



die *Drei*

Zeitschrift für Anthroposophie in Wissenschaft, Kunst und sozialem Leben

Lieber Leser,

wir haben diesen Artikel für Sie kostenlos zum Download verfügbar gemacht. Das aber heißt nicht, dass er uns nichts gekostet hat. Die Kosten, die bei der Erstellung dieses Artikel anfallen, sind bereits bezahlt. Wir wissen aber noch nicht, wie wir in Zukunft diese Kosten bezahlen können. Wenn Sie häufiger bei uns zu Gast sind, wären wir Ihnen dankbar, wenn Sie bei der Finanzierung unserer Arbeit mithelfen.

Dankbar sind wir für jede kleine Spende!

Die wichtigsten Unterstützer unsere Arbeit sind unsere Abonnenten. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, uns durch Ihr Abonnement dauerhaft zu unterstützen? DIE DREI gibt es sowohl [digital](#) als auch in der [klassischen Druckversion](#) im Jahresabonnement. Wer noch nicht ganz sicher ist, kann auch zunächst unser günstiges [Einstiegsabonnement](#) wählen.

Durch Ihr Abonnement oder Ihre Spende tragen Sie dazu bei, dass Sie auch in Zukunft auf unserer Webseite nach interessanten Artikeln suchen können. Dafür möchten wir Ihnen danken!

Wir wünsche Ihnen beim Lesen viele wichtige Gedankenimpulse!

Die Redaktion

Zeitgeschehen

Alain Morau & Stephan Eisenhut

Der Aufstieg Emmanuel Macrons und die Zukunft Europas

Teil I: Zur Bedeutung der Präsidentschaftswahl in Frankreich 2017

Alain Morau hatte im Sommer der Redaktion seine Beobachtungen zu den französischen Wahlen und seine Einschätzung von deren Hintergründen vorgelegt. Daraus ist mit Stephan Eisenhut ein deutsch-französischer Dialog entstanden, dessen Ergebnis wir in zwei Teilen vorstellen wollen. Der erste Teil lenkt den Blick auf die Umstände der Präsidentschaftswahl und die dahinter stehenden Netzwerke. Am Beispiel einer vollkommen unbekanntem Partei wird gezeigt, dass politische Strömungen, welche die Souveränität Frankreichs gegenüber einer langfristig angelegten Europa-Strategie bestimmter Kreise verteidigen, keine Chance haben, ihre Positionen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der zweite Teil wird anhand des Gegensatzes zwischen Charles de Gaulle und Jean Monnet aufzeigen, wie diese EU-Politik von langer Hand angelegt wurde und systematisch die Auflösung der souveränen Staaten anstrebt.

Eigentlich ist es ein sehr ungewöhnlicher Vorgang, dass eine Persönlichkeit in einer westlichen Demokratie, ohne jemals zuvor durch Wahlen in ein Amt gelangt zu sein und ohne Unterstützung der etablierten Parteien, in das höchste Amt eines Staates gewählt wird. Dem neuen französischen Präsidenten Emmanuel Macron ist das gelungen. Schon 2015 antwortete er auf die Kritik, er strebe Reformen an, ohne durch Wahlen legitimiert zu sein: »Die Wahl ist eine Karriere alter Zeiten.«¹ In den Medien wird Macrons Erfolg maßgeblich auf seine faszinierende Persönlichkeit zurückgeführt. ›Der Spiegel‹ berichtet: »Macron mag mit En Marche! die Französische Republik mit einer Graswurzelbewegung erobert haben.[...] Was ihm [...] zugutekommen könnte ist seine außergewöhnliche Fähigkeit, Menschen für sich einzunehmen. [...] Er ist ausgezeichnet im Verführen. Seine Anhänger, seine Mentoren oder

Mäzene hat er so gewonnen.«² Seine Biographin Anne Fulda vergleicht ihn mit Napoleon: »Er hat auch eine ähnliche Husarenmanier. Natürlich ist das jetzt kein Staatsstreich, aber Macron hat einen geradezu stählernen Glauben an sich selbst gezeigt, der an den jungen Bonaparte erinnert.«³

