

Propaganda 4.0 – Die Erfolgsstrategie der AfD

Von Johannes Hillje

Seit dem 24. September sitzt zum ersten Mal seit über 60 Jahren eine Partei im deutschen Bundestag, die offen rassistische und rechtsextreme Positionen vertritt. Der erstaunliche Sieg der AfD ist in erster Linie ein Erfolg ihrer Medienstrategie. Ohne ihr hoch strategisches Vorgehen – und das Zusammenspiel mit der „Lügenpresse“ – ist ihr Triumph jedenfalls nicht zu verstehen. Faktisch hat die AfD eine neuartige Form der Propaganda in der deutschen Politik etabliert. Dazu haben aber auch massive Fehler der großen Medien maßgeblich beigetragen.

Das Verhältnis der AfD zum Journalismus wirkt auf den ersten Blick schizophren, doch es folgt einem klaren Kalkül: Die AfD verteufelt die unabhängigen Medien als „Systempresse“, gleichzeitig braucht sie sie als Bühne für ihre Inszenierungen, Provokationen und Abgrenzungen zum politischen Feind. Die erste Stufe ihrer Strategie der „Propaganda 4.0“¹ ist die Delegitimierung der etablierten Medien. Der dadurch entstandene Bedarf nach wahrhaftigen Informationen wird in Stufe zwei durch den Aufbau von parteigebundenen Alternativmedien im Internet befriedigt. In den sozialen Bereichen dieser Kanäle entsteht ein digitales Volk, die dritte Stufe der Propaganda 4.0. Der vierte und letzte Baustein ist die Aufmerksamkeitsmaximierung und Abgrenzung zum politischen Gegner in der medialen Arena.

Für all das braucht die AfD die Massenmedien. Die Partei lädt daher Journalisten zu Hintergrundgesprächen ein, verschickt eifrig Pressemitteilungen und setzt sich allzu gerne in Talkshows öffentlich-rechtlicher Sender, die sie eigentlich abschaffen will – mit dem Ziel, die Deutungshoheit über die mediale Berichterstattung zu erobern. Kontrolle ist ein leitendes Motiv für die AfD bei ihrem Umgang mit den Medien. Es gibt Medienformate, bei denen sie mehr Kontrolle hat (zum Beispiel Talkshows) und solche, bei denen sie weniger Kontrolle hat (etwa Berichte über Parteiveranstaltungen). Ihre Antwort auf ein geringes Maß an Kontrolle ist die Restriktion der Arbeit von Journalisten, sprich die Einschränkung der Pressefreiheit. So verwehrt sie bei Parteitagungen oder anderen Veranstaltungen Journalisten die Akkreditierung, wirft sie aus dem Saal oder maßregelt sie von der Bühne aus. Nur kontrollierbare, das heißt unkritische Medien sind bei der AfD willkommen

1 Dies wird genauer ausgeführt in „Propaganda 4.0. Wie rechte Populisten Politik machen“, dem neuen Buch des Autors, das soeben im Dietz Verlag erschienen ist.

Medien. Wenn jemand kritisch über die AfD schreibt, spielt es auch keine Rolle, ob dieser eher politisch links oder rechts tickt.² Welche politischen Mittel aus einer solchen Haltung in letzter Konsequenz folgen, offenbarte ein Mitglied eines AfD-Kreisvorstandes aus Sachsen-Anhalt: „Mit der Machtübernahme muss ein Gremium alle Journalisten und Redakteure überprüfen und sieben. Chefs sofort entlassen, volksfeindliche Medien verbieten“, schrieb der Mann in einer internen WhatsApp-Gruppe.

Wenn sich AfD-Vertreter in eine Talkshow setzen, können sie sich darauf verlassen, dass ihre Sätze ungefiltert beim Publikum ankommen. Und sie müssen nicht immer kritische Nachfragen erwarten, insbesondere wenn die Fragesteller nicht gut genug vorbereitet sind. Als Björn Höcke in der Sendung von Günther Jauch eine Deutschlandfahne über seiner Stuhllehne ausbreitete, reagierte Jauch als Moderator, aber nicht als Journalist der Sendung ist. Kritische Nachfragen erwartet man von Journalisten, eben nicht von Moderatoren. Und an einem konstruktiven Dialog sind AfD-Vertreter in Talkshows sowieso nicht interessiert. Was zählt, ist die deutliche Abgrenzung zu den Vertretern des Establishments. „Niemand gibt der AfD mehr Glaubwürdigkeit als ihre politischen Gegner“, stellte der AfD-Vorstand in einem Papier fest. Und am eindrucksvollsten lässt sich diese Differenz zur Schau tragen, wenn der Gegner direkt neben einem sitzt.

