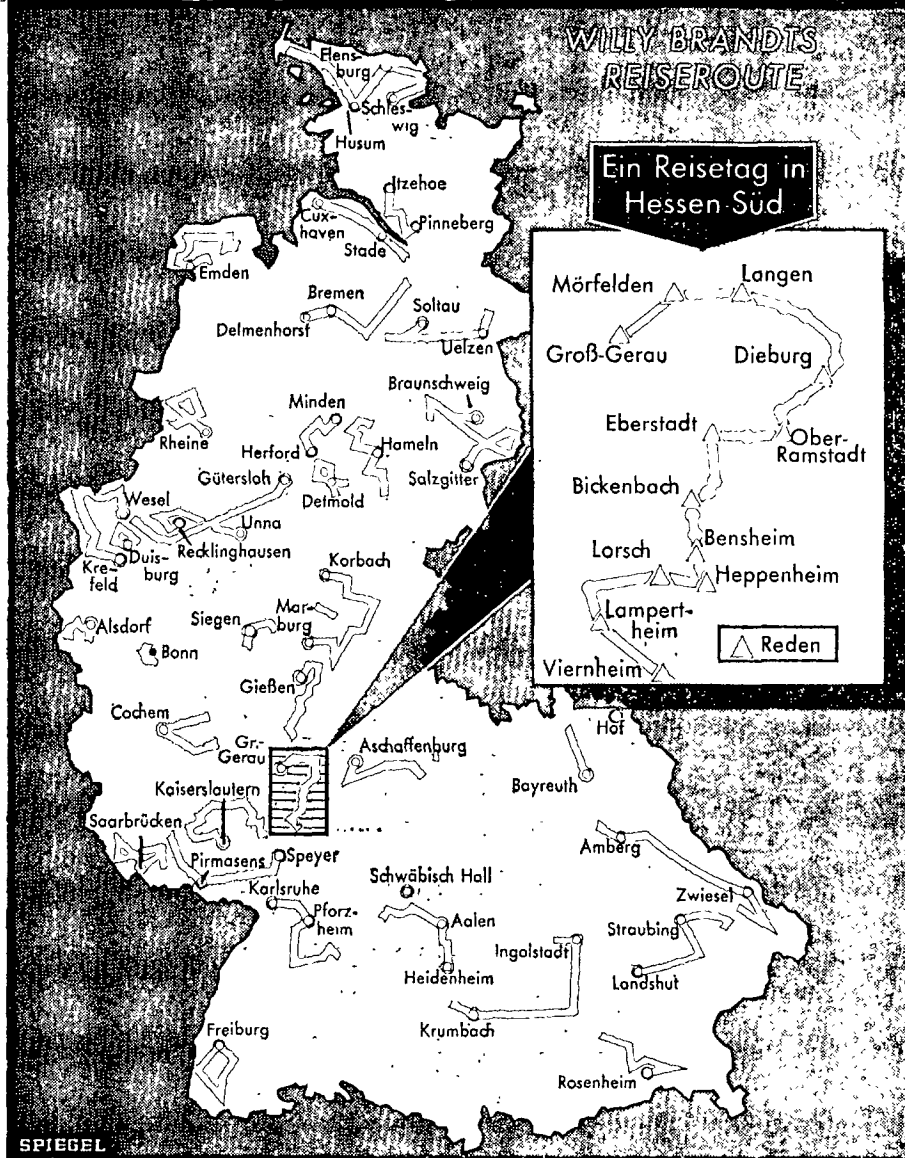
Die „Gemeinsamkeits“-Kampagne der SPD wurde indessen forciert. Die Jungsozialisten schrieben „für junge Graphiker“ den Wettbewerb „Das Wahlplakat 1961“ aus. Gesucht wurde „eine Lösung, die den neuen politischen Stil repräsentiert: Toleranz, Sachlichkeit und gemeinsames Bemühen um die großen nationalen Aufgaben“.

Graphiker und Publikum waren davon angetan. Wettbewerbs-Regisseur Garbe hinterher: „Wir haben mit denkbar geringen Mitteln einen denkbar großen politischen Erfolg erzielt. Die Preise spielten dabei überhaupt keine Rolle.“

Niemand unter den „Umarmungs-Strategen“ der SPD hatte beim Entwurf der „Gemeinsamkeits“-Parole im Ernst geglaubt, die CDU würde zur „Gemeinsamkeit in nationalen Fragen“ neigen können. Aber bei Meinungsumfragen war wiederholt weitaus mehr als die Hälfte aller Antworten für eine große Koalition ausgefallen. Vor diesem Hintergrund spekulierten die Sozialdemokraten auf den Haupteffekt ihrer „Gemeinsamkeits“-Kampagne: Diesmal sollten die Christdemokraten in der

# HETZJAGD NACH DEM WÄHLER

DEUTSCHLAND



übel beleumundeten Schmoll-Ecke der Nein-Sager stehen.

Brandt: „Die Wähler müssen sich am 17. September für die Ja-Sager oder für die Nein-Sager entscheiden.“

Damit nun aber die SPD unversehens als Ja-Sager vor der Öffentlichkeit würde bestehen können, nahm die Bonner Baracke es auf sich, die 28 000 Funktionäre der Partei mit dem „neuen politischen Stil“ vertraut zu machen. Denn weniger der modern ondulierte Parteikurs als die schon seit Jahren fortschreitende Strukturveränderung der Funktionärskader barg das Risiko in sich, daß einerseits die Parteispitze, andererseits die Funktionäre draußen als unglaublich erscheinen könnten.

In alten Zeiten, als Bebel die SPD kommandierte, hatten sich die Funktionäre aus den Tüchtigsten des Proletariats rekrutiert, den Buchdruckern, Steinmetzen, Schmelzern, Gießern oder Drehern. Das Selbstbewußtsein dieser Spitzengruppe aus Industrie und Handwerk hatte der Partei eine ansehnliche Couleur verliehen.

Heutzutage fehlt es den bestqualifizierten Facharbeitern ob der Überstunden an Zeit und zudem an Neigung für Organisationskrämerei. Meistens wählen sie selber zwar noch die SPD; aber

die politische Homogenität ihrer Familien ist vielfach schon versehrt; manche Ehefrauen aus Arbeiterfamilien im Ruhrrevier, die zum traditionellen SPD-Anhang zählen, votierten bei der Bundestagswahl 1957 für die CDU.

In den Funktionsämtern der SPD sitzt mittlerweile die zweite Garnitur der Arbeitswelt, konstitutionell Unzufriedene, die in der Politik zu kompensieren suchen, was ihnen im Beruf mißlungen ist.

