

Strategie 2019 – 2025

Die AfD auf dem Weg zur Volkspartei



„Auf die Dauer wird die deutsche Gesellschaft eine zerrissene, eine ethnisch zerrissene sein. Konflikte werden sich mit hoher Wahrscheinlichkeit mit sozialen Konflikten verbinden, auf der politischen Ebene wird erbarmungslos die Kritik an der Zuwanderungspolitik gleichgesetzt mit Rassismus, mit Faschismus – wird also bekämpft. Infolgedessen wird sich unsere Gesellschaft immer weiter polarisieren. Am Schluss werden AfD und Grüne die Hauptgewinner sein, die SPD wird zerfleddert werden, die Union wird erheblich Federn gelassen haben und in zehn Jahren wird man sich fragen – musste das wirklich so kommen? Und die Antwort wird sein: Aufgrund von politischer Uneinsichtigkeit von mangelndem Weitblick, von politischen Fehlern, musste es wohl so kommen.“

Prof. Dr. Werner J. Patzelt am 14. August 2018 in einem Interview mit dem Radiosender FRM. Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=49dqljc28w0>

Stand: 31.07.2019

1. Ziel

2. Zielimages

3. Zielgruppen der AfD

3.1 Was AfD-Wähler eint – grundlegende Charakteristika von AfD-Wählern

3.2 Sozioökonomische Gruppen

- a. Angestellte, Facharbeiter und Selbständige (sogenannte „Kleine Leute“)
- b. Arbeiter, Angestellte und Selbständige in Positionen mit schlechter Bezahlung, ungünstigen Arbeitsbedingungen und unsicheren Arbeitsverhältnissen, soweit sie leistungsorientiert sind und am politischen Geschehen teilnehmen.
- c. Konservativ-liberales Bürgertum in der politischen Mitte und rechts davon

3.3 Sinus-Milieus

- a. Traditionelles Milieu
- b. Prekäres Milieu
- c. Bürgerliche Mitte
- d. Adaptiv-pragmatisches Milieu

3.4 Besondere Gruppen innerhalb der Kernzielgruppen der AfD

- a. Frauen
- b. Wähler über 65 Jahre
- c. Erstwähler
- d. Nichtwähler
- e. Berufsgruppen, ethnische Gruppen, Mitglieder von Vereinen und Verbänden

4. Wo steht die AfD und was ist schwerpunktmäßig zu tun – Analyse der Stärken und Schwächen der AfD

4.1 Stärken der AfD

- Stärke 1: Die AfD ist im Deutschen Bundestag, in allen Landtagen und im Europaparlament vertreten
- Stärke 2: Die AfD verfügt über ein Mindestmaß an finanziellen Ressourcen
- Stärke 3: Die AfD liegt bei der Nutzung der Sozialen Medien vorn
- Stärke 4: Die AfD hat ein klares politisches Profil
- Stärke 5: Die zentralen Themen der AfD bleiben auch in Zukunft relevant

mit der Desiderius-Erasmus-Stiftung (DES) endlich
inahe Stiftung

4.2 Schwächen der AfD

- Schwäche 1: Die AfD als angebliche „Ein-Thema-Partei“
- Schwäche 2: Mangel an Personal
- Schwäche 3: Einige Imagekomponenten der AfD machen es schwierig, neue Wählerschichten zu erschließen
- Schwäche 4: Die AfD ist noch nicht ausreichend in der Bürgergesellschaft Verankert
- Schwäche 5: Die AfD ist massiven, zum Teil gewaltsamen Angriffen in der Öffentlichkeit ausgesetzt

4.3 Weitere strategisch relevanten Herausforderungen für die AfD

- a. Der Kampf um die Meinungs- und Deutungshoheit
- b. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- c. Die AfD in Großstädten und Millionenmetropolen
- d. Herstellen der Regierungsfähigkeit und Übernahme von Regierungsverantwortung
- e. Tolerierung von Minderheitsregierungen
- f. Außenbeziehungen der AfD stärken, aber dabei klare Kriterien beachten

5. Entwicklung der politischen Gegner und Abgrenzung von ihnen

- a. CDU/CSU
- b. SPD
- c. FDP
- d. Linkspartei
- e. Grüne
- f. Splitterparteien

6. Beratung der Strategie, Umsetzung, Controlling und Kommunikation

Anlage: Maßnahmen- und Zeitplan

Warum die AfD jetzt für die nächsten Jahre planen muss

Seit Gründung der Bundesrepublik Deutschland hat noch nie eine neue Partei so schnell und so umfassend in der deutschen Politik Fuß gefasst wie die AfD. Sie verdankt dies den Themen, die sie anspricht, dem Mut ihrer Mitglieder und Mandatsträger und der Offenheit vieler deutscher Wähler gegenüber einem neuen politischen Akteur, aber auch den Fehlern und der Arroganz der Altparteien und von großen Teilen der Medien, die es versäumt haben, neue Entwicklungen wahrzunehmen und nur noch Besitzstände pflegen wollen.

Mit dem erfolgten Einzug der AfD in die Landespargamente von Bayern und Hessen hat die erste Phase der Erfolgsgeschichte der AfD ihren Abschluss gefunden. Sie war auf den Einzug der AfD in die Parlamente auf Europa-, Bundes- und Landesebene ausgerichtet. Beides hat sie in Kürze erreicht. Darauf kann die AfD stolz sein. Aber sie kann und darf sich darauf nicht ausruhen. Schon die beiden Landtagswahlen 2018 haben gezeigt: der bloße Einzug der AfD in einen weiteren Landtag, selbst mit einem zweistelligen Ergebnis, hat nur noch wenig Nachrichtenwert. Zugleich wird deutlich, dass das rasche Wachstum der AfD Fragen aufwirft, die im Sinne einer innerparteilichen Konsolidierung der Klärung bedürfen.

In den kommenden Jahren geht es darum, die AfD zu einer respektierten Volkspartei zu machen, die in der Bevölkerung und in der Bürgergesellschaft fest verankert ist und die Voraussetzungen dafür gelegt hat, Regierungsverantwortung zu übernehmen bzw. schon erste Erfahrungen mit Regierungsverantwortung hat.

Die AfD will und muss weiterwachsen, wenn sie verhindern will, dass Deutschland sich immer weiter in die falsche Richtung entwickelt. Dazu muss sich die AfD klare Ziele setzen und ihre Mittel ebenso konsequent wie kontinuierlich so einsetzen, dass sie diese Ziele erreicht. Das ist die Absicht jeder Strategie: klare Ziele festzulegen und die Ressourcen so zu bündeln, dass sie zur Zielerreichung führen. Strategisches Planen ist das Gegenteil von Politik nach Bauchgefühl oder einer Politik der Beliebigkeit. Es ist Politik mit kühlem Kopf, oft auch gegen Befindlichkeiten, Beschönigungen und Bequemlichkeiten.

Der folgende Strategieentwurf widmet sich der Frage, was geschehen muss, damit die AfD Volkspartei werden kann und damit für noch breitere Wählerschichten wählbar ist. In den mittlerweile sechseinhalb Jahren seit der Gründung hat die AfD bereits wichtige Grundlagen für weitere künftige Erfolge gelegt. Aber manches, was heute positiv bewertet wird, muss noch ausgebaut und gefestigt werden.

In anderen Bereichen gibt es z.T. noch erhebliche Schwachstellen, die dem weiteren Aufstieg der AfD im Wege stehen. Diese Schwachstellen müssen die AfD mit dem ihr eigenen Mut zur

den bisherigen Lorbeeren nicht ausruhen und nicht
1.

Dabei ist das politische und gesellschaftliche Umfeld günstig. Die Wahlerfolge der AfD haben Erosionsprozesse im deutschen Parteienwesen ausgelöst, deren Ende und deren Folgen noch nicht abzuschätzen sind. Die Wähler sind sensibel geworden. Sie halten sich angesichts der Herausforderungen, vor denen unser Land steht, nicht länger an das, was schon immer war.¹ Sie sind bereit, neue Wege zu gehen. Die AfD ist als junge politische Kraft besser als die Altparteien bereit, sich daran auszurichten und die neue Offenheit der politischen Landschaft als Chance und nicht als Bedrohung zu begreifen. Aber es ist keine Selbstverständlichkeit, dass von den Altparteien enttäuschte Wähler den Weg zur AfD finden. Die AfD muss dazu passende Angebote vorlegen.

Als Zeitrahmen für diese Strategie ist der Zeitraum von 2019 bis 2025 gewählt worden, also die Zeit bis zur übernächsten turnusgemäßen Bundestagswahl in sechs Jahren. Das ist für eine Partei eine ausreichende Zeit, um Stärken zu festigen und Schwächen zu beseitigen. Es geht deshalb in diesem Papier bewusst um eine mittelfristige Strategie, die zwar den Rahmen für kommende Wahlkämpfe setzt, selbst aber nicht an konkreten Wahlkämpfen und Wahlterminen ausgerichtet ist.

Sechs Jahre sollen aber auch nicht dazu verleiten, notwendige Maßnahmen und Konzepte auf die lange Bank zu schieben. Deshalb werden bei den Aufgaben grundsätzlich Termine gesetzt, die in die ersten beiden Jahre dieser Strategie fallen. Das erhöht nicht nur die Verbindlichkeit, sondern soll auch dazu führen, dass Fortschritte beim Ausbau der Stärken und bei der Beseitigung von Schwächen schon rechtzeitig zur Bundestagswahl 2021 Früchte tragen können. Auf dem Weg der AfD zur Volkspartei wird es keine Wunder geben, sondern es bedarf einer langen, zielgerichteten und nachhaltigen Arbeit, um die AfD dauerhaft als zentralen Akteur auf der politischen Bühne Deutschlands zu verankern. Unsere Aufgabe muss es deshalb sein, mittel- und langfristig einen Imagewandel der AfD hin zur liberal-konservativ-patriotischen Volkspartei herbeizuführen, die das Wohl und die Zukunft unseres Landes im Auge hat und dadurch für breite Wählerschichten attraktiv und wählbar wird.

Berlin im Juli 2019

¹ Eine Civey-Umfrage im Juli 2019 ergab, dass 66,9% der Befragten wenig oder gar kein Vertrauen in die Politik in Deutschland haben. Nur 20,3% hat großes oder eher großes Vertrauen, der Rest war unentschieden oder hatte keine Meinung. Vgl. <https://civey.com/umfragen/1989/wie-gross-ist-ihr-vertrauen-in-die-politik-in-deutschland?rec=true>

Die AfD ist im Jahre 2025 mit einem Stimmenanteil von bundesweit mindestens 20 % zur stärksten deutschen Partei und Volkspartei geworden. Sie ist flächendeckend in allen deutschen Parlamenten, in den Kommunen und im Europaparlament vertreten. Die AfD wird von einem Bündnis aus Angehörigen aller sozialen Schichten gewählt, für die das Wohl Deutschlands und der hier bereits lebenden Menschen Priorität hat. Die AfD ist fest in der Bürgergesellschaft verankert. Sie verzeichnet mindestens 70.000 Mitglieder, verfügt bundesweit über Büros und Netzwerke mit haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern und ist die führende Partei bei der Nutzung der sozialen Medien. Die AfD steht finanziell auf solider Grundlage. Sie ist damit in der Lage, erfolgreich Wahlkämpfe zu führen, Kampagnen zu gestalten und wo immer zulässig Volksbegehren zu initiieren. Die AfD hat ihre Regierungsfähigkeit sichergestellt und bereits erste Regierungserfahrungen gesammelt.

2. Zielimage

Die AfD ist bürgernah, kompetent und mutig. Sie wird von den Bürgern als wichtigste bürgerlich-konservative Kraft und als Gegengewicht zu roten und grünen Weltverbesserern und zum linksliberalen Milieu angesehen. Die AfD spricht als Volkspartei bürgerliche Wähler ebenso an wie „Kleine Leute“ und leistungsbereite Frauen und Männer in ungesicherten und schlecht bezahlten Beschäftigungsverhältnissen. Sie greift als Oppositionspartei mit Ecken und Kanten die Themen auf, die den Bürgern wichtig, den Altparteien aber unangenehm sind. Sie bringt die Anliegen der Bevölkerung mit dem Mut zur Wahrheit in die öffentliche Diskussion, ohne sich vor Konflikten zu scheuen oder sich von anderen die Themen, den Stil oder eine politisch korrekte Sprache vorschreiben zu lassen.

Die AfD hat für alle den Bürgern wichtigen politischen Bereiche nachhaltige Lösungsvorschläge, die sich an den Interessen der hier seit langem lebenden Bürger sowie am Gemeinwohl statt an den Bedürfnissen von Lobbys, Ideologen und Eliten orientieren. Die AfD ist die einzige Partei in Deutschland, die – bei Anerkennung der Mitgliedschaft Deutschlands in der Europäischen Union und im Nordatlantischen Bündnis – national wie international klar für die Interessen der einheimischen Bevölkerung eintritt. Nur die AfD kann sicherstellen, dass Deutschland auch in Zukunft ein Land mit guten, gerecht zustande gekommenen Einkommen, hoher sozialer und persönlicher Sicherheit und einem weltweit vorbildlichen Bildungsniveau ist, in dem die Lebensleistung der Bürger anerkannt und den wirklich Schwachen geholfen wird.

Die AfD wird durch Personen repräsentiert, die durch klare Sprache, Sachkompetenz, Prinzipientreue und Offenheit gegenüber den Anliegen der Bürger herausragen und sich in der Bürgergesellschaft engagieren. Die Politiker, die die AfD präsentieren, verfügen über die charakterlichen Eigenschaften und die notwendige Lebens- und Berufserfahrung außerhalb

3. Zielgruppen der AfD

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW)² hat im Februar 2018 eine Studie zur Analyse der AfD und ihrer Wählerschaft vorgelegt. Danach gibt es in West- und Ostdeutschland zwei verschiedene Alternativen für Deutschland. Die eine ist eher dort zu finden, wo handwerkliche Strukturen vorherrschen und im Osten wo die Bevölkerungsdichte gering ist und es Überalterungsprobleme gibt. Die andere AfD ist an Orten besonders stark, wo es viele Industriearbeiter gibt oder die Haushaltseinkommen niedrig sind. Die Arbeitslosenquote spielt der Studie zufolge bei der Zustimmung für die AfD kaum eine Rolle.

Die neuen Bundesländer sind für den Erfolg und die Verankerung der AfD in der Gesellschaft wichtig. Nicht zuletzt, weil sich dort nach den Landtagswahlen zum ersten Mal die Frage nach einer Regierungsbeteiligung stellen wird. So wichtig die Neuen Bundesländer für die AfD sind, zeigt jedoch der West-Ost-Vergleich der wahlberechtigten Bürger ein Verhältnis von 5:1.³ Mit anderen Worten: hohe Wahlerfolge im Osten sind wichtig, aber die bundesweiten Ergebnisse werden maßgeblich durch das Abschneiden im Westen beeinflusst.⁴

3.1. Was AfD-Wähler eint - grundlegende Charakteristika von AfD-Wählern

Unter AfD-Wählern besteht unabhängig vom Alter, Geschlecht oder sozioökonomischen Profil in zentralen Fragen ein hohes Maß an Einigkeit. Die AfD-Wähler verbindet die Absage an weitere Souveränitätsverluste Deutschlands an die EU, an EURO-Rettungspakete, unregelte Zuwanderung und die Sorge um die Ausbreitung des Islams. AfD-Wähler teilen die Abneigung gegen die etablierten Parteien und ihre prominentesten Vertreter. Sie wenden sich gegen den rot-grünen Zeitgeist, der sich in Themen wie „Political Correctness“ und den damit verbundenen Sprechverboten, in Genderismus, „Multikulti“, Frühsexualisierung, Bedienung von Sonderinteressen, Verteidigung von Besitzständen und Privilegien, überzogenem Minderheitenschutz, drastischem Bildungsverfall, Schuldenwirtschaft, Verwahrlosung des öffentlichen Raums und im Kult um den sog. „Klimawandel“ manifestiert. Auch die Vorbehalte der AfD-Wähler gegenüber der Berichterstattung und dem Wahrheitsanspruch der etablierten Medien, insbesondere den öffentlich-rechtlichen Sendern, sind groß.

² https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.578543.de/18-8-3.pdf

³ Wahlberechtigte Bundestagswahl 2017: Gesamt 61,5 Mio., West 48,8, Ost 10,2 Mio., Berlin 2,5 Mio.

⁴ https://www.bundeswahlleiter.de/info/presse/mitteilungen/bundestagswahl-2017/02_17_wahlberechtigte_laender.html

über denjenigen, die Deutschland und seinen Bürgern AfD-Wähler sind deutlich sensibler als die Anhänger anderer Parteien für das, was sich hinter der glatten Oberfläche der flotten Politikersprüche verbirgt. Sie spüren das Heuchlerische, Schönfärberische und Brüchige hinter den Versprechungen der Politiker aus den Altparteien. Sie misstrauen deren Anspruch, dass die Altparteien das Land und seine Zukunft im Griff haben.

Ob es um die persönliche Sicherheit vor Einschüchterung und Gewalt oder die äußere Sicherheit unseres Landes geht, um die Zukunft der Renten- und der Pflegeversicherung, um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, die Integrationsfähigkeit gegenüber muslimischen Zuwanderern oder die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt: bei fast allen Themen sind AfD-Wähler skeptischer eingestellt als die Wähler anderer Parteien. Das bedeutet nicht – anders als oft verkürzt in den Medien dargestellt –, dass AfD-Wähler mehrheitlich von persönlicher Verarmung betroffen oder bedroht sind. Sie abstrahieren vielmehr oft von der eigenen Situation und schauen auf das Gesamtbild.

Dabei geht es nicht – wie vom politischen Gegner unterstellt – um diffuse Zukunftsängste, sondern um die Sensibilität und Wachsamkeit gegenüber gesellschaftlichen (Fehl-) Entwicklungen und deren verhängnisvolle Folgen für alle Deutschen. Es herrscht das Gefühl vor, dass sich Deutschland auf einem Weg nach unten befindet, wenn dagegen nicht sehr bald etwas unternommen und umgesteuert wird. Die Sorge um den Abstieg Deutschlands verbindet sich mit der Beunruhigung über die eigenen wirtschaftlichen und sozialen Perspektiven im Zeitalter der Globalisierung und Digitalisierung. Die AfD gilt bei diesen Wählern als Partei, die keine Angst davor hat, Themen anzusprechen, die unmittelbar mit den Sorgen der Bürger vor dem Niedergang Deutschlands, einem Kontrollverlust von Staat und Gesellschaft und ungebremster Zuwanderung zusammenhängen.

Grundsätzlich sind deshalb für die AfD unabhängig von Einkommen, Alter, Wohnort geografischer Herkunft oder Geschlecht alle Wähler ansprechbar, die die genannten Einstellungen komplett oder in wesentlichen Aspekten teilen. Wähler, die diese Bedingungen erfüllen und damit für die AfD erreichbar sind, finden sich aber vor allem in einigen klar zu definierenden Gruppen.

3.2. Sozioökonomische Gruppen

Um die in dieser Strategie gesetzten Ziele zu erreichen, sind die folgenden drei sozioökonomischen Zielgruppen für die AfD besonders wichtig. Gemeinsam geben sie der AfD den Charakter einer schichtenübergreifenden Volkspartei und bieten so der AfD die Chance, zur stärksten politischen Kraft in Deutschland zu werden:

nd Selbständige (sogenannte „Kleine Leute“)

In dieser Gruppe, die sozioökonomisch der unteren Mittelschicht und der oberen Unterschicht zuzuordnen ist, wird besonders aufmerksam registriert, dass sich die etablierte Politik immer weiter vom Bürger entfernt und sich vorrangig nur noch um die Interessen von Minderheiten, gut organisierter Lobbys, Migranten und um die Belange der Eliten kümmert, nicht aber um den durchschnittlichen Verdiener, Steuer- und Beitragszahler. Der Anteil der Arbeitslosen unter den „Kleinen Leuten“ ist vergleichsweise gering. Die meisten befinden sich in gefestigten Beschäftigungsverhältnissen, sind noch in der Ausbildung, selbständig oder bereits Rentner. Sie sind nicht von unmittelbarer Verarmung bedroht, nehmen aber sehr sensibel die wachsende Ungleichheit in Deutschland wahr.

Bei vielen „Kleinen Leuten“ besteht ein hohes Maß an Verunsicherung über die Zukunft unseres Landes und die Herausforderungen, die auf Deutschland und seine Bürger zukommen (Demografische Entwicklung mit ihren Auswirkungen auf die Alterssicherung, internationaler Wettbewerb, Digitalisierung, Zuwanderung). Dem von den Altparteien verbreiteten Bild von Deutschlands angeblich rosiger Zukunft stehen sie kritisch bis ablehnend gegenüber. Es besteht bei diesen Wählern die Furcht, dass sie selbst oder die eigenen Kinder und Enkel irgendwann auf dem Arbeitsmarkt nicht mehr mithalten können oder verdrängt werden und die Sozialsysteme der unregelmäßigen Zuwanderung nicht standhalten werden.

Bei den „Kleinen Leuten“ wird besonders sensibel auf Versuche aus dem rot-grünen Lager und dem linksliberalen Milieu reagiert, Deutschland abzuschaffen und die Europäisierung Deutschlands voranzutreiben. Der Nationalstaat ist für die „Kleinen Leute“ nicht nur ein emotionaler Bezugspunkt, sondern auch das beste Instrument, um die Probleme unseres Landes zu bewältigen. Die EU gilt dagegen weit vom Bürger entfernt, zerstritten, elitenzentriert und als Zuschussbetrieb für die deutschen Steuerzahler.

Die AfD ist gut beraten, ihre Politik als Volkspartei zu einem guten Teil an dieser Bevölkerungsgruppe auszurichten, die sich vernachlässigt fühlt. Die „Kleinen Leute“ verlangen die Anerkennung der eigenen Leistung in der Konkurrenz zu Leistungsverweigerern („soziale Hängematte“), Profiteuren von „Staatsgeldern“ aus den Reihen lautstarker Minderheiten, betuchten Steuerhinterziehern, die ihre Geschäfte im Ausland machen, und Zuwanderern in die Sozialsysteme. Sie möchten von der AfD aber auch Schutz vor Lohnrückerei, hohen Steuer- und Abgabelasten, Schuldenwirtschaft, sittenwidrigen Arbeitsbedingungen und unklaren Zukunftsperspektiven bei der Rente, bei der Pflege und im Gesundheitssystem. Soziale Marktwirtschaft wird von dieser Gruppe in ihren beiden Komponenten ernst genommen, Bildung geschätzt. Hinzu kommt eine klare Präferenz für Sicherheit und Ordnung und eine Abneigung gegen Verwahrlosung, Verantwortungslosigkeit und den Egoismus kleiner Minderheiten. Gemeinwohlorientierung geht für diese Zielgruppe über die Bedienung von Interessengruppen.

tungsorientierte Arbeitslose aus der Zielgruppe, deren
die an einer raschen Rückkehr in den Arbeitsmarkt
interessiert sind und sich um Beschäftigung bemühen.

Traditionell haben viele „Kleinen Leute“ früher CDU/CSU und SPD gewählt, in den neuen Bundesländern auch die Linkspartei. Mit diesen Parteien konkurriert die AfD im Kampf um die „Kleinen Leute“. Dabei müssen auch diejenigen angesprochen werden, die selbst oder deren Eltern und Großeltern Zuwanderer sind bzw. waren, die aber gut integriert sind, einen Arbeitsplatz haben, Steuern und Sozialabgaben zahlen, sich um die Ausbildung ihrer Kinder kümmern und die deutsche Sprache beherrschen, kurz: Zuwanderer, die stolz darauf sind, in Deutschland zu leben und die Stärken Deutschlands bewahren wollen.

b. Arbeiter, Angestellte und Selbstständige in Positionen mit schlechter Bezahlung, ungünstigen Arbeitsbedingungen und unsicheren Arbeitsverhältnissen, soweit sie leistungsorientiert sind und am politischen Geschehen teilnehmen.

Hierbei handelt es sich um eine Gruppe von Personen, die unter schwierigen Bedingungen in prekären Beschäftigungsverhältnissen Leistung erbringt und Leistung erbringen möchte, auf Grund ihrer geringen Einkommenshöhe oder z.B. der Befristung ihrer Beschäftigung aber so gut wie keine Möglichkeit haben, Eigentum zu bilden oder ausreichend Rücklagen für die Wechselfälle des Lebens und das Alter zu erwirtschaften. Das führt zu hoher Unsicherheit über die Zukunft, zumal so gut wie keine Organisation, auch nicht die Gewerkschaften, die Interessen dieser Gruppe vertritt. Im Zeichen von Digitalisierung, „Industrie 4.0“, „Sharing Economy“, „Outsourcing“, „Start Ups“ und einer hohen Nachfrage nach schlecht bezahlten persönlichen Dienstleistungen dürfte der Anteil dieser unter der geringen Höhe ihrer Einkommen und der Unsicherheit ihrer Beschäftigungsverhältnisse leidenden Gruppe an der Gesamtbevölkerung in Zukunft eher wachsen als zurückgehen.

Diese Zielgruppe ist für diejenigen unter den Zuwanderern, die tatsächlich Arbeit suchen und sie auch finden, vielfach die erste Anlaufstation. Die stetige Auffüllung dieser Zielgruppe durch die jüngsten Zuwandererwellen führt dort zu einer wachsenden Konkurrenz zwischen Neuankömmlingen und Einheimischen um knappe Güter wie z.B. feste Arbeitsplätze, bezahlbarer Wohnraum, zuverlässiger und sicherer öffentlicher Personennahverkehr, Schutz vor Kriminalität, Zugang zum Gesundheitswesen sowie Bildungs- und Aufstiegschancen für die Betroffenen selbst und ihre Kinder. Stärker als andere Bevölkerungsgruppen spüren die Deutschen, aber auch bereits gut integrierte Migranten in dieser Gruppe den Druck durch die unregelmäßige Zuwanderung von gering oder gar nicht Qualifizierten. Zugleich werden viele Menschen in dieser Gruppe in ihrer nationalen Identität als Deutsche oder in ihrem Status als gut integrierte Migranten durch die von Rot-Grün geschützte und gewollte Zuwanderung herausgefordert. Da ihre sozioökonomische Situation denen vieler Zuwanderer ähnlich ist,

Staatsangehörigkeit, die Beherrschung der deutschen eigene gesicherte Aufenthaltsstatus zur Abgrenzung gegenüber der jüngsten Zuwanderungswelle von großer Bedeutung und ein wichtiges Unterscheidungskriterium.

Die AfD setzt bisher in dieser Gruppe vor allem beim Schutz vor weiterer Zuwanderung an. Auf Dauer wird die AfD aber auch ein Programm benötigen, das dem leistungsorientierten Teil der Menschen, die unter schwierigen Arbeitsbedingungen und bei geringem Lohn arbeiten, eine wirtschaftliche und soziale Perspektive bietet.

