

Die Themen des Wahlkampfes - so vielfältig und so bunt wie die Interessen der Menschen.
Albrecht Müller.

Im Wahlkampf 1972 war die Ostpolitik ein zentrales Thema. Ohne Zweifel. Aber, gute, erfolgreiche Wahlkämpfe werden nie mit einem Thema bzw. der Kompetenz bei einem Thema bestritten. Es ist naiv zu glauben, alle Menschen würden sich von einem Thema ansprechen lassen, ein Thema allen Menschen gleich wichtig erscheinen, sei es auch, wie die Arbeitslosigkeit heute, ein noch so drängendes Problem.

Wahlkampfplaner jedenfalls können sich bei ihren strategischen Überlegungen den Mangel an differenziertem, komplexem Denken, der heute unter Wahlanalysten und Spitzenpolitikern üblich geworden ist, nicht leisten, wenn sie Erfolg haben wollen. Insbesondere große Parteien wie die SPD und die CDU/CSU müssen der Vielfalt ihrer potentiellen Wähler Rechnung tragen, gerade bei der Themen- und Konfliktplanung.

Auch der Wahlkampf 1972 war alles andere als ein "One-issue-Wahlkampf", also ein Wahlkampf um ein Thema. Schon die Durchsicht der abgedruckten Werbe- und Informationsmaterialien und der Redemanuskripte von 1972 verschafft einen Eindruck von der Vielfalt der Themen.

Eine Arbeitsgruppe 72/73, in der politisch so unterschiedliche Persönlichkeiten wie H.J. Vogel und Jochen Steffen zusammenarbeiteten, hatte sich nach längeren Vorarbeiten auf einen ersten Katalog von möglichen Themen geeinigt: Friedenssicherung, Sicherung der Vollbeschäftigung, Erhaltung und Steigerung der Lebensqualität, Verbesserung der Chancengleichheit, Sicherung der Leistungsfähigkeit und Effektivität des Staates; insbesondere innere Sicherheit.

Im Wahlkampfdrehbuch wurden diese Themenkomplexe zunächst einmal aufgegriffen und um einen Katalog von 28 Einzelthemen (von 1. Ostpolitik bis 28. Gleichberechtigung der Frau) ergänzt. Diese Themen würden - so war abzusehen - entweder durch die eigene Leistungsbilanz oder durch Angriffe der Opposition relevant werden.

Im Juli und August wurde die Themenauswahl verdichtet. In den weiteren Beratungen konzentrierten wir uns auf einige Kernelemente: Klar war, daß wir mit der Leistungsbilanz der Regierung Brandt/Scheel, wie sie im Faltblatt "Wort gehalten" in populärer Form aufbereitet war und mit den Erfolgen der Ost- und Friedenspolitik werben wollten. Darüberhinaus wurden eine Reihe von programmatischen Akzenten gesetzt.

Das Stichwort "Lebensqualität" sollte eine der thematischen Klammern werden. Die

Erhaltung einer menschenwürdigen Umwelt war damit ebenso angesprochen, wie Fragen des Arbeitsschutzes, der Gesundheitsvorsorge oder Fragen nach einem lebenswerten städtischen Umfeld. Wohlstand und Qualität des Lebens hängen von Gemeinschaftseinrichtungen, also von einem leistungsfähigen Staat, genauso ab wie vom privaten Einkommen; nur Reiche könnten sich deshalb einen armen Staat leisten - das war einer der Grundgedanken.

Am 8. Juli besprach ich die Planungen mit Willy Brandt auf dem Venusberg und schlug dabei vor, das Thema Umweltschutz/Lebensqualität zu einem Hauptthema zu machen. Am 10. Juli habe ich notiert: „Heute früh rief mich WB an. Er habe darüber nachgedacht und sei der Meinung, daß dieses Thema trage.“ Er gab darüberhinaus eine Reihe von Hinweisen, wo gerade zum Umweltschutz schon wichtige Beiträge geleistet worden seien. In einem internen Papier von Hagolani/Merz vom 17.8.1972 wird gefolgert: „Das bedeutet nichts anderes, als daß das Umweltproblem in den Mittelpunkt der Wahlauseinandersetzung gerückt werden muß.“ In den Mittelpunkt des Wahlkampfes ist das Thema schließlich nicht gerückt, mit dem Begriff „Lebensqualität“ war aber ein wichtiger Akzent gesetzt.

