

LEITARTIKEL

Kleines Grönland, großes Problem

Donald Trumps Annexionsfantasien stärken die autoritären Regime und setzen den Westen unter Druck

Das ist zügig eskaliert: Lange galt Donald Trumps Kokettieren mit der Übernahme der teilautonomen dänischen Insel Grönland als Running Gag seiner ersten Amtszeit – irgendwo zwischen leidlich und unfreiwillig komisch. Doch als die Sprüche vor seiner zweiten Amtszeit wieder in seinen Reden auftauchten – zunächst herablassend, dann bedrohlich –, daverging nicht nur den 60.000 Grönländern das Lachen.

Im Januar behielt Trump sich sogar militärische Mittel vor, um seine „Gebietsansprüche“ durchzusetzen – woraufhin EU-Mitglied Dänemark, zu dem die Insel gehört, die eigene Militärpräsenz aufstockte. Und nun ist aus einem Besuch der US-Vizepräsidentengattin, der zunächst nur als Stippvisite auf einer alten Kalten-Krieg-Basis der USA nebst Hundeschlittenrennen geplant war, eine echte Delegationsreise geworden: inklusive Vizepräsident J.D. Vance. Dass nun der Spaß aufhört, zeigte sich darin, dass Arktis-Anrainer Russland prompt die Stationierung weiterer Soldaten in der Region ankündigte.

Die Zweifel wachsen, ob aus dem Witzkrieg doch ein Blitzkrieg werden kann

So mag man anfangs gedacht haben, der Grönland-Gag zähle zum „Flood the zone with shit“-Rezept der Trumpianer: So viel Gülle verbreiten, dass die Medien in ihrer Aufregung über die Umbenennung des Golf von Mexiko oder angebliche Annexionspläne für Kanada, Panama und Grönland absaufen und die handfesten Angriffe auf Sozial- und Rechtsstaat untergehen. Inzwischen aber wachsen die Zweifel, ob aus dem Witzkrieg doch ein Blitzkrieg werden kann. Es wäre nicht das erste Mal, dass ein US-Präsident von innenpolitischen Problemen – die Trump reichlich anhäuft – mit Kanonendonner ablenkt.

Trump wird zudem nicht müde, auf wertvolle Rohstoffe unter Grön-

lands Eis sowie dessen strategische Bedeutung für Amerikas Sicherheit hinzuweisen. Beides ist unbestritten. China investiert massiv in die polare Rohstoffgewinnung und neue Handelswege. Der US-Luftwaffenstützpunkt fungiert als Raketen-Frühwarnsystem – denn Grönlands Hauptstadt Nuuk liegt näher an New York als an Kopenhagen. Und auch ohne Vance-Visite hat Putin gerade die Sorge geäußert, dass die Nato – gemeint waren Finnen und Schweden – den Norden öfter in ihre Plan-spiele einbeziehe. Er werde daher die russischen Garnisonsstädte in der Polarzone stärken.

Dieses Dreieck der Traurigkeit müsste den Westen eigentlich mahnen: Wo sich Russland, China und USA belauern, keine Scherze auf Kosten Dänemarks, also der EU! Keine plumpe Provokation zur Belustigung der amerikanischen Trump-Fans! Keine Spielchen innerhalb der Nato! Leider weiß Europa längst, dass diese Regeln unter Trump nicht mehr gelten – spätestens seit der Demütigung des ukrainischen Präsidenten im Weißen Haus und dem folgenden Defensiv-Einsatz von Nato-Chef Rutte, der alle Annexionsdrohungen weglächelte.

Doch so wenig man den baldigen Einmarsch amerikanischer Truppen auf dänischen Boden fürchten muss, so sehr liefert die Posse doch Putin Argumente dafür, die Besetzung der Krim und andere völkerrechtswidrige Angriffe zu relativieren. Am kleinen Grönland zeigt sich das große Problem, in das Trump den Westen bewusst steuert: Er zerrüttet die alten Bündnisse und stärkt so die autoritären Regime, die in ihrem Weltmachtstreben über einen zerstrittenen Westen nur jubilieren können.

