

Auszüge aus dem Buch:

Willy wählen '72

Siege kann man machen

Erschienen bei Plöger 1997

Es sind solche Passagen gescannt und eingefügt, die unmittelbar mit dem Thema Aufbau einer Gegenöffentlichkeit zu tun haben.

Im Folgenden sind jeweils kurze Erläuterungen zur besseren Einordnung vorangestellt

Albrecht Müller

in Zusammenarbeit mit Hermann Müller

Willy wählen '72 Siege kann man machen.



Im Buch werden die wichtigen Elemente des SPD-Wahlkampfes 1972 dokumentiert und dann die Gründe des Erfolges analysiert. 21 dieser Gründe nenne ich. Eines der Kapitel lautet:

Der Schlüssel zum Erfolg:

Der Aufbau einer Gegenöffentlichkeit

Dieses Kapitel ist hier eingefügt. Es wäre ein Missverständnis, anzunehmen, die anderen Gründe seien unbedeutend gewesen. Erfolg oder Misserfolg einer politischen Auseinandersetzung wie eines Wahlkampfes hängen nie an einem Faden.

Ein paar weitere wichtige Elemente seien genannt:

- Meinungsführung statt Anpassung
- Konfliktplanung – der häufig vernachlässigte Treibsatz eines Wahlkampfes
- Die Themen des Wahlkampfes – so bunt wie die Interessen der Menschen
- Klassenkampf von oben – dazu offen sagen was ist
- Kommunikation auslösen – durch Witz und Widerhaken
- Emotion und Information
- Usw.

Dass der Aufbau einer Gegenöffentlichkeit eine herausragende Rolle spielt, ist nicht nur der Eindruck der Wahlkampfmacher. Das war damals auch die feste Überzeugung einer Expertin für Meinungsforschung und Kommunikation, die mit der SPD keineswegs verbandelt war: Elisabeth Noelle-Neumann vom Allensbach Institut. Ihre Einschätzung von der Bedeutung der Mobilisierung vieler Menschen ist im folgenden Auszug zitiert.

Der Schlüssel zum Erfolg: Der Aufbau einer Gegenöffentlichkeit.

Lange Zeit, auch 1972, wurde behauptet, die SPD könne in den Medieneliten, vor allem im Fernsehen, auf breite Unterstützung bauen, Redakteure und Journalisten seien mehrheitlich eher links oder zumindest links-liberal. In konservativen Kreisen wird heute noch kolportiert, das Fernsehen sei „rot“. Beobachtern, die sich ein bißchen um eine nüchterne Einschätzung bemühen, mutet eine solche Einschätzung eher komisch an. Schon für die Wende zu den siebziger Jahren traf das so nicht zu.

Es gab zwar eine ganze Reihe von Zeitungen und Zeitschriften, Hörfunk- und Fernsehsendungen, die sich für die Politik Willy Brandts und der SPD erwärmten – so z.B. DER SPIEGEL, Stern, DIE ZEIT, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, Panorama und Monitor. Die CDU/CSU-Opposition konnte sich aber auch nicht über mangelnde Unterstützung beklagen.

Im Gegenteil: Die Zeitungen des Springerkonzerns wie Die Welt, BILD, BamS, aber auch die FAZ, das Handelsblatt, die Publikationen des Bauer-Verlages wie Quick und Neue Revue, die Mehrheit der regionalen und lokalen Blätter, Löwenthals wöchentlich ausgestrahltes ZDF-Magazin und Mühlhens Report aus München, nahmen ausgesprochen deutlich Partei. Von besonderem Gewicht war die Vorherrschaft der CDU/CSU in der Boulevardpresse und bei den Blättern der sogenannten Yellow Press. Gerade diese Medien hatten eine breite und tiefe Wirkung auf die Arbeitnehmer und damit potentiell auf die Anhängerschaft der SPD. Vielleicht waren die der CDU/CSU nahestehenden Medien wegen ihres missionarischen Eifers weniger glaubwürdig. Schwächer waren sie auf keinen Fall.

Das Fazit: Vor allem im Bereich der Medien, die vornehmlich Multiplikatoren erreichten, konnte die SPD auf Unterstützung bauen. Dennoch - wenn auch nicht so ausgeprägt wie heute – die CDU/CSU besaß per Saldo die mediale Vorherrschaft; das war die Realität, auch wenn immer das Gegenteil behauptet wird.

Im übrigen gab es damals wie heute eine große Zahl von Journalisten, die man keinem der politischen Lager zurechnen kann.

CDU und CSU und ihnen nahestehende Gruppen konnten auch auf größere finanzielle Mittel zurückgreifen. Ihre Vorherrschaft im werblichen Bereich in- und außerhalb von Wahlkämpfen war unbestritten. Sie waren übrigens auch bei der Wahl ihrer Behauptungen und grafischen Mittel nicht zimperlich. Große Geschütze wurden aufgeföhren: Deutschlands Untergang, Vaterlandsverräter, Staatsbankrott, Sozialisierungsgeier, letzte freie Wahl usw.

Es gab neben der Medien- und werblichen Dominanz auch eine demagogische Dominanz der CDU/CSU.

Was tun angesichts dieser erkennbaren Unterlegenheit der SPD?

Uns war klar, ohne Aufbau einer von Menschen getragenen Gegenöffentlichkeit hat die SPD keine Chance. Wir wußten um die große Wirksamkeit personaler Kommunikation, also in diesem Fall der werblichen Ansprache von Menschen durch Menschen. Wir hofften und wir setzten darauf, mit Hilfe der großen Zahl von SPD-Mitgliedern und einem weiten Kreis von Menschen darüber hinaus die mediale und finanzielle Vorherrschaft der CDU/CSU brechen zu können.

Wir haben auf diese Hoffnung die Planung des Wahlkampfes abgestützt. Dazu ein Zitat aus dem Wahlkampfdrehbuch vom 21. Juni 1972, Kapitel „Mobilisierung und Information von Mitgliedern und Sympathisanten“:

„Es ist schon zu Anfang erläutert worden, daß der Wahlkampf von unserem Hauptgegner mit einem unerhörten Aufwand an Mitteln geführt wird. Wir werden dagegen nicht allein mit Werbemitteln und Geld ankommen. Es wird sehr stark auf die Mobilisierung unserer Mitglieder und der Sympathisanten ankommen. Wir müssen diese Mobilisierung zu einem bestimmenden Element des Wahlkampfes machen und diese Tatsache an sich in der Öffentlichkeit deutlich machen.“

Neben vielen praktischen und organisatorischen Vorkehrungen wird im Drehbuch auch schon ein Arbeitstitel vorgeschlagen: „Überzeugung contra Geld“. Daraus wurde schließlich „Argumente gegen das Große Geld“ – ein Leitmotiv für die Mobilisierungskampagne.

Ohne Aufbau einer von Menschen getragenen Gegenöffentlichkeit hat die SPD keine Chance. Auf dieser Erkenntnis war die Planung des Wahlkampfes 1972 der SPD abgestützt.

Willy Brandt hat diese Planungsentscheidung voll mitgetragen. Als Ergebnis des erwähnten Gesprächs zur Wahlkampfplanung vom 8. Juli habe ich zu Punkt 23 „Aktivierung von Mitgliedern und Sympathisanten“ notiert, „Willy Brandt sei mit einem starken Akzent auf diesem Thema einverstanden.“

Im Handbuch für Kandidaten und Wahlkampfleiter ist dem Punkt Mobilisierung breiter Raum gewidmet. Unter dem Stichwort „Jeder überzeugt einen neuen Wähler für die SPD. Das kann die Wahl entscheiden“ werden auch praktische Anregungen für einen Wahlkampf als „Nachbarschafts-Arbeit“ gegeben.

In nahezu jeder Ausgabe von „intern“ wird das Thema aufgegriffen, auch in den sonstigen Anzeigen und vor allem den Kleinanzeigen an die „Lieben Freunde“. Der Hinweis auf die Übermacht der anderen Seite war dabei immer verbunden mit dem Hinweis auf die Chance, auch als einzelner etwas dagegen tun zu können.

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

10

Politik
mit Menschen
– für Menschen

Und in der Tat, die CSU/CDU hält sich getreulich daran. Hier ihr Rezept, das wir laubstags opfern, durchschauen müssen:

- Menschen, die im Wahlkampf unentgeltlich Nächte und Ur-laubstage opfern.
- Menschen, die das ehrliche Gespräch suchen und überzeugen können. Weil sie glaubwürdig sind.
- Menschen, die sich gegen die Millionen von Barzels Hintermannschaft stellen.

Wir Sozialdemokraten machen Politik mit Menschen für Menschen. Darin lassen wir uns nicht unterkriegen.

● Die Union gibt sich „reformerscheinheilig“. Sie spricht jetzt gerne von „Plänen“ aller Art und läßt Katzer oder die Junge Union fortschrittliche Masken tragen.

● Daneben wird der Versuch der Diffamierung der Sozialdemokraten vorgenommen. Das besorgt der „Bayernkurier“ von Strauß.

● Und schließlich: Die CSU/CDU setzt auf Angstmade.

Dagegen freilich fehlt ihr das Wichtigste!

Liebe Freunde!

Von Strauß stammt die bemerkenswerte Feststellung, daß man mit politischen Programmen keine Wahl gewinnt.

Das sind:

● Menschen, die nicht heimlich tun, mit ihrem Bekenntnis zur Reformpolitik von Willy Brandt.

Holger Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

10. Oktober 1972

Das Ergebnis war eine bis dahin in der Geschichte der Nachkriegs-demokratie nicht erreichte und hinterher nie mehr erreichte Mobilisierung von Menschen.

Die CDU hat das genau beobachtet und für spätere Jahre ihre Schlüsse daraus gezogen. Das kann man in einem 1980 erschienen Buch des Wahlkampfplaners und CDU-Bundesgeschäftsführers Radunski nachlesen:

„Den Höhepunkt dieser erfolgreichen Mobilisierung eigener Anhänger erreichte die SPD zweifellos 1972, als die massenweise Mobilisierung von Anhängern der SPD ein entscheidendes neues Element der Wahlkampfführung in der Bundesrepublik Deutschland wurde. Diese Erfahrungen führten bei der CDU in der Mitte der siebziger Jahre zu erheblichen Anstrengungen...“

1972 hat die SPD das Meinungsklima beherrscht. Das stellte auch Elisabeth Noelle-Neumann in ihren Untersuchungen zur sogenannten „Schweigespирale“ fest. Eine ihrer Testfragen sollte die Neigung zum öffentlichen Eintreten für die eigene politische Überzeugung messen. Zu diesem Zweck wurden die Befragten gebeten, sich die Situation in einem Zugabteil vorzustellen, in dem sie sich während einer mehrstündigen Fahrt mit anderen Personen unterhalten. Das Ergebnis: Die SPD-Anhänger waren deutlich häufiger bereit, über Politik und ihre eigene Überzeugung zu reden. Plaketten und Aufkleber zu tragen, fanden 63 % der SPD-Wähler und nur 35 % der CDU/CSU-Wähler gut. 65 % der CDU/CSU-Wähler fanden es nicht gut.

