



Wahlkampfexperte Frank Stauss in seiner Berliner Agentur mit aktuellen ÖVP-Sujets

# Der Höllenritt zum Ballhausplatz

Frank Stauss, der deutsche Werbeprof, soll für Michael Spindelegger ein Wahlkampf Wunder erwirken. Bisher arbeitete er nur für Sozialdemokraten VON WERNER A. PERGER

**E**r wirbt für Markenprodukte, von Joghurt bis Stahl, und er berät Politiker. Am liebsten aber gestaltet Frank Stauss, 48 Jahre alt, studierter Politologe und kreativer Werbetexter, Wahlkämpfe und am allerliebsten dann, wenn die Erfolgchancen anfangs gering erscheinen: »Dann ist es spannend.« Von hinten kommen und gewinnen: Was kann schöner sein?

Darüber hat Frank Stauss jetzt ein Buch veröffentlicht: *Höllennritt Wahlkampf. Ein Insider-Bericht* (dtv). »Ich liebe es, ich hasse es«, schreibt er über sein Leben unter Druck und Erfolgszwang. Je heißer und härter, desto besser und besessener. Vielleicht ist Stauss deshalb auch der richtige Mann für den konservativen Parteichef Michael Spindelegger, der ausgezogen ist, das österreichische Superwahljahr 2013 zum »Jahr der ÖVP« zu machen. Weil das Projekt ja kein Selbstläufer ist, hat die schwarze Kanzlerhoffnung den Höllenreiter aus Berlin als Wahlkampfchef engagiert – eine nicht ganz alltägliche Liaison.

Von Michael Spindelegger und dessen wenig aufregender Beamten- und Politikerkarriere hat Frank Stauss, der Wahlkampfheld vieler deutscher Sozialdemokraten, bis vor einiger Zeit so wenig gewusst wie über die ähnlich unauffällige Laufbahn von Werner Faymann. Diese Informationslücken sind inzwischen gefüllt. Dazu hatte Stauss den Vizekanzler unter vier Augen eingehend befragt, zusätzlich die politischen Rahmenbedingungen im politischen Biotop Österreich recherchiert und die Meinung von Freunden eingeholt. Prüfen wollte er vor allem, ob er die ihm ungewohnte Nähe zu einer konservativen Partei mit seinen eigenen Anschauungen vereinbaren können. Wenn er den Eindruck habe, er könne die Aufgabe meistern, dann dürften es auch mal Konservative sein.

Wie's nun aussieht, wird sich Frank Stauss der Herausforderung stellen. Inzwischen pendelt der Mad Man aus Berlin regelmäßig zwischen Spree und Donau und arbeitet dafür, dass der Konser-

vative im Herbst den sozialdemokratischen Kanzler ablöst. Stauss gibt sich zuversichtlich: »Das Kanzleramt ist für Spindelegger in Reichweite.« Der Vorwahlkampf laufe für seinen Mann ganz gut, meint Frank Stauss. Da habe er schon schwierigere Aufgaben bewältigt.

In Berlin zum Beispiel. Dort coachte er 2010 den Sozialdemokraten Klaus Wowereit und die SPD. Er sollte deren »Abstieg« verhindern. Als Erstes musste Stauss die nach zehn Jahren mit dem lebensfrohen Wowereit als Stadtoberhaupt müde und phlegmatisch gewordenen Genossen neu motivieren und wieder rechtzeitig auf Trab bringen. War nicht einfach. Aber am Ende hat es geklappt: Wowereit blieb im Amt. Er kann jetzt sogar statt mit der sozialistischen Linkspartei wieder mit der viel bequemeren, konservativen Stadtpartei CDU regieren. Die Grünen, die sich anfangs schon als Wahlsieger gefühlt und sich über »Wowi« lustig gemacht hatten, blieben in der Opposition. Gegen die Pro-Berlin-Werbegeschäft von Frank Stauss hatten sie keine Chance.

Es war diese Kampagne, die Spindelegger bei einem Berlinbesuch aufgefallen war. Vor allem die Optimismus-Plakate (Motto: Stolz auf Berlin) machten ihn neugierig. Den Kopf dahinter wollte er kennenlernen und lud Frank Stauss nach Wien ein.

