

# FÜR DEN WECHSEL IM WANDEL – ZUKUNFT ALS NACHHALTIGE VERANTWORTUNGS- PHASE

Eine Blütenlese der Wahlprogramme zur Bundestagswahl 1998

von Ulrike Haß-Zumkehr

Wahlkampf – es ist wieder so weit. Der Krieg der Köpfe beherrscht die Plakatwände. Schon meine Großtante selig pflegte ihre Wahlentscheidungen mit *Der X, das ist ein stattlicher Mann!* und *Der Y, den mach' ich nich'* – dazu schüttelte sie sich angewidert – zu begründen. Das Fernsehen lieferte ihr dazu hinreichende Anschauung, lange bevor Parteitage von halböffentlichen Debattierclubs zu Shows für die Öffentlichkeit mutierten.

Aber das Jubiläum von 1848 hat uns – trotz aller multimedialen Aufbereitung dieses Ereignisses – wieder daran erinnert, dass Demokratie in ihren Anfängen hier zu Lande etwas mit Ideen und Programmen, mit Deklarationen, Argumentationen und Diskussionen, mit Texten also, weniger mit Personen und ihren Konterfeis zu tun hatte, obwohl es auch die schon gab.

Mit schriftlich fixierten Äußerungen konnten und können sich aufgeklärte Wähler in Ruhe auseinander setzen und gehen sowohl den Wirkungen demagogischer Rede in Rundfunk, Fernsehen und politischen Massenveranstaltungen als auch den medialen Vor-Urteilen des Häppchen-Journalismus am ehesten aus dem Weg.

Die vernünftigste Wahl-Entscheidung ist demnach die, die nach intensivem Studium aller verfügbaren Absichtserklärungen, den Wahlprogrammen, gefällt wird – oder »machen die hinterher doch, was sie wollen«? Solch dumpfer Politikverdrossenheit überlassen wir erst dann das Feld, wenn die programmatischen Texte zugunsten von Plakaten, Fähnchen, Buttons, »events« und Slogans endgültig verschwunden sind. Wenn ausformulierte Programme nichts mehr bedeuten, könnte man gleich würfeln statt wählen. Noch hat man ja »etwas in der Hand«, das man wortbrüchigen Politikern später um die Ohren hauen könnte, und sei es auch, dass man diese Aufgabe an die Journalisten delegiert.

## Auf der Suche nach den verlorenen Argumenten

Doch die Texte, nach denen einem der Demokratensinn steht, sind schwerer aufzutreiben als man denkt. Mit ihrer endgültigen Formulierung lassen die Parteien sich erstaun-

lich viel Zeit. Welches Programm wann wie gültig ist, erfährt man am einfachsten über das Internet, in dem sich alle großen und etliche der kleineren vom Bundeswahlleiter zugelassenen Parteien präsentieren.

Zwischen April und Ende Juni, drei kurze Sommermonate vor der Bundestagswahl, wurden sie erst von den teils als *ordentlich*, teils als *außerordentlich* bezeichneten Parteiversammlungen *beschlossen* oder *verabschiedet* – gerade so, als handelte es sich um Gesetze oder gar Verfassungen. Eine rechtsextreme Partei stellt ihrem Text sogar eine *Präambel* voran, um sich ein besonders verfassungstreues Image zu geben – das Mäntelchen ist aber sehr fadenscheinig.

Die besten Argumente verspricht die CSU auf einer ihrer Internet-Seiten, wo man das Wahlprogramm aber nicht findet. Bei der SPD steht der Knopf fürs Programm auf der allerersten Seite – hier kommt man den so genannten *politisch Interessierten* entgegen. Bis in den April hinein ging gleich daneben alle paar Sekunden eine »Titanic« namens Kohl unter. Im Juni hat dies Szenario einem seriöseren Design Platz gemacht, das den wie man weiß überdurchschnittlich gebildeten Internet-Nutzern gerecht wird: *Der Kandidat*, ein vier- und fünffacher Schröder-Kopf von ernst bis heiter. Während der Fußballweltmeisterschaft spielte dann auch die seriöse SPD verrückt: Auf einer kleinen Animation wird dem Schiedsrichter (= dem Wählervolk?) das Auswechseln des Spielers Kohl angekündigt.