Das sind schon deutlich meßbare Unterschiede in der Bereitschaft, sich zu seiner politischen Überzeugung zu bekennen.

Frau Noelle-Neumann fand es zwar bedenklich, daß durch ein solches Meinungsklima vor allem unpolitische, wenig selbstbewußte Persönlichkeiten beeindruckt würden, sie stellt aber abschließend fest:

„Der Aufwand der Wahlkämpfe kann also für die Parteien durchaus lohnend sein. Allerdings nur dann – auch darauf weisen unsere Beobachtungen zur Wahl 1972 deutlich hin – wenn der Aufwand sich nicht auf die finanziellen Mittel beschränkt. Er muß auch den persönlichen Einsatz der Anhänger der verschiedenen Parteien in der Öffentlichkeit einschließen.“

Durch die Aktivierung von Menschen, dadurch, daß sie von Objekten des politischen Geschäfts und der Medienberichterstattung zu redenden, handelnden Subjekten wurden, wurde die finanzielle, werbliche und mediale Vorherrschaft der CDU/CSU und ihrer Sympathisanten ausgeschaltet. CDU-Planer Radunski hat auch daraus für seine Partei Lehren gezogen:

„Aus den Wahlkampfverläufen während der siebziger Jahre in der Bundesrepublik Deutschland kann man heute durchaus schließen, daß Intensität der personalen Interaktionen im Wahlkampf die Wirkung der Massenmedien zurückdrängen oder wenigstens einschränken kann.“

Diese hier beschriebene Beobachtung erklärt übrigens auch das sonderbar kritische Urteil vieler Medien über Wahlkämpfe. Sie werden als lästig, unsachlich, übertrieben, zu teuer dargestellt. Wenn das „Wahlkampfgetöse“ vorüber ist, atmet man hörbar auf. Dies verrät immer auch ein Stück Erleichterung, nun wieder das Monopol zur Prägung der Öffentlichen Meinung zu haben, das ihnen die Parteien und im konkreten Fall die engagierten Bürgerinnen und Bürger für die Dauer des Wahlkampfes streitig gemacht hatten.

Eine Gegenöffentlichkeit aufbauen kann man allerdings nur, wenn man, wie wir es versucht haben, die Menschen selbst ausgiebig informiert, sie sprach- und argumentationsfähig macht. Dazu muß man inhaltlich etwas anbieten, man muß die Menschen ernst nehmen, ihnen etwas zutrauen und ihr Engagement würdigen. SPD-Parteimitglieder und erst recht ihre Sympathisanten wurden nur dadurch zu engagierten Multiplikatoren, weil die SPD und Willy Brandt profilierte, mutige Politik anboten.

Ohne Inhalte und Profil kein Engagement, ohne Engagement keine Chance, Inhalte durchzusetzen. Das ist ein sehr produktives Wechselspiel.

Heute ist eine solche Gegenöffentlichkeit selbst in Wahlkampfzeiten kaum noch vorhanden; die Chance des beschriebenen Wechselspiels wird nicht mehr gesehen. Entsprechend gering wird die Bedeutung der Menschen, auch der Mitglieder, als Meinungsbildner in die Planungen der Parteien eingestellt.

Gut, die Zeiten haben sich geändert. Viele Bedingungen, die für den Versuch, eine Gegenöffentlichkeit aufzubauen wichtig sind, haben sich in den letzten 25 Jahren verschlechtert. Gerade die elektronischen Medien absorbieren die Menschen noch viel mehr als damals. Der Raum, in dem demokratische, politische Auseinandersetzungen und Diskussionen stattfinden können, ist aufgelöst. Es gibt eine Vielzahl von Öffentlichkeiten. Die kritische Substanz hat immer weiter abgenommen. Die schleichende Entpolitisierung ist, wenn auch nicht schicksalhaft, so doch ein Faktum.

Folgt aus dieser nüchternen Analyse zwangsläufig, daß es keinen Sinn mehr macht, eine Gegenöffentlichkeit aufzubauen? Eher das Gegenteil: Die SPD wird heute weniger denn je eine Chance haben, sich voll auf einen breiten Strom der Zustimmung in den Medien zu stützen – je mehr diese Medien kommerzialisiert werden, je mehr rein wirtschaftliche Interessen, auch anderer Wirtschaftszweige dort vorherrschen, je unkritischer der Journalismus wird und je länger die Menschen vor der Glotze hängen. Die SPD braucht auch heute, wie 1972, Menschen, die bereit und fähig sind, dagegenzuhalten.

Zugegeben, das ist schwierig. Aber was ist die Alternative? Sehr häufig hat man in der Politik nur die Wahl zwischen zwei mehr oder weniger schlechten Alternativen. Da bleibt nur, die weniger schlechte zu wählen. Das ist auch heute der Versuch, auf die Menschen und nicht allein auf die Vermittlung durch Medien und Werbung zu setzen.

In diesem Zusammenhang ist es interessant, die Entwicklung bei der CDU/CSU zu betrachten: Nach der Wahlniederlage 1972 hat die CDU große Anstrengungen unternommen, ihre Mitglieder zu aktivieren. In den 70er Jahren wurde die Bedeutung einer „überzeugten Anhängerschaft“ (Radunski) hoch eingeschätzt. Den Planern im Adenauer-Haus ist es im Ansatz gelungen, die SPD zu kopieren. Hatte die SPD die Menschen 1972 auf die tatsächliche Übermacht der Union und der durch sie vertretenen Interessen hingewiesen, wurden später die Anhänger der Union zum Einsatz gegen Schreckgespenster wie den „Gewerkschaftsstaat“, die Macht der „Funktionäre“ oder die Macht der angeblich roten Medien („Mundfunk gegen Rundfunk“) aufgerufen – schon 1976 nicht ohne Erfolg.

Der Aufbau einer Gegenöffentlichkeit war einer der wesentlichen Gründe des Erfolgs von 1972. Warum sollte daraus nur die CDU und nicht auch die SPD selbst lernen?

In der folgenden Zusammenstellung werden einige wenige Elemente des „Klassenkampfes von oben“ dokumentiert. Die Kampagne des großen Geldes war aggressiv und sie war massiv. Das wird bei einer Gegenüberstellung der Tageszeitung-Anzeigen von Union und Helfershelfern und der Anzeigen der SPD sichtbar. In der Bild-Zeitung vom 15. November 1972, also vier Tage vor der Wahl, sind alleine acht Anzeigen dieser Art in der Bild-Zeitung erschienen. Siehe den ebenfalls wiedergegebenen Vermerk für Willy Brandt vom 15. November 1972 und seine Umsetzung in der großen Fernsehsendung, der Elefantenrunde vom 15. November 1972

Wichtig war dann, dass die Aufklärung über diese Kampagne offensiv und selbstbewusst betrieben wurde. Wir haben in allerlei Werbemitteln einschließlich eines eigenen Flugblattes (Das 100 Millionending) auf den Versuch des Großen Geldes, die Macht zurück zu erobern, geantwortet.

Die SPD hat damals diesen Versuch nicht beschönigt, nicht von der Gemeinsamkeit der Demokraten gesprochen. Sie hat stattdessen gefragt, was der Spitzenkandidat der anderen Seite, Rainer Barzel, politisch für die anonymen Millionen versprochen hat.

Und wir haben nicht verheimlicht, dass es in Deutschland ein Oben und ein Unten gibt, und dass wir nicht geneigt sind, dies als demokratisch anzuerkennen.

Klassenkampf von oben – Offen sagen, was ist.

Dok. 11. 5. L. 9
Erschienen am 14./15. November
Format: 30%
Kosten: 360.000 DM

Tatort Deutschland.

*Süddeutsche
Zeitung
14. November 1972
2-3a4*



Radikale Sozialisten haben unser Land
aufs Korn genommen. Sie wollen das
sicherste und freieste Wirtschafts-
system der Welt vernichten: die
Soziale Markt-
wirtschaft.

Wir alle müssen uns gemeinsam für
die Soziale Marktwirtschaft einset-
zen. Sie hat uns zu dem gemacht,
was wir sind. Ihr verdanken wir
unseren
Wohlstand.

SOZIALE
MARKT-
WIRTSCHAFT



DIE KRAFT
FÜR DEN
Fortschritt

Arbeitskreis Soziale Marktwirtschaft, 8 München 40, Tengstr. 45

Für die meisten Analysen und
historischen Abhandlungen
über jene Zeit ist der finanzielle
und werbliche Großeinsatz von
anonymen Organisationen und
finanzkräftigen Hilfstruppen der
CDU/CSU gerade einmal der
Erwähnung wert. Für besonders
wichtig oder gar mitentschei-
dend halten die meisten
Analytiker die Intervention des
Großen Geldes und den
Umgang der SPD damit nicht.

Man geht darauf nicht weiter
ein, obwohl die Anzeigen
dieser meist anonymen Grup-
pen insgesamt mehr als
anderthalb mal soviel Geld
kosteten wie die offizielle
Anzeigenwerbung von CDU
und CSU. Die Hilfstruppen
steuerten allein für Anzeigen
ca. 34,5 Millionen bei.

Die meisten Historiker und
Wahlanalytiker gehen darauf
nicht weiter ein, obwohl in
diesen Anzeigen rechtsradikale
und eindeutig demokratie-
feindliche Parolen auftauchten
und auch persönlich diffamiert
und gehetzt wurde. Allein diese
Methoden wären es wert
gewesen, festgehalten und
kritisch gewürdigt zu werden.

Neu war die Flut
anonymer Anzeigen
gegen die SPD.

Die Anzeigen im Wahlkampf hatten allerdings eine andere Qualität. Neu war die Anonymität der eingreifenden Initiativen und Gruppen. Die Hintermänner versteckten sich in der Regel hinter Postfachadressen. Sie trugen Phantasienamen wie „Wählerinitiative freiheitlich gesinnter Staatsbürger“, „Wähler-Initiative: Patriotische Mitte“, „Wählerinitiative der Realisten“, „Steuer-Notgemeinschaft“, „Freundeskreis ehemaliger FDP-Wähler“, „Aktion Bürgerinitiative“ oder „Aktion Solidarität“, „Aktion nüchterne Bürger in der Gesellschaft für konstruktive Politik“ und „Pro Union“.

