

# Leserbrief: Europawahlmeisterschaften

NRWZ-Redaktion

14. Juni 2024

Man stelle sich Folgendes vor. Ein lokaler Sportverein „nominiert“ eine Sprinterin für die gerade stattgefundenen Leichtathletik-Europa-Meisterschaften in Rom. Ohne dass sie an Ausscheidungsrennen teilgenommen hätte, wird sie in ein Nationaltrikot gesteckt und groß als Teilnehmerin an den Wettkämpfen in Rom vermarktet. Unrealistisch? Nein, denn genau so etwas hat die Kreis-FDP gemacht, nämlich eine „Europakandidatin“ gekürt und vermarktet, obwohl diese sich nicht einmal einer Nominierung auf höherer Ebene gestellt hat.

Für ein solches Vorgehen gibt es verschiedene Bezeichnungen. Man kann es Etikettenschwindel nennen (Es ist nicht drin, was drauf steht.) oder Potemkin'sches Dorf (viel Fassade, nichts dahinter). Es ist auch bekannt als „Paris-Hilton-Effekt“ (keine Leistung, viel Aufmerksamkeit).

Um den eingangs erwähnten Vergleich zu bemühen, hat es im Ergebnis nun nicht einmal für die Teilnahme an den Kreismeisterschaften gereicht. Lediglich für die Endausscheidung auf örtlicher Ebene ist die Kandidatin qualifiziert. Aber das war ja vielleicht das einzige Ziel der Promotoren dieser Marketing-Aktion.

Allerdings ist diese Strategie womöglich nicht bis zum Ende durchdacht. Denn man könnte ja durchaus auf den Gedanken kommen, dass hiermit auch die Philosophie des Unternehmens umschrieben ist, dem die „Kandidatin“ vorsteht. Für potentielle Kunden würde das ein striktes Abstanzgebote signalisieren. Sollte man diesen sehr realistischen möglichen Kollateralschaden etwa übersehen haben?

Wenn diese Methode der Wählertäuschung in der Politik Schule macht, beklagen am Ende alle den Vertrauensverlust etablierter und den Stimmenzuwachs extremistischer Parteien. Danke, FDP.

Martin Baumgartner, Rottweil