

Beiert, Dienstag, 20. August 2002

An:

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Bundesgeschäftsstelle
Öffentlichkeitsarbeit
Postfach 040609

10063 Berlin

Absender:

Richard Jilka
Beiert 6 A
53809 Ruppichteroth
E-mail: riji@gmx.de
Tel.: 02247 / 2728

Betreff: Wahlkampfwerbung / Plakate Kennedy Brücke in Bonn

Sehr geehrte Damen und Herren,

gewiß, die Selbstdarstellungsstrategie ist durchdacht und festgelegt, der Wahlkampf nähert sich seinem Ende. Gewiß, eine Regierungspartei kann nicht und sollte auch nicht utopische Zukunftsentwürfe plakatieren, von denen sie genau weiß, daß sie sie niemals einlösen kann. Aber muß eine Partei deshalb auf richtungsweisende Entwürfe verzichten, als wäre sie vom parlamentarischen Geschäft aufgesogen worden, als würde sie die Macht des Faktischen ausweglos anerkennen? Verantwortliches Handeln im Alltagsgeschäft mit seinen kleinen, oft unmerklichen Schritten ist unverzichtbar, aber ebenso bleiben Hoffnung und Sehnsucht nach einem guten Leben wesentliche Motive politischen Handelns. Selbstverständlich sind im Tagesgeschäft die Spielräume eng, müssen Mehrheitsverhältnisse sowie rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen beachtet werden, muß um Prozentpunkte oder Formulierungen gefeilscht werden. Aber indem eine Partei im Gegensatz zu einer anderen dort 2% mehr, dort 2% weniger befürwortet, mobilisiert sie kaum Wähler. Denn so unterscheidet sie sich wenig. – Tja, so kann's gehen, vor 15 Jahren mußte sich Ihre Partei von allen Seiten anhören, aus verantwortungslosen Gesinnungsethikern zu bestehen, und nun komm einer daher und behaupte, vor lauter Verantwortung sei kaum noch eine Gesinnung, eine Absicht zu erkennen, was gerade im Wahlkampf für einen kleinen Koalitionspartner verhängnisvoll sein kann.

Im Wahlkampf sollte für den Wähler eine umfassendes Konzept deutlich werden, ein Entwurf, die Idee hinter dem aufreibenden, sich in zahlreichen Details verlierenden Tagesgeschäft. Und diese Idee gilt es mit Schlüsselworten, Begriffen und Bildern anschaulich und griffig darzustellen. Der endlose Streit um Zahlen und Zwängen begeistert nicht, und Jugend, von der neuerdings alle reden, will, wenn schon nicht begeistert, so doch angesprochen und berührt sein. Dafür sind Wahlkämpfe doch da. Darin unterscheiden sie sich vom politischen Alltag. Nach all den Diskussionen um Details dieser oder jener Maßnahme will man endlich sehen/hören, worauf es hinaus läuft, was das zentrale Anliegen

einer Partei ist, ihr Kern. Denn über all die Gutachten und Zahlenkolonnen und Maßnahmen vermag der gewöhnliche Wähler, dessen Wahlentscheidung nicht mit einer Parteimitgliedschaft zu verwechseln ist, nicht abschließend zu entscheiden. Aber über die Richtung des Ganzen, und über nichts anderes, nicht über diese oder jene Steuerquote oder eine bestimmte Maßnahme des Arbeitsamtes, wird bei Bundestagswahlen entschieden, möchte der Wähler sich schon ein Bild machen und kann darüber mit seinem Ja und Nein entscheiden. In der Politik geht es um mehr als die sachliche Reaktion auf die gerade anstehende Not der Zeit. Es geht um das zukunftsorientierte Handeln einer Gesellschaft. Dies muß in der Selbstdarstellung einer Partei deutlich werden.