Bei diesen Funktionären, denen die Rolle der Opposition wie auf den Leib geschnitten paßt, schien es mit dem „neuen politischen Stil“ ihrer Partei, der Anpassung an die soziale Realität von heute, tatsächlich ein bißchen zu hapern. Für sie installierte der Parteivorstand die „Bonner Depesche“, einen „Staatspolitischen Wochenspiegel“, der sie informiert und ihnen die Argumente plausibel macht, die eine überzeugend honoräre Wahlkampflinie der Partei innen und nach außen sichern sollen.

Eine nicht minder komplizierte Aufgabe nach außen, den Wählern gegenüber, sahen die SPD-Werber darin, daß die stärkste Komponente des unpolitisch-menschlichen Brandt-Bildes den Gegenpropagandisten eine Handhabe bot,

den politischen Werbewert dieses Bildes zu beeinträchtigen: der „jugendliche Charme“. Jugend sei in Deutschland, so hatten die Meinungskundigen geurteilt, identisch mit Mangel an Erfahrung — und Erfahrung ist eine der schönsten Tugenden Adenauers.

Jener Assoziation in den Wählerköpfen vorzubeugen, war insofern schwierig, als Brandt nach der Gebrauchsanweisung seiner Werbe-Medizinmänner stets nur so in Erscheinung treten sollte, wie es den Zügen seines positiven Imago entsprach, mithin als jugendlicher Held.

Die SPD-Techniker halfen sich, indem sie ihren Spitzenstar in der zweiten Wahl-Illustrierten (4,9 Millionen Auflage) gleich auf drei Seiten neben Präsident Kennedy, dem jungen Heros Amerikas, darboten: zwei Staatsmänner, beide jugendlich, beide dennoch gefestigt und erfahren.

Der Illustrierten-Titel „Vertrauen“ suggerierte zugleich den zweiten Effekt, den das Druckwerk erzielen sollte: Brandt und Kennedy sind ebenbürtige Freunde, sie verstehen einander; die SPD harmonisiert mit den in Deutschland heiß favorisierten Amerikanern noch besser als die CDU.

Schließlich sollten zwei Plakat-Versionen beiderlei Wählerwünschen gerecht werden, dem nach Jung-Willy und dem nach Staatsmann Brandt: das Star-Anlitz mal mit freundlicher Miene („smiling Willy“), mal mit ernster Miene („fighting Willy“). Die erste Version wurde bis Mitte August, als die dritte Propaganda-Phase — der „heiße Wahlkampf“ — begann, zurückgehalten.

Die zweite Phase — „Profilierung“ — hatte bereits Ende April eingesetzt, und zwar mit der Proklamation des Regierungsprogramms in der Bonner Beethoven-Halle. Mit diesem „Programm der nationalen Verantwortung“ — einem Katalog von innerpolitischen Aufgaben, die auf Bonner Versäumnisse zurückgeführt wurden — unternahm die SPD-Planer den ausgeklügelten Versuch, die Ziele sozialdemokratischer Politik mit den Hoffnungen der bundesdeutschen Wähler exakt zu identifizieren.

Die Rumpelkammer der sozialistischen Ideologie, ihrer Symbole und Prinzipien, blieb deshalb hermetisch verriegelt. Konsequente Machttechniker vom Schlage Schütz verweherten jedem, der sentimentaler Schwäche verfiel, den Rückgriff in die Vergangenheit.

Die Diagnose der Soziologen und Psychologen hatte geheißen: Alle Hoffnungen der bundesdeutschen Gesellschaft gelten — in dieser Reihenfolge — der Gesundheit, dem Weiterkommen und dem Genießen. Ihre Ängste hingegen konzentrieren sich auf Politik schlechthin.

Es ist so gut wie sicher, daß die meisten dieser Bürger ihre Wahlentscheidungen nicht zwischen zwei oder drei rationalen politischen Lösungsvorschlägen treffen. Sie halten sich an ihr Leitbild und wählen vielleicht diejenige Partei, von der sie annehmen, daß sie ihnen ihre privaten Ängste nimmt, ihre privaten Hoffnungen erfüllt.

Im Herbst 1960, als die SPD den Untergrund ihres Regierungsprogramms

ausforschen ließ, fanden 83 Prozent der Befragten: „Es geht uns gut.“ Aber von jenen 83 (gleich 100 Prozent) meinten wiederum 78 Prozent: „Es müßte geheimer zugehen.“

Die SPD übertrug diese Mehrheitsmeinung in die Parole „Wohlstand ist für alle da.“

Vor der Bundestagswahl 1957 war die überwiegende Wähler-Mehrheit zuversichtlich, daß sich die westdeutsche Volkswirtschaft weiterhin ausdehnen und damit auch die ökonomische Lage des einzelnen sich noch verbessern werde.

Im Herbst 1960 wollte niemand mehr an die Fortdauer des generellen wirtschaftlichen Aufstiegs glauben. Desungeachtet aber erhoffte sich der einzelne für die Zukunft eine Chance, die eigene Schicht, in der er festsaß, nach oben zu durchstoßen, seinen individuellen Lebensstandard zu heben — und zwar womöglich mit Hilfe des Staates, also auf Kosten aller.

Diese private Hoffnung, unabhängig vom Gesamtprozeß voranzukommen, suchten die SPD-Techniker in Slogans zu fassen, die als „dynamisches Prinzip“ und „Konzentration des Lebensgefühls von heute“ (Chefredakteur Braune) den Anspruch des einzelnen auf Wohlstand legitimieren sollten. Die Vorschläge lauteten: „Weiter voran“, „Besser voran“, „Entschlossen voran“. Die Resultate: „Vorán mit Willy Brandt“ und „Vorán SPD“.

Brandt: „Es geht darum, daß unser Volk nicht stehenbleiben darf. Der Zukunft und des Lebens wegen muß unser Volk weiter voran. Was von unserem Volk erwartet wird, ist ein Bekenntnis des Vertrauens in seine eigene Zukunft.“

Die Programmthesen der SPD sollten schließlich dem „Lebensgefühl von heute“, dem es an konkreten Zielvorstellungen mangelt, die Direktion geben — wobei der Anspruch des einzelnen, die Gesellschaft (der Staat) möge ihm zu seinem Glück verhelfen, mit einer Serie von „Gemeinschaftsaufgaben“ (Beispiele: Pflege der Volksgesundheit und Kampf dem Verkehrstod) bedient wurde.

Das Programm verhieß, daß alle diese Probleme, die aus einer Vielzahl von Anregungen aus allen Schichten aller Landstriche der Bundesrepublik herausdestilliert waren, zum Segen aller gelöst werden könnten. Niemand sollte privilegiert, niemand benachteiligt werden.



Wahlkampf-Direktor Anders  
Die Rumpelkammer der Ideologie ...

