Auszug aus FŒHN bei Context XXI

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

erstellt am: 28. März 2024
Datum dieses Beitrags: 1992

Die Vorwäsche

MARKUS WILHELM

Der Hauptwaschgang hatte seinen Vorwaschgang.

Das auch nur in kurzen Titeln alles hergeschrieben, was in den vergangenen vier Jahren auf uns niedergegangen ist an EG-Propaganda, würde die Heftklammern aus dieser Broschüre hupfen lassen. Auf zwei, drei Seiten nur wollen wir uns einige Beispiele in Erinnerung holen.

Der ÖGB hat bisher 2000 (zweitausend) Veranstaltungen für den „EG-Beitritt" heruntergespult! Die Bundeswirtschaftskammer 450 solcher allein im ersten Halbjahr 1991! Der Staatssekretär Jankowitsch, von den anderen Regierungsmitgliedern nicht zu reden, hat sich bereits mehr als 200 Mal bei Veranstaltungen für die EG ins Zeug geworfen!

Die ÖVP hat und die SPÖ hat und die Arbeiterkammer hat und die Landwirtschaftskammer hat und auch die Vereinigung Österreichischer Industrieller hat „dem wachsenden Informationsbedürfnis über Fragen der Integration durch eine Reihe von EG-Veranstaltungen Rechnung getragen" (VÖI--Jahresbericht 1988).

Die Industriellenvereinigung war es auch, die seinerzeit die Inserate- und Plakate-Lawine losgetreten hat („Der Europazug darf nicht ohne uns abfahren"). Ihr folgte 1988 die ihr stets folgende Volkspartei mit landesweiter Plakatierung („Europa ist Zukunft"). Die bundesländerbezogenen Aktionen, von der Ganzseiten-Anzeigen-Serie der Wiener Wirtschaft („Die Wiener Wirtschaft ist europareif. Worauf warten wir noch?"), über die Plakate und Inserate der Tiroler Handelskammer („Hoffnung Europa ... Als Ausgesperrte wären wir wohl kaum lebensfähig") bis zur Kampagne der Oberösterreichischen Industrie („Wir gehören dazu. Deshalb: Ja zur EG.") mit ihren „700 Großflächenplakaten, Insertionsschaltungen in der Tagespresse, zielgruppenspezifischen Prospektaussendungen sowie Informationsveranstaltungen mit interessanten Beiträgen und Diskussionen, Filmvorführungen und Fachvorträgen" (Werbeagentur Sery), können wir gar nicht alle anführen.

Und mit den endlosen Firmen-Annoncen von CA („Österreich liegt in Europa ... Wer jetzt nicht dazusieht, hat dann das Nachsehen."), Elektra Bregenz („Unsere Zukunft heißt Europa"), Trend („Europa sagt ja. Österreich sagt ja aber."), Hagebank („Europa — Wir kommen!") usw. wollen wir gar nicht anfangen.

Die Werbesendungen der Parteien und Interessensvertretungen (verschämt Belangsendungen genannt) werden seit vier Jahren für EG-Propaganda genutzt. Die Vereinigung Österreichischer Industrieller, ein milliardenschwerer privater (!) Verein, dem auch Sendezeit im Radio und Sendezeit im Fernsehen geschenkt wird, bilanziert in ihren Jahresberichten: „Auch die Belangsendungen in Hörfunk und Fernsehen befaßten sich mit dem Verhältnis Österreich — EG ..." (1987); „Auch die gemäß Rundfunkgesetz zur Verfügung stehenden Belangsendungen in Hörfunk und Fernsehen wurden überwiegend den Themenkreisen EG (...) gewidmet." (1988); „Auch die Belangsendungen in Hörfunk und Fernsehen standen ganz im Zeichen der Darstellung vornehmlich des integrationspolitischen Standpunktes der österreichischen Industrie." (1989).

Gar nicht zu reden ist dabei von jenen verkappten EG-Werbesendungen der Parteien und Interessensvertretungen, die als Radionachrichten, als Journalbeiträge, als Zeit-im-Bild- oder Inlandsreportberichte daherkommen.

