

Albrecht von Lucke

## Von Österreich lernen ...

*Bild*, das weiß man schon lange, ist nichts gegen die »Krone«. Wer bisher bereits vorab wissen wollte, wer in Österreich die Wahlen gewinnt, musste bloß die *Kronenzeitung* und ihre Wahlempfehlung lesen. Tag für Tag erreicht die »Krone« knapp vier der 6,3 Millionen wahlberechtigten Österreicher. Damit ist sie die länderspezifisch einflussreichste Boulevard-Zeitung der Welt. Und so war auch das verhältnismäßig gute Abschneiden des sozialdemokratischen Spitzenkandidaten Werner Faymann bei den jüngsten Wahlen keineswegs Zufall, verlieh die »Krone« der SPÖ im Vorfeld doch von 35 erreichbaren Kompetenzpunkten stolze 33, seinem ÖVP-Konkurrenten Wilhelm Molterer dagegen gerade einmal 7.

Diese Wahlwerbung hatte jedoch einen gewaltigen Preis: Angesichts schlechter Umfragewerte und auf massiven Druck der »Krone« hatte die SPÖ ihre pro-europäische Politik im Vorfeld beerdigt – und wurde für diesen »Pakt mit dem Teufel« prompt mit Lobesarien des Leitartikel-Dichters Wolf Martin belohnt: »Der Faymann will die Not bekämpfen, die Lebensmittelpreise dämpfen. Doch wer verhindert's, lässt nichts zu? Die ÖVP – und die EU.« Angesichts derart massiver Wahl-Unterstützung erscheint selbst ein Vorsprung von 4 Prozent – bei 29,7 % SPÖ-Stimmen gegenüber 25,6 % für die ÖVP – keineswegs überragend.

Was die eigentlichen Wahlsieger angeht, spielt die Musik allerdings längst ganz woanders – nämlich in den Neuen Medien. Nur dadurch erklärt sich, dass die Wahlen auch einen echten Sieger kannten: die österreichische Rechte, die mit zusammen 28,2 % noch vor der ÖVP auf den zweiten Platz hochschoss. Doch hier ging die Rechnung von »Krone«-Herausgeber Hans Dichand nicht auf. Wäre es nach ihm



**Albrecht von Lucke**

(\* 1967) ist Redakteur der *Blätter für deutsche und internationale Politik* in Berlin. Im Wagenbach-Verlag erschienen: *68 oder neues Biedermeier. Der Kampf um die Deutungsmacht.*

albrecht.vonlucke@blaetter.de

gegangen, hätte Jörg Haiders BZÖ mit 27 »Krone«-Punkten nämlich deutlich vor Haiders früherer Partei FPÖ (21 Punkte) ins Ziel kommen müssen. Doch der Souverän machte in diesem Fall selbst der »Krone« einen Strich durch die Rechnung. Auch wenn die BZÖ um gut 7 auf 10,7 % zulegen, lag die FPÖ mit 17,5 % klar vorn. Und spätestens mit dem Unfalltod des Kärntner Landeshauptmanns gibt es endgültig nur noch einen starken Mann auf der österreichischen Rechten: FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache.

### Der Feschismus des 21. Jahrhunderts

In seinem Auftreten war Strache bereits vor Haiders Tod deutlich über den einstigen Kärntner Landeshauptmann hinausgewachsen. Fast mitleiderregend war es mit anzusehen, wie Strache seinem Vorgänger im Amt des FPÖ-Vorsitzenden beim Talkshow-Duell das »Du« kalt verweigerte. Strache, das ist der Haider der zweiten Potenz, der »Feschist«, wie man seinen Ziehvater einst nannte – aber des frühen 21. Jahrhunderts.

Eine ganz entscheidende Rolle spielen in diesem Konzept die Neuen Medien. Mit telegenem Auftreten und jugendtümeln- den Attributen, smartem Äußerem und blonder Freundin erreicht Strache genau jene Jungwähler, die sich immer weniger

und zunehmend gar nicht mehr über die Zeitungslektüre informieren. Kein Wunder, dass die FPÖ bereits heute bei den Erstwählern ab 16 Jahren unangefochten auf Platz 1 rangiert.