Bei den meisten muss man *downloaden* oder *herunterladen* (ist das Internet eigentlich irgendwie »oben«?), *konvertieren* und *entpacken*. Die Grauen verstecken die entsprechende Stelle – konspirativ? »Wenn Sie auf unserer home-page neben dem »Juggler« den Buchstaben G anklicken, können Sie das Kurzprogramm herunterladen.« Nachdem ich jedes größere G durchprobiert hatte, stellte sich der *Juggler* als jonglierendes Figürchen heraus. Die CSU schickt das gedruckte Programm auf E-Mail-Anforderung nur per Post zu, offen ist nur, wann; die Grünen nutzen sowohl die Post als auch das Internet; diese beiden Parteien haben nun meine Adresse. Prompt kam neulich eine elektronische Einladung der CSU (*News-Flash*) zu der Wahlkampfveranstaltung »Laptop und Lederhose« mit Brotzeit und Rede von Waigel.

In vielen Fällen verbirgt sich der gesuchte Text irgendwo in den Tiefen der hierarchisch angeordneten Informationen – Informationen? »Materialien zur Wahl« sind auch mal weißblaue Sonnenschirme, Bierfilze und Anstecknadeln, per E-Mail zu bestellen. Eine andere Partei bietet zunächst das Foto einer Türklinke an, auf die man – an die Weihnachtsstube erinnert – klicken soll, um dann vor vier »Informationsquellen« zu stehen:

*gallery* – dazu sieht man die Ecke eines Bilderrahmens

*forum* – dazu sieht man etwas verzerrt ein Mikrofon

*office* – da sieht man aufrecht stehende, gespitzte Bleistifte aus ungewohnter Perspektive

*workshop* – visualisiert mit einem Stück Computerdiskette (sieht nach Scherbe aus).

Wie dereinst während des Weihnachtsliedersingens können jetzt erst einmal die Verpackungsumrisse der Informationsgeschenke taxiert und jene Fragmente gedeutet werden.

Doch die FDP ist kein Weihnachtsmann: Wo ist ihr Wahlprogramm? Hinter *forum* verbirgt sich die Kandidatenliste. *workshop* wäre zu schön um wahr zu sein – Wähler schreiben am Programm nicht mit. Hinter *gallery* könnten sich die sattsam bekannten Köpfe verbergen. Und richtig, hinter *office*<sup>1</sup> darf ich wählen zwischen »Werbemittelkatalog«, »Wahlkampf-Handbuch«, »Entwurf Wahlprogramm« und »Argumente und Informationen« – eine feine Differenzierung! Die »Argumente« entpuppen sich dann als stilistisch kreative Polemiken, die säuberlich gegen jede der anderen parlamentarisch etablierten Parteien einzeln aufgelistet werden, und arbeiten im Wesentlichen mit Schlagworthämmern wie *politische Bibelforscher*, *Kuschelecken-Pädagogik*; *Sozialprotektionismus*, *Sonntagsreden*, *Betroffenheitskultur*, *sozialistische Staatsgläubigkeit* usw. Nur der eigene bisherige Koalitionspartner wird mit solchen »Argumenten« verschont.

## Zwischen Buch und Flugblatt

In der Kürze liegt die Würze? Vor Wahlprogrammen versagt die deutsche Sprichwortweisheit. Das Programm der Bündnisgrünen kommt als ein Taschenbuch von 165 Seiten (auf Öko-Papier) ins Haus. Die heruntergeladenen Programme von CDU, FDP, SPD und PDS sind ausgedruckt

in etwa ebenso umfangreich. Dagegen kommen die Texte der Rechtsaußen- und sonstigen Splitterparteien auf kaum mehr als fünf Seiten, sind teilweise nicht Korrektur gelesen und schwanken unfreiwillig zwischen alter und neuer Rechtschreibung. Dafür greifen sie zu großformatig zentriert gesetzten »Sprüchen der Woche« und

durchsetzen den Text mit vielen nonverbalen Verzerrungen: Bei der Autofahrerpartei darf man z.B. ständig auf grüne Ampeln und blaue »Hier-beginnt-eine-Schnellstraßenschilder« klicken, bei anderen auf schwarz-rot-goldene Fähnchen oder das vervielfachte Parteienlogo.