Dem Kanzler-Kandidaten Brandt oblag nun in der zweiten Propaganda-Phase eine zweifache Mission. Er sollte das Regierungsprogramm, mit dem sich seine Partei Profil zu geben wünschte, an den Mann und gleichzeitig das im Meinungsspiegel erbarmungswürdig negative Bild der SPD mit seinem positiven Bild „nach oben zur Deckung“ bringen.

Der erste Teil dieser Doppelaufgabe war weniger riskant als der zweite: Die Programm-Sprüche waren nach Soziologen-Rat dem Brandt-Bild angepaßt.

Für den Erfolg des zweiten Aufgabenteils verbürgte sich Brandts Freund, der Polit-Techniker Klaus Schütz, mit seinem Projekt „Deutschlandreise Willy Brandt“. Schütz damals: „Was ich erreichen will, ist eine große Polarisierung — entweder Adenauer oder Brandt. Die Unentschlossenen werden sich dem nicht entziehen können.“

Schütz versprach noch mehr, als die Soziologen für möglich hielten; er glaubte über die sogenannte Zielgruppe der unentschiedenen Wähler hinaus in die festgefügteten Partei-Gruppierungen

einbrechen zu können: „Wir müssen das ganze Element der Persönlichkeit Brandts einsetzen, um die Barrieren der Blöcke niederzureißen.“

Für das harte Werbegeschäft seiner Tour de force mit Brandt quer durch Deutschland war Klaus Schütz nach Anlage und Entwicklung unbefangen genug. Er wurde 1926 in Heidelberg als Sohn eines Rechtsanwalts geboren. Der Vater fiel als Infanterie-Oberleutnant im Winterkrieg 1941 vor Moskau. Der neunjährige Klaus kam 1936 nach Berlin und über Gymnasium, Deutsches Jungvolk, Hitler-Jugend, Flakhelfer-Dienst und Reichsarbeitsdienst Ende 1944 ins Maschinengewehr-Bataillon „Feldmarschall Kesselring“ nach Italien.

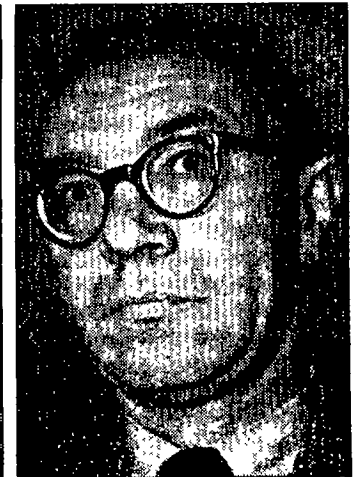
Italienische Partisanen zerschossen ihm die rechte Schulter, entschuldigten sich dafür und versteckten ihn vor den Amerikanern, bis das Wundflecker Lazarett pflege heischte. Ein Kompanie-Kamerad hatte den Blessierten auf der Straße liegen sehen: „Da krümmt sich der arme Schütz.“ Und Schützens Mutter bekam 1951 vom Deutschen Roten Kreuz die Nachricht, Sohn Klaus sei in Italien gefallen.

Zu dieser Zeit führte der wissenschaftliche Assistent Schütz in Berlin bereits die Wilmersdorfer Jungsozialisten an. In Wilmersdorf sicherte er sich 1953 mit dem Partei-Kreisvorsitz auch den organisatorischen Rückhalt für den Sprung 1954 ins Berliner Abgeordnetenhaus und 1957 in den Bonner Bundestag.

In den Berliner Freundeskreis Brandts war Schütz erst 1956 vorgebracht. Tatkräftig half er, den Stuhl des Berliner SPD-Landesvorsitzenden Franz Neumann für Brandt frei zu machen: „Wir haben System in die Sache 'reingebracht.' Ebenso entschlossen drängte er Brandt zur Kanzler-Kandidatur der Partei.

Brandt zögerte. Carlo Schmid, bis dahin Kanzler-Prätendent der SPD, war (und ist) sein Freund. Schütz ließ nicht locker. Sonntag für Sonntag begleitete er Brandt auf dem Spaziergang; er rapportierte: „Die Genossen in den (Bundes-)Bezirken haben mir gesagt, du mußt dich entscheiden. Wenn du willst, marschieren sie los.“

Am 21. November des vergangenen Jahres begann in Hannover der Krönungs-Parteitag der SPD, der Brandt einmütig zum Kanzler-Kandidaten erhob. Am selben Tage gebar Frau Heidi



...blieb fest verriegelt: Wahlplaner Bahr, Garbe, Korber, Braune

# The more you KNOW about Scotch, the more you like Ballantine's.



## The superb Scotch

Alleinimport: Erven Lucas Bols A. G. Neuss/Rh.

Schütz den Sohn Sebastian, Frau Rut Brandt wurde Patentante\*.

Mit einer längst schon partei-notorischen Kaltschnäuzigkeit half Klaus Schütz seinem Freund Willy Brandt schließlich auch, die Roß-Tour der „Deutschlandreise“ zu überleben. Den Reisekurs steckte Schütz nach dem amerikanischen Muster des Wahlkämpfers Kennedy ab. Kennedys Konkurrent Nixon hatte während der Präsidentenwahl-Kampagne jeden Bundesstaat Amerikas gleichmäßig bedacht, Kennedy dagegen hatte sich auf entscheidende Schwerpunkte konzentriert.

Schütz ließ für die Reise Brandts jene westdeutschen Landstriche ermitteln, in denen die SPD bei den letzten Wahlen, gemessen an der sozialen und konfessionellen Struktur, Aufwärtstendenzen für sich hatte buchen können (siehe Graphik Seite 34). Diesen Trend nach oben galt es zu stabilisieren.

In die Entwicklungsgebiete reiste, Wochen vor Brandt, ein Vorreiter, der von Stadt zu Stadt, von Dorf zu Dorf, mit den örtlichen Amts- und Parteieninstanzen jeden Schritt abmaß, den Brandt dort gehen sollte.

Jederlei lokale Sehenswürdigkeiten, vor allem solche, die von den Einheimischen dafür gehalten wurden, jedes Schützen-, Turn- oder Stiftungsfest wurde in den Besuchsplan aufgenommen, Zirkus- und Kirmes-Zelte für halbe Stunden gemietet.

Der Regierende Bürgermeister von Berlin komme, um sich zu informieren und um Grüße aus Berlin zu überbringen, so wurde den Bürgermeistern bedeutet, die sich ihrerseits mit Präsenten rüsteten, oft genug mit Stadt-wappen-Tellern aus Holz, Kupfer, Messing oder Porzellan, für die im Turm des Berlin-Schöneberger Rathauses ein „Ehrenzimmer“ reserviert war.

Klaus Schütz prüfte solche Dispositionen, korrigierte sie, legte fest, wo die Wagenkolonne Brandts langsamer oder schneller fahren, Brandt kürzer oder länger sprechen sollte. Den minutiös gegliederten Tageskalender richtete Schütz — wiederum nach Kennedy-Modell — elastisch ein.