Ein Trost immerhin bleibt: Auf Grönland löste der Vance-Besuch keinerlei Zustimmung, sondern nur Protest aus. Dass die US-Regierung sich angesichts der Begehrlichkeiten so vieler Länder auch noch als Schutzmacht anpries, wies man auf der Insel empört zurück. Die Inuit dort sollen ja 50 Wörter für Schnee haben. Sie wissen aber, dass die gelben Stellen auch dann nicht lecker sind, wenn Donald Trump sie als Zitroneneis anpreist.

KOMMENTAR

Verlässlich bleiben

Bei der Entwicklungshilfe darf man nicht sparen

Nach dem schweren Erdbeben in Südostasien hat die Bundesregierung den am stärksten betroffenen Ländern Myanmar und Thailand Hilfe in Aussicht gestellt. Das klingt selbstverständlich – ist es aber nicht mehr. Zunehmender Protektionismus, Kriegskosten und Sparzwänge drohen weltweit die Entwicklungspolitik negativ zu verändern. Die Folgen betreffen nicht allein Hilfslieferungen. Es geht auch um sicherheits- und geopolitische Interessen.

Von Katastrophen betroffene Länder dürfen auch in Zukunft nicht allein gelassen werden

Die Zerschlagung der Hilfsorganisation USAID durch den Trump-Beauftragten Elon Musk wird die Katastropheneinsätze und die Folgebewältigung bei Unglücken oder Naturereignissen nachhaltig beeinflussen. Zum einen, weil die USA bislang stets ein verlässlicher

Partner waren, zum anderen, weil die Programme mit finanzieller Beteiligung etwa europäischer Partner funktionierten. Wie es weitergeht, hängt aktuell in der Schwebe. Und eingespielte Strukturen ohne Wirkungsverlust zu verändern, das kostet Zeit.

In Deutschland wird quasi nach jeder neuen Regierungsübernahme mehr oder weniger laut über ein mögliches Aus für das Ministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung geredet. Ob Entwicklungspolitik durch eine Integration ins Außenamt wie in vielen anderen Ländern schlagkräftiger wird, darf bezweifelt werden. Wichtiger jedoch ist, dass sie finanziell zuverlässig und perspektivisch mittel- bis langfristig umgesetzt werden kann.

Von Katastrophen betroffene Länder dürfen auch in Zukunft von Demokratien wie unserer nicht allein gelassen werden. Das hat zuerst mit Mitmenschlichkeit zu tun, aber letztlich auch mit dem Wohlwollen unserer Interessen in der Welt. Davor die Augen zu verschließen, wäre naiv.

Wie gehen die Menschen mit der Vielzahl von Krisen um? Und wie ist aktuell die Stimmung im Land? Auf der Suche nach Antworten auf solche Fragen genügt bisweilen der Blick in den Einkaufswagen. Eine tiefenpsychologische Studie des „rheingold“-Instituts, deren Ergebnisse mit einer quantitativen Befragung abgesichert wurden, ergab überraschende Zusammenhänge zwischen Seelenhaushalt und Konsumverhalten.

Als wichtigste Krisenreaktionsstrategie hat sich die Konzentration aufs Private etabliert. 93 Prozent der Deutschen beschreiben, dass sie ihr Zuhause als sicheren Rückzugsort gestalten. Gleichzeitig fokussieren sich viele (86 Prozent) auf ihre Hobbys oder Freizeitaktivitäten. Mit Shopping, dem Essen im Restaurant, dem Theaterabend oder dem Kinobesuch verschaffen sie sich unbeschwerte, sorgenfreie Momente im Alltag.

Alle Menschen verfolgen jedoch noch weitere Auswege aus dem Krisenmodus. Fast die Hälfte sucht Ablenkung vor allem in der Arbeit. Diese 44 Prozent der Bevölkerung dynamisieren das Hamsterrad und haben tagtäglich so viele Aufgaben, dass sie oft nicht wissen, wo sie anfangen sollen. Dadurch geraten diese Menschen in einen Zustand sinnungsloser Betriebsamkeit. Sie erleben sich als sehr produktiv, können dadurch Sorgen und ungelöste Probleme ausblenden.

