

Für eine wehrhafte Mediendemokratie

Das Konzept der »wehrhaften Demokratie« steht angesichts des Aufstiegs der AfD im Zentrum politischer Debatten. Aber rechtliche Instrumente genügen zur Verteidigung der Demokratie nicht. Daneben muss sich die Gesellschaft auch im medialen Raum, der zunehmend von digitalen Plattformen geprägt ist, zur Wehr setzen. JOHANNES HILLJE plädiert deshalb für eine selbstbewusste Verteidigung der Demokratie durch die Medien. Eine freie Presse dürfe in der Frage »Demokratie oder Autokratie?« nicht neutral sein.

Tauchte der Begriff »wehrhafte Demokratie« in den Jahren 2021 und 2022 in der deutschen Pressebeurichterstattung noch in knapp 1800 Artikeln auf, wuchs dieser Wert in den Jahren 2024 und 2025 auf mehr als 4600 Beiträge an.¹ Das Bundesverfassungsgericht hat 2017 niedergeschrieben, dass die Wehrhaftigkeit des Staates gewährleisten soll, dass »Verfassungsfeinde nicht unter Berufung auf die Freiheiten, die das Grundgesetz gewährt, und unter ihrem Schutz die Verfassungsordnung oder den Bestand des Staates gefährden, beeinträchtigen oder zerstören.«² Zur Verfügung steht ein Arsenal rechtlicher Instrumente, etwa zum Entzug von Grundrechten, dem Verbot von Vereinen und Parteien oder dem Ausschluss von Parteien von der staatlichen Parteienfinanzierung.

Die angeschwollene mediale Debatte über die »wehrhafte Demokratie« bezieht sich hauptsächlich auf die Frage, wie diese Instrumente gegen den Rechtsextrismus in und um die AfD eingesetzt werden sollten. Ein rechtliches Vorgehen allein wird die Demokratie jedoch nicht schützen können. In anderen demokratischen Systemen ist seit Jahren zu beobachten, wie regierende autoritäre Kräfte

die Gerichte politisch gefügig machen und die Judikative unter ihre Kontrolle bringen. Es stellt sich die Frage, was in der medialen Arena zum Schutz der Demokratie getan werden muss. Ein verstärktes Nachdenken über Maßnahmen zur Sicherung und Weiterentwicklung pluralistisch-demokratischer Kommunikationsräume ist deshalb notwendig.

Die AfD konzentriert sich in dieser Arena als parlamentarisches Glied der selbstgetauften »Mosaik-Rechten« auf das Ziel der kulturellen Hegemonie. Das will sie mittels lokaler, nationaler und globaler Akteure eines medialen Ökosystems erreichen, das aus mehr als nur »Alternativmedien« besteht. Längst hat die Ideologisierung globaler Plattformen wie X oder die Professionalisierung von Scharniermedien wie »NIUS« oder »Apollo News« die Wände der eigenen Echokammer eingerissen, um den Mainstream mit selbstdefinierten Wahrheiten zu besetzen.

In den Vereinigten Staaten kann der unabhängige Journalismus kaum noch mit den Reichweiten der »MAGA-Medien« mithalten. Elon Musk lag nicht ganz falsch, als er nach Trumps Wahlsieg 2024

JOHANNES HILLJE, geb. 1985 in Bremen, Dr. rer. pol., ist Politik- und Kommunikationswissenschaftler und arbeitet als selbstständiger Politik- und Kommunikationsberater.

1 Ermittelt mit der Mediendatenbank Factiva.

2 Urteil vom 17.1.2017, bundesverfassungsgericht.de.

seiner Community zurief: »You're the Media now«.

