

Bonn, 6. März 1984



✓Herrn Bundeskanzler Dr. Kohl
Herrn Bundesminister Dr. Geißler

Betr.: Konzept zur Europawahl

Hiermit lege ich Ihnen Überlegungen zur politischen Strategie zur Wahlkampfwerbung und zum Programm im Europawahlkampf vor.

1. Ohne Zweifel hat die Europawahl am 17. Juni 1984 auch eine historisch-politische Dimension: Eine Wahlbeteiligung unter 50 % in der Bundesrepublik Deutschland würde als ein Rückschlag für die europäische Idee in Deutschland angesehen werden. Mit der Europawahl muß deshalb der Versuch verbunden sein, den Europagedanken in der Bundesrepublik Deutschland zu stärken, in dem eine hohe Wahlbeteiligung erreicht wird. Da die Zustimmung zur EG in Deutschland eine breite Anhängerschaft hat (nach Angaben des SFK 69 % der Bevölkerung im Oktober 1983) können wir die Motivierung im Europawahlkampf auf dieser Zustimmung aufbauen. Der Europawahlkampf der CDU wird so ein Mobilisierungswahlkampf für die europäische Idee werden.
2. Das Wählerpotential und die Zielgruppe im Europawahlkampf sind relativ einfach zu umschreiben. Es sind die 15,9 Millionen Wähler der CDU und die 4,3 Millionen Wähler der CSU, die am 6. März 1983 die Union gewählt haben. Auch die bundespolitischen Umfragen zeigen, daß diese Wählerschaft für die Union gegenwärtig stabil ist. Wer von diesen Wähler zur Wahl geht, wird die Union wählen. Sie zu mobilisieren, ist das Ziel dieses Wahlkampfes. Schon 1979 haben 34 % der Wähler nicht gewählt. Es ist zu befürchten, daß diese "Partei der Nichtwähler" noch wächst. Sie kann sogar stärker werden als die SPD, die bei der Bundestagswahl 1983 39 % der Wählerstimmen hatte. Unser Mobilisierungswahlkampf gilt deshalb ebenso dem politischen Widersacher SPD wie diesen Nichtwählern.

3. Die Europawahl ist eine bundesweite politische Auseinandersetzung, die mit Sicherheit nicht nur um europäische Themen geführt wird. Wahlsoziologisch kann bei einer Europawahl nicht von einer bundespolitischen Testwahl gesprochen werden, weil es um andere Themen, andere Personen, um weniger Wähler geht. Doch das Ergebnis wird publizistisch als politisches Stimmungsbild in der Bundesrepublik Deutschland aufgefaßt, insbesondere dann, wenn die Union schlecht abschneiden würde. Die SPD hat bereits einen "Denkzettel-Wahlkampf" gegen die Bundesregierung angekündigt. Deshalb ist es richtig, wenn die CDU ihren Europawahlkampf so anlegt, daß wesentliche Positionen der Bundesregierung in der Außen-, Wirtschafts- und Sozialpolitik offensiv vertreten werden. Die Wähler sollen aufgefordert werden, die gegenwärtige Bundesregierung in ihrer erfolgreichen Politik zu ermutigen.

Wie in der Bundestagswahl muß auch in der Europawahl die Auseinandersetzung mit der SPD offensiv geführt werden. Sowohl die außenpolitischen als auch die wirtschafts- und sozialpolitischen Positionen der SPD müssen angegriffen werden.

4. Die wirtschaftspolitische Diskussion, die wir gegenwärtig in der CDU im Hinblick auf den Bundesparteitag führen, kann eine wichtige flankierende Maßnahme zum Europawahlkampf sein. Die Verbindung von Wirtschaftspolitik mit der Europapolitik im Wahlkampf wird die Mobilisierung der Wähler verstärken. Das bisher Erreichte durch die Bundesregierung kann als großer Erfolg dargestellt werden: Es geht wieder aufwärts. Unser Slogan stellt diese Verbindung her: Aufwärts mit Deutschland - Mit uns für Europa.

5. Der Programmwahlkampf der CDU geht von folgenden drei Grundpositionen aus:

- a) Die große deutsche Volkspartei CDU ist die Europapartei in Deutschland, von Konrad Adenauer bis Helmut Kohl.
- b) Die CDU ist der Garant für ein freies Europa im westlichen Bündnis.
- c) Das politische Ziel der CDU in Europa ist eine Mehrheit der freiheitlich-nichtsozialistischen Kräfte im Europäischen Parlament.

