Auszug aus FŒHN bei Context XXI

(http://contextxxi.org/die-hauptwasche.html)

erstellt am: 29. März 2024
Datum dieses Beitrags: 1992

Die Hauptwäsche

MARKUS WILHELM

Das Transitproblem ist ihnen kein Problem. Aber auch uns soweit zu bringen, das ist ihnen eins. Die Zerstörung der Neutralität bereitet ihnen kein Kopfweh. Aber unser Widerstand dagegen macht ihnen den Schädel brummen. Daß die Bauern schneller sterben, ficht sie nicht an. Nur, daß die das nicht wollen, damit haben sie Schwierigkeiten. Das Wegkaufen von knappstem Lebensraum durch ausländische Geldsäcke schreckt sie nicht. Aber daß wir uns das nicht gefallen lassen könnten, davor fürchten sie sich.

Um fehlende Informationen, die sie uns jetzt nachzureichen hätten, geht es auf keinen Fall. „Das Geschrei nach mehr Information finde ich unverständlich. (...) Bei der EG ist Information genug vorhanden." (P. Jankowitsch, *Wochenpresse* 31.5.91) „Ich sehe, daß der Wissensstand zum Teil schon außerordentlich hoch ist." (P. Jankowitsch, *Standard* 23.7.91) „Einzelne Berufsgruppen kennen jede EG-Richtlinie, die jemals für diese Berufegruppe erlassen worden ist." (P. Jankowitsch, *W. Zeitung,* 25.7.91) „Die Vorbehalte in der Bevölkerung existieren nicht deshalb, weil die Leute keine Information haben — denn solange das Wissen gering war, war die Zustimmung hoch. Mehr Wissen führt zu mehr Kritik." (P. Jankowitsch, *Wochenpresse,* 25.7.91)

Was jetzt einsetzt, ist ein Angriff von denen da oben gegen das eigene Volk, wie ihn Österreich seit 1945 nicht erlebt hat.

Dieses Waschprogramm, wie muß es beschaffen sein? Wie werden sie bei dieser Schmutzarbeit vorgehen? Welche waschaktiven Substanzen werden sie einsetzen? Mit welchem Enthärter, welchen Bleichmitteln, welchen optischen Aufhellern werden sie arbeiten?

Was die Leute selbst ständig sehen, was sie mit ihren eigenen Ohren hören, was ihre tägliche persönliche Erfahrung ist, das soll nur pure Einbildung, und was ihnen in buntesten Farben und mit knalligsten Wörtern vorgemacht wird, das soll Wirklichkeit sein! Das heißt, dem Volk muß das Hirn ausgewechselt werden.

Zu all dem, was uns bisher schon (siehe S. 9), als wir die Zeitung lesen wollten, ansprang, was uns, als wir auf Radionachrichten warteten, entgegengeschleudert wurde, was uns, als wir den Fernseher anknipsten, anflog, was uns, als wir aus dem Haustor traten, von Plakatwänden herunter zusetzte, zu all dem kommt jetzt noch all das dazu.

Es ist ja nicht ihr Geld, das dabei aufgeht, sondern das unsere. Es gibt kein Geld in Österreich, nicht das der Nationalbank und nicht das der Regierung, nicht das der Finnen und nicht das der Banken, nicht das der Kammern und nicht das der Gewerkschaften, das nicht von der Bevölkerung erarbeitet worden wäre.

Beide, die EG-Kampagne der ÖVP und die EG-Kampagne der SPÖ, finanzieren wir mit den Parteienförderungs-Milliarden *(FOEHN* 15), die sie sich einfach aus den Budgets herausgenehmigt haben. Wenn die SPÖ z.B. durch die Bundesländer gondelt, um uns einzuseifen, gondelt sie mit unserem Geld. Und wenn die ÖVP z.B. bei ihren Europatagen Journalisten durchfüttert (Alpbach, 6.9.91), füttert sie diese mit unserem Geld durch, auf daß uns dann aus deren Berichten *(Tirol heute* am 6.9.91; *Tirol-Kurier,* 7. und 8.9.91 z.B.) ihre EG-Propaganda entgegenschlage.

Die nächsten Monate und Jahre werden Nachhilfeunterricht sein in Sachen kapitalistischer Demokratie, für alle jene, die bisher zuwenig aufgepaßt haben.

