

Plakate waren Mangelware, die Wahlbroschüren dünner, die Plastikfähnchen lascher, und bei den wenigen Kundgebungen klangen die Lautsprecher weniger laut als früher. Die Krise hat auch die Kriegskassen der Parteien angefressen. Doch das Auffälligste an diesem Wahlkampf war etwas anderes: Es fehlten die lokalen Büros der Parteikandidaten. Von **Niels Kadritzke**

Früher hat jeder aussichtsreiche Bewerber für das griechische Parlament (Vouli genannt) auf Wochen hinaus einen Laden gemietet, beflaggt mit Parteifahnen, voll mit Stapeln von Wahlbroschüren. Diesmal sparten sich die Kandidaten die Miete, die sie vom Privatkonto finanzieren mussten. Zum einen aus Angst vor den Glaserrechnungen, denn die Büros hätten die Wutbürger angezogen wie der Honigtopf die Bienen. Zum anderen weil so ein Ort nutzlos geworden ist. Im Kandidatenladen konnte der Wähler seinen künftigen Abgeordneten aufsuchen und die Gegenleistung für seine Stimme aushandeln: einen Auftrag für seinen Kleinbetrieb, eine Stelle für den Sohn beim staatlichen Stromversorger, eine Empfehlung für die Tochter an den parteinahen Universitätsprofessor. Das spielte sich keineswegs im Geheimen ab. Jeder konnte sehen, wer mit wem ins Geschäft kam oder kommen wollte.

Den gesamten Artikel können Sie auf den Seiten der [Le Monde diplomatique lesen](#).