

Schlagwörter als Klimapolitik: Verzerrung oder Hilfe?

Green. New. Deal. Drei bedeutungsgeladene Worte, drei zu einem Schlagwort verbundene Wörter, eine politolinguistische *Montage*? Was bedeutet es? Was bewirkt es?

Im folgenden Thesenpapier sollen politisches Sprachhandeln rund um den Begriff *Green New Deal* sowie damit in Verbindung gesetzte Schlagwörter reflektiert, interpretiert und bewertet werden.

Im Kontext der in der europäischen Klimapolitik dominanten *Deal*-Semantik stellt der vorliegende Beitrag die These zur Debatte, inwiefern Schlagwörter allgemein, insbesondere aber Schlagwörter im Geleit des (*Green*) *New Deal* für politisches Sprachhandeln Segen und/oder Fluch sein können.

„Segensreich“ sind Schlagwörter, so die hier vertretene These, weil sie breitenwirksam mobilisieren und motivieren können – eine Eigenschaft, die gerade in Hinblick auf die zivilgesellschaftliche Rolle bei ökologischen Reformen von kaum zu unterschätzender Bedeutung sind. Problematisch sind Schlagwörter hingegen, weil ohne eine fortlaufende politolinguistische Befragung des Sprachhandelns der verschiedenen Debatten- und Verhandlungspartner*innen oft nur ein „fauler Deal“ erreicht werden kann; d.h. dass ein Konsens nur vermeintlich und auf dem Papier besteht, in Implementierung und Praxis jedoch scheitert – oft, weil ein Schlagwort von den verschiedenen Seiten unterschiedlich instrumentalisiert wird.

Deshalb lautet eine daran anschließende zweite These, dass das bestimmende (Teil-)Schlagwort *Deal* in der europäischen Klimapolitik immer schon einen impliziten Anspruch beinhalten müsse, Verständigungsbedingungen offen auszuhandeln (d.h. philosophisch gesprochen eine hermeneutische Voraussetzungen zu klären) sowie damit einhergehend eine Ethik zur *fairen* Verständigungsbereitschaft zu befolgen, d.h. mit anderen Worten, die Bereitschaft und das *Commitment* zu gewährleisten, politischen Gegner*innen keine trojanischen Pferde in Sprachform „unterzujubeln“ bzw. das Gegen*über im Unklaren und Unkonkreten zu lassen.

Das Thesenpapier gliedert sich dazu in drei Abschnitte:

- (1) Einen begriffsgeschichtlichen Abschnitt, der historische Kontexte und Indices von Schlagwörtern sowie deren genealogische Aufladung und Weiterentwicklung am Beispiel vom (*Green*) *New Deal* ins Bewusstsein rufen versucht.

- (2) Ein probeartiger Ausschnitt verschiedener politolinguistischer Zugriffe, die komplexe Analysemöglichkeiten politischer Sprachhandlungen vergegenwärtigen.
- (3) Ein Appell zu einer zweifachen ‚Ethik von Schlagwortpolitik‘, die Chancen von politischen Schlagwörtern wahrnimmt, aber auch damit verbundene Gefahren transparent macht.

(1) Neuaufladung eines geschichtsträchtigen Erfolgsrezepts

Im englischen Alltagsvokabular wird der Begriff *New Deal* hauptsächlich mit ‚Neuanfang‘ assoziiert und hat seinen alltagssprachlichen Bezugspunkt im semantischen Feld der Kartenspiele. *Deal*en meint dort das Austeilen der Spielkarten. Dementsprechend lässt sich der Begriff *New Deal* mit der Wendung „die Karten neu verteilen“ ins Deutsche sinngemäß übertragen.

Seit dem Reformprogramm der Regierung von Franklin D. Roosevelt steht der Begriff in der politischen Lexik für sog. ‚gesamtgesellschaftlichen‘ Erfolg einschneidender Reformbestrebungen. Dieser Erfolg findet seinen historischen Ausdruck vor allem im Narrativ einer breitenwirksamen Reformdynamik, die es am Beginn der 1930er ermöglicht hat, in beiseitloser Weise große Teile der U.S.-Bevölkerung zu motivieren. In den krisengeschüttelten USA dieser Zeit erhält Roosevelts Reformprogramm breite überparteiliche Zustimmung und es gelingt seiner Regierung, den drohenden Totalzusammenbruch in Folge der Weltwirtschaftskrise abzuwenden. Roosevelt greift dafür zu krisenaffiner Kriegsmetaphorik: „I pledge myself to a new deal for the American people. This is more than a political campaign. It is a call to arms“ (Roosevelt 1932) In Abschwächung einer linkspolitisch orientierten ‚Neuverteilung‘ der sozialen Karten betont Roosevelt den gesellschaftlichen Kompromiss – also den *Deal* – im kaufmännischen Sinne, der bestenfalls zu einem Win-Win-Geschäft für alle Beteiligten werden soll und gerade keine antikapitalistische Revolution losstreten, sondern im Gegenteil in gewisser Weise sogar den Kapitalismus vor den Kapitalisten retten würde. In den darauffolgenden sechs Jahren setzt die Regierung Roosevelt unter dem Schlagwort *New Deal* vielfältige und umfassende politische Maßnahmen und staatliche Investitionen um.