Glauben Sie tatsächlich, daß die Serie Ihrer Plakate, die ich z.B. auf der Kennedy Brücke in Bonn gesehen habe, Botschaften vermitteln, die junge Leute vom Hocker reißen? Es gibt sie, junge Leute, fern der Rente, es gibt tatsächlich immer noch junge Leute in unserem Land. Wollen Sie die tatsächlich dem hemdsärmelig auftretenden Guido und den Versprechungen einer ökonomischen Technokratie überlassen? Dem ausweglosen „weiter so Deutschland“, wie es ein früherer Kanzler propagiert hatte? Das Symbol der Sonnenblume mit der lapidaren Umschrift „Grün ist Leben“ war ein ansprechenderer und deutlicher über die Macht des Faktischen hinaus weisender Fingerzeig, als diese Plakate. Selbstverständlich ersetzen Plakate weder ein Programm noch eine detaillierte Stellungnahme zu einer politischen Sachfrage, aber mit ihnen sollten zentrale Begriffe vermittelt werden, hinter denen komplexe Zusammenhänge stehen.

Ihre Plakate auf der Kennedy Brücke sind etwas klein, dahinter mag die löbliche Absicht stehen, nicht verschwenderisch mit Geldern umzugehen. Aber für ihre bescheidene Größe sind diese Plakate komplex gestaltet, man erkennt ihre Aussage erst nach längerem Hinsehen, sie sprechen nicht unmittelbar an, bringen ihre Botschaft nicht direkt herüber, verfehlen somit ihren Zweck. So sieht z.B. der traditionell bunte Stoiber neben dem schwarzweißen Kanzler als Boß der Bosse (ekelhaft) tatsächlich blaß aus.

Bei Ihren Plakaten mußte man schon ziemlich genau hinschauen, um zu erkennen, was gemeint sein könnte. Was ist das? Kübel! in – tatsächlich – schwarz rot gold, AKWs die hierzulande abgeschaltet werden, ziemlich langsam, wie man weiß. Die Farben sollen vermutlich sinnreich den nationalen Übergang von einer schwarzen zu einer goldenen Epoche symbolisieren. Das glaubt Ihnen keiner, daß es nun goldig wird. Wie sinnvoll und mutig der Ausstieg auch war, der – unvermeidliche – Kompromiß von 20/25 Jahren Laufzeit nimmt der Sache jede Werbewirkung. Mit dem Ausstieg, der ja tatsächlich eingeleitet wurde, konnte man werben, mit der langen Auslaufzeit nicht. Außerdem geht es bei Wahlen um zukünftiges, und nicht um nachträglichen Dank für ein Verdienst. Politik ist bekanntlich ein undankbares Geschäft.

„Die halbe Macht den Männern“, steht da, eine hübsche junge Frau setzt ihre langen, unbekleideten Beine auf den ebenfalls unbekleideten Bauch eines erschöpft darniederliegenden Mannes; Feministenwitz aus den 1980ern? Gleichberechtigung ist mittlerweile ein Allgemeingut politischer Rhetorik; obendrein für viele junge Frauen so selbstverständlich geworden, daß sie sich nicht den Männern gegenüber besonders profilieren müssen, sondern vom eigenen Geld hübsche Dessous kaufen, ihre Weiblichkeit pflegen, sich Kinder wünschen; letzteres behindern dann häufig die Gegebenheiten einer brutalen Marktwirtschaft, dort liegt das Problem, welches keine der etablierten Parteien direkt anzusprechen wagt, und nicht in den machtgeilen Männern. Vielleicht lachen diese neuen, selbstbewußten Frauen über dieses Bild, identifizieren tun sie sich wohl kaum damit. Was sollen sie mit diesem Schlappi anfangen? – Auch wenn in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Forderungen der Grünen zum Allgemeingut der im Bundestag vertretenen Parteien geworden sind, enthebt das diese Partei nicht der Aufgabe, sich deutlich zu profilieren, erkennbar und unterscheidbar zu bleiben; und dies nicht bloß durch ein etwas witziges Plakat.

