

Werbeprodukt

Die Co-Präsidentin der Operation Libero, Sanija Ameti, hat auf ein Bild von Jesus und Maria geschossen. Und das Bild des durchlöcherten Jesus und seiner Mutter ins Internet gestellt. Man rätselt über die geistige Gesundheit dieser Politaktivistin. Zumal sie selber Muslimin ist und ihre Aktion mitten in eine Zeit religiös motivierter Gewalt fällt.

Natürlich hat sich Sanija Ameti – als sich ein Skandal abzeichnete – sofort entschuldigt. Nur: Man kann sich nicht selbst entschuldigen, lediglich andere um Entschuldigung bitten. Zudem ist heute eine «Entschuldigung» Mode geworden. Als ob sich ein Mörder nach seiner blutigen Tat selbst entschuldigen könnte, damit alles wieder gut ist.

Aber zu Frau Ameti: Was ist eigentlich die Operation Libero für eine Organisation? Auch die neuste Schandtat beweist nach wie vor, dass die Operation Libero vor allem ein reines Werbeprodukt ohne Substanz ist. Weil den Managern die Glaubwürdigkeit fehlt, um dem Volk die EU-Anbindung schmackhaft zu machen, benutzen diese eine Organisation als Marketing-Instrument. Man stellt vor allem junge, unver-



brauchte Frauen an die Spitze. Sie treten auf mit auswendig gelernten Phrasen, intellektuellen Konstruktionen, ohne Seele, ohne Herz. Typisch ist, dass Ametis Vorgängerin in eine Werbeagentur verschwunden ist. Und Ameti selber bis zu diesem Skandal für eine Werbeagentur gearbeitet hat.

Der Schiessskandal ist Teil einer zwanghaften Suche nach Aufmerksamkeit ohne tragenden Inhalt. Dabei ist der Waffengebrauch für die Schweizer eine ernste Sache. Dieser ist das letzte Mittel der Verteidigung des Landes. Früher hatten die Wehrmänner sogar noch die Munition zuhause. Jeder Missbrauch ist in der Armee strafbar. Nur: Auf Jesus und Maria hat noch nie ein Schweizer Soldat geschossen.

E gfreuti Wuche

Christoph Blocher