

Deutschland politisch gestalten – Das Ende der Brandmauer und der Weg in die Regierungsverantwortung

Ideen und Vorschläge zum Strategieprozess der AfD-Bundestagsfraktion

Einleitung

Die AfD hat bei der letzten Bundestagswahl einen großen Erfolg erreicht. Sie hat die SPD als zweitstärkste Kraft in Deutschland verdrängt und ist in Ostdeutschland bei weitem stärkste Kraft geworden. In Deutschland gibt es eine klare Mitte-Rechts-Mehrheit, mit der die Migrationswende und die Wirtschaftswende umgesetzt werden können.

Trotz des großen Wahlerfolges und der großen Zustimmung der Wähler verhindert die Brandmauer eine Beteiligung der AfD an der Regierung, wird die Ausgrenzung der AfD weiter fortgesetzt und die AfD sogar mit einem Verbot bedroht. Dauerhaft Volkspartei zu werden, die Brandmauer zu überwinden und den Weg in die Regierungsverantwortung zu ebnen, ist eine enorme Herausforderung, für die eine Strategie nötig ist. Das folgende Papier legt Vorschläge für einen Strategieprozess der AfD-Fraktion im Deutschen Bundestag vor.

Voraussetzung für den Einsturz der Brandmauer und Regierungsverantwortung der AfD:

Die AfD strebt Regierungsverantwortung in Deutschland an. Das Handeln der schwarz-roten Koalition belegt, dass weder eine Migrationswende noch eine Wirtschaftswende ohne die AfD als treibende Kraft in der Regierung möglich ist. Die politische Wende in Deutschland ist nur zu erreichen, wenn die AfD Regierungsverantwortung übernimmt. Damit die AfD politisch gestalten kann, muss die Brandmauer fallen.

Die Brandmauer wird fallen und der Weg für die Übernahme von Regierungsverantwortung wird offenstehen, wenn

1. die AfD bei ihren Stammwählern fest verankert ist, die die AfD aus Bindung und Überzeugung wählen; die AfD weitere Teile ihres Potentials ausschöpft und deutlich an Akzeptanz über die AfD-Wählerschaft hinaus gewinnt. (Teil I)
2. andere lagerübergreifende Koalitionen nicht mehr möglich sind, weil der Graben zwischen Union und den linken Parteien nicht mehr überbrückt werden kann. (Teil II)

Im Folgenden werden mögliche Wege skizziert, um die Voraussetzungen für solch ein Szenario zu schaffen.

I. Mehrheiten schaffen – Die Bevölkerung für die Regierungsverantwortung der AfD gewinnen

Für die Analyse teilen wir die Wählerschaft in drei für die AfD relevante Gruppen auf: die Stammwählerschaft der AfD, das Potential der AfD und das Akzeptanzumfeld:

- Zur Stammwählerschaft der AfD gehört, wer mit großer Sicherheit AfD wählt und dauerhaft an die AfD gebunden werden kann.
- Das Potential sind jene Wähler, die sich grundsätzlich vorstellen können, die AfD zu wählen und die also für die AfD als mögliche Wähler erreichbar sind.
- Das Akzeptanzumfeld sind jene Wähler, die nicht AfD wählen und auch nicht beabsichtigen, es zu tun, aber unter bestimmten Umständen eine Regierungsbeteiligung der AfD begrüßen oder wenigstens nicht ablehnen.

Laut INSA liegt die Stammwählerschaft der AfD bei ca. 18 %, zusätzlich mit den aktuellen Wählern und den potentiellen Wählern könnte die AfD bis zu 30 % der Stimmen erreichen. Doch selbst wenn die AfD ihr Potential vollständig ausschöpft, ist das kein Garant für das Ende der Brandmauer und eine Regierungsbeteiligung. Zusätzlich muss es ein Akzeptanzumfeld geben, das die AfD zwar nicht wählt, aber grundsätzlich einer Regierungsbeteiligung der AfD nicht ablehnend gegenübersteht.

Damit die AfD in Deutschland Regierungsverantwortung erreicht und die Politik in Deutschland gestalten kann, muss sie ihre Stammwähler dauerhaft an sich binden, größere Teile ihres Potentials ausschöpfen und erweitern und eine grundsätzliche Akzeptanz ihrer Beteiligung an der Gesetzgebung und Regierung bei einer Mehrheit der Wähler erreichen. Für alle drei Gruppen, Stammwähler, Potential und Akzeptanzumfeld benötigt die AfD eine ausdifferenzierte Strategie.

