

# „WAHLKAMPF, IHR SISSYS“

Frank Stauss nimmt uns mit auf den „Höllennritt“ zur politischen Macht

## Das Buch



Frank Stauss: „Höllennritt Wahlkampf. Ein Insider-Bericht“, dtv, 200 Seiten, 12,90 Euro.

**F**rank Stauss ist keine politische Rampensau. Er steht nämlich nicht auf der Bühne, sondern dahinter. Aber irgendwie ist er doch ein Tier, ein Polit-Junkie, ein Kampagnen-Vampir. „Gebt mir ein blutiges Steak, drei lebende Frösche und ein paar rohe Eier zum Nachspülen. Es ist Wahlkampf, ihr Sissys.“ Einsatz für den Meister der Plakate, Spots und Slogans.

Frank Stauss ist ein Kämpfer. Ein Wahlkämpfer, ein Phänomen, irgendwie ein Genie, auf jeden Fall ein Besessener. Jahrgang 1965, gelernter Politologe, wie es so schön abgegriffen heißt. Er wirbt um Stimmen, um Macht, wie er in seinem Buch „Höllennritt Wahlkampf“ dokumentiert. Mag sein, dass er an der ein oder anderen Stelle gnadenlos das Klischee der einsamen, kämpfenden Wölfe bedient. Aber selten hat ein Blick hinter die Kulissen des Polit-Managements – Stauss selbst spricht von einem Insider-Bericht – so viel Lust und Leidenschaft freigelegt, so viel Euphorie und Depression. „Seit über zwanzig Jahren mache ich Wahlkämpfe. Manchmal zwei bis drei im Jahr. Es ist ein fantastischer Beruf, Ich liebe ihn, ich hasse ihn.“ Streichen wir 20 Prozent Koketterie, bleiben 80 Prozent krachende Realität, die uns der Autor auch noch mit Witz, Ironie und an einigen Stellen auch Zynismus nahebringt.

Tatsächlich hat Stauss ganz früh Zeichen gesetzt: Die Karriere als Wahlkämpfer fing mit 15 Jahren an. Sein Vater hatte ein neues Auto gekauft, an dem er partout keine Aufkleber haben wollte. Also hat sich

Klein-Frank auf den Rücksitz gekniet und einen Sticker von seinem Favoriten Helmut Schmidt von Innen gegen das Fenster gedrückt. Über jedes Winken, über jede Lichthupe habe er sich riesig gefreut.

Später klebte Stauss Plakate, professionell wurde es in den USA, als Praktikant gelangte er in den Dunstkreis des wahlkämpfenden Al Gore. Seit 1983 arbeitet er für die Werbeagentur Butter und hat fast immer für SPD-Politiker Ideen umgesetzt – für Hannelore Kraft, Kurt Beck, Olaf Scholz, Klaus Wowereit und Frank-Walter Steinmeier.

## „Wahlkampf ist die Krönung der Kommunikation“

Dramatische Niederlagen hat er erlebt (Steinbrück in NRW gegen Jürgen Rüttgers), grandiose Siege gefeiert (Hannelore Kraft, auch gegen Rüttgers). Das Buch, beziehungsweise der Autor legt aber nicht nur Zeugnis ab von Testosteron und Adrenalin in der politischen Arena. Er beschreibt die Anspannung, das wochenlange Leben in den „Kampas“. Aber auch: Wahl ist für ihn die „höchste Stufe der Demokratie“, Wahlkampf die „Krönung der Kommunikation“.

Es ist für alle Beteiligten „harte und ernste Arbeit“: Spitzenpolitiker, Strategen, Parteizentralen, Agenturen, Meinungsforscher, Medien, Zehntausende unbezahlte Freiwillige müssen „orchestriert“, instru-

iert, motiviert werden. Warum sollten die einen sonst bei Wind und Wetter an zugigen Infoständen stehen und missmutige Passanten anquatschen? Wichtiger noch: Was bringt Hunderttausende missmutige Passanten dazu, dennoch stehen zu bleiben, zu diskutieren, zu fluchen, zu lachen, am Ende doch eine Broschüre mitzunehmen oder wenigstens den Kugelschreiber? Warum gehen am Wahltag in Deutschland über 44 Millionen Menschen raus aus dem Haus und machen ihr Kreuz? Und was haben Wahlkampagnen im Wert von zwei Milliarden Dollar (USA) oder 80 Millionen Euro (Deutschland) damit zu tun?

Denn auch das hat Stauss sehr zu seinem Leidwesen erkennen müssen: „Der Deutsche ist ein sehr träger Wähler, der nur dann das Pferd wechselt, wenn ihm das alte unterm Hintern krepirt“. Womit wir in der Gegenwart wären, soll heißen: eine Opposition hat denkbar schlechte Aussichten, wenn der oder die

## **„Wir schreien uns die Seele aus dem Leib“**

Regierungschefin unangefochten die politische Szene bestimmt?

Das Herzstück des Buches ist die Geschichte des Bundestagswahlkampfes von 2005. Jeder kennt das Ergebnis, jeder hat noch den berühmt-berüchtigten Auftritt vom abgewählten Bundeskanzler Gerhard Schröder vor Augen. „Also ich meine. Wir müssen die Kirche doch mal im Dorf lassen“. Er will und kann nicht glauben, dass Angela Merkel ihn aus dem Kanzleramt gedrängt hat.

Wie Stauss die vorangegangenen Monate – am 22. Mai verlor die SPD die NRW-Wahl, Schröder und Franz Müntefering kündigten Neuwahlen an – schildert, ist von einer Spannung, von einer Direktheit, voller Enthusiasmus, was den meisten Berichten und Betrachtungen aus dem politischen Raum abgeht. Die Aufholjagd, die Arbeit im „Maschinenraum“ der Kampagnenzentrale, das Hand- beziehungsweise Kopfwerk der „Kampagneros“, die Komposition der Werbesprüche, diese bedingungslose Identifikation mit der Partei, die fast schon slapstickartigen Pannen, als Schröder mitten im Dreh für eine Wahl-Werbespot auf winkende Touristen zugeht, die kleinen Gemeinheiten, der „Verrat“, als man einen CDU-TV-Spot zugespielt bekommt und daraufhin einen „Gegen-Spot“ dreht – all diese Facetten lassen das Buch fast wie Krimi und Dokumentation in einem wirken. Und das, obwohl wir den Mörder, pardon, die Siegerin, also das Ergebnis kennen.

Stauss zieht uns in seine Welt: Sonntag, 18. September 2005, 17.59 Uhr: Die SPD hat den riesigen Vorsprung der CDU fast aufgeholt. Mit der Kampagne ist es gelungen, mehr als sechs Millionen Wähler zurückzugewinnen. „Das Willy-Brandt-Haus bebzt.“ lesen wir. Und weiter: „Wir schreien uns die Seele aus dem Leib. Und schreien und schreien und schreien.“ Um ein Haar schreit der Leser mit.

Das Buch ist sprachlich wie dramaturgisch ein Meisterstück. Und der Autor, der im Wahlkampf regelmäßig Hautausschlag bekommt, ist eben ein Überzeugungstäter. Weshalb man auch seine Nichtwähler-Beschimpfung nachvollziehen kann. „Demokratie-Gaffer“ schimpft Stauss. „Nicht zu wählen, gar nichts zu tun und sich am Ende auch noch darüber zu beschweren – das geht (...) überhaupt nicht.“