Gartenzwerge? Die Einladung zu einem Schrebergärtnerfest im Grünen? Nein, ein Gesellschaftsmodell! Ausländer sollen integriert werden, klar. Und was sehen wir? Gartenzwerge! Gartenzwerge mit verschiedenen Hauttönen von hell bis dunkel in trauter Gemeinschaft, lustig, durch ihre Gesichtsfarbe unterscheiden sie sich von ordinären Zwergen. Aber weder ich noch meine Miteinwohner mit anderem Teint halten sich für Gartenzwerge. Überhaupt kann der gebotene Respekt vor anderen Menschen sich nicht darauf beschränken, alle ohne Rücksicht auf ihre oberflächliche Hauttönung unter der gleichen Mütze in die gleiche Lebensform und zwergenhafte Geschäftigkeit einzuspannen (dafür ist auch die CSU zu haben), sondern bedeutet auch den Respekt vor dem Recht auf ein anderes Hiersein, eine andere Lebensform. Gewiß findet dieser Gedanke unter der Mehrheit meiner Mitbürger nur wenig Zustimmung, sie fühlen sich eben in der Utopie einer allgemeinverbindlichen „Leitkultur“ geborgener, aber ebenso gewiß sind diesem Gedanken gegenüber bestimmt mehr als 10% – so hoffe ich doch – der Wahlberechtigten aufgeschlossen.

Der Hammer aber war für mich: „Brüder, durch Sonne zur Arbeit.“ Viel ärmlicher kann man in diesem Zusammenhang nicht auftreten. Ein Agentur-Witz? Oder Stigma einer ausdiskutierten Mutation? Vielleicht gibt es tatsächlich nicht mehr viele Leute, die den Text dieses alten Liedes kennen, in dem es zukunftsfröh heißt: „Brüder, zur Sonne zur Freiheit. Brüder, zur Sonne zum Licht.“ Denn worum sonst sollte es im politischen Raum gehen, wenn nicht um die Freiheit, um Selbstbestimmung und Bildung (Sonne/Licht). In diesem Zusammenhang geht es weder um ideelle noch um persönliche, sondern um gesellschaftliche Freiheit. Im politischen Raum können Menschen zusammenkommen, um darüber zu entscheiden, in welche Richtung sie gemeinsam gehen wollen, wie ihre Zu-

kunft aussehen soll. Die Entscheidung z.B. ob AKWs abgeschaltet oder betrieben werden sollen, kann einem kein Technokrat, Gutachter oder Ingenieur abnehmen, sie ist, wenn auch nicht ausschließlich, so doch letztlich und endlich ethisch begründet. Es ist eine Entscheidung der Freiheit im politischen Raum. Erst wenn es konkret darum geht, ein AKW zu betreiben oder zu verschrotten, tut man gut daran, den Ratschlägen der Fachleute Folge zu leisten. Schon recht, behelmte Ingenieure stehen beieinander und ertüfeln neue Energiequellen und Produktionsweisen, saubere Technologie und nachhaltiges Wirtschaften zerstören nicht Arbeitsplätze, sondern schaffen welche. Aber kann man diese eminent wichtige Aussage nicht anders und nachdrücklicher vermitteln, als indem man das Wort „Freiheit“ durch das Wort „Arbeit“ ersetzt und somit austreicht? Sollte nicht wenigstens *eine* Partei den Gedanken an die Freiheit, der, wie könnte es anders sein, in vielerlei Gestalt zu erschienen pflegt, wach halten, ohne diesen Gedanken in einer gängigen Leistungs- oder Arbeitsideologie untergehen zu lassen? So wichtig in unserer Gesellschaft die Arbeit geworden ist, so ist sie doch etwas abgeleitetes, untergeordnetes, zweckdienliches. Auch wenn die große Mehrheit wenig Sinn dafür haben sollte, so ist doch die Freiheit das Primäre, um sie dreht sich die Politik. Mit der Freiheit sollte kein Schindluder getrieben werden. Sie darf nicht an untergeordneter Stelle erscheinen oder gar aus dem Vokabular gestrichen und durch weniger wesentliche Worte ersetzt werden. Auch die „Gerechtigkeit“ kreist auf einem Ihrer Plakate um sich selbst, macht irgendwo am Strand einen Salto mortale. Wen interessiert's? Gerechtigkeit steht auf allen Fahnen. Friede? Damit ist seit September kein Blumentopf mehr zu gewinnen. Überhaupt haben ihn schon immer alle gewollt. Einst gewann ein Kanzlerkandidat die damalige Jugend mit der zaghaften und dennoch richtungsweisenden Forderung: „mehr Demokratie wagen“. Nicht die Sicherheit, sondern das Wagnis der Freiheit ist die dauernde Forderung an eine demokratische Gesellschaft, die diesen Namen irgendwie verdienen will. Denken Sie an die jungen Leute! Nicht alle Einwohner unseres Landes sind Rentner, denen Sicherheit das Wichtigste ist. Es gibt tatsächlich noch Leute, die das Abenteuer und Wagnis eines Lebens mit Spannung und Neugierde erwarten.