1. Stammwähler binden: Ostdeutsche, Arbeiter, Ländlicher Raum, Jungwähler, Russlanddeutsche

Das Ziel ist, eine enge Milieuverankerung und dauerhafte Stammwählerschaft zu schaffen. Wähler sollen nicht primär aus Protest oder Frustration die AfD wählen, sondern weil sie sich mit der AfD identifizieren. In folgenden Milieus und Regionen ist bereits eine engere Verankerung sichtbar:

Ostdeutsche, Arbeiter, bei den Bürgern in Dörfern und kleinen und mittleren Städten, Russlanddeutschen und Deutschen aus dem postsowjetischen Raum und Erstwählern, insbesondere jungen Männern.

Um die Stammwählerschaft dauerhaft an die AfD zu binden und die AfD fest in diesen Milieus zu verankern, setzt die Fraktion in drei Bereichen an:

- Die AfD-Fraktion identifiziert die politischen Interessen und Probleme dieser Gruppen und entwickelt konkrete Gesetzesinitiativen, die darauf abzielen, die konkreten Interessen der Stammwähler durchzusetzen und ihre Lebenssituation zu verbessern.
- Die AfD identifiziert die Kommunikationskanäle und schafft Beziehungsnetzwerke, um kontinuierlich und dauerhaft mit den Stammwählern zu kommunizieren.
- Die AfD arbeitet an einem positiven Selbstbild der Stammwähler und ihres Lebensgefühls, die eng mit der AfD verknüpft sind.

Die AfD richtet zu diesem Zweck Arbeitsgruppen ein, die die Interessen der Stammwähler identifizieren, eine Kommunikationsstrategie entwickeln und ein positives Bild dieser Gruppe entwerfen, z.B. Arbeiterschaft als eigentliche Leistungsträger, Ostdeutsche als Avantgarde von Demokratie und Freiheit, Landbevölkerung als Träger guter traditioneller Werte, junge Deutsche als Hoffnungsträger einer besseren Zukunft. Daraus soll ein gemeinsames Zielimage der AfD als freiheitlich-konservative Volkspartei entwickelt werden, das eine Klammer um ihre Wählerkoalition legt.

2. Potentiale identifizieren: Generation Ü-60, Frauen, Akademiker, kirchennahe Christen, große Städte

Bei bestimmten Gruppen bleiben die Wahlergebnisse deutlich zurück. Es lassen sich folgende Gruppen identifizieren, in denen die AfD ihr Potential nicht ausgeschöpft hat und die einen großen Anteil der deutschen Bevölkerung darstellen:

Frauen, Bürger mit Hochschulreife und Hochschulabschluss, Bürger in Großstädten und Metropolen, Wähler über 60 Jahre und konfessionsgebundene Christen.

Diese Gruppen sind nicht homogen und können nicht einheitlich angesprochen werden. Um diese für die AfD schwerer zugänglichen Gruppen zu vergrößern und für die AfD zu gewinnen, benötigen wir eine soziodemographische Mikroanalyse dieser Gruppen. Es müssen Teilgruppen identifiziert werden, zu denen wir eine Brücke schlagen können.

Beispiele für solche Teilgruppen:

Eine Teilgruppe der Frauen sind zum Beispiel Hausfrauen und Mütter, der Akademiker Ingenieure und Absolventen technischer Fächer, der Wähler in Großstädten und Metropolen Bürger in Brennpunkten oder Außenbezirken, bei der Generation Ü-60 Rentnerinnen mit großer Sorge vor Kriminalität oder ältere Männer mit traditionellen Werten, und eine Teilgruppe der konfessionell gebundenen Christen sind konservative Protestanten und Katholiken.

Arbeitsgruppen der Fraktion sollten sich vertieft mit den Gruppen in der Gesellschaft, in denen die AfD schwächer ist, beschäftigen. Sie identifizieren Hindernisse und Probleme bei der Ansprache dieser Gruppen und entwickeln Lösungen, finden Untergruppen, die für die AfD ansprechbar sind und schlagen Maßnahmen für Themen und eine Kommunikationsstrategie vor, um in diesen Gruppen stärker zu werden.

3. Das Akzeptanzumfeld vergrößern

Auch starke Wahlergebnisse sind kein Garant für eine Regierungsbeteiligung der AfD. So wichtig wie die Mobilisierung der Stammwähler und die Ansprache der potenziellen Wähler ist, sind konkrete demoskopische Indikatoren für das Akzeptanzumfeld: Umfragen zum AfD-Verbotsverfahren, zur Akzeptanz verschiedener Formen der Zusammenarbeit mit der AfD, zur Regierungsbeteiligung und zur grundsätzlichen Ablehnung von und zu Ängsten vor der AfD.