Nixon hatte seine Tagesroute von Station zu Station auf die Minute genau absolviert. Niemand hatte auf ihn warten müssen, aber mancher, der ihm persönlich ein freundliches Wort hatte sagen wollen, war nicht dazu gekommen, Kennedy ließ indessen keinen Blumenstrauß und keine ausgestreckte Hand aus; zur letzten Versammlung des Tages kam er allerdings oft drei Stunden zu spät.

Um Brandts Publikum abends bei der Stange zu halten, gleichviel, um wieviel Stunden sich der Staatsbesucher auch verspäten möchte, ließ Schütz von den an der letzten Tagesstation ansässigen Parteifreunden einen Bunten Abend arrangieren: „Grüße aus Berlin“. Als letzte Nummer vor Brandts Auftritt wurde Klaus-Günter Neumanns Schlager „Willy kommt“ geboten, mit dem Refrain: „Er muß 'ran als der richtige Mann“.

\* Die Eheleute Schütz haben 1953 geheiratet. Frau Schütz, Tochter eines Pfarrers, Witwe eines Berufsoffiziers, der 1945 als Hauptmann fiel, war als Sekretärin im Berliner Institut für Politische Wissenschaft beschäftigt. Die drei Schütz-Kinder heißen Michael, 15 (aus der ersten Ehe der Mutter), Christiane, 5, und Sebastian, neun Monate.



Fernseh-Star Brandt, Maskenbildnerin: Fighting Willy

„Willy Brandt kommt“ stand auch auf dem Plakat zu lesen, das Tage vorher die Visite ankündigte. Ein zweites Plakat, auf dem unter der Zeile „Willkommen Willy Brandt“ ein fröhliches Kind mit Blumenstrauß in erhobener Hand zu sehen war, half den Leuten, die Blumen nicht zu vergessen. Mit Lautsprecherwagen der Parteibeirke wurde nachgeholfen.

An dem Tage, an dem Brandt nun endlich kommen sollte, dröhnte es nur noch mit einer knappen Stunde Vorsprung aus dem Lautsprecher-Auto der Brandt-Kolonne: „Achtung, Achtung! Der Regierende Bürgermeister von Berlin, Willy Brandt, kommt gleich durch diese Straße. Bereiten auch Sie ihm einen herzlichen Empfang.“

Die Kinder rissen sich um die Papierfännchen mit dem Berliner Bären oder

den Nationalfarben und um die papiernen Winkellen mit dem Spruch „Freie Fahrt für Willy Brandt“.

Und dann kommt Willy Brandt leibhaftig, im offenen Mercedes-Kabriolett, das in der „Sympathiefarbe“ Cremegelb gehalten ist, das Polsterleder leuchtend rot wie die Rosen, Nelken und Gladiolen an Windschutzscheibe und Stoßstange. Der Berliner Bürgermeister-Ständer auf dem Kotflügel strahlt den Glanz staatlicher Hoheit aus und läßt vergessen, daß sich die SPD in Bonn seit zwölf Jahren in der Opposition schier verzehrt.

„Da ist er“, heißt fast Tag für Tag von Ort zu Ort die erste Reaktion am Straßenrand. Ebenso stereotyp, aber leiser: „Er sieht aus wie im Fernsehen.“ Oft auch „Willy, Willy!“ Oder „Bravo“,



Autogramm-Geber Brandt, Verehrerinnen: Smiling Willy

*Der Wind  
weht nicht immer  
nur von einer Seite!*



Das wird natürlich auch kein Mensch, im Ernst annehmen. Und trotzdem haben die meisten Familien einen höchst einseitigen Versicherungsschutz: Auszahlungen werden nur beim Ableben des Mannes fällig. Die staatliche Rentenversicherung zum Beispiel kennt keine Versicherungsleistungen beim Tod der Frau. Aber auch die meisten privaten Lebensversicherungsverträge sehen die Auszahlung der Versicherungssumme nur beim Ableben des Mannes vor. Wenn nun aber die Frau stirbt? Auch dann wollen Haushalt und Kinder weiterhin versorgt sein. Doch nicht immer ist gleich eine Verwandte zur Stelle, um die Hausfrau zu ersetzen. In vielen Fällen muß eine fremde Hilfe angestellt werden. Fremde Hände aber wirtschaften teuer!

Es ist also ein Gebot der Vernunft, seinen Versicherungsschutz nach allen Seiten auszubauen. Natürlich möchte man das so einfach und preisgünstig wie möglich erreichen. Deshalb empfiehlt sich dafür die neue **Gothaer Familienversicherung**. Hier enthält ein einziger Versicherungsvertrag für Mann, Frau und alle Kinder — selbst für die erst nach Versicherungsbeginn geborenen — je eine Lebensversicherung. Durch die Bündelung mehrerer Versicherungen in einem „Versicherungspaket“ ist die Familienversicherung billiger, als wenn jedes Familienmitglied einzeln versichert wäre.

Schreiben Sie am besten noch heute an die Gothaer Lebensversicherung auf Gegenseitigkeit, Göttingen, Gothaer Platz 8c. In wenigen Tagen ist dann eine ausführliche Broschüre in Ihren Händen — selbstverständlich ohne Kosten und unverbindlich für Sie.

**Jeder versichert -  
alle gesichert:**

**Gothaer  
Familienversicherung**

ein einziges Mal in acht Wochen: „Arbeiterparasit.“

Manchmal reißt einer den Arm hoch, schreit „Heil“ oder „Heil Willy“ und hält sogleich, ob des Rückfalls ein bißchen geniert, die Hand vor den Mund. Klaus Schütz: „Die Leute wollen ganz einfach irgend etwas rufen, und da bietet sich eben das ‚Heil‘ an. ‚Hurra‘ oder ‚Hoch‘ wäre noch blödsinniger.“

Ein Spaßverderber am Straßenrand: „Alles wie bei Hitler.“ Aber: „Diesmal darf man näher ans Auto ran.“

Die Feuerwehr-, Turner- oder Schützenmusik heult Paul Linckes „Das ist die Berliner Luft“. Den Backfischen gehen die Augen über: „Er hat schon graue Haare.“ Ein kleines Mädchen im festlich-weißen Sonntagsstaat macht den lange geprobten Knicks, überreicht das städtische Rosenbukett und zirpt in das Mikrophon hinein, das Schütz dem Kind hält:

Du bist der Mann,  
auf den wir gläubig schauen.  
Du bist der Mann,  
auf den wir hoffend bauen.  
Du bist der Mann,  
der Deutschland erneuern kann.  
Du, der für uns so viel schon hat getan.  
Du bist Symbol der neuen Zeit,  
Du Streiter für die deutsche Einheit.  
Sei Du begrüßt, und mit Dir ganz Berlin,  
all unsre Wünsche mit Dir ziehn

Brandt ist frühmorgens noch so heiser wie am Abend vorher. Seine Stimmung morgens verrät, daß er gewohnt ist, abends zu arbeiten. Wie im Schlaf winkt er mechanisch mit dem grauen Homburg. Reisemarschall Schütz überredet das CDU-Oberhaupt des Städtchens: „Na, wie ist es, Herr Bürgermeister, wollen Sie den Regierenden aus Berlin nicht selber begrüßen?“ Der Lokalherr will, und Brandt dankt in den gemessenen Worten eines Amtsbruders.

