

DER LANGE „ERFOLGREICHE“ WEG DER GRÜNEN

Zu den kommunikativen Strategien einer schon totgesagten Partei

von Erik Harms-Immand

Zum wissenschaftlich wenig beachteten Erfolg der Grünen

Die Grünen waren wegen ihres Wandels von einer systemkritischen Protestpartei zu einer Parlamentspartei traditionellen Typs mehreren Zerreißproben ausgesetzt. Die Farbbeutelattacke auf den damaligen Bundesaußenminister Joschka Fischer auf dem Bielefelder Parteitag im Mai 1999 im Zusammenhang mit der Debatte über einen Einsatz der Bundeswehr im Kosovo-Krieg markiert auf symbolische Weise den vorerst letzten Höhepunkt eines langwierigen Richtungsstreits, der als Fundi-Realo-Kontroverse über viele Jahre hinweg die Außendarstellung der Partei prägte. Dem hohen Grad an Emotionalität und Kampfeswillen, mit dem die Grünen ihre parteiinternen Konflikte ausgefochten haben, ist es wohl geschuldet, dass sich ein Großteil der einschlägigen Parteienforschung bei der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der grünen Partei über viele Jahre hinweg überwiegend auf die Beschreibung der innerparteilichen Krisensituationen und deren möglichen nachteiligen Auswirkungen auf die parteipolitischen Zukunftsperspektiven der Grünen konzentriert hat. Die Politologen Markus Klein und Jürgen W. Falter kommentieren die thematische Verengung des Forschungsinteresses auf vermeintlich negative Entwicklungen in ihrem 2003 veröffentlichten Buch „Der lange Weg der Grünen“ wie folgt:

Während kaum einer Phase ihrer über zwanzigjährigen Geschichte wurde der Partei von der Wissenschaft und den Medien *keine* krisenhafte Befindlichkeit attestiert. Insofern könnte man die Krise als Dauerzustand der Grünen betrachten. (Klein/Falter 2003, S. 213)

Und auch Klein und Falter stellen – sogar im direkten Zusammenhang mit dem Wahlerfolg der Grünen bei der Bundestagswahl 2002 – die Existenzfrage (Klein/Falter 2003, S. 221):

Das Ergebnis der Bundestagswahl 2002 schließlich deutet darauf hin, daß die Grünen von einem nennenswerten Teil der Wähler nicht um ihrer selbst willen, sondern aufgrund ihrer Zugehörigkeit zur rot-grünen Bundesregierung gewählt wurden. [...] Ohne die Beteiligung an der Regierungsmacht wäre der Wählerrückhalt der Grünen also deutlich geringer ausgefallen. Eine Rückkehr in die Opposition würden die Grünen bei der nächsten Bundestagswahl folglich nur schwer überleben.

Zehn Jahre nach dieser Prognose sind die Grünen – trotz der Rückkehr in die Opposition auf Bundesebene – bei Wahlen erfolgreicher denn je: Die grüne Partei hat bei der Bundestagswahl 2009 ein zweistelliges Ergebnis erzielt, ist in allen deutschen Landesparlamenten vertreten und stellt mit Winfried Kretschmann den Ministerpräsidenten eines der volkswirtschaftlich wichtigsten Bundesländer der Republik. Die Wahl von Grünen-Politiker Fritz Kuhn zum Oberbürgermeister

der baden-württembergischen Landeshauptstadt Stuttgart am 21. Oktober 2012 rundet die positive Entwicklung der vergangenen Jahre vorerst ab. Im Folgenden soll versucht werden, durch die Analyse zweier wesentlicher Kommunikationsstrategien Gründe für den wissenschaftlich wenig beachteten Erfolg der Grünen zu eruieren.

Kommunikative Strategie Nr. 1: Herstellung wählerorientierter Kommunikationsstile

Die Grünen haben sich in ihrer vergleichsweise jungen Parteigeschichte bereits zweimal rechtzeitig auf neue relevante Wählergruppen eingestellt (zu den verschiedenen historischen Wählergruppen der Grünen vgl. unter anderem Wiesenthal 1991, Walter/Dürr 2000, Raschke 2001 und Walter 2010). Dies haben sie nicht nur mithilfe programmatischer und organisatorischer Anpassungsmaßnahmen realisiert. Um dem jeweiligen anvisierten Wählertyp den Zugang zu ihrer Politik überhaupt erst zu ermöglichen, stellte die grüne Partei diesem eine kommunikative Brücke in Form eines speziell hergestellten Kommunikationsstils zur Verfügung. Seit ihrer Gründung im Jahr 1980 haben die Grünen drei unterschiedliche kommunikative Stile entwickelt (vgl. Harms 2008).

