



Keine andere Partei hat auf Tiktok (das „d“ zeigt das Logo der Videoplattform) so viel Zuspruch wie die Rechtspopulisten. Fotomontage: makrushka, stock.adobe.com/AZ

Auf Tiktok rechtsextrem erfolgreich

Die Videoplattform ist das Revier der AfD. Die Partei hat das Spiel mit den jungen Nutzern perfektioniert, erreicht Millionen Fans. Doch es gibt Politiker, die den Populisten nicht das Feld überlassen wollen.

Von Jonathan Lindenmaier

Berlin Der FDP-Bundestagsabgeordnete Muhanad al-Halak sitzt alleine in einem kleinen gelben Ruderboot auf dem offenen Meer, er trägt Anzug, die schwarzen Haare hat er zur Seite gekämmt, den Daumen streckt er in die Höhe. Über seinem Kopf ein dunkler Schriftzug: „Point of view: Die AfD ist in Deutschland an der Macht.“ Es ist eine Videomontage, die al-Halak vor Kurzem auf der Plattform Tiktok geteilt hat. Er grinst schuljungenhaft, als er sich das Video noch einmal ansieht. „Ich habe versucht, mit Humor auf die Deportationspläne der AfD zu reagieren“, sagt er. Dann wird er ernst. „Aber es stimmt. Ich bin im Irak geboren. Wenn die AfD hier regiert, wäre ich wahrscheinlich der Erste, der gehen muss.“

Seit 2021 sitzt der 34-jährige al-Halak für die FDP im Bundestag. Er gehört nicht zur Gruppe jener Abgeordneten, die Woche für Woche durch die Talkshows tingeln. Sein Medium ist Tiktok, ein Internetportal, auf dem Nutzer kurze Videoclips aufnehmen und hochladen können. In einer Ecke seines Büros hat er ein Stativ mit Ringlicht aufgestellt – sein persönliches kleines Studio. Hier zeichnet al-Halak seine Videos auf und erreicht damit Tausende junger Menschen. Manche seiner Beiträge haben mehr als eine Million Aufrufe.

Al-Halak zeigt darin den Alltag als Abgeordneter, teilt Ausschnitte seiner Reden, blödeln vor der Kamera – und er schießt gegen die AfD. Nicht nur, weil er in der Partei einen politischen Gegner sieht. Sondern auch, weil die AfD gerade auf Tiktok besonders erfolgreich ist. „Auf der Plattform gibt es inzwischen einen richtigen AfD-Hype“, sagt al-Halak. „Die jungen Menschen bekommen dadurch ständig rechten Content angezeigt. Das besorgt mich, da möchte ich dagegenhalten.“

Bisher gelingt dieses Dagegenhalten den demokratischen Parteien kaum. Al-Halak ist einer der wenigen Abgeordneten mit großer Reichweite. Der Medienwissenschaftler Martin Fuchs hat im Oktober des vergangenen Jahres ausgewertet, wie viele Nutzerinnen und Nutzer die Parteien auf Tiktok erreichen. Das Ergebnis: Unter den fünf Accounts mit den meisten Followern gehören vier der AfD. Auf dem ersten Platz

liegt Ulrich Siegmund, Abgeordneter der Rechten in Sachsen-Anhalt. Am Mittwoch musste er seinen Posten als Vorsitzender des Sozialausschusses räumen, weil er am Geheimtreffen der AfD in Potsdam teilgenommen hatte. Alice Weidel liegt mit über 200.000 Followern auf Platz drei.

Insgesamt erhält keine andere Partei so viel Zuspruch auf der Videoplattform wie die Rechtspopulisten. Zählt man, wie häufig die Beiträge der Abgeordneten mit „Gefällt mir“ markiert wurden, kommt die AfD auf fast 18 Millionen Likes. Die Linke – immerhin zweitplatziert – gerade einmal auf sechs Millionen. „Die demokratischen Parteien waren zu zögerlich, was Tiktok angeht. Das war ein Fehler“, sagt al-Halak. „Die AfD dagegen hat die Plattform von Anfang an ernst genommen.“

Das scheint zu fruchten. Vor allem bei jungen Wählern verbuchte die Partei zu-

Dagegenhalten gelingt den demokratischen Parteien bislang kaum.

sen Mechanismen so geschickt wie die AfD. Gleichzeitig mache es die Plattform besonders jenen Politikerinnen und Politikern leicht, die populistische Narrative bedienen, warnen Expertinnen und Experten. „Man hat nur wenige Sekunden Zeit, um das Interesse der Zuschauerinnen und Zuschauer zu wecken. Das ist natürlich schwierig, wenn man ein komplexes Thema differenziert angehen möchte“, sagt Eva Berendsen von der Bildungsstätte Anne Frank in Frankfurt am Main. Sie beobachtet den Rechtsruck auf Tiktok mit Sorge. „Die Plattform belohnt Hass, Überspitzung und Populismus. Das spielt der AfD in die Hände.“

