Ein Freund der NachDenkSeiten, der sich vorort gegen das Projekt Stuttgart 21 engagiert hat und von meiner Dokumentation und Analyse des Wahlkampfes 1972 („Willy wählen ’72. Siege kann man machen“) den damaligen Wahlkampf kennt, regte an, zu prüfen, was man aus dem damaligen Wahlkampf, für dessen Konzeption und Umsetzung ich auf Seiten Willy Brandts verantwortlich war, lernen könne. Viel, denke ich, jedenfalls mehr, als die fast 40 Jahre Abstand vermuten lassen. Albrecht Müller

Zu den Parallelen:

Damals, beim Streit um die damaligen inneren Reformen und die Ostpolitik, wie heute im Streit um Stuttgart 21 spielt die Meinungsbildung eine wichtige Rolle für die Wahlentscheidung, für die Entscheidung zum Projekt und andere politische Entscheidungen.
Damals wie heute ist die Zielgruppe breit gestreut.
Damals wie heute gibt es auf der einen Seite eine große Bewegung von vielen Menschen und auf der anderen Seite große wirtschaftliche Interessen.

Damals wie heute kann es zu einer beträchtlichen Verschiebung des Meinungsbildes kommen – zu Gunsten und zulasten der Befürworter von Stuttgart 21. 1972 wurde im Wahlkampf durch einzelne Personen wie auch durch die Öffentlichkeitsarbeit und die dahinter steckende Strategie viel bewegt. Die Union lag nach Umfragen von Infratest Mitte September 1972 bei rund 51%. Der rechte Teil der SPD-Führung hatte den Wahlkampf schon aufgegeben. Wirtschaftlich potente Gruppen investierten Millionen in den Wahlkampf anonymer Gruppen. Zwei Monate nach der vernichtenden Wahlprognose, erreichte die SPD am 19.11.1972 mit 45,8 Prozent ihr bisher bestes Ergebnis. Die Union landete bei 44,9%.

Je geringer die Mittel um so wichtiger die Strategie zur Meinungsbildung

Auch im Kampf um die Stimmung und die Meinung zum Projekt Stuttgart 21 kann es zu gravierenden Verschiebungen des Meinungsbildes kommen. Die Befürworter setzen darauf. Wie bei vielen ihrer Projekte, von der Agenda 2010 über den Afghanistan Krieg bis zur Kernkraft, behaupten sie, die sachlich richtige Linie zu vertreten aber diese schlecht zu verkaufen. Das sei der Grund für die mangelnde Zustimmung. Sie verfügen über große finanzielle und vermutlich zunehmend auch über publizistische Mittel.
Da die Gegner des Projektes Stuttgart 21 auch nicht annähernd über ähnliche finanzielle und publizistische Mittel verfügen, kommt es um so mehr darauf an, dass eine gute Strategie gefahren wird. Wenn ich dazu einige Anregungen gebe, dann ist das keinesfalls als Kritik an den Aktiven dieser Bewegung gedacht. Im Gegenteil. Es ist als Unterstützung gedacht.

Ich beschränke mich im folgenden auf einige Schwerpunkte; das genaue Studium der damaligen Auseinandersetzung, die in „Willy wählen ’72“ dokumentiert und analysiert ist, kann im einzelnen noch mehr bringen. Die Gründe für die Verschiebung des Meinungsspektrums im Wahlkampf sind in einem eigenen Kapitel zusammengefasst. Von den dort genannten 21 „Denkanstößen“ sind mindestens die Hälfte immer noch aktuell und für die laufende Auseinandersetzung relevant:

1. Genaue Analyse der Taktik des Gegners
2. Die eigenen Anhänger immunisieren gegen die Strategie der andern Seite, vor allem durch Vorhersagen ihrer Strategie.
3. Notfalls Thematisierung der zu erwartenden Medienbarriere.
4. Aufbau einer Gegenöffentlichkeit vor allem durch Information und Motivation vieler Menschen.
5. Die Ansprache der Unterstützer breit anlegen, nicht auf einen Kern von Gläubigen beschränken.
6. Die hinter dem Projekt steckenden Interessen sichtbar machen.
7. Meinungsführung statt Anpassung, offensiv sein, angreifen. Konflikte gut planen und bedenken.
8. Kommunikation auslösen – durch Witz und Widerhaken.