AFD-Politiker brauchen die Medien auch für ihre geplanten Inszenierungen. Also dann, wenn sie eine Aktion nur deshalb auf die Beine stellen, damit die Medien darüber berichten. Björn Höcke entlarvte sich selbst, als er am Holocaust-Gedenktag in der Gedenkstätte des KZ Buchenwald auftauchte und zu seiner Begleitung, Olaf Kießling (AfD-Abgeordneter im thüringischen Landtag), sagte: „Olaf, komm' mal hier rechts neben mich. Ablauf wie geprobt.“ Höcke hatte bei der Gedenkstätte Hausverbot, marschierte dort trotzdem kurz mal auf. Bilder und Schlagzeilen waren gesichert. *Wie geprobt* eben.

Bei all diesen Inszenierungsformen wird Aufmerksamkeit, Neugierde und Spannung erzeugt, damit möglichst ein großes Publikum zuhört oder zusieht. Das gilt auf sehr ähnliche Weise auch für die bewussten Provokationen, Grenzüberschreitungen oder Diskriminierungen der AfD. Die öffentliche Empörung ist dabei einkalkuliert, ja, sogar zentrales Vehikel für die Aufmerksamkeit. Diese geplanten Skandale folgen einer Logik, die sich an der Logik der Medien selbst orientiert. Zwischen populistischer Kommunikation und medialer Berichterstattung existiert eine gefährliche Kompatibilität. Massenmedien und populistische Akteure ziehen sich gegenseitig an, denn sie bieten einander, was sie zum Existieren brauchen.

Die Populisten liefern den Journalisten Botschaften, Inszenierungen und Konflikte, die nahezu perfekt die Aufmerksamkeits- und Auswahlkriterien der Medien erfüllen, die auch maßgeblich für das Interesse des Publikums sind. Die Journalisten hingegen gewähren den Populisten den Zugang zur Öffentlichkeit, auf den sie angewiesen sind, um ihre Ziele über das Dominieren des öffentlichen Diskurses zu erreichen. Das ist eine *Win-win*-Situation,

2 Das musste auch Jürgen Elsässer vom rechten „Compact“-Magazin erfahren, der nach einem Disput mit Frauke Petry auf dem AfD-Kongress in Koblenz im Frühjahr 2017 nicht zugelassen wurde.

auf die es die Medien nicht anlegen, aber deren ökonomische Zwänge sie im Zweifelsfalle doch immer wieder dazu bringen, den Deal „Skandal gegen Publizität“ einzugehen.

Der Kampf um die mediale Aufmerksamkeit

Allerdings besteht ein ungleiches Verhältnis zwischen Medien und Populisten. Denn das Ziel der Rechtspopulisten ist es, die unabhängigen Medien in ihrer Funktion als vierte Gewalt, also kritischer Begleiter der Mächtigen, zu beschränken. Sie sollen protokollieren, nicht kritisieren – und wurden so in der Tat so manches Mal zu nützlichen Erfüllungsgehilfen der AfD-Strategie.

Eigentlich verstehen Journalisten, jedenfalls im Idealfall, ihre scharfe Feder oder Zunge als schärfstes Schwert gegen eine Instrumentalisierung durch populistische Politiker. Sie haben die Möglichkeit, deren permanente Grenzüberschreitungen, deren Vokabeln aus düsteren Zeiten einzuordnen und sie somit zu entlarven und zu entkräften. Das gelingt bei der AfD allenfalls manchmal, doch leider längst nicht immer. Doch selbst wenn die Aussagen von AfD-Politikern kritisch eingeordnet werden, schadet das der AfD kaum bei den eigenen Unterstützern: Ihre Klientel konsumiert zwar die etablierten Medien, aber vertraut ihnen nicht. Das tägliche Kopfschütteln über die Medien, gerade auch bei deren Kritik an AfD-Politikern, erfüllt vielmehr eine Bestätigungsfunktion für die Misstrauischen und Verdrossenen in der Gesellschaft. Jemand, der den etablierten Medien prinzipiell skeptisch gegenübersteht, wird ihnen erst recht nicht trauen, wenn sie über die unbequeme und elitenkritische AfD (die den Finger ja so eifrig in die Wunden der Politik legt) negativ berichten. Die Beziehung zwischen Medien und Populisten ist somit höchst ungleich: Während die AfD die Medien als Bühne nutzt, um dafür zu werben, deren gesellschaftliche Stellung zu schwächen, führt selbst ein kritischer Umgang der Medien mit der AfD nicht unbedingt dazu, dass deren Unterstützer sich von der Partei abwenden. Im Gegenteil: Es stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl. Nach dem Motto: Wir gegen das böse System.

