

Einfluss über Social Media

Wie rechte Bewegungen Influencer erschaffen

07.05.19 | 08:35 Uhr

Populismus im Netz und dessen Einfluss auf die politische Kultur - mit diesem Thema befassen sich zahlreiche Veranstaltungen auf der re:publica. Eine neue Facette: "Popstars", die rechtes Gedankengut an möglichst junges Publikum bringen sollen. Von Mark Perdoni

 30 Kommentare



"Es sind verhältnismäßig kleine Gruppen, die unverhältnismäßig großen Lärm machen", sagte Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier am Montag in seiner Eröffnungsrede der re:publica 2019. Soziale Medien wie Facebook, Youtube und Instagram müssten endlich Verantwortung für die Demokratie übernehmen. Steinmeiers Worte klingen kämpferisch - aber auch ein wenig hilflos.

Denn die Frage ist: Wieso können so kleine Gruppen eigentlich so viel Krach machen? Den Veranstaltern der Berliner Digitalkonferenz ist die kritische Auseinandersetzung mit den sozialen Medien in diesem Jahr ein großes Anliegen.

Der Berliner Journalist Patrick Stegemann hat neue Strategien von rechtspopulistischen Bewegungen im Internet ausgemacht. "Die Neue Rechte, also in Deutschland unter anderen die Identitäre Bewegung, ist ja immer schon gut vernetzt", sagt Stegemann, der gemeinsam mit seinem Kollegen Sören Musyal für eine Doku jahrelang in rechtsextremen Foren recherchiert hat und rechtspopulistische Profile in sozialen Netzwerken verfolgte. "Neu aber ist", so Stegemann weiter, "dass sie im Internet mittlerweile vom 'Mainstream' nicht mehr klar zu unterscheiden ist."

EXTERNER INHALT

An dieser Stelle befindet sich ein von unserer Redaktion empfohlener Inhalt von **Twitter**.

Beim Laden des Inhalts werden Daten an den Anbieter und ggf. weitere Dritte übertragen. Nähere Informationen erhalten Sie in unseren Datenschutzbestimmungen.

Inhalt laden

RE:PUBLICA

6.-8. Mai in Berlin
Fünf Fakten zur
Internetkonferenz re:publica
in Berlin

Wie ein normaler Influencer mit radikalem Hintergrund

Koch-Videos, Hochglanzfotos der letzten Weltreise, Schminktipp - das ist der ganz normale Stoff, aus dem soziale Medien wie Instagram oder Youtube gemacht sind. Influencer - also Menschen, denen sehr viele Nutzer folgen - erreichen und verdienen damit Millionen. "Es gibt mittlerweile aber auch viele Influencer aus der rechten Szene, die genau das machen: sich selbst zum Pop-Phänomen", sagt Sören Musyal, "nur eben mit radikal-politischem

Hintergrund."

Als zwei Beispiele unter vielen werden Melanie Schmitz und Alexander Kleine genannt - beide laut Stegemann bei der rechtsextremistischen "Identitären Bewegung" aktiv, die vom Verfassungsschutz beobachtet wird. Schmitz coverte kürzlich den Chart-Erfolg "Sex Tape" von Katja Krasavice, der alleine auf Youtube mehr als 27 Millionen Mal angesehen wurde. Schmitz nannte ihr Lied jedoch "Hetztape" und textete es mit rechtsextremen Zeilen um. Alexander Kleine hat ein eigenes Youtube-Format und füllt seinen Instagram-Account mit teils subtil-völkisch, teils bewusst militaristisch gewählten Motiven.

EXTERNER INHALT

An dieser Stelle befindet sich ein von unserer Redaktion empfohlener Inhalt von **Instagram**. Beim Laden des Inhalts werden Daten an den Anbieter und ggf. weitere Dritte übertragen. Nähere Informationen erhalten Sie in unseren Datenschutzbestimmungen.

Inhalt laden

"Sieht nett aus, also kann das kein Rassismus sein"

"Das ist überzeugende Bildsprache - aus rein ästhetischer Perspektive", sagt Patrick Stegemann. "Der Plan aber ist, zu vermitteln: Das sieht nett aus, also kann das doch kein Rassismus sein. Sie werden sowas wie Popstars für die rechte Szene."

Finanziert und gefördert würden die teils qualitativ hochwertigen Videos und Fotos vom Verein "Ein Prozent", berichten Stegemann und Musyal. Eines der Mitglieder dieses Vereins ist der neurechte Vordenker Götz Kubitschek aus Sachsen-Anhalt, der auch Einfluss im sogenannten "rechten Flügel" der AfD hat. Laut "taz" hatte der Verein im Jahr 2016 bereits 40.000 Unterstützer und verteilte Spenden in Höhe von 166.000 Euro.

Gefährlich sei vor allem, dass damit eine noch jüngere Zielgruppe angesprochen werde, sagen die beiden Journalisten Stegemann und Musyal. Nach der aktuellen ARD-ZDF-Onlinestudie nutzten im vergangenen Jahr fast die Hälfte aller 14-19-Jährigen täglich Instagram. Während Bundespräsident Steinmeier erneut mehr Regulierung der Plattformen forderte, richteten sich Stegemann und Musyal an die Nutzer selbst: "Es ist unser Hoffnungsschimmer, dass genug Leute diese Dinge entlarven."

Beitrag von Mark Perdoni