Noch weitaus verbreiteter (83 Prozent) ist allerdings die Strategie, Ordnungsversuche im Kleinen zu schaffen. Ehrenamtliche Tätigkeiten, das Mitwirken in einer Bürgerinitiative, der Gang zu einer De-

Vor allem Singles und Ältere verbringen mehr Zeit beim Einkaufen als in der Vorkrisenzeit

mo, Vereinsarbeit, aber auch die Pflege des Schrebergartens geben ihnen das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun und zumindest im eigenen Mikrokosmos dem Chaos der großen Welt zu widerstehen.

Die meisten Menschen beschreiben, dass sie weniger Nachrichten schauen, weil der ständige Blick in den Krisenabgrund verstörend ist. Allerdings beschreibt die Hälfte der Menschen umgekehrt auch eine mediale Vorwärts-Verteidigung: Der permanente kurze Blick auf den Newsticker soll verhindern, dass man von neuen Hiobsbotschaften kalt erwischt wird. Dieses Sich wappnen durch Informationen folgt dem Motto: „Bevor mich etwas ereilt, weiß ich es bereits.“

DEUTSCHE ZUSTÄNDE

Versinken im süßen Nirwana

Der alltägliche Konsum steht angesichts der zahlreichen Krisen in einem Spannungsfeld zwischen Überleben und Schöner leben

STEPHAN GRÜNEWALD ist Geschäftsführer des Kölner „rheingold“-Instituts für tiefenpsychologische Marktforschung. In seiner Kolumne befasst er sich aus psychologischer Sicht mit gesellschaftlich relevanten Themen

Etwas weniger als die Hälfte der Bürger (43 Prozent) neigt hin und wieder auch zu einer Untergangsdramatisierung. Resigniert oder sarkastisch reden sie sich die Verhältnisse schlecht: „Es ist alles zum Verzweifeln, und ich weiß nicht, ob ich lachen oder weinen soll.“

Der Einkauf steht angesichts der zahlreichen Krisen in einem Spannungsfeld zwischen Überleben und Schöner leben. Oft rüstet man sich auch schon für den etwaigen Ernstfall aus, hortet Klopapier, Duschgel und Badreiniger, Nudeln, Kaffee, Butter und Süßigkeiten. Auf der einen Seite achten die Konsumenten dabei genau auf die Preise, steigen auf Eigenmarken der Supermärkte und Discounter um, sammeln Coupons, gehen auf Schnäppchenjagd oder decken sich mit Sonderangeboten ein. Andererseits dient der Einkauf auch dazu, sich etwas zu gönnen und das Leben mit kleinen Genussmomenten zu verschönern.

Vorallem Singles und ältere Menschen verbringen mehr Zeit beim Einkaufen als in der Vorkrisenzeit. Das Shoppen ist nicht nur ein unterhaltsamer Zeitvertreib, sondern auch ein beruhigender Akt der Selbstvergewisserung. Im Supermarkt, so erscheint es ihnen, ist die Welt noch in Ordnung. Auch wenn vieles teurer geworden ist, findet man noch eine reichhaltige Auswahl von Produkten und Marken. Selbst der Discounter wirkt dann wie ein kleines Auenland, in dem man viele Lebens-Mittel zur Selbstfürsorge findet. Zudem wird man im Laden meist nett behandelt, erlebt im Gegensatz zur entzweiten und aufgebrauchten Welt da draußen mitunter noch ein Gemeinschaftsgefühl unter den Einkaufenden. Der gelegentliche Gang zum Edeka oder Rewe dient dann auch einer Statusversicherung: Man zeigt sich und der Welt, dass man doch noch die finanzielle Potenz hat, sich etwas von den schönen Dingen des Lebens leisten zu können.

