

Leserbrief zum Artikel 15.Mai 2009  
Stuttgarter Zeitung:

Wir holen unser Wasser zurück

Die Begriffe „Wasser“ und „Verkauf“ wurden zum Symbol der bürgerlichen Stuttgarter Kommunalpolitik. Mit dem Wasserverkauf wurde deutlich: CDU.SPD.FDP.FVW verkaufen lokal die Daseinsfürsorge. Der Wasserverkauf wurde zum Synonym für den Ausverkauf der Bürgerinteressen. Nun haben die Wahl- und Werbestrategen dringend zum Imagewechsel geraten: der Rückkauf des Wassers soll die Rückbesinnung auf Bürgerinteressen symbolisieren. Diese wahltaktische Spurenverwischung setzt auf Gedächtnisverluste beim Bürger. War es nicht die Bürgerinitiative Wasserforum, die von Anfang an kompetent den Verkauf kritisierte und die Folgen vorhersagte? Waren es nicht die Stadträte Rockenbauch (SÖS) und Küstler (Linke), die diese Bürgerinitiative als einzige ernst nahmen? Waren es nicht alle anderen Parteien, die die beiden arrogant als finanzpolitische Amateure belächelten? Die Spurenverwischung des bürgerlichen Lagers hält den Wähler einfach für dumm.,,Schlüssel zur Zukunft“ und „Klare Ziele-klarer Kurs“ versprechen uns plakativ die Geisterfahrer, die die Weichen zu den Katastrophen der Gegenwart gestellt haben, oder sind die Finanz-und Klimakatastrophe das Werk von Außerirdischen? Darauf zu vertrauen, dass die herrschenden Eliten die Fragen der Gegenwart lösen werden ist so, als würde man eine Gruppe von Alkoholikern bitten, eine Bar vernünftig zu leiten. Nach den Wahlen werden die bürgerfreundlichen Masken einfach wieder abgenommen werden, so wie die Wahlplakate, auf denen Stuttgart zum Wellness und Harmoniegebiet verklärt wird, zwischen retuschierten Gesichtern. Vor den Wahlen entdeckt man das Herz für den Bürger, nach den Wahlen schlägt es wieder für den Profit. Da prostet man sich wieder bei den Empfängen von Daimler, Porsche, LBBW und Vodafone zu. Wer ist der bessere Lügner? Es ist einfach abstoßend.

Peter Hensinger, Stuttgart West