

Panorama vom 18.02.2016

Volksbelehrung: Wie die Politik uns erziehen will

Anmoderation

Anja Reschke:

Haben Sie heute schon Strom gespart, den Impfpass gesucht, aufgehört zu rauchen, Obst gegessen, den Fahrradhelm aufgesetzt, Essensreste aufgewärmt, Bienen gefüttert? Es gibt so viel zu tun, wenn man ein guter Bürger sein will. Einer, der alles richtig macht. Ein Bürger, wie er gut für Deutschland wäre. Weil wir aber alle so verdammt mangelhafte Wesen sind, hat sich die Bundesregierung unserer angenommen. Und ermahnt uns in fürsorglicher Weise beständig, was wir besser machen können. Nicht etwa mit strengen Gesetzen, sondern mit aufmerksamen Kampagnen. Eine nach der anderen. Da werden kein Geld und keine Agentur gescheut, um uns zu besseren Bürgern zu erziehen. Auch, wenn es nichts hilft. Johannes Edelhoff und Christian Salewski

Landwirtschaftsminister Christian Schmidt auf Bürgeroptimierungsmission. Auf der Grünen Woche darf er endlich all seine Kampagnen und Initiativen vorstellen. Mit vielen bunten Ständen und ganz konkreter Lebenshilfe will der Minister unseren Alltag verbessern. Die Initiative „In Form“ schlägt unter anderem vor: Statt abends ein Bier, darf es ruhig mal warme Milch sein. Auch das ein Tipp vom Staat: Immer ordentlich den Garten mulchen, rät die „Aktion Regenwurm.“

O-Ton

Richard Marxen,

Kampagnenberater Landwirtschaftsministerium:

„Den Regenwurm kennt jeder, hat eine gewisse Sympathie und der Regenwurm ist, das werden Sie wissen, sehr bedeuten für die Bodenlockerheit.“

Viel wichtiger als der Regenwurm ist dem Minister aber, dass sich das Volk nicht mehr so gedankenlos mit Essen vollstopft. Dazu hat sein Ministerium einen Tipp: Esst mehr Erbsen. „Hülsenfrüchte - Echte Alleskönner“ lautet 2016 ein Regierungsmotto. Ein Teil der Aktion: Die Politik bezahlt 16 sogenannte Bio-Spitzenköche. Ein rollendes Kochkommando, das den Bürgern erklärt, was sie essen sollten:

O-Ton

Bernd Trum,

BIO-Spitzenkoch der Bundesregierung:

„Also hier habe ich zum Beispiel die Kichererbse. Die Kichererbse ist sehr hochwertig. Viele Inhaltsstoffe, also viele Mineralien, viel Vitamin B – also das ist ganz besonders gut, damit wir auch gut denken können. Und vor allem auch hochwertige Eiweiße und auch langsam resorbierbare Kohlenhydrate, wenn man ein bisschen tiefer einsteigt in die Diätetik... Also von dem her: immer gut, Hülsenfrüchte in den Speiseplan mit einzubauen.“

Tatsächlich gibt es allein auf der Grünen Woche hunderte verschiedene Tipps vom Vater Staat was richtig und was falsch ist. Manche jedoch können einen etwas verwirren.

O-Ton

Bernd Trum,

BIO-Spitzkoch der Bundesregierung:

„Es wird immer noch viel zu viel Tomate gegessen und Paprika im Winter.“

Im Winter gilt also: Mehr Hülsenfrüchte, weniger Paprika. Doch am nächsten Stand des gleichen Ministeriums, klingt es schon wieder anders:

O-Ton

Heinrich Stevens,

Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung:

„Als Schwerpunkt haben wir dieses Jahr Paprika, wo wir verschiedene Richtungen haben. Wir haben den normalen Blockpaprika.“

Reporter: „Das heißt, Sie sind eher dafür, dass man noch mehr Paprika isst in Deutschland?“

Heinrich Stevens, Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung: „Ja, natürlich!“

Reporter: „Die haben uns gesagt, dass die wollen, dass die Leute weggehen von der Tomate und von der Paprika, eher hin zur Bohne.“

Heinrich Stevens, Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung: „Zur Bohne?“

Reporter: „Ja, zur Hülsenfrucht.“

Heinrich Stevens, Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung: „Nun ja.“

Letztendlich ist der Verbraucher derjenige der entscheidet.“

Den Diskurs um Kichererbse oder Blockpaprika könnte man als kleine Posse eines überfürsorglichen Staates abtun. Doch es steht für ein Phänomen, das fast alle Ministerien im Land erreicht hat.