Sie haben 1000 Möglichkeiten, um gegen uns mobil zu machen, und sie werden jede zu nutzen versuchen. Von den Anschlägen, die sie auf die Österreicherinnen und Österreicher geplant haben, wollen wir uns fünfzig [1] der ersten, die uns bekannt geworden sind, anschauen:

- Im Bundeskanzleramt wird eine eigene Arbeitsgruppe für die „Informationsarbeit" in Sachen EG-Anschluß installiert.
- Die ÖVP wird ein großes Europa-Forum abführen als Auftakt zu ihrer EG-Kampagne („denn die Zeit bis zur Volksabstimmung über den EG-Beitritt wird langsam knapp", A. Khol, *Standard* 17.7.91).
- Die SPÖ wird mit einer „Europakonferenz" ihre eigene EG-Kampagne starten („EG-Aktion der 1000 Füße", *Standard,* 26.7.91).
- Der ORF wird „eine Europa-Redaktion etablieren" *(AZ,* 2.8.91).
- Die Arbeiterkammer wird „mit einer umfassenden Informations- und Aufklärungsarbeit" kommen *(W. Zeitung,* 16.10.91).
- Der Bundespressedienst im Bundeskanzleramt wird eine vierteljährlich erscheinende Zeitschrift mit dem Titel „EG-Journal" herausbringen.
- Die SPÖ wird sich in „Zukunft Europa. Wir Sozialdemokraten" umbenen-

