

© Thomas Dalby



„REALE ÄNGSTE WERDEN MIT POLITISCHER PROPAGANDA VERKNÜPFT“

Im Netz haben rechte Parteien und Bewegungen mit Abstand die größte Fangemeinde. Warum feiert die junge Generation schräge TikTok-Videos von alten FPÖ-Bossen? Sollte man rechtspopulistische Inhalte beschränken? Und wie gelingt eine Gegenerzählung der Gemäßigten? Medienethiker und Jurist Luis Paulitsch hat Antworten.

Interview: NICO KNAPPE

Die FPÖ hat seit September 2020 einen TikTok-Account. Wie sieht ein typischer FPÖ-Post aus?

Die FPÖ verfolgt auf Social Media einen eher konventionellen Ansatz der politischen Kommunikation: In der Regel werden Ausschnitte aus Parlaments- und Wahlkampfreden oder Interviews ausgespielt. Das hat den Vorteil, dass man vorhandenes Material nochmals verwenden kann. Daneben produziert sie aber auch eigene kurze Videos für TikTok. Darin wenden sich einzelne Vertreter der FPÖ meist direkt an ihr Publikum

und transportieren eine bestimmte Botschaft. Die Themen drehen sich hauptsächlich um Migration, Corona und die sogenannte Wokeness.

Auf TikTok hat die FPÖ rund 45.000 Follower – weit vor den NEOS mit etwa 20.000. Warum sind die Rechten so erfolgreich?

Zum einen sind rechtspopulistische Parteien sogenannte First Mover: Wenn ein neues soziales Medium auf den Markt kommt, ist die FPÖ sehr schnell damit, auf diese Plattform zu gehen, wohingegen andere Parteien oft zögern oder keine zusätzlichen Ressourcen dafür aufwenden wollen. Das haben wir zuerst mit Heinz-Christian Strache bei Facebook gesehen: Er hat diesen Kanal deutlich früher als andere Parteien verwendet – und es geschafft, insgesamt 900.000 Follower aufzubauen. Auch die AfD hat sich auf TikTok sehr schnell etabliert, während alle anderen Parteien im deutschen Bundestag noch gezögert haben. Sicher auch, weil es sich um eine chinesische App handelt, bei der wir nicht genau wissen, was mit den Daten passiert. Rechtspopulistische Parteien haben damit ein geringeres Problem und dadurch auf solchen Plattformen immer einen Wettbewerbsvorsprung.

Inwiefern punkten sie auch inhaltlich besser? Rechtspopulismus und die Funktionsweise der Algorithmen auf diesen sozialen Plattformen weisen eine gewisse Wesensverwandtschaft auf. Die Strategie des Rechtspopulismus beruht auf Emotionen und Zuspitzung, das wird von den derzeitigen Algorithmen belohnt. Wenn ich es schaffe, eine politische Botschaft zugespitzt und gleichzeitig emotional zu vermitteln, habe ich auf Social Media größeren Erfolg, als wenn ich versuche, komplexe politische Zusammenhänge zu erklären. Das kommt dem Naturell von Rechtspopulisten entgegen.

Siebzig Prozent der FPÖ-Abgeordneten im Nationalrat sind älter als fünfzig Jahre. Woher nimmt die FPÖ ihre Expertise im Umgang mit jungen Erwachsenen?

Die FPÖ und die AfD haben von Anfang an mehr Ressourcen für ihre digitale Kommunikationsarbeit aufgewendet – finanziell wie personell. Die FPÖ hatte immer schon ein schwieriges Verhältnis zu klassischen Medien und hatte mit Social Media zum ersten Mal in dieser Intensität die Möglichkeit, ihre Sichtweisen auf die Welt direkt an die Bevölkerung zu vermitteln. Außerdem ist

es der FPÖ gelungen, ganz unterschiedliche Player aufzubauen, die ihren Inhalten und Accounts regelmäßig Reichweite verschaffen. Das waren einerseits die sogenannten Troll-Armeen und andererseits sehr viele Fan-Accounts, die FPÖ-Beiträge geteilt und kommentiert haben. Dann gab es junge Aktivistinnen und Aktivisten aus dem rechtsextremen Vorfeld, wie zum Beispiel die Identitäre Bewegung, die flankierend gearbeitet haben. Dazu kommen die sogenannten Alternativ-Medien, die immer wieder mittels eigener Beiträge die Inhalte der FPÖ im Netz verbreiten. Man nennt dieses System auch Community-Pingpong. Die FPÖ hat verstanden, dass man im Zusammenspiel mit anderen Akteuren, die nicht unmittelbar zur Partei gehören, die eigenen Posts groß machen kann.