Macron hat offensichtlich die Fähigkeit, viele Menschen in seinen Bann zu ziehen. Für seinen Wahlerfolg war dies jedoch nicht ausschlaggebend. Diesen hat er vielmehr einer geradezu beispiellosen Medienberichterstattung zu verdanken. Der Politologe Thomas Guénolé hat berechnet, dass Macron seit Gründung seiner Partei im Frühjahr und Sommer 2016 in den Printmedien eine Präsenz von 43 % gegenüber einer Präsenz von 17% in den sozialen Netzwerken erreichte: »Die Abweichung ist so erheblich, dass sachgemäß diese Situation nur als eine riesige mediale Blase bezeichnet werden

die Drei 10/2017

kann. Die Marke Macron wurde somit mittels eines bei Werbeprofis gut bekannten Effekts verkauft: dem ›Mere-Exposure-Effekt‹ (Effekt des bloßen Kontakts). Hierbei werden gegenüber einem Objekt bei der Bevölkerung gezielt künstlich positive Gefühle erzeugt, und zwar dadurch, dass dieses Objekt permanent wiederholt wird. Kurz gesagt: Die mediale Blase Macron war ein massiver Hype. Man muss 10 Jahre zurückgehen, also in die Zeit, als N. Sarkozy noch Innenminister war, um einen ähnlichen Tsunami zu finden.«⁴

Auffallend war auch der wohlwollende Ton der Journalisten: Macron stehe für Modernität und Erneuerung. Sein privates Leben fasziniert die Boulevardpresse. Seiner Partei wurde von den Medien sogar als »Graswurzelbewegung« dargestellt. Hier sollte wohl der Eindruck erweckt werden, dass sich diese Partei von unten aus dem Volk heraus gebildet hätte. Hingegen wurde gegenüber dem aussichtsreichen Gegner Macrons, François Fillon, eine ganz andere Stimmung erzeugt. In ungewohnter Schnelligkeit wurden juristische Verfahren eröffnet und bestimmten wochenlang die Schlagzeilen. Zwar waren die Anklagen durchaus moralisch berechtigt, doch ist eine Schuldigsprechung Fillons auf der Grundlage der bestehenden Gesetze unwahrscheinlich. Kaum war die Wahl vorbei, war das Thema aus den Zeitungen verschwunden. Was sind die Gründe für diese durchweg positive Berichterstattung der zentralen Printmedien, die den Weg zu Macrons Wahlsieg ganz offensichtlich gebnet hat?

Macrons Aufstieg

Die naive Erwartung an ein demokratisches System beinhaltet, dass diejenigen Persönlichkeiten, welche die maßgebliche politische Richtung bestimmen, durch Wahlen in ein politisches Amt gelangen. Der Realität der westlichen Demokratien entspricht das nicht. Schon Rudolf Steiner stellte 1919 fest, dass etwa ab der Zeit der Reformation die Herrscher nur noch Handlanger der ökonomischen Menschen sind, und bemerkt weiter: »... alles das, was sich in Gesetz und Recht ergeben hat – man studiere es

nur durchgreifend -, das ist einfach eine Folge desjenigen, was ökonomische Menschen gedacht haben. Erst im 19. Jahrhundert kommt herauf an die Stelle des ökonomischen Menschen der bankiermäßig denkende Mensch, und erst im 19. Jahrhundert wird ganz und gar diejenige Ordnung geschaffen, die eigentlich durch die Geldwirtschaft alle übrigen Verhältnisse zudeckt. Man muß diese Dinge nur einsehen können, muß sie richtig empirisch, erfahrungsgemäß verfolgen können.«⁵

Der Aufstieg Emmanuel Macrons bietet den Anlass, diese Aussage Rudolf Steiners empirisch zu überprüfen.