Auch in Deutschland nehmen die diskursiven Landgewinne der medial versierten Systemopposition in atemberaubendem Tempo zu. Deutschlands »nationalsozialistisches Trauma« sei Hemmschuh für Aufschwung und Fortschritt, diagnostizierte etwa Springer-Chef

»Bei der Auswahl von Informationen wurde das journalistische Prinzip vom algorithmischen Prinzip abgelöst.«

Mathias Döpfner im Dezember in der »Welt«, deren Blattlinie mittlerweile unübersehbar auf ein Einreißen der »Brandmauer« eingeschwenkt ist. Aber auch in Meinungsstücken von »Süddeutscher Zeitung« oder der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung« ist die Forderung nach einer Einbindung der AfD in politische Verantwortung mittlerweile häufiger zu lesen. Mehr Macht für jene Partei also, die diese Qualitätsmedien nicht nur mit parteiischen Propagandaorganen überholen will, sondern deren Milieu unabhängige Journalistinnen und Journalisten diskreditiert, einschüchtert und bedroht.

Obwohl kaum mehr strittig ist, dass wir in einer Mediendemokratie, oder aktualisiert »Plattformdemokratie« (Marina Münkler), leben und die Demokratie von autoritären Kräften angegriffen wird, fehlen bislang systematische Ansätze für das, was man »wehrhafte Mediendemokratie« nennen könnte. Die Mediendemokratie zeichnet sich dadurch aus, dass politische Akteure ihr Handeln an der Medienlogik ausrichten. Früher war diese Medienlogik durch die Auswahl- und Präsentationskriterien des Fernsehens (und nachrangig der Printmedien) geprägt. Aufgrund der digitalen Transformation

des Mediensystems, in der sich Marktmacht von Sendern und Verlagen zu Techkonzernen verschoben hat und dabei das journalistische Prinzip bei der Auswahl und Aufbereitung von Informationen durch das algorithmische Prinzip abgelöst wurde, ist die Medienlogik heute von Viralfaktoren (von Instagram, TikTok & Co.) bestimmt. Daraus folgt nicht, dass Journalismus und politische Kommunikation irrelevant geworden wären, sie müssen ihr Publikum aber über die intermediären, bislang kaum demokratisch kontrollierten Plattformen erreichen.

In einer wehrhaften Mediendemokratie darf die freie Presse gegenüber der Systemfrage »Demokratie oder Autokratie?« nicht neutral sein. Sie selbst ist nur in einem demokratischen System, das ihre Freiheit garantiert, lebensfähig. Doch ist die Liste der Herausforderungen, denen der unabhängige Journalismus unterliegt, lang. Vielfalt, Vertrauen, Selbstbehauptung, Wettbewerbsfähigkeit, Qualität sind Aspekte eines Reform- und Erneuerungsdiskurses, der in öffentlich-rechtlichen wie privaten Medien geführt wird. Für den Schutz der Demokratie wird es entscheidend darauf ankommen, ob der Journalismus die Gesellschaft mit verlässlichen Informationen erreichen und eine gemeinsame Wissensbasis sichern kann. Angelehnt an den Grundgedanken der rechtlichen Wehrhaftigkeit, muss sich der Journalismus aber auch fragen, wo die eigenen Grundsätze und Praktiken den Verfassungsfeinden einen Spielraum gewähren, den diese zur Zerstörung seiner Existenzgrundlage ausnutzen, wie es die AfD versucht.

Der Umgang des Journalismus mit der AfD und ihrem Umfeld lässt sich in drei Phasen einteilen: In den ersten Jahren kam es hauptsächlich zu einer medialen Verstärkung der rechtspopulistischen Rhetorik basierend auf dem aufmerksamkeitsökonomischen Deal »Provokation gegen Publizität« und der Faszination des Bösen, die sich etwa in Homestories über ein miniaturistisches »Rittergut« in