Sentenzhafte Sprüche verlangen geradezu nach Leerraum für Besinnung, vor allem wenn den als *Nichtwähler*, *Arbeiter*, *Rentner* angesprochenen rechtsextremen Wählern Fontane (»Der ist in tiefster Seele treu, der die Heimat liebt wie du«), Herder, die Bibel, Kant (»Dem kann kein Mißgeschick, kein Tod die Hoffnung rauben, der glaubt, um recht zu tun, recht tut, um froh zu glauben«), Gottfried Keller, Charles de Gaulle und immer wieder das Grundgesetz zugemutet werden. Die Grauen halten sich an Max Weber (Politik als Beruf). Alles in Allem eine bizarre Mischung aus Illiteraten- und Bildungsbürgertum.



Ohne Mühe lesen und sich auf längere Texte konzentrieren zu können, ist offensichtlich keine weit verbreitete Qualifikation, war es nie. Daher können die Adressaten der idealen, rational fundierten Wahlprogramme nie »alle Wähler« sein, sondern nur bestimmte soziale Gruppen. Der Rest hängt am Bildertropf.

## Gefühlsarbeit

Vom Textumfang hängt auch ab, zu wie vielen und welchen Themen überhaupt etwas gesagt wird. Vorrang haben übereinstimmend die allgemeinen Thesen, die den Parteienstandpunkt beschreiben, indem sie Weltdeutungen bieten und Atmosphäre verbreiten. Während die Bündnisgrünen in der zweiten Zeile ihres Programms von *Herausforderungen* und schon in der fünften Zeile von *Problemen* sprechen, deren angestrebter Lösung die nachfolgenden 160 Seiten gewidmet sind, und auch die letzten Kapitel *Gestaltung der Zukunft* und *Aufbruch ins 21. Jahrhundert* in sprachliche Sorgenfalten legen, befindet die größte Regierungspartei: *Eine Welt im Umbruch – eine Welt voller Chancen, ein großartiges Panorama*. Auch sie weiß aber, dass dieses Lebensgefühl unter den Wählerinnen und Wählern nicht allzu verbreitet ist: »Wir leben in einer Zeit beschleunigten Wandels. Das verunsichert viele von uns.« So wird psychologisch am Sicherheitsgefühl gearbeitet. Statt Problemlösungen werden hier *Antworten* geboten, die meistens älteren Datums sind (*Aufbauwerk nach dem Krieg*), nach dem Motto »immer schon alles im Griff gehabt«.

Bei der SPD werden vor allem *Visionen* und *innovative* Ideen vorgetragen, denn: »In einer Welt des Wandels kann nicht alles bleiben wie es ist.« Das sehen wir natürlich ein. Nicht die Zukunft macht SPD-Wählern negative Gefühle, sondern *lediglich die tiefgreifende Entfremdung*, zu der es *zwischen Regierenden und Regierten gekommen ist*. Diese Ehe ist zerrüttet. Gut, dass wir multimedial schon ordentlich mit »Dem Kandidaten« vertraut gemacht worden sind; das spart später den Gang zur Eheberatung.

Dass Politik Psychologie ist, wissen auch die Grünen. »Die Kohl-Regierung vermittelt den Menschen das Gefühl, daß sich sowieso nichts ändern läßt.« Den *Menschen*, die hier gemeint sind, wird die Lektüre des Programms ihre Ohnmachtsgefühle aber nicht austreiben können; ihrer wird hier nur fürsorglich gedacht. Angesprochen wird nur, wer an Veränderbarkeit glaubt und *Grün ist der Wechsel* wählt. Die Adressaten der FDP haben es offensichtlich nicht nötig, bloß zu hoffen; ihnen scheint die Welt irgendwie zu Füßen zu liegen. Und deshalb braucht die FDP auch keine Psychologen.

