

# Angriff auf die Gefühle



Werbeagenturen sind nicht dumm, wenn sich der Kokain-Konsum in Grenzen hält. Sie wissen, was sie tun. Das Wahlverhalten der Leute ändert sich nur in Nuancen. Die Welt der schwankenden Gefühle entscheidet und die Nase der Kandidaten, ob sie „nett“ aussehen.

Vermutlich beißen diejenigen Agenturen, die von den Parteien beauftragt werden, „Wahlkampf“ zu machen, ständig in den Teppich oder in die Schreibtischkante, weil die Bürokratengehirne und Funktionärs-Pappnasen zündende Ideen gar nicht goutieren, sondern genau so Langweiliges gut finden, wie sie selbst Mainstream und öde und fade sind.

Die Parolen, die einem jetzt entgegenjaulen, sind aber dermaßen dämlich, dass ich mir gar nicht vorstellen kann, wer sich so etwas ausgedacht hat. Es geht quer durch alle Parteien. Von der CDU erwarte ich keine Inhalte, deshalb kann ich die nicht kritisieren. Das von der SPD angesprochene „Wir“-Gefühl erinnert mich immer an Kaiser Wilhelm: „Ich kenne keine Parteien mehr“ – der Appell an die Volksgemeinschaft ist

bei den Deutschen immer angebräunt.

Die Grünen haben mit ihrer SchnapsIdee, einen vegetarischen Tag einzulegen, gezeigt, was in dem Milieu für Gedankengut schlummert, das sie wählt. Der Gemüsewart lässt grüßen. Der Deutsche ruft immer nach dem harten Durchgreifen des Staates, ganz gleich, gegen oder für was. Ihr Blockwart ist demnächst nicht für den angeblichen „Schutz“ der Sitten und der Jugend zuständig, sondern auch für die Kontrolle des Kühlschranks.

Die „Linke“ will den Waffenexport verbieten – auch nichtssagend und gut gemeint. Statt Transparenz zu fordern und das Geschäft zu kontrollieren, will man sich gut fühlen, wenn die Waffen von anderen Leuten an die Bösen geliefert werden oder eben auf Umwegen. Die deutschen Waffenfirmen werden dann eben in Tschechien produzieren.

Am lustigsten ist die Glaubensgemeinschaft Freier Markt(TM) und deren politischer Arm, die FDP. „Mehr Markt“ – was will ins der Künstler damit sagen? Und wer genau wird damit angesprochen – das Kartell von Apothekern und der Pharma-Industrie? Die Hotelbesitzer? Oder die Content- und Abmahnmafia?

Es gibt nichts Verlogeneres als Wahlplakate. Aber wie man sieht, sind sie genau auf dem intellektuellen Niveau der Wähler.