



2021/44 Inland

<https://shop.jungle.world/artikel/2021/44/breitbarts-deutsches-bruederchen>

Das der Union nahestehende Medienprojekt The Republic

Breitbarts deutsches Brüderchen

Von **Dominik Lenze**

Die der Union nahestehende Kampagnenagentur The Republic betreibt Propaganda gegen einen angeblichen Linksruck der Gesellschaft.

Deutschland am Abgrund, bedroht von radikalen linken Kräften: Dieses Bild zeichnet das Werbevideo, mit dem das neue CDU-nahe Medienprojekt The Republic an die Öffentlichkeit trat. Mit martialischem Dröhnen unterlegt sieht man dort Kevin Kühnert, wie er von Enteignung spricht, linke Ausschreitungen am 1. Mai, Politikerinnen der Grünen, Hausbesetzerinnen in Friedrichshain und die sexuellen Übergriffe am Kölner Hauptbahnhof an Silvester 2015 – all das wird in einer diffusen Drohkulisse vermengt. »Deutschland steht am Scheideweg«, heißt es zum Schluss, und: »Gemeinsam in die Offensive!«

Linksradikale mit den Grünen in einen Topf zu werfen, eine linke Bedrohung der Nation zu konstruieren, die auch noch Schuld an sexuellen Übergriffen von Migranten sein soll – das erinnert durchaus an Motive, die sonst eher von der AfD bedient werden. Doch The Republic wirbt auf Twitter mit dem Konterfei bekannter CDU-Politiker, mit Konrad Adenauer, Franz Josef Strauß und Helmut Kohl. Die Website, die Artikel im reißerischen Boulevardstil veröffentlicht, wird zwar nicht von der CDU betrieben, kommt aber aus dem Umfeld der Unionsparteien und wird von namhaften Politikern wie etwa Friedrich Merz (CDU) unterstützt. Gründer und Eigentümer von The Republic ist Armin Petschner-Multari. Der 32jährige war bis September »Communications Advisor« der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und unter anderem für den Youtube-Kanal der CSU verantwortlich. Mit The Republic will er nach eigenen Angaben eine »bürgerliche Gegenöffentlichkeit« aufbauen.

Ein später gelöschter Artikel beklagte die »Nichtanerkennung von militärischen Leistungen und Opfern« der »Großvätergeneration und Soldaten der Wehrmacht«.

Gelingen soll dies offenbar, indem Feindbilder des Rechtspopulismus bedient werden – zum Beispiel ein angeblich links unterwanderter öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Rechtskonservative und -extreme haben sich dabei vor allem auf als linksliberal geltende Journalisten wie etwa Georg Restle eingeschossen, der das ARD-Magazin »Monitor« moderiert. Auch The Republic bebildert die Forderung »Rundfunk reformieren« mit Restles Gesicht und verbindet das mit der Forderung, »die politische Neutralität der Rundfunkanstalten« sicherzustellen.

Noch näher an rechtspopulistische Vorstellungen kommt The Republic mit der Behauptung, die radikale Linke werde mit Steuermitteln gefördert. Die Vorsitzende der Amadeu-Antonio-Stiftung, Anetta Kahane – ebenfalls ein wichtiges Feindbild von Rechtsextremen –, sei die Drahtzieherin einer »großen Umerziehungskampagne« von Klimaschützerinnen und Antirassistinnen: »In Deutschland wird ein undurchsichtiges Netzwerk radikaler Aktivisten mit reichlich Steuermitteln gefördert. (...) Damit muss Schluss sein. Wir wollen Krawallmachern wie Anetta Kahane zügig den Geldhahn zudrehen«, hieß es noch im Oktober auf der Website in der Rubrik »Kampagnen«. Daneben sah man das Konterfei der Stiftungsvorsitzenden.