Bei ihr haben eher Historiker und Philosophen am Programm mitgeschrieben. Die *offene Bürgergesellschaft* und die liberale Weltanschauung, in der *Humanität, Bildung* und *Eigenverantwortung* das *ethische Fundament* legen, wird uns erst einmal erklärt. Die Kraft dieser Ideen schafft den Rest allein. Bei der FDP gibt es mehr Glaube und Bekenntnis als in den sich christlich nennenden Parteien,

z.B. »Über 30 Millionen Deutsche bekennen sich aktiv zum Sport«. Aus solchen Bekenntnissen ergeben sich klare Orientierungen ganz von selbst, z.B.: »Kriminalität ist ein Verstoß gegen die Zivilisation«, nicht etwa eine unmittelbare Bedrohung. Auch ältere Menschen, ein wachsendes Wählerpotential, sind bei der FDP längst keine Versorgungs- oder Betreuungsfälle mehr, sondern: »Senioren leben und erleben ihre dritte Lebensphase als Verantwortungsphase für sich selbst, für Kinder und Enkel und für die Gesellschaft.«



## Große Linie ...

So schaffen die großen Thesen und Deutungen mit der Wahl bestimmter sprachlicher Mittel eine je besondere Atmosphäre und ein soziales Klima, in dem Wählerinnen und Wähler sich wieder finden und zu Hause fühlen sollen. Dennoch stimmen sie in einem Punkt überein: Das von allen großen und einigen kleinen Parteien bevorzugte Wortfeld ist: *neu, erneuern, Erneuerung, innovativ, Innovation, Zukunft, 21. Jahrhundert, Wandel, Wechsel*. Die Zeit des »Keine Experimente« ist lange her. Wir stehen vor der Jahrtausendwende; die »Natürlichkeit« dieser kalendrischen Tatsache wird ausgenutzt, um weitere Wandlungen als unausweichlich nahe zu legen. Trotz dieser säkularen Weitsicht gehen aber nicht nur die längeren Wahlprogramme auch ins Detail.

## ... und kleine Wünsche

Bei der CDU überwiegt die »große Linie«, sodass konkrete programmatische Details sich nur mit Mühe finden lassen (»Die bestehenden Formen betrieblicher Altersvorsorge ... um Vorsorgefonds erweitern«). Im Übrigen haben aber offensichtlich viele einzelne Interessengruppen mitgeschrieben und ihre Wünsche im jeweiligen Wahlprogramm verankert. Neben den beinahe austauschbaren Zukunftsszenarien stehen Absichtserklärungen wie »Behördengänge für die Betroffenen sparen« (B90/GRÜ), »für die Schaffung eines Rechtsinstituts »Eingetragene Partnerschaft«« (FDP), »für das Verbot von Tiertransporten über weite Entfernungen«, »für Räume für Laienkunst« (PDS), für »kostenlose Parkplätze und Parkhäuser« (APD), »Jeder Fußballfan muß Fußball unverschlüsselt sehen können« (SPD). Die Rechtsextremen formulieren ihre Wünsche stilistisch passend, nämlich wie Befehle des autori-



tären Obrigkeitsstaats: »Die Ernennung parlamentarischer/ politischer Staatssekretäre wird untersagt«.

Zwei dringende Wünsche vereinen übrigens fast alle Parteien, große und kleinere, linke wie rechte: Bürokratie abbauen wollen sie alle. Deutschland – ein einzig Volk von Bürokratenopfern. Und: *Nachhaltigkeit!* Man darf gespannt sein. Bei Ersterem, ob sich was ändert, bei Letzterem, ob sich nochmal herausstellt, was das eigentlich ist.