nen (auf Plakaten, in Inseraten, in Belangsendungen).
- Die Handelskammern werden in einer „Österreichwoche“ im Werbefunk für das Aufgehen Österreichs in der EG auftreten.
- Die Politische Akademie der ÖVP wird sich einen „Europaschwerpunkt“ setzen.
- Der ORF wird seine EG-Berichterstattung ausbauen und zwei neue Brüssel-Korrespondenten einstellen.
- Die ÖVP wird in jedem Bundesland „Europatage“ inszenieren („Wir müssen eine positive Stimmung machen!“, LH A. Partl in Alpbach, 6.9.91).
- Die oberösterreichische Industrie wird eine neue EG-Kampagne in OÖ starten
- Der Bundespressedienst im Bundeskanzleramt wird „womöglich täglich“ „österreichrelevante EG-Meldungen“ über die *Austria Presse Agentur* „absetzen“.
- Es wird so sein, „daß die SP ein Regierungsmitglied zur Verfügung stellt, das sich nur damit beschäftigt“ (Jankowitsch über seine Rolle in der EG-Kampagne, *Standard,* 16.7.91).
- Die SPÖ wird „vorerst neunzehn“ verschiedene kleine EG-Broschüren für ihre Funktionäre erarbeiten.
- Die Politische Akademie der ÖVP wird EG-Referenten ausbilden (die „über ein exzellentes Fachwissen verfügen“, aber nicht über „das notwendige didaktische Wissen“).
- Die Bundeswirtschaftskammer wird eine eigene vorerst fünfzehn Millionen teure EG-Kampagne bei der Werbeagentur Haslinger & Keck in Auftrag geben. Sie wird Magazin-Anzeigen, viertelseitige Inserate in der Tagespresse und anderes mehr bringen.
- Die Volkswirtschaftliche Gesellschaft wird ihr „Medienpaket ‚EG‘“ überarbeitet neu auflegen.
- Die Vorarlberger Industrie wird eine EG-Kampagne in Vorarlberg starten.
- Das Bundeskanzleramt wird eine getarnte EG-Werbebroschüre („EWR-ABC“) herausbringen.
- Die Länderbank (Austria Bank) wird mit 45.000 Stück dieser Broschüre ihre Kunden umschulen wollen.
- Der Staatssekretär für Europafragen wird (lt. Auskunft Büro Jankowitsch) versuchen, als Gast ans *Kurier*-Telefon gelassen zu werden, um dort Fragen zum EG-Anschluß zu beantworten.
- ÖVP und SPÖ werden ihre Belangsendungen zur EG-Propaganda nützen.
- Die Bundeswirtschaftskammer wird (lt. Auskunft vom 7.10.91) gegen Zeitungsartikel, die EG-Scheußlichkeiten berichten (z.B.: „Schokoglasur aus Schweineblut“, *Kurier* vom 19.8.91) beim zuständigen Redakteur protestieren; wenn möglich auch Entgegnungen begehren oder Leserbriefe schreiben.
- Der Landeshauptmann wird seine Radioansprachen zu EG-Propaganda-Sendungen umfunktionieren.
- Die Politische Akademie der ÖVP wird EG-Studientagungen und EG--Fachtagungen veranstalten („Auf ins neue Europa“).
- Die Arbeiterkammer wird eine Serie von EG-Artikeln in ihrem Organ „Arbeit und Wirtschaft“ loslassen (vorerst fünf mit jeweils 40 bis 50 Seiten Umfang).
- Die ÖVP Tirol wird „Europawerkstätten für Funktionäre“ einrichten.
- Der Europastaatssekretär wird versuchen, in Zeitungen Gastartikel schreiben zu dürfen (z.B. im *Kurier,* 31.8.91).
- Die SPÖ wird eigene „Europa-Beauftragte“ in jedem der 116 Bezirke anstellen.
- Die ÖVP wird ihre „Europatage“ mit einer Publikation (in welche die Ergebnisse der Veranstaltungen eingearbeitet sein werden) abschließen.
- Die Institutionen der Erwachsenenbildung werden „im Rahmen des Medienverbundes“ einen „Schwerpunkt EG setzen“.
- Der ÖGB wird u.a. mit Plakaten und Inseraten („Europa ist zu wichtig, um es den Unternehmern zu überlassen.“) versuchen, Stimmung zu machen.
- Das Bundeskanzleramt wird EG-Videos in Auftrag geben.
- Das Bundeskanzleramt wird (lt. Schreiben) im Zuge der EG-Propaganda „evtl. auch Kino- und TV-Spots“ veranlassen.
- Das Bundeskanzleramt wird sich (lt. Schreiben) „um EG-Artikelserien in Zeitungen“ bemühen.
- Die SPÖ wird eine Sammelmappe mit Informationen für ihre Anhänger herausbringen.
- Der Bundespressedienst wird im ORF-Teletext täglich eine EG- Seite gestalten.
- Die Arbeiterkammer bereitet eine EG-Broschüre für Schulen vor.
- Die Politische Akademie der ÖVP wird Seminare „Europa ruft — Ruft Europa!“ anbieten, bei denen für 600,— Schilling sog. EG-Experten für jedes Dorf zu haben sind.
- Der Staatssekretär für Europafragen wird (lt. Auskunft Büro Jankowitsch) sich in die Ö3-Sendung Freizeichen hineinreklamieren, um der EG-Ablehnung entgegenzutreten zu versuchen.
- Die Sozialpartner werden zusammen mit der Nationalbank „eine Aktion“ starten (H. Krejci, *Wochenpresse,* 19.9.91).
- Die Politische Akademie der ÖVP wird neue EG-Bücher bzw. Neuauflagen älterer herausbringen.
- Die Präsidentenkonferenz der Landeslandwirtschaftskammern wird u.a. in ihren Gratis-Belangsendungen gegen die Bauern reden (z.B. am 27.9.91 um 17.55 in *Ö2)*.
- Der ÖAAB wird eine eigene „Informationskampagne in Sachen EG“ vorbereiten *(W. Zeitung,* 16.10.91).
- Die Tiroler Handelskammer wird neue Plakate und Inserate bringen („Auf dem Weg zu einem großen Europa ...“).
- Die Volkswirtschaftliche Gesellschaft wird einen EG-Videofilm (VHS) produzieren („Das Drehbuch liegt bereits vor.“).
- Die Bauern-Presse wird versuchen, die Bauern mit Horror-Artikeln einzuschüchtern („Abkoppeln von EG wäre gefährlich“, Titel in *T. Bauernzeitung,* 26.9.91).
- Die Politiker werden alle Nationalfeiertage bis zur Volksabstimmung zur EG-Mobilisierung mißbrauchen (z.B. LH A. Partl, 26.10.91).
- Der ORF wird sog. Publikumsveranstaltungen mit Experten am Podium abhalten, die so objektiv sein werden wie ihre Titel (z.B.: „Österreich vor der Alternative: EWR oder EG-Beitritt?“; Studio Tirol, 9.10.91) es schon verraten.
- Der Europastaatssekretär und der Unterrichtsminister werden EG-Informationsmaterial für die Lehrpläne vorbereiten.