Inzwischen wurden das Bild und auch Kahanes Name ohne Begründung von der Website entfernt. Auch ein anderer Artikel verschwand nach dem Launch der Website schnell wieder. In diesem war zu lesen, dass Kritik an der militaristischen Inszenierung des »Großen Zapfenstreichs« zum Ende des Afghanistan-Einsatzes, wie sie beispielsweise Jan Böhmermann geäußert hatte, »zersetzend« sei. Dagegen müsse die Bundeskanzlerin einschreiten, womit freilich nicht zu rechnen sei, denn es gelte »ja in diesem Falle nicht, eine demokratische Wahl rückgängig zu machen, sondern sich »nur« gegen die Diffamierung« von Soldaten zu stellen«. Das ist eine indirekte Kritik daran, dass Angela Merkel (CDU) interveniert hatte, nachdem sich Thomas Kemmerich (FDP) mit den Stimmen von CDU und AfD zum thüringischen Ministerpräsidenten hatte wählen lassen. Derselbe Artikel beklagte außerdem die »Nichtanerkennung von militärischen Leistungen und Opfern« der »Großvätergeneration und Soldaten der Wehrmacht«.

Dass Staat und gesellschaftliche Institutionen von linken Kräften unterwandert seien, die eine »Umerziehungskampagne« betrieben – solche Positionen wurden in den Unionsparteien bisher eher von marginalen Kräften wie der Werteunion vertreten. »Das sind die klassischen Feindbilder aus den gängigen Verschwörungserzählungen«, sagt die Psychologin Pia Lamberty vom gemeinnützigen Think Tank Cemas (Center für Monitoring, Analyse und Strategie) der Jungle World. Die Themen von The Republic seien zumindest Türöffner in die Gedankenwelt des Rechtspopulismus.

Die Unterstützung durch Friedrich Merz legt die Vermutung nahe, dass The Republic darauf zielt, den Kurs der Unionsparteien in der Post-Merkel-Ära zu beeinflussen – nach rechts. Geplant wurde das offenbar schon vor der für die Unionsparteien desaströsen Bundestagswahl. The Republic wurde am 19. März als GmbH gegründet, dem Handelsregisterauszug zufolge mit einem Stammkapital von 25 000 Euro. Dieses soll von Gründer und Chef Petschner-Multari stammen. Ziel des Unternehmens ist demnach die »Veröffentlichung von journalistischen Inhalten (...), die Planung und Durchführung politischer Kampagnen, die Organisation von Veranstaltungen und die Beratung politischer Akteure«.

Angemeldet wurde die Website bereits im Mai. Seitdem soll das Kapital der Firma durch private Spenden auf 200 000 Euro angewachsen sein, wie Petschner-Multari verschiedenen Medien mitteilte. Bei einem Spenden-Dinner im August in Leipzig habe man unter anderem Merz und Stefan Müller, den Parlamentarischen Geschäftsführer der CSU-Landesgruppe im Bundestag, als Unterstützer gewinnen können, berichteten die Zeitungen Bild und Welt.

Sitz des Unternehmens ist dem Impressum zufolge ein Coworking Space in Berlin, in dem nach eigenen Angaben nicht einmal zehn Angestellte beschäftigt sind. Darüber hinaus spricht Petschner-Multari von rund 1 000 »freien Mitarbeitern«. Johannes Hillje, ein

Politikwissenschaftler und politischer Berater, glaubt, deren Aufgabe bestehe in der Verbreitung der Inhalte von The Republic in den Sozialen Medien: »Es geht ja nicht um die Website, sondern um Stimmungsmache auf Social Media«, sagt er der Jungle World.

Hillje, der 2017 in seinem Buch »Propaganda 4.0« die politische Strategie der AfD beschrieben hat, sieht die Vorbilder für den Medienaktivismus von The Republic in den USA: »Die Agenda ist nicht dieselbe, aber von der Kommunikationslogik und Strategie erinnert The Republic an Breitbart«, sagt Hillje. »Es ist eine parteiische Plattform, die vorgibt, Nachrichten zu produzieren.« Hierfür griffen die Macher von The Republic zum Beispiel auf Agenturmeldungen zurück und redigierten diese in ihrem Sinne. Es gehe nicht um herkömmliche Öffentlichkeitsarbeit, sondern um Stimmungsmache und »das Prinzip, dass man als politische Bewegung zum Medium wird«.