Die AfD muss deutlich machen, dass sie wirtschafts- und sozialpolitisch klar auf den Boden der Sozialen Marktwirtschaft im Geiste Ludwig Erhards steht. Die AfD darf weder der Umverteilungspolitik von SPD, Grünen und Linken nacheifern noch sich wie die FDP auf die vollständige Ökonomisierung der Gesellschaft einlassen. Sie muss stattdessen Wettbewerb und Leistung mit sozialer Verantwortung und Gemeinwohlorientierung verbinden. Das verlangt eine wachstumsorientierte Politik, die Arbeitsplätze und Aufstiegsmöglichkeiten schafft, den Wohlstand für breite Schichten fördert, die Mittel für den Schutz der Bedürftigen erwirtschaftet und sich gegen Bürokratie, Parteienfilz, Klientelismus und Lobbyismus stellt. Die Sozialpolitik der AfD für diese Gruppe muss Hilfe zur Selbsthilfe, Eigenverantwortung und Leistungsorientierung mit gezielter staatlicher Hilfe zur Absicherung des Lebensstandards bieten und so der Zielgruppe die Angst vor Abstieg und Verarmung nehmen. Hinzu kommt eine Zuwanderungspolitik, die deutsche und bereits gut integrierte Zuwanderer, die seit längerem in Deutschland leben, vor der Zuwanderung von Billigarbeitskräften schützt.

In dieser Gruppe konkurriert die AfD einerseits mit der SPD und der Linkspartei und andererseits mit einem weitverbreiteten Hang zur Wahlenthaltung. Die wichtigste Herausforderung besteht für die AfD bei dieser Gruppe darin, die Menschen dazu zu bewegen, sich durch Stimmabgabe für die AfD politisch zu engagieren, statt resigniert in die Gruppe der Nichtwähler abzuwandern.

c. Konservativ-liberales Bürgertum in der politischen Mitte und rechts davon

In dieser Gruppe, zu der beispielsweise mittlere und höhere Angestellte und Beamte, wohlhabende Selbstständige, Freiberufler sowie kleine und mittlere Unternehmer gehören, eröffnet sich für die AfD ein besonders interessantes Wählerpotential. Dieses Potential ist deshalb interessant, weil es zahlenmäßig vergleichsweise groß ist⁵ und über Sachkompetenz, finanzielle Mittel und den Zugang zur Bürgergesellschaft verfügt. Alle drei Faktoren sind für

⁵ Lt. einer von der AfD in Auftrag gegebenen INSA-Umfrage zur Analyse der Bundestagswahl ordneten sich auf dem Links-Rechts-Spektrum 47,5% der Befragten in der politischen Mitte oder schwach rechts davon ein. Davon ist allerdings nur ein Teil als bürgerlich zu bezeichnen.

ichtig, wenn sie erfolgreich Oppositionsarbeit betreiben
bei politische Verantwortung übernehmen will.

Im konservativ-liberalen Bürgertum besteht ein hohes Maß an inhaltlicher Übereinstimmung mit den Positionen der AfD zu Themen wie Euro und Europa, Zuwanderung, Innere und Äußere Sicherheit, soziale Marktwirtschaft, Verteidigung der Bürgerrechte gegen politische Korrektheit und Genderismus. In einem Teil dieser Gruppe sind die Wahlergebnisse der AfD aber bislang nur durchschnittlich, bei Personen mit akademischer Bildung sogar deutlich unterdurchschnittlich.⁶

Hierfür gibt es mehrere Gründe. Einerseits gilt die AfD im Bürgertum ungeachtet ihrer tatsächlichen Programmatik als zu feindlich gegenüber der NATO und den USA und zu freundlich gegenüber „Putins Russland“. Zudem wird der AfD vielfach unterstellt, sie wolle Deutschland aus der EU herausführen und die durchaus positiven Errungenschaften, wie beispielsweise den gemeinsamen Markt, durch eine neue nationalistische Innengewandtheit und Abschottung ersetzen. Zum anderen wirken sich beim Bürgertum die Imageprobleme der AfD als reiner Protestpartei, die vermeintlich den Schulterschluss mit teilweise fragwürdigen Organisationen und Personen sucht und als Partei, die sich nicht klar genug vom rechten Rand abgrenzt, negativ aus. In dieser Gruppe dürfte auch die Möglichkeit, dass die AfD oder Teile der Partei in Zukunft durch den Verfassungsschutz überwacht wird, besonders kritisch bewertet werden.

Das konservativ-liberale Bürgertum wird noch relativ stark von der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Medien und von Tageszeitungen erreicht. Diese Medien verbreiten noch immer ein weit überwiegend negatives Bild der AfD. Im konservativ-liberalen Bürgertum sind viele Personen äußerst empfindlich gegenüber einem eigenen Image- und Statusverlust, wenn sie sich öffentlich für die AfD aussprechen. Sie sehen vielfach auch berufliche Risiken bei einer engen persönlichen Bindung an die AfD. Will die AfD in der liberal-konservativen bürgerlichen Mitte mehr Resonanz und Anschluss finden, muss sie Seriosität, Kompetenz, Bürgernähe und Verantwortungsbewusstsein herausstellen und sich vom extremen rechten Rand mit aller Entschiedenheit abgrenzen.

Wenn die AfD stärker in den Organisationen der Bürgergesellschaft Fuß fassen will, was für eine Volkspartei unerlässlich ist, muss sie es den bürgerlichen Wählern leichter machen, sich privat wie öffentlich mit der AfD zu identifizieren, sich zu ihr bekennen und für sie zu werben, ohne Furcht davor, bei den eigenen Bezugsgruppen und im beruflichen Umfeld einen

⁶ Lt. Forschungsgruppe Wahlen lag der Stimmenanteil der AfD bei der Bundestagswahl 2017 bei Wählern mit Hauptschulabschluss bei 14%, bei Wählern mit mittlerer Reife bei 17%, bei denen, die das Abitur hatten, belief er sich dagegen nur auf 10%, bei Hochschulabgängern sogar nur auf 7%. In dieser Gruppe war die AfD die kleinste der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien. Vgl.
<https://wahltool.zdf.de/wahlergebnisse/2017-09-24-BT-DE.html?i=50>

spielen in der liberal-konservativen bürgerlichen Mitte
zuvor genannten beiden Zielgruppen.

Hauptkonkurrenten im konservativ-liberalen Bürgertum sind CDU, CSU und FDP. Es muss bürgerlichen Wählern aufgezeigt werden, dass sich diese drei Parteien nicht klar vom rot-grünen Zeitgeist distanzieren, sich längst grünem Gedankengut geöffnet haben, bei jeder sich bietenden Gelegenheit bereit sind, mit den Grünen zu paktieren und nach wie vor eher auf noch mehr Europa als auf Deutschland setzen. Zudem haben gerade CDU, CSU und FDP in jahrzehntelanger Regierungstätigkeit in Bund und Ländern die Probleme unseres Landes maßgeblich mitverursacht wie z.B. die Massenzuwanderung von Unqualifizierten, eine Steuerlast auf Rekordniveau, den schleichenden Verfall der inneren und äußeren Sicherheit oder den sinkenden Standard unseres Bildungssystems.

3.3 Sinus-Milieus⁷

Definiert man die Wähler und Zielgruppen der AfD entsprechend der sogenannten Sinus Milieus finden sich AfD-Anhänger vor allem in vier Gruppen:

- a. **Traditionelles Milieu** (12,9 % der Bevölkerung), definiert von den Autoren der Sinus-Studie als *„Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation: verhaftet in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur; Sparsamkeit und Anpassung an die Notwendigkeiten; zunehmende Resignation und Gefühl des Abhängigseins.“*
- b. **Prekäres Milieu** (9,0 % der Bevölkerung), definiert als *„Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht („dazu gehören“): Wunsch, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte – aber Häufung sozialer Benachteiligungen, Ausgrenzungserfahrungen, Verbitterung und Ressentiments.“*
- c. **Bürgerliche Mitte** (13,1 % der Bevölkerung), definiert als *„Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream: generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen; wachsende Überforderung und Abstiegsängste.“*
- d. **Adaptiv-pragmatisches Milieu** (9,7 % der Bevölkerung) definiert als *„Die moderne junge Mitte mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken: leistungs- und anpassungsbereit, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung;“*

⁷ Die Autoren der Sinus-Milieus bemühen sich nach eigenen Angaben um ein wirklichkeitsgetreues Bild der soziokulturellen Vielfalt in Gesellschaften, in dem sie die Befindlichkeiten und Orientierungen der Menschen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen sowie ihren sozialen Hintergrund genau beschreiben.
https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Dokumente/downloadcenter/Sinus_Milieus/2017-01-01_Informationen_zu_den_Sinus-Milieus.pdf

gleichzeitig starkes Bedürfnis nach Verankerung und

Man sieht, dass sich die vier genannten Milieus aus der Sinus-Studie mit den weiter oben genannten drei für die AfD interessanten sozioökonomischen Zielgruppen weitgehend überschneiden. Allerdings ignoriert die Sinus-Studie bei der Beschreibung der Milieus komplett den für die AfD und ihre Wählerschaft besonders wichtigen Gegensatz zwischen Deutschen ohne Migrationshintergrund und gut integrierten Migranten einerseits und Zuwanderern jüngerer Datums sowie unzureichend integrierten Migranten und Personen, andererseits.

3.4 Besondere Gruppen innerhalb der Kernzielgruppen der AfD

Während die AfD die Wähler in den unter 3.2 („sozioökonomische Gruppen“) genannten Zielgruppen insgesamt ansprechen muss, um zur Volkspartei zu werden, lassen aktuelle Wahluntersuchungen darauf schließen, dass es mehrere Untergruppen innerhalb der Zielgruppen gibt, bei denen die AfD noch schwach abschneidet. Obwohl detaillierte empirische Daten derzeit nicht ausreichend vorliegen, ist davon auszugehen, dass die AfD nicht nur insgesamt, sondern auch in den für sie o.a. wichtigen Zielgruppen bei Frauen, Rentnern und Erstwählern nur unterdurchschnittliche Wahlergebnisse erzielt. Es ist zu prüfen, wie diese Situation innerhalb der Zielgruppen verbessert werden kann.

Es geht also im Sinne einer Konzentration der Ressourcen nicht darum, mehr Frauen per se für die AfD zu gewinnen, sondern in den grundsätzlich für die AfD gut erreichbaren Gruppen wie den „Kleinen Leuten“, bei unsicher Beschäftigten oder im konservativ-liberalen Bürgertum mehr weibliche Wähler anzusprechen. Die Befassung mit Untergruppen soll also die Werbung in den Zielgruppen unterstützen. Geisteswissenschaften studierende Erstwähler in Universitätsstädten mit einem linken Weltbild werden kaum je AfD wählen, egal ob es sich um Männer oder Frauen handelt. Keine noch so gute Kampagne wird sie für die AfD begeistern können.

Eine besondere Gruppe innerhalb der Kernzielgruppen der AfD sind die Nichtwähler. Hier konkurriert die AfD nicht in erster Linie mit anderen Parteien, sondern mit der Tendenz bei solchen Wählern, von einer einmaligen Nichtbeteiligung an einer Wahl zu eingeschworenen Nichtwählern zu werden. Die AfD muss diese Gruppe zur Wahlteilnahme einladen und motivieren.

Es muss also auf bestimmte soziale oder ethnische und Berufsgruppen eingegangen werden, bei denen es sich für die AfD besonders lohnt, am Ball zu bleiben.

Die Analyse der Wahlergebnisse der AfD in den vergangenen Jahren hat immer wieder deutlich gemacht, dass es für die AfD in drei Bereichen Sympathieprobleme gibt: bei Frauen, Rentnern und Erstwählern.

Die größte, in der Wählerschaft der AfD unterrepräsentierte Gruppe sind die Frauen. Die AfD erreicht bei Frauen nicht einmal 60% des Stimmenanteils, den sie bei Männern erreicht⁸. Nur rund 15% der AfD-Mitglieder sind derzeit Frauen.

Auch die FDP wird eher von Männern als von Frauen gewählt, die Unionsparteien und die Grünen eher von Frauen, aber die Differenz zwischen den Geschlechtern ist jeweils deutlich geringer ausgeprägt als bei der AfD. Wenn es auch nur gelänge, die Differenz beim Stimmverhalten zwischen den Geschlechtern von tatsächlichen 40% auf 20% zu halbieren (d.h. der Stimmenanteil der AfD bei Frauen betrüge 80% des Stimmenanteils bei Männern), hätte das bei der Bundestagswahl 2017 bei gleichbleibendem Stimmanteil unter Männern für die AfD einen Gesamtzuwachs von 1,5% ergeben.

Über die Gründe für das vergleichsweise schwache Abschneiden der AfD bei den Frauen wird auch innerhalb der AfD viel spekuliert. Gesicherte empirische Erkenntnisse liegen bisher nicht vor. Das führt dazu, dass eine Reihe von Lösungsvorschlägen in die Diskussion eingebracht werden, die eher vom Wunschdenken und Gefühlen als von einer an den Fakten orientierten Vorgehensweise zeugen. Bisweilen drängt sich sogar der Eindruck auf, dass es manchen in der Partei egal ist, ob die AfD auch bei weiblichen Wählern hohe Resonanz findet. Das Defizit der AfD bei den weiblichen Wählern muss von einigen überhaupt erst als ein Problem erkannt werden, da es dem weiteren Aufstieg der AfD zur Volkspartei im Wege steht.

Aufgabe 1:

Es ist ein Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation zu vergeben, die bis zum 31. Dezember 2019 Erkenntnisse liefert, warum bei der AfD die Wahlergebnisse bei Männern und bei Frauen, aufgeschlüsselt nach West und Ost, deutlich voneinander abweichen. Auf der Basis der Ergebnisse dieser Untersuchung ist eine (Sub-) Strategie zu entwickeln, wie der Stimmanteil der AfD bei den weiblichen Wählern insbesondere in ihren Zielgruppen erhöht und die Partei für weibliche Mitglieder attraktiver werden kann.

⁸ Lt. der Repräsentativen Wahlstatistik zur Bundestagswahl 2017 erhielt die AfD bei Männern bundesweit 16,3%, bei Frauen aber nur 9,2% der Stimmen. Damit betrug das AfD-Ergebnis bei Frauen nur 56,4% des Wahlergebnisses bei Männern.

Nach den Wahlen über 65 Jahre schneidet die AfD nur unterdurchschnittlich ab.⁹ Das ist bedauerlich, weil z. B. im Jahre 2017 nicht weniger als 20,7% aller Wahlberechtigten 70 Jahre und älter waren. Die Wahlbeteiligung dieser Gruppe lag 2017 insgesamt bei 75,8%, also in etwa beim Bundesschnitt (76,2%). Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei sehr alten Wählern die Wahlbeteiligung absinkt, die Gruppe der 70-75-Jährigen aber eine hohe Wahlbeteiligung aufweist.

Auch in diesem Fall liegt eine tragfähige Analyse zu den Gründen für das schwache Abschneiden der AfD in dieser Wählergruppe nicht vor. Die ältesten Wähler präferieren CDU, CSU und SPD. Warum das so ist, kann derzeit nur vermutet werden.

Ein Blick in die nahe Zukunft zeigt, wie wichtig es für die AfD ist, sich mit dem Wahlverhalten älterer Bürger zu befassen. Bislang schneidet die AfD bei den Wählern aus den noch weit überwiegend berufstätigen geburtenstarken Jahrgängen (Jahrgänge 1955 bis 1969) besonders gut ab.¹⁰ Diese Altersgruppe war zum Zeitpunkt der Bundestagswahl 2017 zwischen 48 und 62 Jahre alt. Bei der Bundestagswahl 2025 wäre sie zwischen 56 und 70 Jahre alt, würde also langsam in die Altersgruppe hineinwachsen, die schwache AfD-Ergebnisse aufweist. Ob sie ihr bisher sehr AfD-affines Wahlverhalten im vorgerückten Alter beibehalten (und was man dafür seitens der AfD tun muss), ist derzeit nicht abzusehen. Klar ist aber, dass angesichts der demographischen Entwicklung in Deutschland der Anteil der über 65-Jährigen an der Wählerschaft unweigerlich steigen wird.

Auch hier bedarf es fundierten, empirisch belegbaren Wissens, um zu erkennen, warum die ältesten Wähler wenig AfD-affin sind. Nur auf dieser Grundlage kann entschieden werden, ob es sich lohnt, diese Wählergruppe in einer speziellen Form anzusprechen.

Aufgabe 2:

Es ist ein Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation zu vergeben, die bis zum 31. Dezember 2019 Erkenntnisse liefert, warum die AfD bei Wählern über 70 Jahren, aufgeschlüsselt nach West und Ost, bislang nur unterdurchschnittliche Wahlergebnisse erzielt. Auf der Basis der Ergebnisse ist eine (Sub-) Strategie zu entwickeln, wie der Stimmanteil der AfD bei den ältesten Wählern erhöht werden kann.

⁹ Lt. der Repräsentativen Wahlstatistik zur Bundestagswahl 2017 waren 20,7% aller Wahlberechtigten 70 Jahre und älter, aber nur 13,5% der AfD-Wähler. In dieser Gruppe erreicht das AfD-Ergebnis mit 8,2% nur 65% des nationalen Durchschnitts. Würde man in dieser Altersgruppe ein durchschnittliches AfD-Ergebnis erreichen, wäre das allein ein Gewinn von einem Prozentpunkt bundesweit für die Partei.

¹⁰ Lt. der Repräsentativen Wahlstatistik zur Bundestagswahl 2017 waren z.B. 35,6% aller AfD-Wähler zwischen 50 und 59 Jahre alt, aber nur 29,6% der Wähler insgesamt.

Bei der dritten Wählergruppe, in der die AfD wenig Resonanz findet, handelt es sich um die Erstwähler zwischen 18 bis 24 Jahren.¹¹ Angesichts des herrschenden Meinungsklimas an Schulen und Universitäten kann das schwache Abschneiden der AfD in dieser Wählergruppe nicht verwundern.

Zwei Argumente sprechen zunächst einmal dafür, der Gruppe der Erstwähler nicht allzu viel Aufmerksamkeit zu schenken. Einmal ist der Anteil dieser Gruppe an der Gesamtwählerschaft mit 7,2% in der demographisch überalterten deutschen Gesellschaft vergleichsweise gering.¹² Hinzu kam 2017 eine mit 69,9% unterdurchschnittliche Wahlbeteiligung. Zum zweiten scheint sich das Wahlverhalten junger Wahlberechtigter relativ schnell zu ändern, wenn sie die Ausbildungs- und Universitätsphase hinter sich gelassen haben. Schon bei der Altersgruppe der 25- bis 34-jährigen lag das AfD-Ergebnis bei der Bundestagswahl 2017 beim Durchschnitt aller Wähler. Der Kontakt mit der beruflichen, steuerpflichtigen und familiären Realität scheint ein schnelles Herauswachsen aus dem in Schulen und Universitäten vorherrschenden links dominierten Meinungsklima mit sich zu bringen. Der Bruch ist so klar zugunsten der AfD (7,9% gegen 12,7% Stimmenanteil), dass es eher unwahrscheinlich ist, dass die Erstwähler bei der Bundestagswahl 2017 ihre AfD-feindliche Grundstimmung später beibehalten werden. Welchen dauerhaften Einfluss das in vielen Schulen und Universitäten vorherrschende links-grüne Meinungsklima und die immer wieder offen zu Tage tretende Gegnerschaft vieler Lehrer und Professoren gegenüber der AfD allerdings tatsächlich haben, werden die Wahlen der kommenden Jahre der dann in die Altersgruppe der 25 – 34-Jährigen hineinwachsenden jungen Wähler zeigen.

Es sollte nicht unterschätzt werden, dass in unserer Gesellschaft „der Jugend“ ein besonderes Gewicht gegeben wird. Nicht zufällig sind bei Aktionen gegen die AfD die jungen Jahrgänge besonders stark vertreten. Die AfD wäre deshalb gut beraten, bei Erstwählern verstärkt für sich und ihre Themen zu werben und diese Wählergruppe nicht Rot-Grün zu überlassen (vgl. hierzu auch die Ausführungen zu Schwäche 4.2, Schwäche 4). Dabei kommen dem Jugendverband der AfD und den sozialen Medien besonders wichtige Rollen zu.

¹¹ Lt. der Repräsentativen Wahlstatistik zur Bundestagswahl 2017 stellten die Erstwähler 7,2% aller Wähler, aber nur 4,5% der AfD-Wähler. Die AfD erreichte in dieser Gruppe also nur 62,5% ihres Durchschnitts oder rund 7,9%. Bei der durch den Wahlerfolg der Grünen gerade bei jungen Wählern geprägten Europawahl 2019 war der Unterschied zwischen den Altersgruppen noch extremer. Lt. der Wahlanalyse des Instituts Infratest dimap wählten bei den 18- bis 24-Jährigen nur 5% AfD, bei den 25-34-Jährigen aber 11%. Es bleibt abzuwarten, ob dies eine Ausnahme ist. <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2019-05-26-EP-DE/umfrage-alter.shtml>

¹² Bei der Bundestagswahl 2017 waren lt. Repräsentativer Wahlstatistik 66,7% der Wähler 45 Jahre alt oder älter.

konzept vor, wie Erstwähler besser von der AfD angesprochen werden können und wie dem vorherrschenden rot-grünen Meinungsklima in den Bildungsinstitutionen Paroli geboten werden kann.

d. Nichtwähler

Die AfD verdankt ihre Wahlerfolge in den vergangenen Jahren auch der Mobilisierung einer erheblichen Zahl von bisherigen Nichtwählern. Offenbar sind viele Nichtwähler zu der Überzeugung gelangt, dass die AfD die Partei ist, auf die sie schon lange gewartet haben und die sich um das kümmert, was ihnen wichtig ist. Damit hat die AfD Bürger angesprochen, die von den Altparteien enttäuscht waren, denen aber das bisherige Parteiensystem keine Chance bot, ihre Kritik politisch zu artikulieren und wieder in den demokratischen Willensbildungsprozess zurückzukehren.¹³

Allerdings belief sich die Wahlbeteiligung 2017 trotz einer Steigerung gegenüber 2013 nur auf 76,2%. Fast ein Viertel der Wahlberechtigten hat auch 2017 nicht gewählt. Das waren 14,7 Mio. Menschen.¹⁴ Es gibt also weiterhin theoretisch ein hohes Potential an Nichtwählern. Allerdings ist weder bekannt, wie hoch der Anteil der Nichtwähler in den o.a. drei für die AfD wichtigen Zielgruppen ist, noch ob die verbliebenen Nichtwähler stärker als der Rest der Bevölkerung für AfD-Positionen empfänglich ist. Der Blick auf die Wahlkarte zeigt, dass vor allem in Gebieten mit geringem Durchschnittseinkommen die Wahlbeteiligung niedrig ist. Das würde nahelegen, dass die AfD vom Werben um noch mehr Nichtwähler profitieren könnte. Es spricht allerdings einiges dafür, dass es künftig schwerer als bisher für die AfD sein wird, Nichtwähler zu mobilisieren. Wer als Nichtwähler im für die AfD überaus erfolgreichen Wahlkampf 2017 nicht zu motivieren war, seine Stimme für die AfD abzugeben, wird das vermutlich auch in Zukunft nicht ohne weiteres tun. Die AfD könnte hier bald an eine Grenze stoßen.¹⁵ Hinzu kommt die Gefahr, dass für die AfD stimmende frühere Nichtwähler von der

¹³ Bei der Bundestagswahl 2017 hat die AfD lt. der Wählerwanderungsbilanz von infratest dimap 1,2 Mio. bisherige Nichtwähler angezogen. Das war mehr als ein Fünftel der AfD-Wähler überhaupt und die stärkste Gruppe in der AfD Wählerschaft. Vgl. https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2017-09-24-BT-DE/analyse-wanderung.shtml#16_Wanderung_AFD. Auch wegen der Mobilisierungskraft der AfD stieg die Wahlbeteiligung von 72,6% (2013) auf 76,2% (2017). Ähnliche Entwicklungen gab es bereits bei vorausgegangenen Landtagswahlen.

¹⁴ Das Wahlforschungsinstitut Forsa, dass bei seinen Befragungen regelmäßig nach dem Anteil der Nichtwähler fragt, weist bei den wöchentlichen Befragungen im ersten Halbjahr 2019 kontinuierlich Werte bis zur Europawahl zwischen 21% und 26% für den Nichtwähleranteil aus. Danach ist der Anteil aber auf unter 20% gesunken. Offenbar hat die Europawahl 2019 eine Politisierung ausgelöst, deren dauerhafte Wirkung aber abgewartet werden muss. Vgl. <http://www.wahlrecht.de/umfragen/forsa.htm>

¹⁵ So rekrutierte sich lt. den Wahlanalysen von Infratest dimap die Wählerschaft der AfD bei der bayrischen Landtagswahl am 14. Oktober 2018 zu 28% aus bisherigen Nichtwählern, bei der hessischen Landtagswahl am 28. Oktober waren es nur neun Prozent. Ein Erklärungsansatz für diese starke Abweichung ist, dass in Hessen die AfD schon bei der Landtagswahl 2013 kandidiert hat. Bereits damals hat sie Nichtwähler angezogen. Diese sind dann natürlich 2018 nicht erneut "Nichtwähler", sondern fallen in die Kategorie der "bisherige AfD-Wähler".

en enttäuscht sein können, also wieder in die

Frustration mit den Parteien, mangelndes Interesse am politischen und gesellschaftlichen Geschehen, Lethargie und soziale Marginalisierung sind auch von der AfD nicht leicht zu überwinden. Dennoch spricht der Umfang der Nichtwählerschaft dafür, sich ausführlicher mit diesem Thema zu befassen und weiterhin ohne überzogene Erwartungen daran zu arbeiten, bisherige Nichtwähler anzusprechen. Die dazu erforderlichen Informationen und Konzepte müssen erarbeitet werden.

Aufgabe 4:

Es ist ein Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation zu vergeben, die bis zum 31. Dezember 2019 fundierte Erkenntnisse liefert, ob und welche Teile der Nichtwählerschaft, aufgeschlüsselt nach West und Ost, für die AfD mit welchen Themen und Botschaften erreichbar sind und wie hoch der Nichtwähleranteil in den Zielgruppen der AfD ist. Auf dieser Grundlage ist bis zum 31. Januar 2020 ein Konzept zu erarbeiten, wie das AfD-Potenzial in der Nichtwählerschaft angesprochen und zur Wahlteilnahme zugunsten der AfD ermutigt werden kann.

e. Berufsgruppen, ethnische Gruppen, Mitglieder von Vereinen und Verbänden

Zu den Zielgruppen der AfD gehören auch diejenigen Berufsgruppen, ethnischen Gruppen und Mitglieder von Vereinen und Verbänden, bei denen sich in der Vergangenheit gezeigt hat, dass sie besonders AfD-affin sind oder die im linksliberalen Milieu kritisch gesehen werden. Hier kann es sich für die AfD lohnen, Kontakte aufzunehmen und um Stimmen zu werben. Die Identifizierung und Ansprache solcher Gruppen ist ein wichtiger Aspekt der Arbeit in der Bürgergesellschaft, die für die werdende Volkspartei AfD unverzichtbar ist.