O-Ton

Prof. Klaus Hurrelmann,

Kampagnenforscher:

„Wir haben eine richtige Kampagneritis in den letzten Jahren, eine nach der anderen wurde auf die Bürger losgelassen. Und deswegen muss man höllisch aufpassen: Zu viele Kampagnen, zu viele auch von unterschiedlicher Reichweite und mit unterschiedlichen Themen, die können das Gegenteil dessen erreichen, was sie vielleicht wollen.“

Was das alles kostet, kann uns auf Nachfrage niemand so genau sagen.

Fest steht: Für Millionen von Euro befeuern Politiker die Bürger nur so mit emotionalen Bildern und wichtigen Botschaften. Fast schon dadaistischer Poesie:

Aktion Regenwurm

Aktion Schattenspender

Aggression ist nicht lustig

Hülsenfrüchte – echte Alleskönner

Initiative Bienen füttern

Zu gut für die Tonne

Forum Waschen – die deutschlandweite Initiative zum nachhaltigen Handeln beim Waschen, Spülen und Reinigen im Haushalt

Ungekrönter Kampagnenkönig ist Landwirtschaftsminister Christian Schmidt. Auf fast jedes Problem antwortet er mit einer Kampagne. Die Bienen sterben? Schmidt gründet die „Initiative Bienenfüttern“ mit passender Handy-App.

O-Ton

Christian Schmidt, CSU,
Bundeslandwirtschaftsminister:

Der Verbraucher kann erstens mal, wenn er sagt, was mache ich auf meinem Balkon, welche Pflanzen, welche Blüten setze ich da hin. Und da schaut er nach und sagt, okay, da nehme ich mal eine, die auch den Bienen nützt, nicht nur mir und nicht nur schön aussieht. Und kann die dann kaufen.“

O-Ton

Prof. Klaus Hurrelmann,
Kampagnenforscher:

„Wenn ich ständig berieselt werde mit Botschaften, was ich alles tun sollte und wie ich mein Verhalten korrigieren sollte, dann mache ich irgendwann zu.“

Also blinder Aktionismus statt echtem politischen Handels. Nachfrage bei Deutschlands Oberkampagnero.

O-Ton

Reporter: „Kritiker sagen, dass bei all diesen Kampagnen am Ende keiner mehr durchblickt!“

Christian Schmidt, CSU, Bundeslandwirtschaftsminister: „Also erstens stelle ich fest, dass selbst Kritiker sich mit der Kampagne beschäftigen. Zum Zweiten bin ich verantwortlich für Themen, bei denen eben gerade nicht mit dem Gesetz auf den Teller gegangen werden kann, sondern wir müssen zivilgesellschaftlich arbeiten. Das ist manchmal langwieriger, aber erfolgreich. Ich kann aus dem Rücklauf meiner Kampagne „zu gut für die Tonne“ nur sagen, dass wir hier ja Erfolge haben.“

Die Kampagnen sind also erfolgreich. Tatsächlich? Das ist Schmidts vermeintliche Erfolgskampagne „zu gut für die Tonne“. Eingeführt vor vier Jahren unter seiner Vorgängerin Ilse Aigner. Mit dem Ziel: weniger Lebensmittel wegzuerwerfen.

O-Ton

Ilse Aigner, CSU,
ehem. Bundeslandwirtschaftsministerin:

„Unsere Lebensmittel sind kostbar und deshalb zu gut für die Tonne. Deshalb brauchen wir Strategien gegen die Verschwendung. Gefordert ist eine gemeinsame Kraftanstrengung.“

So weit so richtig. Immerhin schmeißt jeder Einzelne laut Kampagne 82 Kilo Lebensmittel im Jahr weg. 2,8 Millionen Euro wurden seitdem für Messeauftritte und Kinospots ausgegeben.