In beträchtlicher Weise mitgewirkt an diesem Aufstieg hat der Wirtschaftswissenschaftler, Spitzenbeamte und Publizist Jacques Attali. Der langjährige Berater von François Mitterrand ist eine wichtige Persönlichkeit der französischen Politik. Er wurde 2007 von Nicolas Sarkozy beauftragt, ein wirtschaftliches Reformprogramm zu konzipieren. Als Stellvertreter des Generalberichterstatters benannte er den damals 30-jährigen Emmanuel Macron. Ebenso empfahl Attali Macron der Pariser Investmentbank Rothschild & Cie, bei der er schnell zu einem der wenigen geschäftsführenden Teilhaber aufstieg. Auch auf Empfehlung von Attali wurde Macron 2012 stellvertretender Generalsekretär des neuen Präsidenten François Hollande, von dem er wiederum im Juni 2014 zum Wirtschaftsminister ernannt wurde und somit erstmals ins politische Rampenlicht trat. Im April 2016 gründete Macron seine Partei ›En Marche!‹. Ende August trat er vom Amt des Wirtschaftsministers zurück.

Ein Vorbild für diese Kampagne scheint der Wahlkampf 2008 von Barack Obama gewesen zu sein: »2008 war das Programm von Obama der Kandidat selbst«, so Macrons Pressesprecher Benjamin Griveaux.⁶ »Die Kampagne von Macron sei...«, so die ›Deutschen Wirtschafts Nachrichten‹, »wie das Marketing eines erfolgreichen Start-up-Unternehmens: Erfrischend, ideenreich, mit genauer Zielgruppenanalyse und äußerst konzentriert.«⁷ Auf ein Wahlprogramm – dieses lag erst kurz vor dem Wahltermin im März 2017 vor – konnte Macron

verzichten: »Die Politik ist Mystik. [...] Darin besteht mein ganzer Kampf. Es ist ein Irrtum zu glauben, dass das Programm im Kernstück einer Wahlkampagne steht.«⁸

Politik beruht auf Inszenierung und nicht auf Inhalten. Dem Wähler muss etwas vorgespielt werden. Macron war sich dessen vollkommen bewusst. Eine gute Inszenierung bedarf aber nicht nur guter Schauspieler, sondern einer guten Regie und vieler Kräfte, die helfen, den Hauptdarsteller in Szene zu setzen. Bei den Wahlen im April und Juni konnte Macron auf diese Kräfte bauen. Aber hat er dadurch wirklich einen Rückhalt in der Bevölkerung? Bei der Präsidentschaftswahl im April erreichte er im ersten Wahlgang 24,0%. D.h. ihm reichten 18,2% der registrierten Wähler, um sich für den zweiten Wahlgang zu qualifizieren. Es brauchte keiner hellseherischen Begabung, um den Ausgang der Stichwahl gegen Marine Le Pen vorherzusagen. Bei der im Juni folgenden Parlamentswahl – die Wahlbeteiligung lag hier nur noch bei 42,6%⁹ – stimmten 18,9% der registrierten Wähler im 2. Wahlgang für »La République En Marche!« und deren Koalitionspartner (»MoDem«). Das reichte für eine Mehrheit von 350 der 577 Sitze im Parlament.¹⁰ Das Ergebnis zeigt aber zugleich eine erstaunliche Diskrepanz zwischen der formalen Mehrheit und der wirklichen Stimmung in der französischen Bevölkerung.

Die Politik der Netzwerke

Das Beispiel zeigt: Im heutigen »demokratischen« Wahlsystem bestimmt nicht die Bevölkerung, welche politischen Positionen in einem Land in Zukunft richtungsweisend werden. Allenfalls verdeutlichen diese Rituale dem Wähler und der Welt, welche Gruppe innerhalb der politischen Elite eines Landes ab nun den Ton angeben wird. So sah Jacques Attali schon 2014 den gerade zum Wirtschaftsminister ernannten, aber da noch weitgehend unbekanntem Macron als zukünftigen Präsidenten und behauptete sogar auch schon die nächste Präsidentin(!) zu kennen.¹¹

Hinter Macrons Aufstieg als neuen Führer stehen ganze Netzwerke, die an verschiedenen



Foto: Official LeWeb Photos (CC BY 2.0)