## Selbstbespiegelungen

Stil und Wortwahl der Programme geben Hinweise auf das Selbstbild einer Partei und auch auf die anvisierte Leserschaft. Die CDU benannte auf dem Parteitag im Mai ihr *Wahlprogramm* um in *Zukunftsprogramm*. Von Wahl ist auch im Text nicht die Rede, dafür viel von den Leistungen der zurückliegenden Zeit. Vergangenheitstempora sind in keinem Wahlprogramm so häufig wie in diesem *Zukunftsprogramm*.

Die Brücke zwischen Lesern und Partei baut das kleine Wörtchen »wir«. Die CDU zeigt ein ganz un-parteiliches Selbstverständnis: »Wir Deutschen haben viel erreicht« heißt es zu Beginn. Daneben gibt es aber noch ein ganz anderes, selteneres »wir«, das der Partei, das mit dem ersten zu verschmelzen droht. Auch die SPD strebt per doppeltem »wir« diese Ganzheitlichkeit an (*unser Land braucht ... Wir wollen ...*). Der Staat sind »wir von der CDU« bzw. »wir von der SPD«? Eine Selbstbezeichnung *Sozialdemokraten* taucht ebenso wenig auf wie *Christdemokraten*; stattdessen wird auffallend häufig *die* (nicht: *eine*) *SPD-geführte Bundesregierung* in Subjektposition gesetzt.

Der FDP und den Grünen geht ein »wir« hingegen schwer von den Lippen; »die F.D.P.« bzw. »BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN« heißt es in souveräner Selbstdistanz. Hier herrscht kaum ein parteiliches Wir-Gefühl, sondern Disziplin und gemeinsamer Nenner aus Vernunft. Weil so viele Einzeldarsteller und Flügel dahinter stehen? Die PDS nennt sich hingegen nur selten mit ihrem Parteinamen, und auch *Sozialisten* tritt hinter dem häufigen »wir fordern«, »wir kämpfen für/gegen ...« deutlich zurück. Dies ist ein »wir« wie auf Transparenten und Flugblättern, ein emotionales »wir«, das vor allem aus Gegnerschaften lebt und an keiner Stelle die Staatsnation, höchstens einmal die Menschheit umfasst. Da hinkt die Formulierung der gedachten Einheit der Welt aber noch hinterher: »Wir leben in einer Welt, deren Geschicke eng wie nie miteinander verflochten sind.«

Doch »wir« Wählerinnen und Wähler wollen gern direkter angesprochen werden; wir wollen wissen, ob unsere speziellen Interessen auch vorkommen in den Program-

men. Wo in großen Bögen von Jahrhundert zu Jahrhundert gedacht wird, kennen die Programme nur *Menschen*, vor allem *junge* und *alte*. Wird es politisch konkreter, sind wir *Bürgerinnen und Bürger, BürgerInnen*; geschlechtergerechtes Splitting hat sich außer bei den Rechtsaußenparteien breit, aber ungleichmäßig durchgesetzt: *Steuerzahler, Verbraucherinnen und Verbraucher, deutsche Autofahrer, der deutsche Gebührenzahler, Betroffene*. Die SPD setzt ihr Wählerpotential pluralistisch neu zusammen und zählt auf: *Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Manager und Unternehmer, Mittelständler, Handwerker, Freiberufler, Existenzgründer, Informatikerinnen, Ärztinnen und Ingenieurinnen, Techniker und Wissenschaftler*. Wer sich jetzt fragt, was denn aber die Managerinnen, Ärzte und Wissenschaftlerinnen wählen sollen, hat die brandneue Funktion des Genus nicht verstanden, für die die Linguistik einen Namen erst noch finden muss: Wie wärs mit »Geschlechtsneutralität signalisierende Exemplarizität«?