Mit dem Slogan: „Wer morgen sicher leben will, muß heute für Reformen kämpfen“ wurde eine zweite, verwandte thematische Verdichtung versucht. Auch dieser Slogan dokumentiert die Breite der thematischen Strategie. Die SPD warb damals sowohl um Menschen, die größeren Wert auf Sicherheit legen, als auch um jene, die es nach Veränderung drängt. Wir gaben uns damals nicht damit zufrieden, einen Teil der Wählerinnen und Wähler, sei er auch noch so bedeutsam, zu erreichen.

Zu einem weiteren thematischen roten Faden des Wahlkampfes wurden schließlich die Wahlkampfmethoden der CDU/CSU und vor allem ihrer Hintermänner gemacht. Über Zielrichtung und Bedeutung dieser SPD-Kampagne gegen das „Große Geld“ wird noch berichtet. Strategien zur Abwehr der Konflikte, die die Gegenseite zum Thema machen würde (z.B. Inflation und „Staatsbankrott“), vervollständigten das Konzept.

Diese großen Themen wurden den Multiplikatoren und den Wahlkämpfern vor Ort frühzeitig vermittelt. Z.B. im Informationsdienst „intern“ vom 30. August.

In den Anzeigen, den Flugblättern, den TV- und Hörfunkspots und sogar in den Werbematerialien der Wählerinitiativen spiegelt sich die Themenvielfalt wider. Die Reden Willy Brandts, Helmut Schmidts und Herbert Wehners auf dem Wahlparteitag und im Wahlkampf zeigen deutlich, daß die Ostpolitik ein Thema unter vielen war und bei weitem nicht das, welches den breitesten Raum einnahm. In der „Ungerer-Kampagne“ taucht die Ost- und Friedenspolitik z.B. überhaupt nicht auf; in der Anzeigenkampagne „109 Jahre

Demokratischer Sozialismus“ als ein Punkt unter Zwölfen. Das Wahlprogramm vom 13. Oktober trägt den Titel: „Mit Willy Brandt für Frieden, Sicherheit und eine bessere Qualität des Lebens“. (Darin sind den außenpolitischen Fragen die Seiten 8 von 62 Seiten gewidmet). Über dieses Programm und die darin enthaltenen inhaltlichen Fragen hat die SPD und mit ihr Kanzler Brandt übrigens auf ihrem Parteitag in Dortmund in der Sache hart gestritten, gerade einmal fünf Wochen vor der Wahl. Auch das ist ein Zeichen für den inhaltlichen und thematischen Anspruch jenes Wahlkampfes. (Zu viel Ostpolitik?)

Also: Die Friedenspolitik hat in der Wahlkampfplanung und in den Werbemitteln, vor allem in der Phase der Personalisierung und in den TV-Spots eine große Rolle gespielt. Den in Umfang und Streuung weitaus größeren Teil der Wahlwerbung nahmen die innenpolitischen Themen ein: Umweltschutz, Steuerreform, Bodenrechtsreform, Mieterschutz, Mitbestimmung, Gleichberechtigung, Vermögensbildung, Flexible Altersgrenze und anderes mehr. Dafür, daß diese Einzelthemen als Teil einer Politik, eines Projektes, wie man heute sagen würde, begriffen werden konnten, sorgten die Klammern und Slogans, wie z.B. der von der besseren Qualität des Lebens und von der Sicherheit nur durch Reformen.