Psychologisch interessant ist der Bedeutungswandel, den bestimmte Produkte und Marken im Zuge der vielen Krisen durchlaufen. Geläufige Kosmetikartikel dienen dann weniger der Körper- oder Schönheitspflege als der Stärkung der Krisen-Resilienz. Denn vielen Menschen gehen die schlechten Nachrichten und abst-

rusen politischen Entwicklungen buchstäblich unter die Haut. Sie fürchten, „dünnhäutig“ zu werden. Die Hautcreme soll dann die sensible Oberfläche des eigenen Ich, die persönliche Problemzone schützen und stärken: „In der heutigen Zeit ist ein dickes Fell überlebenswichtig.“

Auch das Deodorant dient im doppelten Sinne dem Selbstschutz. Angesichts des aufgeheizten gesellschaftlichen Klimas kommt man häufiger ins Schwitzen – oder fürchtet, selbst stinkig und aggressiv zu werden. Mit dem Deo stoppt man nicht nur seine feindlichen Ausdünstungen, sondern umgibt sich mit einem Duftkokon. Die Deospray-Dose gewinnt die Aura einer transportablen Wohlfühl-oase.

Ein wichtiges Trostprodukt ist Eiscreme. Der Verzehr bereitet nicht nur Genuss, sondern hilft auch, einen kühlen Kopf zu behalten. Fast schwärmerisch berichten Verbraucher davon, wie toll es ist, bei einem Schokoladen-Eisam Stiel die dunkle, dicke Außenschicht mit den Zähnen zu knacken. Das Ge-

Auch das Deodorant dient im doppelten Sinne dem Selbstschutz

fühl, dem Widerständigen mit dem richtigen Biss beikommen zu können, geht über in ein oraldramaturgisches Verschmelzungserleben. Mit dem auf der Zunge und am Gaumen schmelzenden Eis lösen sich für einen Moment auch viele Probleme auf. Man versinkt für kurze Zeit in einem süßen Nirwana. Solch eine flüchtige Flucht vor der Wirklichkeit lässt sich als Ess-kapismus beschreiben.

Eine kleine Renaissance erfahren auch Fix-Produkte wie Tütensuppen. Sie ermöglichen die schnelle Selbstversorgung. Lebloses Pulver verwandelt sich beim Hinzufügen von kochendem Wasser wie von Zauberhand in ein schmackhaftes Gericht. Der heißhungrige Konsument wird mit Maggi und Co. zum Magier. Diese Verwandlungskunst im Kochtopf wünschen sich viele dann auch in anderen Bereichen der Wirklichkeit, in denen sie im Problemstau festzustecken scheinen.

Ein Produkt, das hier Rettung verspricht, ist der Allesreiniger. Mit seiner Schmutzlösekraft will man zumindest das private Schmeckenhaus proper halten, ja ihm sogar ein wenig Glanz verleihen.

Die Studie über den Zusammenhang von Einkaufsverhalten und Krisenbewältigung wurde im Auftrag von Unilever Deutschland erstellt.

KOMMENTAR

Die neue Linke ist fragil

Nach ihrem Erfolg blickt die Partei auf die Landtagswahlen 2026

JAN STERNBERG

Auferstanden aus Ruinen ist die Linkspartei nach ihrem – auch für ihre eigenen Kader – unerwarteten Wahlerfolg. Jetzt versucht sich die Partei der Zukunft zuzuwenden und schwankt zwischen himmelhochjauchzend und realistisch. Die Strategen in der wiederbelebten Linken schauen voller Hoffnung auf die Landtagswahlen im kommenden Jahr. Erstmals lag die Linke bei der Bundestagswahl auch im Westen überall oberhalb der fünf Prozent.

Der Fokus aber wird auf dem Osten liegen: In Sachsen-Anhalt droht die erste AfD-Machtübernahme, denn selbst eine Alleinregierung der Rechtspartei scheint zurzeit in greifbarer Nähe. In Mecklenburg-Vorpommern muss die Linke ihre vorletzte Regierungsbeteiligung ebenfalls gegen eine immer stärkere AfD verteidigen. In Berlin wiederum wird die Partei mit Recht eine Bürgermeister-Kandidatin für das Rote Rathaus aufstellen.