Was dieser *New Deal* rückblickend gewesen ist und wie erfolgreich er war, welche ‚Karten‘ tatsächlich neu verteilt wurden bleibt eine anhaltende Debatte in unterschiedlichen Fachdisziplinen.

Kennzeichnend für die narrative Wirkmächtigkeit des Schlagworts *New Deal* ist eine öffentliche Wahrnehmungsverschiebung und ein Ineinandergreifen und -übergehen von politischen Strukturen (Polity), Prozessen (Politics) und Inhalten (Policy) unter den semantischen Vorzeichen einer notwendigen Reform. Mit anderen Worten steht der *New Deal* für Inhalte, die konkrete Prozesse bewirkte, die wiederum konkrete Strukturen herausbilden konnte. Die öffentliche Wahrnehmungsverschiebung im *New Deal* lässt sich u.a. folgendermaßen nachzeichnen: Während der Deal anfangs semantisch stark für einen sozialpolitischen Neuanfang und eine ‚Neuverteilung der Spielkarten‘ stand, rückte gerade in der rückblickenden Nacherzählung der *Deal* als profitables Geschäft in den Vordergrund. Ein prägendes Beispiel dafür und aktuell brisanter denn je ist Donald J. Trumps *The Art of the Deal* (1987). Im Buch wie auch in Trumps politischem Sprachhandeln stehen das maximal gewinnbringende (wenn nicht sogar skrupellose) Verhandeln, Überzeugen und Durchsetzen im Zentrum.

Für unsere Belange hier gilt daraus festzuhalten, dass mit dem Begriff *New Deal* ein Erfolgsversprechen von konsensual getragenen Reformen im Angesicht der drohenden Totalkatastrophe assoziiert werden.

Das im historischen ‚Zauberwort‘ *New Deal* verpackte Narrativ brachte 2007 den New York Times Journalisten Thomas Friedman schließlich dazu, das Kompositum mit dem Zusatz *Green* als *Green New Deal* im Zuge der Klimakrise ins Feld zu führen. Und wiederum fällt auf, dass eine krisenaffine Kriegsmetaphorik zum Einsatz kommt: „‘Climate emergency’ is not just an empty phrase, it is a call to arms.“ (Corner 2018)

2022, im Geleit des sog. Greta-Effekts sowie parteiprogrammatischen Interventionen von Alexandria Ocasio-Cortez, Bernie Sanders und Jeremy Corbyn, bildet der GND (Green New Deal) eine standardisierte Grundvokabel politischer Lexik. Was genau unter dem GND zu verstehen ist, ist wenig überraschend abhängig vom jeweiligen politischen Standpunkt bzw. von der Interessensgemeinschaft. Außerdem zeichnen sich größere semantische Verschiebungen im Vergleich zwischen dem diesbezüglichen politischen Sprachhandeln in den USA und Europa ab.

Paradigmatisch steht dafür europäischerseits Ursula von der Leyens *European Green Deal*. Die Auslassung des *New* soll dabei für ein behutsames Vorgehen im Umbau der europäischen Wirtschaft stehen, so die mehrheitlichen Deutungsversuche.

Im Gegensatz zu den anglo-amerikanischen GND-Programmen von Bernie Sanders und Jeremy Corbyn setzt der *European Green Deal* auf finanzielle Anreize und profitable private Investitionen, die sog. *Green Finance*, und lehnt Verstaatlichungen allgemein ab.

Ein weiteres Beispiel findet sich in der Debatte um das Label *Green*: Im Frühjahr 2022 führten Emmanuel Macrons Ankündigungen, bis zu 14 neue Atomkraftwerke in Frankreich zu bauen, verbunden mit einem brisanten Taxonomie-Vorschlag der EU-Kommission für hitzige Debatten zur Frage, was ‚grün‘ sei: Ist Kernenergie grün? Ein grünes Label für Kernenergie biete Anreize für Privatinvestoren und würde erhebliche Fortschritte auf dem Weg zu den *Green Deal* Zielen bedeuten, so Befürworter*innen. Das Label *green* ist hier sprichwörtlich Gold wert. In dieser Debatte zeigt sich besonders klar, die semantische Ambivalenz im Schlagwort ‚Deal‘: Soll es ein umfassendes Umdenken (Neuanfang) sein, oder handelt es sich um ein profitables Geschäft (für zumindest eine Seite der involvierten Verhandlungspartner*innen)?