Nun zu einigen dieser Strategieelemente im einzelnen – in Stichworten:

1. **Genaue Analyse der Taktik des Gegners**
2. **Die eigenen Anhänger immunisieren gegen die Strategie der andern Seite, vor allem durch Vorhersagen ihrer Strategie.**
   Die Analyse der Taktik der Befürworter von Stuttgart 21 ist wichtiger, als manche denken. Diese Analyse und die öffentliche Beschreibung der Strategie ist wichtig, um die Sympathisanten des Stopps von Stuttgart 21 gegen die Kampagne der Befürworter zu immunisieren. 1972 haben wir das in einem Vorlauf zum Bundestagswahlkampf mit einer Serie von Anzeigen mit Motiven Tomi Ungerers geschafft. Jetzt im Falle Stuttgarts ist die Lage anders; es gibt kein Geld für Anzeigen. Aber es gibt ebenfalls Menschen, die mit anderen sprechen und argumentieren und für den Stopp werben und die deshalb wissen müssen, was auf sie zukommt:

   Zum Beispiel wird die Bundesrepublik als quasi unregierbar dargestellt. Heute Abend wird dazu vermutlich ein Musterbeispiel an Meinungsmache bei „Hart aber fair“ ablaufen. Ich zitiere aus der Ankündigung der Sendung und nenne den Link:

> „Bürger gegen Politiker: Wie viel Aufstand verträgt die Demokratie?
> Werden wir jetzt zum Land der Bremser, Prozesshanseln und Protestierer?“
> Quelle: Hart aber fair

Man muss diese Kampagne ernst nehmen, sie zielt vor allem auf die Menschen außerhalb des Stuttgarter Raumes.

Zum Beispiel ist weiter der Versuch der Kriminalisierung erkennbar. Das ist zu Recht von den Gegnern des Projektes thematisiert worden. Ich erinnere daran, dass die Union von CDU und CSU in den letzten vier Jahrzehnten schon des Öfteren mit der Kriminalisierung ihrer Gegner Wahlkampf gemacht hat. Ich erinnere mich besonders gut an den niedersächsischen Landtagswahlkampf 1986, als Ernst Albrecht, der damalige Ministerpräsident, nahe dran war, abgelöst zu werden. Dann schaltete sich die wahlkampferprobte Bonner Zentrale unter der Führung des damaligen Generalsekretärs Geißler ein. In der Schlussphase erschien eine Serie von Werbemitteln mit einem Stopp-Schild-Symbol, dem Slogan Stopp Rot-Grün und Fotos mit Steine werfenden jungen Leuten, „Chaoten“. Das hat dem Vater von Frau von der Leyen das eine Mandat zum politischen Überleben gebracht.
Jetzt wird es ähnlich laufen. CDU und CSU werden nicht auf dieses bewährte Mittel der Angstmache und der Kriminalisierung verzichten. Es ist deshalb wichtig, dass die Sympathisanten des Stopps von Stuttgart 21 rechtzeitig und immer wieder auf diese wahrscheinliche Kampagne hingewiesen werden und hinweisen.
Es ist auch ungemein wichtig, immer wieder die Glaubwürdigkeit der Befürworter in Zweifel zu ziehen und zu erschüttern. Siehe auch unten.