- Das Ziel ist den Anteil der Bürger, die Angst vor der AfD äußern, das Verbotsverfahren der AfD befürworten und eine Kooperation mit der AfD ablehnen auf unter 50 % zu senken.

Dafür ist es wichtig, durch demoskopische Erhebungen zu analysieren, welche Negativimages, Negativ-Erzählungen und Vorstellungen über die AfD existieren und wie diese vermittelt und verstärkt werden. Auf der Basis der Erkenntnisse ist dann eine eigene Strategie für eine gezielte Gegenkommunikation zu entwickeln, die die Argumente gegen die AfD widerlegt, ein positives Zielimage entwickelt und Vorschläge formuliert, wie das Akzeptanzumfeld deutlich vergrößert werden kann. Die Zielgruppe unserer Bemühungen, das Akzeptanzumfeld zu vergrößern, sind:

- Bürger, die nicht zur Wählerschaft oder zum Potential der AfD gehören und deren Ablehnung aufgrund ihrer ideologischen Verortung und Parteibindung nicht unüberwindlich ist.

II. Schwarz-Rot spalten – Lagerübergreifende Koalitionen verhindern

Mehrheiten ohne die AfD waren bislang durch lagerübergreifende Koalitionen möglich, Koalitionen der Union mit SPD oder Grünen. Die Brandmauer wird fallen, wenn diese politischen Optionen gescheitert und nicht mehr möglich sind. Die Ampel ist am Ende zerbrochen, weil die Gegensätze zwischen den Erwartungen der bürgerlichen Wähler der FDP und denen von Rotgrün am Ende nicht mehr überbrückbar waren. Das Konfliktpotential zwischen der CDU/CSU und der SPD, insbesondere zwischen dem konservativen, marktwirtschaftlichen Flügel der Union und den SPD-Linken ist ähnlich groß. Die AfD hat zwei Wege, diesen Graben zu vergrößern:

1. Die Polarisierung der Debatte führt zur Trennung des bürgerlich-konservativen Lagers vom linksradikalen Lager: Die Abgrenzung von der radikalen Linken, die für die Mehrheit der Deutschen unannehmbare Positionen vertritt, erleichtert der AfD sich als bürgerlich-konservative Kraft zu positionieren. Das Erstarken der radikalen Linken geht auf Kosten von SPD und Grünen und zwingt diese auf einen Kurs, der Einigungen mit der Union erheblich erschwert.
2. Den Druck auf die CDU/CSU erhöhen: Die AfD wird Anträge und Initiativen starten, die auf eine hohe Zustimmung innerhalb der Unionswählerschaft stoßen, insbesondere auf die Wähler, die die CDU/CSU für die Migrations- und Wirtschaftswende gewählt haben, jetzt aber von Schwarz-Rot enttäuscht werden. Neben der Migrationswende nimmt die AfD die Wirtschaftswende als zentrales

Themenfeld in den Blick, um den Druck auf die Union zu erhöhen und neue Kompetenzen und Wähler für die AfD zu erschließen.

1. Polarisierung gegen die Linke

1.1. Trennung des bürgerlich-konservativen Lagers vom linken Lager vorantreiben

Derzeit verläuft die Polarisierung in Deutschland allzu oft zwischen den AfD-Wählern und allen anderen. Unser Ziel ist eine Situation zu schaffen, in der der politische Graben nicht mehr zwischen der AfD und den anderen politischen Strömungen verläuft, sondern sich ein bürgerlich-konservatives Lager und ein sich radikalisiertes linkes Lager gegenüberstehen, vergleichbar mit der Situation in den USA.

Die Ausgangssituation für eine solche Entwicklung ist gegeben:

- Die LINKE ist zur treibenden Kraft im linken Lager geworden, was es Grüne und SPD erschwert, sich auf Kompromisse mit der CDU/CSU z.B. bei Migration und Wirtschaft einzulassen.
- Die AfD und die Linke bilden die zwei ideologischen Pole der gesellschaftlichen Auseinandersetzung. Als Gegenpol zu der ideologischen und woken Linken kann die AfD ihr bürgerliches Profil schärfen.
- Die AfD kann wesentlich dazu beitragen, dass die Auseinandersetzung in Politik und Gesellschaft zu einem „Duell“ zwischen den zwei sich unversöhnlich gegenüberstehenden Lagern wird, zugespitzt auf eine Wahl zwischen AfD und Linke: Weidel oder Reichinneck.