Auf diesem Hintergrund ist Arnulf Barings mittlerweile geflügeltes Wort vom „westdeutschen Volksentscheid über die Ostpolitik“ (das er möglicherweise der russischen Zeitung Ivestija entnommen hat, die am 20.11. das Wahlergebnis so kommentierte) ebenso einprägsam wie ungenügend: Sollte er damit nur die außenpolitische Bedeutung des Wahlergebnisses meinen und seine Wahrnehmung in Osteuropa, dann hat er recht. Er schreibt aber auch: „Die Koalition war heilfroh, daß sie ihren Wahlkampf mit ihrer erfolgreichen Ostpolitik und dem mißlungenen Mißtrauensvotum der Opposition bestreiten konnte.“ Das ist angesichts der geschilderten Tatsachen schlicht falsch.

Der beschriebenen Vielfalt in der Wahlwerbung entsprachen die Bedürfnisse und Vorstellungen der Menschen. Die Umfragen und Wahlanalysen insgesamt belegen dies.

In der Nachwahlanalyse von Infratest wurden den Befragten eine Reihe von Aussagen zur Bewertung vorgelegt. Tabelle A zeigt, daß die gesamte Wahlbevölkerung die Bewältigung von Zukunftsaufgaben, die Innere Sicherheit, die Arbeitsplatzsicherheit, die Preisstabilität für noch wichtiger hielten als die Ostpolitik. Auch bei SPD Wählern (Tabelle B) rangieren die Zukunftsaufgaben und die Interessen der Arbeitnehmer z.B. höher bzw. gleichauf mit der Ost- und Deutschlandpolitik.

Es wird deutlich, daß ganz verschiedene Inhalte und Motive bei den jeweiligen Wählerinnen und Wählern zum Tragen kamen; es fällt auch auf, daß die Bewältigung der Zukunftsaufgaben hochrangig eingeordnet wurde.

Auch Vorwahlenanalysen von Infratest und die Untersuchungen anderer Institute zeugen von der Vielschichtigkeit der Beweggründe und belegen, daß die Ostpolitik zu diesem Zeitpunkt nicht die oberste Priorität hatte.

Der Mannheimer Wahlanalytiker Kaase macht auf eine andere Beobachtung aufmerksam: Der Koalition wurde ein hohes Maß an Kompetenz in Fragen der Ostpolitik zugesprochen und die Mehrheit der Befragten befürwortete diese Politik. (im Oktober 1972 fanden die Ostverträge eine Zustimmung von fast 70 %). Er stellt dazu sinngemäß fest, man habe die Ostpolitik auch als Oppositionsanhänger befürworten können, ohne zu den Regierungsparteien zu wechseln.

Unter anderem Vorzeichen gilt: Die CDU/CSU hatte einen Vorsprung auf den Feldern Wirtschafts- und Finanzpolitik erlangt. Das war offenbar nicht wahlentscheidend. Der Vorsprung an Wirtschaftskompetenz bei der CDU, den die Meinungsforscher feststellten, wurde mit offensiven, vielfältigen Themen überlagert und durch sachlich richtige aber auch geschickte Hinweise auf die außenwirtschaftlichen Ursachen der Inflation abgeschwächt. Es gibt Hinweise darauf, daß die Wählerinnen und Wähler am Wahltag diese Botschaft der SPD gelernt hatten.

Der CDU-nahe Wahlanalytiker Kaltefleiter vermutet, daß die beiden großen Themen Ostpolitik und Preisstabilität "sich gegenseitig weitgehend kompensiert" haben. M.R. Lepsius stellt fest: "Betrachtet man die Hauptwahlkampfthemen, die Ostpolitik und die Wirtschaftspolitik, so zeigt sich, daß beide Themen nicht die dominanten Kriterien für die Wahlentscheidungen geliefert haben."

Das ist wohl richtig und erklärt sich daraus, daß die beiden Themen eben nicht alleine die Hauptwahlkampfthemen waren. Es war ein bunter Strauß.

Einer erfolgreichen Wahlkampfplanung liegt dieser Grunderkenntnis entsprechend ein differenziertes Wählermodell zugrunde. An der Praxis des Wahlkampfes 1972 läßt sich exemplarisch das zeigen, was wir später "Scheibchenmodell" genannt haben.