3. **Notfalls Thematisierung der zu erwartenden Medienbarriere.**
   Bisher haben die Gegner des Großprojekts durchaus Sympathien bei einigen Medien. Aber man darf sich nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Verbindung Merkel/Springer/Bertelsmann/Bunte unter Einschluss der Mehrheit der regionalen Blätter und lokalen Blätter genauso funktionieren wird wie bei Wahlen. Deshalb scheint mir eine Thematisierung der kommenden Medienbarriere wichtig, allerdings kombiniert mit Sympathie und Respekt für jene Journalistinnen und Journalisten, die verantwortlich informieren und kommentieren und sich nicht zum Werkzeug der kommenden Kampagne machen lassen.
4. **Aufbau einer Gegenöffentlichkeit vor allem durch Information und Motivation vieler Menschen.**
   Frau Nölle Neumann, die Chefin von Allensbach, hat 1972 festgestellt, dass die

Sprachfähigkeit und die Argumentationsbereitschaft der Anhänger Willy Brandts maßgeblich waren für den Erfolg. Sie hat dazu eine interessante Befragung zum wahrscheinlichen Verhalten von Menschen in einem Zugabteil benutzt und ausgewertet. Die Rolle von sprachfähigen Sympathisanten sahen wir damaligen Macher genauso. Bei der Auseinandersetzung um Stuttgart 21 scheint mir dies auch wahrscheinlich zu sein.

5. **Die Ansprache der Unterstützer breit anlegen, nicht auf einen Kern von Gläubigen beschränken.**
   Es macht wenig Sinn und ist bisher auch nicht so gelaufen, die Argumentation gegen das Projekt auf ökologische und städtebauliche Fragen zu konzentrieren. Um weit hineinzuwirken ins konservative und liberale Bürgertum muss die finanzielle unsachliche Fragwürdigkeit des Projekts immer wieder thematisiert und gut begründet werden.
   Die Argumente der Befürworter sind so unglaublich dünn, dass man sie aus der Klammer ihrer dürftigen sachlichen Begründung keinesfalls entlassen darf. Als der baden-württembergische Ministerpräsident am vergangenen Sonntag mit einem Interview in der Welt am Sonntag erschien, hatte ich noch gedacht, dort Argumente für das Projekt zu finden. Aber es war wie zuvor schon bei Frau Merkel. Er meinte, wenn Stuttgart 21 nicht käme, dann würde das Land im „Bereich der Infrastruktur zurückgeworfen“ und weiter wörtlich: „Wir würden die einmalige Chance verspielen, Stuttgart ans internationale Hochgeschwindigkeitsnetz anzubinden. Im Norden von Baden-Württemberg würde der Fernverkehr auf die Schnellbahntrassen Erfurt-München einschränken, wofür sich Kollege Seehofer sicher persönlich bei mir bedanken würde, denn er hätte den Vorteil davon. Und wir hätten ihn dann eben nicht.“
   Das ist ein solcher Stuss. Man könnte politisches Kabarett damit füllen. Denn das internationale Hochgeschwindigkeitsnetz ist, wie die Benutzerzahlen dieser Strecken zeigen, eine reine Propagandaformel. Der Hauptverkehr läuft nicht zwischen Paris, Stuttgart und Bratislava. Hinweise darauf sind absolut unsachlich. Und nicht einmal das Geschwätz von der umgehenden Anbindung im Norden Baden-Württembergs stimmt. Wo soll das denn sein, Herr Ministerpräsident? Irgendwo zwischen Odenwald und Bauland? Oder von Paris und Straßburg über Frankfurt über Amorbach und Wertheim? Der Mann schwätzt. Ist es wichtig, den Bürgerinnen und Bürger Baden-Württembergs und der Bundesrepublik insgesamt die Unsachlichkeit dieses Projektes sichtbar zu machen.

   Auch der Hinweis auf das Geld, das für Stuttgart und Baden-Württemberg verloren würde, wenn das Projekt nicht kommt, ist absolut unsachlich angesichts der ohnehin

großen Beschränkung öffentlicher Mittel und der dringend notwendigen anderen Aufgaben ist es ziemlich albern so zu tun, als gäbe es einen unbegrenzten Topf, der entweder nach Stuttgart oder woandershin fließt. Richtiger wäre festzustellen, dass es dieses Geld gar nicht gibt.

Worauf es ankommt:
Sachlich und ökonomisch spricht nahezu alles gegen dieses Projekt. Um das normale konservative und liberale Bürgertum zu erreichen, muss diese Stärke der Gegner in den Vordergrund geschoben werden.