Der kommunikative Stil der Neuen Sozialen Bewegungen

In den 1980er Jahren stellten die aktiven Anhänger der Neuen Sozialen Bewegungen die relevante Wählergruppe der Grünen dar. Dabei handelte es sich zu einem großen Teil um jüngere Menschen mit höherem Bildungsabschluss, die ihren Lebensstil am postmaterialistischen Wertekanon ausrichteten, in der Regel noch keine berufliche und familiäre Verantwortung innehatten, von Zukunftsängsten erfasst und gegenüber dem System der parlamentarischen Mehrheitsdemokratie kritisch eingestellt waren, zu unkonventionellen Formen politischer Partizipation neigten und die grüne Partei als festen Bestandteil der Neuen Sozialen Bewegungen ansahen.

Um den Kontakt mit den aktiven Anhängern der Neuen Sozialen Bewegungen aufrechtzuerhalten, kreierten die Grünen einen kommunikativen Stil, der die politischen und soziokulturellen Koordinaten der Neuen Sozialen Bewegungen widerspiegelte – einen Stil also, der Systemkritik, Endzeitstimmung und eine alternative Lebensweise ausstrahlte.

Systemkritik wurde beispielsweise durch Begriffe aus dem Wortfeld der physischen und psychischen Gewalt transportiert, mit deren Hilfe die Grünen die Bundesrepublik Deutschland als Scheindemokratie zu entlarven versuchten (z. B. *Unterdrückung*, *Ausgrenzung*, *Ausbeutung*, *Fremdbestimmung*, *Zwang* usw.). Einen systemkritischen Charakter besaßen aber unter anderem auch jene kommunikativen Gestaltungsmittel, mit denen die Grünen die politischen Eliten, aber auch gesellschaftliche Mehrheitspositionen, die im Gegensatz zum postmaterialistischen Wertekanon standen, diskreditierten – beispielsweise Schimpfwörter (*die bekloppten Grinsköpfe* und *Kohls Wachsfingernkabinett*) oder Ironisierungstechniken wie z. B. das Setzen von Anführungszeichen (*viele Leute denken ja, Gewalt gegen Frauen sei die Tat „weniger Triebtäter“*).

Endzeitstimmung verbreiteten die Grünen häufig mit Metaphern des Krieges, des Kampfes, der Krankheit und des Todes (z. B. *Kampf gegen die Natur*, *ökologischer Kollaps*, *Umweltzerstörung*, *Atomtod* usw.), mit Übertreibungen (z. B. *atomarer Holocaust* und *Ökozid*) und mit einer Hier-und-Jetzt-Rhetorik, die unter anderem durch eine inflationäre Verwendung des temporaldeiktischen Ausdrucks *sofort* (z. B. *sofortiges Umdenken*, *Sofortprogramm für Umweltschutzmaßnahmen*, *AKW-Ausbau sofort stoppen!* usw.) und durch stakkatoartige Aufzählungen knapp formulierter Maximalforderungen verwirklicht wurde.

Eine alternative Lebensweise wurde von den Grünen beispielsweise mittels eines bürgernahen und auf Empathie ausgerichteten Kommunikationsverhaltens sowie durch ein Mehr an Spontaneität propagiert. Ersteres wurde etwa durch Duzen, Dialektelemente, umgangssprachliche Redewendungen und die Anwendung einer Betroffenheitsrhetorik umgesetzt, während Letzteres unter anderem durch handgemalte Wahlplakatsmotive und den kreativ-spielerischen Umgang mit den Designkonzepten von Informationsmaterialien zum Ausdruck kam.