Wie die AfD von ihren Auftritten in den verhassten „Systemmedien“ unter den eigenen Anhängern profitiert, kann man am Beispiel der Talkshow-Auftritte erkennen: Auf Youtube gibt es diverse Videos, in denen Talkshow-Statements von AfD-Vertretern zusammengeschnitten sind. Sie werden auf Youtube-Kanälen mit Namen wie *Freie Propaganda* hochgeladen und erreichen Klickzahlen bis an die Million-Marke heran. Solche Videos erwecken den Eindruck der absoluten Dominanz von AfD-Politikern über die anderen Gäste und Souveränität gegenüber den Fragen der Moderation.

Ein Beispiel aus dem Wahlkampf unterstreicht die Rückkopplung von Medienauftritten an das „digitale Volk“: Als Alice Weidel einen scheinbar spontanen Abgang aus der ZDF-Sendung „Wie geht's, Deutschland?“ inszenierte, veröffentlichte sie Minuten später per Twitter eine Erklärung, in der sie sich als Opfer des „verzerrenden“ und „parteischen“ Senders gerierte. Kurze Zeit später teilten zahlreiche Anhänger in den sozialen Netzwerken

ein Bild mit dem Slogan „I stand with Weidel“. Man hätte auch „Je suis Weidel“ schreiben können – Solidaritätsbekundungen wie nach einem Terroranschlag. Die eigene Opferrolle und das gemeinsame Feindbild wurden damit gestärkt, eine Form der kollektiven Identitätsstiftung, die in den „Altmedien“ gesät wird und in der Parallelwelt aus Alternativmedien seine Blüten trägt. Und so schließt sich der Kreis der Propaganda 4.0.

Wie aber ist dieser Strategie in den nächsten Jahren erfolgreich zu begegnen? Natürlich, kann man – ja man wird nach dem Einzug in den Bundestag mit der AfD auch in Talkshows diskutieren müssen, nicht mit Radikalen wie Björn Höcke, aber mit moderaten Stimmen. Alles andere wäre undemokratisch und würde der AfD weitere Wählerinnen und Wähler zutreiben.

Doch dann ist von den Moderatoren Journalismus statt Moderation gefragt. Das heißt: Widersprüche aufdecken, Ablenkungs- und Ausweichmanöver nicht durchgehen lassen, monologisierende Selbstdarstellungen unterbrechen und immer wieder auf die Plausibilität der inhaltlichen Forderungen und ihrer eigenen Lösungsvorschläge bestehen. Das bedarf einer sorgfältigen Vorbereitung durch die Moderatoren und die anderen Diskutanten.

Ebenso sorgfältig muss der Umgang mit Begriffen aus dem Lexikon der Rechtspopulisten sein. Medien dürfen derartige Begriffe nicht einfach übernehmen. Auch demokratische Politiker müssen sich viel stärker darauf konzentrieren, eine eigene positive Sprache für ihre Agenda zu entwickeln und verlorengegangene Deutungsfelder zurückzugewinnen. Oder sprach- und politikwissenschaftlich ausgedrückt: Dem ziemlich erfolgreichen ethnisch-antidemokratischen Framing der AfD muss ein klares liberal-demokratisches Reframing entgegengesetzt werden.