Bei den Berufsgruppen hat sich z.B. gezeigt, dass Bürger, die in sicherheitsrelevanten Berufen arbeiten (Bundeswehr, Polizei, private Sicherheitsdienste, Feuerwehr, Rettungsdienste) für die AfD besonders ansprechbar sind.

Bei den ethnischen Gruppen haben die Russlanddeutschen schon seit längerem bei der AfD Resonanz gefunden. Auch bei anderen Gruppen mit z.B. mittel- und osteuropäischem Migrationshintergrund (Deutsche mit polnischem, tschechischem, slowakischem, ungarischem, baltischem, kroatischem, serbischem oder slowenischem Hintergrund), aber auch bei Migranten aus anderen Ländern der EU oder aus Südost- und Ostasien, die inhaltlich in vielen Punkten mit der AfD übereinstimmen, kann für die AfD geworben werden. Die gezielte Ansprache solcher ethnischen Gruppen ist schon allein deshalb wichtig, um den Vorwurf zu konterkarieren, die AfD sei „ausländerfeindlich“. Hinzu kommt, dass der Anteil der Bürger mit einem Migrationshintergrund, inzwischen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes auf rd. 19,3 Mio. Personen angewachsen ist, von denen rund die Hälfte deutsche

...große, sehr heterogene Wählergruppe für die AfD zu verzeichnen. So zeigte die Wahlanalyse von Infratest dimap nach der Hessischen Landtagswahl am 28. Oktober 2018, dass der Stimmenanteil der AfD bei Personen mit Migrationshintergrund bei 14%, bei Personen ohne Migrationshintergrund bei 13% lag.¹⁷

Bei den Vereinen und Verbänden bieten sich solche zur Ansprache durch die AfD an, die Traditionen pflegen, die beim linksliberalen Milieu auf wenig Sympathie stoßen. Hierzu gehören z.B. Jäger, Schützenvereine, Sportschützen, oder auch Angehörige religiöser, in erster Linie christlicher Minderheiten sowie Brauchtumspfleger.

Aufgabe 5:

Es wird bis zum 31. Dezember 2019 eine Liste der Berufsgruppen, ethnischen Gruppen, Vereine und Verbände erstellt, bei denen die AfD ein hohes Potential an Zustimmung erwarten kann. In einem Konzept wird anschließend bis zum 30. Juni 2020 festgelegt, wie man die verschiedenen Gruppen ansprechen kann und wer dafür zuständig ist.

4. Wo steht die AfD und was ist schwerpunktmäßig zu tun? Analyse der Stärken, Schwächen und Herausforderungen der AfD

Für die strategische Analyse sind in erster Linie diejenigen Stärken und Schwächen relevant, die für die Erreichung des unter Punkt 1 genannten strategischen Ziels unverzichtbar sind. Zugleich ist es nur sinnvoll, sich mit den Stärken und Schwächen zu befassen, die im Zeitraum bis 2025 durch Maßnahmen der AfD maßgeblich beeinflusst werden können. Dabei geht es bei den Stärken darum, sie zu bewahren und weiter auszubauen. Bei den Schwächen geht es insbesondere darum, Strategien und Gegenmaßnahmen zu entwickeln, um sie zu beseitigen und ihre negative Wirkung auf den Erfolg der AfD aufzuheben oder wenigstens deutlich zu verringern.

Es bedarf also nicht einer vollständigen Auflistung von Stärken und Schwächen, um strategisch handeln zu können. Sie wäre sehr lang und würde nur dazu führen, dass Ressourcen nicht gezielt eingesetzt werden. Zudem ist oft nicht klar, ob ein Charakteristikum eine Stärke oder eine Schwäche der AfD ist. Man denke hier nur an das Führungspersonal der AfD. Während andere europäische Parteien im rechten Spektrum des politischen Systems stark an einer einzelnen Führungsperson ausgerichtet sind und ihr politischer Erfolg maßgeblich von diesen abhängt, trifft das für die AfD nicht zu. Dies kann sowohl als Stärke als auch als Schwäche bewertet werden.

¹⁶ https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2018/08/PD18_282_12511.html

¹⁷ <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2018-10-28-LT-DE-HE/umfrage-werwas.shtml>

nenanalyse ist immer handlungsorientiert. Das heißt, es ist immer sinnvoll Aufgaben zu definieren sind, wie die Stärke gewahrt bzw. die Schwäche beseitigt werden können, damit das Ziel, die AfD als Volkspartei und stärkste deutsche Partei zu verankern, erreicht werden kann.

4.1. Stärken der AfD

Stärke 1: Die AfD ist im Deutschen Bundestag, in allen Landtagen und im Europaparlament vertreten

Innerhalb von nur fünfeinhalb Jahren ist die AfD zur zeitweise zweit- oder drittstärksten Partei in Deutschland aufgestiegen und neben der SPD die einzige Partei, die im Bundestag, in allen 16 Landesparlamenten und im Europaparlament vertreten ist. Mit Stand vom 30.06.2019 verfügt sie im Deutschen Bundestag über 91 Abgeordnete. Insgesamt 196 Abgeordnete vertreten derzeit die AfD in 16 Landesparlamenten. Hinzu kommen 11 Europaabgeordnete. Auch bei den im Jahre 2019 anstehenden Wahlen kann die AfD mit einem deutlichen Zuwachs rechnen. In Brandenburg, Sachsen und Thüringen besteht die Möglichkeit, dass die AfD bei den Landtagswahlen zur stärksten politischen Kraft wird.

Es gibt nicht einmal sechs Jahre nach Gründung der AfD viele AfD-Hochburgen in Deutschland, und keine weißen Flecken mehr, also größere Gebiete, in denen kein Mandatsträger die AfD in der Öffentlichkeit vertritt. Einen Sonderfall stellt noch die kommunale Ebene dar. Es gibt noch immer zahlreiche Orte, in denen die AfD in den kommunalen Parlamenten nicht vertreten ist. Die AfD braucht mehr Mitglieder und größere Bereitschaft, auf kommunaler Ebene zu kandidieren, um auch kommunal flächendeckend präsent zu sein. Allerdings ist es derzeit nicht zuletzt auf Grund der Behandlung von Kandidaten der AfD in der Öffentlichkeit nicht immer einfach, eine ausreichende Zahl von geeigneten Bewerbern für kommunale Mandate zu gewinnen. Eine starke kommunale Basis ist aber eine Voraussetzung, um zu einer Volkspartei zu werden und in der Bürgergesellschaft Wirkung zu erzielen und anzukommen.

Nach Einzug in die ersten Landesparlamente im Jahr 2014 haben die AfD-Landtagsfraktionen sich vernetzt, um eine fraktionsübergreifende Abstimmung zu erreichen. Seit dem Herbst 2017 wirkt auch die Bundestagsfraktion. Die Vernetzung ist allerdings noch nicht so eng, dass man von einer konzertierten, zielgerichteten bundesweiten Zusammenarbeit aller AfD-Fraktionen sprechen könnte. Gute, Ideen und Initiativen, die länderübergreifend initiiert werden könnten, bleiben noch zu oft auf ein Bundesland oder wenige Bundesländer beschränkt und entwickeln damit nicht die gewünschte Durchschlagskraft. Noch zu viel bleibt dem Zufall oder der Initiative Einzelner überlassen. Ein übergreifendes Konzept für eine stärkere und intensivere Kooperation gibt es bislang nicht. Möglicherweise braucht die AfD

den verschiedenen Fraktionen, eine Art von Länder-
igt.

Hier liegt ein wichtiges Feld für das Erreichen einer höheren bundesweiten Durchschlagskraft teilweise brach, dass es gilt endlich besser zu bestellen. Für die AfD kommt es darauf an, dass sich die Fraktionen in den Parlamenten auf europäischer, Bundes- und Landes- und kommunaler Ebene besser, enger und vor allem systematisch vernetzen, um die Synergieeffekte, die sich aus einer interfraktionellen nationalen und internationalen Zusammenarbeit ergeben, für den politischen Erfolg der AfD zu nutzen.

Aufgabe 6.1:

Bis zum 31. März 2020 besteht in der AfD eine kommunalpolitische Vereinigung, die allen Kommunalpolitikern der AfD offensteht und ihre Arbeit unterstützt.

Aufgabe 6.2:

Bis 31. Dezember 2019 erarbeiten die Fraktionen in Bund und Ländern Vorschläge, wie eine noch intensivere und zielgerichtete interfraktionelle Zusammenarbeit gewährleistet werden kann, um die sich daraus ergebenden Synergieeffekte künftig noch besser nutzen zu können. Dabei ist auch zu prüfen, inwieweit die Zusammenarbeit institutionalisiert werden sollte.

Stärke 2: Die AfD verfügt über ein Mindestmaß an finanziellen Ressourcen

Steigende Wählerzahlen, mehr Mitglieder, Spendenkampagnen und eine große Zahl von Mandatsträgern auf allen politischen Ebenen haben zu einem deutlichen und kontinuierlichen Einnahmenanstieg bei der AfD geführt. Damit ist die AfD in der Lage, ein Mindestmaß an Infrastruktur zu unterhalten, Kampagnen durchzuführen und Wahlkämpfe zu finanzieren. Zugleich ist es möglich, auch über einen längeren Zeitraum hinweg verlässlich zu planen.

Allerdings dürfen drei Faktoren nicht übersehen werden. Erstens sind selbst unter den genannten positiven Umständen die finanziellen Mittel, die der AfD zur Verfügung stehen, wesentlich geringer als die Budgets der Altparteien und des politischen Gewichts der AfD nicht angemessen. Von einer „Waffengleichheit“ kann bei den Parteifinancen noch längst nicht gesprochen werden. Die historisch gewachsene Kapazität der Altparteien, Einnahmen z. B. über den Besitz von Immobilien und parteinahe Dienstleister zu generieren, kann die AfD allenfalls mittel- und langfristig ausgleichen. Auch ist die AfD noch weit davon entfernt, flächendeckend eine Infrastruktur unterhalten zu können.

Hinzu kommt zweitens, dass mit Blick auf die Annahme und Behandlung von Spenden in der noch jungen AfD nicht immer rechtliche Klarheit herrscht. Daraus sind für die AfD beträchtliche Risiken mit Rückzahlungsforderungen entstanden.

etzgebers, dass sich die politischen Parteien nicht überwiegend aus der staatlichen Parteienförderung finanzieren sollen, für eine junge Partei, die binnen kurzem beträchtliche Wahlerfolge erzielt hat, eine kaum zu erfüllende Aufgabe. Weil die AfD zwar viele Wählerstimmen, aber im Verhältnis dazu nur wenige Einnahmen nachweisen kann, steht sie vor der Situation, dass sie einen Teil der staatlichen Förderung mangels Fähigkeit zur Schaffung ausreichender Eigeneinnahmen auf absehbare Zeit nicht geltend machen kann.¹⁸ Zugleich besteht die Gefahr, dass mit wachsender Etablierung der AfD in den Parlamenten oder sogar Regierungen die Bereitschaft zu Spenden aus der Bevölkerung sinken kann, wenn Bürger fälschlicherweise davon ausgehen, dass die AfD in hohem Umfange staatliche Mittel erhält.

Die AfD benötigt ein Konzept, wie sie dauerhaft sicherstellen will, dass die Einnahmen der Partei aus Beiträgen, Spenden und Eigenmitteln höher sind als die ihr zustehende staatliche Förderung.

Aufgabe 7.1:

Bis zum 31. Dezember 2019 liegt ein Konzept vor, das Wege zeigt, wie die AfD nachhaltige Einnahmen erzielen kann, die es ihr ermöglichen, den ihr auf Grund ihrer Stimmenzahl zustehenden Betrag aus der staatlichen Teilfinanzierung der Parteien auch tatsächlich zu beanspruchen.

Aufgabe 7.2:

Bis zum 30.09.2019 Vorlage eines Konzepts, wie die AfD Einnahmen durch Spendeneinwerbung (sog. Fundraising) verbessern kann.

Stärke 3: Die AfD liegt bei der Nutzung der Sozialen Medien vorn

Praktisch seit ihrer Gründung liegt die AfD unter den im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien bei der Nutzung der Sozialen Medien vorne. Ob es um Facebook, Twitter, die Websites, YouTube oder die Verwendung von Podcasts geht: überall hat die AfD Maßstäbe für die politische Nutzung von sozialen Medien gesetzt.

¹⁸ So konnte die AfD auf der Basis der Daten für 2018 zwar bei der Berechnung der staatlichen Teilfinanzierung im Februar 2019 deutlich mehr Wählerstimmen ("Stimmenkonto") nachweisen als Linkspartei, FDP und CSU und fast ebenso viele wie die Grünen, erhielt aber mit staatlichen Zuwendungen in Höhe von 10,1 Mio. EURO wesentlich weniger staatliche Mittel zugesprochen als die Linkspartei (14,4 Mio EURO.), die FDP (15,0 Mio.EURO) und die CSU (13,7 Mio.EURO).). Die Grünen erhielten nur 3% mehr Wählerstimmen auf ihrem "Stimmenkonto" erhielten aber über 90% mehr staatliche Mittel (19,3 Mio EURO). Grund dafür ist, dass die genannten Parteien rund doppelt (Linkspartei, Grüne), zweieinhalb mal (FDP) oder sogar dreimal so hohe (CSU) Eigeneinnahmen erzielten wie die AfD. Vgl.

https://www.bundestag.de/resource/blob/629810/135f0bf08e1998526c360099218397f8/finanz_18-data.pdf

dien ist kein Zufall. Sie hat zunächst damit zu tun, dass die AfD die jüngste Partei im Deutschen Bundestag ist. Die Abläufe, auch in der Öffentlichkeitsarbeit, waren und sind bei ihr noch weniger festgelegt als bei anderen Parteien. Zudem standen die sozialen Medien bereits bei der Geburt der AfD zur Verfügung, weil sie zunächst die kostengünstigste und effizienteste Möglichkeit für die Partei waren, die Wähler und Bürger direkt zu erreichen. Vor allem gründet die Stärke der AfD bei den sozialen Medien aber darin, dass sich die Partei bei den etablierten Presseorganen und bei den Fernsehanstalten, ob öffentlich-rechtlich oder privat, einem außerordentlich negativen Meinungsklima gegenübersteht. Bis heute sind in vielen Medien Artikel und Beiträge eine Ausnahme, welche die Anliegen oder sogar die Existenz der AfD als legitim betrachten und ihre Politiker zu Wort kommen lassen, ohne deren Aussagen zu kritisieren und in ein schlechtes Licht zu rücken. Nach wie vor widmet sich ein großer Teil der etablierten Medien der Verurteilung, „Widerlegung“, „Zerlegung“ oder Isolierung der AfD.

In diesem Meinungsklima war und ist es für die AfD unerlässlich, über die Sozialen Medien der interessierten Öffentlichkeit ein Bild von der eigenen Partei zu verbreiten, das nicht durch die Perspektive von politisch links der Mitte stehenden und regierungsfreundlichen Journalisten, Wissenschaftlern, Verbandsvertretern oder Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens gefiltert worden ist. Die Sozialen Medien dienen der AfD dazu, ihre Anhänger und die Öffentlichkeit über die eigenen Positionen unzensuriert zu informieren und mit ihnen ins Gespräch zu kommen, während dies über die traditionellen Wege der Öffentlichkeitsarbeit kaum möglich ist. Das wird aller Voraussicht nach auch in den kommenden Jahren so sein, selbst wenn die Altparteien weiterhin versuchen sollten, die Sozialen Medien über Zensurgesetze weiter zu regulieren und die Reichweite der AfD und ihrer Botschaften zu begrenzen. Die Nutzung der Sozialen Medien ist für die AfD auch in den nächsten Jahren nicht eine zusätzliche Möglichkeit, für sich zu werben, sondern in einer nach wie vor außerordentlich kritischen bis feindlichen Medienwelt unverzichtbar.

Zur Informationsfunktion der sozialen Medien ist in den letzten Wahlkämpfen deren Rolle bei der gezielten Ansprache von AfD-affinen Gruppen in Wahlkämpfen und bei der gezielten Provokation besonders AfD-feindlicher Gruppen (Guerilla-Marketing) gekommen. Die Digitalisierung ermöglicht eine zielgruppengerechte Ansprache und einen Wahlkampf, der Streuverluste verringert und bei AfD-affinen Gruppen genau mit den Themen und in der Tonlage für die AfD wirbt, die bei diesen Gruppen jeweils ankommen. Die vor allem beim letzten Bundestagswahlkampf angewandten Methoden, die zum Teil auf ausländische Erfahrungen zurückgehen, eröffnen der AfD Wege der direkten Kommunikation mit ihren Zielgruppen, die angesichts der negativen Haltung der etablierten Medien gegenüber der Partei und im Vergleich zu den Konkurrenten geringen Ressourcen unverzichtbar ist.

Der Vorsprung und die Vorreiterrolle der AfD bei den Sozialen Medien sind deshalb unbedingt zu halten und wo immer möglich auszubauen und auf weitere soziale Netzwerke, wie z.B.

nehmen. Neue Entwicklungen sind so früh wie möglich – bei sind auch die Erfahrungen von Parteien im Ausland mit ähnlicher Zielrichtung wie die AfD systematisch auszuwerten. Der Gedanken- und der Personalaustausch in diesem Bereich sind zu fördern.

Aufgabe 8:

Bis zum 30. September 2019 verfügt die AfD über ein Konzept zur innovativen Nutzung der Sozialen Medien, zur kontinuierlichen Ansprache der Zielgruppen durch die Sozialen Medien, und zur Bildung einer bundesweit einsetzbaren Task Force, die der Partei auf allen politischen Ebene für Wahlkämpfe und Kampagnen zur Verfügung steht.

Stärke 4: Die AfD hat ein klares politisches Profil

Während bei anderen Parteien beklagt wird, dass sie beliebig geworden sind und sich kaum noch voneinander unterscheiden, ist die AfD klar profiliert. Ob es um den Widerstand gegen den Euro und immer mehr Europa zu Lasten der Selbstbestimmung der Deutschen, um die Zuwanderung, den Klima- und Umwelt-Alarmismus oder um die Absage an rot-grüne politische Korrektheit, Genderismus, Quoten für Minderheiten oder Bevormundungsversuche in den Medien geht, in allen diesen Punkten gilt die AfD als eine klare Alternative zur herrschenden Meinung. Solange die AfD dieses klare politische Profil beibehält, droht ihr nicht das von vielen AfD-Gegnern ersehnte Verschwinden.

Allerdings muss die AfD darauf achten, dass sie nur dann bei breiten Bevölkerungsgruppen ankommt und an Popularität gewinnt, wenn sie auf ihren zentralen Themenfeldern den Bogen nicht überspannt. Die Kritik an der ständigen Ausweitung der Zuständigkeiten der Europäischen Union ist weitverbreitet, aber die Mehrheit der Bevölkerung will keinen Austritt Deutschlands aus der EU. Viele Bürger sind gegen die anhaltende Zuwanderung und die Kosten der nicht gelungenen Integration vieler Zuwanderer, aber sie sind nicht gegen eine pauschale Verurteilung aller Menschen mit Migrationshintergrund. Es gibt viel Kritik am Erbe der 68er Generation, aber deshalb will die Mehrheit der Bevölkerung nicht zurück in die fünfziger Jahre.

NATO- und USA-Kritik werden maßgeblich von Linken, Grünen und großen Teilen der SPD befeuert und gehen im Wesentlichen auf die jahrzehntelange personelle Durchdringung durch die 68er in den Parteien und Medien sowie im Lehr- und Universitätskörper zurück. Auch wenn das konservative Bürgertum eine durchaus kritische Einstellung gegenüber der NATO und der teilweise erratischen, die westlichen Partner immer wieder verstörende und unabgestimmte Außenpolitik der USA hat, werden die NATO und die USA immer noch als wesentliche Garanten für Frieden, Freiheit und Demokratie in Europa und die USA zudem als enger und wichtigster, wenn auch schwieriger Verbündeter Deutschlands gesehen. Dumpfer Anti-

Wählerschicht ab.

Die AfD darf also bei aller erforderlichen Klarheit nicht überziehen, sondern muss differenzieren können, wenn sie Volkspartei werden will. Das ist eine Daueraufgabe der politischen Repräsentanten der AfD. Wer ein klares Profil mit der Holzhammermethode verwechselt, marginalisiert sich selbst.

Derzeit leidet die AfD im öffentlichen Erscheinungsbild nicht an einem Mangel an klarem Profil, sondern manchmal eher an einem Übermaß an Profil. So werden ihr bisweilen sogar ganz bewusst radikale Forderungen unterstellt, die gar nicht dem Programm der AfD entsprechen (z.B. Austritt aus der EU und der NATO, Hass auf alle Ausländer, Diskriminierung von Homosexuellen, Abtreibungsverbot, „Leugnen“ des Klimawandels, Benachteiligung alleinerziehender Eltern, ein veraltetes Frauenbild – Schlagwort: „zurück an den Herd“). Das verzerrt das Image der AfD und macht es ihr schwieriger, neue Wähler vor allem in bürgerlichen Schichten zu werben und zur Volkspartei zu werden. Entsprechende Fehlinformationen sind daher zurückzuweisen. Die tatsächlichen Positionen der AfD müssen immer wieder richtig dargestellt werden.

Stärke 5: Die zentralen Themen der AfD bleiben auch in Zukunft relevant

Zu den Standard-Argumenten der Altparteien und großer Teile der Medien gehört, dass die Themen der AfD angeblich nur wenige Bürger interessieren, an Bedeutung verlieren, künstlich hochgeredet werden usw. Dagegen werden die vorgeblich wirklich wichtigen Themen (unter denen dann jeder das versteht, was ihm selbst besonders am Herzen liegt) nicht ausreichend berücksichtigt und die AfD hat außerdem zu diesen angeblich wirklich wichtigen Themen keine Lösungen. Diese Sichtweise ist umso überraschender als die Altparteien bei den nach Auffassung der Kritiker von der AfD vernachlässigten, für die Bürger aber wichtigen Themen, die Probleme entweder selbst herbeigeführt, verschärft, lange Zeit nicht beachtet oder sich vor einer rechtzeitigen Lösung gedrückt haben. Für die niedrige Höhe vieler künftiger Renten, den Pflegenotstand, die Kinderarmut, den Rückstand Deutschlands bei der Digitalisierung, den vielerorts katastrophalen Zustand der Verkehrsinfrastruktur, der Schulen und öffentlicher Gebäude, die Staatsverschuldung, die Vernachlässigung der Inneren und Äußerer Sicherheit oder die mangelnde Erfüllung der deutschen Zusagen zum Klimaschutz trägt nicht die AfD die Verantwortung, sondern die Altparteien.

Die Zuwanderung als derzeit für die AfD wichtigstes Thema wird auch in den kommenden Jahren, wahrscheinlich sogar Jahrzehnten ein zentrales Problem der deutschen und der europäischen Politik sein. So erwartet die Weltbank, dass allein in Afrika die Bevölkerung sich bis zum Jahre 2050 auf fast 2,5 Mrd. Menschen verdoppeln wird. Gegenwärtig werden in

pro Woche geboren. Allein 197 Millionen Afrikaner sind vier Jahre alt, fünfmal so viele wie in der EU. Eine Job- und damit Zukunftsperspektive wird es für viele, wenn nicht die meisten, dieser Kleinkinder in Afrika nicht geben, sofern nicht ein Wunder geschieht. Selbst wenn nur jedes zehnte dieser Kinder, die in 20 Jahren junge Erwachsene sein werden, emigrieren will, bedeutet das fünf Millionen Auswanderer pro Jahr.¹⁹ Wer glaubt, dass in den kommenden Jahren und Jahrzehnten die Zuwanderung als politisches Thema und vor allem als Thema in der Bevölkerung verschwinden wird, liegt deshalb mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit daneben. Schon jetzt sind die Deutschen im eigenen Land mit den Folgen der bisherigen Zuwanderung in allen Bereichen unseres Lebens konfrontiert: bei der Kriminalität und Unsicherheit im Alltag, beim wachsenden Anteil von Zuwanderern unter den Hartz IV-Empfängern, im überfüllten Wartezimmer beim Arzt, bei der Suche nach bezahlbarem Wohnraum, bei der Sicherheit des Arbeitsplatzes oder bei der Qualität unserer Schulbildung. Eine Verschärfung der sozialen Probleme in den nächsten Jahren, durch den immer stärker werdenden Migrationsdruck und den damit zwangsläufig entstehenden Konkurrenzkampf um die knappen Güter zwischen Deutschen und Zuwanderern ist bei Fortführung der heutigen Politik abzusehen und wird zu staatsbedrohlichen Konflikten führen.

Auch andere Kernthemen der AfD werden weiterhin in der deutschen Debatte wichtig sein. Die immer neuen Appelle der Altparteien zugunsten von noch mehr Europa und immer intensiverer Vergemeinschaftung sowie die fortgesetzten Bestrebungen von Rot-Grün und des linksliberalen Milieus, das Bürgerrecht auf Meinungsfreiheit zu kontrollieren gehören ebenso dazu, wie die weit verbreitete Unzufriedenheit mit dem Wirken der Altparteien insgesamt. Warum sollten diese Themen, die von einer Lösung weit entfernt sind, plötzlich keine Bedeutung mehr haben?

Stärke 6: Die AfD hat mit der Desiderius-Erasmus-Stiftung (DES) eine parteinahe Stiftung

Der Bundesparteitag in Augsburg am 30.06./01.07.2018 hat die DES als parteinahe Stiftung der AfD anerkannt. Auch wenn die innerparteiliche Kritik bezüglich der überbordenden staatlichen Finanzierung des Stiftungswesens noch nicht abgeklungen ist und voraussichtlich in der laufenden Legislaturperiode noch keine Gelder aus den öffentlichen Haushalten an die Stiftung fließen werden, ist die parteinahe Stiftung für die gesellschaftliche Etablierung der AfD essentiell und spielt bereits heute eine wichtige Rolle als Türöffner und damit bei der Verankerung der AfD in der Bürgergesellschaft.

Die Stiftung, die sich aktuell noch aus freiwilligen Spenden finanziert, kann im Wettstreit mit den politischen Stiftungen der Altparteien und des von den regierungsnahen Medien

¹⁹ Zahlen nach <http://bevoelkerung.population.city/world/af>

endlichen Mainstream-Meinungsbildes einen
hmung der AfD in der Öffentlichkeit, der weiteren
Professionalisierung unserer Partei und ganz wesentlich zur politischen Bildung für die
Bürger leisten. Der Stiftung kommt eine wichtige Rolle zu, da sie mit ihrer Arbeit zur
politischen Normalität in Deutschland beiträgt.

Für die AfD kommt es darauf an, in Abstimmung mit der Stiftungsleitung, die Felder und
Bereiche zu identifizieren, in denen eine Zusammenarbeit zwischen Stiftung und Partei
förderlich und anzustreben ist.