Neu war auch die Flut dieser Anzeigen, die sich über die Zeitungsleser ergoß – und der damit verbundene Millionen-Aufwand.

FREIHEIT WÄHLEN!

Noch zwei Tage bis zur Entscheidung um Deutschland.

Dies ist auch unser Land, Herr Brandt!

Dies ist auch unser Land, Herr Brandt! Deutschland ist kein sozialistisches Eigentum.

Wir sind hier geboren. Wir lieben dieses Land – unser **Deutschland**. Wir wollen es wieder vereint sehen. Sind wir deshalb weniger friedfertige Deutsche?

Wir haben den National-Sozialismus am eigenen Leibe erlebt. Haben den Krieg und die Hungerzeit im eigenen Land durchgestanden.

Sie und Wehner waren draußen. Wir kritisieren das nicht. Aber sind wir, die wir auch in schwerer Zeit in Deutschland geblieben sind, deshalb schlechtere Deutsche? Wir haben uns nie von unserem Land distanziert. Und nie ein Buch wie „Deutsche und andere Verbrecher“ geschrieben.

Deutschland ist kein sozialistisches Eigentum. Kein Land, über dessen Zukunft die SPD selbstherrlich allein entscheiden darf.

Es ist auch unser Land, Herr Brandt!

Wir werden mitbestimmen, was mit Deutschland – wir nennen es so und werden es immer so nennen – geschehen soll.

Sie nehmen Wahlgeschenke der Kommunisten aus dem Osten an. Menschen, seit Jahren eingesperrt oder als Geiseln zurückgehalten, dürfen plötzlich ausreisen.

Das sind nicht die menschlichen Erleichterungen, die wir unseren Landsleuten drüben wünschen. Solange noch auf Deutsche geschossen wird, können wir den Kommunisten drüben keine Hand zum Miteinander reichen. Sie wollen die freie Marktwirtschaft hinwegfegen. Die großen Betriebe sozialisieren. Die Hetzjagd auf Tüchtige und Erfolgreiche freigeben. Die freiheitliche Demokratie durch den Staats-Sozialismus der privilegierten Funktionäre ersetzen.

Das machen wir nicht mit, Herr Brandt!

Wir rufen zur Offensive der Demokratie auf. Sie ist waffenlos. Sie braucht keine Bomben, keine Steuer-Millionen im Wahlkampf, keine Mobilisierung der Instinkte, keine Drohungen gegen die wache Mehrheit des Volkes.

Unsere Waffen sind am 19. November unsere Stimmen.

Wir wählen Freiheit und nicht Sozialismus.

Wir wählen die Zukunft Deutschlands, so wie wir sie unserem Gewissen gegenüber verantworten können.

**Unsere Entscheidung:
CDU/CSU –
auch die Zweitstimme**

Wählerinitiative freiheitlich gesinnter Staatsbürger in der Vereinigung zur Förderung der politischen Willensbildung
874 Bad Neustadt/S., Postfach 1673

3 Jahre Brand(t) sind genug!



**Morgen geht es um Ihre
Zukunft
und um unser Land.**

Um ein Leben in Freiheit.

**Oder in staatlicher Bevormundung und
sozialistischer Verplanung.**

**Deswegen geben Sie die
Erststimme der CDU
und auch die Zweitstimme
der Freiheit.**

Wählerinitiative der Realisten

3 Hannover, Gebelstraße 54



Lieber
Rainer
Barzel

als



Aktion
NÜCHTERNE
BÜRGER

in der Gesamtheit
der deutschen Bevölkerung
BfG, Amt für Öffentlichkeitsarbeit, Bonn

- Die erkennbaren Versuche der CDU/CSU, sich ein soziales, reformerisches Image zu verschaffen, wurden quasi täglich gestört.

Die Kampagne der Hintermänner hat wesentlich dazu beigetragen, gerade jene Menschen, die am Rande der Gesellschaft leben, die täglich ihre Ohnmacht spüren und normalerweise nicht mehr wählen, zur Wahl zu bewegen. Sie wählten die Partei, die den Mut hatte, gegen Übermächtige, für die Geld keine Rolle spielt, anzutreten. Aus allen diesen Gründen vermute ich, daß gerade unsere offensive Antwort auf das Große Geld zu der großen Mobilisierung der Nichtwähler und damit zur hohen Wahlbeteiligung beigetragen hat. Die Kampagne gegen das Große Geld war also ein in den späteren Analysen völlig mißachteter wichtiger Grund für den großen Wahlerfolg der SPD.

Nach der Wahl teilte die CDU/CSU unsere Einschätzung. Die anonymen und massiven Eingriffe der Hilfstruppen hatten nicht nur nichts genützt; sie waren mitverantwortlich für die deutliche Niederlage. Daß die CDU/CSU dadurch als „Handlungsgehilfe“ der Unternehmer dastand, wurde von Norbert Blüm bedauert. Der CDU-Wahlforscher Kaltefleiter formuliert es etwas eleganter, die große Zahl unkoordinierter Wahlwerbung zugunsten der CDU/CSU durch private

Werden Sie Deutschland umbenennen, Herr Bundeskanzler?

„Deutsche, wir können stolz sein auf unser Land“, sagt Brandt auf seinen SPD-Plakaten.

Wir fragen: Auf welches „Land“, Herr Bundeskanzler?

- Für Sie und Ihre Genossen ist
- Ostdeutschland heute Polen
 - Mitteleuropa „Die Deutsche Demokratische Republik“
 - West-Berlin (nach Egon Bahr) ein „Phänomen“.

Der „Grundvertrag“ nennt „Deutschland“ nicht mehr.

Gestern war für den Parteivorsitzenden und Außenminister W. Brandt Verzicht = Verrat und Erfüllungspolitik = Selbstmord des Volkes.

- Heute läßt der Kanzler Brandt
- aus gesamtdeutschen = innerdeutsche
 - aus innerdeutschen = zweistaatliche Beziehungen;
 - aus den zwei Staaten in Deutschland = zwei deutsche Staaten in der UNO werden und duldet, daß der gesamte Ostblock die Bundesrepublik Deutschland, die nach unserer Verfassung für das ganze Deutschland steht, nur noch die

Westdeutsche Bundesrepublik nennt.

Auf Seite 63/64 des Buches „Ostpolitik im Kreuzfeuer“ (Seewald-Verlag) steht es schwarz auf weiß, daß 1967/68 im Auftrag des deutschen Außenministers Brandt Sonderbotschafter Egon Bahr und einige Genossen bei Verhandlungen in Rom und München mit der Kommunistischen Partei Italiens hinter dem Rücken des Bundeskanzlers Kurt Georg Kiesinger alle Forderungen Ost-Berlins (Anerkennung aller Grenzen in Europa, Anerkennung der sogenannten DDR, Wiederzulassung der DKP) akzeptierten.

Wann endlich werden Sie sich dazu äußern?

Denn zur gleichen Zeit – September 1968 – stimmte die SPD-Fraktion einer Entschließung des Bundestages zu: „Die Anerkennung des anderen Teils Deutschlands als zweiter souveräner Staat deutscher Nation kommt nicht in Betracht.“

(**Schluß mit dem Kanzler,**)

der ein gestörtes Verhältnis zu unserer Geschichte, zu Deutschland, zu Recht und Freiheit hat.

(**Schluß mit Parteien,**)

die das Erbe ihrer Gründer Kurt Schumacher, Ernst Reuter, Fritz Erler, eines Theodor Heuss und Reinhold Maier verraten haben.

(**Deutschland lebt!**)

Denken! Wählen! Richtig entscheiden wie Amerika!

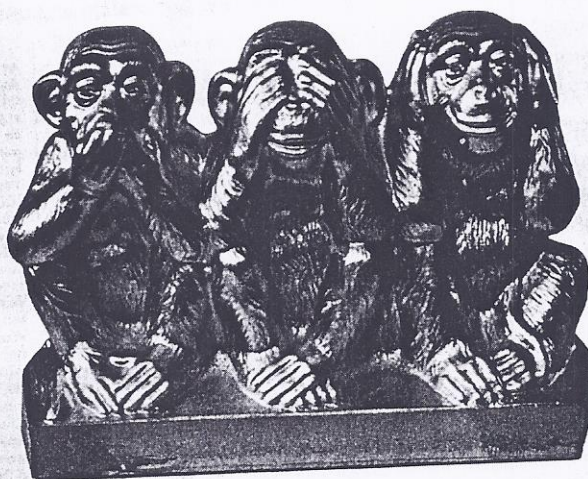
Wähler-Initiative: Patriotische Mitte, Hamburg 13, Postfach 8047

Mit ihrem Gegenangriff hat die SPD erfolgreich gekontert.

Neue Raue Nr. 44
28.10.72

2-3 u 4

Sozialistischer Stammtisch.



In sozialistischen Ländern hat nur einer etwas zu sagen: die Partei. Sie hat immer recht. Auch wenn es falsch ist. Der einzelne Mensch ist mundtot. Seine persönliche Freiheit ist beschnitten. Um zu überleben, geht man den Weg des geringsten Widerstandes. - Nichts hören. Nichts sehen.

Nichts sagen. Das ist diesozialistische Freiheit.

Seit einiger Zeit sind radikale Sozialisten dabei, dieses Prinzip auch bei uns einzuführen. Sie wollen vernichten, was uns Wohlstand und Freiheit brachte: die Soziale Marktwirtschaft. Wir alle müssen das verhindern.



Dies ist eine Anzeige des Arbeitskreises Soziale Marktwirtschaft
8 München 13, Tengstraße 45

Mit dem Gegenangriff hat die SPD nicht nur eine Attacke abgewehrt, die wie in Baden-Württemberg auch im Bund hätte gefährlich werden können. Die SPD hat mit ihrem offensiven, frühen und konkreten Konter entscheidende Punkte im Wahlkampf 1972 gut gemacht:

- Mit jeder Anzeige der CDU/CSU und ihrer Hilfsorganisationen wurde das Ungleichgewicht der verfügbaren Wahlkampfmittel deutlicher; das half bei der Umsetzung der Immunisierungsstrategie.