Emmanuel Macron im Dezember 2014

Stellen seiner Laufbahn in Erscheinung treten. So nahm er 2012 am Programm der »Young Leaders« der »French-American Foundation« teil.¹² Durch dieses Programm werden jährlich 20 Amerikaner und 20 Franzosen zwischen 30 und 40 Jahren darauf vorbereitet, in Zukunft eine wichtige Rolle in der Politik, den Medien oder

1 www.lepoint.fr/politique/pour-macron-passer-par-l-election-est-un-cursus-d-un-ancien-temps-28-09-2015-1968726_20.php

2 Julia Amalia Meyer: »Der Verführer«, in: »Der Spiegel« Nr. 20, 13. Mai 2017, S. 10-16.

3 www.faz.net/aktuell/politik/wahl-in-frankreich/gespraech-mit-macrons-biographin-anne-fulda-15001903-p4.html?printPagedArticle=true#pageIndex_4

4 Guérolé meint die Präsidentschaftskandidatur Sarkozys. Vgl. <http://tempsreel.nouvelobs.com/presidentielle-2017/20170217.OBS5437/la-bulle-macron-un-matrasage-publicitaire-massif.html>

5 Rudolf Steiner: »Der innere Aspekt des sozialen Rätsels« (GA 193), Dornach 2007, S. 174

6 <http://an-2000.blogs.liberation.fr/2017/02/12/macron-pas-de-programme/>

7 deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2017/05/14/macron-leaks-enthuellen-machtwechsel-paris-von-langer-hand-geplant/

8 www.lejdd.fr/Politique/Emmanuel-Macron-confidences-sacrees-846746

9 Es ist die niedrigste Wahlbeteiligung bei Parlamentswahlen seit 1848!

10 https://de.wikipedia.org/wiki/Parlamentswahl_in_Frankreich_2017: Macrons »La République en Marche!« erreichte im zweiten Wahlgang 8.427.222 Stimmen von 47.292.967 registrierten Wählern.

11 Jacques Attali auf BFM-TV, 27.8.2014. www.youtube.com/watch?v=UdWD1A3mumc.

12 Vgl. www.frenchamerican.org/young-leaders

der Wirtschaft zu übernehmen.¹³ Kurz bevor Macron zum Wirtschaftsminister ernannt wurde, besuchte er zudem im Mai 2014 die Bilderberg-Konferenz. Hier treffen sich auf Einladung hinter für der Öffentlichkeit verschlossenen Türen jährlich zwischen 120 und 150 einflussreiche Persönlichkeiten aus Politik, Presse und Wirtschaft.¹⁴ Außer Macron nahmen zwischen 2014 und 2016 lediglich drei weitere französische Politiker an den Konferenzen teil: der ehemalige französische Premierminister Alain Juppé (er trat auch 2017 zur Präsidentschaftswahl an), sein damaliger Pressesprecher, nun neuer französischer Premierminister, Édouard Philippe und die EU-Abgeordnete Sylvie Goulard.¹⁵ Sowohl der neue Premierminister als auch der neue Staatspräsident Frankreichs wurden somit in diese Kreise eingeführt, bevor sie in größerem Stil öffentlich wirksam wurden.

Sowohl das Programm der ›Young Leaders‹ als auch die Bilderbergkonferenz dienen zur Vernetzung der Entscheidungsträger in Wirtschaft, Politik und Medien. Solche Treffen dienen jedoch auch Kreisen, die selbst nicht in der Öffentlichkeit auftreten, die aber – es kennzeichnet das den bankiersmäßig denkenden Menschen – maßgeblichen Einfluss auf die Kapitalprozesse haben, ihre Interessen wirksam lancieren zu können.¹⁶ Der Öffentlichkeit werden diese Treffen oder Programme nicht verschwiegen. Über eigene Webseiten¹⁷ pflegen sie ihre Selbstdarstellung, und die Medien berichten, wenn wichtige Treffen stattfinden. Näheres über die besprochenen Inhalte erfährt die Öffentlichkeit allerdings nicht. Die Teilnehmer sind zum Schweigen verpflichtet, auch wenn der Anschein der Öffentlichkeit gewahrt wird. Der breiten Öffentlichkeit ist wenig bewusst, in welchem Ausmaß von solchen Netzwerken die Steuerung des politischen Kurses beeinflusst ist. Für Frankreich gilt dies in besonderer Weise, da dort Medien, Staat und Wirtschaft auch strukturell sehr eng verbunden sind. Ganz offen kontrolliert der Staat direkt wichtige Bereiche der Wirtschaft: Energie, Eisenbahn, Raumfahrt, Aeronautik. Die Medien sind entweder abhängig vom Staat oder in der Hand von wenigen Geschäftsgruppen, deren Eigentümern die Pres-

