

Gastkolumne

# Zieht am Ende Brüssel die Briten aus dem Sumpf?

Die EU hat eingesehen, dass man beim Brexit helfen muss, um Europa zu retten. Das sollten auch britische EU-Freunde lernen



Caspar Hirschi

Zu den ausgestorbenen Untergattungen des Homo europaeus gehört eine Gestalt, die noch vor hundert Jahren, kurz nach dem Ersten Weltkrieg, weit verbreitet war: der Studierstübengeneral. In Zeiten, als sich das Schicksal von Staaten auf dem Schlachtfeld zu entscheiden schien, verschanzten sich Bürger in ihren Büros, breiteten Landkarten mit Schauplätzen grosser Waffengänge aus, griffen zum Rohrstock und schickten ihre imaginären Truppen ein zweites Mal ins Feld. Dank ihrem strategischen Genie verwandelten sich vernichtende Niederlagen in nachträgliche Triumphe, die zumindest so lange hielten, bis durch die Zimmertür die Stimmen des häuslichen Lebens drangen und es galt, sich ins familiäre Gefecht zu stürzen.

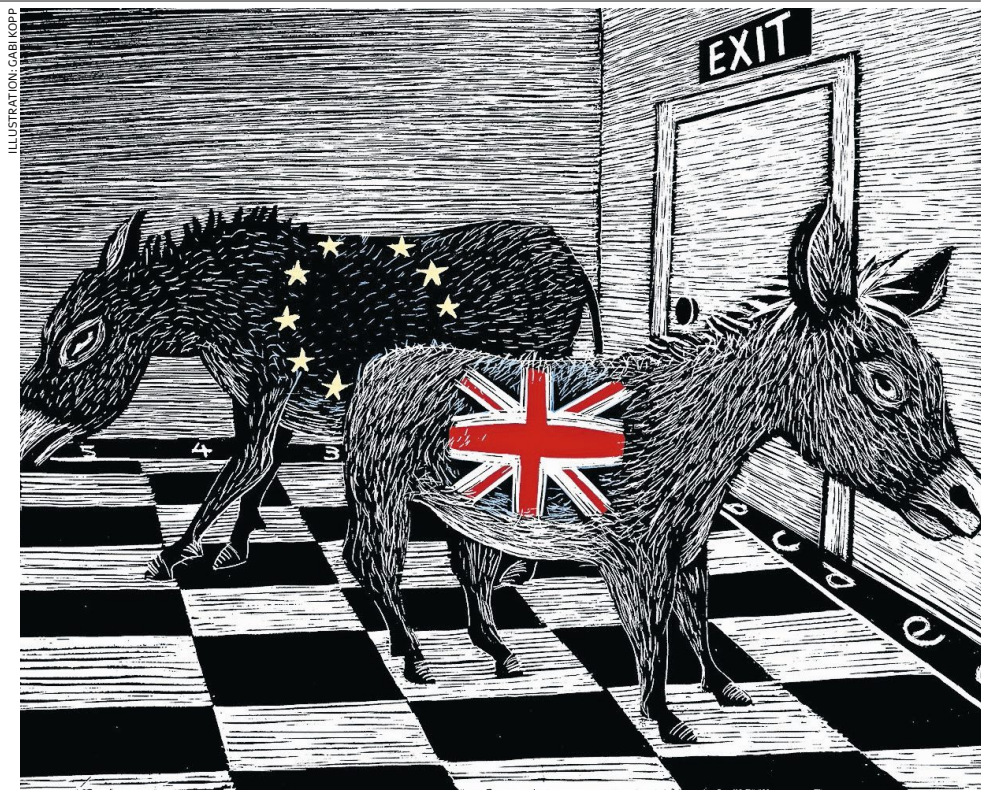
Warum hatten die Privatfeldherren in Pantoffeln keine Nachkommen, die in Friedenszeiten mit ähnlichem Eifer die Redeschlachten in Parlamenten, die Manöver in Wahlkämpfen und die Winkelzüge in internationalen Verhandlungen nachspielten? Der öffentliche Parteienstreit sank rasch zum Scheingefecht für die Medien ab, während sich das wahre Seilziehen in den Hinterzimmern der Macht vollzog und für interessierte Beobachter kaum mehr rekonstruierbar war. In gewisser Weise übernahmen die Politiker selbst den Platz der Studierstübengeneräle:

Sie spielten auf der medialen Bühne eine vorteilhafte Version dessen nach, was sie zuvor im Geheimen ausgefochten hatten.