O-Ton

Werbespot:

„Koche nur so viel, wie du tatsächlich brauchst. Übrig Gebliebenes kannst du später aufwärmen, einfrieren oder kreativ wiederverwenden. Fang jetzt damit an. Denn Lebensmittel sind zu gut für die Tonne.“

Stimmt. Aber ist die Kampagne jetzt erfolgreich? 82 Kilo warf zum Kampagnenstart noch jeder Deutsche weg. Jetzt ganze vier Jahre später, müsste doch viel weniger im Müll landen. Nachfrage bei der Leiterin der Kampagne:

O-Ton

Reporter: „Ist das jetzt schon weniger geworden?“

Marie-Luise Dittmar, Kampagnenleiterin „Zu gut für die Tonne“: „Für Verhaltensänderungen braucht man einen langen Zeitraum und einen langen Atem. Und so etwas zu messen, da braucht man erst mal detailliertere Zahlen noch mal für die Haushaltsbereiche. Da sind wir jetzt dran, um noch mal detailliertere Zahlen zu bekommen, die man dann auch in einem bestimmten Rhythmus noch mal wiederholen kann. Dann weiß man mehr.“

Reporter: „Das heißt, Sie wissen es noch nicht!“

„Ich kann es Ihnen noch nicht in Kilogramm sagen, aber wichtig ist doch, dass man anfängt, darüber nachzudenken!“

Vielleicht gibt es auch deshalb derartige Kampagnen, um von echten Lösungen abzulenken. Handel und Wirtschaft etwa werfen weiterhin tonnenweise Lebensmittel weg. Doch dieses Problem hat Christan Schmidt bis heute nicht angepackt.

O-Ton

Nicole Maisch,

Bundestagsabgeordnete Die Grünen:

„Ich glaube, dass das ein Ersatz für richtige Politik ist. Man macht ein paar bunte Flyer, Klappkarten, programmiert eine App, dann hat man keinen Ärger mit der Wirtschaft, keinen Ärger mit dem Handel, man muss sich mit niemandem anlegen, niemand hat was gegen nette, bunte Flyer. Also Politikersatz, Alibi-Politik.“

Wie schnell Kampagnen vergessen werden, zeigt die Initiative „Erfahrung ist Zukunft“. 2007 von sechs Bundesministern mit viel Tamtam gestartet. Das Ziel: Rentner sollen im Alter länger fit bleiben. Ein Veranstaltungskalender sollte Senioren helfen, wie sie ihren Alltag gestalten können. Doch im Januar 2016 steht dort nur ein einziger Termin. Der Lesezirkel der Stadtbibliothek Mauritius in Wiesbaden Mitte. Doch die millionenteure Initiative „Erfahrung ist Zukunft“ kennt selbst hier niemand.

O-Töne von Besucherinnen des Lesezirkels:

„Nein, das ist nicht der Grund weswegen ich hier bin.“

„Ehrlich gesagt, muss ich da jetzt im Moment passen...“

O-Ton Panorama: *„Laut eines Veranstaltungskalenders ist dieser Kreis die einzige Veranstaltung, bei der sich Rentner in ganz Deutschland sozusagen noch weiterbilden.“*

O-Ton Besucherin Lesezirkel: „Aha. In der Volkshochschule gibt es sowas aber auch. Und im Nachbarschaftshaus in Biebrich bin ich auch und die machen auch einen Literaturkreis und das ist hübsch...“

Die Bundesregierung behauptet: Der Kalender sei nicht verwaist. Ob die Initiative überhaupt etwas verändert hat, habe man nicht überprüft. Aber wen kümmert schon die Kampagne von gestern, wenn es so viele schöne andere gibt:

Deutschland sucht den Impfpass

Kinder-Garten im Kindergarten – gemeinsam Vielfalt entdecken

Leben braucht Vielfalt

Nichts erfüllt mehr, als gebraucht zu werden

Jedes Alter zählt

Erfahrung ist Zukunft

Du bist die Stadt

Bericht: Johannes Edelhoff, Christian Salewski

Kamera: Andreas Fritzsche, Alexander Rott, Nils Pasemann, Philipp Hühnerfeld, Jörg Förster,

Schnitt: Katrin Hockemeyer, René Schaar