

"Jetzt packen" in Der Spiegel (12. Juli 1971)

Legende: Am 12. Juli 1971 untersucht das deutsche Nachrichtenmagazin Der Spiegel den Werbefeldzug des britischen Premierministers Edward Heath, der die Briten vom Beitritt zum Gemeinsamen Markt überzeugen soll.

Quelle: Der Spiegel. Das Deutsche Nachrichten-Magazin. Hrsg. Augstein, Rudolf ; Herausgeber Engel K., Johannes; Gaus, Günter. 12.07.1971, Nr. 29; 25. Jg. Hamburg: Spiegel Verlag Rudolf Augstein KG. "Jetzt packen", p. 64-65.

Urheberrecht: (c) Der Spiegel

URL: http://www.cvce.eu/obj/jetzt_packen_in_der_spiegel_12_juli_1971-de-a0c84008-bdb9-4ef1-961d-dfc0dce92cb7.html

Publication date: 13/09/2013

Jetzt packen

Nach dem Abschluß der EWG-Beitrittsverhandlungen eröffnete Englands Premier Heath jetzt an der Heimatfront einen Werbefeldzug. Er tut not: Die Mehrheit der Briten ist nach wie vor gegen den Anschluß.

Das Werk verspricht ein Bestseller zu werden. Schon Stunden vor dem Erstverkauf vergangenen Mittwoch standen die Londoner vor der Staatsbuchhandlung in der High-Holborn-Straße Schlange, 140 Meter lang. Bereits eine halbe Stunde nach Verkaufsbeginn hatten die Kunden den Verkäufern 6500 Exemplare aus den Händen gerissen.

Der Buch-Schlager ist die parlamentarische Drucksache Nummer 4715, herausgegeben von der Regierung Ihrer Majestät, verkauft zum Preis von 25 New Pence (2,20 Mark). Titel: „Das Vereinigte Königreich und die Europäischen Gemeinschaften.“

Solange die Verhandlungen mit den Sechs liefen, konnte Premier Heath zu Hause nicht werben, ohne seine Verhandlungsposition zu schwächen. Jetzt aber, drei Wochen nach dem erfolgreichen Abschluß der Verhandlungen, vier Monate vor der entscheidenden Unterhaus-Abstimmung über Englands EWG-Beitritt, eröffnete Heath mit dem 45 Seiten starken Buch seine Kampagne, um die EWG-skeptischen Briten für Englands Eintritt in die Wirtschaftsgemeinschaft zu gewinnen. Eine popularisierte Version des Schriftwerks wird von diesem Montag an in allen britischen Postämtern ausliegen.

Das Erscheinen des Weißbuchs ist zugleich das Startsignal für einen monströsen Werbefeldzug, mit dem Edward Heath zweifelnde Briten davon überzeugen will, daß (so das Weißbuch) „keine andere Ländergruppierung“ England „die gleichen Möglichkeiten“ für „nationale Sicherheit und Prosperität“ bieten kann wie die EWG.

Die Propaganda soll über alle Massenmedien laufen, Versammlungen selbst die entferntesten walisischen und schottischen Dörfer erreichen; Schriften sollen Unentschlossene, Zweifler und Gegner ins Lager der Europa-Anhänger ziehen. Der Ex-Weltrekordläufer und Postminister Chataway wurde eigens mit der Koordination der EWG-Propaganda in Rundfunk und Fernsehen beauftragt.

Werbung tut freilich not. Denn eine Meinungsumfrage des „Daily Telegraph“ ermittelte vergangene Woche – vor der Veröffentlichung des Weißbuchs – weiterhin nur 25 Prozent der Insulaner als EWG-Freunde, eine BBC-Umfrage kam auf 40 Prozent. Die Zahl der Gegner schwankt, je nach Umfrage, zwischen 57 und 51 Prozent.

Gewiß: Im Unterhaus wird Heath mit einiger Sicherheit genügend Stimmen für den EWG-Beitritt bekommen. Zwar zählen etwa 40 Tory-Parlamentarier zu den EWG-Gegnern; doch sie werden aus Furcht vor einer Abstimmungsniederlage ihres Premiers – und einer dann möglichen vorzeitigen Unterhausauflösung – wahrscheinlich widerstrebend für den EWG-Beitritt stimmen.

Doch mit Blick auf die nächsten Wahlen, die spätestens zweieinhalb Jahre nach dem Beitrittsdatum vom 1. Januar 1973 fällig sind, möchte Heath nicht nur die Mehrheit der Abgeordneten, sondern auch die der Wähler für den Anschluß gewinnen.

Über den Start seiner Werbekampagne konnte Heath zufrieden sein. Alle englischen Zeitungen brachten seitenlange Auszüge aus dem geschickt zusammengestellten Weißbuch, „The Times“ und „The Guardian“ druckten das Papier gar in voller Länge nach. Ein „Times“-Kommentar schoß noch über das Weißbuch hinaus und bezeichnete ein englisches Nein zur EWG als „eine Art von Selbstmord“.

Über Rundfunk und Fernsehen konnte Heath vergangenen Donnerstag eine Kurzfassung der Weißbuch-Argumente liefern. „Hier ist sie, die Chance zu neuer Größe“, rief er den Briten zu, „jetzt müssen wir sie packen.“

Schließlich bekam der Premier sogar Beistand vom Ex-Labour-Außenminister Lord George-Brown, dessen Partei in der Beitrittsfrage tief gespalten ist. Zum Ärger vieler seiner Parteifreunde erklärte der Labour-Lord, „daß die in Brüssel erzielten Abmachungen besser aussehen, als einige von uns vor ein paar Monaten noch zu hoffen wagten“.

Die propagandistische Kleinarbeit werden in den kommenden Monaten vor allem die konservativen Minister und Parlamentarier leisten, die zugunsten der EWG-Werbetournee auf ihren Sommerurlaub verzichten müssen.

Ausgerüstet mit Spickzetteln ihrer Parteizentrale sollen sie landauf, landab die Vorzüge eines EWG-Marktes von 254 Millionen Konsumenten preisen, sollen sie dem englischen Wählervolk klarmachen, daß – so das Weißbuch – ohne einen EWG-Beitritt die Macht Englands, „Einfluß auf die Gemeinschaften auszuüben, ständig zurückgehen würde, während die Macht der Gemeinschaft, unsere Zukunft zu beeinflussen, ständig zunehmen würde“.

Die Regierung hofft, die Anschluß-Angst der Briten zu zerstreuen. Daß sie oft nur auf mangelnder Information beruht, erfuhr unlängst Italiens Ministerpräsident Colombo. Als er in London vor Unterhaus-Abgeordneten über die EWG referierte, erkundigte sich einer der Parlamentarier, ob nach dem Beitritt Elizabeth noch Königin bleiben könne.

„Wenn sogar im Parlament ein derartiges Unwissen herrscht“, sagte Colombo nachher entsetzt zu einem italienischen Begleiter, „muß es im Lande noch viel aufzuklären geben.“