Der kommunikative Stil des Nicht-ganz-Angepassten

Seit den späten 1980er Jahren entwickelten sich die so genannten etablierten Postmaterialisten sukzessive zur relevanten Wählergruppe der Grünen. Diese Wähler, bei denen es sich meist um ehemalige aktive Anhänger der Neuen Sozialen Bewegungen handelte, besaßen in der Regel gut bezahlte Jobs, waren optimistisch eingestellt, bewerteten das politische System deutlich positiver als in ihrer Jugendzeit und haben sich im Zuge der Übernahme von familiärer Verantwortung gegenüber

materialistischen Werteorientierungen geöffnet. Dies alles hinderte sie jedoch nicht daran, an einigen Idealen früherer Tage festzuhalten, wenngleich in passiveren Formen politischer Partizipation. Von ihrer grünen Partei erwarteten die etablierten Postmaterialisten eine Politik des „Nicht-ganz-Angepassten“ (Walter/Dürr 2000, S. 60), eine Politik, die sich an den Spielregeln der parlamentarischen Mehrheitsdemokratie orientiert, die aber gleichzeitig das Erbe der Neuen Sozialen Bewegungen bekräftigt.

Auf die paradox anmutenden politischen Einstellungen der etablierten Postmaterialisten reagierten die Grünen mit der Herstellung eines hybriden Kommunikationsstils. Einerseits verwandten sie einen großen Teil jener kommunikativen Gestaltungselemente, die sie in den 1980er Jahren bei der Herstellung des kommunikativen Stils der Neuen Sozialen Bewegungen herangezogen hatten. Gleichzeitig griffen die Grünen aber auch auf Stilelemente zurück, die im direkten Gegensatz standen zum Wertekanon der Neuen Sozialen Bewegungen. Beispielsweise auf Stilelemente, die auf eine Aussöhnung mit dem System der parlamentarischen Mehrheitsdemokratie hinwiesen. So machten die Grünen unter anderem mit einem inflationären Gebrauch von Hochwertwörtern – wie z. B. *Verantwortung* und *Gerechtigkeit* – ihr zweifelsfreies Bekenntnis zu gesamtgesellschaftlichen Grundwerten deutlich.

Die Grünen setzten aber auch Stilelemente ein, die einen Kontrast zum endzeitlichen Sofortismus der Neuen Sozialen Bewegungen herstellten. Dies betrifft insbesondere den häufigen Einsatz des *Reform*-Begriffs, mit dem die Grünen für eine Politik der kleinen Schritte warben.

Die Propagierung einer alternativen Lebensweise verlor ebenfalls an Bedeutung. Dies machte sich etwa dadurch bemerkbar, dass die grüne Partei sich von der kreativen Spontaneität ihrer Gründungsphase verabschiedete und einen höheren Professionalisierungsgrad anstrebte. So verloren beispielsweise die Wahlkampf- und Informationsmaterialien der Grünen im Laufe der 1990er Jahre nach und nach den Charakter des Selbstgemachten.

Der kommunikative Stil der pragmatischen Realpolitik

Nach der Übernahme der Regierungsverantwortung auf Bundesebene im Jahr 1998 mussten die Grünen mit ihrem Koalitionspartner mehrere weitreichende inhaltliche Kompromisse eingehen. Diese wurden allerdings von vielen etablierten Postmaterialisten nicht mehr

mitgetragen. Aus diesem Grund waren die Grünen spätestens seit der Jahrtausendwende auf eine stärkere Unterstützung durch die Gruppe der entideologisierten Wechselwähler angewiesen. Dieser Wählertyp konzentrierte sich jedoch auf seine persönlichen sozialen und ökonomischen Interessen, die er im Rahmen einer auf Professionalität und Seriosität ausgerichteten Parlamentsarbeit so schnell wie möglich umgesetzt wissen wollte. In dem nostalgischen Umgang der Grünen mit den Idealen der Bewegungszeit konnte er keine Vorteile für sich erkennen, was es ihm erschwerte, sich mit den grünen Positionen intensiver auseinanderzusetzen.

Um der Gruppe der entideologisierten Wechselwähler eine Brücke zur grünen Politik zu bauen, entledigten sich die Grünen zu Beginn des 21. Jahrhunderts in ihrer Außendarstellung vollständig ihres Bewegungserbes. Sie entwickelten einen kommunikativen Stil, der das Bekenntnis der Grünen zu einer pragmatischen Realpolitik widerspiegelte. Dieser Stil verfügte nur noch rudimentär über jene Gestaltungselemente, die einst den Kommunikationsstil der Neuen Sozialen Bewegungen gekennzeichnet hatten. Stattdessen wurde er von zahlreichen Stilmitteln geprägt, die eine Distanz zum reinen postmaterialistischen Wertesystem aufbauten.