Statt von „Biodutschen“ oder „Lügenpresse“ zu sprechen, müssen angemessene, nicht verharmlosende Übersetzungen gefunden werden, wie zum Beispiel „Medien-Bashing“ oder „Rassendeutscher“. Es besteht zudem überhaupt keine Notwendigkeit, Begriffe wie „Altparteien“ oder „politische Korrektheit“ in den Sprachgebrauch zu integrieren, wenn diese die sprachlichen Werkzeuge einer demokratiefeindlichen Ideologie sind. Denn durch unsere Sprache werden wir als Gesellschaft zu Architekten unserer Selbst. Wenn wir uns aber die Bauteile von Rechtspopulisten anreichen lassen, dann erwächst die Sinnggebung unserer Welt auf einem fremdenfeindlichen und nationalistischen Fundament. Und ja, es kommt dabei auf jedes einzelne Wort an! Erst wenn wir unsere Alltagssprache gegen Unterwanderungsversuche von egal wem immunisieren, erlangen wir eine stärkere Kontrolle über die Sinnggebung unserer Welt.

Die Medien müssen daher in der öffentlichen Debatte „Aufpasser“, nicht „Anpasser“³ sein. Dazu gehört auch, Umdeutungsversuche seitens der AfD aufzudecken. Da gibt es etwa jene Begriffe, die vieles oder auch nichts bedeuten können und von Rechtspopulisten daher dankend mit einer ganz bestimmten Bedeutung aufgeladen werden. „Freiheit“, „Demokratie“ und „Elite“ sind solche Begriffe. Der französische Psychoanalytiker Jacques

3 Siehe dazu auch die Vorschläge von Bernd Gäbler in „AfD und Medien – Analyse und Handreichungen“, Arbeitsheft 92 der Otto-Brenner-Stiftung, Frankfurt a. M 2017

Lacan nannte diese Begriffe „leere Signifikanten“: Behälter, die immer wieder unterschiedliche Bedeutungen aufnehmen können. Die AfD redet ständig von der Freiheit, die das deutsche Volk angeblich verloren hätte. Marine Le Pen twitterte nach dem Brexit und dem Wahlerfolg Donald Trumps von „Siegen der Freiheit“. Diese antidemokratischen Umdeutungsversuche müssen wir entlarven und ihnen eine demokratische Deutung entgegenstellen. Ansonsten haben „Take back control“-Verführer einfaches Spiel.

Gegen die Umdeutung der AfD: Was bedeutet »wehrhafte Demokratie«?

Die AfD versucht ganz unverhohlen, demokratische Konzepte mit konkreten Bedeutungen umzudefinieren. Nach ihrer Wahl zur Spitzenkandidatin forderte Alice Weidel, dass wir die „wehrhafte Demokratie“ stärken müssten. Ein Begriff, der die Abwehrmaßnahmen unserer Demokratie gegen antidemokratische Kräfte im Inneren (dazu zählen mindestens Teile der AfD) beschreibt. Weidel versteht darunter, die Abwehr von Migranten. Eine solche haarsträubende Verdrehung darf in Deutschland nicht unwidersprochen bleiben!

Das Verständnis von Meinungsfreiheit und Pressefreiheit ist bei der AfD nicht minder unproblematisch. Als Marcus Pretzell einst ZDF-Journalisten des Saales verwies, gab er ihnen den Hinweis mit auf den Weg: „Pressefreiheit gilt auch andersherum.“ Gerade die Medienvertreter haben es in der Hand, diesen undemokratischen Vorstellungen von unseren demokratischen Prinzipien etwas entgegenzusetzen. Wenn Vertreter der Öffentlich-Rechtlichen von Veranstaltung der AfD ausgeschlossen werden, dann sollten als Zeichen des Protests alle Vertreter seriöser Medien einer solchen Veranstaltung fernbleiben. Der AfD wäre dann die mediale Bühne entzogen. Journalismus sollte nicht Lieferservice in der Aufmerksamkeitsökonomie sein, sondern Wachhund des demokratischen Diskurses, der Alarm schlägt, wenn antidemokratische Kräfte sich in ihm breitmachen.

Schließlich kommt es darauf an, klare Grenzen zum Populismus ziehen. Alexander Gauland bezeichnet seine Partei mittlerweile nonchalant und völlig offen als „populistische Partei“. Das aber hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass der Populismus-Begriff auch von liberalen Kräften inzwischen derart verwischt und entschärft wurde, dass Populismus als akzeptierter Bestandteil unserer demokratischen Kultur angenommen wird.