- Die ÖVP Tirol („Wir Tiroler in Europa“) wird „Europa-Informationsveranstaltungen“ abziehen..
- Das Fernsehen wird verstärkt seine schärfste Waffe Ernst Swietly als sogenannten EG-Experten in den ZiB-Sendungen einsetzen.
- Das Bundeskanzleramt wird (lt. Auskunft) mit zehn Millionen Schilling pro Jahr „Organisationen fördern, die sich für die EG engagieren“.
- Die Arbeiterkammer wird eine ständig ergänzte „EG-Sammelmappe“ unter die Leute bringen.
- Die SPÖ wird „nach Sicherstellung des innerparteilichen Informationsflusses“ öffentliche EG-Veranstaltungen auf Landes- und Bezirksebene ausrichten.
- Die Tiroler Industrie wird im regionalen Werbefunk die EG propagieren.
- Das Bundeskanzleramt (Bundespressedienst) wird EG-Sonderhefte herausbringen (u.a. zu Konsumentenpolitik, Sozialpolitik, Umweltschutz).
- Oh, schon neunundfünfzig! Stop! Stop! Stop! Auch wenns erst neunundfünfzig der ersten hundert Vorstöße von den ersten tausend sind.

Lassen wir’s!

Die Walze

Aber das ist alles nichts, alles nur Beiwerk, gegen die eine Großkampagne, die von der Propaganda-Industrie ausgeheckt wird. In Panik hat die Bundesregierung im Frühjahr 1991 acht Werbe-Agenturen und eine PR-Agentur um ein binnen vierzehn Tagen vorzulegendes Konzept gegen die wachsende EG-Ablehnung ersucht, um ein, wie sie es nannte, „Stategiepapier“ *(Presse,* 13.8.91). Nun, „Strategie“, das ist bekanntlich die „Heerführung“, die „Feldherrnkunst“, die „Kampfplanung“, ein Strategiepapier folglich ein Schlachtplan. Die Sprache plappert eben alles aus. Und die Bundesregierung forderte von den Werbefirmen im Detail eine „Kopfstrategie“ und eine „Bauchstrategie“, beides wörtlich *(Salto,* 16.8.91). Also sollten jene, die mit (ihren) „Argumenten“ nicht zu gewinnen sind, auf dem Feld der Emotionen kassiert werden. Das Ziel der Kampagne, das nicht die objektive Information der Bevölkerung ist, wurde den Werbefritzen klar vorgegeben: „Erreichung der gewünschten Ergebnisse, nämlich die positive Einstellung der Österreicher zu einer EG-Mitgliedschaft“ (zit. nach *Salto,* 16.8.91).

Diese Werbekampagne, ein Propagandafeldzug, wie ihn unser Land seit 1938 nicht erlebt hat, sollte eigentlich schon im September 1991 losgehen. Die Angst der Regierung vor uns und unserer eigenen Urteilskraft hatte sie in solche Hektik getrieben. Aber da mußte sie sich erst die ersten fünfzig oder sechzig Millionen aus dem Budget herausgenehmigen, und auch mit den Agenturen gab es Schwierigkeiten. Während einige kapitulierten, reklamierten sich andere unsanft ins zu erwartende Riesengeschäft hinein. In der ganzen Branche war der Braten zu riechen, der größte Werbe-Auftrag, der in Österreich je vergeben wurde. Die eben genannte Summe kann schon im Jahre 1992 verpulvert werden, die Millionen, das heißt: die Zigmillionen, werden aber bis zur Volksabstimmung sprudeln.