So war es zumindest bis zum Brexit-Referendum. Was wir seither erleben, ist die Auf-erstehung eines politischen Dramas, das sich vor aller Augen in Echtzeit entfaltet. Der Grund dafür ist freilich kein erbaulicher: Die Leichtgewichte im britischen Unterhaus sind an der Schwere der Aufgabe reihenweise gescheitert. Eine Regierungsstrategie nach der andern, von David Camerons wahltaktischem Referendumsversprechen bis zu Boris Johnsons vollmundiger Austrittsgarantie, zerschellte am Widerstand des Volkes oder der Opposition. Gleichzeitig sind die Regierungsgegner so gespalten, dass sich ihre Politik in einer zermürbenden Verhinderungstaktik erschöpft. Das Resultat ist ein parlamentarischer Grabenkrieg, der seit drei Jahren tobt.

Verfolgt wird das Geschehen im britischen Unterhaus von Scharen glühender Schreib-tischpartisanen, die nach jedem gewonnenen Schirmützel jubilieren und dabei übersehen, dass beide Lager nur noch tiefer im Morast versinken. Vor einer Woche noch ergötzten sich Europafreunde daran, dass Premierminister Boris Johnson die EU gegen seinen Willen um einen weiteren Aufschub des Austrittsdatums bitten musste. Dass ihr eigenes Lager keinen Meter Terrain gewonnen, ja den wichtigsten Verbündeten jenseits des Ärmelkanals verloren hat, blendeten sie aus.

Wenn es im Brexit-Drama eine Partei gibt, die taktisches Geschick mit strategischem Weitblick verbindet, so ist es die von Michel Barnier geführte Verhandlungs-delegation der EU. Hatte sie anfänglich noch damit geliebäugelt, den Briten eine Hintertür für



Wenn es im Brexit-Drama eine Partei gibt, die taktisches Geschick mit strategischem Weitblick verbindet, so ist es die von Michel Barnier geführte Verhandlungs-delegation der EU.

die reuige Rückkehr in den Schoss der europäischen Familie offen zu halten, tut sie mittlerweile alles, um ihnen einen geregelten Abschied so leicht wie möglich zu machen. Nur so ist zu erklären, dass Barnier bereit war, mit Johnson den Austrittsvertrag neu zu verhandeln, als sich dieser im Unterhaus in eine ausweglose Lage manövriert hatte. Dass die Briten nun endlich Neuwahlen abhalten können und die Gefahr eines vertragslosen und chaotischen Austritts gesunken ist, verdanken sie zu einem Gutteil den EU-Diplomaten.

Die Implikationen der EU-Strategie sind aber noch nicht allen klar geworden: Indem Barnier den blonden Hasardeur an der Downing Street aus dem Sumpf zieht, lässt er die Proeuropäer in den Oppositionsreihen fallen. Sie, die den Ausgang der Brexit-Abstimmung nie für demokratisch verbindlich hielten und deren Umsetzung konsequent blockierten, sind für die EU zur Last geworden. In Brüssel hat man begriffen, dass ein Exit aus dem Brexit Europa nur noch länger lähmen würde. Die politisch gespaltenen Briten wären ein permanenter Unruheherd, und die Nationalisten aller Länder könnten die EU zum neuen «Völkergefängnis» nach der Sowjetunion und der Habsburgermonarchie erklären.