Schnellroda ausdrückte. Nach dem Einzug der AfD in den Bundestag setzte die zweite Phase ein, die durch mehr journalistische Verantwortung geprägt war. Nicht mehr jeder Tabubruch wurde mit einem Artikel belohnt, die kritische Einordnung wurde intensiviert. Ungefähr seit Sommer 2023 befinden wir uns in der dritten Phase, in der – angetrieben von Umfragewerten und Wahlerfolgen – der Partei wieder deutlich mehr mediale Aufmerksamkeit zuteilwird. Dabei ist ein journalistisches Experimentieren zu beobachten, bei dem die Interviewführungen zwischen kumpelhaft, unpolitisch und sachorientiert variieren. Die bisherige Bilanz dieser andauernden Phase fällt gemischt aus: Alte Fehler werden wiederholt, neue gemacht, aber auch Formate ausprobiert, die durchaus einen Mehrwert haben, etwa wenn Alice Weidel sich in der ARD-Wahlarena den gescheiterten Fragen des Publikums stellen muss.

Lernen lässt sich aus dem Umgang der Medien mit der AfD eines: Guter Journalismus kann die AfD nicht unbedingt schwächen, schlechter Journalismus sie allerdings stärken. Auch wenn die Partei in der medialen Arena zwischen Selbstverharmlosung und Diskursverschiebung strategisch changiert, agiert sie stets als Systemsprengerin, die die Normen der demokratischen Öffentlichkeit zerstören will und mediale Räume zur Front ihres Informationskriegs macht.

In einer pluralistischen Medienlandschaft sollte per definitionem der journalistische Umgang mit einer Partei wie der AfD vielfältig sein. Zwei Grundsätze drängen sich dennoch auf, wenn der unabhängige Journalismus an seiner Selbsterhaltung interessiert ist. Erstens sollten demokratische und demokratiefeindliche Parteien journalistisch nicht gleich behandelt werden, weil sie aus der Systemperspektive keine gleichartigen Akteure sind. Damit ist nicht gemeint, dass AfD-Politiker nicht interviewt werden sollten. Im Gegenteil, die direkte journalistische Auseinandersetzung ist nötig. Fragen

stellen sich aber regelmäßig bei der Besetzung großer TV-Debatten vor Wahlen. Zur Landtagswahl in Baden-Württemberg im März lud der SWR neben Cem Özdemir (Grüne) und Manuel Hagel (CDU) auch Markus Frohnmaier (AfD) zum »Triell« ein. Der SWR teilte mit, man habe jene Parteien eingeladen, welche »die Landespolitik in der kommenden Legislaturperiode voraussichtlich am stärksten prägen werden.«³ Mit Blick auf die möglichen Machtverhältnisse nach der Wahl war allerdings klar, dass die AfD aufgrund ihrer Koalitionsunfähigkeit keine Chance auf eine Regierungsbeteiligung hat. In einer möglichen »Deutschlandkoalition« würden SPD und FDP die Landespolitik wohl stärker prägen als die AfD.

Senderverantwortliche argumentieren bei der Kuratierung solcher Formate oft mit dem Prinzip der »abgestuften Chancengleichheit«, das den ÖRR lediglich dazu verpflichtet, alle Parteien in

»Guter Journalismus kann die AfD nicht unbedingt schwächen, schlechter Journalismus kann sie allerdings stärken.«

der Wahlberichterstattung abzubilden, nicht jedoch eine bestimmte Partei in ein bestimmtes Format zu laden. Daher erscheint die Entscheidung des SWR willkürlich und im Sinne der AfD. Es braucht klare und belastbare Auswahlkriterien für die Diskutanten zentraler Wahldebatten, diese könnten zusammen mit Politik- und Rechtsexperten entwickelt werden.

Zweitens müssen Redaktionen mehr Ressourcen für die Auseinandersetzung mit Demokratiefeinden bereitstellen. Ein Interview mit einem AfD-Politiker braucht mehr Vorbereitungszeit, weil es