Ein Ertrag dieser kurzen begriffsgeschichtlichen Reise entlang des (*Green*) *New Deal* soll die einerseits selbstverständliche, aber andererseits dann oft in Vergessenheit geratene historische Verortung sowie Transformationsgeschichte von Schlagwörtern sein. Ob nun als radikaler Neuanfang, als lukrativer Geschäftsabschluss, mit *Green* und ohne *New*, Geschichte und ehemalige Bedeutungszusammenhänge prägen Schlagwörter in bleibender und wirksamer Weise – auch wenn den Sprecher*innen oft nicht mehr präsent ist, welche Geschichte und Bedeutungsentwicklungen die Worte, die sie gebrauchen, im Detail mitbestimmen.

(2) *Politolinguistische Analyse*

Gemeinsam kann von allen politischen Standpunkten rund um den *Green New Deal*, pro oder kontra, ausgesagt werden, dass eine ökologische Umprägung der Wirtschaft mit Verbesserungen im Gemeinwohl gekoppelt werden soll. Fragen, worin Umprägung und soziale Verbesserungen bestehen sollen und welche Kriterien diese leiten wird und welche Konsequenzen dabei zu beachten sind, und ob ebendieser *Green New Deal* längst überfällig ist oder den Untergang des Abendlandes bedeutet, machen den GND zum politischen Kampffeld mit den dazugehörigen semantischen Kämpfen rund um Bedeutungshoheit und Verwendungshoheit über die darin zum Zug kommenden Schlagwörter: Klimakrise, Klimakatastrophe, Klimaneutralität, Klimaschutz, Klimawandel,

Folgend soll exemplarisch eine politolinguistische Analyse rund um den GND skizziert werden:

Der Begriff *Green New Deal* soll hier als mögliches Ideologievokabular untersucht werden. Als Ideologievokabular werden insbesondere sog. ‚Schlagwörter‘ kategorisiert, die komplexe Wertvorstellungen und Denkmuster einer politischen Gruppe (1) vereinfachend abbilden und (2) damit verbundene Werte innerhalb und außerhalb dieser Gruppe sprachfähig machen. Sie besitzen aufgrund einer besonderen Aktualität gesteigerte affektive Anziehungskraft, weil sie unmittelbar auf strittige Auseinandersetzungen in der öffentlich-politischen Kommunikation Bezug nehmen bzw. diese in gestaltbarer Form aktualisieren und beeinflussen. Ihnen kommt damit ein erhöhtes Persuasionspotential zu. Sie werden in Regel in binären Strukturen als entweder klar positiv oder negativ wahrgenommen. Gerade eine suggestive Wortwahl bestimmt die die Strategie von Schlagwortpolitik.

Schlagwortpolitik vollzieht sich insbesondere im ‚Besetzen‘ von Begriffen: „Viele Wörter, die im eigentlichen Sinne nicht politisch sind, werden in bestimmten Zusammenhängen semantisch aufgeladen und erhalten dann eine zusätzliche Bedeutung bzw. Wertung.“ (Girnth/Hofmann 2016). Thomas Niehr benennt vier Formen des ‚Besetzens‘:

- (1) Begriff prägen: Sachverhalt, Ausdruck und Inhalt eines Begriffs werden neu gebildet.
- (2) Bezeichnungskonkurrenz (Neuprägung) meint einen einzigen Sachverhalt, der in unterschiedlichen Gruppen mit unterschiedlichen Wörtern bezeichnet wird. Ein Beispiel für Bedeutungskonkurrenz bilden die beiden Schlagwörter ‚Klimanotstand‘ und ‚Klimahysterie‘ (Unwort des Jahres 2019). Eine Frage ist hier, womit verknüpft wird, z.B. ‚Soldiarität‘ mit ‚zukünftigen Generationen‘.
- (3) Deskriptive Bedeutungskonkurrenz meint hier dasselbe Wort, das von unterschiedlichen Gruppen mit unterschiedlicher Bedeutung aufgeladen wird. Die Farbbezeichnung ‚grün‘ bedeutet in der Regel die Tätigkeit von ökologisch nachhaltigen Investitionen mit dem Ziel eines ‚nachhaltigeren‘ Finanzwesens (oder wie beispielsweise auf den ICE-Zügen zu lesen ist: „Das ist grün. Unterwegs mit Ökostrom. Nr.1“) Eine kontextabhängige Ambivalenz rund um das semantische Feld des „Grünen“ zeigt sich exemplarisch im Kontrast vom Sprachgebrauch z.B. des ‚grünen Finanzwesens‘ (Europäisches Parlament) und ‚links-grün versiffter Gesinnungspolitik‘. Gerade im Gefolge der Neuen Rechten und der Leugnung der menschengemachten globalen Erwärmung steht ‚grün‘ klar für den politischen Gegner und dient als Feindbild.
- (4) Deontische Bedeutungskonkurrenz meint einen Sachverhalt, der eine Handlungsanweisung beinhaltet und auf die Rezipienten Einfluss nimmt.