- Die völlig überzogene Demagogie weckte bei den SPD-Sympathisanten und selbst bei Neutralen Ärger; das war eine für die SPD positiv zu wendende Emotion.

- Daß hier einige wenige mit ihrem Geld die Stimmen der vielen kaufen wollten, weckte Widerstand.

- Die erkennbar undemokratischen Machenschaften von anonymen Einflußgruppen fügten sich in das von Mißtrauensvotum und Überläufern geprägte Gesamtbild des Jahres 1972 ein.

- Mit jeder Anzeige des großen Geldes war, ohne daß die SPD das betonen mußte, klar, daß die SPD die Interessen der Arbeitnehmer und der großen, nichtprivilegierten Mehrheit vertritt.

Der CDU-Kampagne „Freiheit oder Sozialismus“ den Boden entzogen.

Eines von über 100
Anzeigenmotiven der
CDU/CSU und ihrer
Freunde zum Thema
„Freiheit oder Sozialis-
mus“

Dok. 11. 5. 1. 7
Erschienen am 10. November
Format: 30%
Kosten: 180.000 DM

Totengräber einer Nation.

Süddeutsche Zeitung
10. Nov. 1972

2-3 a 4



...von der Sozialis-
mus kommt, geht der
Wohlstand. In Chile hat der Sozialis-
mus nur knappe 2 Jahre gebraucht,
um das Land zu ruinieren.
Der Staatschatz, den Generationen
erarbeitet hatten, ist weggewirt-
schaftet. Vor den Läden stehen
Schlangen von Menschen, die auf
Zuteilung von Lebensmitteln
warten. Fleisch gibt es
schon seit Monaten
nicht mehr.
Die Landeswährung

treibt in die
totale Inflation.
Der Sozialismus brächte ein Land an
den Rand eines Bürgerkrieges.
Auch bei uns sind radikale Sozialis-
ten dabei, das sicherste und freieste
Wirtschaftssystem der Welt zu vernich-
ten: die Soziale Marktwirtschaft.
Wir alle müssen das verhindern.
Denn der Sozialen Markt-
wirtschaft verdanken
wir den Wohlstand
und die Freiheit.



Arbeitskreis Soziale Marktwirtschaft, 8 München 40, Tengelstr. 45

Es gab viele Indizien dafür –
zuletzt im Landtagswahlkampf
in Baden-Württemberg –, daß
die Union auch im Bundestags-
wahlkampf versuchen würde,
die Angst vor dem Sozialismus/
Kommunismus zu schüren und
Sozialdemokraten mit Kommu-
nisten gleichzusetzen. Es war
absehbar, daß diesmal die
Ostpolitik in Verbindung mit
der Reformpolitik benutzt
werden würde, um wieder wie
bei den Wahlen zuvor zu
behaupten, die Wege der SPD
führten nach Moskau.

„Freiheit oder Sozialismus“,
diese später durchschlagende
Parole stand uns auch 1972 ins
Haus. Die Option war klar:
Entweder ducken und verlieren
oder das Godesberger Ver-
ständnis vom Sozialismus
positiv besetzen und so wenig-
stens den Versuch machen, die
Angstmacherei ins Leere laufen
zu lassen.

Es war Willy Brandt und seinen
Zuarbeitern klar, daß sie hier
nicht kleckern durften, sondern
klotzen mußten. Deshalb hielt
Willy Brandt am 20. August
zum 20. Todestag Kurt Schu-
machers – eines entschiedenen
Antikommunisten – eine Rede
„Zum Auftrag des Demokrati-
schen Sozialismus“ – für das
interessierte Publikum und die
veröffentlichte Meinung. Wenig
später begann die SPD in der
Illustriertenpresse (Stern, Quick,
Bunte usw.) mit einer Serie von
6 Anzeigen unter dem Titel
„Erfolge von 109 Jahren
Demokratischem Sozialismus“.

Die immer wieder geäußerte Kritik, solche Sendungen seien sachlichen Aufklärung nicht dienlich, sie seien nur Schaukämpfe, hielten wir nicht für stichhaltig. Auch die Selbstdarstellung von Politikern ist ein Element der „politischen Information“ (H.J. Weiß). Außerdem gab es bei diesen Sendungen auch immer Sachinformationen.

Die einzelnen Auftritte Willy Brandts wurden präzise vorbereitet. Auf Untersuchungen von Infratest zu den Sehgewohnheiten der Zuschauer gestützt wurde Willy Brandt geraten, vor allem die ersten 20 Minuten zu nutzen; die Erhebungen hatten ergeben, daß in dieser Zeit Einschaltquoten und Aufmerksamkeit am höchsten waren. Willy Brandt war vor jeder Runde mit Fakten und Argumenten für absehbare Konfliktpunkte ausgestattet worden; er hat diese Vorschläge geschickt eingesetzt. Hier wie anderswo war er ein äußerst disziplinierter Wahlkämpfer. Der abgebildete Vergleich von Vorschlag und Ausdruck der Fernsehdiskussion zeigt das sehr schön.

Einige Sozialdemokraten argwöhnten, Willy Brandt wäre zu temperamentvoll, zu wenig staatsmännisch aufgetreten. Doch Untersuchungen deuten darauf hin, daß die beiden Kandidaten der Regierungsparteien, Willy Brandt und Walter Scheel, vor allem bei noch Unentschlossenen einen besseren Eindruck hinterließen. Die CDU-nahen Blätter sahen das verständlicherweise anders.

- Öffentlichkeitsarbeit -

Bonn, den 15. Nov. 1972 - AM/J

Vermerk für
Willy Brandt

Betreff: Fernsehdiskussion / Einige Anregungen

Bei der Kölner Veranstaltung habe ich einige ganz starke Passagen notiert, die auch heute abend noch gut ankommen würden. Hier die Stichworte:

Hinweis auf Anonymität und das große Geld

Begründung: Die Anzeigenwelle der anderen Seite überschlägt sich jetzt. Wir haben darauf schon frühzeitig hingewiesen und müssen jetzt den Erfolg dieser Prognose "kassieren". Anonyme Gruppen gaben bis 13. 11. für zentral geschaltete Anzeigen rund 16 Millionen aus; etwa genauso viel wie die CDU/CSU als Partei: 17. Millionen.

BILD hat allein heute 8 Anzeigen / Fläche:
3 3/4 Seiten: Preis ca. DM 450 000.--.

h.u.
(Albrecht Müller)

Anlagen

Vorbereitung für Willy Brandt ...

„... Herr Strauß, Sie haben gesagt, die Regierung würde oder würde nicht Millionen für Regierungspropaganda ausgeben haben. Diese Regierung verfügt für die Aufklärung im Innern über keinen Pfennig Geld mehr als frühere Regierungen. Das kann ich im einzelnen nachweisen. Was die Millionen angeht, ist das anders. Dieses Fairneß-Abkommen, wenn wir das geschlossen hätten, dann wären wir ja betrogen worden, denn schon bis vorgestern, bis zum 13. November haben Ihre anonymen Gesellschaften für 16 Millionen Mark Anzeigen aufgegeben zusätzlich zu den 17 Millionen, die Sie offiziell aufgegeben haben. Und heute in der BILD-Zeitung stehen allein acht Anzeigen der Union, die 450 000 Mark kosten, wenn BILD Ihnen nicht Sonderpreise gegeben hat. Das heißt, denen, die diese Anzeigen geben und Ihnen die vielen Millionen geben in diesen Wochen, denen kann es gar nicht so schlecht gehen, die können nicht so leiden unter der Krise, von der Sie immer reden, die scheinen noch viel Geld zu haben, das sie in Ihr Geschäft hineinstecken. ...“

... und seine disziplinierte Umsetzung – ein Auszug aus der Mitschrift der Fernsehdiskussion vom 15. November 1972.

Keine Angst vorm Großen Geld.

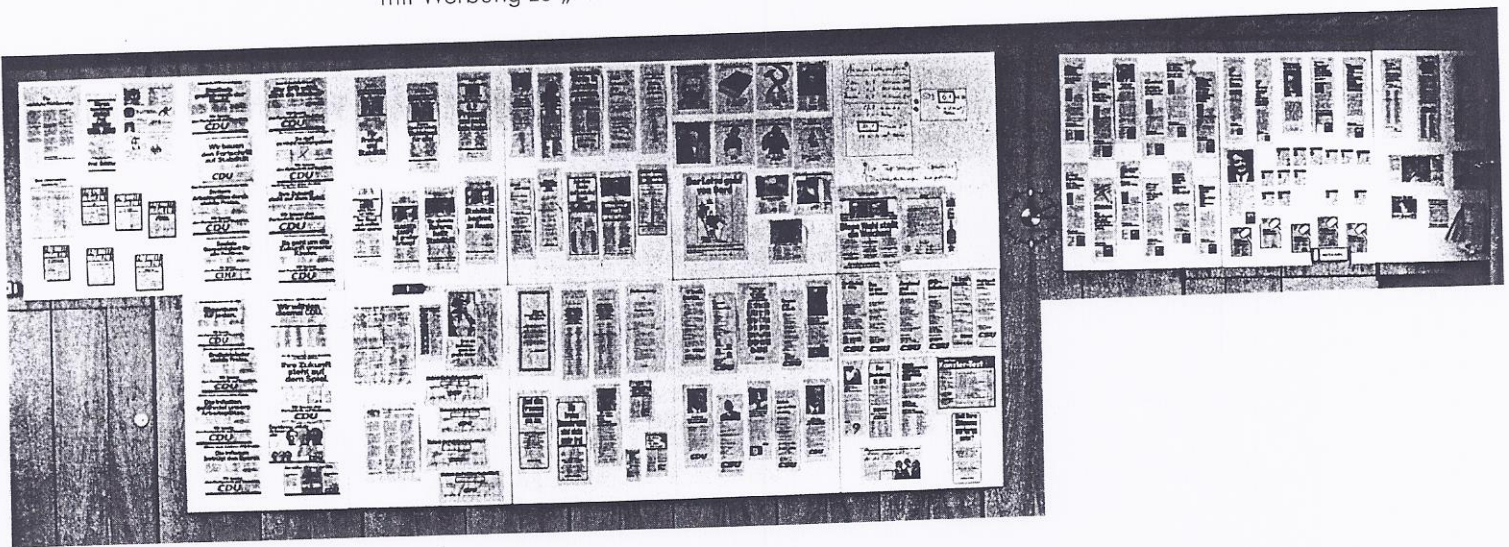
Hinter und neben der CDU/CSU stand eine finanzstarke Gespensterpartei.

