

Kurz vor den Landtagswahlen

28.08.2019, 17:58 Uhr

Wie rechte Influencer mit Hetze Stimmung für die AfD machen

Junge Rechte nutzen Instagram und YouTube, um Rassismus normal erscheinen zu lassen. Langfristig kann das den demokratischen Diskurs zerstören. VON [SELINA BETTENDORF](#)



Alexander Kleine (rechts) und Philip Thaler in ihrem wöchentlichen YouTube-Format. Gesponsert von EinProzent. FOTO: SCREENSHOT YOUTUBE

„Neue Deutsche? Machen wir selber!“ Das steht auf einem [Wahlplakat der AfD](#) in Sachsen, im Bild eine schwangere Frau. Alexander Kleine präsentiert das Plakat in einem YouTube-Video und kommentiert: „Finde ich gut“. Seine Begründung: Die „etablierte Politik“ setze stattdessen auf den Zuzug aus Nordafrika.

In sozialen Netzwerken wie Instagram und YouTube machen Influencer – Menschen mit vielen Follower, also hoher Reichweite – nicht mehr nur Werbung für Schminke, Eistee oder Waschmittel. Inzwischen geht es auch um Politik, zumeist um ganz rechte. Alexander Kleine macht Werbung für die AfD. Über 30.000 Mal wurde allein sein Wahlplakat-Video aufgerufen.

Tagesspiegel Morgenlage



Der Überblick über die Themen des Tages aus Politik und Wirtschaft, z.B. von Maria Fiedler

[Kostenlos bestellen](#)

In wenigen Tagen wird in [Sachsen und Brandenburg der neue Landtag gewählt](#). Die AfD, bei der auch der 27-jährige Alexander Kleine sein Kreuzchen macht, könnte in Sachsen laut aktuellen Umfragen die zweitmeisten Stimmen nach der CDU bekommen. In Brandenburg liegt sie aktuell gleichauf mit der führenden SPD.

Kleine ist selbst nicht Parteimitglied, aber Regionalleiter bei der rechten, [vom Verfassungsschutz beobachteten Identitären Bewegung](#). Leute wie er können bei einem knappen Rennen womöglich den Ausschlag geben.



Bei seiner politischen Influencer-Arbeit ist er nicht allein, sondern wird unterstützt von den ganz großen Playern, die Rechtsextremismus in Deutschland wieder salonfähig machen wollen. Die **neurechte Bürgerinitiative EinProzent** fungiert als Bindeglied zwischen AfD, Identitären, Pegida und anderen Rechten.

Eines ihrer sechs offiziellen Mitglieder ist **Götz Kubitschek, der als Vordenker der neuen Rechten gilt** und von Experten als „Spinne im Netz“ beschrieben wird. Kleine steht mit ihm in gutem Kontakt.

Martin Fuchs findet die professionelle Inszenierung politischer Influencer dramatisch, „weil das langfristig den demokratischen Diskurs zerstört“. **Fuchs ist Politikberater und Blogger** und referiert seit Jahren über Kommunikation von politischen Akteuren.

Die Kernstrategie der neuen Rechten sei, dass sie sich nicht wie klassische Nazis verhalten. Weder vom Aussehen, noch vom Auftreten her. Stattdessen adaptieren sie eine coole „Hipster-Kultur“ und streuen zwischen den Zeilen Misstrauen in das System. Sie sorgen dafür, dass rassistische Inhalte in den sozialen Netzwerken ein Stück weit normal werden.

Nicht mit Angela Merkel an einen Tisch setzen

Die Theorie trifft auch auf Alexander Kleine zu. Er hat lange blonde Haare und einen langen Schnurrbart, an dem er rumzwirbelt, während er spricht. Neben seinem BWL-Studium investiert er jede Woche 20 Stunden in politisches Engagement. Dabei merkt man ihm seine politische Gesinnung nicht sofort an.

Bei einem Treffen in einem Leipziger Starbucks-Café schwärmt er von seiner Frau und seinem Babyglück. Er erzählt von den serbischen Schwiegereltern, die am Wochenende zu Besuch waren und davon, dass er für seine Frau heute noch den Einkauf erledigen muss. Sein größtes Hobby: Imkern.

