

Glückwunsch, Simone Peter!

Die Biologin und frühere Grünen-Chefin ist jetzt zur Präsidentin des Bundesverbands Erneuerbare Energien gewählt worden – einstimmig! Und das ist auch folgerichtig. Ohne die Grünen, die zweifellos wirkmächtigste deutsche Partei der vergangenen 20 Jahre, gäbe es die meisten dieser 5.000 Unternehmen gar nicht, die mit Klimarettung, Sonnen-, Wasser- und Windenergie glänzende Geschäfte gemacht haben und weiter machen. Denken Sie an all die Staatsknete – unser Geld – die verballert wurde, um diese ganze Öko-Industrie überhaupt zu schaffen.

Die eine sorgt für die richtige Öko-Politik und sichert sich damit eine anständige Altersversorgung. Der andere ist deutscher Bundeskanzler und heuert danach bei Putin als Pipeline-Bauer und Strippenzieher Moskaus an. Und die Lobbyisten aus der Union, die nach ihrer Politikertätigkeit, ordentlich Geld verdienen, wird nach Legionen gezählt.

„Man muss auch jönne können“, behauptet der Kölner. Und er hat recht. So läuft das Geschäft eben. Aber ein G'schmäckle hat das alles schon...

Ein Interview im Kaffeesatz

Es sind nur diese Kleinigkeiten, die wir jeden Tag in den deutschen Staatsmedien erleben, hinnehmen und erdulden. Aber sie nerven, und deshalb muss man sie erzählen.

Heute Mittag, ziemlich genau eine Stunde vor der mit einiger Spannung erwarteten Pressekonferenz der Bundeskanzlerin hörte ich im Autoradio WDR 2. Die Moderatorin führte ein Interview mit der Grünen-Chefin Simone Peter. Sie wurde um Auskunft gebeten, was die Kanzlerin denn nun gleich sagen solle und sollte erraten, was Merkel denn wohl sagen werde. Das darf der WDR natürlich so machen, freies Land, freie Medien und so. Aber mir drängte sich direkt die Frage auf: Was soll das? Wäre es nicht die Aufgabe der Medien, einfach eine Stunde zu warten und dann über die Pressekonferenz zu berichten? Und dann anschließend vielleicht ein Interview mit der Dame von den Grünen führen über das, was die Kanzlerin tatsächlich gesagt hat? Was soll dieses Stochern im Nebel, diese Kaffeesatzleserei? Kostenlose Werbezeit für einen guten Zweck, könnte der Zyniker denken. Aber vielleicht war es ja ein Beitrag zur Rettung unseres Klimas...