In Kurt Becks Heimatgemeinde Steinfeld erscheint wie in der gesamten Pfalz die Monopolzeitung „Die Rheinpfalz“. Auf deren erster Seite konnte der SPD-Vorsitzende am Sonntag früh lesen, dass die SPD seinetwegen untergehe und dies insbesondere deshalb, weil er „das Erbe Gerhard Schröders verweigert“. Beck habe die SPD an den Abgrund geführt, nicht Schröder. Da muss man sich angesichts der Fülle der verlorenen Landtags- und Kommunalwahlen in der Regierungszeit von Schröder und angesichts des Verlustes von sechs Ministerpräsidenten in seiner Regierungszeit die Augen reiben. Wir sehen eine Reihe von Gründen, den jetzigen SPD-Vorsitzenden zu kritisieren. Aber Beck für den Niedergang der SPD verantwortlich zu machen und das Scheitern Gerhard Schröders in eine Erfolgsstory umzudeuten, das ist schon höchste Kunst der Gehirnwäsche. Albrecht Müller.

Der Trick dabei ist der gleiche wie in vielen anderen Medien: Der Rückgang der statistisch erfassten Arbeitslosigkeit wird als Erfolg der Agenda 2010 gefeiert, obwohl alle Welt weiß, dass der Rückgang erstens nicht berauschend ist, zweitens im wesentlichen durch mehr Minijobs und Niedriglohnbezieher erreicht wurde und drittens die kleine Konjunkturbelebung einen viel größeren Anteil hat als die Agenda 2010. Der letzte kleine Aufschwung zwischen 1997 und dem Jahr 2000 war jedenfalls wirksamer – auch ohne Agenda 2010. Schon das müsste einem zu denken geben.

Aber das kümmert die Meinungsmacher nicht. Ihnen kommt es sichtbar darauf an, Kurt Beck für sein bisschen Öffnung nach links und für sein bisschen Korrektur der Agenda 2010 abzustrafen. Die lächerlich kleine Verlängerung der Zahlung des Arbeitslosengeld I wird dabei umgedeutet zur Rückkehr zum Anfang des letzten Jahrhunderts – „Agenda 1910 – rückwärts, 100 Jahre!“ schreibt der Autor dieses unsäglichen Kommentars.

Auch hier sind alle Maßstäbe verloren gegangen. Wer die vielfach gescheiterte Agenda 2010 nur an kleinen Stellschrauben korrigieren will, will 100 Jahre zurück, so die Lesart. Darunter geht es nicht. Es kommt diesen Meinungsmachern nicht auf Glaubwürdigkeit an und schon gar nicht auf Fakten. Es kommt darauf an, dass sie im gleichgerichteten Konzert ähnlicher Stimmen das immergleiche Paket von Botschaften unter die Leute bringen wollen. Dieses wird dann glaubhaft, wenn es immer wieder und von allen Seiten wiederholt wird. Die Fakten spielen keine Rolle.

„Die Rheinpfalz“, deren Verleger jetzt immerhin maßgeblich auch an der Süddeutschen Zeitung beteiligt sind, zielt mit dieser massiven Kampagne gegen Kurt Beck nicht nur auf dessen Funktion als SPD-Vorsitzender und möglicher Kanzlerkandidat. Es ist auch an anderen Veröffentlichungen, wie zum Beispiel der Interpretation von Umfragen, die „Die Rheinpfalz“ zusammen mit der ARD macht, erkennbar, dass dieses Blatt Kurt Beck vermutlich auch als Ministerpräsidenten los haben will.