sefreiheit nicht unbedingt als höchstes Gut gilt. ›Reporters without Borders‹ stuft Frankreich daher nur auf Platz 39 ihres ›World Press Freedom Index‹ ein.¹⁸ Problematisch ist auch, dass die Medien, insbesondere die Zeitungen, hohe Staatszuschüsse bekommen, wodurch ihre Unabhängigkeit vom Staat als fraglich betrachtet werden muss.¹⁹

›La pensée unique‹ und Front National

Durch die immer stärkere Vernetzung von Medien und Politik entsteht eine Einseitigkeit, die schon in den 1990er Jahren als ›la pensée unique‹ (›Einheitsdenken‹) beschrieben wurde.²⁰ Dieses beherrschende Gruppendenken basiert auf neoliberalen Grundlagen, treibt die Vertiefung der Europäischen Union voran und hat für die Wiedereingliederung Frankreichs in die NATO gesorgt. Als einzige Alternative wurde von den Medien der ›Front National‹ (FN) aufgebaut. Diese 1972 aus dem Zusammenschluss verschiedener nationalkonservativer und rechtsradikaler politischer Strömungen hervorgegangene Partei operiert am äußersten rechten Rand und ist insbesondere durch regelmäßige antisemitische und fremdenfeindliche Äußerungen der Familie Le Pen zu einem Schreckgespenst für die große Mehrheit der französischen Wähler geworden. Politische Positionen, die diese Partei besetzt, z.B. zu Fragen der Staatssouveränität, werden dadurch diskreditiert und können von anderen politischen Richtungen nicht mehr thematisiert werden, ohne Gefahr zu laufen, selbst ins rechte Lager eingeordnet zu werden. Die Formierung einer echten politischen Opposition gegen das ›la pensée unique‹ wird dadurch systematisch verhindert. Durch die mediale Fokussierung des FN erscheinen Positionen wie die Macrons letztendlich als alternativlos.

Echte Graswurzelbewegung

Wie gering die Chance politischer Strömungen ist, welche die herrschende Pro-EU und Pro-NATO-Linie in Frage stellen, überhaupt öffentliche Aufmerksamkeit zu bekommen, zeigt das Beispiel der von François Asselineau 2007 gegrün-

deten ›Union Populaire Républicaine‹ (UPR). Asselineau sammelte ab den 1990er Jahren seine politischen Erfahrungen als Spitzenbeamter in verschiedenen Ministerkabinetten der französischen Regierung. Er beobachtete den zunehmenden Verlust der Souveränität Frankreichs durch die Einbindung in die Europäischen Verträge und in die NATO, und das, obwohl der französische Wähler 2005 in einem Referendum zur Annahme des Vertrages über eine Verfassung für Europa mit 55,7% gegen diesen Vertrag votierte. Die politische Elite setzte sich über dieses Votum hinweg und setzte zwei Jahre später die gewünschten Ziele im Vertrag von Lissabon um. Ziel der UPR ist, »den Austritt Frankreichs aus den Europäischen Verträgen und der NATO mit Ruhe, im Alleingang, auf demokratischem Wege und in Übereinstimmung mit dem Völkerrecht zu erreichen«. ²¹ Die UPR möchte alle politischen Kräfte zur Verteidigung der Staatssouveränität zusammenbringen und vergleicht sich mit der Widerstandsbewegung im Zweiten Weltkrieg. Eine Zielsetzung, die dem herrschenden Gruppendenken somit diametral entgegensteht. Es ist daher nicht verwunderlich, dass über die UPR in den Leitmedien jahrelang nicht berichtet wurde.