Es liegt nun an den britischen Europafreunden, einzusehen, dass der EU am besten geholfen ist, wenn ihr Land austritt und sich allein neu sortiert. Schaffen sie es nicht, sich dieser Realität zu stellen, werden auch sie die auf politischem Parkett verlorenen Entscheidungsschlachten ein Leben lang in der Studierstube nachspielen.

Caspar Hirschi ist Professor für Allgemeine Geschichte an der Universität St. Gallen.

Medienkritik

## Bullshit aus der Blase



Michael Furger

Denkwürdiges ist passiert am letzten Mittwoch: Der Zürcher Unternehmer Steff Fischer fährt mit dem Velo bei Rot über die Kreuzung. Das ärgert einen Autofahrer. Es kommt zu einem Handgemenge. Fischer fühlt sich an Leib und Leben bedroht und verdichtet seinen Gefühlszustand zu einem Facebook-Eintrag.

In der Redaktion der Tamedia-Medien wird daraus flugs ein Artikel gezimmert und online und im Print verbreitet. Ist das Lokaljournalismus? So sieht es wahrscheinlich die Redaktion. Vielleicht ist es aber auch nur Low-Budget-Journalismus.

Die Verwurstung von Social-Media-Fetzen scheint sich als neue journalistische Fachrichtung zu etablieren. Sie ist billig und praktisch, denn auf Facebook und Twitter regt sich ständig jemand auf. Roger Köppel fühlt sich in einem linken Szenecafé nicht mehr willkommen und twittert seinen Frust. Stunden später gehen die Zürcher Medienhäuser online mit dem Quatsch. Nationalrat Claudio Zanetti schimpft auf Twitter, Journalisten müssten bei SVP-Anlässen die Nationalhymne mitsingen. Ein Medienportal fabriziert eine Story draus.

Fischer, Köppel und Zanetti kann man keinen Vorwurf machen. Die sozialen Netzwerke wurden dafür erfunden, um seine persönliche Befindlichkeit in die Welt zu blasen. Aber Journalisten hätten eigentlich eine Schleusenwärter-Funktion. Will heissen: Relevantes von Irrelevantem trennen, statt Tweets hinterherzuhecheln, die sich in der Politik- und Medienblase gerade verbreiten. Diese Funktion unterscheidet klassische Medien von sozialen Netzwerken.

Es ist gerade viel von News-Deprivierten die Rede. Menschen wenden sich von Nachrichten ab, weil sie ihnen – so eine These – zu negativ sind. Aber vielleicht sind es gar nicht die Negativ-News, die abtörnen, sondern die Bullshit-News, die man aus den sozialen Netzwerken fischt.

Michael Furger ist Leiter des Ressorts Hintergrund der «NZZ am Sonntag».

51 Prozent

# Frauen geben aus, Männer legen an



Nicole Althaus

Ich schätze es, wenn man mich als Kunde ernst nimmt. Auch wenn ich eine Frau bin. Ich kann nämlich nicht nur Schuhe kaufen. Oder Waschmittel. Kürzlich etwa bestellte ich Wein. Eine ganze Kiste. Zwar habe ich nicht das Zeug dazu, Sommelière zu werden, aber ich weiss, was ich gern trinke. Ich kann ausserdem eine Bestellkarte ausfüllen, und ich kann den Wein sogar bezahlen. Nur traut man mir das offenbar nicht zu: Die Kiste mit der Rechnung wurde eine Woche später an einen Herrn Althaus ins Haus geliefert.

Das gab mir zu denken. Nicht nur wegen der Tatsache, dass es in meinem Haushalt nie einen Herrn Althaus gegeben hatte. Ich wunderte mich auch sonst etwas über das

Bild, dass der Weinhändler sich von mir machte, und fragte mich, woran er zweifelte: Dass ich als Frau trinken kann? Dass ich den Wein ausgewählt und nicht nur die Bestellung für den Mann ausgefüllt habe? Dass ich E-Banking beherrsche? Oder zweifelt er vielleicht gar daran, dass ich als Frau eigenes Geld verdiene und das auch noch in Wein und nicht bloss in Schuhe investiere?

