Ä1 Von unten verändern: Gemeinsam für Bayern - Arbeitsprogramm 2025/26

Antragsteller*in: Jonas Püschel (KV Augsburg-Land)

Änderungsantrag zu AP1

Von Zeile 472 bis 473 einfügen:
eine Vielfalt von Themen abdecken, die sowohl städtische als auch ländliche Umgebungen anspricht.

Soziale Medien

Soziale Medien wie YouTube, TikTok, Instagram und co sind der Hauptantrieb des gesellschaftlichen Rechtsrucks bei jungen Menschen und insbesondere junge cis-Männer aus sozial und bildungsschwachen Milieus fallen der sogenannten „Alt-Right Pipeline“ zum Opfer.

Wir wollen gemeinsam mit unseren Mitgliedern Strategien erarbeiten, wie diese auf den sozialen Medien eigenständig aktiv werden und für bzw. mit grüne Ideen Reichweite generieren können. Ein besonderer Focus sollte auf der Gestaltung von Content liegen, der die vom Rechtsruck bedrohten Demographien anspricht - ggf. auch ohne das explizite Label "grün". Ziel ist es, unseren politischen Ideen mehr Reichweite zu geben und sie auch in Kreise außerhalb unseres Kernklientels zu tragen.

Begründung

Über ein viertel der jungen Männer wählten in den Bundestagswahlen mit Zweitstimme die AfD[1] und bereits 2023 attestierte die Mitte-Studie der FES 12,3% der 18- bis 34-Jährigen ein rechtsextremes Weltbild. Junge Menschen, insbesondere junge Männer aus strukturschwachen Regionen und schlechten sozialen bzw. bildungsfernen Verhältnissen entwickeln ein rechtsextremes Weltbild. Diese Entwicklung wird entschieden befeuert von den Sozialen Medien, wo die AfD nicht nur als Partei dominiert - Inhalte der AfD auf TikTok wurden von Erstwählern im Europawahlkampf etwa doppelt so häufig angesehen wie alle Inhalte aller anderen Parteien zusammen[3] - auch ihr Vorfeld aus Influencer:innen und Fan-Accounts generiert bedeutend mehr Klicks als die Vorfelder anderer Parteien.

Eine Strukturanalyse der CeMAS zu den Bundestagswahlen 2025[4] zeigt die deutlich losere Organisationsstruktur der Social-Media Strategie der AfD auf: Wenige offizielle Accounts, dafür viele inoffizielle Accounts, die AfD-Inhalte reposten und AfD-nahen Content produzieren. Laut eines Insiders[5] habe die Partei es ihren Follower:innen nicht nur erlaubt, ihre Inhalte zu reposten oder bearbeitet wiederhochzuladen, sondern auch explizit Clips (z.B. von Veranstaltungen oder Bundestagsreden) und andere Inhalte (Sharepics…) zur Verfügung gestellt und zusätzlich Sachwerte (u.a. Smartphones[5] und Merch[6]) unter besonders erfolgreichen Beiträgen verlost. Ebenfalls scheinen sich die Fan-Accounts z.t. dezentral auf Discord-Servern und in Telegram-Gruppen zu koordinieren, wo sowohl Inhalte organisiert als auch Tipps und Tutorials zu Erstellen ebendieser geteilt werden. Influencer:innen des AfD-Vorfelds scheinen außerdem hervorragend mit der Partei vernetzt zu sein[6 7].

Und das alles ist erst der Anfang: Es steht zu befürchten, dass mit der Neugründung der Parteijugend "Jungen Patrioten" (ehemals "Jungen Alternative") sich auch die Strategie auf den sozialen Netzwerken noch einmal professionalisieren wird.

Es geht in diesem Antrag explizit nicht darum, dass wir die Strategien der AfD kopieren sollen. Vielmehr möchte ich mit der obigen Bestandsaufnahme aufzeigen, dass es allerhöchste Zeit ist, die sozialen Medien zurückzuerobern. Dazu müssen wir jedoch so schnell wie möglich anfangen zu handeln, um Gegenkonzepte und Infrastruktur zu schaffen. Dieser Antrag dient dazu, diese Intention zu verschriftlichen.

[1] https://www.bundeswahlleiterin.de/bundestagswahlen/2025/ergebnisse/repraesentative-wahlstatistik.html
[2] https://www.fes.de/referat-demokratie-gesellschaft-und-innovation/gegen-rechtsextremismus/mitte-studie-2023
[3] https://www.dw.com/de/afd-tiktok-wahlerfolg/a-70119903
[4] https://btw2025.cemas.io/artikel/strategische-inkohaerenz-zur-praesenz-der-afd-auf-tiktok
[5] https://www.youtube.com/watch?v=5mM_Akmx5h4
[6] https://www.youtube.com/watch?v=AHexmGAfxdw
[7] https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/rechtes-frauennetzwerk-instagram/