Aufgabe 9:

***Bis zum 30. September 2019 erstellt die AfD in Zusammenarbeit mit der DES einen Plan, wie
und auf welchen Feldern die künftige Zusammenarbeit gestaltet werden soll.***

4.2 Schwächen der AfD

Schwäche 1:

Die AfD als angebliche „Ein-Thema-Partei“

Die AfD wird in den Medien gerne als Ein-Thema-Partei präsentiert und so auch von vielen
Wählern wahrgenommen. Bei der Frage nach der Kompetenz in verschiedenen
Politikbereichen landet die AfD mit Ausnahme in der Asyl- und Flüchtlingspolitik sowie der
Verbrechensbekämpfung, regelmäßig deutlich hinter anderen Parteien. Der CDU wird immer
noch die größte Kompetenz in den Bereichen Wirtschaft, innere Sicherheit und Asylpolitik
zugetraut, während die SPD und im Osten Deutschlands auch die Linke bei den Themen soziale
Gerechtigkeit und – trotz der von der SPD maßgeblich mitverursachten Bildungsmisere –
unverständlicherweise auch in der Bildungspolitik punkten. Aus dieser Sicht scheint das
Schicksal der AfD, wie es gezielt immer wieder von Politikern der Altparteien, den Medien und
einigen Politikwissenschaftlern gebetsmühlenartig wiederholt wird, untrennbar mit der
Entwicklung der Zuwandererzahlen verbunden. Die Hoffnung lautet: ist die Zuwanderung kein
Thema mehr, verschwindet die AfD, weil sie keine Themen und nichts mehr zu sagen hat.

Doch die Bezeichnung der AfD als in vielen Politikfeldern wenig kompetente Ein-Thema-Partei
war schon immer falsch. Nicht nur beim Thema Zuwanderung, sondern auch bei Themen wie
Europa, Euro, Innere und Äußere Sicherheit, Familienpolitik oder bei der Verteidigung der
Demokratie und der Bürgerrechte hat die AfD seit ihrer Gründung gepunktet. Dennoch
braucht eine Volkspartei eine klare, von den Bürgern wahrgenommene Positionierung auch in
allen für die Wähler wichtigen Themenbereichen.

parteien gerne als „wichtig“ dargestellten Themen gibt es um Themen, die zwar die politische Elite interessieren, die aber bislang – außer kurzfristig in Extremsituationen – für die Mehrheit der Wähler nicht wahlrelevant, geschweige denn wahlentscheidend sind und das in absehbarer Zeit auch nicht sein werden. Dazu gehören die Digitalisierung wie bis noch vor kurzem der Klimaschutz, der Umweltschutz oder die Frauenförderung. Zu einigen dieser Themen hat sich die AfD bereits klar positioniert, bei den anderen ist eine deutlichere Positionierung erforderlich, dringlich ist sie aber nicht. Zudem kann die AfD darauf verweisen, dass zwischen ihren Schwerpunktthemen und den genannten, wenig wahlwirksamen Themen Verbindungen bestehen, die der AfD bei der Profilierung helfen (z.B. Frauenförderung – Frauenrechte im Islam, Klimaschutz – rot-grüne Hetze gegen abweichende Meinungen etc.).

Die zweite Gruppe von Themen ist tatsächlich für die Wähler den Befragungen zufolge von großer Bedeutung. Dazu gehören Arbeitsmarkt, Steuern und Abgaben, Familienpolitik, Bildung, Wohnungsbau, Gesundheitswesen, Alterssicherung oder Pflege. Auch hier ist natürlich klar, dass es erhebliche Verbindungen zu den Kernthemen der AfD gibt (z.B. Alterssicherung – Kosten der Einwanderung in die Sozialsysteme, Bildung – Qualität des Unterrichts durch hohe Migrantenanteile etc.).

Grundsätzlich muss man allerdings vorsichtig sein, wenn es um die Bewertung der tatsächlichen Bedeutung solcher Themen für die Wahlentscheidung der Bürger geht. Fast jeden Bürger interessiert der Zustand des deutschen Gesundheitswesens. Aber wer orientiert sich wirklich an dieser Frage, wenn er überlegt, welcher Partei er seine Stimme geben soll? Bei den Bundestagswahlen 2013 und 2017 haben SPD und Linkspartei im Wahlkampf auf „Soziale Gerechtigkeit“ gesetzt, ohne dass sich dies für sie erkennbar in Wählerstimmen niedergeschlagen hat. Bei beiden Wahlen gab es stattdessen klare bürgerliche Wählermehrheiten. Entweder ist das Thema „Soziale Gerechtigkeit“ für die Bürger weniger relevant als man uns glauben machen will oder das, was die linken Parteien darunter verstehen, ist nicht das, was die Bürger meinen. Dass es auch nicht reicht, in Umfragen von den Befragten als angeblich für sie wichtig bezeichneten Einzelthemen wie Verkehrspolitik, Umweltschutz oder Wohnungsbau minuziös zu bearbeiten, zeigte der gescheiterte, an solchen in Meinungsumfragen genannten Themen orientierte Landtagswahlkampf der SPD 2018 in Bayern und Hessen. Es geht also nicht darum zu ermitteln, welche Themen für die Wähler ganz allgemein wichtig sind, sondern welche Themen für die jeweilige Wahlentscheidung relevant sind.

Gleichwohl ist die AfD gut beraten, in den weiter oben genannten acht für die Bürger wichtigen Themenbereichen eine Positionierung vorzunehmen, die ihren Maßstäben wie einer am Gemeinwohl, den Interessen der in Deutschland seit langem lebenden Bevölkerung und der Vernunft ausgerichteten Politik entspricht und zugleich den Bedürfnissen der eigenen Zielgruppen Rechnung trägt.

Verbindungen zu den Kernthemen der AfD wie z.B. die
ja gezogen werden. Auf jeden Fall aber gilt: Die
Altparteien haben in allen diesen Themenbereichen so viel falsch gemacht, dass die AfD schon
durch das bloße Aufzeigen dieser Versäumnisse politisch erhebliches Kapital schlagen kann.
Die AfD verfügt zudem über die richtigen Maßstäbe für die Erarbeitung innovativer
Lösungsmodelle:

- Klare Orientierung an den nationalen Interessen unseres Landes statt einem realitätsblinden Universalismus,
- Ausrichtung an den Bedürfnissen derjenigen, die schon lange oder seit längerem hier leben, statt an Multi-Kulti und offenen Grenzen,
- Orientierung am Gemeinwohl und am gesunden Menschenverstand, statt an den Bedürfnissen von Interessengruppen und Lobbys und den Wunschträumen von Ideologen,
- Priorität für Solidität und Nachhaltigkeit bei der Finanzierung von Lösungsmodellen,
- Mut zur Wahrheit statt Beschönigungen und Wunschdenken,
- Absage an Umverteilung zur Bestechung von Wählergruppen, an Umerziehung und Angstmacherei,
- Leistungsorientierung und Solidarität mit den Schwachen im Rahmen einer Sozialen Marktwirtschaft im Sinne Ludwig Erhards,
- Eine zielgerichtete Umweltpolitik zum Erhalt und Schutz einer intakten und vielfältigen Natur im eigenen Land als Lebensgrundlage für alle Menschen und zukünftige Generationen.
- Mut, neue Wege auch gegen massive Widerstände zu beschreiten,
- Bereitschaft, sich moderner Technologien zu bedienen und nicht zu verschließen, um die Lebensqualität zu fördern,
- Nein zur Verhätschelung von (selbsterklärten) lautstarker Minderheiten zu Lasten der Allgemeinheit,
- Bekenntnis zu den Werten, die Deutschland stark und erfolgreich gemacht haben: Wissen, Erfindungsgeist und Offenheit für neue Ideen, Leistungsbereitschaft, Wettbewerb, Gemeinsinn, Ordnung, Sicherheit und Hilfe für die Schwachen und unverschuldet in Not geratenen als Gemeinschaftsaufgabe.

Auf der Basis dieser Werte und Grundsätze sollte es nicht schwierig sein, innovative Lösungsansätze in allen Politikbereichen zu erarbeiten. Dabei ist die inzwischen starke Präsenz der AfD in den Parlamenten von zentraler Bedeutung. Wichtig ist ein Mindestmaß an Kohärenz der Vorschläge. Dies kann durch einen breiten Abstimmungsprozess innerhalb der Partei und durch die Bereitschaft zur – gegebenenfalls auch kontroversen – Diskussion der eigenen Vorschläge in der Öffentlichkeit am ehesten sichergestellt werden.

Es geht aber nicht allein darum, dass sich die AfD zu den wichtigen Themen positioniert. Es kommt darauf an, weitere Wähler für die AfD zu gewinnen und die AfD als Partei zu präsentieren, die Verantwortung in unterschiedlichsten Bereichen übernehmen kann.

... von Zeit zu Zeit ein Positionspapier zu einem Thema erarbeiten und Maßnahmenplan zu erarbeiten, der definiert, zu welchem Zeitpunkt auf der Bundesebene zu welchen Themen Positionspapiere vorliegen und der Öffentlichkeit in geeigneter Form präsentiert werden sollen und was anschließend damit geschehen soll.

Aufgabe 10.1:

Bis zum 30. September 2020 hat sich die AfD auch in den für die Bürger relevanten Themenbereichen (z.B. Alterssicherung, Arbeitsmarkt, Pflege, Familienpolitik, Gesundheitswesen, Steuern und Abgaben, Wohnungsbau, Umweltschutz oder Bildung) klar positioniert.

Aufgabe 10.2:

Bis zum 31. Dezember 2019 liegt ein Zeit-/Maßnahmenplan vor, bis wann welche bundespolitisch relevanten Positionspapiere erarbeitet sein sollen und wie sie nachhaltig in der auch nach ihrer ersten Vorstellung in der Öffentlichkeit bespielt werden können.

Schwäche 2:

Mangel an Personal

Die AfD hat nach dem Einbruch der Mitgliederzahl im Jahre 2015 inzwischen über 35.000 Mitglieder. Das hat zusammen mit der staatlichen Teilfinanzierung zu einer verbesserten, aber längst noch keiner komfortablen Einnahmesituation der Partei geführt (vgl. Stärke 2). Die positive Entwicklung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die AfD in Hinblick auf ihre Mitgliederzahlen, immer noch weit hinter den Altparteien herhinkt. Besonders sichtbar wird das auf kommunaler Ebene, wo es der AfD in Flächenländern nach wie vor außerordentlich schwerfällt, ausreichend Kandidaten für die Vielzahl der zu vergebenden Wahlämter vor Ort zu finden.

Für die AfD ist deshalb die Gewinnung neuer Mitglieder auch in den kommenden Jahren eine Daueraufgabe. Die Mitgliederwerbung muss noch systematischer als bisher betrieben werden.

Die Mitgliederzahlen der Volksparteien CDU/CSU und SPD zeigen seit Jahren einen deutlichen Abwärtstrend. Die Bürger haben das Interesse verloren, sich aktiv in einer politischen Partei zu engagieren. Die AfD hat aufgrund des von ihr gelebten Prinzips der „Demokratie von unten“ und der für das einzelne Mitglied vorhandenen sehr guten Chancen sich aktiv in die Politik einzubringen, jedoch wie keine andere Partei die Möglichkeit diesen seit vielen Jahren anhaltenden Abwärtstrend für sich selbst zu brechen. Dabei sind selbst die in diesem Strategiepapier angestrebten 70.000 Mitglieder nur als Mindestzahl zu sehen. Da die AfD

ost mit dieser Mitgliederzahl eine Herausforderung, politische Ämter auf internationaler, Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene, sowie für Wahlkämpfe, Kampagnen, Bürgerbüros, die Nutzung und Durchdringung der Bürgergesellschaft usw. zu finden.

Bei der Mitgliederwerbung ist trotz der Notwendigkeit, möglichst rasch möglichst viele Bürger zu erreichen, immer auch auf die Qualität der eigenen Mitgliedschaft zu achten. Qualität steht vor Quantität und der latenten Gefahr einer Unterwanderung der Partei durch radikale Kräfte oder sonstige auf die Schädigung der AfD ausgerichteten Personen und Gruppen. Die AfD braucht Mitglieder, die wenigstens eines der folgenden vier Kriterien erfüllen:

- Berufs- und Lebenserfahrung und damit einhergehend Kompetenz in wichtigen Themenbereichen;
- eine gute Vernetzung in der Bürgergesellschaft;
- die Bereitschaft, politische Verantwortung und politische Ämter auch auf der kommunalen Ebene zu übernehmen;
- die Bereitschaft, finanziell zum Erfolg der AfD beizutragen.

Dass neue Mitglieder darüber hinaus auf dem Boden des Grundgesetzes stehen müssen, versteht sich entsprechend der Satzung und den Programmen der AfD von selbst.

Aufgabe 11:

Die Mitgliederwerbung ist zentrale Daueraufgabe und wird z.B. in der Bundesgeschäftsstelle mit entsprechenden Ressourcen ausgestattet. Neue Wege der Mitgliederwerbung werden von einer Arbeitsgruppe bis zum 31. Dezember 2019 identifiziert und dem Bundesvorstand vorgestellt.

Schwäche 3:

Einige Imagekomponenten der AfD machen es schwierig, neue Wählerschichten zu erschließen

Seit geraumer Zeit zeigt sich bei den wöchentlichen Umfragen z.B. des INSA-Umfrageinstituts der gleiche Trend: die AfD erhält hohe Zustimmungswerte, aber das erreicht sie nur durch eine sehr konsequente Ausschöpfung eines immer noch sehr begrenzten Potentials.²⁰ Damit sind der AfD derzeit enge Wachstumsgrenzen gesetzt. Verstärkt wird das Problem noch dadurch, dass ein im Verhältnis zu anderen Parteien ungewöhnlich hoher Anteil, nämlich mehr als zwei

²⁰ So verzeichnete die AfD bei einer INSA-Befragung Anfang Juli 2019 ein Ergebnis von 14,0%. Das Potenzial, also der Anteil der Wähler, die sich grundsätzlich vorstellen können AfD zu wählen, lag bei 19,0%. Damit konnte die AfD ihr Pontenzial zu 74% ausschöpfen, ein Rekordwert unter den im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien. Bei der FDP lag der Ausschöpfungsgrad bei 33% (Wähler-Anteil 9,0%, Potential 27,0%), bei den Grünen bei 53,5% (Wähleranteil 23%, Potential 43%), bei der Linkspartei bei 37,5% (Wähleranteil 9%, Potential 24%). Vgl. INSA-News, Ausgabe 214 vom 19. Juli 2019.

auf keinen Fall die AfD wählen zu wollen.²¹ Die AfD ist
ns, aber noch mehr erklärte Gegner.

Das derzeitige Potential reicht jedenfalls nicht aus, um bundesweit die in dieser Strategie gesetzten Ziele (mindestens 20% Stimmenanteil und Aufstieg zur Volkspartei) zu erreichen. Dazu müsste das Potential, also der Anteil der Wahlberechtigten, die grundsätzlich bereit sind AfD zu wählen, auf Werte von mindestens 30% wachsen. Mit den in diesem Papier dargestellten Zielgruppen und den Themen der AfD, sofern sie wie in dieser Strategie in der richtigen Art und Weise ausgeweitet werden, wäre das im Prinzip möglich. Aber ein Teil des Images der AfD und die derzeitige thematische Begrenzung stehen einer Ausweitung des Wählerpotentials im Wege.

An vorderster Front steht hierbei die unter den Wählern weitverbreitete Ansicht, dass sich die AfD nicht ausreichend vom rechten politischen Rand abgrenzt und in den eigenen Reihen rechtsextremes Gedankengut duldet.²² Für viele Wähler kommt daher eine Wahl der AfD nicht infrage, selbst wenn sie der gleichen Meinung wie die AfD sind. Die AfD leidet dementsprechend unter einem außergewöhnlich hohen Maß an Ablehnung bei vielen Bürgern.²³

Natürlich ist das Image der AfD, dass sie gegenüber dem Rechtsextremismus offen ist, zum guten Teil durch die Altparteien und die Medien verursacht. Es ist offenkundig, dass die AfD stigmatisiert werden soll, um eine gefährliche Konkurrentin loszuwerden. Aber viele Wähler können durchaus differenzieren, wie die Wahlergebnisse zeigen. Sie erkennen, wann die Medien ein Bild der AfD verbreiten, das nicht im Einklang mit ihren persönlichen Eindrücken von der AfD steht.

Aber die Kontinuität, mit der es der AfD nicht gelingt, aus einem Wählerpotenzial von 19-22% herauszukommen, und die Hartnäckigkeit, mit der rund zwei Drittel der Wahlberechtigten die AfD für unwählbar erklären, kann nicht allein von den Altparteien und der Presse verursacht worden sein. Auch die AfD muss sich fragen, was und wie sie selbst zu ihrem negativen Image bei vielen Wählern beiträgt. Dann stößt man unweigerlich auf teils unbedachte, missverständliche und ambivalente, teils aber auch auf bewusst platzierte Äußerungen, welche die AfD in die negativen Schlagzeilen bringen. Verbalinjurien, belastete Vergleiche oder Entgleisungen bei der Wortwahl sind aber Instrumente von Splitterparteien,

²¹ Vgl. ebda. 68% der Wahlberechtigten können sich nicht vorstellen AfD wählen zu wollen. Der Anteil der grundsätzlich die Partei Ablehnenden lag bei der FDP bei 24%, bei den Grünen bei 22% und bei der Linkspartei bei 33%.

²² Bei der Europawahl 2019 waren lt. Analyse von Infratest dimap 86% der Befragten der Auffassung, dass sich die AfD nicht ausreichend von rechtsextremem Gedankengut abgrenzt. Selbst unter AfD-Wählern waren 47% dieser Ansicht. Vgl. <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2019-05-26-EP-DE/umfrage-afd.shtml>

²³ Bei der o.a. Analyse zur Bundestagswahl 2017 erhielt die AfD bei der Bewertung der Parteien auf einer Skalar von -5 bis +5 einen durchschnittlichen Wert von -2,8. Nur noch die Linkspartei lag mit einem Wert von -0,4 im negativen Bereich, stand aber deutlich besser da als die AfD. Vgl. <https://wahltool.zdf.de/wahlergebnisse/2017-09-24-BT-DE.html?i=17>

von neuen politischen Akteuren, um Aufmerksamkeit sind bei Außenseitern und Neulingen erwünscht, um überhaupt einmal auf sich aufmerksam zu machen, selbst wenn das Echo negativ ist.

Doch inzwischen fällt die AfD nicht mehr in eine dieser beiden Kategorien. Sie ist weder eine Splitterpartei noch extremistisch oder ein Neuling in der Politik, der unbedingt Aufmerksamkeit erregen muss. Zu einer AfD, die Volkspartei werden will, passen rhetorische Querschläger, Hasstiraden und sinnlose Provokationen nicht. Das, was dadurch an öffentlicher Aufmerksamkeit erregt wird, spricht bestenfalls die ohnehin Überzeugten an, schreckt aber Zaudernde ab. Das gilt auch für die relativ kleine Gruppe der Personen, die weder zum Potential der AfD gehören noch sie komplett ablehnen. Sie sind theoretisch noch erreichbar. Hier handelt es sich aber oft, um Personen, die wenig politisch interessiert sind. Auch sie werden abgeschreckt, wenn Radikalverbalismus praktiziert wird. In allen Fällen muss klar sein: es geht nicht darum, aus taktischen Gründen ein bisschen leiser zu treten, oder möglicherweise „unschöne“ Seiten der AfD zu vertuschen, sondern es geht darum, dass die AfD das, was sie tatsächlich ist, nicht durch unbedachte Taten und Äußerungen von Einzelnen und kleinen Gruppen selbst in ein schiefes Licht bringen darf. Die AfD ist keine rechtsextreme Partei. Und deshalb ist alles, was einen anderen Eindruck erweckt, für die AfD schädlich.

In einer wachsenden AfD, die Anspruch darauf erhebt, als seriöse politische Kraft zu gelten, müssen Äußerungen zur deutschen Geschichte, über Minderheiten oder politische Gegner sorgsam abgewogen werden. Zur klaren Profilierung gehören klare Worte, aber keine Menschen bewusst herabsetzenden Ausdrücke und Vergleiche.

Provokationen sind, strategisch geplant und gut durchdacht, weiterhin für die AfD erforderlich, um angebliche Wahrheiten des linksliberalen Milieus infrage zu stellen, Denkblockaden zu durchbrechen und eine aufklärerische Wirkung zu entfalten. Zudem ist nach wie vor für die Altparteien die bloße Existenz der AfD schon in sich eine Provokation. Aber die Verteufelung von Personen und die unqualifizierte pauschale Diskriminierung von Gruppen kann nicht der Weg sein. Mit Holzhammermethoden, Hetze und Attacken unter der Gürtellinie betreibt man das Geschäft des politischen Gegners. Ihm wird es leicht gemacht, die AfD in toto schlechtzumachen, vor ihr zu warnen und sie zu stigmatisieren. Deshalb müssen entsprechende Äußerungen ohne Ansehen der Person von der AfD mit aller Entschiedenheit gerügt, zurückgewiesen und wo erforderlich geahndet werden.

Ein weiteres Imageproblem ist die Betrachtung der AfD als Protestpartei, die man nur wählt, um andere Parteien zu bestrafen. Die AfD ist von Anfang an nie ein reines, gewissermaßen politisch neutrales Ventil für die Distanzierung von den Altparteien gewesen, wie das manchmal Meinungsforschungsinstitute bei ihren Wahlanalysen nachzuweisen versuchen.²⁴

²⁴ So stellt etwa Infratest dimap fest, dass bei der Bundestagswahl 2017 nur 31% der AfD-Wähler aus Überzeugung für die AfD gestimmt haben, 61% aber aus Enttäuschung über andere Parteien, bei den anderen Parteien war das Verhältnis in etwa umgekehrt. Vgl. <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2017-09-24-BT-DE/umfrage-afd.shtml>

erster Linie ihre Abneigung gegen andere Parteien zu für die AfD, weil sie mit dieser Wahl eine bestimmte Richtung anzeigen wollen, in die sich die Altparteien entwickeln sollen. Die AfD war deshalb nie ein diffuses, politisch zufälliges Auffangbecken für Kritik, sondern für Protestwähler attraktiv, eben weil sie für klare Inhalte steht. Insofern gehen Inhalte und Protest bei der Wahlentscheidung bei vielen Wählern Hand in Hand.

Eine Volkspartei mit einem Stimmenanteil von 20% und mehr kann die AfD aber nicht als Protestpartei werden. Die Mehrheit der derzeitigen AfD-Wähler möchte keine AfD, die nur meckert, aber nicht selbst an Veränderungen mitwirkt. Sie wollen, dass Deutschland besser wird, nicht nur ihre Enttäuschung über den Status quo zum Ausdruck bringen.

„Die AfD wirkt!“ – das kann die AfD in der Opposition immer öfter feststellen. Aber es ist auf Dauer nicht genug, nur die Altparteien mit den richtigen Themen und Akzenten zu „jagen“. Indirekte Effekte können und werden nicht ausreichen, wenn die AfD zur Volkspartei werden will. Dann muss sie selbst Regierungsverantwortung übernehmen oder wenigstens in der Öffentlichkeit signalisieren, dass sie dazu – natürlich unter der Voraussetzung, dass dann auch die Handschrift der AfD in der Regierung erkennbar wird – bereit ist. Das hat den zusätzlichen Effekt, dass damit die Altparteien unter Erklärungsdruck geraten. Nicht die AfD muss erläutern, warum sie zur Regierungsverantwortung „Nein!“ sagt, sondern die Altparteien müssen darlegen, wie und warum sie auf Dauer eine Partei von der Größe der AfD aus der Regierungsverantwortung heraushalten wollen, zumal sie mittlerweile längst Positionen der AfD übernommen haben.

Glücklicherweise zeichnet sich in diesem Punkt inzwischen ein Meinungswandel in der AfD ab. Vor einem Jahr war man noch weitgehend isoliert, wenn man in der AfD die Bereitschaft einforderte, auch über eine Regierungsverantwortung nachzudenken. Inzwischen zeigen sich unter dem Eindruck der guten Umfragewerte und der Probleme der Altparteien, regierungsfähige Mehrheiten zustande zu bringen, mehr und mehr AfD-Politiker bereit, sich dem Thema zu stellen und darauf konstruktiv zu reagieren.

Die Distanzierung von Äußerungen und Aktionen, die dem extremistischen rechten Rand des Parteienspektrums zugeordnet werden können, sowie die öffentlich erklärte Bereitschaft, Regierungsverantwortung zu übernehmen (und deren konsequente Vorbereitung durch den Aufbau von Führungspersonal und Sachkompetenz) sind Daueraufgaben der AfD in den kommenden Jahren. Sie müssen für alle am Aufstieg der AfD zur Volkspartei interessierten Parteimitglieder fortwährendes Leitmotiv der gesamten politischen Arbeit sein und bedürfen keines gesonderten Auftrags.

Dabei sind insbesondere die Gruppierungen in der AfD gefordert, aus deren Reihen immer wieder Einzelne mit Grenzüberschreitungen versuchen, die Grenze weiter nach rechts zu verschieben oder einfach nur um einmal im Rampenlicht zu stehen. Unklarheiten und

men rechten Rand und zu Gruppen, die auf der die gesamte Partei. Gerade weil der „Flügel“ und die Junge Alternative immer wieder in der Öffentlichkeit als Beweis angeführt werden, wenn es um die angebliche Offenheit der AfD gegenüber rechtsextremem Gedankengut geht, kommt beiden Gruppen eine sehr wichtige Rolle zu, nämlich die klare Abgrenzung zum extremen rechten Rand. National-konservatives Gedankengut gehört zur AfD, rechtsextremes Gedankengut, Rassismus, Antisemitismus oder völkisches Denken nicht.

Schwäche 4:

Die AfD ist noch nicht ausreichend in der Bürgergesellschaft verankert

Zu den Kennzeichen einer Volkspartei gehört, dass sie in der Bürgergesellschaft tief verankert ist. Dabei ist unter Bürgergesellschaft in diesem Papier das Geflecht der vor der Politik unabhängigen, auf Freiwilligkeit beruhenden Organisationen zu verstehenden, in denen sich die Bürger, teils gegen Bezahlung, teils ehrenamtlich engagieren, um ihr Leben und ihre Umwelt gemeinsam zu gestalten. Zu diesen Organisationen gehören Gewerkschaften ebenso wie Berufsverbände, Sportvereine, Bürgerinitiativen, Nachbarschaftsvereinigungen, Schützenvereine oder Jugendgruppen.

Viele Bürger verbringen einen guten Teil ihrer freien Zeit in solchen Organisationen, wobei sie oft mehreren zugleich angehören. Zwar sind die meisten dieser Organisationen nicht auf politische Willensbildung ausgerichtet und parteipolitisch neutral, aber wo immer Menschen zusammenkommen und gemeinsame Interessen verfolgen, wird unweigerlich auch über Politik diskutiert. Wer politisch auf Dauer erfolgreich sein will, muss in solchen Organisationen über Fürsprecher und Multiplikatoren verfügen, die – ohne sich notwendigerweise parteipolitisch zu outen – die Ideen einer bestimmten Partei vertreten und einen positiven Resonanzboden für diese Partei in der Organisation bereiten. Gleichzeitig gewinnen Parteien über solche Personen Zugang zu dem in den Organisationen gesammelten Wissen und verbessern ihre Kompetenz in Sachthemen. Deshalb waren und sind die Altparteien immer daran interessiert, dass Parteifreunde in den Schlüsselfunktionen der gesellschaftlichen Organisationen auf allen politischen Ebenen hinreichend vertreten sind. Sie sehen zu Recht das Führungspersonal in den Organisationen der Bürgergesellschaft als wichtige Meinungsmacher und Multiplikatoren an.

