

1 Einleitung

„Wir haben nur [eine] Chance, wenn wir den Bereich des Sagbaren erweitern [...] dass wir das Minenfeld im politischen Diskurs dadurch räumen, dass wir munter drauftreten und irgendwann interessiert es keinen mehr“, so Stefan Möller, Parlamentarischer Geschäftsführer der Fraktion der Alternative für Deutschland (AfD) im Thüringer Landtag. Seine Einschätzung steht sinnbildlich für die veränderten Rahmenbedingungen des politischen Diskurses seit Gründung der AfD.

Erst 2013 gegründet, ist die AfD inzwischen in vierzehn Landesparlamenten vertreten und ist nach dem knappen Scheitern im Jahr 2013 mit einem Ergebnis von 12,6 Prozent bei der Bundestagswahl 2017 erstmals in das nationale Parlament eingezogen. Aufgrund dieses schnellen Aufstiegs gilt die AfD als erfolgreichste Parteineugründung in der Geschichte der Bundesrepublik (Franzmann, 2014). Doch nicht nur diese beeindruckenden Wahlerfolge haben dazu geführt, dass der jungen Partei von Beginn an eine große öffentliche Aufmerksamkeit entgegen-schlug.

Immer wieder sorgten Äußerungen von Spitzenpolitikern¹ der AfD für medial breit diskutierte Skandale. Als Beispiele seien an dieser Stelle nur die vermeintliche Forderung von Bundessprecherin Frauke Petry nach einem Schießbefehl auf Flüchtlinge (Bender & Haneke, 2016) und die darauf folgende Posse um einen Kommentar von Parteikollegin Beatrix von Storch (Heidböhrer, 2016), die als fremdenfeindlich perzipierten Äußerungen des stellvertretenden Bundessprechers Alexander

1 Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet.

Gauland über den Fußball-Nationalspieler Jérôme Boateng (Wehner & Lohse, 2016) oder eine als rassistisch eingestufte Rede des Thüringer Fraktionsvorsitzenden Björn Höcke über afrikanische Migranten (Hurtz, 2015) genannt.

Gleichzeitig wird die Partei immer wieder damit in Verbindung gebracht, dass sie die Medien pauschal als ‚Lügenpresse‘ diffamiere (Weiland, 2016). Zwar hält sich die Parteispitze mit der Verwendung des Begriffs zurück – Frauke Petry führte den alternativen Begriff der ‚Pinocchio-Presse‘ (ebd.) ein – doch lässt die AfD keine Möglichkeit aus, sich als Opfer einer unfairen medialen Berichterstattung zu stilisieren und die Glaubwürdigkeit der Medien in Frage zu stellen. So behaupteten etwa sowohl Petry als auch Gauland im Zuge der emotionalen Debatten um ihre Aussagen, von den Medien falsch zitiert worden zu sein (Felten, 2016; Reinbold, 2016). Aufgrund der breiten Rezeption solcher Skandale und ‚Lügenpresse‘-Vorwürfe ist kaum zu bestreiten, dass die politische Berichterstattung derzeit maßgeblich von der AfD beeinflusst wird.

Weiterhin wird es inzwischen als Konsens verstanden, ebenjene AfD als rechtspopulistische Partei zu bezeichnen (Decker, 2015). Als solche ist sie die erste ihrer Art, die sich zumindest vorläufig im deutschen Parteiensystem flächendeckend etablieren konnte (Lewandowsky, Giebler & Wagner, 2016, S. 247). Dies bedeutet gleichzeitig das Ende eines Sonderfalls, denn Deutschland galt bisher als verhältnismäßig resistent gegen Rechtspopulismus (Nestler & Rohgalf, 2014, S. 389). In den übrigen Ländern Westeuropas haben sich rechtspopulistische Parteien dagegen schon seit einem längeren Zeitraum in den Parteiensystemen festgesetzt und bestimmen die Politik der jeweiligen Länder maßgeblich mit (Mudde, 2004).

Wenngleich Rechtspopulisten dort in den letzten Jahren viele Wahlerfolge erzielen konnten und sich zahlreiche Arbeiten mit diesen auseinandersetzen, blieb die politische Kommunikation von rechtspopulistischen Parteien und Akteuren in der Forschung bisher relativ unbeachtet (Aalberg & de Vreese, 2016, S. 3). Dies gilt insbesondere für den Fall Deutschlands, was nicht zuletzt auf den bis zum Aufstieg der AfD man-

gelanden Erfolg von Rechtspopulisten zurückzuführen ist (Fawzi, Obermaier & Reinemann, 2016, S. 111). Obwohl sich mit der AfD nun eine rechtspopulistische Partei in Deutschland etabliert hat, ist auch zu deren politischer Kommunikation – auch aufgrund der jungen Parteilgeschichte – der Forschungsstand überschaubar und es liegen nur wenige Studien zum Thema vor (Franzmann, 2016; Lewandowsky, 2014; Merkle, 2016). Ziel der vorliegenden Arbeit ist es deshalb, am Beispiel der AfD einen Beitrag zum Verständnis der politischen Kommunikation von Rechtspopulisten zu leisten. Weiterhin soll dabei das Verhältnis der Partei zur vermeintlichen ‚Lügenpresse‘ in den Blick genommen werden, denn auch die Beziehung zwischen Rechtspopulisten und Medien ist, wiederum insbesondere in Deutschland, bisher nur unzureichend beleuchtet (Fawzi et al., 2016, S. 117). Um dieses Forschungsvorhaben umzusetzen, wurden im Rahmen der vorliegenden Arbeit Leitfadenterviews mit fünf AfD-Politikern und einem ehemaligen Politiker der Partei durchgeführt. Diesen Leitfadenterviews entstammt auch die eingangs zitierte Aussage Stefan Möllers.

In den folgenden Ausführungen wird zunächst überblicksartig auf den Begriff des (Rechts-)Populismus eingegangen, da dieser nicht nur öffentlich, sondern auch in wissenschaftlichen Debatten ausgiebig diskutiert wird. Davon ausgehend wird der Forschungsstand zur politischen Kommunikation von Rechtspopulisten und deren Verhältnis zu den Medien aufgearbeitet. Darauf folgt der Übergang zum empirischen Teil der Arbeit. Hier wird zuerst anhand der einschlägigen Literatur begründet, warum die AfD als rechtspopulistische Partei einzuordnen ist und somit einen relevanten Untersuchungsgegenstand für die vorliegende Arbeit darstellt. In Verbindung zu den vorab dargelegten Erkenntnissen zur politischen Kommunikation von Rechtspopulisten und deren Verhältnis zu den Medien werden folgend die für diese Arbeit untersuchungsleitenden Forschungsfragen formuliert. Daran schließt die Begründung der Wahl von Leitfadenterviews als Erhebungsmethode an, worauf wiederum die Beschreibung des den Interviews zugrundeliegenden Leitfadens und eine kurze Vorstellung der Interviewpartner folgen.

Im nachfolgenden Kapitel werden die Befunde der durchgeführten Leitfadenterviews entlang der formulierten Forschungsfragen dargestellt. Die gewonnenen Befunde werden anschließend insbesondere vor dem Hintergrund der theoretischen Erkenntnisse zur politischen Kommunikation rechtspopulistischer Parteien und deren Verhältnis zu den Medien zusammengefasst und diskutiert. Zum Abschluss der vorliegenden Arbeit wird ein Fazit zu den vorausgegangenen Ausführungen gezogen und ein Ausblick auf den weiteren Forschungsbedarf gegeben.