Doch schon im nächsten Satz hetzt er gegen Flüchtlinge, feiert den **AfD-Hardliner Björn Höcke** oder den **italienischen Innenminister Matteo Salvini, der Bootsflüchtlinge** wochenlang nicht an Land gehen lässt. Er findet sich selbst mit seinen 170cm zu klein, trainiert sich dafür aber Fitnessstudio-Muskeln an und geht nebenbei noch Boxen.

Weil er das Gefühl hat, dass Deutschland seit 2015 gefährlicher geworden ist. Dass man vor allem Frauen jetzt beschützen muss, zumindest sobald es dunkel wird. Weil in jeder Ecke jemand aus Nordafrika stehen könnte, so schildert er seine Ängste.

Für die Situation von 2015, als über eine Million **Flüchtlinge nach Deutschland** kamen und **Kanzlerin Angela Merkel** sagte „wir schaffen das“, verwendet er bewusst das Wort „Migrationskrise 2015“. Wie Angela Merkel Deutschland regiert, findet er so schlimm, dass er sich nicht einmal mit ihr an einen Tisch setzen würde. „Ich könnte es noch versuchen mit konstruktiver Kritik oder ich könnte mich über sie lustig machen. Aber ich glaube, ich würde gar nicht zu ihr hingehen.“

Rassistische Parodie

Auf Social Media verbreitet er auch Veröffentlichungen von Melanie Schmitz, einer anderen rechten Influencerin. Schmitz hat unter anderem eine Parodie auf eines der meistegeklicktesten YouTube-Videos hochgeladen, in der sie singt: „Du weißt ich bin rechts Babe, will dass du jetzt hetzt Babe, schieß doch auf den Rest Babe, wir machen ein Hetztape. ... Also Baby mach die

Kamera an, kommt ein Nafri macht es bam bam bam bam.“ Dabei schlägt sie mit den Fäusten in die Luft.

„Nafri“ war die interne Arbeitsbezeichnung der Polizei Nordrhein-Westfalen für „Nordafrikaner“ oder „Nordafrikanischer Intensivtäter“ nach den Vorkommnissen der Silvesternacht in Köln 2015. Sprich: Die Influencerin verherrlicht rassistische Gewalt – und könnte damit indirekt ihre Zuschauer zu Straftaten animieren.

Alexander Kleine findet das Video gut. Bis vor Kurzem hatte er noch über 6000 Follower auf Instagram, etwa 4000 schauten täglich seine Storys. Vergangene Woche wurde sein Account von der Plattform Instagram gelöscht, Kleine schaltete seinen Anwalt ein.

Rechtsextremismus im Hochglanzformat

Was bisher nicht gelöscht wurde, ist der YouTube Kanal „Laut gedacht“, dem über 45.000 Menschen folgen. Zusammen mit dem rechten YouTuber Philip Thaler veröffentlicht Kleine wöchentlich Videos auf diesem Account, die er „Satire“ nennt. Sie kommentieren aktuelle politische Themen. Es gibt einen Unterschied zwischen „Laut gedacht“ und anderen Accounts rechter Influencer. „Laut gedacht“ ist professionell aufgebaut. Ein Fakt, den Alexander Kleine gerne herunterspielt.

Das feste Studio, gute Kamera-, Ton- und Schnitttechnik machen aus der Videoproduktion ein Hochglanzformat. Die „Witze“ sind so gewählt, dass rassistische Inhalte unterschwellig vermittelt, aber nie direkt ausgesprochen werden. Der Sponsor des Formates steht in der Kanalbeschreibung: Die neurechte Bürgerinitiative EinProzent.