Als wahlprogrammatische Aussagen der CDU können das Wahlprogramm der EVP, das am 2.-4. April 1984 in Rom verabschiedet wird, sowie der Wahlauf Ruf, der auf dem Bundesparteitag in Mai in Stuttgart verabschiedet werden soll, gelten. Schwerpunkte der programmatischen Aussagen werden die gleichen Themen sein, die auch in der deutschen Wählerschaft Vorrang haben:

1. Arbeit und Wirtschaft
 2. Umwelt
 3. Frieden in Europa und in der Welt
 4. Freiheit und Freizügigkeit.
6. Da wir im Europawahlkampf weder Wahlkreise noch eine Bundesliste haben, muß über die Personalisierung im Europawahlkampf eine Entscheidung getroffen werden. Es empfiehlt sich, daß der Parteivorsitzende, Bundeskanzler Dr. Helmut Kohl, die Europakampagne der CDU trägt. Eine Europamannschaft mit Herrn Dr. Klepsch als Vizepräsident des Europäischen Parlaments und Herrn Dr. Narjes als EG-Kommissar, kann diese Personalisierung ergänzen. Zu überlegen wäre auch, ob die Spitzenpolitiker der verschiedenen Länder (Ministerpräsidenten, Landesvorsitzende, Spitzenkandidaten der Landesliste) ebenfalls in dem Wahlkampf mobilisierend auftreten.
7. Die Erfahrungen mit dem Europawahlkampf 1979 haben gezeigt, daß es zweckmäßig ist, alle organisatorischen, werblichen und finanziellen Energien auf die letzten Wochen des Wahlkampfes, d.h. auf die Hauptwahlkampfphase nach Ostern 1984, zu konzentrieren. In einer Informations- und Vorwahlkampfphase sollten dagegen mit allgemein-publizistischen Mitteln für den Europagedanken geworben und auf die Europawahlen eingestimmt werden. Deshalb war es zweckmäßig, den Europawahlkampf der CDU in drei Phasen einzuteilen:
1. Informationsphase bis Ende 1983
 2. Vorwahlkampfphase bis Ostern 1984
 3. Hauptwahlkampfphase ab Ostern 1984.
8. Der Mobilisierungswahlkampf der CDU muß kurz, intensiv und aktuell sein. Da man nicht über Monate hinweg mobilisieren kann, wird sich dieser Wahlkampf auf wenige Wochen von Ende April bis zum 17. Juni beschränken. In dieser Zeit muß dann, neben den allgemeinpolitisch-publizistischen Kampagnen auch die Werbung voll genutzt werden. Folgende Wahlkampfwerbung und Wahlkampfaktionen dienen zur Mobilisierung der CDU-Anhänger:
1. die Plakatierung
 2. die Anzeigen
 3. die Schiffstournee in 150 Orte der Bundesrepublik Deutschland
 4. Großveranstaltungen und Europafestivals mit dem Bundeskanzler.

9. Die Vorbereitung und Mobilisierung der Partei selbst wird unter der Devise "Aktivieren durch Informieren" über Uid und Deutsches Monatsblatt sowie über 8 Regionalkonferenzen in den einzelnen Landesverbänden versucht. Außerdem steht ein Handbuch zur Europawahl zur Verfügung; schließlich soll der Europa-Tag auf dem Bundesparteitag die Endphase einleiten.
10. Für die Mobilisierung im Europawahlkampf werden die Möglichkeiten und Mittel der Partei allein nicht ausreichen. Hinzukommen müssen neue Impulse in der Europapolitik, eine intensive europäische Berichterstattung der elektronischen Medien sowie die Werbung von einflußreichen Verbänden, Kirchen, Bundes- und Landesregierungen sowie durch die EG und das Europäische Parlament selbst.

Im Gegensatz zu 1979 stellt die CDU die Bundesregierung. Sie hat damit die Chancen, durch Initiativen auf politischer Ebene den Wahlkampf zu prägen und zugleich den Blick auf die historische Kontinuität von Konrad Adenauer zu Helmut Kohl zu richten. Das demonstrative europäische Auftreten des Bundeskanzlers in den westlichen Hauptstädten trägt hierzu bei. Entscheidend für die Gesamtstimmung dürfte die weitere Entwicklung nach dem EG-Gipfel im März sein.

Mit den Vertretern der elektronischen Medien ist bereits im vergangenen Jahr ausführlich darüber gesprochen worden, daß die europapolitische Berichterstattung im deutschen Fernsehen intensiver als 1979 sein muß. Die Anstalten haben das verständig aufgenommen und sowohl ARD wie ZDF haben sich ein ausführliches Europaprogramm vorgenommen. Dabei soll nicht nur auf die Probleme, sondern auch auf die Vorteile und Perspektiven Europas eingegangen werden. Insbesondere werden aber auch Unterhaltungssendungen das europäische Zusammengehörigkeitsgefühl stärken und breite Wählerschichten ansprechen. Wichtig dürfte auch sein, daß große Verbände und insbesondere die Kirchen sich an den Aufrufen zur Europawahl beteiligen.

Die Werbung für die Wahlbeteiligung als überparteiliche Aktion muß sowohl von seiten der Bundesregierung, der Landesregierungen, aber auch der EG und des Europäischen Parlaments geleistet werden. Nur so kann die Mobilisierung zur Europawahl gelingen und damit auch den Europagedanken in der Bundesrepublik Deutschland stärken.



Peter Radumski