Die Folgen dieser Polarisierung zeigten sich bei der Bundestagswahl bereits bei den Erstwählern. Dort wurden FDP und Grüne als stärkste politische Kräfte durch AfD und Linke abgelöst. Wenn sich dieser Trend über die gesamte Wählerschaft ausbreitet, werden die politischen Pole stärker, die Gräben zwischen beiden Lagern größer. Die Gräben innerhalb der Lager, etwa zwischen AfD-Wählern und CDU/CSU-Wählern, werden kleiner. Dies auch deshalb, weil die Linke ein starkes Interesse daran hat, auch moderate konservative und CDU-nahe Positionen als AfD-nah anzugreifen.

1.2. Kommunikationsstrategie differenzieren

Thematisch, rhetorisch und argumentativ muss die Kommunikation ausdifferenziert werden, zwischen der Auseinandersetzung mit dem gegnerischen linken Lager und der Auseinandersetzung innerhalb des bürgerlich-konservativen Lagers.

- Die Auseinandersetzung mit dem linken Lager wird auf grundsätzlicher Ebene geführt mit dem Schwerpunkt auf gesellschafts- und kulturpolitischen Grundkonflikten: Familie versus Gender, Nation versus offene Grenzen, Freiheit versus Sozialismus.
- Die Auseinandersetzung mit der Union muss vor allem um die Themen Glaubwürdigkeit und Vertrauen geführt werden, konkret um das politische Versagen bei der praktischen Umsetzung der Migrations- und Wirtschaftswende.

Im Kulturkampf mit der Linken positioniert sich die AfD als einzige relevante Gegenkraft. Im politischen Wettbewerb mit der CDU/CSU als das glaubwürdige Original, das liefert, was die Union im Wahlkampf nur versprochen hat.

2. Politischer Druck auf die Union

2.1. Die AfD kann mit Wechselwählern von der CDU/CSU stärkste Partei werden

Die CDU/CSU hat bei der Bundestagswahl 2025 vier Millionen Wähler von SPD, FDP und Nicht-Wählern gewonnen. 1,76 Millionen Wähler von der SPD, 1,35 Millionen Wähler von der FDP und 0,9 Millionen Nicht-Wähler haben die Union gewählt. Diese Neuwähler der Union gaben als Grund für ihre Wahlentscheidung an, dass die CDU/CSU nach Merkel ihren Kurs geändert habe. Wirtschaftswachstum, innere Sicherheit und Zuwanderung waren die wichtigsten Themen der Wähler von CDU/CSU.

Wenn es der AfD gelingt, diese Wechselwähler von der CDU/CSU zu gewinnen, wird sie stärkste Kraft und verdrängt die Union auf den zweiten Platz. Gewinnt die AfD diese vier Millionen Wähler, steigt die absolute Zahl ihrer Wähler von zehn Millionen auf 14 Millionen. Das entspräche einem Wahlergebnis von ca. 28 %, was weitgehend dem gemessenen Wählerpotential der AfD entspricht. CDU/CSU würde entsprechend an Stimmen verlieren und sogar noch schlechter abschneiden als 2021, als sie mit ihrem Kanzlerkandidaten Armin Laschet historisch niedrige 24 % erreichte.

Dafür, dass es gelingen kann, diese Neu-Wähler der Union zum Wechsel zur AfD zu bewegen, spricht:

- dass diese Neu-Wähler der CDU/CSU sich ohnehin wechselbereit gezeigt haben
- dass sie aus Protest gegen die Ampel CDU/CSU gewählt haben
- dass sie in der Innen- und Wirtschaftspolitik mit den Positionen der AfD übereinstimmen
- dass die Union durch ihre Koalition mit der SPD diese Wählergruppen enttäuscht

Der Weg, diese früheren SPD, FDP und Nicht-Wähler zu gewinnen, die bei dieser Wahl der Union ihre Stimme gegeben haben, liegt neben der Migrationspolitik in der Schlüsselfrage der Wirtschaftskompetenz.

Die Union steht vor dem Dilemma, dass Kompromisse mit der SPD es der AfD erleichtern, diese Wähler von der Union zu gewinnen – der Kampf um diese Wähler sie aber zwangsläufig in Konflikt mit der SPD und den Grünen bringt.

2.2. Die AfD als Partei der Sozialen Marktwirtschaft: Die CDU/CSU bei der Wirtschaftskompetenz überholen

Der „Markenkern“ der CDU/CSU lag in der Wirtschafts- und Finanzkompetenz. In den Kompetenzzuschreibungen der Wähler lag sie vor der Bundestagswahl weit vor allen anderen Parteien. „Wirtschaftswachstum“ war ein zentrales Motiv für die Wahl der CDU/CSU. Die AfD hat in diesen Kompetenzfeldern gegenüber der letzten Bundestagswahl stark zugelegt, lag aber noch deutlich von den Kompetenzwerten der Union entfernt, anders als bei der Migration, wo die Kompetenzzuschreibungen enger beieinander lagen.