Einer erfolgreichen Wahlkampfplanung liegt dieser Grunderkenntnis entsprechend ein differenziertes Wählermodell zugrunde. An der Praxis des Wahlkampfes 1972 läßt sich exemplarisch das zeigen, was wir später "Scheibchenmodell" genannt haben.

Ausgangspunkt dieses Modells ist die Vorstellung, daß sich die Wähler einer Partei aus ganz unterschiedlichen Gruppen zusammensetzen und daß alle diese Gruppen für ein optimales Ergebnis relevant sind; keine darf ausgeblendet, vergessen oder gar vor den Kopf gestoßen

werden. In Bezug auf 1972 heißt das, daß auf eine Basisscheibe von etwa 25 - 30 % typischen und eingefleischten SPD Anhängern (Arbeitnehmer mit gewerkschaftlicher Bindung und sozialdemokratischer Familientradition) eine ganze Fülle kleinerer Scheibchen aufgeschichtet werden mußten: Da gab es Bundeswehrangehörige und ihre Familien, die am Wahltag zuallererst an Helmut Schmidts Arbeit als Verteidigungsminister dachten; da war die Gruppe derer, die von Erhard Eppler und seinen entwicklungspolitischen Vorstellungen angesprochen wurde; dann die Gruppe derer, die der Aufbruch in der Bildungspolitik und im Hochschulausbau interessierte; da waren die jungen Leute, die von der Amnestie für die Demonstranten von 1968, von Heinemanns Offenheit und Brandts souveränem Umgang mit dem Rebell in der eigenen Familie, Peter Brandt, beeindruckt waren; da gab es die Architekten und Stadtplaner, die vom Städtebauförderungsgesetz, der geplanten Bodenrechtsreform und der fachlichen Kompetenz Hans Koschniks und Hans Jochen Vogels angetan waren; hinzu kamen jene, für die Umweltschutz eine wichtige Zukunftsaufgabe war, die Tierschützer, die unter ihren Anhängern für die SPD warben; alte Menschen, die wegen der flexiblen Altersgrenze wieder Hoffnung hatten, von ihrem Alter noch etwas zu haben; jene Juristen, die mit Heinemann und Ehmke für ein modernes Strafrecht gekämpft hatten, waren wichtig, genauso wie die Selbständigen, für die die Rentenversicherung geöffnet worden war; da waren alle, die sich über die Ungerechtigkeiten des Steuersystems, wie z.B. die Kindersteuerfreibeträge ärgerten; und dazu kamen viele Wählerinnen und Wähler aus dem christlichen Bürgertum, die von Willy Brandts Kniefall in Warschau beeindruckt waren; usw.usf.

Erst dadurch, daß alle diese Gruppen und Grüppchen von der SPD angesprochen wurden, wurde Prozent für Zehntelprozent das Endergebnis von 45,8 % möglich.

Das ist keine nachträgliche, sondern eine planungsrelevante Erkenntnis. In der September-Ausgabe 1972 des Magazins "Konkret" habe ich auf die Frage "Wer wird die Wahl entscheiden?" folgendermaßen geantwortet: "Das ist eine lustige Frage. Wer sie beantwortet, der macht sich etwas vor. Es lassen sich immer neue Gruppen nennen, auf die es angeblich ankommt. Entscheidet die Wirtschaftspolitik oder Helmut Schmidt oder die innere Sicherheit oder Karl Schiller oder Willy Brandt? Vielleicht entscheiden die Katholiken die Wahl? Vielleicht die Frauen? Je nachdem welche Position Sie am Ende der Addition anführen, werden Sie verschiedene Antworten auf Ihre Frage finden."

