Aufgeschäumtes Vakuum (05.10.2012)

Der Präsidentschaftskandidat betritt mit schwungvollen Schritten die Bühne, strahlt ein unheilbares Lächeln und winkt begeistert in die Weite, so als erkenne er diesen und jenen. Alle sollen meinen, sie seien gemeint. Für die TV-Debatte tagelang gedrillt: Eindruck ist alles. Freundlich, leutselig, nicht überheblich wirken.

Einmal angenommen, er fühlt sich berufen, dieses vielfach gespaltene Land zu regieren, könnte er noch ruhig schlafen? Hätte er nicht verschattete Augen und schwitzende Hände? - Ein Schuldenberg von 17 Billionen Dollar. Täglich 2 Milliarden Militärausgaben. 14 Millionen Arbeitslose. Eine zerfallende Gesellschaft in den großen Städten. Am Horizont der Nahostkonflikt, Afghanistan, Irak, Teherans Spiel mit dem Atomfeuer...

Müsste ein Wahlkampf um das mächtigste Amt der Erde nicht eine gewisse Ernsthaftigkeit ausstrahlen? Sollten nicht sachliche Informationen und Argumente eine erkennbare Rolle spielen? Reicht da eine endlose Konfetti-Parade, auf deren Höhepunkt Mrs. Romney und Mrs. Obama der Welt versichern, ihre Männer seien nette Menschen.

„The show must go on“, aber sie hat irgendwann einmal angefangen, denn Kampagnen des vorigen Jahrhunderts zeigen noch ein anderes Bild. Die Kandidaten werben mit vorzeigbaren Leistungen, zeichnen den Gegner nicht als Monster. Sie legen den Finger auf schmerzende Stellen der Gesellschaft. Sie bieten Konzepte und nicht nur Stimmung. 1936 wandte sich Teddy Roosevelt noch mit einer Wahlbroschüre an seine Landsleute, wo sie auf 80 Seiten lesen (LESEN!!!) konnten, was er und die Demokraten Gutes im Schilde führten. Und das Heft war nicht etwa gratis. Man musste es für 25 Cent erwerben.

Die heutigen Wahlkampfteams setzen schlicht, aber riesig auf Eventmanagement. Ihre Botschaft: „Habt Gefühle und schaut euch die Bilder an!“ Sie denken monokausal und erhoffen sich Wirkungen. Sie bedienen eine Massengesellschaft, die sie selbst geschaffen haben. Sie lassen den Leuten keine Wahl, um dann zu sagen: „Ihr wollt es nicht anders“.

In Schönwetterzeiten sind Partys angesagt. Wenn aber die Weltwirtschaft taumelt, die Klimakatastrophe droht, Ost-West-Konflikte wieder aufbrechen und die UNO nur noch Statistenrolle hat, dann ist es vielleicht auch ein guter Moment, wieder erwachsen zu werden.

Wählerstimmen sind keine Schüttmasse. Erfolgreich ist die Kampagne, die wenigstens ein Argument plausibel macht, das man dem Nachbarn am Gartenzaun zurufen kann. Gefühle schaffen das nicht. – Ins aufgeschäumte Vakuum strömen gefährliche Gedanken. Die Versuchung wächst, dem bestehenden System alles zuzutrauen, - also nichts.