6. **Die hinter dem Projekt steckenden Interessen sichtbar machen.**
Wenn sachlich so viel gegen das Projekt spricht, dann bleibt die Erklärung offen, warum es trotzdem mit aller Macht und Gewalt verfolgt wird.
Dahinter stecken dicke Interessen. Diese müssen zumindest skizziert wenn nicht konkret benannt werden. Der Wahlkampf 1972 erreichte seine besondere Dynamik dadurch, dass wir immer wieder gefragt haben, was der Gegenkandidat Willy Brandts politisch für die massive Unterstützung gezahlt hat, die im Wahlkampf sichtbar wurde. Am Mittwoch vor der Wahl erschienen sieben anonyme Anzeigen gegen Brandt und die SPD in der Bild-Zeitung. Am gleichen Tag gab es die so genannte Elefantenrunde der Parteivorsitzenden im Fernsehen. Jeder zweite Deutsche schaute sich dies an. Die Rolle des „großen Geldes“ war schon so bekannt gemacht und gelernt, dass es sich Willy Brandt leisten konnte, auf diese Unterstützung seines Konkurrenten durch das große Geld hinzuweisen.

   Heute sind wir schon ein ganzes Stück weiter, um sichtbar zu machen, dass vermutlich bei solchen Großprojekten politische Korruption eine große Rolle spielt:

   - Wir wissen, dass der Medienmogul Leo Kirch Millionen für die Kommerzialisierung des Fernsehens an Helmut Kohl und seine Kabinettskollegen gezahlt hat;
   - wir wissen, dass es Spenden von Hotelorganisationen für die FDP gibt, quasi als Dank für eine Steuersenkung;
   - wir wissen, dass Politiker quer über die Parteien an der Privatisierung von öffentlichem Vermögen und öffentlichen Unternehmen verdienen;
   - wir wissen, dass ein Bundeskanzler sonderbarer Weise für ein Unternehmen der

Gasprom tätig wurde, dessen ökonomisches Anliegen, der Bau einer Gaspipeline, während seiner Kanzlerschaft beschlossen wurde;

- wir wissen heute, dass ein der CDU angehöriges Ehepaar von der Privatisierung der Eisenbahnerwohnungen während Kohls Regierungszeit profitiert hat;

- wir wissen, dass ein Bundeswirtschaftsminister namens Wolfgang Clement die Leiharbeit voran trieb und anschließend für das Institut einer großen Leiharbeitsfirma tätig wurde. Und so weiter.

Also fragen wir mit Recht: wer profitiert nach dem Drehtüreffekt vom Großprojekt Stuttgart 21. Ohne politische Korruption läuft ein solches Projekt heute nicht. Wir wollen wissen, wer davon profitiert.

7. **Meinungsführung statt Anpassung, offensiv sein, angreifen. Konflikte gut planen und bedenken.**
   Es ist wichtig, dass die Gegner des Projektes in der Offensive bleiben und dass die Konflikte gut geplant sind. Davon kann man leider nicht sprechen, wenn der Vorsitzende der Grünen Özdemir dem baden-württembergischen Ministerpräsidenten vorwirft, er wolle Blut sehen, und dies dann zurücknimmt, obwohl Blut geflossen ist und brutaler ein Polizeieinsatz mit Wasserwerfern eigentlich nicht sein kann. Wenn die Gegner des Projektes bei einem solchen Konflikt schon zurückzucken, dann steht es schlecht um ihre Durchsetzungschancen. Vielleicht sollte man sich auf Hasenfüße wie Özdemir nicht all zu sehr verlassen.
   Jede dieser Auseinandersetzungen braucht führende Personen, die den Buckel hinhalten, die also angreifen und dann auch stehen. Andernfalls geht die Glaubwürdigkeit und der große Vorteil der Offensivität und Meinungsführerschaft verloren.

Das waren einige Gedanken und Anregungen zur Auseinandersetzung um Stuttgart 21.