3 SWR setzt programmliche Schwerpunkte vor den Landtagswahlen, swr.de, 14.11.2025.

neben der inhaltlichen Einarbeitung auch einer Auseinandersetzung mit dessen Ideologie bedarf. Was meint jemand, der einen ethnischen Volksbegriff vertritt, mit Vokabeln wie »Passbeschenker« oder »Remigration«? Welches antisemitische Narrativ wird beim Gerede von »globalistischen Eliten« verbreitet? Zur journalistischen Selbstbehauptung sollte auch gehören, dass die Lüge nie das letzte Wort hat. Spätere Faktenchecks mögen das redak-

renz bekommt, ist so viel wert, dass sie dafür eigentlich Schenkungssteuer zahlen müsste. Dabei spielt es keine Rolle, ob man vorschlägt, die AfD zu dämonisieren, zu entzaubern oder inhaltlich zu stellen: Die strukturelle Schwäche dieser Debattenführung der Demokraten ist, dass das zentrale Objekt immer die AfD und nie das eigene Politikangebot und Zukunftsversprechen ist. Dass etwas nur die AfD stärken werde, oder andersherum zurückdrängen könne, ist im Diskurs der Etablierten zur prominenten Begründung von Politik geworden. Wer nicht das Wohl der Menschen, sondern einen politischen Konkurrenten zum Maßstab des eigenen Handelns macht, kann nicht gewinnen – schon gar nicht auf Social Media.⁴

Die medialen und politischen Herausforderungen enden freilich nicht beim konkreten Umgang mit der AfD. Demokratiefeinde finden für ihre Medienstrategien ein lokales Einfallstor, wo Journalismus verschwindet. Der Staat muss solchen Pressewüsten vorbeugen, indem er die strukturelle Förderung von Lokaljournalismus als demokratische Daseinsvorsorge ansieht. Gleichzeitig braucht es leistungsfähige und vertrauenswürdige öffentlich-rechtliche Angebote, deren finanzielle Grundlage die Politik nicht zum Gegenstand affektiv-polarisierter Debatten machen darf. Zu den dringenden Aufgaben gehört auch die Durchsetzung rechtstaatlicher Regeln auf Digitalplattformen, die Sicherstellung fairer Wettbewerbsbedingungen in der Digitalwirtschaft sowie die Erlangung von europäischer Souveränität bei der digitalen Infrastruktur.

All das wird aber nur wirken, wenn auch die Informationskompetenz der Bevölkerung gestärkt wird. Grundvoraussetzung einer wehrhaften Mediendemokratie ist schließlich ein medienkompetenter Souverän. ◻

4 Johannes Hillje, Social Media: Die digitale Dominanz der AfD brechen! in: »Blätter«, 2/2024, S. 13-16.

»Zur journalistischen Selbstbehauptung muss gehören, dass die Lüge nie das letzte Wort hat.«

tionelle Gewissen beruhigen, schützen die Integrität des demokratischen Diskurses aber kaum, die Unwahrheiten drehen längst ihre Runde. Als »Welt-TV« vor der Thüringer Landtagswahl ein Duell zwischen Björn Höcke und Mario Voigt (CDU) veranstaltete, konnte es den angekündigten »Live-Faktencheck« nicht umsetzen. Stattdessen verwies Höcke mehrmals auf seinen »Live-Faktencheck« auf X, den sein Team parallel zur Sendung befüllte.

Auch die Politik muss sich medienpolitischen und kommunikationsstrategischen Fragen widmen, um eine wehrhafte Mediendemokratie zu schaffen. Bisher jedoch arbeiten sie sich mit ihrer Orientierung an der Medienlogik – aber auch aufgrund eigener Konzeptlosigkeit – allzu ausgiebig an der AfD ab. Die schwarz-rote Koalition hat bei Amtsantritt selbstbewusst versprochen, die Probleme des Landes »aus der Mitte heraus« zu lösen. In der Praxis aber starrt sie oft ängstlich auf den rechten Rand. Friedrich Merz lenkte sogar mit einer Anti-AfD-Klausur des CDU-Präsidiums tagelang die Aufmerksamkeit auf die Partei, um als Ergebnis zu verkünden, dass er im Umgang mit ihr »gar nichts« verändern werde. Die Gratisaufmerksamkeit, die die AfD von der Konkur-