Sicherlich ist Tiktok nicht der einzige Grund für den Erfolg der AfD bei jungen Wählerinnen und Wählern. Klar ist aber: Die Plattform ist ein wichtiger Teil ihrer Strategie. Das sagen die Verantwortlichen selbst und sparen dabei nicht mit historischen Vergleichen. „So wie man sich 1923 gefühlt haben muss, als man das Radio für sich entdeckt hat, so fühle ich mich, wenn ich meine Tiktok-Accounts anschau“, sagt der rechte Medienberater Erik Ahrens in einem Vortrag für das Institut für Staatspolitik, das unter anderem der AfD und der Identitären Bewegung nahesteht. Ein Video der Veranstaltung ist im Netz zu finden. Begeistert erklärt Ahrens, dass jun-

ge Menschen die Plattform am Tag durchschnittlich 90 Minuten nutzen. „Das heißt, man hat eigentlich 90 Minuten ein Fenster in deren Gehirn, wo man da reinenden kann.“ Er spricht davon, dass man mit den Videos einen „hypnotischen Effekt“ erzeugen könne, dass der „Schuldult“ auf der Plattform noch nicht so verbreitet sei und dass man auf Tiktok nicht

ständig „gefackchecked“ oder „debunked“ – zu Deutsch: entlarvt – werde. Aus dem Publikum erntet er dafür mehrfach Applaus.

Die Plattform belohnt Hass, Überspitzung und Populismus.

Ahrens half unter anderem, den Tiktok-Account für Maximilian Kraus, AfD-Spitzenkandidat bei der Europawahl, aufzubauen – und das mit Erfolg. „Unsere Verfahren waren keine Verbrecher“ heißt eines seiner Videos. Aufrufe: über 200.000. In einem anderen gibt Kraus jungen Männern vermeintliche Dating-Tipps: „Echte Männer sind rechts. Echte Männer haben Ideale. Echte Männer sind Patrioten. Dann klappst’s auch mit der Freundin“, spricht er mantrahaft in die Kamera. Aufrufe: über 1,4 Millionen. Auch das ist eine Strategie der AfD. „Sie greift Themen aus dem Alltag junger Menschen auf“, sagt Politikwissenschaftlerin Eva Berendsen. „Und verbindet die dann mit rechter Ideologie.“

Muhanad al-Halak sitzt in seinem Büro und scrollt an seinem Handy durch die App. So sehr er die AfD ablehnt, demokratische Politikerinnen und Politiker könnten doch einiges lernen, sagt er. „Du musst die gleiche Sprache sprechen wie die Nutzerinnen und Nutzer“, erklärt der 34-Jährige. „Du darfst da nicht auftreten wie ein Politiker.“ Dieselbe Sprache sprechen, das kann al-Halak. Er duzt sein Gegenüber sofort, versteckt sich nicht hinter typischen Politikerphrasen, sagt „ey, voll krass“ statt „bemerkenswert“. Das liegt auch daran, dass er keine typische Berufspolitiker-Karriere hinter sich hat. Nach dem qualifizierenden Hauptschulabschluss im niederbayerischen Grafenau machte er später eine Ausbildung zum Abwassermeister in Lauingen (Kreis Dillingen). Er hat nicht –

wie viele seiner Kolleginnen und Kollegen – Jura oder Volkswirtschaft studiert. „Und das merken die Leute. Es kam schon häufiger vor, dass jemand kommentiert hat: ‚Ey, bist du wirklich Politiker?‘“

Viele andere Abgeordnete tun sich deutlich schwerer, den Politikern abzuliegen. Beispiel: Kevin Kühnert. In einem seiner Videos sitzt er mit überkreuzten Beinen vor einem SPD-Banner und erklärt in einem fast neunminütigen Vortrag die Vorzüge des EU-Lieferkettengesetzes. Er verstößt damit gegen fast jede Regel, die Social-Media-Expertinnen und -Experten ihren Klienten raten – angefangen bei der Wahlwerbung.

„Das sieht man häufig, dass da ein Parteologo an der Wand prangt, vor der die Politikerin oder der Politiker steht. So was schreckt viele ab“, sagt Nina Scavello. Als Medienberaterin coacht sie Politikerinnen und Politiker im Umgang mit Tiktok, darunter einige Abgeordnete aus dem Bayerischen Landtag. „Die Nutzerinnen und Nutzer wollen keine Hochglanzvideos“, sagt sie. „Sie wollen nahbar am Geschehen dran sein, einen Blick über die Schulter der Politikerinnen und Politiker bekommen.“ Einer der größten Fehler, die viele der demokratischen Parteien auf Tiktok machen: „Die Videos gehen durch zu viele Hände. Da schaut dann noch die PR-Beraterin oder die Pressestelle drauf und am Ende bleibt ein langweiliger politischer Vortrag“, sagt sie. „Oder sie versuchen, auf Trends aufzuspringen, die sie nicht wirklich verstehen. Dann tanzen da Politikerinnen und Politiker durchs Bild und es wirkt einfach nur, als wollten sie sich bei der Jugend anbieten.“

Muhanad al-Halak dreht seine Videos selbst. Nur in besonders heiklen Fällen lässt er noch seinen Büroleiter drüberschauen, bevor er sie postet. „Vor Kurzem hat er mich mal ein Video nicht hochladen lassen, weil ein unpassender Witz drin war“, sagt er lachend. „Ich fand’s nicht so schlimm. Das kommt aber selten vor.“ Weil er alles selbst macht, fehlt ihm aber häufig die Zeit, Videos zu produzieren. Seit er im Bundestag sitzt, kommt er nur noch sonntags dazu. „Dann geht da schon mal ein Teil meines Wochenendes dafür drauf.“ Die Arbeit aber ist ihm wichtig. „Wir Demokraten dürfen den Populisten nicht das Feld überlassen.“



Muhanad al-Halak von der FDP nimmt ein Video für Tiktok auf. Foto: J. Lindenmaier