

Albrecht Müller

in Zusammenarbeit mit Hermann Müller

**Willy wählen '72
Siege kann man machen.**

Zum Inhalt.

Vorbemerkung. 10

Zu den Quellen,
zum Mitautor, etc.

Einführung. 12

Menschen machen Mehrheiten.

**Vorfeld und Umfeld
der Wahl. 14**

Der Wahlsieg der SPD **26**
war kein Selbstlauf.

Der Wahlkampf. 30

Das Drehbuch. **32**

Wichtiger als Plakate und
Anzeigen: engagierte,
faszinierte Menschen. **36**

Ein Foto prägt den **38**
Wahlkampf.

Deutsche, wir können **41**
stolz sein auf unser Land.

Willy Brandt muß Kanzler **42**
bleiben

Wer morgen sicher leben **43**
will, muß heute für
Reformen kämpfen.

Auftakt mit Witz und **44**
Hintersinn.
Tomi Ungerers Skizzen
für die SPD.

Der CDU-Kampagne **50**
„Freiheit oder Sozialismus“
den Boden entzogen.

Eine Bilanz, die sich **54**
sehen lassen kann.

Anzeigen in der Tages-
presse – die gebündelte **58**
Strategie.

Keine Angst vorm **64**
Großen Geld.

CHER
-
IEK
IN
ESTZ

048

„Bürger für Brandt“ – **66**
Die Sozialdemokratische
Wählerinitiative SWI.

Neue Akzente – **72**
Das Wahlprogramm.

Parteitag in Dortmund **76**
Nicht auf halbem Wege
stehen bleiben...

Willy Brandt im Land. **78**

Einschaltquoten wie **80**
beim Fußball.

Willy Brandt wendet sich **82**
direkt an die Bürger – Die
zentrale Wahlbroschüre.

Die Fernseh-Spots – **90**
9 x 2 1/2 Minuten
für Herz und Verstand.

Die Hörfunkspots – keine **98**
Langeweile trotz vieler Fakten.

Politischer Bekennermut – **102**
hierzulande ungewöhnlich.

Wer mitmacht, muß **104**
Bescheid wissen.

David gegen Goliath **110**

...und über Nacht: **114**
Der Kommentar der SPD.

Auf einen groben Klotz **116**
gehört ein grober Keil.

Jugendliche zum Wählen **120**
motivieren – schon damals
eine wichtige Aufgabe.

Der Schlußpunkt: **122**
Eine selbstbewußte SPD.

Das Ergebnis des **124**
Wahlkampfes und einige
markante Verschiebungen.

Die Gründe für den 126 **Erfolg der SPD –** **Ein aktueller Rückblick.** **Denkanstöße.**

Willy Brandt – ein Glücks- **130**
fall für die SPD und das Land.

Mißtrauensvotum und **135**
Überläufer.

Ostpolitik – die emotio- **136**
nale Basis des Erfolgs.

Die Themen des Wahl- **138**
kampfes – so bunt wie
die Interessen der Menschen.

Meinungsführung statt **144**
Anpassung.

Konfliktplanung – der **148**
häufig vernachlässigte
Treibsatz eines Wahlkampfes.

Langfristige Strategie **150**
und „Philosophie“.

Wort gehalten – **152**
Leistungsbilanz.

Der Schlüssel zum Erfolg: **154**
Der Aufbau einer
Gegenöffentlichkeit.

Die Mitgliederpartei – **158**
heute so modern wie 1972.

Genauere Analyse der Taktik **160**
des politischen Gegners
und Immunisierung der
eigenen Anhänger.

Klassenkampf von oben – **164**
Offen sagen, was ist.

Zusammenarbeit **174**
Rechts-Links.

Ein Wahlkampf, der die **178**
Menschen erreichte –
und sie forderte.

Kommunikation **180**
auslösen – durch Witz und
Widerhaken.

Emotion und Information. **181**

Die SPD – auch eine **183**
Wertegemeinschaft.

Bei den Zweitstimmen **185**
nicht mit sich spielen lassen.

Die Koalitionsaussage **187**
war klar.

Professionalität – **188**
Siege kann man machen
Das Team.

Klare Kompetenzen – **196**
Schlanke Entscheidungs-
strukturen.

1972 – War's das? 200