Mit einer überwältigenden und überwiegend anonymen Anzeigenkampagne, teurer als die Anzeigen der Union selbst, flankierte sie den Wahlkampf gegen die Regierung Brandt.

Diese Machenschaften ans Licht zu holen, war im Hinblick auf die Wahlchancen der SPD unerlässlich. Es war aber auch ein Dienst an der Demokratie, denn sie wird untergraben, wenn das Prinzip „one man one vote“ – ein/e Bürger/in eine Stimme – nicht mehr gilt, wenn Mächtige versuchen, sich Hunderttausende von Stimmen mit Werbung zu „kaufen“.

Nach der Wahl hat SPD-Bundesgeschäftsführer Holger Börner das Kräfteverhältnis im Wahlkampf optisch anschaulich machen lassen. Rechts im Bild die SPD-Anzeigen, links die zentralen Anzeigen der CDU/CSU und ihrer Helfer – ein Verhältnis von 2,75 m² zu 10 m², also fast von 1 : 4.

David gegen Goliath - 1 : 4 bei den Anzeigen von SPD zu CDU/CSU plus Helfer



Die SPD hat sich diese Intervention nicht gefallen lassen und mit klarer Sprache beschrieben, was gespielt wird. Sie hat auch Personen beim Namen genannt. Das hier abgedruckte Flugblatt – im Kampagnenblatt als Arbeitnehmerflugblatt bezeichnet – wurde in einer Auflage von 5,3 Millionen verteilt.

auch damals keine unternehmerfeindliche Partei; sie setzte auf Zusammenarbeit von Unternehmen, Gewerkschaften und Politik. Sozialdemokraten waren schließlich die Erfinder der Konzentrierten Aktion. Die klassenkämpferischen Töne dieses Teils des SPD-Wahlkampfes waren so nichts weiter als die selbstverständliche und selbstbewußte Antwort auf den „Klassenkampf von oben“ (Heinz Kühn).

Arbeitnehmer-Flugblatt; 5,3 Millionen Auflage

Willy Brandt und auch diejenigen, die die Texte entwarfen, hätten lieber auf diese Konfrontation verzichtet. Die SPD war



HIER DIE TATSACHEN: MILLIONEN. ANONYME ANZEIGEN. ANGSTMACHE.

Einige Beispiele:

1. Anzeigenkampagne

62 Industrielle: „Wir können nicht länger schweigen“. Angstmache gegen die Regierung. Wir fragen: Wo ist die angekündigte Arbeitslosigkeit geblieben?

2. Verschwörung gegen Willy Brandt

Am 30./31. 1. 1972 trafen sich Vertreter des Bauer-Verlages (Quick, Neue Revue, Praline) mit einigen Industriellen und Stoltenberg (CDU) und Dregger (CDU) im Schloßhotel zu Kronberg/Taunus. (Vgl. „werben und verkaufen“ Nr. 34, „Spiegel“ Nr. 35.) Thema des Treffs: Wie kommt die CSU/CDU wieder an die Macht?

Antwort:

- „Mit Millionen gegen Bonn“ („werben und verkaufen“).
- Mehr Anzeigen für Bauers Quick, Praline, etc.
- Weniger Anzeigen für Zeitschriften, die nicht auf Barzels Linie liegen. Ergebnis nach „werben und verkaufen“: „Aktionsförderer Bauer verbucht massiven Anzeigenzuwachs der Kreismitglieder.“

3. Tarnorganisation gegen die SPD

Aus dem Kronberger Treffen ging auch die Tarnorganisation „Arbeitskreis soziale Marktwirtschaft“ hervor. Finanzen: 12–15 Mio. Bisher wurden vier Anzeigen gegen die SPD aufgegeben, u. a. die ganzseitige zu Schillers Rücktritt. Wer wohl die neuen Schilleranzeigen finanziert??

4. 20 Millionen vom Wirtschaftsrat?

Der Wirtschaftsrat der CDU e.V. setzte bei der Wahl in Baden-Württemberg etwa 2,5 Millionen DM ein. Umgerechnet auf die Bundestagswahl sind das rund 20 Millionen DM.

5. Mit Likör gegen die Interessen der Arbeitnehmer

Der Schnapsfabrikant Eckes schrieb am 21. 8. 72 einen Brief an konservative Unternehmer: „Für den bevorstehenden Wahlkampf müssen wir die Oppositionspartei mit allen Kräften unterstützen... Richten Sie Ihre Spenden an unseren Landesverband der CDU oder schreiben Sie mir.“

6. Springer mischt mit

„Müßte die CDU den Spaltenraum bezahlen, den die BILD-Zeitung aus freien Stücken mit Propaganda gegen die Sozial-Liberalen belegt, dann wäre die Union in Kürze pleite.“ (ZEIT vom 22. 9. 72.)

Es ist bedauerlich, daß einige Interessengruppchen die Unternehmer insgesamt ins Zwielicht bringen. Die große Zahl der deutschen Unternehmer weiß: unser Land kann nur mit einer Regierung des sozialen Fortschritts bestehen. Nur mit Sozialdemokraten. Niemand kann den erwähnten Interessenten verbieten, gegen Bundeskanzler Brandt mit Millionen anzugehen. Das ist ihre Sache.

Aber es ist unsere Aufgabe, deutlich zu sagen:

Arbeitnehmer!

Barzel/Strauß vertreten nur die Interessen einiger weniger. Sorgen Sie dafür, daß die Regierung des ganzen Volkes weiterarbeiten kann. Willy Brandt muß Kanzler bleiben.

Selbständige!

Von einigen Großverlegern und Finanziers haben Sie nichts zu erwarten!

Herausgeber: Vorstand der SPD
Abt. Öffentlichkeitsarbeit, Bonn
Gestaltung: ARF, Düsseldorf
Druck: Küster-pressdruck, Bielefeld

DIE SOZIALE POLITIK WILLY BRANDTS PASST GEWISSEN INTERESSENTEN NICHT.

- Die Regierung Willy Brandt gab den Arbeitnehmern mehr Rechte am Arbeitsplatz. Die CSU/CDU stimmte dagegen.

- Die Regierung Willy Brandt schützte die Mieter vor Mietwucher und Willkür. Die CSU/CDU stimmte dagegen.

- Sozialdemokraten wollten das Baby-Jahr einführen. Die Opposition war dagegen.

- Sozialdemokraten wollen die Steuerlasten gerechter verteilen und ungerechte Steuervorteile abbauen. Die Opposition ist dagegen.

- Wir Sozialdemokraten werden die Bodenspekulation bekämpfen. Die Opposition ist dagegen.

- Die Regierung Willy Brandt schützt uns vor Umwelt-Gefahren. Barzel/Strauß schielen auf Einzelinteressen.

- Das Millionen-Ding soll die Reformen bremsen. Jetzt erst recht:

Willy Brandt muß Kanzler bleiben. Deshalb:



Eine politische Kraft, die sich nichts gefallen läßt - die Antwort der SPD auf den „Klassenkampf von oben“ - das SPD-Flugblatt „Das 100-Millionen-Ding“

Anonyme Millionen fließen für Barzel:

Was hat er dafür versprochen?

Jedermann weiß, daß Doktor Barzel die Millionen für getarnte Anzeigenserien nicht aus Nächstenliebe zugesteckt bekommt. Die CDU zahlt in politischer Münze zurück. Nach der Wahl: Ein modernes und gerechtes Steuersystem soll weiter blockiert werden. Die Bodenspekulanten sollen weiter Millionen-Gewinne auf Kosten von uns allen machen.

Vor den Wahlen tarnen sich Strauß und Doktor Barzel. Da ist auf einmal von Reformen und sozialer Gerechtigkeit die Rede. Herr Katzer wird nach vorn geschickt.

Wir Sozialdemokraten haben solche Tarnung nicht nötig. Wir handeln im Interesse aller Bürger. Unsere Vorschläge für ein modernes Steuerrecht und für eine gerechte Bodenordnung liegen auf dem Tisch. Wir drücken uns nicht vor den notwendigen Aufgaben. Wir kämpfen auch nach der Wahl für eine sichere Zukunft aller Bürger unseres Landes.

Willy Brandt muß Kanzler bleiben.

Ich möchte der SPD mit einer Wahlspende helfen. Ich werde einen Betrag auf das Konto 10000 der Bank f. Gemeinwirtschaft, Bonn überweisen.
Kennwort: „Wahlspende“.

Ich trete der SPD bei. Ankreuzen, ausschneiden und abschieken an:
SPD, 53 Bonn,
Erich-Ollenhauer-Haus
Name und Anschrift nicht vergessen!

SPD
Sozialdemokraten

10. November 1972

Leistungen zählen.

Der Grundvertrag bringt mehr menschliche Erleichterungen.

Darauf können alle Deutschen stolz sein.



Willy Brandt:
„Menschliche
Erleichterungen
erreicht man durch
Verhandlungen.
Nicht durch groß-
sprecherische
Worte.“

Der Grundvertrag zwischen der DDR und der Bundesrepublik liegt auf dem Tisch. Jetzt muß der Wähler entscheiden. Nach schwierigen Verhandlungen ist die Regierung Willy Brandt einen neuen Schritt auf dem Wege der Entspannung vorangekommen, für alle Deutschen.

An der Grenze zwischen Lübeck und Hof werden praktische Fragen geregelt. Mehr Grenzübergänge werden geschaffen. Nachbarn können sich wiedersehen. Umweltprobleme werden koordiniert.

Zum Grundvertrag haben die Regierungen in Washington, London, Paris und Moskau ja gesagt. Jetzt muß der Wähler entscheiden.

Sagen Sie ja zu Frieden und Entspannung. Deutschland braucht weiter eine sichere Hand.

Wählen Sie am 19. November SPD.

Willy Brandt muß Kanzler bleiben.

Was Sie noch tun können:

→ Reden Sie mit Ihren Freunden und Kollegen. Weisen Sie auf die anonymen Millionen-Anzeigen der anderen Seite hin.

→ Gehen Sie auf jeden Fall wählen.

→ Willy Brandt wählt man mit der Zweitstimme. Deshalb beide Stimmen für die SPD.

SPD
Sozialdemokraten

13. November 1972



Wir können * stolz sein auf unser Land.

Das sagen wir. Die anderen dagegen machen alles schlecht. So steht der Wähler vor der Frage: Wer hat nun eigentlich Recht?

Wir haben nur eine Bitte: Prüfen Sie jede Behauptung auf ihren Wahrheitsgehalt. Anhand Ihrer eigenen Erfahrung.