Sympathisierende Bürgermeister-Kollegen tönen mit Wärme: „Und alle unsere herzlichen Wünsche möchten wir Ihnen sagen für Berlin und für die große Aufgabe, die Deutschland heißt.“

Brandt schätzt die Diskretion; er sagt: „Als Kandidat meiner Partei“ — nicht: der SPD.

Wo die Mehrheit der Stadtverordneten den offiziellen Empfang abgelehnt hat, beginnt Brandt seine freundlich-ernst gemischte Standard-Rede so: „Ob offiziell oder nicht, ich bin immer wieder tief beeindruckt von der Herzlichkeit, mit der man den Regierenden Bürgermeister von Berlin überall in unserem Lande begrüßt, und von der Verbundenheit der Menschen hier im Westen mit den Menschen in der deutschen Hauptstadt.“

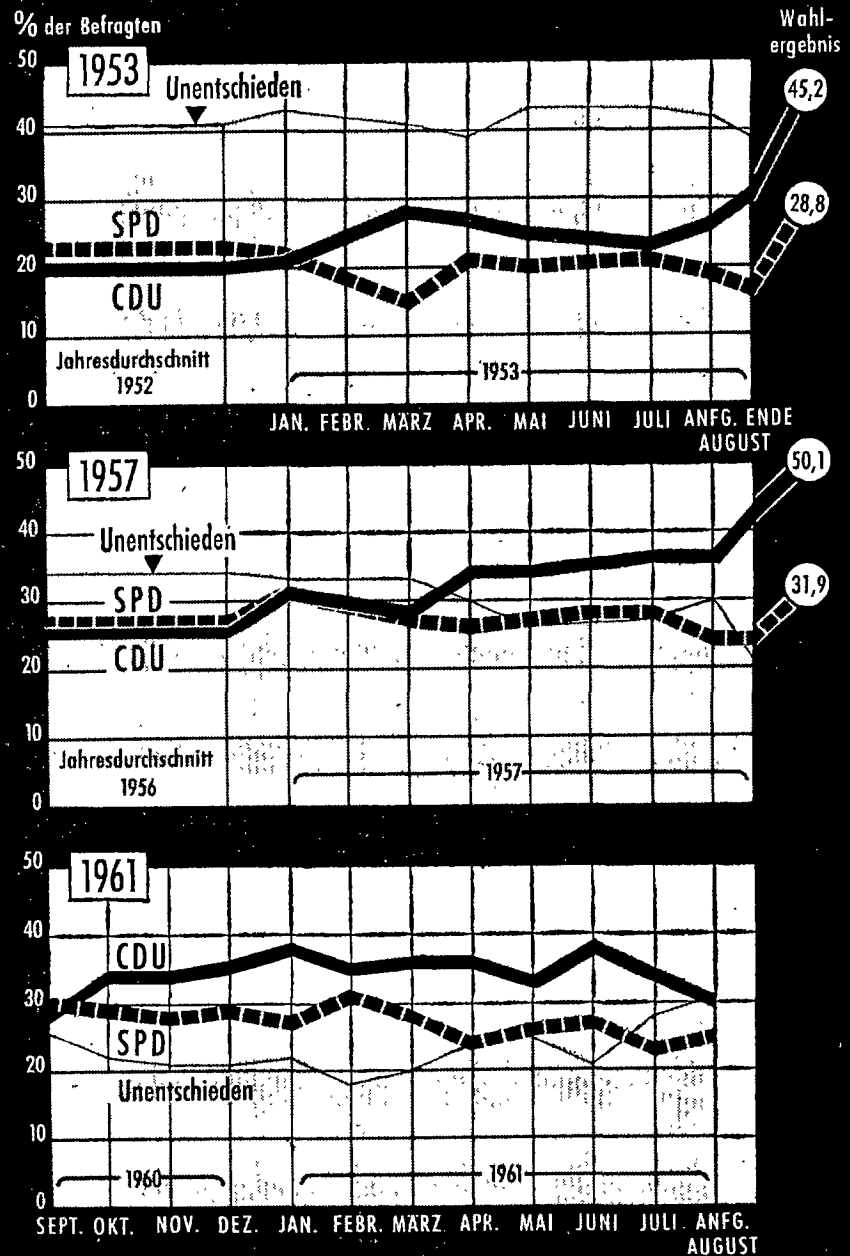
In ländlichen Gemeinden sagt Brandt: „Kritiker haben gesagt, jetzt geht der Brandt auf die Dörfer. Als ob jemand zu gut wäre, nun auf die Dörfer zu gehen.“ Beifall.

In kleinen und mittleren Städten sagt er: „Wer nur die deutschen Großstädte kennt, der kennt Deutschland nicht.“ Beifall.

Der Applaus bleibt aus, aber der Respekt ist spürbar, wenn Brandt die nach seinem Imago maßgeschneiderten Thesen repetiert: „Wenn in Berlin die Lichter ausgehen, wird es auch in der Bundesrepublik dunkler werden.“ „Ein mündiges Volk muß beides können, miteinander streiten und füreinander einsteher.“ „Wir müssen in Deutschland

# WÄHLER VOR DER WAHL

## DIE GROSSEN PARTEIEN IM SYMPATHIE-SPIEGEL



SPiegel

das Wort Gerechtigkeit größer schreiben und wir müssen das Wort Verantwortung wieder größer schreiben, nach innen und nach außen.“ „Unser Volk ist besser als sein Ruf. Überall sind guter Wille, gute Gesinnung, viel Fleiß, unendliche Energien und Reserven.“

Das Echo: „Wie ernst er spricht.“

Die Stimmung steigt, sobald Brandt seinem Imago zuwider einen Kalauer riskiert: „Mindesturlaub, das wäre so eines der Themen, über die ich gern mit dem Altbundeskanzler im Deutschen Fernsehen diskutieren möchte. Da würde ich dem Urlaubskanzler sogar konzedieren, daß er mir auf diesem Gebiet an Erfahrung überlegen ist.“

Gegen Mittag hat Brandt schon fünf bis sechs solcher Reden hinter sich. Freund Schütz zieht ihn von der Tafel weg, bringt ihn in dem für eine Stunde

gemieteten Hotelzimmer zu Bett und genau eine halbe Stunde später wieder hoch. Nach abermals dreißig Minuten setzt Brandt zur siebten Rede an.