„Anderen Parteien müsste es gelingen, auf Social Media ein stärkeres Gegennarrativ zu finden.“

LUIS PAULITSCH

Die sogenannte Generation Z nimmt Boomer, die im Internet jugendlich wirken wollen, meist als unangenehm wahr. Warum scheinen die FPÖ-TikToker nicht cringe zu sein?

Für einen erfolgreichen Akteur auf Social Media ist nicht das Alter entscheidend, sondern ob es ihm oder ihr gelingt, eine Message emotional rüberzubringen – und das schaffen AfD und FPÖ. Ein gutes Beispiel ist das erfolgreichste Video von Maximilian Krah, dem AfD-EU-Spitzenkandidaten. Er richtet sich an junge Männer und sagt: Es ist okay, wenn du dich einsam fühlst. Jeder dritte Mann ist Single, und du gehörst vielleicht auch dazu. Dann sagt er ihnen weiter: Schau keine Pornos. Geh an die frische Luft. Und dass echte Männer rechts sind. Es gelingt ihm, das real existierende Problem der Einsamkeit bei Jugendlichen anzusprechen – und es mit einer autoritären Erzählung zu verbinden. Das zieht bei den Leuten. Reale Ängste werden mit politischer Propaganda verknüpft. Anderen Parteien müsste

„Ausländer raus“-Parolen zum Disco-Hit

Ende Mai schockierten Video-Aufnahmen von rassistischem Gegröle auf der norddeutschen Insel Sylt: Bei einer Party im Nobelclub Pony hatten wohlhabende junge Menschen zum einem Lied von Gigi D'Agostino den simplen Refrain „Ausländer raus, Deutschland den Deutschen“ gesungen und sich dabei gefilmt. Ein Mann deutete auf dem Video sogar einen Hitlerbart und entsprechenden Gruß an. Das Phänomen ist nicht neu: Bei TikTok wurde der Liedtitel „L'Amour toujours“ schon zuvor mit der codierten Frage verknüpft: Na, wer würde mitsingen?

es gelingen, auf Social Media ein stärkeres Gegennarrativ zu finden. Emotionalisierung muss nicht automatisch etwas Schlechtes sein.

Junge Menschen sind traditionell eher links und progressiv eingestellt. Wie wurde plötzlich ein großer Teil empfänglich für rechte Ideologien?

Sehr viele Jugendliche verspüren aktuell ein Gefühl der Ohnmacht. Sie blicken deutlich pessimistischer in die Zukunft als vorige Generationen – und das ist nachvollziehbar. Das hat in der Corona-Pandemie begonnen. Dann kam der russische Angriffskrieg, dann die Energiekrise und die Teuerung, und derzeit fürchten viele Menschen, dass die Art und Weise, wie unsere Gesellschaft aufgebaut ist, für sie selbst keinen Vorteil mehr bringt. Dementsprechend ziehen sich junge Menschen mehr zurück und fordern Sicherheit und ein geordnetes Leben ein. Auch vor dem Hintergrund der Klimakrise ist verständlich, dass viele Menschen ansprechbar für vermeintlich einfache Lösungen werden. Wir müssen uns bewusst sein, dass wir an einem historischen Kipppunkt stehen. Wenn Kipppunkte entstehen, werden Menschen empfänglicher für autoritäre Ideen, das hat die Geschichte gezeigt.

Sollte man rechten Parteien die Plattformen entziehen?
Ich bin kein großer Fan von der Forderung, rechtspopulistische Parteien von Plattformen zu verbannen, auch weil man damit den Fokus zu stark auf sie lenkt. Viel wirksamer wäre es, eine Gegenerzählung aufzubauen und diese auch auf Social Media in kompakter Art und Weise zu transportieren. Einzelnen Politikern und Politikerinnen gelingt das gut, wie zum Beispiel Robert Habeck, dem deutschen Wirtschaftsminister. Mit seinen bewegenden Video-Ansprachen schafft er es, die Bevölkerung zu adressieren und damit Millionen von Klicks zu erzielen. Auch in Österreich hat es zum Beispiel Alma Zadic mit einem Video über ihre bosnische Herkunft geschafft, viele Menschen zu erreichen.

Politische Infos aus dem Netz

Der Jugenddemokratiemonitor von 2022 zeigt es auf: Das Internet ist die wichtigste Informationsquelle der 14 bis 30 Jahre alten Menschen in Österreich. 69 Prozent gaben an, sich dort über politische Inhalte zu informieren. Doch was TikTok beispielsweise anzeigt, ist besorgniserregend: Ein Versuch des Anti-Mobbing-Zentrums der Dublin City University ergab, dass ein neu angemeldeter männlicher Nutzer zwischen 16 und 18 Jahren bereits nach 23 Minuten frauenfeindliche und extreme Inhalte angezeigt bekommt – auf einem ansonsten völlig leeren Smartphone.



TikTok-Videos von FPÖ-Chef Herbert Kickl und der AfD-Vorsitzenden Alice Weidel.