

Der DFB als Werbeträger für die Umvolkung



Von WOLFGANG HÜBNER | Vor die Aufgabe gestellt, eine höchst unpopuläre Veränderung in einem 80-Millionenvolk in höchst populärer Weise auf den Weg zu bringen, in diesem Fall die Umvolkung Deutschlands in ein multiethnisches, multireligiöses und multikulturelles Siedlungsgebiet, käme man ganz schnell auf die erfolgversprechende Idee, dies bei den Deutschen über ihren Lieblingssport Fußball zu versuchen. Schließlich ist es ja ganz egal, ob ein hell-, dunkel- oder schwarzhäutiges Bein den Ball ins Tor schießt – Hauptsache für den eigenen Verein, für die eigene nationale Auswahl.

Weil das inzwischen von unzähligen Fußballfans in aller Unschuld so empfunden wird, ist jeder Spieltag der Bundesliga, jedes Länderspiel und erst recht jede hochrangige internationale Begegnung von gerade unschätzbarem Wert für die Strategen und Regisseure der Umvolkung Deutschlands wie Westeuropas. In den meisten Profi- und Auswahlmannschaften zwischen Flensburg und Konstanz, Aachen und Görlitz ist der Anteil türkisch-, arabisch- oder schwarzafrikanischstämmiger Spieler nämlich (noch) weit höher als der Anteil der aus diesen Weltgebieten stammenden Menschen an der deutschen Gesamtbevölkerung.

Doch auf den Spielfeldern wird für die vielen Millionen Zuschauer in den Stadien und an den Fernsehgeräten deutlich, wohin die Entwicklung der Bevölkerung geht. Und deutlich wird auch, wohin die Entwicklung im letztlich selbstzerstörerischen

Interesse einer Minderheit von Ideologen, Profiteuren und verantwortungslosen Opportunisten auch gehen soll. Es ist durchaus anzunehmen, dass die macht- und geldgeilen Wichtigtuer im DFB sich gar nicht bewusst der Umvolkungspropaganda zur Verfügung stellen. Dazu müssten sie ja diesen Prozess in all seiner Dramatik begreifen und erkennen. Die Grindels, Bierhoffs und Löws sind zu solcher Einsicht jedoch schon deshalb nicht in der Lage, weil sie wie die Made im Speck bestens im herrschenden Machtkomplex leben.

Selbstverständlich kann den passdeutschen und ausländischen Spielern, die materiell wie gesellschaftlich von dieser Situation im Fußball erheblich profitieren, kein Vorwurf gemacht werden. Was können die Legionäre Özil und Gündogan dafür, auch dann zur WM nominiert zu werden, wenn sie devot-kostenlos für „ihren“ Präsidenten Erdogan Werbung machen, aber jeder blonde deutsche Kicker, der sich freundlich lächelnd mit Alexander Gauland oder Alice Weidel auf einem Foto zeigen würde, ganz rasch nachhaltig entsorgt wäre?

Sowohl die durch und durch korrumpierten oder korrumpierbaren DFB-Verantwortlichen an der Spitze wie auch die passdeutschen und biodeutschen Profispieler sind nur höchst nützlich einsetzbare Schachfiguren in einem großen bösen Spiel, dessen Existenz nur diejenigen leugnen können, die stets mit dem Dienstwagen durch Frankfurt, Köln, Berlin oder Nürnberg fahren. Der kommerzielle Fußball ist allerdings der wichtigste Werbeträger der Umvolkung in Deutschland (wie die DFB-Kampagne „#ZSMMN“ im Video oben) – das gilt es gerade in den kommenden Wochen der WM in Russland zu begreifen.



Hübner auf
der Buch-
messe 2017
in
Frankfurt.

PI-NEWS-Autor Wolfgang Hübner schreibt seit vielen Jahren für diesen Blog, vornehmlich zu den Themen Linksfaschismus, Islamisierung Deutschlands und Meinungsfreiheit. Der langjährige Stadtverordnete und Fraktionsvorsitzende der „Bürger für Frankfurt“ (BFF) legte zum Ende des Oktobers 2016 sein Mandat im Frankfurter Römer nieder. Der 71-jährige leidenschaftliche Radfahrer ist über seine Facebook-Seite erreichbar.