

#unten und Klassenbewusstsein

rotzer“, mit Minderwertigkeitskomplexen, die selbst soziale Aufsteiger lange nicht überwinden können.

So sehr aber all diese Schilderungen die vorangegangenen Debatten um eine wichtige Ebene ergänzen, so offensichtlich sind die Schwächen der Idee. Zum einen sind die Stimmen jener, die man als Angehörige des Prekariats bezeichnen könnte, nicht nur im deutschen Journalismus unterrepräsentiert, wie die Initiatoren von #unten beschreiben – sondern auch in den sozialen Medien. So sehr diese technisch den Zugang zum öffentlichen Diskurs erleichtern, so sehr unterliegen auch sie genau jenen Ausgrenzungseffekten, welche #unten zur Sprache bringen will. Von Erfahrungen alleinerziehender Verkäuferinnen oder diskriminierter Möbelpacker jedenfalls liest man bisher noch wenig. Zum

Christian Baron schrieb dazu: „Heute schreibt die „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ über #unten. Harald Staun würdigt in seinem Text die Initiative, aber er bringt auch die offensichtlichen Schwächen von Hashtag-Kampagnen auf den Punkt. Solche Sätze in der konservativen „FAS“ – dass ich das noch erleben darf!“

Leider habe ich den ganzen Text nicht gelesen, aber der ist in

der eben der Sprache geschrieben, die die zitierten Verkäuferinnen und Möbelpacker nicht sprechen und auch nicht lesen wollen.

„Um eine wichtige Ebene ergänzen“ – das ist nichtssagendes Geschwurbel. Das gilt auch für „Zugang zum Diskurs erleichtern“ oder „unterliegen den Ausgrenzungseffekten“.

These: Man redet so, wie die eigene Klasse es verlangt. „Identitätspolitik“ inklusive gendrinifizierter Sprache sowie Veganismus-Asketismus sind kleinbürgerlicher esoterischer Lifestyle-Scheiß und mitnichten „links“. Das musste jetzt mal gesagt werden.

Reminder: Bernd Stegemann im „[Neuen Deutschland](#)“:

Der blinde Fleck der Identitätspolitik ist ihr fehlendes Klassenbewusstsein. In der Ökonomie geht es nie um Moral, immer um Interessen. Wer aber keine Klassen kennt, muss auf moralische Kategorien zurückgreifen. (...)