Auf der Reiseroute durch den Kreis Geldern liegt das Wallfahrts-Städtchen Kevelaer, das jährlich rund 350 000 Pilger empfängt. Die Einwohner leben vom Handel mit Gebetbüchern, Devotionalien und Reiseandenken. Werber Schütz spart diese Stadt nicht aus, aber er modifiziert die Besuchszeremonie: keine Plakate, keine Lautsprecher und keine Fähnchen.

Die Wagenkolonne hält vor dem Ortseingang und rollt auf einer Umgehungsstraße weiter. Brandt ist ausgestiegen; begleitet allein von Freund Schütz, katholischen Studenten und dem Wahlkreis-Kandidaten der SPD, geht er durch die Hauptstraße zur Gnadenkapelle, die das seit 1642 verehrte Gna-



Verbündete Johnson, Brandt: Den Homburg des Regierenden...

denbild birgt. Vor den Läden und hinter den Wohnungsfenstern stehen die Neugierigen. Vereinzelt: „Bravo“ und Händeklatschen. Brandt nickt freundlich, den Hut in der linken Hand.

Die rechte Hand stemmt Brandt gewohnheitsgemäß in die Jackentasche. Zehn Schritt vor der Kapelle flüstert Schütz: „Herr Bürgermeister, die Hand aus der Tasche.“ Vollkommen akkurat passiert Brandt die Kapelle, den Blick auf sie gerichtet, und verschwindet im Heimatmuseum der Stadt.

Das Stadtvolk, darunter Ordensbrüder im Ordenskittel, versammelt sich vor dem Haus. Vielstimmig: „Bravo, Willy“, als Brandt wieder erscheint. Der SPD-Matador ist glücklich wie ein Primaner nach dem Abitur; er schwenkt den grauen Homburg, den vierten, den die Reise verschleißt.

Um fünf, nach der neunten Rede, gibt es Nachmittags-Kaffee in der Dorfschenke. Brandt hustet, die Augenränder sind gerötet, die Augenlider geschwollen. Mit Bedacht wählt er einen Titel aus dem Angebot des Musikautomaten, behutsam drückt er die Taste. Aus dem Kasten dröhnt Ralf Bendixens „Die Sonne, der Mond und die Sterne“.

Klaus Schütz, die Uhr in der Hand, ruft zum Aufbruch. Zum Fahrer des Spitzenwagens: „Tempo 100.“ Zehn Minuten später beginnt Brandts zehnte Rede.

Bis zu 25 Reden hielt Brandt während seiner „Deutschlandreise“ an einem Tag. Jeden Tag sahen ihn zwischen 40 000 und 50 000 Menschen. Der zählbare Erfolg verblüffte sogar den Erfinder und Reise-manager Schütz.

Die Hamburger „Welt“: „Brandt stößt in eine Lücke.“ Die „Frankfurter Allgemeine“: „Brandt macht sich den Wahlkampf nicht zu leicht.“ Und die „Stuttgarter Nachrichten“: „Er (Brandt) ist — seine politischen Gegner werden sich damit auseinandersetzen müssen — eine Schlüsselfigur des gesamtdeutschen Bewußtseins geworden.“

Die Redakteure der Kreiszeitungen füllten ganze Seiten mit Brandt-Bildern und -Reportagen. Der Posteingang in der Bonner Parteibaracke und dem Schöneberger Rathaus übertraf schon bis Ende Juli denjenigen aus den fünf Monaten Vorwahlzeit des Jahres 1957 um mehr als das Zehnfache. Mehr als 60 Prozent der Briefschreiber gehörten nicht zur SPD. Sie wollten trotzdem Willy Brandt mit Rat und Zuspruch helfen.

Aber nicht zuletzt den Genossen der Parteibrachte Brandts Marathon-Tour Gewinn. In Städten mit rund 15 000 Einwohnern, in denen die SPD-Ortsvereine zwischen 60 und 80 Mitglieder zählen, hatte Brandt rund 7000 Menschen auf den Marktplatz gezogen. Die Genossen fühlten sich nicht mehr als Außenseiter der bürgerlichen Gesellschaft; die Lethargie, die manche Funktionäre mit dem „neuen politischen Stil“ ihrer Partei ergriffen hatte, war weggeblasen.

Dazu Schütz: „Unsere Politik ist richtig. Ich weiß das, ich habe die Freudenstränen bei den Genossen gesehen, wo Willy war.“

Die „Deutschlandreise Willy Brandt“, die am 10. Mai begonnen hatte und laut Plan am 8. Juli nach 22 800 Kilometern enden sollte, wurde bis zum 12. August fortgesetzt. An diesem Tage zündete die SPD mit ihrem „Deutschlandtreffen“ in Nürnberg den „heißen Wahlkampf“, die dritte Phase ihrer Wahlkampagne.

Auf der Vorstandstribüne der Nürnberger Messehalle stand zwar in einem Sonnenschirm - Ständer wieder einmal das rote Traditionsbanner der SPD, die Fahne des Breslauer Arbeitervereins aus dem Jahre 1863. Aber im Kongreßprogramm war unter dem letzten Tagesordnungspunkt das Stichwort „Nationalhymne“ aufgeführt. Und auf den Notenpulten des Fränkischen Symphonieorchesters lag das Album „Hymnen der Völker“ bereit.

Willy Brandt selber intonierte sozusagen mit den letzten „Gemeinsamkeits“-Sätzen seiner Kongreßrede

das Deutschlandlied: „Wir rufen den Menschen in unserem Lande zu: Laßt uns gemeinsam diesen Staat zu einer Heimstatt des ganzen Volkes machen. Laßt uns gemeinsam und im Vertrauen auf unsere Zukunft das große Ziel in Angriff nehmen. Voran zu einem Deutschland im Zeichen der Sicherheit und Gerechtigkeit, einem ganzen Deutschland in Einigkeit und Recht und Freiheit.“

Die Genossen sangen voller Inbrunst, mit mehr Schwung als wenige Jahre zuvor noch die Internationale.

Indes, nachmittags auf dem Nürnberger Hauptmarkt, vor 70 000 Zuhörern und aller Welt, vergaß Bayerns Ex-Ministerpräsident Hoegner als erster Festredner, was Schütz und Schützens Reformfreunde den Funktionären der Partei monatelang gepredigt hatten. Wie zu Weimars Zeiten zankte Hoegner mit Kaiser Wilhelm und Konrad Adenauer, die den „Heiligen Krieg gegen die Sozialdemokratie“ geschürt hätten und schürten.