Gesellschaftliche Freiheit, so eng auch die diesbezüglichen Spielregeln gezogen sein mögen, bleibt das Kerngeschäft der Politik in eine Demokratie. Oder wollen Sie die Freiheit den Liberalen überlassen? die damit bloß die adäquate Reaktion auf die Zwänge des Marktes, kluges manövrieren in der Flut ökonomischer Notwendigkeiten meinen, um so eine dicke Scheibe vom Kuchen zu versprechen, die man dann Glück oder Zukunft oder man gönnt sich ja sonst Nichts nennt.

Noch vor nicht allzuvielen Jahren war vom sozialen und ökologischen Umbau der Gesellschaft die Rede. Wo ist ein schlüssiges, sachlich abgestimmtes, medienwirksam inszeniertes Konzept für dieses zukunftsweisende Projekt? Oder sollte dieses Vorhaben samt der dazugehörigen Zukunft von den Schreibtischen verschwunden sein? Sollte es keine Alter-

native mehr zum weiter so im Faktischen wie gehabt geben? Keine Zukunft? Welche Partei nimmt sich explizit der Bürgerrechte an (von Sicherheit reden alle Langweiler), wo ist eine Gruppe im Parlament, die alternative ökologische und ökonomische Konzepte vorlegt und offensiv zur Sprache bringt, Experimente wagen will („keine Experimente“ machen schon die anderen), die auch abweichende, alternative Lebensformen am Rande der main stream Gesellschaft nicht bloß als hinnehmbar bemäntelt, sondern als erwünscht befürwortet? In dieser Richtung könnte sich („Grün ist Leben“) auch für eine Regierungspartei ein weites, eigenständiges Politikfeld eröffnen. Bündnis 90 / die Grünen sind doch keine Volkspartei, die Jedermann ansprechen muß. In der Mitte knubbeln sich eh alle. Haben Sie Mut sich zu profilieren, sprechen Sie gezielt Ihre Leute an, von denen sonst unnötig viele in der Frustration des Nichtwählertums versacken, angeödet von einem routinierten politischen Geschäft, in dessen Sumpf von Sachverstand die politischen Linien verwischen. Haben Sie offensiven Mut zur Linie, konservativ gesprochen: zu Werten.

Gewiß, wen sonst sollten wir, die wir uns mit der Ausweglosigkeit der gegebenen Lebensform nicht abfinden mögen, anderes wählen? Aber diese Motivation ist unzureichend, reißt keinen vom Hocker. Suchen Sie den Zugang zu jungen Menschen, deren Sehnsüchte und Hoffnungen sich nicht ausschließlich durch Sachverstand oder Witze ansprechen lassen. Eine Partei wie Bündnis 90 / die Grünen sollte nicht in der *Realpolitik* untergehen, als deren Meister in Deutschland ohnehin Bismarck gilt.

Die Katastrophe an der Elbe könnte ein originär grünes Thema werden; machen sie was daraus! Der notwendige Sachverstand ist in ihrer Partei tatsächlich vorhanden, verkaufen Sie ihn gut, tragen Sie ihn auf den Markt, d.h. in die Medien, während der Kanzler den klassischen Part spielt, sich als Vater des Vaterlands präsentierend ohne Rücksicht auf Kosten die Heilung der Schäden auf traditionelle Weise verspricht. Das ist seine Rolle, spielen Sie die Ihre.

Nichts für ungut, hoffentlich werden Bündnis 90 / die Grünen wieder in die Regierung gespült. Oder haben Sie keine Lust mehr?

Alles Gute und viel Glück,

Richard Jilka