Vor allem CDU, CSU und SPD haben dies seit Jahrzehnten erkannt und genutzt. Ihre hohe Mitgliederzahl und der Zugang zu öffentlichen Ressourcen erlaubt ihnen, seit vielen Jahrzehnten mehr oder weniger sichtbar in zahlreichen Organisationen präsent zu sein und sich überall zu vernetzen. Viele ihrer Mitglieder sind an prominenter Stelle in Organisationen der Bürgergesellschaft tätig und beeinflussen dort die politische Willensbildung auch über die unmittelbaren Anliegen des Verbands oder Vereins hinaus. Die Grünen und die Linksparteien sind ebenso eifrig darum bemüht, Organisationen mit links angesiedelter Agenda für die

ob es Umwelt-, Friedens-, Gewerkschafts- oder Parteien sind die aus solchen Gruppen kommenden „Aktivisten“ von erheblicher Bedeutung für die Rekrutierung des eigenen Nachwuchses. Die AfD ist weit davon entfernt, ähnliches in der Bürgergesellschaft zu erreichen. Das liegt zunächst einmal an der noch geringen Mitgliederzahl der AfD im Vergleich zur hohen Zahl der in Deutschland vorhandenen Organisationen der Bürgergesellschaft.²⁵

Aber es geht nicht nur um ein quantitatives Problem, das durch die Bemühungen um mehr Mitglieder im Laufe der Zeit verringert werden kann. Es geht auch und vor allem darum, dass die Diskreditierung und Diskriminierung der AfD in Teilen der Öffentlichkeit es deutlich schwerer macht, die AfD in der Bürgergesellschaft fester zu verankern und sichtbarer zu machen. Dafür kommen ohnehin nur die Organisationen in Frage, die sich nicht politisch klar links positioniert haben. Aber auch dort ist die Neigung nicht groß, AfD-Mitgliedern Führungsverantwortung anzuvertrauen oder ein Forum zu geben und damit in irgendeiner Form den Eindruck zu erwecken, man stehe der AfD nahe (vgl. Schwäche 3 und Schwäche 5). Ebenso verweigert man oft sogar das Gespräch mit der AfD.

Doch es gibt noch einen weiteren Punkt, der derzeit gegen die AfD wirkt. Wer in einer Organisation der Bürgergesellschaft eine führende Rolle spielt, wird gegenwärtig kaum geneigt sein, sich öffentlich mit der AfD in Verbindung bringen zu lassen, selbst wenn er mit den Positionen der AfD übereinstimmt oder sogar Parteimitglied ist. Es wäre mit einiger Wahrscheinlichkeit das Ende seiner Karriere im Verband oder Verein oder würde wenigstens zu unschönen Konflikten führen. Die Stigmatisierung der AfD hat zur Folge, dass gerade Personen, die ehrenamtlich oder hauptamtlich Führungsfunktionen in der Bürgergesellschaft wahrnehmen und als Meinungsführer für die AfD wichtig und gewinnbar wären, vor einem öffentlichen Engagement zugunsten der AfD zurückschrecken. Damit aber bleibt ihre parteipolitische Multiplikatorenwirkung gering.

Eine AfD, die Volkspartei sein will, muss mehr als bisher daraufsetzen, sich stärker in der Bürgergesellschaft zu verankern, um dort ihren Einfluss geltend zu machen. Ähnlich wie es der 68er Bewegung um den „Marsch durch die Institutionen“ ging, muss es auch der AfD um den „Marsch durch die Organisationen“ gehen.

Infrage kommen bundesweit dafür zunächst Organisationen mit einer bundesweiten Reichweite und hoher Mitgliederzahl soweit sie nicht politisch weit links stehen. Hinzu kommen auch kleinere Organisationen mit einem Thema, das besonders AfD-affin ist (vgl. bei den Zielgruppen Punkt 3.4 e). Eine Voraussetzung ist eine gezielte Mitgliederwerbung, die darauf ausgerichtet sein sollte, Personen anzusprechen und in die Partei aufzunehmen, die

²⁵ Das Deutsche Verbände Forum beziffert z.B. allein die Zahl der haupt- und nebenamtlich geführten Verbände für das Jahr 2018 auf 15.749. Vgl. <https://www.verbaende.com/hintergruende/studien-statistiken.php> Die Zahl der Sportvereine wird für 2016 mit 90.535 angegeben, die fast 24 Mio. Mitglieder haben. Vgl. <https://de.statista.com/themen/2198/sportvereine/>

ürgergesellschaft erfolgreich engagieren und dort für kommen vor allem konservativ-liberale Personen aus der Zielgruppe der bürgerlichen (rechten) Mitte infrage, aber auch Personen aus der Zielgruppe der Facharbeiter, kleinen Angestellten und Selbständigen. Doch gerade bei Teilen des Bürgertums und bei gesellschaftlich engagierten Personen aus dem Kreis der „Kleinen Leute“ wirkt das negative Image der AfD besonders stark zuungunsten der Partei.

In der Bürgergesellschaft stellt die Gruppe der Schüler, Studenten und jugendliche Arbeitnehmer für die AfD eine besondere Herausforderung dar. Häufig wird sie bei diesen jungen Menschen als „Störenfried“ in der Demokratie und ihre Mitglieder als „ewig gestrig“, „rückwärtsgewandt“ oder gar „nationalistisch“ und „rassistisch“ gesehen. Dieser Eindruck wird durch professionelles Ungeschick, rhetorische Fehlgriffe, mangelnde Distanzierung von ideologischen Irrläufern, zur Schau gestelltem Opferverhalten und einem elitären und kulturpessimistischen Habitus immer wieder als sich selbst erfüllende Prophezeiung bestätigt. Jugendliche sind insbesondere in den Großstädten dem links-grün-ökologisch orientierten, gegen die AfD eingestellten Schul- und Universitätsmilieu ausgesetzt. Schulen und Universitäten haben sich in den letzten Jahren zunehmend zu Räumen entwickelt, in denen links-grün-ökologisches Gedankengut mit offener Hetze gegen die AfD verbreitet wird. Immer wieder verstoßen Vertreter dieser Bildungsinstitutionen gegen die gebotene Neutralitätspflicht, ohne dass es zu rechtlichen oder dienstrechtlichen Konsequenzen kommt. Der Erfolg dieser Indoktrination zeigt sich bei Demonstrationen gegen die AfD, die sehr oft von Schülern, Studenten und dem linksextremistischen Milieu initiiert und wahrgenommen werden.

Die AfD muss sich dagegen wehren. Bekanntwerdende Verstöße gegen das Neutralitätsgebot (Beutelsbacher Konsens)²⁶ müssen erfasst, öffentlich gemacht und wenn erforderlich auch in den Landesparlamenten und im Bundestag unter Nennung von „Ross und Reiter“ thematisiert werden, um den undemokratischen, ausschließlich gegen die AfD gerichteten Umtrieben Einhalt zu gebieten.

Für die AfD kommt es darauf an, die Attraktivität der AfD bei Schülern, Studenten und jungen Wählern deutlich zu steigern. Dabei kommt der Jungen Alternative eine Schlüsselrolle zu. Es mehrten sich Stimmen in der JA und Partei, die Teile der Jugendorganisation, durch ihre sehr engen Kontakte zu einigen Burschenschaften, zur IB und anderen Organisationen sowie dem von einigen immer wieder öffentlich zur Schau gestellten übertriebenen Patriotismus auf einem stramm nationalistischen Kurs sehen, der jugendliche Wähler abschreckt. Auch wenn einige Befürchtungen übertrieben sein mögen, muss sich die JA über ihre politische Positionierung klar werden und sich einem strategisch fundierten Selbstreinigungsprozess unterziehen. Dazu muss sie sich die Frage beantworten, will sie weiterhin ein Nischendasein führen, in das es nur eine sehr begrenzte Gruppe junger Menschen zieht oder will sie auch für

²⁶ https://de.wikipedia.org/wiki/Beutelsbacher_Konsens

ich aus dem liberal-konservativ-patriotischen Milieu

Für den Erfolg bei Jugendlichen ist es wichtig, dass Vertreter der Jungen Alternative, AfD-Mitglieder und insbesondere Personen mit entsprechendem Erfahrungshintergrund mit den Jugendlichen in den Bildungsinstitutionen, Vereinen, Organisationen und auf der Straße ins Gespräch kommen und die politischen Zielsetzungen der AfD verdeutlichen. Solche Gelegenheiten bieten sich bei Einladungen an Schulen und Universitäten, der aktiven Mitarbeit in Schul- und Universitätsgremien, aber auch bei Schul-, Sport- und sonstigen für Jugendliche attraktiven Veranstaltungen.

Die Partei braucht daher ein Konzept, wie sie trotz der derzeit wenig günstigen Umstände stärker in der Bürgergesellschaft sichtbar und diese für die AfD öffnen kann.

Aufgabe 12:

Bis zum 31. Dezember 2019 liegt ein Konzept zur Zusammenarbeit mit der Bürgergesellschaft einschließlich der Jugend und zur besseren Verankerung der AfD in beiden Gruppen vor.

Schwäche 5: Die AfD ist massiven, zum Teil gewaltsamen Angriffen in der Öffentlichkeit ausgesetzt

Von einem Parteileben, wie es die Altparteien kennen, ist die AfD immer noch ein gutes Stück entfernt. Öffentliche wie interne Veranstaltungen der AfD werden nach wie vor häufig bedroht oder sogar attackiert. Versammlungsorte sind oft nur schwer zu finden, weil die Hetzkampagne einiger Medien und der Altparteien gegen die AfD Wirte und Vermieter einschüchtert. Wahlplakate werden beschädigt, zerstört und entwendet. Mitglieder werden persönlich angegriffen, ihr Eigentum beschädigt. Parteilokale werden immer wieder von Gewalttätern heimgesucht, Meinungsäußerungen in privaten Gesprächskreisen in den sozialen Medien öffentlich gemacht. AfD-Veranstaltungen werden massiv gestört, die Teilnehmer beleidigt und bedrängt. Zu allen diesen Versuchen, der AfD zu schaden und sie zum Schweigen zu bringen, äußern sich die Altparteien nicht, sofern sie sich – direkt über ihre Jugendverbände und indirekt über finanzielle Zuwendungen an radikale Demokratiefeinde – nicht sogar daran beteiligen, während sie zugleich Krokodilstränen über eine „Verrohung der Sitten“ vergießen. Als das Allensbach Institut im Mai 2019 eine Studie veröffentlichte, wonach nur 18% der Befragten der Meinung waren, man könne sich in der Öffentlichkeit in Deutschland frei äußern. Für rund die Hälfte der Befragten ist es in unserem Land nicht

ler AfD zu führen.²⁷ Irgendeine Reaktion aus den den Erkenntnis gab es nicht.

Dass die Proteste gegen die AfD im Sinne der eigenen Zielsetzung der Protestierenden, die AfD aus den Parlamenten zu halten, singular erfolgreich waren, wird von niemanden kritisch reflektiert. Die Medien berichten lieber über die Störversuche fanatisierter Demokratiefeinde als über die AfD-Veranstaltung selbst. Zugleich tragen große Teile der Medien durch eine einseitige Berichterstattung zu einem Bild der AfD bei, das Personen aus dem linken Spektrum als Rechtfertigung für ihre Ausschreitungen dient.

Dabei ist für jeden erkennbar, warum es bei der „Antifa“ eigentlich jenseits der geradezu pathologischen Beschwörung der düstersten und schändlichsten Jahre der deutschen Geschichte. Es geht – neben dem finanziellen Eigeninteresse der beteiligten Organisationen, einseitig gepolten „Analytiker“ und Redner – vor allem darum, ein alle sonstige Barrieren auf der politischen Linken überschreitendes Gemeinschaftsgefühl zu ermöglichen und Events zu schaffen. Sie sollen einer Generation von verhätschelten und unterforderten Einzelkindern, Rucksacktouristen und Computerspielern Spaß, Abenteuer und eine risikolose gesellschaftliche Anerkennung garantieren und ihrem ansonsten recht belanglosen Leben im linken Mainstream einen tieferen moralischen Sinn geben. Neben internationalen Ereignissen (Stichwort G-20) und den Anliegen der internationalen Wirtschaftselite (Stichwort Handelsabkommen) bietet die AfD hier offenbar die ideale Angriffsfläche, weil im bestehenden gesellschaftlichen Klima die eigenen „antifaschistischen“ Aktionen gar keiner Begründung, Güterabwägung und Rechtfertigung mehr bedürfen, sondern per se legitimiert und „gut“ sind.

Die Hoffnung, dass sich die Angriffe auf die AfD mit der wachsenden Etablierung der Partei in den Parlamenten und ihren Wahlerfolgen legen würde, hat sich bisher nicht erfüllt und wird das auch auf absehbare Zeit nicht tun, weil sich der „Kampf gegen rechts“ längst jenseits des konkreten Handels und Redens der AfD verselbständigt hat und nicht wie der Kampf gegen den Kapitalismus Moden unterliegt.²⁸ Dabei ist die Diskriminierung der AfD aus Sicht der Täter durchaus zweischneidig. Einerseits macht sie ein geordnetes Parteileben schwierig, andererseits bringen gegen die AfD gerichtete Aktionen die AfD immer wieder in die Medien und präsentieren sie als Opfer der linken Szene. Die Attacken auf AfD-Veranstaltungen und Politiker können im Bürgertum den Eindruck verstärken, dass es sich bei der AfD um

²⁷ Renate Köcher: Allensbach-Umfrage: Immer mehr Tabuthemen. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22. Mai 2019

²⁸ Noch im Jahre 2016 war der Widerstand gegen die Freihandelsabkommen der Europäischen Union mit den USA und mit Kanada der Ausgangspunkt zahlloser Demonstrationen und Aktionen der linken Szene. Inzwischen hat der amerikanische Präsident Donald Trump selbst das Freihandelsabkommen abgesagt und den Freihandelsgegnern den Wind aus den Segeln genommen. Die Verhandlungen zum Freihandelsabkommen mit Kanada laufen mittlerweile praktisch unkommentiert durch die linken Szene weiter und wurde als Rache am amerikanischen Präsidenten geradezu gefeiert. Ein im Handelsvolumen riesiges Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union mit Japan (JEFTA) wurde sogar im Juli 2018 ohne Aufhebens seitens der linken Szene unterschrieben. Der massive Widerstand gegen einen AfD-Stammtisch in Kleinkleckersdorf aber bleibt ganz oben auf der linken Agenda. Wer kann das rational erklären?

...ort bei der AfD die Schwierigkeit, öffentlich gefahrlos
...en, zu einer kreativen Nutzung von anderen friedlichen
Mitteln wie z.B. den sozialen Medien.

Die AfD wird aller Voraussicht nach auch in den kommenden Jahren damit leben müssen, dass sie nicht wie alle anderen Parteien behandelt wird, solange ihre Gegner der Auffassung sind, dass die Diskriminierung der AfD ihnen z.B. bei der Rekrutierung von Anhängern und der Einwerbung öffentlicher Gelder nutzt.

In dieser Strategie werden verschiedene Wege erläutert, wie die AfD ihren Beitrag dazu leisten kann, ihren Gegnern das Wasser abzugraben – von der klaren Abgrenzung gegenüber dem rechten Rand über die Erweiterung der Themen der Partei bis zur Nutzung der sozialen Medien als zentrales Kommunikationsmittel und einer verstärkten Jugendarbeit. Die AfD sollte aber auch nicht lockerlassen, wenn es darum geht, ihren militanten Gegner, verkörpert zum Beispiel durch die sogenannte „Antifa“ und den Gruppen in deren Umfeld, das Wasser abzugraben. Viele Fraktionen haben dazu bereits Maßnahmen ergriffen, die vor allem darauf gerichtet sind, die skandalöse, gegen die gesetzlich festgelegte politische Neutralitätspflicht bei der Verwendung öffentlicher Gelder gerichtete Finanzierung militanter Gruppen durch den Staat öffentlich zu machen, die Verbindungen von linken Extremisten zu Altparteien aufzuzeigen und die Samthandschuhe vieler Behörden beim Umgang mit der extremen Linken anzuprangern. Diese Ansätze müssen fortgeführt, ausgebaut und koordiniert werden.

Aufgabe 13:

Es ist bei der Bundespartei bis zum 31. Dezember 2019 eine Stelle einzurichten, die zum Schutz der Demokratie und der Bürgerrechte die unterschiedlichen Ansätze in den Ländern zur Bekämpfung der sog. „Antifa“ und anderer AfD-Hasser erfasst, koordiniert und weiterentwickelt sowie neue Ideen zur Bekämpfung des linken Extremismus vorlegt.

4.3 Weitere strategisch relevante Herausforderungen für die AfD

a. Der Kampf um die Meinungs- und Deutungshoheit

Jedes Wort ist mit bestimmten Vorstellungen verbunden. Indem wir es gebrauchen, lenken wir das Denken (unser Denken und das Denken anderer) auf bestimmte Bahnen. Es gibt treffende, aber auch irreführende Bezeichnungen, die ganz bewusst das Denken anderer in eine bestimmte Richtung lenken sollen. Am wirksamsten im Sinne der Umerziehung sind die Sprach- und Gesinnungsdiktate der Political Correctness (PS).²⁹ Die Altparteien, insbesondere Rot-Grün und ein Großteil der Medien verstehen es bestens, durch sogenanntes „Framing“,³⁰

²⁹ Vgl. Josef Kraus, 50 Jahre Umerziehung, Manuscriptum Verlag 2018, Lüdighausen/Berlin

³⁰ **Framing-Effekt oder Framing** (deutsch etwa: Einrahmungseffekt) bedeutet, dass unterschiedliche Formulierungen einer Botschaft – bei gleichem Inhalt – das Verhalten des Empfängers unterschiedlich

e^{33 34} und „Negative“ oder „Dirty Campaigning“³⁵ die
 nd zu manipulieren. So werden neue Begriffe kreiert
 (z.B. „Flüchtlinge→Geflüchtete→Flüchtende→Schutzsuchende“, „Buntheit“, „Fake News“
 „Energiewende“, „Genmanipulationen“, „Klimaentwicklung→Klimawandel→Klimanotfall→
 Klimakrise→Klimakollaps→Klimakatastrophe“, „Klimaleugner“), andere Begriffe negativ oder
 bewusst einschränkend umgedeutet (z.B. Volk, Heimat, Fremdenfeindlichkeit, Demokratie)
 oder zwischen Begriffen gezielt Zusammenhänge hergestellt (Wirtschaftsmigrant→
 Flüchtling→Geflüchteter→benötigt unsere Hilfe. Das unverantwortliche und erpresserische
 Wirken von Menschenschleppern im Mittelmeer wird mit „Ertrinkenden“ und
 „Seenotrettung“ gleichgesetzt). Zudem werden gezielte, teilweise subtile aber auch sehr
 derbe Kampagnen durchgeführt, die einzelne Personen, Gruppen in der Partei und bisweilen
 auch die Gesamtpartei ins Visier nehmen und in ein unvorteilhaftes oder negatives Licht in der
 Öffentlichkeit rücken und so die Glaubwürdigkeit beim Wähler unterminieren sollen.
 Dabei bedient man sich gerne sogenannter Influencer³⁶, d.h. von Bloggern, angeblich
 neutraler Journalisten, Vorbilder, Experten jeglicher Couleur und anderer Personen, um die

beeinflussen. Komplexe Informationen werden dadurch selektiert und strukturiert aufbereitet, so dass eine
 bestimmte Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, moralische Bewertung und/oder Handlungsempfehlung
 in der jeweiligen Thematik betont wird. Vgl. [www.wikipedia.org/wiki/Framing_\(Kommunikationswissenschaft\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Framing_(Kommunikationswissenschaft))

³¹ Der Begriff **Priming** bzw. Bahnung bezeichnet in der Psychologie die Beeinflussung der Verarbeitung eines
 Reizes dadurch, dass ein vorangegangener Reiz implizite Gedächtnisinhalte aktiviert hat. Diese Aktivierung
 spezieller Assoziationen im Gedächtnis aufgrund von Vorerfahrungen mit den betreffenden Informationen
 geschieht häufig und zum allergrößten Teil unbewusst. Vgl. [www.wikipedia.org/wiki/Priming_\(Psychologie\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Priming_(Psychologie))

³² **Virtue Signalling** ist die auffällige Hervorhebung moralischer Werte. In den letzten Jahren ist der Begriff bei
 Kommentatoren immer häufiger als Präjorativ verwendet worden, um das zu kritisieren, was sie als leere oder
 oberflächliche Unterstützung bestimmter politischer Ansichten betrachten.

³³ Josef Kraus, 50 Jahre Umerziehung, Manuscriptum Verlag 2018, Lüdighausen/Berlin, Seite 72: **“Nudge”** ist zu
 verstehen als ein permanent multiplizierter Anstoß oder als eine permanente suggestive Warnung an die
 Menschen, sich so oder so zu verhalten, zum Beispiel umweltbewußt zu leben, sich gesund zu ernähren, einen
 Organspendeausweis mit sich zu tragen oder bestimmte Impfungen vorzunehmen. Mit dieser Methode werden
 die “Menschen draußen” von den Regierenden oder anderen meinungsbildenden Mächten als irrational
 handelnde angesehen. Sie sollen am Ende glauben, was ihnen als ‘nudge’ vorgesetzt wird.”

³⁴ Ebenda, Seiten 72-73: “Der geradezu missionarisch tätige Marktführer in Sachen “nudge” ist die Bertelsmann
 Stiftung. ‘Wir brauchen Sendboten überall, die unsere Gedanken verbreiten. Es wäre schön, wenn einer
 vorangehen könnte wie einst Christus. Der hatte ja in relativ kurzer Zeit einen enormen Reformersfolg. Aber die
 Propheten haben es heute nicht mehr so leicht.’ (Reinhard Mohn, Bertelsmann, in der Wochenzeitung “Die Zeit”
 vom 15.04.1999).”

³⁵ **Negative Campaigning** bezeichnet eine Form von Werbung oder insbesondere politischer Öffentlichkeitsarbeit
 bei der versucht wird, den politischen Gegner bzw. Konkurrent in ein schlechteres Licht zu rücken, um damit das
 eigene Ansehen zu erhöhen. Dabei werden insbesondere private, öffentliche oder geschäftliche Verfehlungen
 instrumentalisiert, um die betreffende Person, Partei, oder Organisation gezielt zu skandalisieren..
 Charakterisierend für Negative Campaigning ist vor allem, dass es sich sachlichen Argumenten zu entziehen
 versucht und stattdessen die persönliche Auseinandersetzung in den Vordergrund stellt. Vgl.:
https://de.wikipedia.org/wiki/Negative_Campaigning

³⁶ **Key Influencer** sind meist Blogger, Journalisten oder Markenbotschafter, die aufgrund ihres eigenen Blogs,
 Online-Magazins oder Social-Media-Profiles eine große Anzahl an Followern haben. Sie genießen eine hohe
 Anerkennung und Wertschätzung und gelten deshalb als Experten und Vorbilder.
Social Influencer sind Personen, die ihre Meinungen und Empfehlungen über Produkte, Unternehmen und
 Marken kundtun und damit einen negativen oder positiven Einfluss auf das Kaufverhalten anderer Kunden
 haben.

Peer Influencer bezeichnet Personen, die in einer gewissen Verbindung mit einem Unternehmen stehen und
 durch ihre Persönlichkeit, Expertenmeinung und Erfahrung einen Einfluss auf die (Kauf-) Entscheidung Anderer

It zu beeinflussen. Zur Beeinflussung werden auch übliche Kunstformen, wie z.B. die Satire oder als Kunst deklarierte Objekte, die ausschließlich dem Zwecke dienen, die Reputation der Zielpersonen und -objekte in der Öffentlichkeit zu schädigen. So versucht man sich auf vermeintlich elegante Weise die Aussagen als breite öffentliche Meinung darzustellen und sich zugleich elegant der Strafverfolgung wegen falscher Aussagen, übler Nachrede oder Beleidigung zu entziehen.

Ziel ist es jeweils, das eigene Denken und Handeln in das richtige Licht zu rücken, eine ernsthafte, sachbezogene Diskussion zu verhindern und den politischen Gegner zu diskreditieren, ohne überhaupt auf ihn näher eingehen zu müssen. Erfolgreich ist man dabei vor allem dann, wenn der politische Gegner selbst diese Begriffe übernimmt und damit verinnerlicht hat. Wenn jeder Nigerianer, Pakistani oder Somalier, der in Deutschland Asyl beantragt, von den Grünen als politisch verfolgt hingestellt wird und zugleich jeder, der hinter dem Asylantrag der Betroffenen nur einen Einwanderungsversuch unter falschem Etikett sieht, als Rassist beschimpft wird, dann endet damit die Diskussion ebenso wie die Suche nach sachgerechten Lösungen.

Es geht letztlich um das Bemühen der Altparteien, insbesondere aber der Grünen, für sich eine moralische Überlegenheit zu reklamieren. Es ist ein Kern der vom linksliberalen Milieu bereitwillig akzeptierten kulturellen Hegemonie der Grünen, dass die eigene politische Utopie zum Maßstab für das Verhalten aller werden soll. Bis in die CDU und weite Teile der Bürgergesellschaft hinein haben die Grünen es vermocht, ihre Vorstellungen zum Maßstab für die Bewertung von politischen Akteuren und Ereignissen zu machen. Behauptungen werden als Wahrheiten verkauft, Meinungen als wissenschaftlich fundiertes Wissen dargestellt, der freiwillige oder erzwungene Verzicht auf Freiheit, Lebensfreude und Konsum als heroische Tat verkauft. Wer gegen diese Behauptungen und Meinungen angeht, ist daher „unwissenschaftlich“ und produziert angeblich nur „Fake News“. Es ging der 68er Generation eben nie nur um den „Marsch durch die Institutionen“, sondern auch immer um den „Marsch in die Köpfe“.

Neu ist, dass die Grünen in den letzten Monaten gezeigt haben, dass sie – angespornt von ihren Wahlerfolgen – die Klaviatur der gezielten Stimmungsmache³⁷ beherrschen. Mit „Fridays for Future“, einem millionenfach gesehenen Videobeitrag eines in der Öffentlichkeit zu Recht unbekannten Youtubers und des gezielten Schürens von Angst und Panik haben sie z.B. demonstriert, dass sie jenseits der Parlamente auf der Straße, in den Vorfeldorganisationen und in den sozialen Medien direkt oder – strategisch geschickter – über ihre Hilfstruppen

haben. Zu dieser Kategorie zählen zum Beispiel Mitarbeiter und Geschäftspartner eines Unternehmens. Vgl.: <https://de.wikipedia.org/wiki/Influencer>

³⁷ <https://www.publicomag.com/2019/05/publico-dossier-die-psychologie-des-gruenen-erfolgs/>: Die Grünen und ihr organisatorisches wie mediales Umfeld bedienen sich seit etwa einem Jahr dreier Instrumente in Perfektion, während die anderen Parteien die Praxis noch nicht einmal begreifen: **Framing, Astroturfing, gezielte Beeinflussung des Wahrnehmungsfensters (Overton-Window)**

e Grünen keinerlei Hemmungen und Beschränkungen Halt vor der Instrumentalisierung von Kindern und

Schülern, um ihre politischen Ziele zu erreichen.