(3) Ethik der Schlagwortpolitik

Die Dringlichkeit der klimapolitischen Reformbemühungen wird vom Bewusstsein begleitet, dass eine effiziente Klimapolitik einem gesamtgesellschaftlichen Schulterschluss bedarf. Vor diesem Hintergrund bietet eine Klimapolitik, die als Schlagwortpolitik betrieben wird sowohl große Chancen als auch Risiken. Die Chancen von Schlagwörtern liegen gerade ihrer Funktion, bestehende Überzeugungen und Standpunkte neu zu prägen sowie Handlungsaufforderungen breitenwirksam zu transportieren. Es ist kaum zu bezweifeln, dass eine effektive Klimapolitik ohne einen gesamtgesellschaftlich zu vollziehenden Gesinnungswandel möglich ist. Für diese Herausforderung bietet ‚gute‘, d.h. verantwortungsvolle Schlagwortpolitik nicht nur die Möglichkeit, breitenwirksam Bereitschaft für Reformen zu schaffen, sondern bietet den verschiedenen Verhandlungspartner*innen semantische Spielräume neue gemeinsame Agenden zu formulieren und diese in überzeugender Weise zu kommunizieren. In der jüngeren Politikgeschichte gelang dieser politolinguistische Kunstgriff beispielsweise mit dem Schlagwort ‚Soziale Marktwirtschaft‘. Dieser Begriff vermochte vermeintlich entgegengesetzte politische Programme, soziale Gerechtigkeit einerseits und die Interessen einer Wettbewerbswirtschaft andererseits, als ein gemeinsames, majoritäres und konsensuelles politisches Programm zu kommunizieren, wobei auch hier die zahlreichen polemogenen Nuancen nicht verschwiegen werden sollen.

Neben dem großen Potential, das ein von Schlagwörtern geleiteter Diskurs für die aktuellen klimapolitischen Debatten zu bieten hat, darf über das Konfliktpotential und damit über die Ambivalenz eben dieser Schlagwortpolitik nicht hinweggesehen werden. Dies trifft insbesondere zu, wenn Schlagwörter im politischen Sprachhandeln dazu verwendet werden, um Verhandlungspartner*innen und deren Ziele zu unterlaufen bzw. diese mit sogenannten semantischen ‚Trojanischen Pferden‘ suggestiv in die Irre zu führen bzw. zu täuschen.

Vor diesem Hintergrund zeigt sich die Bedeutung einer Ethik der Schlagwortpolitik. Eine dergestalt Ethik könnte beispielsweise dadurch zum Ausdruck kommen, Schlagwörter primär für die Suche und Vermittlung eines gemeinsamen demokratisch-konsensualen Programmes zu gebrauchen; diese aber nicht für polit-strategisches Kalkül im Interesse der eigenen Seite zu instrumentalisieren.

Somit stellt sich mit Blick auf eine Ethik der Schlagwörter als entscheidende Frage, worin diese Ethik ihre konkrete Anwendung finden kann. Was bedeutet es konkret im Kontext klimapolitischer Debatten verantwortungsvoll Schlagwörter zu gebrauchen? Ein möglicher Weg führt uns zum zentralen Schlagwort dieses Arbeitskreises zurück, dem *(Green) New Deal*.

Wie schon in der wirkmächtigen Implementierung bei Roosevelt steht der Deal-Begriff zwischen einem größtmöglichen Vorteil der eigenen Verhandlungspartei und einem tatsächlichen ‚Neuanfang‘, der aber nicht einseitig (à la Revolution), sondern konsensual und gesamtgesellschaftlich gedacht werden muss.

Gerade hier beginnt die Arbeit einer politolinguistischen Hermeneutik, die als Bedingung der Möglichkeit einer Ethik angesehen werden kann. Hermeneutische Arbeit sucht vor diesem Hintergrund die laufenden Verständnisse und Missverständnisse der Verhandlungspartner*innen zu erkennen und mit Blick auf die unterschiedlichen kulturellen, historischen und sozialen Voraussetzungen transparent und übersetzbar zu machen.

Conclusio

Abschließend kann zusammengefasst werden, dass eine Schlagwortpolitik gerade im Kontext der klimapolitischen Debatten große Chancen beinhaltet. Diese Chancen bleiben dennoch immer rückgebunden an den verantwortungsvollen Umgang mit den ebenso darin zur Verfügung gestellten Konfliktpotentialen.