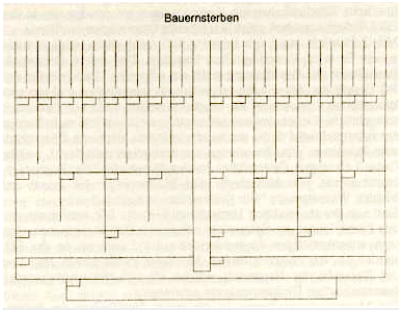
Zu guter Letzt legten vier Werbe-Agenturen ihre Projekte zu einem von ihnen selbst festgelegten Termin vor: Die Agentur GGK, die ansonsten u.a. Römerquelle, itas und Beton („Es kommt drauf an, was man draus macht“) vermarktet, die Agentur Demner & Merlicek, die sich u.a. mit dem Kundenfang für Kastner & Öhler, Eudora und Huber Tricot („macht froh“) beschäftigt, die Agentur MMS, die sich u.a. darum bemüht hat, Husquarna, Efko und Edoo („macht den Mädchen Beine“) an die Kundschaft zu bringen, und die Agentur Young & Rubicam, die uns u.a. Kodak aufdrängt und viele von uns mit Piz Buin ein- und mit Waldheim („Ein Österreicher, dem die Welt vertraut“) angeschmiert hat.

Eine „Expertenjury“ schließlich hatte aus den gerissenen Konzepten, die uns selbst schon eine Unsumme gekostet haben, das ihrer Meinung nach allergerissenste herauszufinden. Dieses wird derzeit ausgearbeitet.

Sie werden

Was werden sie nicht alles! Sie werden aus allen Rohren, sie werden jeden Tag, sie werden was das Zeug hält! Sie werden uns das Blaue von der EG-Fahne herunterlügen. Sie werden sich Ezzes holen bei Agenturen, die schon einen Kampf gegen ihr Volk gewonnen haben. Sie werden mit dem gesamten Propaganda-Arsenal, das die Mächtigen in diesem Land angehäuft haben, auf uns losgehen. Sie werden mit den Gratis-Werbesendungen im ORF und den Gratis-Nachrichtensendungen und den Gratis-Journalen und den Gratis-Reporten und Gratis-Magazinen im ORF und den ihnen dort und in Krone und Profil und Kurier und Standard usw. zur Verfügung stehenden Journalisten.

Sie werden, aber wie? Sie werden nicht von Transitflut und Wohnungsnot in Österreich reden, sie werden uns mit bunten Farben und fröhlicher Musik kommen. Sie werden nichts über falsche Lebensmittel in der EG und das Militär-Bündnis in der EG verraten, sie werden sogar das üble Wort „EG“ für die üble EG meiden (müssen). Sie werden ganz auf happy machen (müssen): Männerblicken werden sie Mädchenbeine bieten, Schillingaugen werden sie Protz und Pomp hinhalten, Omis werden sie Kindergesichter zu schauen geben.
Bauernsterben



Europameisterschaft (Endausscheidung)

Sie werden auf den Begriff Europa umsteigen und ihn positiv „aufladen“. Sie werden uns mit einem Europa, das hauptsächlich aus französischen Filmen, italienischer Mode, einem holländischen Blumenmeer und englischer Pop-Musik besteht, zu betören versuchen. Sie werden Euro-Shows bieten und Euro-Sport, und sie werden vielleicht sogar J. Kulenkampfs Fernsehunterhaltung „EWG“ brauchen.

Sie werden uns in einem Werbefilmchen eine Meinungsumfrage in London, Paris, Rom, Madrid, Kopenhagen vorspielen, wobei die Frage: „Was lieben Sie an Österreich?“ im Nachhinein durch die Frage „Woran denken Sie, wenn Sie Österreich hören?“ erset-

zt worden ist: „Gemütlichkeit.“ „Music.“ „La culture.“ „Franz Klammer et Niki Lauda.“ „Mehlspeisen.“ „Mozart, Kaffeehaus.“ Das Werbefilmchen wird enden mit: „Was wäre Europa ohne Österreich.“

Es wird eine fewa-schäfchenweich-Kampagne sein, die EG-Diskussion soll von den krebserregenden Kohlenwasserstoffen entlang der Transitstrecken porentief sauber werden. Auch hartnäckigste Flecken in der öffentlichen Auseinandersetzung, wie das Aushungern der Bauern, sollen durch die Faserschmeichler-Kampagne verschwinden.