## Wir und die

Natürlich wird in Wahlprogrammen auch über Leute gesprochen, die nicht mitwählen: Mit *Migrantinnen und Migranten, Menschen ohne deutschen Paß* versucht die PDS, die gebräuchlicheren Wörter *Ausländer* und *Fremde* zu stigmatisieren; *Migrations- und Asylpolitik* ist für ihre eigene, *Ausländerpolitik* und *Fremdenfeindlichkeit* für die so genannte herrschende Politik reserviert. *Ausländer, Gäste auf Zeit* und *ausländische Mitbürger* kennt die CDU. Die Wörter *Fremde* und *Gäste* lehnen die Bündnisgrünen ausdrücklich als diskriminierend ab und wählen stattdessen *Flüchtlinge, Asylsuchende, MigrantInnen*. Tatsächlich sind *Ausländer* und *Fremde* die von den Rechtsaußenparteien ausschließlich stigmatisierend gebrauchten Wörter. Zwischen *Zuwanderern* und *Flüchtlingen* wollen SPD wie FDP unterschieden wissen und verwenden *Ausländer* in positiv wertenden Kontexten (*Ausländer in die Polizei, kommunales Wahlrecht aller Ausländer*).

Und dann wird zwischen der jeweiligen Partei und Wählern noch über Leute verhandelt, die fast schon außerhalb der Gesellschaft stehen, Leute, die nirgends dazugehören und die man irgendwie bekämpfen muss, statt mit ihnen zu kommunizieren. An ihren Gegnern kann man die Parteien erkennen: *Besserverdienende* (Grüne) und *Reiche* (PDS). Dass die DVU den *Parlaments-Abgeordneten* ans Leder will, spricht Bände.

Es sind nur bestimmte, längst nicht alle Bezeichnungsfelder zu Schibboleths geworden, die die Denkungsart von Freund und Feind erkennen lassen. Doch Vorsicht ist geboten, mit »Gutwörtern« kann man auch lügen, und schon beginnen die Rechtsextremisten in ihren Programmen die bekannten Stigmawörter zu umgehen (*Deutschland vor*

*einer Einwanderungswelle verarmter Massen zu schützen) und stattdessen inflationsartig von ihrem Eintreten für Grundgesetz und Verfassungstreue zu sprechen.*

## Profis und Dilettanten im Kommunikationsmanagement

Politik ist längst zu einem eigenen Berufsfeld geworden. Die »politische Klasse« verfügt wie alle Gruppen mit spezifischer gesellschaftlicher Funktion über ein eigenes Verständigungsmittel, das Außenstehenden, obwohl von den Entscheidungen der Politiker betroffen, schwer zugänglich ist. Politikersprache erscheint der Öffentlichkeit nicht nur jargonhaft, sondern nicht selten auch so unverständlich wie eine Fachsprache. Tatsächlich gibt es eine ganze Reihe von Politikfeldern, bei denen sich die Charakteristika der politischen Sprache mit bestimmten Fachterminologien mischen: in der Umwelt- und Forschungspolitik und ganz besonders in der Finanz- und Wirtschaftspolitik.

Schaffen es die Wahlprogramme, den üblichen, unbedachten Jargon der wahlkampffreien Zeit durch Formulierungen zu ersetzen, die potenzielle Wähler nicht abschrecken? Häufige Verwendung von Fremd- bzw. Lehnwörtern gilt als Signal für schwer verständliche Sprache und damit für ein Über-die-Köpfe-der-Betroffenen-hinweg-Agieren der Politiker; dabei können auch 'rein' deutsche Ausdrücke undurchdringlich sein. Die Wahlprogramme vor allem der größeren Parteien sind durchgehend sorgfältig formuliert – man leistet sich professionelle Kommunikationsmanager.

### Lyrik ...

Bei der SPD beginnt der erste, nicht-nummerierte Abschnitt geradezu lyrisch mit drei Zweizeilern:

Deutschland ist ein starkes Land.  
Aber es hat eine schwache Bundesregierung.

Unser Land hat große Chancen.  
Diese Chancen müssen genutzt werden.

Wir können die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts bestehen.

Dafür braucht Deutschland eine neue Politik und eine neue Regierung.