Schütz brummelte: „Einem alten Hund kann man keine neuen Tricks mehr beibringen.“

Brandt hatte bis dahin in Reise-Flugzeug, Hubschrauber, Eisenbahn, Schiff und Auto rund 40 000 Kilometer gemacht. Von Nürnberg aus sollte die Reise nun zunächst im Sonder-Schlafwagen der Bundesbahn von Großstadt zu Großstadt führen, von Anfang September an im Sonderzug.

Erschöpft von vier Referaten und diversen Ansprachen sank Brandt spät abends auf dem Bahnhof Fürth in die Schlafwagen-Kissen: „Endlich mal wieder ein paar Stunden hintereinander schlafen, wir sind morgen erst um zehn in Kiel.“

Schon sechs Stunden später, in Hannover morgens um fünf, war die Wahlreise zu Ende. Kurz nach Mitternacht hatte Ulbricht seine Drahtzieher an die



...dreimal erneuert: Hut-Einkäufer Schütz

Berliner Sektorengrenze geschickt, und Brandt nahm in Hannover das erste Flugzeug nach Berlin.

Was die SPD-Wahlplaner aus ihrem Propaganda-Konzept ausgespart hatten, war unversehens Kardinalthema der letzten Wahlkampf-Frist geworden: die Außenpolitik. Zugleich aber gaben die Massenmedien Fernsehen, Rundfunk und Presse, die Brandt einst Renommee und Resonanz beschert hatten, dem SPD-Kanzler-Kandidaten nun wieder neue Chancen.

Es war Brandts Wahlkämpfer-Glück. Denn alle Einfälle und Strapazen hatten noch nicht sehr viel eingebracht. Deprimiert nahmen die SPD-Wahltechniker zur Kenntnis, daß die Beliebtheits-Kurve ihrer Partei auf dem Millimeterpapier der Demoskopen ungefähr das gleiche Bild bot wie vor den Bundestagswahlen 1953 und 1957 (siehe Graphik Seite 41).

Damals hatten jeweils ein Jahr vor dem Wahltermin die CDU- und SPD-Werte noch nahe beieinander gelegen. Erst fünf Monate vor den Wahlen war die CDU-Kurve geklettert, die der SPD auf alter Höhe hängengeblieben. Etwa zwei Wochen vor der Wahl war die CDU-Kurve noch einmal fiebrig angestiegen, die SPD-Kurve nicht.

Diesmal, vor der Bundestagswahl 1961, gingen die Beliebtheits-Kurven beider Parteien schon elf Monate vor dem Wahltermin wie eine Schere auseinander. Deutung der Soziologen: Das positive Brandt-Bild wurde im Bewußtsein der Wähler mit dem abschreckenden Rot der SPD eingefärbt, und zwar bereits im Oktober 1960, bevor Brandt überhaupt den Wahlkampf beginnen konnte.

Brandt litt mit. Seine persönliche Position auf der Demoskopen-Skala rutschte von April 1960 bis April 1961 von dem Wert plus 2,8 auf plus 1,6. Adenauer stieg in der gleichen Zeit von plus 2,0 auf plus 2,3; Erhard von plus 2,3 auf plus 2,7. Selbst Franz-Josef Strauß zog an, nämlich von minus 0,2 auf minus 0,1.

Beziehungsreich hatte das Musikkorps der Berliner Verkehrs-Gesellschaft beim „Deutschlandtreffen“ der SPD in Nürnberg den Kanzlerdarsteller Brandt mit dem „Marsch aus Petersburg“ begrüßt, zu dem die Berliner seit mehr als hundert Jahren den Text singen:

Denkste denn,  
denkste denn,  
du Berliner Pflanze,  
denkste denn,  
ick liebe dir,  
nur weil ick mit dir tanze.

Es sah wirklich so aus, als ob die Soziologen recht behalten sollten. Nachdrücklich hatten sie die Sanguiniker in der SPD-Wahlkampfspitze vor Enttäuschungen gewarnt: Die erkennbare Aufwärtstendenz der Partei verspreche einen Stimmen-Zuwachs, aber keinen Erdrutsch; die SPD könne durch kluge Wahlkampf-führung hoffähig, aber kaum regierungsfähig werden.

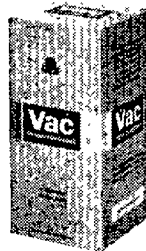
Allerdings: Schon in der ersten August-Hälfte war die SPD-Kurve wieder angestiegen, die der CDU abgerutscht. Und Ulbrichts Coup am 13. August stieß den Wahlkämpfer Brandt ganz nach vorn. Mit einem Schlage war Brandt aufs neue der Jung-Siegfried deutscher Nation.

Gegenkandidat Konrad Adenauer machte einen Fehler. Bei Wahlversammlungen in Regensburg und Bonn suchte er den Mann, in dem die bundesdeut-



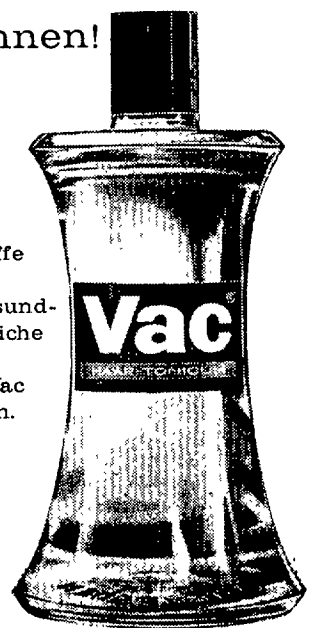
Erleben Sie

was natürliche Kräfte  
für Ihr Haar tun können!



Jeden Morgen Vac! Vac erfrischt spürbar – Vac pflegt sichtbar – Vac weckt neue Lebenskräfte für die Schönheit, für die Gesundheit Ihres Haares. Bioaktive Wirkstoffe in Vac steigern die Durchblutung der Kopfhaut – wichtig für die Gesundheit Ihres Haares! Unersetzliche Nährstoffe gelangen dadurch an die Haarwurzeln. So schenkt Vac Ihrem Haar jedes Mal neues Leben. Das ist ein sicherer Weg, den die Wissenschaft erkannt hat – ein sicherer Weg zu gesundem, schuppenreinem Haar.

Vac: DM 3,75 · DM 5,85 (mit und ohne Fett)  
Vac-blau: DM 6,45



Beginnen Sie jetzt mit Vac-Haartonicum!