Die Grünen unterstrichen mit ihrem Kommunikationsverhalten nun viel deutlicher als in den 1990er Jahren, dass sie die Prinzipien der parlamentarischen Mehrheitsdemokratie als Leitlinien politischen Handelns anerkennen und Mehrheitspositionen respektieren. So griffen sie beispielsweise erstmals auf das Hochwertwort *Soziale Marktwirtschaft* zurück, um sich eindeutig zu der seit den 1950er Jahren etablierten Wirtschaftsordnung zu bekennen. Darüber hinaus wiesen die Grünen durch eine häufige Verwendung des *Globalisierungs-* und *Modernisierungs-*Begriffs darauf hin, dass es ihnen wichtig ist, der Bundesrepublik Deutschland als Nationalstaat zu einer guten Ausgangsposition im globalen Wirtschaftswettbewerb zu verhelfen.

Die Grünen ließen auch keinen Zweifel mehr daran aufkommen, dass sie dem pessimistischen Hier-und-Jetzt-Denken der Neuen Sozialen Bewegungen abgeschworen haben. Im Gegenteil: Mit mehreren speziellen kommunikativen Mitteln hob die grüne Partei ihre Hinwendung zu einer optimistischen Haltung hervor. So wurde beispielsweise mit der Verwendung des Futurs unterstrichen, dass die Grünen über inhaltlich-positive Ziele der politischen, sozialen und wirtschaftlichen Veränderung verfügen (z. B.: „Durch eine Energiewende werden die kleinen Akteure gewinnen: Landwirte werden zu Energiewirten und die Wertschöpfung wird in den Regionen verbleiben“).

Kreative Spontaneität, ein zentrales Merkmal einer alternativen Lebensweise, wurde von den Grünen endgültig zugunsten eines höchstmöglichen Professionalisierungsgrades ihrer politischen Arbeit aufgegeben. Die Wahlkampf- und Informationsmaterialien der Grünen beispielsweise wurden nun auf der Grundlage eines modernen Kampagnenmanagements entwickelt; die Handschrift von hochprofessionell arbeitenden Werbe- und Kommunikationsagenturen war nun deutlicher erkennbar.

Ihren Willen, auf professionelle und seriöse Art und Weise Politik zu machen, sich neuen Wählerschichten zu öffnen und gezielt politische Führungsarbeit zu übernehmen, brachten die Grünen auch über das Kommunikationsverhalten ihrer Spitzenkräfte zum Ausdruck. So gehört ein auffallend legerer Kleidungsstil der grünen Prominenz ebenso der Vergangenheit an wie deren einstiges Bestreben, betont bürgernah und empathie-orientiert zu kommunizieren.

Kommunikative Strategie Nr. 2: parteipolitische Diskussionshoheit über das urgrüne Themenfeld Umweltschutz

Die zweite zu besprechende Kommunikationsstrategie der Grünen steht in Zusammenhang mit dem Parteinamen und der Parteifarbe. Denn obwohl andere Parteien in den vergangenen drei Jahrzehnten erfolgreiche Versuche unternommen haben, umweltpolitische Themen in ihre Programmatik einfließen zu lassen und in den eigenen Reihen anerkannte Umweltexperten aufzubauen (als prominentestes Beispiel sei hier auf den christdemokratischen Politiker und ehemaligen Bundesumweltminister Klaus Töpfer hingewiesen), nimmt ein Großteil der Bürgerinnen und Bürger die Grünen weiterhin als jene Partei war, die – zumindest im Parteienwettbewerb – die umweltpolitischen Diskussionen dominiert. Dies wird unter anderem durch eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts infratest dimap aus dem Monat Februar 2012 bestätigt, die im Auftrag des Saarländischen Rundfunks durchgeführt wurde. Bei dieser wurden 1.001 wahlberechtigte Saarländerinnen und Saarländer ab 18 Jahren danach gefragt, welche Partei ihrer Meinung nach im Saarland die größten umweltpolitischen Kompetenzen vorweisen kann. Das Ergebnis fiel mit 46 Prozent eindeutig für die Grünen aus (den zweiten Platz nahm die SPD mit 18 Prozent ein). Da spielte es auch vermeintlich keine Rolle, dass der grüne Landesverband an der Saar seit vielen Jahren betont realpolitische Positionen vertritt (vgl. dazu die Grünen-Kapitel in Kirch 2012).

