

Selbst Drogeriemagazine machen schon Verzichts-Propaganda

geschrieben von AR Göhring | 7. November 2022

Grünfeld, Robert

Das dm-Magazin *alverde*, für seine politische Erziehung schon länger bekannt, gibt in der aktuellen November-Ausgabe den Leserinnen Tipps, wie sie als brave Konsumentinnen Energie sparen können, um das Versagen der Ampel-Regierung nicht so deutlich werden zu lassen. Das geht, weil „Klimaschutz“ drüber steht.

Dabei ist die politische PR im Sinne der Regierung in Stuttgart und Berlin erstaunlich offen: Winfried „Waschlappen“ Kretschmann wird interviewt und darf seine für Schwaben sinnlose Aufforderung, die Heizung herunterzuschalten, wiederholen.

Dann folgt eine Doppelseite mit Energiespar-Tipps vom Kaliber des „Waschlappens“. Hier die schönsten Stilblüten der *alverde*-Redaktion:

Dabei laufen durch einen herkömmlichen Duschkopf 15 bis 25 Liter erhitztes Wasser pro Minute durch[sic]. Nach zehn Minuten hat man also eine Wanne voll. Was da hilft? Wasser abdrehen beim Einschäumen.

Nein, wer hätte es gedacht. Nun, wenn ich eine Brause von oben habe, muß ich sowieso abschalten, weil das Duschgel sonst sofort weggespült wird. Habe ich eine Handbrause, muß ich abschalten, um beide Hände frei zu haben.

Öfter mal kalt duschen.

Macht Habeck, der es zuerst empfahl, selber? Da es nicht überprüfbar ist – eher nicht. Der Mann ist über 50 und hat seine „harte“ 20er Phase hinter sich.

Am besten morgens duschen, wenn Sie unter Zeitdruck stehen.

Und wenn ein Handwerker, z.B. ein Sanitärinstallateur, abends müffelt? Nun gut, *alverde* ist eine Frauenzeitschrift. Aber es gibt auch Krankenschwestern, die nach der Schicht eine warme Dusche gebrauchen können – dummerweise aber nicht so gut verdienen wie ein Redakteur.

Schauen wir mal auf unsere Waschmaschine. Die wenigsten von uns waschen bei 20°, dabei können wir das bei normal verschmutzter Wäsche bedenkenlos.

20°? Meine Maschine fängt bei 30° an. Oder sie meinen Raumtemperatur – ob aber das Leitungswasser im Winter tatsächlich so warm ist, darf bezweifelt werden. Die Enzyme im Waschmittel brauchen zwischen 30 und 60°, um zu funktionieren. Ein Kollege berichtete in dem Zusammenhang einmal, daß er eine befreundete Familie nur ungern besuche, weil diese ihre Wäsche stets sparsam bei 40° oder weniger wasche. Ergebnis: Die Handtücher im Bad und Klo muffeln. Dieses Problem geben die Autoren sogar zu:

Sollte die Maschine mal muffeln, legen Sie für Bettwäsche oder Handtücher einen 60°-Waschgang ein.

Wußten Sie, daß ein Wäschetrockner doppelt bis dreifach so viel Strom wie eine 60°-Wäsche verbrauchen kann? Das Trocknen an der frischen Luft spart enorm Strom.

Daß elektrische Heizungen besonders viel brauchen, ist eine Binsenweisheit. Halten die Redakteure ihre Leserinnen für unbedarfte Kinder?

Lüften Sie Stoß, statt Fenster dauerhaft zu kippen.

Heizung auf und Fenster kippen? Wer, der die selber zahlt, würde das tun?

Und halten Sie die Türen zwischen beheizten und unbeheizten Zimmern geschlossen.

Kein Kommentar.

Die restlichen Tipps sind ähnlich banal – man hat den Eindruck, die Redaktion bekam den Auftrag, irgendwas zum grünen Weltretten per Verzicht zu schreiben, und saugte sich dann etwas aus den Fingern, egal, ob die meisten vernünftigen Gebührenzahler es sowieso machen. Man wartet am Ende nur noch auf die „zwei Pullover“ von Wolfgang Schäuble, der zudem empfahl, nicht laufend nach Galapagos zu fliegen (War Sie schon einmal da? Unwahrscheinlich, das Archipel ist ein wissenschaftliches Juwel und darf nicht so einfach betreten werden.).

Die tatsächliche Botschaft des Artikels lautet also: *Die grüne Regierung hat Recht, wir müssen das Klima und die Umwelt, oder so, retten. Daher ist die Leistung von Habeck und Scholz nicht miserabel – sie tun das*

Notwendige. Die Probleme sind nicht künstlich gemacht, sondern eine logische Folge des bisherigen luxuriösen Lebens. Die Verteuerung ist nicht die Schuld der wahnwitzigen Politik Merkels. Sie und die Ampel können nichts für die Wohlstandsverluste und Sparzwänge, die wir hinnehmen müssen, um nicht ruiniert zu werden.

Gerd Held formuliert es so bei der Achse:

So ist in diesem Herbst 2022 im Grunde nur eine Negativ-Botschaft geblieben: Die Bürger sollen drastische Einschnitte bei ihrem Lebensstandard, bei ihren kulturellen Aktivitäten und bei ihrer Sicherheit hinnehmen. Deutschland soll zu einem Land des kollektiven Verzichtens werden.

Man fragt sich dann nur, wieso private Produktmagazine von Drogerien diese PR mitmachen. Vielleicht liegt es daran, daß die Leserinnen so viel Strom und Gas sparen sollen, damit sie noch Geld haben, die teuren Öko-Kosmetikprodukte der Kette zu kaufen. Genau dafür ist so ein Magazin nämlich da – als Journalismus getarnt Reklame für Lippenstift und Cremes machen.