



# 2007/48 webredaktion

<https://jungle.world/artikel/2007/48/pfiade-und-servus>

# Pfiade und servus!

Von **Philipp Steglich**

**von philipp steglich**

»Wenn der Teufel seine Macht verspielt hat, schickt er ein Weib.« Plakate mit dieser Aufschrift hielten ihr garstige Parteikollegen entgegen. Allein erziehend, rothaarig und auf einem Feuerstuhl durch die fränkischen Lande düsend: Was konnte Gabriele Pauli in deren Augen anderes darstellen als eine Hexe? Beliebt war die »Zerstoiberin« in der CSU nie. Nach 30 Jahren Mitgliedschaft und einer erfolglosen Kandidatur für den Parteivorsitz ist sie nun aus der Partei ausgetreten.

In der hölzernen Altherrenriege musste sie zwangsläufig zum *Enfant terrible* und Medienliebling aufsteigen. Pauli weiß, wie es geht, hatte sie doch in den achtziger Jahren über die »Öffentlichkeitsarbeit politischer Parteien am Beispiel der CSU« promoviert. Sie ließ sich in Latexhandschuhen für Park Avenue fotografieren und zierte, in eine weiß-blaue Fahne gehüllt, den Titel der *Bunten*. Ihr Abschiedsbrief an die CSU erschien in *Vanity Fair*. Ihren Parteiaustritt hat sie sich als Exklusivgeschichte ordentlich honorieren lassen. Die Wahl der Publikumszeitschriften ist also nicht dem Fehlen eines eigenen Programms geschuldet, sondern war wohl stets eine Frage des Honorars. Dem *Focus* wurde dem Magazin zufolge jüngst ein Interview mit ihr angeboten, in dem sie wahlweise über ihre künftige Mitarbeit bei den Freien Wählern oder über einen Wechsel zur FDP sprechen werde, ganz nach Wunsch des Auftraggebers und der Höhe der Bezahlung.

Mit ihrem Austritt aus der CSU hat sie jedoch an Attraktivität verloren, leben doch so genannte Querdenker wie sie gerade von der Spannung zwischen konformer Partei und populistischem Individuum. Im Gegensatz zu diesen Herren hat Pauli noch nicht einmal ein politisches Ziel. Wenn sie schreibt, sie »diene der Wahrheit und artikuliere, was viele denken und fühlen, aber nicht ansprechen wollen«, dann ist das haargenau so viel wie alles und nichts. So bleibt es allein Aufgabe der Redaktionen zu entscheiden, welchen Inhalt sie mit wie viel Euro künftig »artikuliert« sehen wollen.