Schauen Sie in Ihre Brieftasche: Es geht uns besser als vor drei Jahren.

Schauen Sie sich in Ihrem Betrieb um: Keiner braucht Angst um seinen Arbeitsplatz zu haben.

Und wenn Sie im Ausland Urlaub gemacht haben, dann wissen Sie, wie hart und begehrt die Deutsche Mark ist.

Wenn Sie glauben, daß wir auf dem richtigen Wege sind, dann unterstützen Sie uns in diesem Wahlkampf. Sagen Sie weiter, was wir geleistet haben: Frieden und Verständigung. Flexible Altersgrenze. Mieterschutz. 624-DM-Vermögensbildung. Umweltschutz, usw. Sagen Sie weiter, was wir wollen: Mehr Rechte und Schutz für die Frauen. Gerechtere Steuern. Kampf der Bodenspekulation.

Mit Millionen-Beträgen wird jetzt Propaganda gegen Sozialdemokraten gemacht. Wird Unsicherheit verbreitet und Angst geschürt.

Lassen Sie sich nicht ins Bockshorn jagen. Glauben Sie sich selbst und Ihrer Erfahrung. Und nicht den Miesmachern, denen unsere Politik nicht in ihre Geschäfte paßt.

Helfen Sie Willy Brandt. Es geht um unser Land.

Gerechtigkeit. Menschlichkeit. Frieden.

☐ Ich möchte der SPD im Wahlkampf helfen. Bitte schicken Sie diesen Coupon dem zuständigen Kandidaten.
☐ Ich möchte der SPD mit einer Wahlspende helfen. Ich werde einen Betrag auf das Konto 7500 der Sparkasse Bonn überweisen. Kennwort: "Wahlspende".
☐ Ich trete der SPD bei.
Ankreuzen, ausschneiden und abschicken an:
SPD - PV, 53 Bonn, Ollenhauer Haus, Postfach 651
Name und Anschrift nicht vergessen!



4. Oktober 1972

Warum einige Groß- industrielle Barzels Wahlkampf finanzieren.

Ganz einfach: Die Regierung Brandt gibt den Arbeitnehmern mehr Rechte. Schützt die Mieter vor Willkür. Die CSU/CDU sagte nein. Sozialdemokraten kämpfen gegen die Bodenspekulation und für gerechtere Steuern.

Da sieht natürlich so mancher Privilegierte seine Pfründe bedroht, seine „Geschäfte“ gefährdet. Und schlägt zu. Mit seinen Millionen – als Wahlspende für die CSU/CDU. Mit anonymen Anzeigen. Die Millionen werden in einer Angstkampagne eingesetzt, um Willy Brandt zu stürzen. Weil man glaubt, alles sei zu kaufen. Auch der Wille der Wähler.

Das dicke Ende kommt nach der Wahl. Dann wird die Gegenrechnung aufgemacht. Denn Millionen verschenkt man nicht. Die will man sich zurückzahlen lassen. In harter politischer Münze. Sorgen Sie dafür, daß diese Rechnung nicht aufgeht. Wählen Sie am 19. November SPD.

Willy Brandt muß Kanzler bleiben.

☐ Ich möchte der SPD im Wahlkampf helfen. Bitte schicken Sie diesen Coupon dem zuständigen Kandidaten.
☐ Ich möchte der SPD mit einer Wahlspende helfen. Ich werde einen Betrag auf das Konto 7500 der Sparkasse Bonn überweisen. Kennwort: "Wahlspende".
☐ Ich trete der SPD bei.
Ankreuzen, ausschneiden und abschicken an:
SPD - PV, 53 Bonn, Ollenhauer Haus, Postfach 651
Name und Anschrift nicht vergessen!



7. Oktober 1972

* Die Aachener Volkszeitung und die Rheinische Post haben sich geweigert, diese Anzeige zu veröffentlichen.

Die Anzeigen sind hier
verkleinert dargestellt.

Ein wichtiges Hilfsmittel der Mobilisierung und vor allem der Information der vielen, ja der 100 tausenden von Menschen, die bei diesem Wahlkampf ihre Stimme erhoben, war eine täglich in der Bild-Zeitung und einigen wenigen anderen Blättern erscheinende Kleinanzeige mit der Überschrift: „Wichtige Nachricht für unsere Freunde“. Mit den 45 kleinen und deshalb preiswerten Anzeigen haben wir ein Mehrfaches dessen erreicht, was die Gegenseite teuer gebucht hat. Aus einer internen Aufstellung des Springerkonzerns wussten wir, dass diese Einschätzung richtig ist.

Die Kleinanzeigen übrigens erschienen in der Bild-Zeitung, weil wir nüchtern einschätzen mussten, dass es unter ihren Leserinnen und Lesern viele potentielle Freunde Willy Brandts und der SPD gibt.

Aus Berichten und Gesprächen wussten wir, dass viele Käufer der Bild-Zeitung am Morgen erstmal schauten, was der Bundesgeschäftsführer der SPD, Holger Börner ihnen mitzuteilen hat.

David gegen Goliath.

Eine der wichtigen Innovationen im Wahlkampf 1972 – Kleinanzeigen in Serie

Im schon erwähnten Drehbuch, dem zentralen Planungsdokument für den Wahlkampf vom 21. Juni 1972, machten wir einen außergewöhnlichen Vorschlag: Zur Information von Mitgliedern und Sympathisanten sollte eine ganze Serie von Kleinanzeigen jeden Tag in der Boulevard-Presse „geschaltet“ werden. Unter dem Titel

„Wichtige Nachricht für unsere Freunde“ erschienen dann vom 27. September bis zum „Danke schön“ am 23. November insgesamt 40 kleine Anzeigen, zweispaltig, ca. 10 cm hoch und ohne Bilder – in der BILD-Zeitung, Bild am Sonntag, der AZ München, der Hamburger Morgenpost, dem Express Köln und weiteren Zeitungen (In der abgebildeten Anzeige Nummer 8 sind alle „Fundorte“ genannt).

Die konzeptionelle Idee und der Hintergedanke dieser Teilkampagne liegen auf der Hand. Dadurch, daß diese Anzeigen täglich erschienen, durchnummeriert waren und den Charakter einer Hintergrundinformation hatten, haben mehr und mehr Freunde der SPD täglich in ihrem Blatt danach gesucht und sie auch wirklich gelesen. Auch andere, distanziertere Leser wurden neugierig, weil wir ihnen das Gefühl gaben, einen Blick hinter die Kulissen des SPD-Wahlkampfes tun zu können.

Damit haben wir mit kleinen Anzeigen und für wenig Geld eine Lesedichte, Lesehäufigkeit und Aufmerksamkeit erreicht, die man sonst nur mit teuren Großformaten erreicht. Das bestätigten interne Untersuchungen der BILD-Zeitung.

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

1

Contra mit Köpfchen gegen das große Geld.

Liebe Freunde!
Am Freitag wurde der Weg zu Neuwahlen frei. Einen Tag später hat die CSU/CDU den Geldhahn voll aufgedreht. Eine ganze Anzeigenseite für eine unwahre Behauptung. Kostenpunkt: rund 1 Million DM.

Nachdem es im April nicht gelungen war, mit Mandatsüberträgern an die Macht zu

kommen, soll Willy Brandt jetzt mit massiver Propaganda abgeschossen werden.

Wohlgemerkt – niemand kann Barzels finanzkräftigen Hintermännern verbieten, Millionen einzusetzen. Man muß es nur wissen, um zu erkennen, wessen Interessen Strauß/Barzel vertreten. Und um Contra zu bieten. Der Kampf wird hart. Da muß jede Mark aufgewogen werden durch die besseren Argumente unserer Freunde.

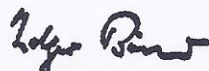
Machen Sie mit! Wie? Hier ein Beispiel: Wenn die CSU/CDU mit großen Anzeigen den Eindruck zu erwecken versucht, die SPD sei gescheltet, dann tragen Sie Ihre Kollegen und Freunde:

- Die höchsten Lohnsteigerungen seit 1961,
- ganz sichere Arbeitsplätze,

- die flexible Altersgrenze,
- Mieterschutz und mehr Rechte am Arbeitsplatz,
- unbehindert nach Berlin rollende Lkw,
- Deutsche, die sich wieder treffen können –

sind das Zeichen des Scheiterns? Nein. Das sind unsere Leistungen. Damit Sie immer gut durchblicken, veröffentlichen wir jeden Tag (außer samstags) diese Kleinanzeige zum Ausschneiden. Mit Tips und Argumenten. Von Bundeskanzler Willy Brandt soll ich Sie grüßen. Er hat am vergangenen Freitag im Bundestag gezeigt, daß er kämpfen wird.

Ihr



Holger Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

4

Dr. Barzels Hintermannschaft

Woher hat die CSU/CDU das viele Geld für die dicken Inserate gegen Willy Brandt? Antwort: von Interessanten. Hier zwei Beispiele:

1. Verschwörung gegen Brandt im Schlosshotel von Kronberg-Taunus.

Am 30./31. 1. 1972 trafen sich Vertreter

des Bauer-Verlages (Quick, Neue Revue) und einige Großindustrielle: Asbach (Asbach Uralt), Gütermann (Nähseide), v. Hauenschild (Deutsche Bank), Krug (Feldmühle, Flick) u. a. Ziel: 10 bis 15 Mio. DM für die CDU. Außerdem: Absprache mehr für Zeitschriften, die zu Willy Brandt halten". Anzeigenverlust beim Stern: 242 Seiten. Wo bleibt da die Pressefreiheit?

2. Schnepfenzuckerfabrikant weint um Spenden für die CDU.

Herr Eckes (Chantré, Hohes C) bettelte am 21. 8. 1972 bei seinen Kollegen für die CSU/CDU um namhafte Beträge.

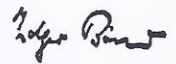
Was tun? Niemand kann einigen Millio-

nären verbieten, Geld über den Tisch zu schieben. Aber: Arbeitnehmer müssen wissen: Doktor Barzel und seine Mannschaft vertreten die Interessen ihrer Hintermannschaft. Augen auf!

Katzer und Barzel spielen Theater mit großen Worten. Wenn sie z. B. von Vermögensbildung reden. Das tun sie schon seit 20 Jahren.

Nach unserem 624-DM-Gesetz haben jetzt 17 Mio. Arbeitnehmer Vermögen gebildet.

Ihr



Holger Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

27. September 1972

10. Oktober 1972

Mit den kleinen Boulevardanzeigen erreichten wir vor allem die für uns wichtige Zielgruppe der Arbeitnehmer.

