Rot-Grün

Blanke Nerven

Es sollte ein Gag sein, aber auch eine Werbung für Rot-Grün. Im Vertrauen auf ein „gemeinsames Interesse“ hatte die SPD-Mitgliederzeitschrift *Vorwärts* den Grünen für ihre November-Ausgabe, „aktuell zum SPD-Parteitag“ in dieser Woche, eine Anzeige zum Vorzugspreis angeboten.

Nur 18 000 statt 39 100 Mark sollten Bündnis 90/Die Grünen für eine Seite in Farbe bei den Genossen zahlen – eigentlich ein „ganz normaler“ Geschäftsvorgang, glaubte jedenfalls die Anzeigenabteilung des *Vorwärts*. Deshalb habe es bei der Offerte auch „überhaupt keine Bauchschmerzen“ gegeben, sagt Verlagsleiter Ansgar Burghof.

Denkste. Letzte Woche, als Layout und Druckfahnen vorlagen, griff die SPD-Führung als Herausgeber des *Vorwärts* ein. Bundesgeschäftsführer Franz Müntefering ließ die Grünen-

Grünen-Anzeige (Ausriß)

Werbung aus dem Blatt nehmen und erhob das Geschäft zum Politikum.

Begründen wollte der Parteimanager den ungewöhnlichen Eingriff von oben, der dem *Vorwärts* „in dieser Form zum erstenmal“ (Burghof) widerfuhr, nicht. „Im Moment“, so Müntefering, „möchte ich das nicht kommentieren.“

Die Grünen hatten per Anzeige Selbstbewußtsein demonstriert: „Wir machen den Weg frei.“ Unverhohlen umwarb die Öko-Partei gleich auch noch die sozialdemokratischen Bezieher des *Vorwärts* (Auflage: 850 000): „Wer rotgrün will, muß grün kennen.“

Per Coupon sollten sich Genossen melden können, die „nähere Informationen“ über Konzepte der Bündnis-Grünen haben oder dort gar „Mitglied werden“ wollten. Der Anzeigen-Slogan, Gipfel der Provokation, wurde von den öffentlichen Bausparkassen entlehnt: „Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.“

Der *Vorwärts*-Anzeigenleiter rätselt jetzt über die Gründe von Münteferings Intervention: „Vielleicht liegen die Nerven etwas blank.“