Eigentlich eine recht banale Einsicht. Und doch hält sich hartnäckig das Vorurteil, für den Gewinn von Wahlen sei eine bestimmte Gruppe und das sie vermeintlich interessierende Thema ausschlaggebend. Heute ist das die Wirtschaftskompetenz oder andernorts die Sparkompetenz, die als alles entscheidend betrachtet werden und denen andere Profilelemente geopfert werden. Natürlich muß man sich gerade in den heutigen Zeiten

extrem hoher Arbeitslosigkeit um schlüssige wirtschafts-politische Konzepte bemühen und man muß alles tun, um auch hier Kompetenz zu vermitteln. Aber hätte die SPD nur dann Wahlen gewonnen, wenn sie von der Mehrheit der Wähler für wirtschaftspolitisch kompetenter gehalten wurde als die CDU/CSU, sähe es in der Rückschau auf 40 Jahre Bundesrepublik noch trister aus.

Die Vielfalt von Themen mag manchen verwirren. Vor allem wird mancher fragen, ob sich dabei nicht vieles stößt und wie man das alles unter einen Hut bringt. Genau das ist die Kunst eines erfolgreichen Wahlkampfes, die Willy Brandt meisterhaft beherrschte und für die er auch böswillig gescholten wurde, nämlich für sein „kämpferisches Sowohl als auch“. Und dennoch, er hatte recht. Um es an einem aktuellen Beispiel zu erklären: Wenn die SPD ihr Wählerpotential voll ausschöpfen will, dürfen Sozialdemokraten doch nicht in der Welt herumlaufen und erzählen, Umweltschutz und Arbeitsplatzsicherung seien Gegensätze. Sie müssen deutlich machen, daß beides lebenswichtig ist und die SPD alles daran setzen wird, beides gemeinsam zu erreichen. Es machte 1972 und macht heute keinen Sinn, das eigene Wählerpotential aufzuspalten und gegeneinander aufzuwiegeln.

Staatliche Eingriffe für den Umweltschutz wurden damals gerade auch als Politik für Arbeitnehmer verstanden. Wie wir es in einem Flugblatt auf den Punkt brachten: „Wer reich ist, fliegt am Wochenende weg, wenn es ihm zuhause stinkt. Wenn ihn Lärm und Gestank belästigen. Die Mehrheit unseres Volkes hat nicht das Geld, um auf eigene Faust diesen Gefahren auszuweichen.“ Das damals angehäuften politische Kapital ist später verschleudert worden. Nirgendwo ist das so auffällig wie beim Umweltschutz.

Bei den zuvor skizzierten Überlegungen zum sogenannten **„Scheibchenmodell“** war von einer großen Gruppe noch nicht die Rede: Von den potentiellen Nichtwählern, jenen Menschen, die sich nicht für Politik interessieren und zu den meisten Fragen der Zeit keine Meinung haben. Solche tendenziell „Unpolitischen“, Uninteressierten, Unentschiedenen erreicht man entweder direkt mit einer großen Emotion oder indirekt über andere Menschen. Arbeitskollegen, Partner, Nachbarn, Vorbilder, kurzum Multiplikatoren. Am besten beides zugleich. Das war in etwa die Situation von 1972. Frau Noelle-Neumann sprach mit recht davon, daß die SPD ein für sie positives Meinungsklima erzeugt hätte, das auch viele potentiellen Nichtwähler beeindruckte und mitzog.

1972 waren wir überzeugt, daß es ungeheuer viele Menschen gibt, die in ihren Meinungen noch nicht festgelegt oder doch immerhin noch zu überzeugen waren.

Der 72er Wahlkampf der SPD war so vielfältig wie die Interessen der Menschen. Gewählt wurde sie schließlich aus ganz vielfältigen Motiven und Motivbündeln. Wer sich nun heute

Auszug aus „Willy wählen '72. Siege kann man machen.“ Zum aktuellen Thema der Breite des Wählerpotenzials von Volksparteien:
| Veröffentlicht am: 7. September 2007 | 7

bei seinen Analysen um diese Erkenntnis nicht kümmert, der liegt zwangsläufig falsch und schlimmer noch, er leistet künftigen Fehlplanungen Vorschub. Es scheint für die SPD wichtig zu sein, nicht hinter die damaligen theoretischen Überlegungen und die praktische Erfahrung zurückzufallen.

Auszug aus: [„Willy wählen '72 - Siege kann man machen.“](#)