Sie werden uns tolle Europäer zeigen, deren Landsleute wir gerne werden würden, sie werden uns die reizvollsten Bauwerke und schönsten Plätze der europäischen Städte zeigen, sie werden uns kulinarische Köstlichkeiten aus Europa zeigen, sie werden uns in den EG-Ländem sagenhaft glücklich lebende Österreicher vorführen.

Mit Geld allein, auch mit irrsinnig viel Geld allein, wird es nicht gehen. Es wird Verschlagenheit brauchen. Das starke Österreich-Bewußtsein der Bevölkerung stellt ein schweres Hindernis für den EG-Beitritt dar. Sie werden versuchen, es umzudrehen und uns verkehrt herum anzuziehen: sie werden unserem Stolz auf Österreich schmeicheln. Sie werden uns vormachen, welches Griß es in Europa um österreichische Schi, um österreichisches Bier, um österreichische Ingenieure gibt. Sie werden uns bebauchpinseln damit, welche Genie-Leistungen Österreicher in der Geschichte für Europa erbracht haben, von Mitterhofer und Madersperger bis Freud und Mahler. Werbespruch: „Wir Österreicher in Europa.“

Statt von der skandalösen Umweltpolitik in der EG werden sie von den Pionierleistungen Österreichs auf diesem Gebiet quatschen, statt vom massakerartigen Zugrunderichten der Landwirte in der EG, werden sie von österreichischen Nischenschmähs faseln, statt von der Preisgabe der Neutralität werden sie von der weltbekannten österreichischen Diplomatenkunst schwatzen.
Die Manipulationsindustrie ist die große Verbündete der Politik, weltweit. Nicht zufällig heißen die Werbefirmen Agenturen — und Agenten sind bekanntlich „nachrichtendienstlich im Staatsauftrag tätig“. Ohne sie könnte sich heute keine kapitalistische Demokratie mehr halten. Unsere Meinung dürfen wir erst haben, wenn sie uns umgedreht worden ist.

Sie werden die Fußball-Europa-Meisterschaft für das Volksabstimmungsjahr nach Österreich (Wien, Linz, Graz, Salzburg, Innsbruck) holen. Sie werden mit positiv besetzten Euro-Begriffen kommen wie mit Eurocard, Euro-Scheck, Eurovision, mit Europa-Cup, Europabrücke, Europa-Ticket. Sie werden vielleicht mit dem europaweiten Kabel-TV-Angebot locken oder mit EG-Spezialitätenwochen in den Großkaufhäusem. Sie werden Österreichs europäische Partnerstädte uns zeigen machen, wie schön es in der EG ist. Sie werden in einem Werbefilmchen aus grauen Ruinenfeldern (von 1945) ein buntes, frisches, fröhliches Happy-Europe erstehen lassen. Werbespruch: „Europa. Das ist Zukunft.“

Sie werden all das, und sie werden noch viel Hinterfotzigeres. Sie werden nach Möglichkeit verhindern, daß Europa zuviel mit Politik in Verbindung gebracht wird. Sie werden verlangen, daß sich die Politiker mit ihrem zurecht schlechten Ruf tunlichst aus der Kampagne heraushalten. Die Werbe-Agenten werden ihre Erfolgsgarantie daran knüpfen, daß z.B. Mock und Jankowitsch nicht für den „EG-Beitritt“ reden. Es wird nicht nur wichtig sein, daß dies und das in den Zeitungen gedruckt und im Rundfunk ausgestrahlt wird, sondern auch: daß vieles dort nicht mehr aufscheinen wird!

Sie werden vielleicht kein EG--Maskottchen erfinden, aber sie werden Prominenten-Komitees „Für Europa“ gründen. Sie werden in Unterhaltungssendungen gehen: „Quiz in Rotweiß-rot“, „Servus Österreich“, „Wer A sagt, muß auch EG sagen“. Es wird eine heitere Kampagne sein müssen: Wir werden nichts müssen müssen, wir werden alles wollen wollen. Das muß mit Peter Rapp und nicht mit Horst-Friedrich Mayer, mit Vera Rußwurm, nicht mit Feldgrill-Zankl gemacht werden. Reinhard Fendrich wird „I am from Austria“ trällern, und Hugo Portisch wird nach einer Idee von Gerd Bacher eine achtteilige Femsehdokumentation „EG I“ machen.