Auf der Erfolgsliste des Werbeprofis stehen neben der Berliner Frohnatur noch mehrere Sozialdemokraten aus allen Landesteilen, vor allem der neue rote Star aus Nordrhein-Westfalen, Hannelore Kraft, die Frau, die viele Sozialdemokraten am liebsten jetzt schon als Kanzlerkandidatin gesehen hätten. Nach zwei mühsamen Jahren als Chef einer rot-grünen Minderheitsregierung, holte sie 2012 für ihre Koalition eine klare Mehrheit. Ihr Kampagnenregisseur: Frank Stauss.

Eine Bundestagswahl mit ihr, das wäre ganz nach seinem Geschmack. Und da kaum jemand damit rechnet, dass die SPD nach der Wahl im Herbst den Kanzler stellen wird, dürfte das Thema 2017 aktuell werden. Hannelore Kraft als Kandidatin? Frank Stauss jedenfalls stünde für diese

Kampagne gewiss bereit. Alle anderen müssten dann zurückstehen.

Denn bei allem Spaß an der Abwechslung, den er an dem Job bei den Schwarzen derzeit hat, Stauss bleibt ein Roter. Schon als Halbwüchsigler zog er 1980 mit kleinen Wahlplakaten und Flugzetteln für Helmut Schmidt in einen privaten Kinderkreuzzug, sehr zum Missfallen seines Vaters. Schon damals verspürte er in sich den Wunsch, in seinen künftigen Beruf »was mit Wahlkämpfen« zu tun zu haben.

Kundschaft aus dem Spektrum der konservativen Parteien hatte er bisher allerdings keine. Die dienten Staus vor allem als Feindbild. Aber alles ist relativ und, wie man sieht, abhängig von den Zeiten, den Umständen und den beteiligten Figuren.

## Sein Handwerk lernte der ÖVP-Coach im Wahlkampf von Bill Clinton

Mehrere Stunden Gespräch haben Stauss und Spindelegger investiert, um zu sehen, ob sie zueinander passen. Wer da wen mehr prüfte, sei dahingestellt. Für Stauss jedenfalls ging es um die Haltung des Kandidaten zu Europa, zum Sozialstaat und zur FPÖ, da besonders in der Ausländerfrage. Das Bankgeheimnis oder die Zukunft der Bienen standen nicht auf der Liste. Das machte die Annäherung leichter. Wichtig war dann noch: Wer und wie ist Michael Spindelegger? Kann man mit ihm arbeiten, stimmt die Chemie? Sie stimmt, meint Stauss. Ihm gefalle der »Optimismus«, den dieser Mann ausstrahle. Und die Bereitschaft, sich auf Menschen einzulassen. »Das kann nicht jeder.« Faymann könne es hingegen nicht, meint Stauss bemerkt zu haben. Hier spricht, ganz ohne Leidenschaft, der Kommunikationsprof.

Gelernt hat Stauss sein Gewerbe, den Umgang mit Menschen und Massen, von der Piekie auf. In den USA beteiligte er sich als Freiwilliger am ersten Präsidentschaftswahlkampf von Bill Clinton und Al Gore, der legendären War Room Campaign von 1992. Zurück in Deutschland, schrieb der Politologiestudent dann eine Studie darüber, was die SPD

daraus lernen könnte, und schickte sie an die Partei, wo seine Fleißarbeit statt wie üblich im Papierkorb auf den richtigen Schreibtischen landete. Irgendwie gelangte das Papier dann obendrein hinaus in die Medien, wurde da in branchenüblicher Übertreibung zur »Geheimstudie« hochgejazzt und machte den Düsseldorfer Werbeguru Werner Butter auf den Autor aufmerksam.