Welche zählbaren Vorteile sich für die Grünen gerade vor dem Hintergrund der immer größer werdenden Gruppe der entideologisierten Wechselwähler aus der parteipolitischen Diskussionshoheit über das urgrüne Themenfeld Umweltschutz ergeben, zeigt sich immer dann, wenn Umweltthemen auf der politischen Tagesordnung ganz oben stehen, wenn also viele Bürgerinnen und Bürger Umweltschutz als ihr persönliches Anliegen betrachten. So beispielsweise nach der Atomkatastrophe im japanischen Fukushima am 11. März 2011, als viele Menschen mit Blick auf ältere deutsche Atomkraftwerke um ihre Sicherheit fürchteten. Die Glaubwürdigkeitswerte der Grünen sind in den Monaten nach den Ereignissen in Japan im Vergleich zu den anderen Parteien deutlich gestiegen, was von allen Meinungsforschungsinstituten ermittelt wurde. Dies ist einer der Hauptgründe dafür, dass die Grünen im Jahr 2011 bei mehreren Landtagswahlen große Wahlerfolge erzielen konnten, z. B. bei der rheinland-pfälzischen Landtagswahl am 27. März 2011, als sie mit einem Ergebnis von 15,4 Prozent in den Mainzer Landtag einzogen (nachdem sie 2006 mit 4,6 Prozent an der Fünf-Prozent-Hürde gescheitert sind).

Dass es sich grundsätzlich rentiert, die parteipolitische Diskussionshoheit über ein Gründungsthema einer Partei zu verteidigen, wird besonders dann deutlich, wenn man ein Negativbeispiel heranzieht, beispielsweise das der FDP. Viele politische Beobachter vertreten die Ansicht, dass die seit 2010 anhaltende Krisensituation, in der sich die Freidemokraten befinden, überwiegend auf das Fehlverhalten mehrerer FDP-Führungskräfte und auf unprofessionell ausgetragene inhaltliche Konflikte mit dem Koalitionspartner auf Bundesebene zurückzuführen ist. Das Allensbach-Institut hat jedoch mit einer im Januar 2012 durchgeführten Umfrage herausgearbeitet, dass die aktuellen Probleme der FDP tiefgreifender Natur sind (vgl. Petersen 2012). Laut Allensbach hat die FDP die Deutungshoheit über ihr Fahnenwort *Liberalismus* verloren. So ordne die Bevölkerung der liberalen Weltanschauung gegenwärtig ganz andere Aspekte zu, als es die FDP tut. Die FDP propagiere schwerpunktmäßig eine von staatlichen Einflüssen befreite Marktwirtschaft und mehr Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger. Im Gegensatz dazu erwarte eine große Mehrheit der Deutschen in Zeiten der Finanzkrise von einer liberalen Politik unter anderem die Schaffung von mehr sozialer Gerechtigkeit und staatliche Unterstützung von Familien mit Kindern. In diesem Zusammenhang ist es bezeichnend, dass mit Wolfgang Kubicki und Christian Lindner zwei FDP-Politiker überraschende Wahlerfolge bei den Landtagswahlen in Schleswig-Holstein bzw. Nordrhein-Westfalen im Mai 2012 feiern

durften, die sich in der Öffentlichkeit mit Nachdruck gegen eine semantische Verengung des *Liberalismus*-Begriffs auf eine rein marktwirtschaftliche Lesart ausgesprochen hatten. Auf diese Entwicklung hat die Führung der Bundes-FDP mittlerweile reagiert. Neu- erdings greift sie im „semantischen Kampf“ (Klein 1991, 57) um ihr Fahnenwort vereinzelt auf sozialli- berale Erklärungsmuster zurück. So befürwortete bei- spielsweise der FDP-Parteivorsitzende Philipp Rösler am 5. Mai 2013 auf dem Wahlprogramm-Parteitag in Nürnberg ausdrücklich die Einführung eines Mindest- lohns und distanzierte sich in diesem Zusammenhang vom „freien ungezügelten Wettbewerb“ (zitiert nach Schäfers 2013).