Doch noch nie in den letzten 20 Jahren ist das grüne Weltbild so grundlegend infrage gestellt worden wie von der AfD. Dabei ist es der AfD in kurzer Zeit gelungen, selbst Begriffe zu schaffen oder zu verbreiten, die zum Gemeingut geworden sind („Lügenpresse“, „Altparteien“, „GEZ-Zwangsgebühren“, „Grenzöffnung“). Dass dies beim politischen Gegner bereits zur Entrüstung geführt hat, zeigt, wie erfolgreich die AfD bereits ist.

Da die AfD weiterhin wachsen will, muss sie sich systematisch mit Framing, Priming, Virtue Signalling, Nudge, dem Negative oder Dirty Campaigning³⁸, Astroturfing³⁹ und Beeinflussung des Wahrnehmungsfensters⁴⁰ befassen. Sie muss immer wieder neu versuchen, selbst Begriffe zu bilden und zu besetzen sowie Meinungskampagnen zu initiieren, die ihre politischen Inhalte und Wertvorstellungen widerspiegeln und gegen Negativkampagnen jeglicher Art schnellstmöglich offensiv vorzugehen. Die Programmarbeit bietet dazu viele Möglichkeiten, die sozialen Medien können diese Begriffe und Aktionen rasch und weit verbreiten.

Alle diese Formen der politischen Meinungsbeeinflussung bleiben wesentliche Elemente sowohl für diejenigen, die die kulturelle Hegemonie des linksliberalen Milieus festigen wollen, als auch für diejenigen, die sie abschaffen wollen. Die Grünen gewinnen mit all diesen Meinungsbeeinflussungstechniken auch deshalb so leicht dazu, weil die Konkurrenten gar nicht wissen, wie ihnen geschieht. Ihnen fehlen die Vorfeldorganisationen wie „Fridays for Future“ oder „Scientists for Future“, die Verankerung in den Universitäten, (Nichtregierungs-/Vorfeld-) Organisationen und Vereinigungen sowie die mediale Begleitmusik und die Fähigkeit Meinungen und Fakten im Netz zu verbreiten.

Der Wettstreit um Begriffe, die Deutungshoheit und Meinungsbeeinflussung sowie die subtile Manipulation der bürgerlichen Gesellschaft, auch durch die Instrumentalisierung von Kindern

³⁸ **Negative oder Dirty Campaigning** („Schmutziger Wahlkampf“) bezeichnet eine Form von Werbung oder insbesondere politischer Öffentlichkeitsarbeit, bei der versucht wird, den (politischen) Gegner bzw. Konkurrent in ein schlechteres Licht zu rücken, um damit das eigene Ansehen zu erhöhen. Dabei werden insbesondere private, aber auch öffentliche oder geschäftliche Verfehlungen instrumentalisiert, um die betreffende Person, Partei, oder Organisation gezielt zu skandalisieren. Charakterisierend für die Form der Kampagne ist vor allem, dass es sich sachlichen Argumenten zu entziehen versucht und stattdessen die persönliche Auseinandersetzung in den Vordergrund stellt https://de.wikipedia.org/wiki/Negative_Campaigning

³⁹ **Astroturfing**: Öffentlichkeitswirksame Aktionen, die koordiniert und gewissermaßen im ganzen ausgerollt werden, aber den Eindruck einer spontanen, an vielen Stellen gleichzeitig entstehenden Aktivität, einer Graswurzelbewegung erwecken sollen (<https://de.wikipedia.org/wiki/Astroturfing>)

⁴⁰ **Wahrnehmungsfenster** (Overton-Window): Nach diesem Modell existiert ein Wahrnehmungsfenster für gesellschaftliche Themen, das jedenfalls für die große Mehrheit der Bevölkerung definiert, was als akzeptabel, als umkämpft oder als Außenseiterposition gilt. Overton entwarf folgende Skala: *bereits geltende Politik, populäre Ansicht, vernünftig, noch akzeptabel, radikal und undenkbar* (policy, popular, sensible, acceptable, radical, unthinkable). Wie ein Blick in die Geschichte zeigt, ändert sich die Bewertung vieler Ansichten von Generation zu Generation, z.B. Diskussion um Kollektivierungspläne von BMW, Enteignung privater Wohnungsunternehmen (<https://de.wikipedia.org/wiki/Overton-Fenster>).

gegonnen. Dazu werden alle genannten Methoden und

b. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Das Informationsverhalten der Bevölkerung hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Während die Printmedien stetig sinkende Auflagezahlen verzeichnen und es in der Folge zu einem langsamen Zeitungssterben und einer Informationsmonopolisierung bei einigen wenigen Medienkonzernen kommt, spielen Online- und soziale Medien sowie die virale Verbreitung von Informationen eine zunehmend größere Rolle.

Über Facebook, Twitter, Instagram, Youtube und andere Plattformen werden Informationen an ein zig millionenfaches Publikum „ungefiltert“ viral in Sekundenschnelle verbreitet. Sogenannte „Youtuber“ beispielsweise, die mit leicht verständlichen Podcasts alle möglichen Inhalte an ihre Fangemeinde transportieren, genießen Kultstatus, sind die Helden der jüngeren Generation und erreichen einen um ein vielfaches größeren Adressatenkreis als z.B. die Printmedien. Dieses „unkontrollierte Verbreiten“ – insbesondere von unliebsamen politischen Inhalten – ist den Regierenden auch in Deutschland ein Dorn im Auge. Es wird deshalb versucht massiven politischen Zensur-Einfluss und Druck auszuüben durch das sogenannte „Netzwerkdurchsetzungsgesetz“, Überwachungsbehörden (z.B. Antonio-Amadeu-Stiftung) und der Förderung des Denunziantentums. In der Folge kommt es immer öfter zu Sperrungen – auch prominenter Nutzer – oder zum Löschen von Beiträgen. Für die AfD ist es deshalb von größter Wichtigkeit darauf zu bestehen, dass das Internet von jeglichem Zensureinfluss frei bleibt, um eine von den Regierungsparteien gewollte weitere Beschneidung der Bürgerrechte zu verhindern.

Die Bevölkerung wird zunehmend kritischer nicht nur gegenüber den öffentlich-rechtlichen Medien (ÖR). Das gilt erst recht für AfD-Anhänger.⁴¹ Man registriert, dass diese Medien von einer Gleichbehandlung der AfD gegenüber den anderen Parteien immer noch weit entfernt sind und ihrer Neutralitätspflicht in der Berichterstattung über die AfD häufig nicht nachkommen. Zudem haben die vom linksliberalen Milieu und den Altparteien dominierten ÖR und Privaten in der Vergangenheit immer wieder gezeigt, dass sie versuchen die öffentliche Meinung, wie z.B. in der Migrationskrise, bei den Silvesterübergriffen in Köln oder bei lokalen Bürgerprotesten nach Straftaten von Migranten durch gezielte Fehlmeldungen, Fake News und die Unterdrückung von Informationen zugunsten der Regierungmeinung zu manipulieren. Bis dato können die sogenannten Alternativmedien leider nur korrigierend eingreifen, aber noch keine eigenen Themen setzen, wie das beispielsweise bei den von den

⁴¹ Bei einer von der AfD-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus in Auftrag gegebenen Untersuchung des INSA-Instituts zur Nutzung der Medien für die politische Information über die Landtagsarbeit im Oktober 2018 erklärten nur 47% der Befragten, dass sie das öffentlich-rechtliche Fernsehen für vertrauenswürdig halten. Ältere Zuschauer und Zuhörer hatten deutlich mehr Vertrauen als jüngere. Bei den AfD-Anhänger hatten nur 25% Vertrauen. Zeitungen und Zeitschriften hielten 26% für vertrauenswürdig, aber nur 9% der AfD-Anhänger.

teuerten Kampagnen „Refugees welcome“, „MeToo“,

Ungeachtet ihres offensichtlichen Fehlverhaltens und nicht zu übersehender Parteinahme spielen die ÖR immer noch eine wichtige Rolle bei der Informationsgewinnung breiter Bevölkerungsschichten, insbesondere bei Bürgern über 50 Jahren. Die etablierten Zeitungen und ÖR sind für viele gerade im besser gestellten Bürgertum immer noch wichtige Informationsquellen. Das hat mit der Macht der Gewohnheit zu tun, aber auch dass sie im Unterschied zu den alternativen Medien durch die GEZ-Zwangsgebühren über beträchtliche Ressourcen verfügen, um als Primärquelle von Informationen zu fungieren. In diesem Bereich hat die AfD aktuell außerhalb der sozialen Medien wenig entgegenzusetzen. Es sind also Wege zu finden und konkrete Vorhaben zu entwickeln, was diesem Medien- und öffentlich-rechtlichen Meinungsmonopol entgegengesetzt und wie dieses aufgebrochen werden kann.

Bereits heute ist abzusehen, dass sich das Informationsverhalten der Bevölkerung in den nächsten Jahren auch weiterhin rapide verändern wird. Dieser Entwicklung muss die AfD eine zukunftsweisende Strategie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit entgegensetzen, die die heute schon abzusehenden künftigen Herausforderungen in allen relevanten Bereichen identifiziert, sie analysiert und Lösungswege aufzeigt. Die AfD muss neue, wo immer erforderlich auch unkonventionelle Wege gehen.

Aufgabe 14:

Die AfD setzt eine Arbeitsgruppe ein, die bis zum 31. März 2020 die Herausforderungen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den kommenden Jahren analysiert und Möglichkeiten aufzeigt wie die AfD – entgegen aller aufgezeigten Widerstände und Herausforderungen – ihre politischen Botschaften und Programme effizienter verbreiten und damit ihre öffentliche Wahrnehmung verbessern kann.

c. Die AfD in Großstädten

Bereits heute leben 51 % der Weltbevölkerung in Städten. Laut einer UN-Prognose wird sich dieser Anteil bis 2050 auf mehr als zwei Drittel erhöhen. Dieser Trend ist auch in den Großstädten Deutschlands festzustellen. So lebten 2017 mehr als 31 % der Deutschen in Städten über 100.000 Einwohner.⁴² Prognosen besagen, dass sich der Anteil bis 2030 deutlich erhöhen wird. Viele Großstädte wachsen, während das Land sich – in einigen Teilen Deutschlands deutlicher als in anderen – tendenziell leert.

Aktuell liegen die Zustimmungsraten für die AfD in den Großstädten bis auf wenige Ausnahmen unter dem Bundes- oder Landesdurchschnitt⁴³. Bei den deutschen

⁴² <https://www.zeit.de/feature/deutsche-bevoelkerung-stadt-land-unterschiede-vorurteile>

⁴³ Bei der Bayrischen Landtagswahl erzielte die AfD in Bayern insgesamt 10,2%, in der Stadt München aber nur 6,5%. Bei der Hessischen Landtagswahl konnte die AfD in Hessen 13,1% der Stimmen gewinnen, in Frankfurt aber nur 9,0%. Vgl. die Ergebnisse bei den jeweiligen Landeswahlleitern.

Ost-Berlin eine positive Ausnahme. Hier sind die den neuen Bundesländern.

Politik, ob in der Großstadt oder auf dem flachen Land, muss sich an den Bedürfnissen der Bürger und den gesellschaftlichen wie sozialen Gegebenheiten vor Ort orientieren, um erfolgreich zu sein. Auch wenn es durchaus Gemeinsamkeiten gibt, ist die Schwerpunktsetzung häufig unterschiedlich.

Politik in Großstädten wird in der Regel nicht auf der Straße inszeniert, sondern findet in der Bürgergesellschaft statt. Sie findet statt im Geflecht der hunderte und aberhunderte von Organisationen, die eine Großstadt zusammenhalten, von den Kleingärtnern über die Handwerkskammern bis zu Bürgergruppen gegen die Verwahrlosung von Stadtteilen und Sportvereinen. Dort muss sich die die AfD engagieren und stärker präsent sein. Allerdings ist es gerade in Großstädten mit ihren starken linken Gruppierungen für die AfD und dem von diesen erzeugten hasserfüllten Klima oft schwer, ohne Gefahr für Leib und Eigentum der eigenen Unterstützer in Erscheinung zu treten.

Auch beim Umgang mit Minderheiten ticken die Uhren in Großstädten anders als in ländlichen oder kleinstädtisch geprägten Regionen. Nicht nur, dass der Anteil von Bürgern mit Migrationshintergrund hier deutlich höher ist, in Berlin fast ein Drittel, zeigt sich auch, dass in Großstädten bestimmte Gruppen, wie z.B. Homosexuelle, Transsexuelle, Vegetarier, Veganer oder radikale Tierschützer fest in der Gesellschaft verankert und häufig anerkannter Teil dieser sind. Angesichts dieser Verhältnisse verbietet es sich, Feldzüge gegen solche Minderheiten zu führen.

Die AfD in Großstädten muss der Bevölkerung Lösungen anbieten, was wesentlich mehr Aufwand erfordert als Demonstrationen nach dem Motto „Merkel muss weg!“ oder bekenntnishafte Phrasen zu irgendwelchen historischen Denkmälern oder Ereignissen. Seriöse politische Arbeit der AfD in Großstädten geht nicht, ohne dass wir uns in alle politischen Themen einarbeiten, die für die Bürger relevant sind, die aber in den Programmen der AfD bisher nur eine stiefmütterliche Behandlung gefunden haben. Das gilt etwa für den Wohnungsbau, die Verkehrspolitik oder die Pflege öffentlicher Anlagen.

Will die AfD Volkspartei werden, muss sie es schaffen in den Großstädten ihr Potential deutlich zu steigern, ohne allerdings dadurch wie die „moderne Großstadt-CDU“ von Angela Merkel nach links zu rutschen und sich von ihren Stammwählern zu entfremden.

d. Herstellen der Regierungsfähigkeit und Übernahme von Regierungsverantwortung

Auch wenn ein Teil der AfD-Funktionäre und Mitglieder immer noch der Auffassung ist, dass es bis auf weiteres die Aufgabe der AfD sei, Missstände aufzuzeigen, die Enttäuschung in der

ße zu bringen und Protestpartei zu bleiben, wollen die unser Land. Sie wollen diese Politik nicht in ferner Zukunft, sondern im Hier und Heute.

Der Wunsch der AfD-Wählerschaft ist es, dass die Partei nicht nur Fehlentwicklungen aufzeigt und kritisiert, sondern auch realistische Lösungen aufzeigt und diese dann auch tatsächlich als Regierungspartei umsetzen kann. Um das leisten zu können, muss die AfD von einer oppositionellen Protestpartei zu einer Partei werden, die mittelfristig in der Lage ist, nicht nur Politik als Oppositionspartei zu beeinflussen, sondern ganz konkret politische Verantwortung im Bund und in den Ländern zu übernehmen. Die AfD muss ihre Regierungswilligkeit demonstrieren und ihre Regierungsfähigkeit sicherstellen.

Ein Sich-Wegducken, obwohl man Verantwortung übernehmen könnte, wird der Wähler als mutlos und verantwortungslos wahrnehmen. Die andauernde Migration auf hohem Niveau, bei gleichzeitig ausbleibenden Abschiebungen oder der weiter anhaltende Trend zur Abgabe nationaler Souveränität gefährden den sozialen Frieden, die innere Sicherheit und die kulturelle Identität unseres Landes. Die Wähler der AfD sehen das mit großer Sorge und erwarten von der AfD, dass sie alles tut, um Abhilfe zu schaffen. Darum führt eine perspektivlose Strategie der Fundamentalopposition nicht nur die AfD in die politische Sackgasse, sondern ermöglicht auch die Fortsetzung dieser verheerenden Entwicklung, die Deutschland in seinen Grundfesten gefährdet.

Die AfD muss das Ziel haben, Mehrheiten auch durch Zusammenarbeit mit anderen Parteien zu gewinnen, um konkrete politische Maßnahmen im Sinne unseres Programms zum Wohle Deutschlands durchzusetzen. Das betrifft insbesondere die Sicherung der Grenzen, die Rückführung Hunderttausender abgelehnter Asylbewerber und das Ermöglichen der Rückkehr der Flüchtlinge in die sicheren Regionen ihrer Heimatländer.

Eine Strategie der AfD muss also das Ziel haben, für eine grundlegende Wende besonders in den Politikfeldern, der Asyl-, Ausländer- und Einwanderungspolitik, in naher Zukunft eine politische Mehrheit zu schaffen. Die AfD muss zugleich der Gefahr begegnen, im Prozess der Annäherung an andere Parteien ihre politische Identität aufs Spiel zu setzen oder gar in einer Koalition zu verlieren, wie es anderen Parteien vor uns geschehen ist.

Theoretisch besteht bereits heute in vielen politischen Fragen im Bundestag und in manchen Landtagen eine Mehrheit rechts von der Mitte, die deshalb noch nicht zum Tragen kommt, weil die Unionsparteien Angela Merkel folgen und in einer Koalition mit der SPD oder den Grünen gebunden sind. Das zeigte sich z.B. 2018 deutlich in der Auseinandersetzung über den vom CSU-Innenminister Horst Seehofers lancierten „Masterplan“. Dieser besaß die Unterstützung einer Mehrheit der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und die sinnvollen Maßnahmen aus diesem Katalog wären an der AfD nicht gescheitert. Der Widerstand der

se zeitweisen Bemühungen des Bundesinnenministers

Bevor jedoch Gespräche mit anderen Parteien über die Bildung einer Regierung oder die Tolerierung einer Minderheitsregierung real werden können, muss zunächst die Frage beantwortet werden, ob es überhaupt ausreichend Gemeinsamkeiten zwischen den bürgerlichen Parteien AfD, CDU/CSU und FDP (und nur diese kommen wohl auf absehbare Zeit als etwaige Regierungspartner in Frage) gibt, die eine Zusammenarbeit zulassen. Wie eine Analyse der Bundestagswahlprogramme 2017 durch das Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung vom September 2017⁴⁴ zeigt, beläuft sich das Konfliktpotential der bürgerlichen Parteien derzeit auf 27 %. Das bedeutet: In drei von vier Fragen stimmen die Positionen von CDU/CSU, FDP und der AfD überein. Dies entspricht dem gleichen Wert wie für Rot-Rot-Grün. Ähnliche Resultate ergäben sich bei vergleichbaren Untersuchungen auf Landesebene.

An Sachthemen sollte deshalb eine Zusammenarbeit nicht scheitern, auch wenn es durchaus unterschiedliche Auffassungen in den wichtigen Fragen der Innen-, Migrations- und Zuwanderungspolitik sowie der Euro-, Europa- und Energiepolitik gibt. Zu oft wird bei der Frage, ob die AfD mit anderen Parteien zusammenarbeiten kann, nur auf diese voraussichtlichen, möglichst spektakulären Konfliktthemen geschaut, während weitgehende Übereinstimmung in anderen Bereichen gänzlich ignoriert werden. Aber wer die Bereitschaft zu einer Zusammenarbeit bekundet, der erklärt damit, dass er gewillt ist, über alles zu reden, statt nur auf der eigenen Position zu beharren und unbedingt recht zu bekommen. Die Frage ist: Will man das Gemeinsame erkunden oder nur das Trennende immer neu zelebrieren? Der Euro und die Europapolitik spielen ohnehin auf Landesebene kaum eine Rolle.

Eine strategische Kooperation zwischen politischen Parteien, die sich bisher ausschließlich als Gegner gegenüberstanden, entsteht nicht über Nacht. Sie braucht als Grundlage viel gegenseitiges Vertrauen, das zunächst in Gremien, in denen Sacharbeit mehr gefragt ist als Wahlkampfgetöse sowie bei informellen Treffen und Gesprächen Einzelner aufgebaut werden muss.

Dabei geht es nicht darum, die AfD an der Seite von CDU/CSU und FDP um jeden Preis in eine Regierung zu führen. Ohnehin ist es nicht ratsam, für alle Zeiten nur auf diese drei Parteien zu schauen. Theoretisch kommt für eine Zusammenarbeit auch die SPD in Frage, sofern sie sich aus der babylonischen Gefangenschaft der Alt-68er und ihrer Erben löst und sich endlich wieder auf Ihre Wurzeln als Partei der Kleinen Leute bezieht.

Wenn die AfD ihre Chancen verpasst, Politik aktiv mitzugestalten und stattdessen auf eine Art von „splendid isolation“, also eine sich selbst genügende wunderbare Isolierung, setzt, wird

⁴⁴ http://www.mzes.uni-mannheim.de/publications/papers/koalomat_analyse_bund_2017.pdf

relevant werden. Dies gilt es mit einer intelligenten

Es ist deshalb zwingend erforderlich, dass sich die AfD-Fraktionen im Bundestag und in den Landtagen hohe Kompetenz und Expertise aufbauen und sich als seriöse, gestaltende Kraft präsentieren, die Protest aufgreifen, demokratisch kanalisieren und in eine Form bringen kann die zur Lösung der Probleme beiträgt, statt sie nur zu beschwören. Dazu gehören selbstverständlich weiterhin klare Ecken und Kanten und wo immer erforderlich auch ein Stück heilsame Provokation. Denn alte Denkmuster, in denen sich Teile des Establishments behaglich eingerichtet haben, müssen weiterhin kritisch auch mit den Mitteln der Satire und Übertreibung hinterfragt und als überkommen verworfen werden, wenn unser Land wieder auf einen zukunftsfähigen Kurs einschwenken soll.

e. Tolerierung von Minderheitsregierungen

Das neue Sechs-Parteien-System lässt Minderheitsregierungen im Bund und in den Ländern wahrscheinlicher werden. Darüber wurde bereits während den lang andauernden Koalitionsverhandlungen nach den Bundestagswahlen 2017 intensiv diskutiert. Minderheitsregierungen sind in Europa keine Seltenheit. Auch in Deutschland hat es diese auf Landesebene in Sachsen-Anhalt bereits gegeben. Dabei ist eine Minderheitsregierung nicht als das kleinere Übel zu sehen, sondern durchaus als Chance für die Demokratie und den Parlamentarismus. Die Allmacht der Exekutive und die Entmachtung des Parlaments, wie sie für die Regierungszeit von Angela Merkel kennzeichnend waren, würden damit beendet. Der Bundeskanzler müsste sich Mehrheiten in direkten Verhandlungen mit den Fraktionen auf Bundes- oder Landesebene verschaffen. Die Debatte über Sachinhalte träte an die Stelle von blinder Koalitionsdisziplin.

Für die AfD böte eine Minderheitsregierung die Chance, in für sie wichtigen Fragen politischen Einfluss auf die Regierung zu gewinnen, ohne zugleich die volle Verantwortung für alle Aspekte der Regierungspolitik mitübernehmen zu müssen. Den Altparteien böte sich die Möglichkeit, der zu erwartenden Kritik aus dem Weg zu gehen, man habe die AfD an die Schalthebel der Macht gebracht. Zudem müsste sie der AfD keine größeren personellen Konzessionen machen. Schließlich sollte es leichter sein, Schnittmengen bei wenigen ausgesuchten Sachfragen zu erzielen als über die gesamte Palette politischer Themen. Bei Themen, die nicht Gegenstand der Verhandlungen mit der AfD gewesen sind, stünde es einer Minderheitsregierung frei, auch mit anderen Parteien eine Übereinkunft zu suchen.

Wichtig sind aus Sicht der AfD zwei Aspekte. Einmal muss für jeden eigenen Wähler erkennbar sein, dass die Tolerierung das „kleinere Übel“ ist. Die Tolerierung einer CDU-Minderheitsregierung, ob mit oder ohne FDP, wäre z.B. im Normalfall gegenüber einer rot-rot-grünen oder rot-grünen Regierung die für den Bund oder das Land bessere Option. Sie

uziehen. Zweitens muss die AfD definieren, was für sie
ng unverzichtbar ist. Dazu gehören klare Positionen in
wenigen, aber für die AfD wichtigen Sachfragen, ein Einfluss auf die Haushaltsberatungen und
die Befragung bzw. Berücksichtigung bei der einen oder anderen Personalfrage. So könnte
beispielsweise auf Vorschlag der AfD eine parteipolitisch unabhängige Persönlichkeit in die
Regierung aufgenommen werden. Selbstverständlich muss sich auch der Umgangston
untereinander ändern.

Die Tolerierung einer Minderheitsregierung auf der Grundlage sachpolitischer Einigung in
zentralen Sachfragen, wäre die konsequente Weiterführung einer bereits eingeübten
parlamentarischen Praxis der AfD-Fraktion im Bundestag und in vielen Landesparlamenten,
wo keineswegs „Fundamentalopposition“ betrieben wird. Sie kann dazu beitragen, bei allen
Beteiligten Vertrauen aufzubauen. Die Tolerierung einer Minderheitsregierung wäre zugleich
ein Kompromiss zwischen einer realpolitischen Linie und dem basisdemokratischen Geist, der
unsere Partei prägt.

Aufgabe 15:

**Es ist bis zum 30. September 2019 ein Papier zu erstellen, in dem Tolerierungsmodell in
Europa untersucht, die daraus für die AfD interessanten Folgerungen gezogen und
Vorschläge zur kommunikativen Aufbereitung des Themas innerhalb der AfD und in der
Öffentlichkeit erarbeitet werden.**

f. Außenbeziehungen der AfD stärken, aber klare Kriterien dabei beachten

Sechs Jahre nach ihrer Gründung findet die AfD nicht nur in Deutschland, sondern auch
international viel Beachtung. Ein Grund dafür ist, dass die AfD als Teil einer internationalen
Bewegung bzw. Entwicklung gesehen wird, die gemeinhin als „rechtspopulistisch“
beschrieben wird. In Wirklichkeit finden sich unter dieser Bezeichnung Parteien, die z.B.
gegenwärtig, kurz nach den Wahlen zum EU-Parlament am 26. Mai 2019 im Parlament der
Europäischen Union unterschiedlichen Fraktionen angehören⁴⁵. Von einer einheitlichen
Bewegung kann daher keine Rede sein. Umso wichtiger ist, dass die AfD sich klar
entschieden hat, mit wem sie zusammenarbeiten möchte.

Die Zusammenarbeit mit ausländischen Parteien bietet einige Vorteile. Im EU-Parlament
kann sie den Einfluss der AfD stärken und dazu beitragen, dass das Europawahlprogramm
oder Teile unseres Europawahlprogramms umgesetzt werden und die AfD zusätzliche
finanzielle und personelle Ressourcen hinzugewinnt. Der Austausch zwischen Parteien, die
ähnliche Positionen wie die AfD vertreten, kann auch mit Blick auf die Verbreitung

⁴⁵ ID (Identität und Demokratie), EVP (European People's Party); ECR (European Conservatives and Reformists)
sowie Fraktionslose. https://de.wikipedia.org/wiki/Fraktion_im_Europ%C3%A4ischen_Parlament

sch von Erfahrungen im Sinne des „Voneinander
t sich – insbesondere grenznah – die Kooperation
über Landesgrenzen hinweg zur Lösung gemeinsamer Probleme an.

