Freitag, 09. November 2018, 18:00 Uhr
~3 Minuten Lesezeit

Der Markenkern im Parteienpudding

Die herrschende Politik übertüncht ihr Versagen und ihre Verantwortungslosigkeit mit Marketing.

von Ullrich Mies
Foto: jakkapan/Shutterstock.com

Die verheerenden Wahlverluste bei den letzten Landtagswahlen in Bayern und Hessen hatten zur Folge, dass die CDU-Aufstandstruppen endlich erfolgreich zumindestens ein Bein von Merkels Herrschaftsthron abgesägt haben. Nun widmen sie sich der großen Frage: Wie können wir den Konservatismus der Partei wieder auf Erfolgskurs bringen? Dabei suchen sie nach dem angeblich verloren gegangenen Markenkern.

„Irgendetwas — vielleicht sogar alles — stimmt nicht bei der angekündigten konservativen Renaissance, bei der eigenartigen Euphorie, die die CDU nach der Rücktrittserklärung ihrer Vorsitzenden erfasst hat“, schreibt Mark Siemons am 5. November 2018 in der FAZ (1).

Herr Siemons kommentiert die derzeitigen Befindlichkeitsstörungen selbsternannter CDU-„Eliten“. Sie glauben, den Weg aus der aktuellen Misere gefunden zu haben: Sie wollen sich konservativer geben. Sie wollen ihre Partei aus dem Tief herausholen.

Ein Triumvirat ist angetreten, den Aufbruch in neue CDU-Mehrheiten zu schaffen: Frau Krampf-Karrenhauer will ihre politische Positionierung als Ergebnis eines Aushandlungsprozesses verstehen. Sie hat also keine klare Position. Soweit so gut, möchte man sagen, denn das ist heute eine grundlegende Voraussetzung, um in Parteien zu reüssieren.

Herr Murks, leitender Angestellter bei BlackRock, findet den „selbstregulierten Kapitalismus“, also den „free-market capitalism“ US-amerikanischer Provenienz, der in Europa den Klein- und Mittelstand zerlegt, ganz großartig. Herr Splitter, flexibel-effizienter Jung-Politmanager, der die dicken Balken im Auge seiner Unternehmerpartei nicht sieht, hat keinerlei Berührungsängste mit Völkermördern und Faschisten vom Schlage eines John Boulton. Kurz: Ein „Dreamteam“.

Jeder aus diesem Gespann möchte gern Merkel beerben, von der Herr Siemons schreibt, sie, Merkel, regierte … „unideologisch, pragmatisch, Empirie-geleitet, vorsichtig.“

Hätte Herr Siemons aufgepasst, so wäre ihm der Markenkern der

Merkel-Ära nicht entgangen:

Merkel hat Deutschland mit ihren zahllosen Kaspern, die opportunistischen SPD-Politschauspieler inbegriffen, zur marktkonformen EU-Kapitaldiktatur umgebaut — völlig unideologisch, versteht sich. Sie hat mitgeholfen, die NATO- und EU-Geschwüre bis tief in den Osten zu metastasieren und um Russland als neu installiertem Feindstaat einen Cordon Sanitaire zu legen.

Als Chefköchin des deutschen parteiübergreifenden, neoliberalen Transatlantikerpuddings hat sie nach Schröder und im Tandem mit Steinmeier den Krieg wieder zum Mittel der Außenpolitik gemacht. Sie hat uns Deutsche nach den Kochanweisungen aus State Department und NATO-Führerhauptquartier in Brüssel an den Rand des 3. Weltkrieges manövriert.

Inzwischen schmeckt selbst hartgesottenen CDU-, aber auch SPD-Wahlpuddingessern der Brei nicht mehr, den ihre Köche anrühren.

Ob die CDU es wahrhaben will oder nicht: Längst hat der nicht minder konservative, hedonistisch veranlagte und auf Selbstverwirklichung programmierte Wahlpuddingesser eine neue Kochgruppe gefunden, deren Brei er nun auslöffeln möchte: Die Grünen. Sie geben sich umweltnah, antirassistisch, global-orientiert, begrüßen Schwulen- und Lesbenevents, halten Millionen Migranten und Kriegsflüchtlinge für eine kulturelle Bereicherung, finden Putin böse, die NATO und humanitär angestrichene Eroberungskriege ganz toll.

Ganz sicher wird ihnen nach der nächsten Enttäuschung auch der grüne Pudding nicht mehr schmecken. Das liegt ganz einfach daran, dass alle Parteien mit Ausnahme von Teilen der Linkspartei mit großen Löffeln im selben Ideologiepudding rühren, dessen unverdauliche Markenkerne heißen:

- Neoliberalismus als einzig denkbare Wirtschaftsordnung,
- EU als Werkzeug zur Entdemokratiesierung,
- NATO-Imperialismus als bewaffneter Arm des Kapitalismus und
- stetig neue Interventionskriege.

Da wird es die entschlossene CDU-Kochgruppe aber verdammt schwer haben, die „mündigen“ grün-konservativen Puddingesser wieder an die konservativen CDU-Puddingtröge zu locken.

Quellen und Anmerkungen:

(1) **http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/cdu-nach-angela-merkel-union-auf-der-suche-nach-ihrem-markenkern-15872687.html** (http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/cdu-nach-angela-merkel-union-auf-der-suche-nach-ihrem-markenkern-15872687.html)

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.

Ullrich Mies ist Sozial- und Politikwissenschaftler. Er studierte in Duisburg und Kingston/Jamaika. Seine Interessenschwerpunkte sind internationale politische Konflikte, organisierte Friedlosigkeit, Staatsterrorismus, Neoliberalismus, Demokratieerosion, Kapitalismus- und Militarismuskritik sowie die Erhaltung der Biodiversität.

Er ist seit 1994 selbständig und lebt seit 38 Jahren in den Niederlanden. Er schreibt für **Rubikon**, jetzt **Manova**, die **Neue Rheinische Zeitung**, **Neue Debatte** und viele andere mehr. Im Jahr 2023 erschien von ihm als Herausgeber das Buch „Auswandern oder standhalten — Politisches Exil oder Widerstand?“ sowie als alleiniger Autor das Buch „Das 1x1 des Staatsterrors — Der Neue Faschismus, der keiner sein will“.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz** (**Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International** (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de)) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.