Unterstützer unter anderem AfD-Mitglieder und Identitäre

Der Vorsitzende, Philip Stein, sagt: „EinProzent ist der Betreiber des Kanals, die beiden sind nur Schauspieler. Wir haben das Studio, die Technik, die Filmleute. Wir sind offizielle Ausstatter und Ansprechpartner der Serie.“ Offizielle Mitglieder hat der Verein nur sechs, darunter angeblich keine AfD-Mitglieder oder Identitäre. „Aber bei unseren vielen Unterstützern dürfte die Schnittmenge von AfD-Wählern, Identitären, Pegida und anderen Rechten relativ groß sein“, sagt Stein. Der Verein und das breite Netzwerk sorgen dafür, dass sich der gesellschaftliche Diskurs nach rechts verschiebt.

Obwohl es bundesweit oft Überschneidungen zwischen AfD und Identitären gibt, sagt Kleine, er habe mit der AfD nichts weiter zu tun. Auch Torben Braga, Pressesprecher des Bundesvorsitzenden der Jungen Alternativen, sagt, dass er weder Alexander Kleine noch Melanie Schmitz kenne.

Vom YouTube Kanal „Laut gedacht“ habe er schon einmal gehört, aber noch nie ein Video angeschaut. Offiziell verbietet die AfD eine Kooperation mit der Identitären Bewegung. Wer trotzdem kooperiert, würde das nicht unbedingt öffentlich zugeben.

Mit Einzelfällen stellen sie ein verzerrtes Bild der Realität dar

Werden rechte Influencer dafür sorgen, dass die AfD stärkste Kraft in Sachsen oder Brandenburg wird? „Nein“, vermutet Politikberater Martin Fuchs. „Schon allein deshalb, weil man mit den jungen Leuten keine Wahl in Deutschland gewinnt. Die Gruppe der unter 35-Jährigen ist einfach zu klein.“

Außerdem sagt er: „Rechte Influencer und was sie vermitteln könnte ein Baustein sein, der das Weltbild mit bestätigt, aber sie werden keine Auslöser für die Wahl sein.“ Nur weil es ein paar rechte Influencer gebe, würden nicht mehr Leute die AfD wählen. Trotzdem findet er es schlimm, dass es die entsprechenden Profile in den sozialen Netzwerken gibt. „Mit Einzelfällen stellen sie ein verzerrtes Bild der Realität dar.“

Kumulierte Aussagen zeigen rassistisches Weltbild

Patrick Stegemann bestätigt diese Aussage. Auch wenn die YouTuber bei „Laut gedacht“ vorsichtig vorgehen, zeigen die kumulierten Aussagen seiner Meinung nach klar ein rassistisches Weltbild. Stegemann ist Journalist, Filmemacher und Formatentwickler und hat auf der [Digitalkonferenz re:publica einen Vortrag darüber gehalten, wie die neue Rechte Influencer erschafft und nutzt](#).

Wenn die AfD bei der Wahl gut abschneidet, kann er sich vorstellen, dass die Followerzahl der rechten Influencer zunimmt, weil es dann „noch normaler“ werde, solchen Leuten zu folgen. Influencer nutzen seiner Meinung nach der Partei und der Aufstieg der Partei nutze auch den Influencern.

Medien können dem Einfluss der Aktivisten entgegenwirken

Die großen Plattformen reagieren und löschen in regelmäßigen Abständen rechte YouTube-, Instagram- und Facebook-Accounts, weshalb inzwischen einige Influencer auf alternative Plattformen wie Telegramm zurückgreifen. Patrick Stegemann sagt, es gebe vor allem eine Möglichkeit, rechten Influencern die Stirn zu bieten: „Es muss Gegenerzählungen geben.“

– Mehr zum Thema



Frauen bei der Identitären Bewegung

Rechte Schwestern ganz vorn

Von Maria Fiedler

Instagram und YouTube gehörten inzwischen zu den Hauptnachrichtenquellen für junge Menschen, aber viele klassische Medien hätten sich lange damit schwergetan, auf diesen Plattformen auch Journalismus zu machen. Ein Vakuum, das vor allem von rechten Aktivisten genutzt werde. Aber wenn Medien dieses Vakuum einnehmen würden, könnten sie dem Einfluss der Aktivisten entgegenwirken.

Mehr lesen? Jetzt E-Paper gratis testen!

Themen: **AfD** **Pegida**