Wer seine Hoffnung hinsichtlich einer neuen Politisierung gerade auch auf das Internet bezog, sieht sich seit den jüngsten Wahlen in Österreich eines Schlechteren belehrt. Das globale Netz beschert uns heute eben nicht nur die erfolgreiche Kampagne Barack Obamas, die von der Blogger-Szene ihren Ausgang nahm, sondern auch und gerade die kommenden Straches. Schaut man auf das Erfolgsrezept dieses Feschisten der zweiten Generation kommt man am *world wide web* nicht mehr vorbei.

Denn die Nützlichkeit des Internets ist für die rechts-reaktionäre Fraktion vermutlich noch um vieles größer als für die aufgeklärt-demokratische Seite. Wer sich zuvor, durchaus mit einigem Mut, auf dem öffentlichen Marktplatz zu seiner rechten Gesinnung bekennen musste, hat es jetzt ganz einfach: Daheim, am eigenen PC, ist jeder Rechtsradikale in der Lage, seinen Ressentiments freien Lauf zu lassen und es den politischen »Feinden« mal so richtig zu zeigen. Leichter als über das Internet sind die eingängigen FPÖ-Slogans – »Asylbetrug heißt Heimatflug«, »Volksvertreter statt EU-Verräter«, »Heimatland braucht Mittelstand« – nicht unter das Volk zu bringen.

Insbesondere der Internet-Plattform *YouTube* kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Nirgendwo lässt sich die FPÖ-Werbung leichter abspielen, ohne dass man dem einschlägigen Populisten öffentlich zujubeln müsste. Hinzu kommt die faktische Ununterscheidbarkeit von Werbung und kritischen Spots – auf *YouTube* wird alles eins, kann der eigentlich kritisch gedachte Kurzfilm mit unterlegter Nazi-Symbolik zur willkommenen Werbung verklemmter Neonazis werden.

Auf diese Weise entsteht hier eine Netzwerkkultur ganz eigener Art. Getreu

dem Motto »Rechtsradikalismus leicht gemacht« lässt der moderne Biedermann den Tabubruch heute von den eigenen Idolen und Projektionsflächen wie Strache begehen und ergötzt sich derweil, bei Chips und Bier auf der heimischen Couch, an deren Respektlosigkeit. Das Netz hat die große Qualität, dass sich hier jeder, ganz im Verborgenen, seinen eigenen Reim machen kann – unerreichbar von jeder Gegendemonstration. Ganz egal also, ob in Köln der Aufmarsch der rechtsradikalen Moschee-Gegner verhindert werden konnte, im Internet kann sich noch heute jeder an Straches Philippika gegen die »Moslems« weiden. So kommt der Stra-Ché, als der er gerne posiert – mit Baskenmütze und blauem FPÖ-Stern –, als rechter Rächer der Entrechteten daher, als »Sozialrebell mit Herz und Schmä« (*Strache über Strache*) und letzter Vertreter der einheimischen Heimatlosen im eigenen Land.

Und dieser florierende Netz-Populismus zeigt offensichtlich Wirkung: Der Schriftsteller Doron Rabinovici erklärte jüngst in der *Zeit*, wie sich in Österreich, diesem »Hort der Gegenreformation«, der stets latent vorhandene rassistische Protest letztlich äußert: »In der Wahlzelle, wenn keiner zuschaut, wird rebelliert, und diese Rebellion will radikal dagegen sein – solange der Bestand dessen, wogegen sie ist, gesichert scheint.«

Die Rechtsradikalen des vergangenen Jahrhunderts setzten, von Hugenberg bis Berlusconi, stets auf ihr eigenes Medienimperium zur radikalen Umwandlung der Gesellschaft. Doch das ist mehr und mehr Geschichte: Der Feschismus des 21. Jahrhunderts kommt ohne das aus. Heute bedarf es für einen erfolgreichen rechtspopulistischen Wahlkampf weit weniger als früher – nämlich bloß erfolgreiches Medienmarketing und den im Internet jederzeit abrufbaren Tabubruch. Noch gibt Österreich dabei den einsamen Vorreiter, doch NPD und DVU dürften auch bei uns längst ihre Schlüsse daraus ziehen.