Demgegenüber kann die Zusammenarbeit mit anderen Parteien für die AfD auch zur Belastung werden, wenn diese Parteien Positionen vertreten, die in Deutschland das Image der AfD negativ beeinflussen. Deutsche Medien nutzen häufig tatsächliche oder vermeintliche Fehler oder Positionen anderer sog. „rechtspopulistischer“ Parteien, um die AfD in Mithaftung zu nehmen⁴⁶.

Mit dem Einzug einer starken AfD-Delegation in das EU-Parlament und der erfolgten Einbindung dieser Delegation in die schlagkräftige Fraktion Identität und Demokratie erwächst der AfD ein erstes Gravitationszentrum für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Mit großer Wahrscheinlichkeit wird in Europa künftig die Kooperation mit den Parteien im Vordergrund stehen, die der gleichen Fraktion wie die AfD angehören oder – z.B. bei Nicht-EU-Mitgliedsländern in Europa – deren Ansprechpartner sind.

Ein zweites Gravitationszentrum für die internationale Zusammenarbeit könnte in Zukunft die Desiderius-Erasmus-Stiftung sein, sobald sie die erforderlichen staatlichen Mittel für die Demokratieförderung und Entwicklungszusammenarbeit im Ausland erhält. Dort kann erfahrungsgemäß vergleichsweise leicht überprüft werden, ob eine Partei inhaltlich und in der politischen Ausrichtung zur AfD passt. Auch von dieser Seite können Initiativen zum konkreten Wissens- und Erfahrungsaustausch ausgehen. Im Mittelpunkt der Auslandsarbeit der politischen Stiftungen stehen dabei im Regelfall neben Staaten der Dritten Welt Länder, die nicht der EU angehören, einschließlich UK, der USA und Russlands. Dabei kann die Stiftung weitgehend selbst entscheiden, wo und wie sie im Ausland tätig sein will. Sie könnte z.B. Auslandsbüros dort einrichten, wo es potentiell starke politische Ansprechpartner gibt, die einen guten Resonanzboden für die politische Bildungsarbeit bilden können. Stets sind dabei die einschlägigen rechtlichen und sonstigen Vorgaben der Zuwendungsgeber strikt zu beachten.

Die Bundespartei muss aber auch selbst definieren, welche Kriterien eine Partei im Ausland erfüllen muss, wenn die Voraussetzung für eine über gelegentliche Einzelkontakte hinausreichende, engere Zusammenarbeit angestrebt werden soll. Hier bieten sich drei Kriterien an:

⁴⁶ Besonders absurd ist dies beim Brexit, wo unschwerlich immer wieder der Eindruck von den Medien und Altparteien erweckt wird, als ob die AfD mit den offenbar großen Schwierigkeiten bei der Umsetzung des Ausstiegs Großbritanniens aus der EU irgendetwas zu tun hat. In Wirklichkeit sind es die beiden britischen Schwesterparteien von CDU, CSU und SPD, die regierenden, tief gespaltenen Konservativen und die opportunistisch agierende, machthungrige Arbeiterpartei, die sich als politikunfähig erwiesen haben und einen chaotischen Austrittsprozess zu verantworten haben

§ an inhaltlicher und wertebezogener

Übereinstimmung mit der AfD aufweisen, ohne dass in jeder Detailfrage Einigkeit bestehen muss. Zum Grundbestand der Übereinstimmung sollten gehören: die Absage an die bisherige Form der europäischen Zusammenarbeit in einer aus dem Ruder gelaufenen EU, die Distanzierung von der geistigen Erbschaft der 68er-Bewegung und vom linksliberalen Zeitgeist, das Bekenntnis zu Freiheit, Demokratie und Rechtsstaat sowie die Absage an Autoritarismus, Antisemitismus, politischem Extremismus und Zensur. Anders ausgedrückt: aus AfD-Sicht muss eine hohe Wahrscheinlichkeit bestehen, dass die meisten AfD-Wähler im anderen Land die von der AfD präferierte Partei wählen würden.

b. Kooperation auf EU-Ebene

Die Partei sollte im Parlament der Europäischen Union oder in anderen grenzüberschreitenden parlamentarischen Gremien mit der AfD zusammenarbeiten und möglichst nicht einer anderen, konkurrierenden Fraktion angehören. Parteien, die gute Beziehungen zu den Altparteien in Deutschland pflegen, kommen deshalb z.B. als Partner der AfD nur in Ausnahmefällen infrage.

c. Konkreter Nutzen

Die Partei sollte in freien Wahlen ein Mindestmaß an Zustimmung in der Bevölkerung gefunden haben. Nur dann kann sie ein ernstzunehmender Partner der AfD sein. Mindestmaßstab ist die Präsenz in einem frei gewählten, pluralistisch zusammengesetzten nationalen oder regionalen Parlament. Nur eine Partei, die im Wettbewerb mit anderen Parteien Parlamentsmandate errungen hat (oder – sofern das Wahlrecht das außerordentlich schwierig macht – einen Mindeststimmenanteil erreicht hat, der in Ländern mit Verhältniswahlrecht eine Präsenz im Parlament sicherstellen würde), hat bewiesen, dass sie aus Sicht der Wähler eine gesellschaftliche Relevanz hat und in der Lage ist, ihre Botschaft bürgernah zu formulieren.

Nicht für die Zusammenarbeit in Frage kommen daher:

- Kleinstparteien mit Sektencharakter,
- Parteien, die in ihrer Führung nur aus dem Vorsitzenden und seiner Familie/seinem Klan bestehen und kein Mindestmaß an innerparteilichen demokratischen Strukturen aufweisen,
- als Partei auftretende Lobbygruppen,
- Parteien mit dubioser Finanzierung und dubiosen Beziehungen zum Staatsapparat,
- korrupte Parteien,
- Ein-Themen-Parteien,
- Parteien ohne ein Mindestmaß an Institutionalisierung und Strukturen in der Fläche.

der gesellschaftlicher Verankerung und geringer ohne jedwede machtpolitische Perspektive in ihrem Land. Derartige Parteien bringen in der Regel der AfD keinen Nutzen, bergen aber viel Potenzial für Ärger.

Aus dem bisher Gesagten geht zudem klar hervor, dass Parteien mit extremistischem linken, rechten oder religiösem Gedankengut und/oder der Bereitschaft zur Gewaltanwendung ohnehin auf keinen Fall geeignete Partner für die AfD sein können.

Die endgültige Entscheidung, mit welcher Partei die AfD international zusammenarbeitet, muss vom Bundesvorstand getroffen werden. Auf keinen Fall sollte sich der Bundesvorstand bei der Entscheidung von irgendwelchen vorpreschenden Einzelpersonen oder Gliederungen in Zugzwang bringen lassen, sondern entsprechend der drei oben angeführten Kriterien mit kühlem Kopf sein Urteil fällen.

Ziel muss es sein, die AfD durch die Kooperation mit anderen stärker zu machen, nicht irgendwelche zusätzlichen Krisenpotentiale zu schaffen, die die AfD belasten können, oder Ressourcen zu verschwenden.

Aufgabe 16:

Es ist bis zum 31. Dezember 2019 eine Strategie für die Aufnahme von Außenbeziehungen zu erarbeiten.

5. Entwicklung der politischen Gegner und Abgrenzung von ihnen

Mit den Erfolgen und der Etablierung der AfD in den Parlamenten ist das herkömmliche deutsche Parteiensystem ins Wanken geraten. Die bisherigen Volksparteien leiden an politischer Schwindsucht. Die SPD ist im Süden und Osten Deutschlands keine Volkspartei mehr. Alte politische Lager, ob links oder rechts, sind nicht mehr mehrheitsfähig. Koalitionen zwischen zwei Parteien reichen vielfach nicht mehr für eine Regierungsbildung. Selbst bei „Großen Koalitionen“ wird es mit den Mehrheiten eng. Die Frage nach einer Regierungsbeteiligung der AfD wird sich deshalb aller Voraussicht nach in absehbarer Zeit an mehr und mehr Orten stellen und sie wird mit der Zeit auch zu überaus kontroversen Diskussionen in den Altparteien führen, statt wie bisher nur auf Ablehnung zu stoßen. Traditionelle Verbündete der Altparteien in der Bürgergesellschaft wie Gewerkschaften, Kirchen oder Berufsverbände verlieren an Bedeutung. Alte Loyalitäten lassen nach. Die Gesellschaft ist stärker polarisiert – politisch, wirtschaftlich und sozial. Der Hegemonieanspruch des linksliberalen Milieus in Staat und Gesellschaft ist massiv bedroht, aber noch längst nicht gebrochen. Die „Kleinen Leute“ und ihre Interessen sind als politischer Faktor über die AfD wieder in den Blickpunkt der Öffentlichkeit geraten.

Einzug der AfD in den Deutschen Bundestag das alte beschleunigt sich die Erosion. Im Sommer 2018 standen CDU und CSU kurz vor der Trennung. Die SPD liebäugelt mit der Idee, aus der für sie erfolglosen Großen Koalition auszusteigen. Sarah Wagenknecht propagiert gegen den Widerstand ihrer eigenen Partei eine linke Sammlungsbewegung, die möglicherweise zur Gründung einer neuen Partei führen wird. Die FDP hat auf Bundesebene bei den Verhandlungen über die Bildung einer Regierung versucht, ihr Image als prinzipienloser Mehrheitsbeschaffer loszuwerden, aber noch längst keine neue Rolle im Parteiensystem gefunden. Die Grünen gerieren sich als führende Kraft auf der politischen Linken. Das Parteiensystem ist stärker als in früheren Jahrzehnten in Bewegung. Wer würde 2019 hohe Wetten darauf abschließen, wie das Parteiensystem Ende 2019 aussieht? Wird der Deutsche Bundestag seine derzeitige Legislaturperiode zu Ende bringen oder wird es vorzeitige Neuwahlen geben? Es spricht einiges dafür, dass es im Parteiensystem weitere Veränderungen geben könnte, in der Mitte ebenso wie rechts und links davon.

Eine im Sommer 2019 formulierte Strategie, die den Weg bis zum Jahre 2025 weisen soll, kann natürlich nur von der Lage zur Zeit ihrer Abfassung ausgehen und nicht prophetisch sein. Unter dieser Prämisse muss die folgende Abgrenzung der AfD von ihren politischen Gegnern als vorläufig begriffen werden.

a. CDU und CSU

Setzt man den Volksparteistatus einer Partei bei kontinuierlich erreichten mindestens 20-25% Prozent an, so sind CDU/CSU nach dem Niedergang der SPD die derzeit einzig verbliebenen Volksparteien in Deutschland. Gerade bei der CDU zeigt sich aber, wie schwierig es ist, die in einer Volkspartei immer vorhandenen unterschiedlichen Interessen bei der Stange zu halten. Bei der Union geschah die lange Zeit durch die Dauerregierungsbeteiligung unter der Kanzlerschaft von Angela Merkel.

Doch unter Angela Merkel ist die CDU immer weiter nach links gerückt und wurde so von der SPD und in einigen Politikfeldern auch von den Grünen kaum noch unterscheidbar. Zudem setzt sie sich verbal seit Jahren von den Grünen kaum noch ab und greift diese – wenn überhaupt – in der politischen Debatte nur noch mit Samthandschuhen an.

Zentrale Entscheidungen der Ära Merkel, von den einen als Pragmatismus gefeiert, von den anderen als prinzipienlos kritisiert, dienten der Konfliktbeseitigung mit dem linksliberalen Milieu zu Lasten des konservativen Parteiflügels in der Union (Abschaffung des Wehrdiensts, Euro-„Rettungspakete“, Ausstieg aus der Atomenergie, „Ehe für alle“, Grenzöffnung 2015, Unterzeichnung von fragwürdigen Klimaschutzabkommen etc.). Dazu kam die wirtschafts- und sozialpolitische Sozialdemokratisierung in der Union während der Regierungsbündnisse mit der SPD (Einführung eines Mindestlohns und der Rente mit 63 Jahren, Vermeidung einer

ng der Steuer- und Abgabenbelastung der Bürger, (z.B. Steuer- und Ausgaben etc.). Das alles hat die CDU wunschgemäß nach links geöffnet. Ganz offen hat die Partei in den letzten Jahren um neue Mitglieder aus bisher in der Union unterrepräsentierten Gruppen geworben (karriereorientierte junge Frauen, Homosexuelle, Migranten). Es ist ironisch, wenn ausgerechnet die CDU inzwischen einen hohen Stimmenzuwachs bei Deutschtürken verzeichnet.⁴⁷

Erst unter dem Druck und mit dem Rückenwind der Wahlerfolge der AfD hat sich der lange Zeit stumme, weil parteiintern längst abgeschriebene konservative Teil der Union wieder zaghaft zu Wort gemeldet, z.B. in der Debatte um die Nachfolge von Angela Merkel als Parteivorsitzende. Wiederbelebt scheint 2019 auch die CSU, die ansonsten jahrelang alle wichtigen Entscheidungen von Angela Merkel mitgetragen hat. Doch Tatsache bleibt: Nur weil die AfD wirkt, hört man in der CSU und dem konservativen Teil der CDU überhaupt wieder zu. Der Hamburger Parteitag der CDU im Dezember 2018 hat gezeigt, dass die CDU nicht ernsthaft gewillt ist, sich von dem unter Angela Merkel eingeschlagenen Weg der Öffnung gegenüber dem linksliberalen Milieu wieder abzuwenden. 18 Jahre Merkel haben die CDU verändert. Die dadurch möglich gewordene Koalitionsfähigkeit gegenüber SPD, Grünen und FDP, seit neuestem bei einigen in der Union offenbar sogar gegenüber der Linkspartei, eröffnet der CDU die Chance, auf Bundesebene und in vielen Ländern an der Macht zu bleiben. So hofft sie weiterhin die verschiedenen Interessengruppen in ihren Reihen bedienen zu können.

Die Stunde der Wahrheit wird bei der CDU kommen, wenn sie nicht mehr von der allgegenwärtigen Bundeskanzlerin Angela Merkel repräsentiert wird oder wenn sie in die Opposition gedrängt wird. Letzteres ist derzeit allerdings angesichts der zahlenmäßigen Schwäche der denkbaren Alternativen auf Bundesebene noch wenig wahrscheinlich. Damit wächst auch die Chance, dass Angela Merkel noch eine Zeitlang Kanzlerin bleibt.

Die CSU hat sich auch im Sommer 2018 trotz ungewöhnlich heftiger, öffentlich ausgetragener Kritik an Angela Merkel wie schon bei ähnlichen Manövern in der Vergangenheit nicht von der CDU lösen können. Angela Merkel hatte sich damals einmal mehr durchgesetzt. Die CSU wird wissen, warum sie vor einem Bruch zurückscheut. Sie hat laut gebrüllt, ist das aber zu kurz gesprungen und wieder einmal als Bettvorleger gelandet. Das kann sie nicht beliebig wiederholen, ohne ihre Glaubwürdigkeit endgültig zu verlieren. Es ist daher bis auf weiteres davon auszugehen, dass die Unionsparteien zusammenbleiben und die CSU wie bislang schon von Fall zu Fall ihre Stimme gegen die Kanzlerin erheben wird, ohne diese ernsthaft in Frage zu stellen. Die dramatischen Stimmenverluste bei Bayrischen Landtagswahl sowie die sich daraus ergebende Notwendigkeit, auch in Bayern eine Koalitionsregierung zu bilden, haben die CSU weiter geschwächt.

⁴⁷ Vgl. https://www.focus.de/politik/deutschland/dramatischer-wandel-im-wahlverhalten-studie-zuwanderer-wenden-sich-von-spd-und-gruenen-ab-union-am-beliebtesten_id_9666088.html

in der Zielgruppe der „Kleinen Leute“, also der kleinen Selbstständigen sowie im konservativ-liberalen Bürgertum in der politischen Mitte und rechts davon. Besonderen Augenmerk sollte die AfD innerhalb ihrer Zielgruppen auf die (noch) überdurchschnittlichen Wahlergebnisse der Union bei Frauen und Rentnern legen.

Die Abgrenzung seitens der AfD erfolgt durch den Hinweis auf die vielen für Konservative kaum nachvollziehbaren Entscheidungen der Ära Merkel, die damit verbundene Öffnung der CDU nach links, insbesondere auch gegenüber den Grünen, sowie auf die Sozialdemokratisierung der Union in der Wirtschafts- und Sozialpolitik. Hinzu kommen die Popularitätsprobleme der ewigen Bundeskanzlerin Angela Merkel einem Teil der deutschen Wählerschaft. Bei der CSU tritt der Hinweis auf die Folgenlosigkeit ihrer Kritik an der CDU hinzu.

Die CSU steht, wenn es um die Verhinderung eines weiteren Linksrucks der Union geht, ebenso auf verlorenem Posten wie der konservative CDU-Flügel. Beide gewinnen nur dann an Gewicht, wenn die AfD stark ist und der Union in hohem Maße Stimmen abnimmt. Erst dann wird es von der dominierenden „Mitte“-Strömung in der CDU wichtig, sich um rechte Wähler zu kümmern. Wer verhindern will, dass Deutschland und die Union noch weiter nach links rücken, muss AfD wählen.

b. SPD

Seit dem Ende der Ära Schröder und der Abspaltung der Linkspartei setzt die SPD immer wieder unverdrossen auf das Thema „Soziale Gerechtigkeit“. Doch trotz der ständigen Betonung dieses Themas und einer klassisch sozialdemokratischen Umverteilungspolitik, die in der Einführung des Mindestlohnes und der Rente mit 63 ihre Höhepunkte fanden, konnte die SPD mit dem Thema „Soziale Gerechtigkeit“ weder 2009 noch 2013, 2017, 2018 oder 2019 Wahlerfolge erzielen. Das zeigt, dass die alte SPD-Politik, über sozialpolitische Geschenke an einzelne Zielgruppen und Umverteilung das Wohlwollen der Wähler zu erkaufen, nicht mehr funktioniert. Die SPD versucht weiterhin die Probleme von morgen mit Lösungsansätzen von gestern und vorgestern zu lösen und in Bund und Land noch mehr öffentliche Gelder umzuverteilen. Auch wenn sie damit nicht erfolgreich sein wird, wird das die SPD aber voraussichtlich nicht daran hindern, weiter auf ihre Version von „Sozialer Gerechtigkeit“ zu setzen und immer neue Gruppen von angeblich Bedürftigen zu erfinden.

De facto besteht die geschrumpfte SPD heute aus zwei Lagern. Auf der einen Seite steht die ehemalige Kernwählerschaft der SPD aus dem Kreis der Facharbeiter und des Kleinbürgertums, auf der anderen Seite dominiert die Partei eine ideologisch auf postmaterielle Werte fixierte, akademisch ausgebildete Intelligenzia mit Verbindung zu Ein-Themen-Bewegungen aus dem Umfeld der Universitäten. Sie stellt längst einen großen Teil der Funktionäre der SPD. Die Trennlinie dieser linken, akademisch gebildeten

der Linkspartei ist überaus dünn. Man kann deshalb ernsthaft um irgendeine Form der Abgrenzung zu ihren beiden linken Konkurrenten bemüht. Dem Anspruch der Grünen, führende linke Kraft in Deutschland zu werden, hat sie nichts entgegenzusetzen. Stattdessen propagiert sie unverdrossen den „Kampf gegen rechts“.

Frauenförderung gilt vielen in der heutigen SPD als wichtiger als die Sicherung von Arbeitsplätzen in der Produktion. Der Familiennachzug von Geduldeten wird zur Koalitionsfrage hochstilisiert. Noch mehr Europa gilt als Schlüssel für die Lösung aller Probleme. Es ist für die SPD fatal, dass die Vertreter des linken Postmaterialismus inzwischen weitgehend das Außenbild und die innerparteilichen Gremien der SPD beherrschen. Je deutlicher sie die Partei übernehmen desto geringer wird aber die Attraktivität der SPD für ihre klassische Klientel.

Die AfD konkurriert mit der SPD in der Wählergruppe der „Kleinen Leute“, bei den Facharbeitern, Angestellten und kleinen Selbständigen sowie bei denjenigen, die in unsicheren Beschäftigungsverhältnissen gegen schlechte Bezahlung arbeiten. Besonders interessant ist für die AfD auch die Gruppe der (noch) sozialdemokratisch orientierten Rentner. In dieser Altersgruppe schneidet die SPD besonders gut ab.

Die Abgrenzung der AfD geschieht über die Themen Zuwanderung, innere Sicherheit und die Verteidigung der nationalen Interessen gegenüber einer Politik, die auf immer mehr Europa setzt, aber auch durch klare Angriffe auf den linken Klientelismus der SPD zugunsten von kleinen Minderheiten und Ein-Themen-Bewegungen. Die AfD ist heute die Partei der Arbeitnehmer in der Produktion und im nicht akademischen Dienstleistungssektor. Sie schützt die „Kleinen Leute“ vor der Einwanderung in die Sozialsysteme und den Verlust der nationalen Identität.

c. FDP

Die FDP hat in der Bundestagswahl 2017 davon profitiert, dass sie sich in Abgrenzung zur AfD als bürgerliche Kritikerin von Angela Merkel präsentiert hat. Sie konnte bürgerliche Wähler ansprechen, die gegen die Kanzlerin sind, aber nicht den Mut aufbringen, sich zur AfD zu bekennen. Profitiert hat die FDP auch von der totalen Fokussierung auf den Vorsitzenden Christian Lindner. Er war 2017 der Liebling der Medien und ist mittlerweile praktisch das einzige Gesicht der Partei.

Wohin die FDP strategisch will, ist nicht klar zu erkennen. Mit der Absage an eine Jamaika-Koalition hat sie versucht, das Image loszuwerden, um jeden Preis Ministerposten anzustreben. Zugleich hat sie damit aber auch an Glaubwürdigkeit als eine politische Kraft eingebüßt, die für Stabilität und Verantwortung steht. Zudem hat sie Hoffnungen auf eine reformfreudige neue Regierung enttäuscht.

Schleudern geratene Macron-Bewegung „En Marche“ französische Parteiensystem nicht mit dem deutschen vergleichbar. Es spricht nichts dafür, dass die Lindner-FDP zu einem Sammelbecken für Anhänger der Altparteien gegen die beiden Flügelparteien Linkspartei und AfD werden könnte. Dazu müsste die FDP über ein Image verfügen, dass sie nicht als Vertretung der Wohlhabenden und Arrivierten ausweist, sondern als Volkspartei. Davon ist sie meilenweit entfernt.

Untersuchungen bestätigen, dass bei der Positionierung zu politischen Themen die derzeitigen FDP-Anhänger oft den AfD-Anhängern ähnlich sind. Unterschiede bestehen weniger auf der weltanschauliche denn auf der sozioökonomischen Seite. Lindner versucht, dem Rechnung zu tragen, indem er gelegentlich kritische Töne gegen den Euro, Angela Merkel, die unregelte Zuwanderung oder die Sprechverbote der 68er Generation anstimmt. Doch das Programm der FDP bleibt den Interessen der am Zeitgeist orientierten oberen Mittelschicht und der Wohlhabenden verpflichtet. Kompromissbereitschaft, nicht Prinzipientreue bleibt der oberste Leitsatz der FDP.

Die AfD konkurriert mit der FDP vor allem in der Wählergruppe des konservativ-liberalen Bürgertums in der rechten Mitte des politischen Spektrums. Die Abgrenzung geschieht über die Positionierung der FDP als Europapartei und als Partei, die trotz aller scheinbaren Aufmüpfigkeit keine grundsätzlichen Probleme damit hat, mit der CDU/CSU, der SPD oder den Grünen zu koalieren. Zudem ist und bleibt die FDP die Partei der Wohlhabenden und Privilegierten der deutschen Gesellschaft, der Gewinner von Globalisierung und Digitalisierung. Entsprechend gering ist die soziale Basis ihrer Politik.

d. Linkspartei

Die Linkspartei entstand 2005 aus der Schwäche der SPD, aber seit 2009 kann sie vom massiven Vertrauensverlust in die SPD nicht mehr profitieren, sondern stagniert. Heute ist die Linkspartei Deutschlands behäbigste und langweiligste Partei. Sie präsentiert sich als Sammlung linker klientelistischer, von öffentlichen Mitteln abhängigen Gruppen aus den Bereichen Bildung, Kultur, Gesundheit und Sozialarbeit, garniert mit einigen „Aktivisten“ aus linken Ein-Themen-Bewegungen für Frieden, Frauen, Homosexuelle, Migranten und Arbeitslose sowie ein paar Vertretern der linken Gewerkschaftsszene. Diese Koalition lässt sich relativ leicht über viel linke Rhetorik und die Bedienung mit staatlichen Geldern zusammenhalten, ist aber zu schwach, um die Linkspartei über die 10%-Hürde zu hieven. Dazu müsste die Linkspartei im Osten Deutschlands eine Volkspartei bleiben, was ihr auf Grund der Erfolge der AfD aber nicht mehr möglich ist.

Es war daher kein Zufall, dass Sarah Wagenknecht die Linken wieder stärker auch gegenüber den „Kleinen Leuten“ öffnen möchte. Es ist aber zugleich bezeichnend, dass die Parteiführung weder in der Lage war, Sarah Wagenknecht in Zaum zu halten, noch willens ist, sich mit ihrer

isieren. Man hat sich im Status quo eingemauert und
ugunsten der eigenen Anhänger. Voraussichtlich wird
die Linkspartei am linken Rand des Parteiensystems weiterhin bestehen bleiben, hier und da
auch in Ländern und Kommunen an einer Regierung beteiligt sein, aber keine größere Rolle
im politischen System spielen. Dazu fehlen der farblosen Führung anders als der Führung der
Grünen der Ehrgeiz und der Wille, tatsächlich die SPD zu ersetzen. Als Protestpartei wird die
Linkspartei heute nicht mehr wahrgenommen, auch als Gegner eines überzogenen
europäischen Einigungsprozesses ist sie nicht mehr glaubwürdig.

Die AfD konkurriert bundesweit mit der Linkspartei in der Wählergruppe der abhängig
Beschäftigten und Selbstständigen in Positionen mit schlechter Bezahlung, ungünstigen
Arbeitsbedingungen und unsicheren Arbeitsverhältnissen. Im Osten Deutschlands kommen
noch Facharbeiter und Angehörige des Kleinbürgertums hinzu, bei denen die Linkspartei im
Westen kaum Resonanz findet.

Die Abgrenzung geht über die Haltung der Linkspartei zu Migration („offene Grenzen“) und
Internationalismus (Absage der Linkspartei an Patriotismus und an der Verteidigung der
Interessen Deutschlands). Zusätzlich bietet die soziale Marktwirtschaft klare Möglichkeiten
der Abgrenzung gegenüber der auf rigorose Umverteilung und immer höhere Steuern und
Abgaben zu Lasten der Leistungsträger setzenden Linkspartei.

e. Grüne

Seit vielen Jahren verzeichnen die Grünen in Jahren ohne Bundestagswahl herausragende
Umfragewerte (z.B. 2011 und 2016), aber wenn es dann zur Wahl kommt, bauen sie
regelmäßig wieder ab. Die Grünen genießen viel Sympathie bei Teilen der Bevölkerung, aber
Sympathie bedeutete bislang am Tag der Bundestagswahl nicht unbedingt Wählerstimmen.
Die Grünen üben mittlerweile nach dem „Marsch durch die Institutionen“ über die eigene,
eher begrenzte Anhängerschaft hinaus im linksliberalen Milieu die kulturelle Hegemonie aus.
Sie setzen dort die Themen über ihre Anhänger in der Bürgergesellschaft und in den Medien
und geben vor, in welche Richtung diese diskutiert werden sollen. Was ihrem Weltbild nicht
entspricht ist undemokratisch, rechtsextrem oder „fake news“.