Sie werden uns vom europäischen Fernwanderweg erzählen und vom europäischen Radwegenetz. Von der europäischen Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Medizin („Gemeinsam gegen den Krebs“) werden sie hermachen, nicht von der auf dem Gebiet des Kampfbombers Jäger 90. Sie werden uns in einem Filmchen einen problemlosen supergünstigen Autokauf in München zeigen und dann das freundliche Durchwinken am Walserberg. Sie werden uns dieses Auto zeigen mit dem Chassis aus Belgien, der Ausstattung aus Deutschland, den Bremsen aus Schweden und — natürlich — dem Motor aus Österreich. Slogan: „Wir Europäer.“

Die EG-Werbung wird nicht auf den Kopf, sondern auf den Bauch zielen. So wie sie aus abgearbeiteten Hausfrauen, die sich übelriechendes gefärbtes Wasser auf den Hals schmieren, umworbene Divas machen. Sie werden jede klitzekleine Verbesserung, die sich irgendwo zufällig ergibt (weniger Verkehrstote, sportliche Erfolge) als schon von der EG kommend verkaufen und jede Verschlechterung als noch durch unsere Nichtmitgliedschaft verursacht beklagen. Sie werden alles dieses Miese. Zuwenig Mieses werden sie durch Mieseres ersetzen.

Sie werden in einer fünfjahredauernden Kampagne unsere EG-Ablehnung bekämpfen, wie in anderen Ländern die Cholera bekämpft wird. Wirtschaft und Zeitungswirtschaft werden uns Proben ihrer Macht liefern. Sie werden Vielfalt in der Befürwortung inszenieren, indem sie aus verschiedenen Ecken auftreten lassen. So werden sie Bürgerinitiativen gründen, die für die niedrigeren EG-Konsumentenpreise auftreten und Komitees à la „Landwirte für EG- Beitritt“. Die Lotto-Toto-Gesellschaft wird vielleicht keinen Euro-Jackpot ausschütten, aber nicht weil es ihnen zu dumm wäre, sondern weil ihnen Dümmeres eingefallen ist. Sie werden den Österreichern, die es angeblich gemütlich lieben, sagen, ohne EG werde es ungemütlich. Die Österreicher fürchten Veränderungen, also werden sie ihnen sagen: „Europa. Damit es so bleibt.“ Sie werden uns die österreichischen Annehmlichkeiten herunterzählen und uns wie weiland Kreisky fragen: „Und das

soll jetzt alles anders werden?“ Und selbst antworten: „Europa. Damit ihre Pension sicher ist.“

Daran, daß sie zu durchtrieben wäre, wird keine Aktion der EG-Kampagne scheitern. Es wird heißen nach der vielen Arbeit, die man am Tag hat, am Abend vor dem Fernseher teuflisch aufpassen, auf das, was sie in ihren klimatisierten Büros wieder gegen uns ausgeheckt haben.

Es wird ihnen selbst das Kotzen kommen über ihre verschlagenen Einfälle. Ihre eigenen Finger werden sich sträuben, die ganze Hinterhältigkeit, die sie sich ausgekopft haben, zu Papier zu bringen.

Sie werden versuchen, auf dem Abstimmungszettel ohne das Schockwort „EG“ auszukommen. Sie werden die Abstimmungsfrage so hinteixln, daß auf sie nur ein Ja die richtige Antwort sein kann. Sie werden den für sie günstigsten Zeitpunkt für die Abstimmung austüfteln.

Dieses hier ist nur von mir in ihren Köpfen gedacht. Sie werden DAS ALLES, und sie werden NOCH VIEL MEHR. MÜSSEN.

[1] Nichts erfunden. Alles belegt: Sämtliche hier erwähnten „Maßnahmen“ sind wirklich geplant. Einige Vorhaben wurden bereits in die Tat umgesetzt.

Markus Wilhelm: Geboren 1956, von Beruf Zuspitzer in Sölden im Ötztal, Mitbegründer des FŒHN (1978-1981), Wiedergründer und Herausgeber des FŒHN (1984-1998). Seit 2004 Betreiber der Website *dietiwag.org* (bis 2005 unter *dietiwag.at),* Landwirt.

Lizenz dieses Beitrags
Copyright
© Copyright liegt beim Autor / bei der Autorin des Artikels