Man kann die Zweizeiler problemlos gegeneinander vertauschen – die »Aussage« bleibt dieselbe. Verknüpft werden nur je zwei Sätze; auf mehr brauchen die Leser



sich nicht zu konzentrieren. Auch weiter innen im Text, in den thematischen Kapiteln, liest man kurze Absätze aus zwei bis drei, höchstens sechs Zeilen, die eine relativ abgeschlossene Sinneinheit bilden und überwiegend parataktisch gebaut sind. Dazwischen stehen fett gedruckte Halbzeiler wie *Patienten nicht überbelasten*, die man für Überschriften halten möchte, die das Auge aber nur bei Slogans festhalten.

Die CDU wie auch die FDP folgen da noch dem traditionellen Textschema: längere hypotaktische Sätze, längere Absätze, die auch untereinander in einer bestimmten Reihenfolge verknüpft sind. Hier brauchen die Leser schon mehr Atem. Beide Programme sind im Übrigen als Hypertexte benutzbar, d.h. dass die einzelnen Überschriften mit jeweils zugehörigem Text in beliebiger Reihenfolge anklickbar sind. Dieser Rezeptionsweise ist das SPD-Programm deutlich stärker angepasst.

### ... und nominale Monster

Linearität, Parataxe und Nominalstil (*Solche Schritte hin zu gesellschaftlicher Zukunftsfähigkeit sind realisierbar*) im Programm der PDS entsprechen dem Charakter eines Forderungskatalogs. Weder den Internet-Nutzern noch den Lesern des Ausdrucks wird die Lektüre durch Gliederung, Inhaltsverzeichnis oder Hypertextualisierung irgendwie erleichtert. Da muss man ganz durch – oder gar nicht.

Die längsten Absätze enthält das Programm der Grünen; hier dominieren trotz grob strukturierender Hypertextualisierung die Eigenschaften geschriebener Texte, die Gewohnheiten und Differenzierungsbedürfnisse von Vielschreibern und Viellesern.

Die Rechtsextremen können mit dem neuen Medium schon recht gut umgehen, müssen dabei wie gesagt aber keine längeren Texte bewältigen. Kurze syntaktisch unverbundene Sentenzen, die einige Stilblüten enthalten (*Der angestammte Platz der Deutschen ist nicht der Pranger der Weltgeschichte*) werden bei Bedarf jäh durch juristisch verursachte Satzungenetze unterbrochen, die ihre Probleme mit dem Verfassungsschutz spiegeln: ... *fordern wir ...: Die gesetzliche Verpflichtung der zuständigen Behörde zum Verbotsantrag binnen drei Monaten beim Bundesverfassungsgericht, sobald sie die Beobachtung einer Partei mit nachrichtendienstlichen Mitteln angeordnet hat und das Recht einer Partei zum Verbotsantrag gegen sich selbst, sobald sie in einem Bericht der Verfassungsschutzämter erwähnt wird.*

Aber natürlich ist man gegen die *Entstellung der deutschen Sprache durch massenhafte Übernahme von Fremdwörtern, für die kein Bedürfnis besteht*, und schreibt E-Post und Hauptseite neben frames und webHits.



In den übrigen Wahlprogrammen liegen die zugegeben seltenen Stolpersteine im Wortschatz der genannten schwierigen Politikbereiche: *Risikostrukturausgleich, strukturwirksame Entwicklungsvorhaben* sind zwar Ad-hoc-Kompositen der FDP, könnten aber auch bei SPD, Grünen und CDU stehen. *Verstetigung der öffentlichen Zukunftsinvestitionen auf möglichst hohem Niveau* ist ein nominales Monster ohne Parteienbindung wie auch die Wörter *Investivlohn, Budgetierung, Kapitaldeckung, Steuer-, Lohn- und Sozialdumping, Wertschöpfung, soziale (oder ökologische?) Nachhaltigkeit*. Bei der CDU führt die Suche nach Schwerverständlichem häufig auf wolkig nichts sagende Sätze: *Subsidiarität organisiert Solidarität* – der Sog der Alliteration.