Absichtlich unscharf

Für eine politische Gruppierung, die vor wenigen Monaten noch ihre eigene Beerdigung im eher kleinen Kreis geplant hat, ist das schon allernah. Doch Altkader warnen bereits vor allzu viel Euphorie. Denn die Linke ist – bei aller zur Schau getragenen Einigkeit – zurzeit ein höchst fragiles Gebilde. Einige der Zehntausenden Neumitglieder, vor allem in den Metropolen, sind vermutlich vor allem deshalb in die Partei eingetreten, weil es ein zeitgeistiges Symbol des „Kampfs gegen Rechts“ darstellte. Andere suchten und fanden den Weg in ein Biotop, in dem auch radikale pro-palästinensische und israelfeindliche Haltungen geduldet und ermutigt werden. Realistinnen und Realisten in der Partei warnen bereits davor, dass die Zugewinne an Stimmen und Mitgliedern bei der Jugend nur ein kurzfristiger Hype sein könnten.

Absichtlich unscharf bleibt das Profil der Linken als „Friedenspartei“. Soll die Ukraine weiter unterstützt werden oder nicht – in dieser Frage bestehen zwischen Altkadern und Neu-Genossen oft himmelweite Unterschiede. Die Linke kann von der neuen geopolitischen Lage profitieren, indem sie ein stimmiges Bild eines friedlichen, aber resilienten Deutschlands entwickelt. Doch der Weg dorthin ist noch weit.

KÖLNER STADT-ANZEIGER MEDIEN Ein DuMont Unternehmen

KÖLNER STADT-ANZEIGER Herausgeber: Prof. Alfred Neven DuMont f. Christian DuMont Schütte, Isabella Neven DuMont. Chefredakteur: Gerald Seidel. Stellvertreter des Chefredakteurs: Christian Hümmler. Stellvertretende Chefredakteurin: Dr. Sarah Brasack. Leitende Redakteure: Wolfgang Wagner (Politik), Kendra Stenzel (Digitales), Gerhard Voigt (Landespolitik). Korrespondent: Joachim Frank. Region: Michael Greuel. Köln: Tim Attenberger, Hendrik Geisler; NRW/Story: Maria Dohmen; Wirtschaft: Thorsten Breitkopf; Sport: Christian Lör; Kultur: Anne Burgmer; Chefredakteur: Peter Berger, Claudia Lehnen, Dittlef Schmalenberg. Chef vom Dienst: Nicolas Krizsak. Produktionssteuerung: Florian Summerer; Zeitungsproduktion: Julian Preuten. Alle verantwortlich und wohnhaft in Köln. Hauptstadtbüro: Eva Quadbeck (Ltg.), RND Berlin GmbH. Auslandsvertretungen: Paris: Birgit Holzer; London: Susanne Ebner; Washington: Karl Doemens; Brüssel: Sven Christian Schulz; Madrid: Martin Dahms; Athen: Gerd Höhler; Rio de Janeiro: Tobias Käufer.

Nachrichtengagenturen: dpa, afp, sid, kna E-Mail Redaktion: ksta-redaktion@kstamedien.de Fax Redaktion: 0221 / 224 2524.

Verlag: M. DuMont Schauberg – Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG – ein Unternehmen der Kölner Stadt-Anzeiger Medien, Amsterdamer Straße 192, 50735 Köln. Postbank Köln, IBAN: DE90 3701 0050 0000 2505 05. Geschäftsführung: Regine Runte, Christian Hümmler. Das Bezugsgeld enthält 7 % Mehrwertsteuer. Freitags mit Prisma, TV-Magazin zur Zeitung.

Gültig: Anzeigenpreisliste Nr. 27 vom 1. Januar 2025 und unsere Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Erfüllungsort und Gerichtsstand, soweit gesetzlich zulässig, ist Köln. Für unverlangt eingesandte Manuskripte keine Gewähr. Druck: Mittelrhein-Verlag GmbH, Mittelrheinstr. 2-4, 56072 Koblenz Für die Herstellung des Kölner Stadt-Anzeiger wird Recycling-Papier verwendet.

Abonnenten-Service Tel. 0221 / 92586420, Fax 0221 / 224-23 32 E-Mail: abo-kundenservice@tageszeitung.koeln

Anzeigen-Service Verantwortlich: Oliver Siegert. Tel. 0221 / 92586410, Fax 02 21 / 224-24 91 E-Mail: anzeigen@tageszeitung.koeln

Diese Zeitung wird unter Verwendung von Google-Fonts hergestellt

Kölner Stadt-Anzeiger online: www.ksta.de