Der Rest ist schnell erzählt: Stauss, das Nachwuchstalent, wurde Butters Musterschüler, machte bei ihm Karriere und verehrt seinen mittlerweile verstorbenen Lehrmeister noch heute. Gemeinsam arbeiteten die beiden in verschiedenen SPD-Kampagnen mit, mal mehr, mal weniger erfolgreich, mit Höhen und Tiefen, wie sie zum Geschäft gehören. Zu den Besonderheiten, die herausragten, gehört jener »Höllennritt«, dem jetzt das Buch von Stauss seinen Titel verdankt, die Auseinandersetzung des Jahres 2005: Gerhard Schröder, der berüchtigte Agenda-2010-Kanzler, der mit Rot-Grün weitermachen wollte (aber nicht mehr daran glaubte), trat da gegen die neoliberal zurechtgemachte CDU-Kandidatin Angela Merkel an, die mit der marktradikalen FDP politisch verlobt war und an ihrem Wahlsieg keinen Zweifel hatte. Für die mediale Megakoalition aus öffentlich-rechtlichen Meinungszentren über *Spiegel* und *stern* bis hin zu *FAZ* und *Bild* hätte diese Wahl gar nicht mehr stattfinden müssen. Die von allen Meinungsforschern sondierte schwarz-gelbe Mehrheit galt als uneinholbar, und die Hauptstadtbesuche freute sich bereits auf eine Frau im Kanzleramt. Mal was Neues, nach dem offenbar gescheiterten Experiment von Rot-Grün.

Entsprechend resigniert war die SPD in die Auseinandersetzung gezogen. Wozu noch kämpfen, wenn ohnehin alles gelaufen schien? In *Höllennritt* erzählt Stauss die Geschichte der Aufholjagd, an deren Ende die CDU/CSU nur noch 0,9 Prozent und drei Mandate vor der SPD lag. Eine Sensation, die Experten waren bliamiert, und Angela Merkel stand nach der gefühlten Niederlage zumindest für ein, zwei Stunden unter Schock. In der abendlichen TV-Runde folgte dann freilich

Gerhard Schröders, des wundersam Auferstandenen, überschäumender Testosteron-Ausstoß. Wie unter Strom erklärte er sich zum De-facto-Sieger, machte sich über Merkels Kanzler-Anspruch lustig und redete sich so selbst politisch um Kopf und Kragen.

## »Der Kandidat spricht frei – Gott stehe uns bei!«, seufzte der Werber

Ohne Coach machte Stehaufmännchen Schröder so innerhalb weniger Minuten zunichte, was eine strategisch wohlüberlegte Kampagne aufgebaut hatte. In seinem Wahlkampfbuch resümiert Stauss das Erlebnis in einem Stoßseufzer: »Der Kandidat spricht frei – Gott stehe uns bei!« Der Architekt der Kampagne ist aber bis heute stolz auf das Wahlergebnis, auf das keiner gewettet hatte.

Was die aktuelle Rumpelkampagne des SPD-Kandidaten Peer Steinbrück betrifft, ist Frank Stauss schuldlos. Mit der Partei des Vorsitzenden Sigmar Gabriel und der Generalsekretärin Andrea Nahles ist er nicht im Geschäft. Der eine weiß selbst alles besser, die andere hat sich mit persönlichen Beratern umstellt. Gemeinsam passen sie auf den Kandidaten auf, den sie eigentlich verhindern wollten. Kann gut sein, dass Stauss einerseits ganz froh ist, jetzt nicht mit von der Partie zu sein. Er klagt jedenfalls nicht darüber. Deutlich wird im Gespräch in Berlin-Mitte aber, wie sehr er andererseits mit der Partei seines Herzens mitleidet. Die vertane Chance von 2013: Das könnte wieder ein Buch werden. Aber diese Geschichte, müssen nach der Wahl andere erzählen.

Währenddessen profitiert die ÖVP von der Entlastung des Berliner Höllenreiters. Der legendäre Pate der christdemokratischen Wahlkämpfe, Peter Radunski, Kopf aller Kampagnen von Helmut Kohl, machte dazu kürzlich eine launige Bemerkung. Bei der Vorstellung des *Höllennritt*-Buches spottete er: »Was muss die SPD für einen Reichtum an Talenten und Wahlkampffingern besitzen, dass sie in diesem Wahlkampf auf einen wie Stauss verzichten kann – das ist wirklich beneidenswert.«