Die Kleinanzeigen in der Boulevardpresse waren ein flexibles Instrument und vor allem ein aktuelles Informationsinstrument. Sie hatten eine Vorlaufzeit von nur zwei Tagen.

Die Kleinanzeigen setzten ganz unterschiedliche inhaltliche Akzente: an erster Stelle Angriffe gegen Argumente und Methoden der Gegenseite und Regieanweisungen zum Wahlkampf; Programmatisches, auch Versuche zur Erklärung so komplizierter Sachverhalte wie der Bodenrechtsreform.

Dieses innovative Werbemittel war ganz abgestellt auf die Hoffnung, daß bei diesem Wahlkampf viele Menschen mitmachen und täglich Informationen brauchen.

Interessant ist auch folgende Beobachtung: In den Anzeigen wurden z.B. Hinweise auf Verteilaktionen gegeben; mit dem Effekt, daß sich manche Leser bei den lokalen Wahlkampfapparaten erkundigten, ob sie helfen könnten. Sie waren Hilfe und Kontrollinstanz zugleich.

Im übrigen wurden die Kleinanzeigen von den Unterorganisationen der SPD zur Weiterverbreitung auf Handzettel gedruckt. Diese Anregung kam von der Münchener SPD; von „intern“ am 11.10. zur Nachahmung empfohlen. So kam eins zum anderen.

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

20

Und so zieht D. Th. Heck vom ZDF durchs Land und tingelt. Mit teuren Popstars — als Aufreißer für die CDU. Gegen hohe Gagen.

Genau das aber zeigt den „kleinen Unterschied“ zwischen Sozialdemokraten und der CDU/CSU:

Wir haben es nicht nötig, hohe Gagen für Stars zu zahlen, die — wie sie selbst sagen — auch für andere Parteien arbeiten würden: wenn nur die Kasse stimmt.

Wir haben statt dessen starken, freiwilligen Zudrang von prominenten Künstlern. Die lassen sich ihre engagierte Mitarbeit auch finanziell viel kosten:

● Durch Verzicht auf bezahlte Sendetermine:

● durch Verzicht auf bezahlte Auftritte:

● durch Verzicht auf bezahlte Drehtermine:

● durch Reise- und Hotelkosten.

Heck-meck für teures Geld!

Liebe Freundel

Schlechte Ware muß lautstark verkauft werden. Mit viel Geld. Das wissen auch Strauß und Barzel.

Wir nennen ein paar Namen, die ohne Unterschied für alle stehen:

Katja Ebert, Horst Frank, Irene Koss, Hans Schweikart, Salsen Sinjen, Rainer Schöne, Volker Schlöndorff, Wibke Bruhnel.

Pech für die Union. Pech für D. Th. Heck. Dem lief kürzlich Drafi Deutscher davon und lief in den vollen Saal einer CDU-Pop-Show:

„Willy wählen“.

Hofer Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

24. Oktober 1972

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

8

Suchen, lesen, weitersagen — so schaffen wir's

Darum, zum Beispiel so eine Kleinanzeige: Mit Informationen gegen das große Geld. Als kleiner Artikel in teuer bezahltem Anzeigenraum.

So leisten wir die notwendige Information für unsere Freunde. Auch dort, wo wir pressenmäßig keine Unterstützung finden. Damit Sie klarsehen, damit Sie abwägen und urteilen können.

Diese Anzeigen sind „Such“-Anzeigen, klein gesetzt, relativ billig und notwendigerweise weniger auffällig. Weil wir nicht die Mittel haben, quadratmeterweise zu prozeln, weil wir informieren wollen. Täglich!

Deshalb Augen auf! Sie finden unsere durchnummerierten Anzeigen bis zum Wahltag in folgenden Blättern:

- Bild, Gesamttausgabe
- Bild am Sonntag
- Abendzeitung, München

- Hamburger Morgenpost
- Abendpost, Nachtausgabe FIM
- TZ-München
- Frankfurter Rundschau
- Westfälische Rundschau
- Neue Presse, Coburg
- Frankenpost, Hof
- Express, Köln

Suchen, lesen, ausschneiden, mit Nachbarn diskutieren!

Das ist unsere sichere Waffe gegen die Verbeschachtelung der CDU/CSU und ihrer finanzstarken Hintermannschaft.

Ihr

Hofer Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

6. Oktober 1972

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

30

Wahlhilfe durch Preiserhöhungen

Was steht politisch dahinter?

● Preiserhöhungen noch gerade rechtzeitig vor den Wahlen: Damit Strauß und Barzel wieder nasse Munition gegen Willy Brandt haben.

● Keine Preiserhöhungen direkt nach den Wahlen: Damit könnten dann Strauß und Barzel als mögliche Gewinner prozeln.

Damit wird wieder einmal deutlich:

● Die Preise werden von Unternehmen gemacht.

● Zurückhaltung oder Erhöhung bei Preisen, beides ist drin. Denn beim Bier werden schon jetzt klitzige Gewinne gemacht (20 Prozent Dividende).

Bis zum 20. 11. 1972 wollen aber viele große Brauereien ihre neuesten Preiserhöhungen durchgebracht haben (Westfälische Rundschau, 27. 10. 1972).

● Die CDU/CSU erhält direkte Wahlhilfe von der Industrie. Durch Millionen-Spenden.

● Und indirekte Wahlhilfe: Durch manipulierte Preise.

Das ist der harte Kern von Strauß' und Barzels Stabilitätsgesetz.

Hofer Börner
SPD-Bundesgeschäftsführer

7. November 1972

Die Kleinanzeigen waren eine tragende Säule des Mobilisierungskonzeptes.

Allein durch die Art, die Gestaltung und bescheidene Größe der Anzeigen haben wir einen anderen Teil des SPD-Konzepts gestützt: Bei der Wahl geht es um die Interessen der vielen „Kleinen“ gegen die wenigen mit dem „Großen Geld“. Um das anschaulich zu machen: Als am 15. November z.B. in BILD die schon erwähnten acht Anzeigen der CDU/CSU und ihrer Hilfsorganisationen erschienen, wirkte unsere „Kleinanzeige“ Nr. 36, drei kleine Spalten breit und 10 cm hoch, wie David gegen Goliath.

40, wenn auch kleine Anzeigen, in BILD zu plazieren, war beim gespannten Verhältnis der SPD zur Springer-Presse eine verwegene Idee. Immerhin mußten wir damit rechnen, die Glaubwürdigkeit oder gar die Auflage von BILD und BamS mit unseren Anzeigen zu erhöhen. Diese Gefahr sahen wir bei Abwägung mit der zuvor geschilderten Wirkung als gering an. Die bewußt bescheidene Form der Anzeigen im Kontrast zur Werbeschlacht der Gegenseite stärkte in der „feindlichen Umgebung“ eher die Wirkung. Die Weigerung der BILD-Zeitung, einen der Anzeigentexte zu drucken, befreite uns schließlich ganz von dieser Sorge. Dieser Konflikt klärte die Fronten auch für Außenstehende.

Wir hatten bei der Planung die Sorge, daß Verlag und Redaktion der BILD-Zeitung unsere Anzeigen prinzipiell oder im Einzelfall ablehnen würden. Harry Walter von unserer Werbeagentur ließ daher seinen ehemaligen Journalisten-Kollegen aus Berliner Tagen, den damaligen Chefredakteur von BILD, Prinz, wissen, daß er der SPD eine Kampagne „BILD macht dumm“ vorschlagen werde, wenn die SPD-Anzeigen nicht angenommen würden.

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

31

**Tips für die
Schlußphase**

Liebe Freunde!

Es sind gerade noch 10 Tage bis zur Wahl. Jetzt überschwemmt die CSU/CDU die Zeitungen mit Anzeigen.

Schon jetzt ist das Verhältnis der offiziellen Zeitungsanzeigen von Strauß/Bar-

zel zur SPD wie 3 zu 1. Das heißt: Bezogen auf uns hat die CSU/CDU bisher das Dreifache ausgegeben. Ganz zu schweigen von düsteren Aktionskomitees und anonymen Freundeskreisen (woher das Geld wohl kommt?). Dennoch:

Bei der Mobilisierung von Freunden liegen wir ganz vorn. Und dazu noch ein paar Tips für die Schlußrunde:

- Auf allen größeren Parkplätzen mit viel Betrieb bitte unsere Aufkleber und Ansteckknöpfe anbieten (nicht wild kleben!)
- Sie lassen sich auch gut verkaufen.
- Unsere farbige Schlußbroschüre ist in Auslieferung. Sie muß in jeden Briefkasten! Die

Außenseiten mit dem Bild von Willy Brandt lassen sich zur Werbung verwenden. An (Auto-)Fenstern anbringen usw.!

- Für die letzte Woche gibt's noch etwas Besonderes. Viel Arbeit. Bitte mithelfen.

Noch etwas: Willy Brandt wählt man mit der Zweitstimme. Deshalb beide Stimmen für die SPD. Es kommt auf jede Stimme an. Übrigens: Nach den neuesten Umfragen liegt die FDP bei über 6%.

Sie sollten es auf jeden Fall.

Ihr

Volker Bömer

Holger Bömer
SPD-Bundesgeschäftsführer

8. November 1972

SPD Wichtige Nachricht für unsere Freunde.

36

**Uble
Wahlkampf-
tricks**

Liebe Freunde!

So macht man böse Stimmung:

1971, drei Tage vor der Wahl in Schleswig-Holstein, wurde ein Professor (Rubin) entführt. Balkengroß stand's in vielen Blättern. Die Stimmung gegen die „bösen Linken“ war da!

Und nach der Wahl Gutachten der „5 Wel- dann wieder der Pre- sen“. Heute müßte es fesser. Er war NPD- fertig sein. Wird aber Mann und hatte sich nicht. So war es Im- selbst entführt. mer seit vielen Jah- 1972, vor den Land- ren. Die Regierung tagswahlen in Baden- hat kein Gutachten. Württemberg, zog Bar- Herr Narjes (CDU) zel im Gespräch über sprach trotzdem die Ostverträge bei schnell von „Mani- Willy Brandt plötzlich pulation der Wahl“ anonymer Aufzeichnun- (12. 11. 1972) und will gen aus der Tasche. damit behaupten: wir CSU/CDU-freundliche wollten was ver- zeitungen schrien schweigen.