Im Gegensatz zu Macrons ›En Marche!‹ kann die UPR wirklich als Graswurzelbewegung bezeichnet werden, die sich trotz konsequenter Nicht-Beachtung der Medien langsam aber stetig entwickelte. Asselineau setzte dabei auf Vortragsreisen, in denen er die wirtschaftlichen und politischen Grundlagen der Zugehörigkeit zur EU und NATO darlegt, und auf die Verbreitung seiner Ideen über das Internet. Die Mitgliederzahl der Partei stieg im Jahr 2014, in dem sie erstmalig an der Europawahl teilnahm, auf 5.000. Bei regionalen Wahlen in 2015 trat sie mit über 2.000 Kandidaten an. Dennoch blieb die Berichterstattung in den Medien rudimentär. ²² Appelle an die Medienaufsichtsbehörde blieben erfolglos. 2017 gelang es Asselineau, die Kriterien der Präsidentschaftswahl zu erfüllen. Die Mehrzahl der Franzosen erfuhren dadurch zum ersten Mal überhaupt von der Existenz dieser Partei, die – in Bezug auf die Anzahl ihrer Mitglieder (28.000 im August 2017) ²³ –

mittlerweile zur fünftgrößten Partei Frankreichs aufgestiegen war.

Das Beispiel zeigt, dass eine wirklich offene Debatte über Positionen, die den Zielen bestimmter Gruppen widerspricht, nicht geführt werden kann. Vielmehr wird deutlich, wie stark die öffentliche Meinung gelenkt wurde, sodass die französische Präsidentschaftswahl 2017 zugunsten Macrons ausfallen konnte. Denn Macron soll, wie der 2. Teil zeigen wird, ein »altes Projekt« retten, das in den 1940er Jahren begonnen wurde und nun zu scheitern droht.

13 Die Liste der ehemaligen Teilnehmer der ›Young Leaders‹ ist beeindruckend: Viele der gegenwärtigen französischen Chefredakteure, Starjournalisten, CEOs französischer multinationaler Konzerne und Politiker sind dort zu finden (vgl: www.fr.wikipedia.org/wiki/French-American_Foundation). Sowohl François Hollande als auch viele Minister seines Kabinetts sowie des Kabinetts Sarkozy haben dieses Programm absolviert. Siehe hierzu den Artikel von Jean-Michel Quatrepoint: ›Des missionnaires aux mercenaires‹, www.monde-diplomatique.fr/2016/11/QUATREPOINT/56762. Im Rahmen der Atlantik-Brücke e.V. existiert seit 1973 ein ähnliches Programm für Deutschland.

14 www.bilderbergmeetings.org/

15 Sowohl Philippe (2012) als auch Juppé (1981) haben das Programm der Young Leaders absolviert.

16 siehe Fußnote 14.

17 Vgl. www.bilderbergmeetings.org

18 www.rsf.org/fr/france

19 Vgl.: www.bpb.de/internationales/europa/frankreich/153250/medien: »Kein Land in Europa subventioniert die Presse mehr als Frankreich: nach Elysée-Angaben (2009) mit 1,4 Milliarden Euro pro Jahr. Auch die neuen Internet-Nachrichtendienste wie Rue89, Mediapart oder Slate, zuerst als freie Medien gefeiert, hängen noch am staatlichen Tropf«.

20 www.monde-diplomatique.fr/1995/01/RAMONET/6069

21 www.upr.fr/francois-asselineau-president-de-l-upr

22 In den überregionalen Zeitungen, Radiosendungen und Fernsehen wurde bis März 2017 nicht mehr als fünfmal über Asselineau oder die UPR berichtet.

23 Laut eigener Angabe der UPR am 21. August 2017 (www.upr.fr/). Zum Vergleich zählten in 2016 ›les Verts‹ und die ›le Parti de Gauche‹ 4.000 bzw. 8.000 Mitglieder (www.leparisien.fr/politique/militantisme-les-partis-sont-a-l-agonie-23-04-2016-5739365.php).