Die Wirtschaftskompetenz ist die Schlüsselfrage, um das Potential auszuschöpfen, Wechselwähler der Union zu gewinnen und Akzeptanz für die Regierungsverantwortung der AfD zu vergrößern. Das Ziel ist es, den Abstand zur Union bei der Zuschreibung der Kompetenzen in den Bereichen Wirtschaft und Finanzen wesentlich zu verringern und die Union schließlich zu überholen. Die AfD muss in den Augen der Wähler nicht nur für die Migrationswende, sondern auch für die Wirtschaftswende stehen.

Die Ausgangssituation dafür ist gegeben:

- Die Aufhebung der Schuldenbremse kostet die Union erheblich an Glaubwürdigkeit. Die wachsende Staatsverschuldung und Zinslast wird in den nächsten Jahren zum Dauerthema werden.
- Durch die Koalition mit der SPD sind weiterreichende und notwendige Strukturreformen praktisch unmöglich. Die massiven Probleme des Wirtschaftsstandortes Deutschland und der sozialen Sicherungssysteme lassen sich auf dem kleinsten gemeinsamen Nenner von CDU/CSU und SPD nicht lösen.

- Die AfD kann sich marktwirtschaftliche, ordnungspolitische und finanzpolitische Forderungen und Programmpunkte zu eigen machen, ohne dass die Union durch ihre Gefangenschaft in der Koalition mit der SPD dem etwas Glaubwürdiges entgegenhalten kann.
- Die AfD ist die einzige Partei, die sich ohne Rücksicht auf linke Klimadiskurse zum Wirtschaftswachstum bekennen kann und in dem zentralen Energiethema ohne ideologische Beschränkungen agieren kann.

Das Thema Wirtschaftswachstum und das damit verbundene Wohlstandsversprechen kann neben den Themen Migration und Innere Sicherheit ein weiteres Standbein für die AfD sein und zugleich die Klammer zwischen den verschiedenen Wählergruppen der AfD: von den Arbeitslosen über die Arbeiter bis zu den Selbständigen, von den früheren SPD bis zu den früheren FDP-Wählern und damit auch zu den Wechselwählern der CDU/CSU.

3. Außenpolitik soll keine zusätzlichen Probleme schaffen

Sowohl die Stammwählerschaft als auch die potentiellen Wähler der AfD sind vor allem durch innen- und wirtschaftspolitische Positionen anzusprechen. Die außenpolitische Positionierung der AfD hat die Aufgabe, Kontroversen innerhalb der eigenen Wählerschaft zu vermeiden, Angriffsflächen zu minimieren und dazu beizutragen, das Akzeptanzumfeld der AfD zu vergrößern. Aufgabe der AfD-Außenpolitik ist die Gefahr potentieller innerer Konflikte und negative Effekte für die AfD vorzeitig zu identifizieren und durch eine kluge Positionierung und eine innerhalb der Fraktion abgestimmte, stringente Kommunikation zu verhindern.

Ausblick: Die Erfahrung und Kompetenz der Abgeordneten nutzen

Eine Gesamtstrategie, insbesondere im Hinblick auf die vielen verschiedenen Wählergruppen, sollte die Erfahrungen und Kompetenzen der Abgeordneten der Bundestagsfraktion nutzen. Die Fraktion verfügt über ein umfassendes Wissen aus den Wahlkreisen, aus den Bürgerkontakten und ein mit keiner anderen Fraktion vergleichbares Reservoir an Lebens- und Berufserfahrung.

Im Strategieprozess selbst entstehen neue Ideen, insbesondere in der Ansprache der Stammwähler, des Potentials und des Akzeptanzumfeldes, aber auch bei den Überlegungen, die Brandmauer abzubauen und den Weg zur Regierungsfähigkeit zu eröffnen. Arbeitsgruppen zu einzelnen Wählergruppen ermöglichen es, jenseits der üblichen Zuschnitte politischer Themenfelder über den Zugang zu den verschiedenen Zielgruppen und die Lösung der skizzierten Probleme zu sprechen, Erfahrungen zu nutzen, Ideen zusammenzutragen, zur Verfügung stehende Quellen zu nutzen, damit sie in die Gesamtstrategie einfließen können.

Die sozioempirische Auswertung und Analyse und strategische Anpassung ist dabei eine Daueraufgabe mit dem Ziel, unseren Erfolg zu optimieren und die politische Wende in Deutschland möglich zu machen.