OLIVIN MODERNE KOSMETIK

**GUTSCHEIN**  
für ein  
**LIBANONHEFT**  
zur Planung Ihrer  
**CEDAR\*REISE**  
ins sonnige Ferienland

Senden Sie diesen Gutschein an:  
**MIDDLE EAST AIRLINES**  
COMPANY S. A.  
Deutschlanddirektion:  
Mainzer Landstraße 66, Tel. 335154

Büros in:  
Frankfurt a. M., Am Hauptbahnhof 18  
Tel. 33 51 54, FS 041-2455  
Düsseldorf, Schadowstraße 39  
Tel. 2 77 55, FS 08-587967  
Hamburg, P. 36, Gänsemarkt 21/23  
Tel. 34 49 95, FS 02-14598  
Stuttgart N., Bolzstraße 4  
Tel. 29 61 31, FS 07-22768  
Generalagent für Bayern:  
München, Lenbachplatz 7  
Tel. 22 64 87

\*CEDAR = M.E.A.-Comet 4C  
Erste und Touristenklasse  
Deutschsprachige Stewardessen

## Nicht dicker werden...



Jeder Zentimeter weniger „Bauchweite“ ist ein Plus für Ihre Gesundheit. Warum sollte es auch Ihnen nicht gelingen, was viele andere schon lange erreicht haben: Schlanker, elastischer, jugendlicher werden! Das ist oft nur eine „Verdaunungsfrage“. Lassen Sie Ihrem Darm nicht so viel Zeit, daß er die Nahrung gründ-

licher verwertet, als es nötig ist. Übermäßiger Fettansatz baut sich vielfach mit der Zeit von selbst ab, wenn man für schnellere Verdauung, für zweimal täglichen Stuhlgang sorgt und auch Leber und Galle zu lebhafterer Tätigkeit anregt.

Der bekannte Gallieforscher Prof. Dr. med. H. Much hat ein Präparat geschaffen, das auf alle 4 Organe, nämlich die Leber, Galle, den Dünn- und Dickdarm, in schonendster Weise wirkt. Es sind die „Dragees Neunzehn“. Nur diese „Dragees Neunzehn“ enthalten auch den einzigartigen Wirkstoff „Extr. Fol. suls Much“. Er regt die Leber zur verstärkten Galleproduktion an und regelt damit auf natürliche Weise auch die gesamte Darmtätigkeit. „Dragees Neunzehn“ sind ein reines Naturprodukt. Ihre Apotheke hat „Dragees Neunzehn“ vorrätig. Packung m 40 Stück DM 1,60; Klinikpackung mit 150 St. DM 4,75.



schen Fernseh-, Rundfunk- und Zeitungs-Konsumenten ihren Winkelried sahen, in die Nähe des Kriminellen zu bringen: „Herr Brandt alias Frahm“. Das Publikum zischte.

Die Werbe-Psychologen der CDU waren bestürzt, und der greise Bundeskanzler verzichtete für ein paar Tage auf derart Stimmungs-widrige Mätzchen.

Hermann Höcherl, Vorsitzender der bayrischen CSU-Landesgruppe in Bonn, stellte in der „CSU-Correspondenz“ resignierend fest: „Er (Adenauer) war ein wesentlich schlechterer Wahlkämpfer als sein Gegenkandidat von der SPD. Er hat sich in diesem Fall nicht einmal als der geschickte Taktiker gezeigt, als der er in der Öffentlichkeit gilt.“

Die Sozialdemokraten überklebten ihre gelben „Frohe Ferien“-Plakate, die Sympathie hatten einheimischen sollen, mit dem Streifen: „Deutschland denkt an Berlin“. In den Wochenendausgaben der großen Blätter placierte sie die Anzeige: „Jetzt wissen es alle... Willy Brandt ist der Mann der Entschlossenheit und des Friedens... Berlin ist das Beispiel für Deutschland...“

Andershalb Wochen hatte sich Brandt in Berlin mit Regieren und Demonstrieren beschieden. Als dann war das neue Werbekonzept des Wahlhelfers Klaus Schütz fertig: Jeden Tag nach Büroschluß im Schöneberger Rathaus fliegt Willy Brandt, von Schütz begleitet, mit einer gecharterten De-Havilland-Maschine durch einen der Luftkorridore ins Bundesgebiet, mit Lufttaxi oder Auto klappert er pro Abend drei oder vier Großkundengebungen ab.

Schütz: „Wir haben Brandts Auftritt vom konventionellen Wahlkampf vollkommen losgelöst.“ Brandt: „Die Lage ist zu ernst für frisch-fröhliche Streiterei.“

Die Form der Brandt-Kampagne hat sich tatsächlich geändert, Brandts Repertoire kaum. Sein altes Schlagwort von der „Gemeinsamkeit“ hat neuen Appeal bekommen und wird ausführlicher, der Katalog innenpolitischer Versprechen knapper abgehandelt.

Klaus Schütz: „Wir haben den Fischer mit 103 Mark Rente im Monat durch das Flüchtlingsmädchen Petra ersetzt.“

Die alte Gedankenkette der Bundeswähler, Brandt sei zwar Berlin, aber Berlin sei gleich Krise, sucht der Berliner SPD-Kandidat für das Bonner Kanzleramt mit dem stolzen Satz zu zerreißen: „In Berlin lag der Krieg auf der Straße. Wir haben den Frieden gerettet, fest, kühl, mit klarer Überlegung. Sonst sähe es heute anders aus in der Bundesrepublik.“ Außerdem: „Es

gibt keine Stadt, die den Frieden mehr liebt als Berlin.“ Brandts Freund und Helfer Klaus Schütz: „Das Schöne der Deutschlandreise ist weg. Aber jetzt kriegen wir noch mehr Stimmen.“

Schütz, der am Wahltag 35 Jahre alt wird, zählt auf die Stimmen der SPD-Zielgruppe, der unentschlossenen Wähler, „unserer eigentlichen Reserve“. In den Jahren 1953 und 1957 hat sich diese Gruppe erst zwei Wochen vor der Wahl endgültig entschieden; die meisten votierten so, wie sie vorher schon einmal gewählt hatten, andere stimmten



Luftreisende Brandt, Schütz: Nach Büroschluß in die Schlacht

für die Partei, die nach ihrer Meinung die meisten Stimmen bekommen würde.

Diesmal wuchs die Gruppe der Unentschlossenen — im Gegensatz zu 1953 und 1957 — mehr und mehr, je näher der Wahltermin heranrückte. Schütz hält diese ungewöhnliche Erscheinung für ein gutes Zeichen: „Unser Volk wird bei der Wahl Berlin vor Augen haben und Willy Brandt nicht im Stich lassen.“

## ÄRZTE

### MEDIKAMENTE

### Der zahlende Dritte

Durch Aushang in seinem Sprechzimmer tat der Westberliner Kassenarzt Dr. Gennadi Mentzel seinen Patienten eine Veränderung seiner Rezeptur kund: Den „Versicherten der AOK“ dürfe er einige Arzneimittel, vor allem das schmerzlinde Praparat Eu-Med, künftig „leider... nicht mehr verordnen“.

Der im Stadtteil Wedding praktizierende Mediziner versagte es sich, sei-