## Schlagwörter – Schibboleth und Hängematte

Die Grenze zwischen Fachwort und politischem Fahren- bzw. Stigmawort ver-schwimmt bisweilen. Nicht alles, was wie aus dem Lehrbuch klingt, ist politisch neutral. Erst der Kontext (und ggf. das Vorwissen) verhilft zu der Erkenntnis, dass *Kapital* bei der PDS stets abwertend verwendet wird, während *Produktiv-, Human- und Sachkapital* bei den anderen Parteien irgendwie nichts Schlimmes sind, bloß schwer verständlich.



Einen spezifischen Schlagwortschatz, an dem Texte einer Partei geradezu blind erkannt werden könnten, haben nur noch wenige Parteien, und zwar die an den beiden Rändern des Spektrums (*Bauerntum, Volk und Vaterland; Großkonzerne, Verhöhnung, Hegemonie*). Die sich zur Mitte zählen, scheinen sie geradezu vermeiden zu wollen. *Land- und Forstwirte, Agrarwirtschaft, Bauern, unser Land* – da wird niemand abgeschreckt.

Die Gemeinsamkeiten bei den Hochwertwörtern sind, will man »die Mitte« für sich gewinnen, wichtiger als die Unterschiede. Ob *Aufschwung, Aufbau* oder *Zukunft Ost* – wer welche Formel bevorzugt, scheint eine willkürliche Entscheidung und eher noch von den Möglichkeiten der Visualisierung bestimmt als von der politischen Couleur: *Aufschwung* als Stabhochspringer und *Aufbau* als »Männer auf dem Bau« sind plakatgeeignet, aber wie visualisiert man *Zukunft*?

Bei den weniger professionell formulierten Programmen der Rechtsparteien wird ausdrücklich – und damit tauto-

logisch – gesagt, welches das Fahren- und welches das Stigmawort ist: *für Chancengleichheit und gegen Gleichmacherei*. Aber auch bei der SPD: *Überregulierung und Zentralisierung darf es nicht geben*. Wer hätte dies je gefordert? *Probleme verschärfen sich immer und zwar zunehmend*. Und alle sind *für Frieden, Wohlstand, Aufschwung, Zukunft und Verantwortung*.

## Und wer gewinnt?

Wahlprogramme sind anno 1998 keine argumentativen Texte, sondern die Fortsetzung des Plakats mit anderen Mitteln, sind mehr gesprochene Rede als geschriebener Text, Sprechblasensammlungen, die den Köpfen wie in den Mund gelegt scheinen. Es sind nicht die Köpfe auf, sondern die einen oder die anderen Kommunikationsmanager hinter den Plakaten, die die Wahl gewinnen. Sie werden – *Never change a winning team!* – ab 1999 im Kanzleramt an der öffentlichen Akzeptanz der Politik weiterarbeiten und zwar mit eben den sprachlich-medialen Mitteln, d.h. mit derjenigen Atmosphäre, dem Wir-Gefühl und den Bezeichnungen für Freund und Feind, die uns Wählerinnen und Wählern im Sommer 1998 am besten gefallen haben. Stimmen wir bei der kommenden Bundestagswahl vielleicht mehr über Sprachliches ab als über Politik-inhalte?

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Das Internet ist ein Medium ohne Gedächtnis – nach dem FDP-Parteitag Ende Juni verschwand das modernistische Design zugunsten deutschsprachiger Buttons (Klickknöpfe) in blau-gelber Umgebung.

Die Autorin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für deutsche Sprache in Mannheim.

### Übrigens...

...hat die NATURGESETZ PARTEI eine »einfache Methode für konfliktfreie Politik« parat: »Jede Regierung braucht eine Gruppe Yogischer Flieger, um eine harmonische und kohärente Atmosphäre zu schaffen, in der die Regierung effektiv und erfolgreich handeln kann.« – »Die erste Maßnahme, die die NATURGESETZ PARTEI nach ihrer Wahl ergreifen will, liegt in dem Aufbau einer Gruppe von 7000 Yogischen Fliegern in Deutschland... Dadurch wird für die Deutsche Bundesregierung eine Atmosphäre geschaffen, in der grundlegend bessere und effektivere Entscheidungen getroffen werden können.«