Nicht anders, wenn man in die Zeitungen schaut: Die Leserinnen und Leser werden zum Teil regelrecht an eine Kette gelegt, etwa beim Kurier, der uns seit 1987 jedes Jahr mit einer EG-Serie (!) heimgesucht hat („Unterwegs nach Europa"; „Österreichs Weg in die EG"; „So werden wir Eurofit").



Bilder des Widerstands 2:

Eine Aktion der Bezirksjungbauernschaft Imst am Romedibichl (Einfahrt ins Pitztal) 1991. Der „EG-Beitritt" ist keine gemähte Wiese!

Niemand vermag mehr die „Hinein-in-die-EG"-Artikel zu zählen, mit denen uns jetzt vier Jahre lang zugesetzt worden ist. Ein wahrer Dauerbeschuß — Dauerbeschiß hätte ich beinahe geschrieben! Die Befehlsausgabe in diesem Feldzug, das sollten wir nicht vergessen, auch wenn sich inzwischen Söldner aus allerhand Lagern hervortun, erfolgt immer noch aus dem Hauptquartier der Industriellenvereinigung:

> Die Öffentlichkeitsarbeit der Vereinigung Österreichischer Industrieller stand 1987 naturgemäß ebenfalls ganz im Zeichen der integrationspolitischen Diskussion. Die Presseabteilung hatte die Aufgabe, die EG-Offensive der Industrie publizistisch mit dem gesamten zur Verfügung stehenden Instrumentarium zu unterstützen. Deshalb stand ein hoher Prozentsatz der fast 300 Aussendungen des „Pressedienstes der Industrie“ im Jahr 1987 unter den Generalthemen „Europäische Integration“, Verhältnis Österreichs gegenüber der Zwölfergemeinschaft, Ausbau der einzelwirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit zur Erreichung der Europareife und Internationalisierung des Denkens und Handelns.
>
> Aus Gründen der Schaffung eines besseren Verständnisses bei den in Österreich tätigen Journalisten, hat die Industriellenvereinigung im Berichtsjahr erstmals eine Pressefahrt zur EG durchgeführt. Anläßlich einer zweitägigen Journalistenreise nach Brüssel konnten rund 20 Medienvertreter mit namhaften Exponenten der EG-Kommission, sowie mit österreichischen Diplomaten und Wirtschaftsexperten in der EG-Hauptstadt persönlichen Kontakt aufnehmen. Die Recherche „vor Ort“ hat sich gut bewährt.
>
> (Jahresbericht 1987)

Undsoweiter: 1988, 1989, 1990 ...

(Mit einer Demokratie haben diese Verhältnisse nur den Namen gemein. Der FOEHN ist in der Lage zu beweisen, wie sich die VÖI bekannte österreichische Journalisten hält und diese mit „Honoraren für journalistische Mitarbeit“ — wörtlich — in ansehnlicher Höhe belohnt. Wir werden diese Dokumente vorlegen.)

Freilich gesellt sich, warum sollten wir es verschweigen, auch in der EG-Kampagne neben die brutalste Peitsche das süßeste Zuckerbrot: Die Oberösterreichische Industrie veranstaltete ein „Europa-Quiz“, „bei dem insgesamt 8 Kandidaten die Chance haben, attraktive Preise zu gewinnen“ *(OÖ. Nachrichten,* 9.5.88). Und die CA legte ein Spiel namens „Europoly“ auf („Die Mitspieler sind österreichische Unternehmer, die in ganz Europa expandieren wollen. Sie sollten zunächst Grundstücke günstig kaufen; auf diesen errichten sie dann Filialen bzw. gründen Niederlassungen, um dort Waren oder Dienstleistungen zu verkaufen. Wer zum Schluß das größte Betriebsvermögen in Europa besitzt, gewinnt.“).

Es war nicht *nichts,* was war und doch war’s ein Vorspiel zu dem, was uns erwartet.

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