In dem Buch „Gebrauchsanweisung für den Populismus“ von Heribert Prantl kommt das zentrale Dilemma zum Vorschein, dass diese begriffliche Verwirrung hervorgerufen hat: Während „jeder gute Politiker“, so Prantl, ein „demokratischer Populist“ sein müsse, handele es sich bei den schlechten „Demokratieverächtern“ von der AfD um „extremistische Populisten“. Unterm Strich sind nach diesem Verständnis sowohl gute als auch böse Politiker Populisten.

Hier wird offenkundig, dass uns ein positives Vokabular fehlt, das den Gegensatz zum negativen Populismus beschreibt. Anders gesagt: Weil uns ein Begriff für die gelungene Vermittlung von demokratischer Politik fehlt,

stellen wir dem prinzipiell antidemokratischen Populismus-Begriff einfach positive Attribute voran und gemeinden damit den Populisten als Politiker-typus in unsere demokratische Kultur ein.

Doch wir verharmlosen den Populismus, wenn wir ihn als demokratisches Stilmittel statt als antidemokratische Ideologie begreifen.⁴ Dabei meinen wir, wenn wir von guten „populistischen“ Politikern im Sinne von Prantl sprechen, eigentlich „populäre“ Politiker. Dass wir heute offenbar gar nicht mehr wissen, wie wir einen populären Politiker nennen sollen, muss mit der langanhaltenden Vertrauenskrise in die Politik zu tun haben – mit dem tief gesunkenen Ansehen eines Berufsstandes, der eines der ehrenhaftesten Ämter unserer Gesellschaft ausführen darf und mit der Volkssportisierung des Spottes über die Volksvertreter. Also konnotieren wir den Begriff für einen schlechten, weil antidemokratischen Politiker (Populist) einfach positiv. Das ist in etwa so, als würden wir einen Menschen, der sich nie etwas zu Schulden kommen lässt, als „guten Bösewicht“ bezeichnen. Doch damit legitimieren wir sprachlich das „Böse“ über das „Gute“. Es gilt also unbedingt die Differenz zwischen „populistisch“ und „populär“ zu betonen.

Faktisch wird es aber darauf ankommen, den Populisten als letztlich antidemokratischen, antipluralistischen Akteur begrifflich zu isolieren und von denen abzugrenzen, die sich prinzipiell mit den Grundsätzen unserer Demokratie arrangieren und ihre Mission in der Übersetzung statt – wie die Rechtspopulisten – in der Aushebelung von Verfassungsgrundsätzen sehen.

Daher müssen wir in den nächsten vier Jahren die Inhalte der AfD viel mehr als das entlarven, was sie sind, nämlich ein Anschlag auf wesentliche Grundsätze unserer rechtsstaatlichen Demokratie. Grundvoraussetzung dafür ist jedoch, dass wir uns überhaupt mit den Details ihrer Programme auseinandersetzen. Diese eingehende inhaltliche Auseinandersetzung mit der AfD findet bisher jedoch noch gar nicht statt.

Im Gegenteil: Die Hyperfokussierung auf die Personen und Gesichter der AfD – von Frauke Petry über Björn Höcke bis zu Alexander Gauland –, wie auf ihre parteiinternen Konflikte und Provokationen lenkt bis heute von den hoch-problematischen, teilweise verfassungswidrigen Inhalten der Partei ab.

Es wäre daher in allererster Linie ein Dienst der Medien an den Bürgern, übrigens auch an jenen, die mit der AfD sympathisieren, deren Inhalte ausführlich zu analysieren und in einem angemessenen Rahmen zu kontextualisieren. Das heißt, sie abzugleichen mit der Verfassung, mit internationalen Verträgen, aber auch mit der schlichten Mathematik, was die unzähligen vollmundigen Versprechungen der AfD angeht. Und nicht zuletzt sie auch abzugleichen mit den Problemen der Menschen, die diese Partei in so immenser Zahl gewählt haben. Um im Ergebnis festzustellen, dass die AfD gerade den sogenannten kleinen Leuten eine Unmenge verspricht, aber nichts davon wirklich halten kann.

4 Vgl. die Populismus-Definition von Albertazzi und McDonnell (2007) aus ihrem Buch „21st Century Populism“ als „Ideologie, die ein tugendhaftes und homogenes Volk einer Elite und den gefährlichen ‚Fremden‘ gegenüberstellt.“