Zusammenfassung

Die Grünen haben sich in den zurückliegenden 30 Jahren sukzessive von einer systemkritischen Protest- partei zu einer Parlamentspartei traditionellen Typs entwickelt. Dieser Wandel wurde – wie in Kapitel 1 dargestellt – von zahlreichen heftigen parteiinternen Kontroversen begleitet, was in der Parteienforschung zu einer thematischen Verengung auf die Beschreibung der innerparteilichen Krisensituationen geführt hat. Ein kurzer Blick auf zwei wesentliche kommunikative Strategien der Grünen hat jedoch verdeutlicht, dass sie die nach außen getragenen Konflikte durch die Gestal- tung ihrer Kommunikation mit den Wähler-innen und Wählern kompensieren konnten. So haben sie sich in kommunikativer Hinsicht gänzlich von ihrem Bewe- gungserbe verabschiedet und sich somit der immer wichtiger werdenden Gruppe der entideologisierten Wechselwähler geöffnet. Parallel dazu konnten sie aber in der parteipolitischen Auseinandersetzung die Diskussionshoheit über ihr Gründungsthema Umwelt- schutz verteidigen, was ihnen gerade im Kampf um die Stimmen der Wechselwähler einen großen Vorteil bietet. Denn je nach politischer Themenlage stellen die Grünen mit ihrem umweltpolitischen Markenkern eine Wahlalternative zu den anderen Parteien dar. Die Er- arbeitung dieser strategischen Ausgangsposition kann im Zeitalter der Medien- und Informationsgesellschaft nicht hoch genug eingeschätzt werden, ist doch partei- politische Arbeit heutzutage überwiegend Kommuni- kationsarbeit.

Literatur

- Harms, Erik (2008): Der kommunikative Stil der Grünen im historischen Wandel. Eine Überblicksdarstellung am Bei- spiel dreier Bundestagswahlprogramme. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang.
- Infratest dimap (2012): LänderTREND Saarland Februar 2012 im Auftrag des Saarländischen Rundfunks. Online verfügbar unter: <www.infratest-dimap.de/umfragen- analysen/bundeslaender/saarland/laendertrend/2012/feb- ruar>
- Kirch, Daniel (2012): Sonderpolitikzone Saarland. Die Ent- wicklung des Parteiensystems von 1985 bis 2009. Mar- burg: Tectum.
- Klein, Josef (1991): Kann man „Begriffe besetzen“? Zur linguistischen Differenzierung einer plakativen politi- schen Metapher. In: Liedtke, Frank/Wengeler, Martin/ Böke, Karin (Hg.): Begriffe besetzen. Strategien des Sprachgebrauchs in der Politik. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 44-69.
- Klein, Markus/Falter, Jürgen W. (2003): Der lange Weg der Grünen. Eine Partei zwischen Protest und Regierung. München: Beck.
- Petersen, Thomas (2012): Der geteilte Liberalismus. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nummer 21, S. 5.
- Raschke, Joachim (2001): Die Zukunft der Grünen: »So kann man nicht regieren«. Mit einem Beitrag von Achim Hurrelmann. 2., durchgesehene Auflage. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Schäfers, Manfred (2013): FDP vollzieht Kehrtwende beim Mindestlohn. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Num- mer 104, S. 17.
- Walter, Franz (2010): GELB ODER GRÜN? Kleine Par- teiengeschichte der besserverdienenden Mitte in Deutsch- land. Bielefeld: transcript.
- Walter, Franz/Dürr, Walter (2000): Die Heimatlosigkeit der Macht. Wie die Politik in Deutschland ihren Boden verlor. Berlin: Alexander Fest.
- Wiesenthal, Helmut (1991): Die Wähler und «ihre» Partei. Notizen über eine Beziehungskrise. In: Fücks, Ralf (Hg.): Sind die Grünen noch zu retten? Anstöße von Ulrich Beck, Monika Griefahn, Petra Kelly, Otto Schily, Michael Schreyer, Antje Vollmer u. a. Reinbek bei Hamburg: Ro- wohlft Taschenbuch, S. 152-166.

Der Autor ist Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeri- ums für Bildung und Kultur des Saarlandes.