Ich weiss es ehrlich nicht. Aber ich tröste mich nach dem Durchsehen der übrigen Post damit, dass es sich zumindest langsam herumgesprochen hat, dass Frauen in der Schweiz seit dreissig Jahren keine Unterschrift des Mannes mehr brauchen, um ein Konto zu eröffnen. Irgendwie muss diese frohe Kunde zu den Bankdirektoren durchgesickert sein. Dass rund ein Drittel des weltweiten Finanzvermögens 2020 in weiblicher Hand liegen wird, wie die Bank of America Merrill Lynch ausgerechnet hat, mag helfen haben. Jedenfalls sprechen mich in letzter Zeit auffallend viele Vermögensverwalter an. Nicht nur per Post. Das nervt zwar, ist aber dennoch gut: Schliesslich gehöre ich zur Mehrheit der Frauen, die wegen ihrer oft kinderbedingten Teilzeiterwerbskarrieren

ein besonderes Auge auf die finanzielle Vorsorge werfen muss.

Ich bin also durchaus offen für Beratung. Ähnlich wie beim Wein würde ich mich nicht als Finanzcrack bezeichnen. Aber ich kann eine Aktie von einer Obligation unterscheiden, und ich schätze es, wie bereits erwähnt, wenn man mich als Kunde ernst nimmt. Obwohl ich eine Frau bin. Dazu gehört, dass ich nicht dauernd daran erinnert werden will, dass ich eine Frau bin. Ich brauche keine Lady-Kreditkarte mit einem hübschen Muster. Aus denselben Gründen, aus denen ich keinen Bohrer in Rosa brauche. Ich will als Mensch angesprochen werden und nicht als Lady. Erfahrungsgemäss werden Ladys nämlich nicht so behandelt wie der Rest der Menschheit. Sie bekommen zum Beispiel Modegadgets als Treueprämie zur Lady-Kreditkarte. Abgesehen davon, dass ich ja eine Frau bin und meine Gadgets lieber vom Designer meiner Wahl beziehe, bestärkt diese Art des Kundinnenfangs bloss das Klischee, das tief in den Hirnen fest sitzt: Frauen geben das Geld aus, Männer legen es an.

Viel mehr als den Schuhkauf traut man den Frauen im Finanzbereich tatsächlich nicht zu.

Viel mehr als den Schuhkauf traut man den Frauen im Finanzbereich tatsächlich nicht zu.

Auf Brigitte.de etwa werden die Leserinnen unter dem Stichwort «Geld» darüber aufgeklärt, wie sie «aus alten Klamotten richtig Geld machen», ob es sinnvoll ist, einen Kredit für die Hochzeit aufzunehmen, und dass «ein Mann keine Altersvorsorge» ist. Das Männermagazin «GQ» dagegen leitet den Mann an, wie er das Geld für sich arbeiten lässt.

Anne Boden, Chefin einer britischen Bank, bestätigt diese Kurzrecherche mit einer Studie, die 300 Magazinartikel analysierte: 65 Prozent der Finanzbeiträge charakterisieren Frauen als verschwenderische Geldausgeber, die Anregungen fürs Sparen brauchen, derweil Männer als Investoren angesprochen und mit Tipps für die Aktienanlage überhäuft werden. Die Sprache spiegelt immer die Gesellschaft. In diesem Fall ist es eine, in der Geld nach wie vor Männersache ist, Frauen kaum am Kapitalmarkt teilnehmen, für gleiche Arbeit noch immer weniger verdienen und den Wein vielleicht bestellen, aber nicht bezahlen. Ich glaube, ich überlass die Rechnung dem Herrn Althaus.

Nicole Althaus ist Chefredaktorin Magazine bei der «NZZ am Sonntag».