Regelmäßig kommt im linksliberalen Milieu die Frage auf, ob die Grünen auf dem „Weg zu
einer Volkspartei“ sind. Tatsächlich haben die Grünen in der Öffentlichkeit mehr Resonanz als
es ihrem letzten Bundestagswahlergebnis entspricht. Aber ihre sozioökonomische Basis bleibt
schmal. Bei Wählern ohne hohen Bildungsabschluss liegen sie weit hinter den
Durchschnittsergebnissen zurück.⁴⁸ Es gilt nach wie vor der Satz, dass man es sich leisten
können muss, Grün zu wählen.

⁴⁸ Lt. Wahlanalyse von infratest dimap zur bayrischen Landtagswahl am 14. Oktober 2018 belief sich der
Stimmenanteil der Grünen bei Wählern mit einfacher Bildung auf 7%, bei Wählern mit hoher Bildung dagegen
auf 28% - ein Verhältnis von 1: 4. Keine andere Partei hatte ein derartig krasses Sozialprofil.
<https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2018-10-14-LT-DE-BY/umfrage-job.shtml>

kulturellen Hegemonie im linksliberalen Milieu, ihrem auf Wähler mit simpler Denkweise attraktiv wirkenden Weltbild und ihrer penetranten Omnipräsenz in den Medien auch an der Schwäche der potentiellen Konkurrenten SPD und Linkspartei und am Linksruck der CDU/CSU. Letzterer öffnet grünen Ansichten im Bürgertum die Türen und macht sie salonfähig, statt Paroli zu bieten.

Seit Jahren hat die SPD die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Grünen aufgegeben und so die Grenzen zwischen beiden Parteien durchlässig gemacht. SPD-Wahlkämpfer gefallen sich darin, sich mit aller Kraft von der AfD abzugrenzen. Gegenüber dem Konkurrenten auf der Linken, den Grünen, üben sie sich aber in vornehmer Zurückhaltung. Stattdessen hat die SPD weite Teile der grünen Agenda längst verinnerlicht, vom Pazifismus über den sog. Klimaschutz bis zu Frauenquoten und der unkritischen Begeisterung für europäische und internationale Lösungen für Probleme. So können die Grünen der SPD ungehindert Prozentpunkt für Prozentpunkt das Wasser abgraben. Dabei hat die SPD bis vor kurzem überhaupt noch nicht erkannt, dass mittlerweile sogar ihre Rolle als führende Kraft auf der linken Seite des politischen Spektrums verloren geht.

Die CDU befindet sich mittlerweile auf den gleichen Weg, den die SPD schon abgeschlossen hat. Auch ihr sind die Grünen als möglicher Koalitionspartner wichtiger denn als Konkurrent, den man attackiert. Auch die CDU hat sich längst für grünes Gedankengut geöffnet, wehrt sich gegen Steuersenkung, redet von mehr Europa, diskutiert über Frauenquoten und Dieselfahrverbote.

Hinzu kommt, dass die Grünen sich auf der Suche nach den Fleischtöpfen Babylons ein gutes Stück Beliebigkeit und Anpassertum angeeignet haben. Mit Koalitionen auf Länderebene mit CDU, SPD, Linkspartei und FDP sind die Grünen heute wendiger als es die FDP je war.

Eine kritische Auseinandersetzung mit dem grünen Gesellschaftsmodell – das geht inzwischen fast nur noch von der AfD aus. Für die AfD ist sie allerdings von herausragender Bedeutung, weil aus Sicht der AfD die Grünen praktisch alles verkörpern, was in Staat und Gesellschaft in Deutschland nicht mehr stimmt.

In jüngster Zeit scheinen die Grünen sich darauf auszurichten, eine Art von gemäßigt linker Sammlungspartei zu werden. Zugleich ist das Bemühen offenkundig, die SPD als dominante Kraft auf der linken Seite des Parteienspektrums zu ersetzen. Durch besonders scharfe Auseinandersetzung mit der AfD bei gleichzeitiger Schaffung eines Märtyrerimages für die Grünen als Opfer rechter Attacken wird versucht, die Grünen zum linksliberalen Zentrum einer Bewegung der Besserverdienenden, Globalisierungsgewinner und Akademiker zu machen, die von früheren Wählern von CDU/CSU, SPD, FDP und Linkspartei Anhänger für den Erhalt des Status quo und für noch mehr Europa mobilisieren soll.

weigert aber das Gespräch mit der AfD und will alles t „rechts“ ist. Sie will sich liberal geben, Ihre zentralen Themen vom Klimaschutz über Genderismus, die Förderung von gut organisierten Minderheiten und Multikulturalismus bis zur Begeisterung für immer mehr Europa und der „Klimawende“ gehen aber nicht ohne ständige Eingriffe in die Freiheit und den Wohlstand der Bürger. Darüber hinaus sind es Schönwetterthemen, wenn die Konjunktur läuft. Deshalb können die Grünen auch derzeit in besser gestellten Kreisen mehr oder weniger kritiklos für höhere Steuern und Abgaben werben. Damit aber eckt sie unweigerlichen bei vielen Wählern mit kleinem Portemonnaie an. Sie ist und bleibt die Verbotsparterie, die die Welt nach ihrem Gusto erlösen will.

Besonders beunruhigend ist, dass die Grünen offenbar gelernt haben, die Sozialen Medien für ihre Zwecke zu mobilisieren. Die von ihr maßgeblich mitgestaltete Bewegung „Fridays for Future“ ist hier das deutlichste Beispiel. Allerdings steht der dort erhobene Ruf nach Selbstkasteiung, Verzicht und Askese im eklatanten Widerspruch zur hedonistischen Lebensweise vieler Funktionäre und Anhänger der Grünen. Wer ein überzeugter Internationalist ist, möchte eben nur ungern auf Flugreisen in die Anden, nach Nepal oder Thailand verzichten. Hier lässt sich nicht nur die Doppelmoral der Grünen immer wieder thematisieren, es ist auch fraglich, ob auf Dauer in unserer individualistischen freizeit-, lust- und konsumorientierten Gesellschaft eine Bewegung reüssieren kann, die kollektiven Verzicht zum Leitmotiv ihrer politischen Botschaft gemacht hat, insbesondere wenn diese Botschaft eher abstrakt in der Ferne bleibt und wenig Bezug zur Lebenswelt der Bürger hat.

In keinem für die AfD relevanten Wählersegment konkurriert die AfD mit den Grünen. Der Wähleraustausch zwischen Grünen und AfD ist minimal. Die Grünen sind weniger Konkurrenten in der Wählerschaft als ideologische Konkurrenten. Beide Parteien verkörpern völlig entgegengesetzte Ansätze in der Politik. Etwas überspitzt kann man feststellen, dass die AfD eine politische Position immer automatisch ablehnen muss, wenn sie von den Grünen vertreten wird.

Aus der Wählerschaft der Grünen kann die AfD kaum neuen Wähler anziehen. Aber die klare Abgrenzung von den Grünen und der Widerstand gegen ihr Programm und ihre kulturelle Hegemonie im linksliberalen Milieu hilft der AfD, der Grünen überdrüssige Wähler bei CDU/CSU, SPD und FDP für sich zu gewinnen. Insofern müssen mehr denn je die Grünen ihre Themen zentraler Bezugspunkt der Politik der AfD sein.

b. Splitterparteien und Freie Wähler

Der Rückgang der Bindekraft der Volksparteien und die geringe Ausstrahlungskraft der politischen Linken in Deutschland eröffnen ein Potenzial für die weitere Aufsplitterung des Parteiensystems. Im Jahre 2017 sind z.B. 27 Parteien erfolglos zur Bundestagswahl angetreten, von denen nur 3 mehr als 0,5% der Wählerstimmen erhalten haben. Bei der

n 33 Splitterparteien zusammen sogar 13,0% der Stimmen. Nur vier von ihnen erhielten ein Prozent und mehr der Stimmen.

Seit der Gründung im Jahre 2013 hat die AfD nicht unerheblich von der Stimmabgabe von Wählern profitiert, die früher Splitterparteien gewählt haben.⁴⁹ Die Gründe hierfür liegen auf der Hand. Einerseits spricht die AfD die Wähler an, die bisher im deutschen Parteiensystem keine politisch relevante Partei gefunden hat, mit der sie übereingestimmt haben. Andererseits konnte die AfD sich als Protestpartei gegen die Altparteien profilieren. Nichts ärgert diese mehr als die Stimmabgabe für die AfD. Da zudem die AfD anders als die Kleinparteien hervorragende Aussichten hat, die 5 %-Hürde zu überwinden, bietet sie Unzufriedenen unterschiedlicher Provenienz eine Chance, ihre Abneigung gegen die Altparteien zu zeigen, ohne ihre Stimme an eine Splitterpartei ohne Aussicht auf Einzug in den Deutschen Bundestag verschenken zu müssen.

Allerdings stellt sich die Frage, ob dieser Trend anhalten kann. Wer am 24. September 2017 trotz der Existenz und der Erfolge der AfD immer noch z. B. Piratenpartei, die Familienpartei, die NPD, die DKP oder „Die Violetten“ gewählt hat, obwohl deren Erfolgsaussichten minimal waren, wird nicht leicht zur Stimmabgabe für die AfD zu bewegen sein, sondern vermutlich weiterhin seine Stimme aus welchen Gründen freiwillig ohne politische Wirkung verschenken. Zudem schwindet bei der AfD mit dem Einzug in die Parlamente und einer in Zukunft intensiver werdenden Diskussion um die Übernahme von Regierungsverantwortung durch die AfD das Image einer Protestpartei.

Das sollte die AfD nicht davon abhalten, auch weiterhin darauf hinzuweisen, dass die Stimmabgabe für eine Splitterpartei verschwendet ist und nur den Altparteien hilft. Die insgesamt rund 1,75 Millionen Wähler, denen die AfD 2013 und 2017 aus dem Lager der Splitterparteien eine neue politische Heimat geboten hat, werden aber nur noch wenig zu steigern sein.

Eine Sonderrolle unter den Splitterparteien nehmen nach Ansicht mancher Beobachter die Freien Wähler. Bei der Bundestagswahl 2017 erzielten sie bundesweit 1,3%, bei der Bundestagswahl 2013 1,0%. Bei den Bayrischen Landtagswahlen am 15. Oktober 2018 konnten sie aber in Schlepptau des Niedergangs von CSU und SPD einen Achtungserfolg in Höhe von 11,9% erzielen. Es darf vermutet werden, dass darin auch Wähler waren, die in anderen Bundesländern die AfD gewählt hätten, weil außerhalb von Bayern die Freien Wähler über den Status einer Splitterpartei nicht hinauskommen. Die AfD hat insofern in Bayern keine Wähler an die Freien Wähler verloren, aber die Freien Wähler haben verhindert, dass der eine oder andere Wähler seine Stimme der AfD gegeben hat. Denn die Freien Wähler haben nicht

⁴⁹ Bei der Bundestagswahl 2018 hat die AfD beispielsweise lt. Infratest dimap netto 690.000 Wähler von Splitterparteien gewonnen. Das waren fast 12% aller AfD-Wähler und rund ein Viertel der Nichtwähler von 2013. <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2017-09-24-BT-DE/analyse-wanderung.shtml>

der AfD aus Teilen der Gesellschaft entgegenschlägt. ch tätig und gelten als „Kümmerer“.

In der Meinungsforschung ist daraus prompt gefolgert worden, dass bei einer bundesweiten Ausdehnung der Freien Wähler (die im Übrigen längst bundesweit agieren und an Wahlen teilnehmen) diese Wähler von der AfD abziehen könnten oder die AfD im Extremfall sogar als bürgerlich-gemäßigt rechte Partei ersetzen könnten. Auch der einen oder andere, der bei der Europawahl 2019 (Freie Wähler: 2,2%) die Stimme gegeben hat, dürfte der AfD fehlen.

Solche Vorhersagen sind allerdings nichts Neues. Mal wurde einer bundesweiten CSU das Potential zugesprochen, die AfD in ihre Schranken zu weisen, mal der Bewegung „Aufstehen“ von Sarah Wagenknecht.

Die Fakten sprechen aber letztlich wenig für die Freien Wähler als gefährliche Konkurrenz zur AfD. Außerhalb von Bayern spielen sie kaum eine Rolle, haben nur marginale Strukturen⁵⁰, nicht einmal kommunal. Ihr bundespolitisches Image tendiert gegen Null. Niemand in Kiel, Düsseldorf oder Magdeburg weiß, was auf Bundesebene die Freien Wähler eigentlich wollen. In Europa positionieren sie sich jedenfalls als Teil der liberalen Familie in Fraktionsgemeinschaft mit der FDP, nicht als konservative Partei. Das Spitzenpersonal außerhalb von Bayern ist unbekannt. Und das bayrische Spitzenpersonal hat es versäumt, sich bei den Koalitionsverhandlungen mit der CSU bundesweit zu profilieren. Die Verhandlungen wurden so schnell durchgeführt, dass nicht nur die Abgrenzung zur CSU gelitten hat, sondern auch der Eindruck entstehen konnte, in erster Linie gehe es den Freien Wählern um Posten.⁵¹ Jetzt müssen die Freien Wähler erst einmal zusehen, wie sie in der direkten Zusammenarbeit mit der übermächtigen CSU Ansehen gewinnen.

6. Beratung der Strategie, Umsetzung, Controlling und Kommunikation

Es ist beabsichtigt, dass dieses Strategiepapier nach ausreichender Diskussion und mit den daraus erwachsenden Änderungen vom Bundesvorstand übernommen und verabschiedet wird. Das Papier sollte dann – in geeigneter Form kommuniziert – zur Grundlage von eigenen Strategien der Fraktionen und Gliederungen sowie für Wahlkampfstrategien zu den einzelnen Wahlen auf Bundesebene werden. Auf jeden Fall sollte und muss die vorliegende Strategie 2019 bis 2025 den Rahmen für die Planungen der nächsten AfD-Bundestagswahlkampagne bilden, egal ob diese 2021 oder schon früher ansteht.

⁵⁰ Die Mitgliederzahl der Freien Wähler belief sich Ende 2016 auf 4.472 Personen, davon entfielen mehr als Zweidrittel auf Bayern. Die Mitgliederzahl für Nordrhein-Westfalen wird für das Jahr 2017 mit 215 angegeben, für Sachsen mit 83 und für Berlin mit 54. Die staatlichen Zuschüsse für 2018 belaufen sich auf knapp über 1,6 Mio. Euro. Wie aus all dem eine Gegenbewegung zur AfD werden soll, ist rätselhaft. Vgl. [https://de.wikipedia.org/wiki/Freie_W%C3%A4hler_\(Bundesvereinigung\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Freie_W%C3%A4hler_(Bundesvereinigung))

⁵¹ <https://www.br.de/nachrichten/bayern/welchen-preis-zahlen-die-freien-waehler-fuer-die-macht,RA2qbqa>

ruppen sowie den Stärken und Schwächen der AfD auf
n Jahre 2025 enthält die Strategie eine Reihe von
Arbeitsaufträgen, die darauf ausgerichtet sind, die Zielerreichung sicher zu stellen. Einige
dieser Aufgaben bedürfen einer besonders sorgfältigen Analyse, auch mit Hilfe externer
Dienstleister. Der Zeitrahmen der Strategie bis 2025 stellt aber ausreichend Raum für die
Umsetzung und die Erarbeitung von Lösungsvorschlägen auch für Herausforderungen zur
Verfügung, die nicht schnell bewältigt werden können. Wünschenswert wäre angesichts des
Termins der voraussichtlich nächsten Bundestagswahl, dass ein Teil der zentralen
Herausforderungen bereits bis zum Jahre 2021 bewältigt sind, so dass sich die daraus
erwachsenden Erfolge bereits bei der Bundestagswahl 2021 einstellen können.

Die Strategie 2019 bis 2025 bedarf nicht nur der Zustimmung des Bundesvorstands. Der
Bundesvorstand ist auch für die Einhaltung der Strategie, die Verbreitung ihrer Inhalte und
ihre Weiterentwicklung zuständig. Er muss überwachen, dass die in der Strategie genannten
Aufgaben fristgerecht umgesetzt werden und die dafür notwendigen personellen und
finanziellen Ressourcen zur Verfügung stellen. Dazu muss festgelegt werden, welches
Vorstandsmitglied für welche Aufgabe die Verantwortung übernimmt. Zudem bedarf es eines
Controllers, der die Umsetzung der Strategie insgesamt und die Erledigung der Aufgaben
begleitet und frühzeitig auf Versäumnisse hinweist. Das kann ein Mitglied des
Bundesvorstands sein, das kann aber auch ein Externer oder ein Mitarbeiter übernehmen,
sofern er ausreichend Informationen erhält und mit dem Vorstand regelmäßig kommuniziert.
Die Ergebnisse, die sich aus der Bearbeitung der Aufgaben ergeben, sollten dem
Bundesvorstand vorgelegt gemacht und bei besonders gravierenden Punkten von diesem
genehmigt werden. Zweimal im Jahr sollte der Stand der Umsetzung der in Strategie
aufgeführten Aufgaben im Bundesvorstand ein Tagesordnungspunkt sein.

Die für eine bestimmte Aufgabe zuständigen Vorstandsmitglieder können und müssen auf den
Sachverstand innerhalb der Partei zurückgreifen, gleich ob es sich um Mitarbeiter der
Bundesgeschäftsstelle, Abgeordnete, Mitarbeiter von Fraktionen, Personen aus den
Bundesfachausschüssen oder Vertreter der Landesverbände handelt. Wo immer möglich
sollte zudem Sachverstand von außerhalb der Partei genutzt werden. Die Umsetzung der
Strategie und die Erledigung der in der Strategie formulierten Aufgaben sollten auch als
Einladung zur Diskussion, zur Kontaktaufnahme und Einbindung von Organisationen der
Bürgergesellschaft, wissenschaftlichen Einrichtungen, Medien und
Meinungsforschungsinstitutionen betrachtet werden. Die Strategiediskussion muss die AfD
interessant machen und kann als Türöffner dienen.

Die wesentlichen Inhalte der Strategie 2019 bis 2025 werden der Partei und den Gremien der
Partei in geeigneter Form vorgestellt. Es ist nicht möglich, eine detaillierte Strategie in ihren
Einzelheiten von der gesamten Partei beraten und abstimmen zu lassen. Das würde schon
dem Grundsatz widersprechen, dass in der Strategie auch offen über Schwächen gesprochen
wird und wie man diesen begegnen will – Punkte, deren Kenntnis den Gegnern der AfD

und von ihnen öffentlichkeitswirksam ausgeschlachtet die Partei die wesentlichen Ziele, Zielgruppen und Botschaften der AfD in der Auseinandersetzung mit den politischen Gegnern kennen und kommunizieren. Das ergibt sich schon aus dem Anliegen, die knappen Ressourcen auf das zu konzentrieren, was für den Erfolg der AfD relevant ist. Zugleich kann die Parteiführung aus der Diskussion mit den Mitgliedern neue Erkenntnisse zum Inhalt und zur Umsetzung der Strategie gewinnen.

Die Vermittlung der wesentlichen Inhalte der Strategie an die Parteibasis ist daher eine wichtige Aufgabe der Parteiführung.

Schließlich muss sich der Bundesvorsand darüber verständigen, inwieweit er die Strategie z.B. auch über die Medien außerhalb der Partei der Öffentlichkeit bekannt machen kann. Dadurch kann das Interesse an der AfD verstärkt werden. Ohnehin besteht in Teilen der Medien der nicht unbedingt zutreffende Eindruck, dass in der AfD alles, was gesagt und getan wird, einer strategischen Planung unterliegt, zumal Strategiepapiere der Altparteien nur sehr selten in den Medien aufgegriffen werden – sofern sie überhaupt existieren.

Das strategische Geschick der AfD wird möglicherweise ein Stück überschätzt. Aber es kann nicht schaden, wenn die Medien den Eindruck gewinnen und verbreiten, dass die Tätigkeit der AfD nicht wie die der Altparteien beliebig und je nach tagespolitischen Erfordernissen sprunghaft ist, sondern mittelfristig sorgfältig geplant und in sich konsistent ist. Die AfD als die einzige deutsche Partei mit einer überzeugenden Strategie – das wäre kein schlechtes Image.

Aufgabe 17:

Es ist unmittelbar nach der Beschlussfassung im Bundesvorstand der AfD ein Zeit-Maßnahmenplan zur Präsentation der Strategie gegenüber den Gliederungen und Gremien der Partei sowie den Medien und Organisationen der Bürgergesellschaft auszuarbeiten.

Berlin, den 31. Juli 2019

Anlage: Maßnahmen- und Zeitplan

Nr.	Termin	Maßnahmen	Federführung	Anmerkungen
1.	31.12.2020	Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation. Ziel: Lieferung von Erkenntnissen, warum bei der AfD die Wahlergebnisse bei Männern und bei Frauen, aufgeschlüsselt nach West und Ost, deutlich voneinander abweichen. Auf der Basis der Ergebnisse dieser Untersuchung ist eine (Sub-) Strategie zu entwickeln, wie der Stimmanteil der AfD bei den weiblichen Wählern insbesondere in ihren Zielgruppen erhöht und die Partei für weibliche Mitglieder attraktiver werden kann.		
2.	31.12.2020	Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation. Ziel: Liefern von Erkenntnissen, warum die AfD bei Wählern über 70 Jahren, aufgeschlüsselt nach West und Ost, bislang nur unterdurchschnittliche Wahlergebnisse erzielt. Auf der Basis der Ergebnisse ist eine (Sub-) Strategie zu entwickeln, wie der Stimmanteil der AfD bei den ältesten Wählern erhöht werden kann.		

		AfD angesprochen werden können und wie dem vorherrschenden rot-grünen Meinungsklima in den Bildungsinstitutionen Paroli geboten werden kann.		
4.	31.12.2020 30.04.2020	Untersuchungsauftrag an eine Institution oder Organisation. Ziel: Erlangen fundierter Erkenntnisse, ob und welche Teile der Nichtwählerschaft, aufgeschlüsselt nach West und Ost, für die AfD mit welchen Themen und Botschaften erreichbar sind und wie hoch der Nichtwähleranteil in den Zielgruppen der AfD ist. Erarbeiten eines Konzepts auf dieser Grundlage, wie das AfD-Potenzial in der Nichtwählerschaft angesprochen und zur Wahlteilnahme zugunsten der AfD ermutigt werden kann.		
5.	31.03.2020 30.09.2020	Auflisten aller Berufsgruppen, ethnischen Gruppen, Vereine und Verbände, bei denen die AfD ein hohes Potential an Zustimmung erwarten kann. Vorlage eines Konzepts, wie man die verschiedenen Gruppen ansprechen kann		



6.1	31.12.2019	Einrichtung einer kommunalpolitischen Vereinigung, die allen Kommunalpolitiker der AfD offensteht und ihre Arbeit unterstützt.		
6.2	30.09.2019	Die Fraktionen in Bund und Ländern prüfen, wie eine noch intensivere und zielgerichtetere interfraktionelle Zusammenarbeit gewährleistet werden kann, um die sich daraus ergebenden Synergieeffekte künftig noch besser nutzen zu können.		
7.1	30.09.2020	Vorlage eines Konzepts, das Wege zeigt, wie die AfD nachhaltige Einnahmen erzielen kann, die es ihr ermöglichen, den ihr auf Grund ihrer Stimmenzahl zustehenden Betrag aus der staatlichen Teilfinanzierung der Parteien auch tatsächlich zu beanspruchen.		
7.2	30.09.2019	Vorlage eines Konzepts, wie die AfD Einnahmen durch Spendeneinwerbung (sog. Fundraising) verbessern kann.		
8.	31.03.2020	Erstellen eines Konzepts zur innovativen Nutzung der Sozialen Medien, zur kontinuierlichen Ansprache der Zielgruppen durch die Sozialen Medien und zur Bildung einer bundesweit		



			politischen Ebene für Wahlkämpfe und Kampagnen zur Verfügung steht.	Force, die	
9.	30.06.2019		Aufstellen eines Zeit- und Maßnahmenplans, in Zusammenarbeit mit der DES, wie und auf welchen Feldern die künftige Zusammenarbeit gestaltet werden soll.		
10.1	31.10.2019		Positionierung der AfD auch in den für die Bürger relevanten Themenbereichen (z.B. Alterssicherung, Arbeitsmarkt, Pflege, Familienpolitik, Gesundheitswesen, Steuern und Abgaben, Wohnungsbau oder Bildung).		
10.2	30.09.2020		Vorlage eines Zeit- und Maßnahmenplans, bis wann welche bundespolitisch relevanten Positionspapiere zu erarbeiten sind und wie sie nachhaltig in der auch nach ihrer ersten Vorstellung in der Öffentlichkeit bespielt werden sollen.		
11.			Die Mitgliederwerbung ist zentrale Daueraufgabe und wird z.B. in der Bundesgeschäftsstelle mit entsprechenden Ressourcen ausgestattet. Neue Wege der Mitgliederwerbung werden von einer		



			zum 30. iert und		
			dem Bundesvorstand		
12.	31.12.2020	Vorlage eines Konzepts zur Zusammenarbeit mit der Bürgergesellschaft und zu besserer Verankerung der AfD in dieser.			
13.	30.06.2020	Einrichten einer Stelle bei der Bundespartei, die zum Schutz der Demokratie und der Bürgerrechte die unterschiedlichen Ansätze in den Ländern zur Bekämpfung der sogenannten „Antifa“ und anderer AfD-Hasser erfasst, koordiniert und weiterentwickelt sowie neue Ideen zur Bekämpfung des linken Extremismus erarbeitet.			www.blicknachlinks.org
14.	31.03.2020	Einsetzen einer Arbeitsgruppe, die die Herausforderungen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den kommenden Jahren analysiert und Möglichkeiten aufzeigt wie die AfD – entgegen aller aufgezeigten Widerstände und Herausforderungen – ihre politischen Botschaften und Programme effizienter verbreiten und damit ihre öffentliche Wahrnehmung verbessern kann			
15.	31.07.2019	Erstellen eines Papiers, in dem Tolerierungsmodell in Deutschland und Europa untersucht, die daraus für			



[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		Vorschläge zur kommunikativen Aufbereitung des Themas innerhalb der AfD und in der Öffentlichkeit erarbeitet werden.	ten gen und		
16.	31.12.2019	Erarbeitung einer Strategie für die Aufnahme von Außenbeziehungen.			
17.	31.12.2019	Erstellen eines Zeit- und Maßnahmenplans zur Präsentation der Strategie gegenüber den Gliederungen und Gremien der Partei sowie den Medien und Organisationen der Bürgergesellschaft			