Bestimmte Zeitungen werden dabei kräftig mitmachen und mit die Bundesregierung „heißen“ Meldungen war da. Angst gegen kommen. Bis der Sozialdemokraten war ganze Schwindel nach wieder mal gesät. der Wahl wieder auf- wieder mal gesät. der Wahl wieder auf- natürlich kein Wert liegt. Wie gehabt.

Nach den Wahlen Ihr

mehr davon.

Auch in den letzten

Tagen dieses Wahl-

komplex werden ähn-

liche Tricks gegen

Sozialdemokraten auf-

tauchen. Diesmal geht

es vielleicht um das

Sachverständigenrats-

Volker Bömer

SPD-Bundesgeschäftsführer

15. November 1972

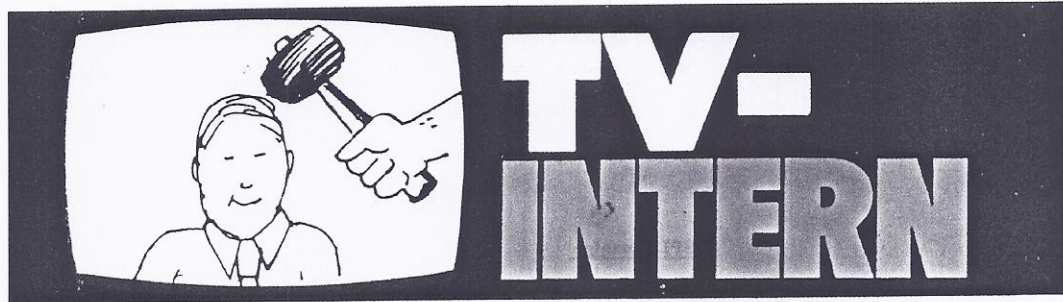
Ein weiteres wichtiges Element der Mobilisierung war die Kommentierung von wichtigen Fernsehsendungen. Diese Kommentare und Informationen wurden am nächsten Morgen an Brennpunkten des öffentlichen Lebens und vor Betrieben verteilt. Auch ein wichtiges Element zum Aufbau von Gegenöffentlichkeit.

...und über Nacht: Der Kommentar der SPD.

Keine der ganz wichtigen politischen Fernsehsendungen lief, ohne daß die SPD am Morgen danach ihren Kommentar unter die Leute gebracht hätte – mit „TV-Intern“, einer weiteren Neuerung in deutschen Wahlkämpfen.

Das Verfahren war einfach; es verlangte aber eine präzise arbeitende Organisation: Wir haben wichtige Sendungen wie die Diskussionsrunden der Parteivorsitzenden beobachtet, während der Sendung recherchiert, getextet, dabei Aussagen von Barzel und Strauß korrigiert und eigene Argumente verstärkt. In den Nachtstunden half uns – wenn nötig – Reimut Jochimsen, damals Leiter der Planungsabteilung im Bundeskanzleramt mit seinem phänomenalen Wissen.

Sofort nach Schluß der Sendung wurden die Texte redigiert und per Fernschreiber an die Untergliederungen der SPD geschickt. Dort wurden sie in Vordrucke eingepaßt. Am nächsten Morgen wurden die fertigen TV-Intern-Flugblätter vor Fabrikatoren und in Fußgängerzonen, an Bushaltestellen und Bahnhöfen verteilt.



Haben Sie die letzte Sendung gesehen?

Mittwoch, 8. 11. 1972

4

Wir haben für Sie „Deutschland vor der Wahl“ und das ZDF-Magazin beobachtet. Kurz vor der Sendung kam jedoch Doktor Barzel über den Bildschirm. Mit dem Holzhammer. Mit glatten Unwahrheiten.

- Barzel: Beim Moskauer Vertrag sei behauptet worden, „nun werde keiner mehr sterben am Stacheldraht“. Das ist von der Regierung nie behauptet worden. Aber die Regierung Brandt hat Leute aus den Zuchthäusern der DDR geholt.
- Barzel: Die Zusage für Sofortbesuche sei nicht gehalten. Jeder Berliner weiß, daß die Anfangsschwierigkeiten längst überwunden sind.

Bravo, Egon Bahr!

Die Sachlichkeit und Schlagfertigkeit bei der Fernsehdiskussion am Mittwoch erklären auch seinen diplomatischen Erfolg.

Die Opposition: Sie beharrt auf juristischen Spitzfindigkeiten. Sie leugnet die Existenz der DDR als Staat, andererseits will auch sie mit diesem „Phänomen“ Verträge abschließen.

Unsere Position, die Position von Willy Brandt: Praktische Politik zum Nutzen aller Deutschen. **Egon Bahr:** „Die schreckliche Spaltung weniger schwer machen.“ Die neuesten Erfolge:

- Kinder aus der DDR dürfen zu ihren Eltern in die BRD und vieles mehr.
- 6,5 Millionen Bundesbürger zwischen Lübeck und Hof dürfen in die benachbarten DDR-Gebiete.
- Nebenbei: Der ewige Streit um die Anerkennung der DDR durch andere Staaten hört endlich auf. Um die DDR-Anerkennung zu verhindern, haben frühere CDU-Regierungen Milliarden gezahlt. Zum großen Teil ohne Erfolg. Denn die DDR hat heute schon Botschaften in 35 Staaten. Jeder muß wissen: Eine CSU/CDU-Regierung würde weitere Milliarden an dritte Staaten verpulvern, um leblose juristische Kon-

struktionen zu erhalten. Willy Brandt muß seine erfolgreiche Politik für alle Deutschen fortführen. Auch darum geht es am 19. November.

Löwenthal: Strauß baut Barzels Mannschaft um

Löwenthal brachte zur Abwechslung einmal eine echte Neuigkeit: Er verkündete für seinen Freund Strauß, wer noch in Barzels Mannschaft soll: Schiller heißt der letzte Reservespieler. Strauß hatte angekündigt, er wolle Karl Schiller eine Verwendungsmöglichkeit geben. Löwenthal: Schiller soll ins Kabinett Barzel. Strauß dagegen am 7. Juli 1972: „So hat man auch den Wundermann Schiller als den großen Wundertäter hochgelobt... Das Ganze ist doch nur billigste Werbung gewesen, auf die leider viele Leute hereingefallen sind.“ Der „Wundertäter“ sucht einen neuen Posten. Von Straußens Gnaden.

SPD
Sozialdemokraten

Verantwortlich: Parteivorstand der SPD, Bonn, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit.

Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil. Diese Alltagserfahrung haben wir ernst genommen. Wir sind nicht in das schöne - und manchmal auch richtige - „Versöhnen-statt-spalten“ entflohen. „Die-da-oben“ hätten sich darüber tot gelacht. So haben sie verloren. Wenigstens damals.

Schade, dass die SPD nach dem Wahlsieg und dann vor allem nach der Ablösung von Willy Brandt nicht mehr daraus gemacht hat.

Auf einen groben Klotz gehört ein grober Keil.

HÄUSER

Kempen, Einf.-Haus, 1½-geschossig, halboffene Bauweise, Bauj. 67, 4 Zl. KDB, Zentralheiz., Garage, 110 qm Wohnfl., voll unterkellert, verkleidet, Grundstück 400 qm, DM 162 000,—, Bau u. Boden, Krefeld, Telefon 2 90 60.

Gesuche

Wir suchen dringend Häuser, Wohnungen und Grundstücke, IVF-Immobilien, 4152 Kempen 1, Neustraße 10, ☎ 18 57.

Man hält viel von Anzeigen in der „Rheinischen Post“

Wir suchen dringend bis 500 000,— DM
Ein- und Mehrfamilienhäuser — Wohn- und Geschäftshäuser — Renditeobjekte.
Wir haben schnell entschlossene Käufer. Wir vermitteln schnell und diskret durch qualifiziertes Fachpersonal.

IMMOBILIENBÜRO IN NIEUKERK

4173 Nieukerk bei Geldern, Veenweg 12
Tel. 0 28 33 / 20 83 und 0 28 33 / 21 30
u. 4231 Mehrhoog, Krs. Rees, Vennstr., Tel. 0 28 57/567

Draufschlagen!
Tiefschlagen!
Die Wahrheit unterschlagen!
Das ist CSU/CDU-Wahlkampf Marke Holzhammer.

CSU/CDU-Panikmache Nr. 4

In Sachen Steuerreform

Die Wahrheit ist:

Wir wollen die Steuern gerechter machen.

- Wir Sozialdemokraten schlagen ein modernes und gerechtes Steuersystem vor.
- Wir wollen, daß Großverdiener mehr, Klein- und Mittelverdiener aber weniger Steuern zahlen.
- Wir wollen ein Steuersystem, das für jedermann durchschaubar ist.
- Wir wollen die Bodenspekulanten besteuern.

- Wir wollen umweltschädliche Produkte besteuern.
- Wir haben schon den Weg der Steuerflucht ins Ausland abgeschnitten.

Argumente gegen Panikmache

SPD

Die Meinungsforschung hatte schon 1971 ein Phänomen zutage gefördert, das für die Vorbereitung des Wahlkampfes besonders wichtig war: Die sogenannte „Angstlücke“. Darunter verstand man damals eine deutliche Lücke zwischen der Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage und dem Urteil über die allgemeine wirtschaftliche Lage. Die allgemeine Lage wurde auffallend schlechter eingeschätzt als die eigene wirtschaftliche Situation. Während im Juli 1972 z.B. 73 % der Befragten ihre eigene Lage für gut oder sehr gut hielten, beurteilten nur 46 % die allgemeine wirtschaftliche Lage als gut. Das ist eine Lücke von 27 %. Diese Lücke ist ein Beleg für die erfolgreiche Agitation von CDU/CSU und der Wirtschaftsverbände: Ihre Warnungen vor Inflation, vor Krise und Staatsbankrott waren seit 1970 die laute und penetrante Begleitmelodie der Regierungsarbeit.

46 J., stattl. enden, hohes rat, Eheverm. ardstr. 30

brünett, häus- hig, erscheint iewermittlung ardstraße 30,

E
männlich

leure

EBOTE

wolblich

in gesucht, chmittags. oden, Rhein- 65.

e Verwaltung rt gesucht. Krefeld, 3 30 41. of. od. später ingen gesucht. erbraucher- n. Krefeld.

albtags oder oder später agazin, Ver- t. Tönis bei App. 41. für unsere nöglichst zu en gesucht. t. Tönis bei App. 41.

rinnen.

ollegen halt, das rzahlen. ie Frau 12231.

nbH

z 1

ng

Europäer

i-Wein

macht lebensfroh! 3,25

... Wein mit erster Söge und launiger Kraft