

Moritz Wullenkord
Rechte Zukunftsbilder

Journal für Psychologie
33. Jahrgang • 2025 • Heft 2

Psychosoziale Perspektiven auf Bild und Bildlichkeit
Herausgegeben von Sandra Piontek
Agneta Probyn und Paul S. Russell

Sandra Piontek & Jürgen Ströbele: Was Innabits kuschelt in der Perspektive der relationalen Hermeneutik und Kulturspsychologie. Theoretische und methodische Anmerkungen zu einer interdisziplinären Arbeit.
Bildes. Über mediale Organisationsformen des Seins • Roswitha Brecker:
Soziale Medien und Sozialen Grafiken im Zeitalter der Bildlichkeit
• Thomas Steverke: Zur Soziopsychologischen Analyse der Mensch-Apo-
theose. Eine Kritik am soziopsychologischen Verständnis der sozialen und
praktischer Anerkennung • Moritz Wullenkord: Rechte Zukunftsbilder. Zur
soziopsychologischen Analyse der Rechten Zukunftsbilder und soziopsychologischen
Zukunftsphantasien • Patrick Felix Krüger & Knut Martin Stöckel:
Der Ausdruck als Formular. Zur soziopsychologischen Analyse von Gedächtnis-
und Erinnerungsphantasien der Rechten Zukunftsbilder • Monique Kasten: Von der Erfindung zur
Illustration in der interdisziplinären Auseinandersetzung mit Widerstand.

ISSN 0942-2285 Psychosozial-Verlag

34139

Impressum

Journal für Psychologie
Theorie – Forschung – Praxis
www.journal-fuer-psychologie.de

ISSN (Online-Ausgabe): 2198-6959
ISSN (Print-Ausgabe): 0942-2285

Das *Journal für Psychologie* wird gefördert von der Bertha von Suttner Privatuniversität St. Pölten (suttneruni.at) und vom Hans Kilian und Lotte Köhler-Centrum (KKC) für sozial- und kulturwissenschaftliche Psychologie und historische Anthropologie an der Ruhr-Universität Bochum (kilian-kohler-centrum.de).

33. Jahrgang, 2025, Heft 2
Herausgegeben von Sandra Plontke, Aglaja Przyborski und Paul S. Ruppel

<https://doi.org/10.30820/0942-2285-2025-2>
ISBN der Print-Ausgabe: 978-3-8379-8505-4

ViSeD

Die HerausgeberInnen; bei namentlich gekennzeichneten Beiträgen die AutorInnen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall eine Meinungsäußerung der HerausgeberInnen, der Redaktion oder des Verlages dar.

Herausgebende

Mag. Andrea Birbaumer, Wien · Prof. Dr. Martin Dege, New York City · Dr. Peter Mattes, Berlin · Prof. Dr. Günther Mey, Magdeburg-Stendal/Berlin · Prof. Dr. Aglaja Przyborski, St. Pölten · Paul Sebastian Ruppel, Bochum · Prof. Dr. Ralph Sichler, St. Pölten

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Molly Andrews · Prof. Dr. Thea Bauriedl · Prof. Dr. Jarg Bergold · Prof. Dr. Klaus-Jürgen Bruder · Prof. Dr. Stefan Busse · Prof. Dr. Tanja Eiselen · Prof. Dr. Jörg Frommer · Prof. Dr. Heiner Keupp · Prof. Dr. Carlos Kölbl · Prof. Dr. Helmut E. Lück · PD Dr. Günter Rexilius · Prof. Dr. Dr. h.c. Wolff-Michael Roth · Prof. Dr. Christina Schachtner · Prof. Dr. Rudolf Schmitt · Prof. Dr. Ernst Schraube · Prof. Dr. Margrit Schreier · Prof. Dr. Hans-Jürgen Seel · Dr. Michael Sonntag · Prof. Dr. Hank Stam · Prof. Dr. Irene Strasser · Prof. Dr. Dr. Wolfgang Tress · Prof. Dr. Jaan Valsiner · Dr. Barbara Zielke · Prof. Dr. Dr. Günter Zurhorst

Erscheinen

Halbjährlich als digitale Open-Access-Publikation und parallel als Print-Ausgabe.

Verlag

Psychosozial-Verlag GmbH & Co. KG
Gesetzlich vertreten durch die persönlich haftende Gesellschaft Wirth GmbH,
Geschäftsführer: Johann Wirth
Walltorstraße 10, 35390 Gießen, Deutschland
info@psychosozial-verlag.de
www.psychosozial-verlag.de

Druck und Bindung

Books on Demand GmbH, In de Tarpen 42
22848 Norderstedt, Deutschland
Printed in Germany

Abonnentenbetreuung

aboservice@psychosozial-verlag.de

Bezug

Jahresabonnement 49,90 € (zzgl. Versand)
Einzelheft 29,90 € (zzgl. Versand)
Studierende erhalten gegen Nachweis 25% Rabatt auf den Preis des Jahresabonnements.
Das Abonnement verlängert sich um jeweils ein Jahr, sofern nicht eine Abbstellung bis acht Wochen vor Beendigung des Bezugszeitraums erfolgt.

Anzeigen

Anfragen richten Sie bitte an den Verlag:
anzeigen@psychosozial-verlag.de

Datenbanken & Repository

Das *Journal für Psychologie* wird u.a. indexiert/gelistet in: DOAJ, google scholar, PsychArchives, PsycINFO, PSYNDEX



Die Beiträge dieser Zeitschrift sind unter der Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Lizenz (CC BY-NC-ND 4.0) lizenziert. Diese Lizenz erlaubt die private Nutzung und unveränderte Weitergabe, verbietet jedoch die Bearbeitung und kommerzielle Nutzung. Weitere Informationen finden Sie unter: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgehnigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Rechte Zukunftsbilder

Zur ikonischen Artikulation ethnisch-kultureller Volkskonzepte in rechtspopulistischen Zukunftsimaginationen

Moritz Wullenkord

Journal für Psychologie, 33(2), 106–129

<https://doi.org/10.30820/0942-2285-2025-2-106>

CC BY-NC-ND 4.0

www.journal-fuer-psychologie.de

Zusammenfassung

In diesem Beitrag plädiere ich für eine bildhermeneutische und kommunikationsmodalitäts-sensible Perspektive auf rechtspopulistische Zukunftsimaginationen im Kontext der Partei *Alternative für Deutschland*. Dafür analysiere ich exemplarisch zwei *Sharepics* der Kampagne der Partei im Rahmen des Bundestagswahlkampfes 2025. In einem ersten Schritt analysiere ich die beiden Bild-Text-Kompositionen mittels sozial- und kulturwissenschaftlich informierter bildhermeneutischer Methodik. Dabei zeigt sich, dass das ikonische Material gerade in und durch seine Ikonizität wirkt und daher nicht als bloße visuelle Illustration weitgehend textuell verfasster rechtspopulistischer Zukunftsimaginationen betrachtet werden sollte. In einem zweiten Schritt vergleiche ich das Volksbild im ikonischen Material mit dem Volksbegriff des dazugehörigen Wahlprogramms. Dabei stelle ich heraus, dass das Volksbild des ikonischen Materials ethnisch-kulturell konturiert wird, während der Volksbegriff des Wahlprogramms kulturelle Zugehörigkeitskriterien anlegt, und ordne dies ein als Hinweis auf die Bedeutung der Kommunikationsmodalität für die Artikulation politisch brisanter Aussagen.

Schlüsselwörter: Rechtspopulismus, Alternative für Deutschland, ikonische politische Kommunikation, Zukunftsimagination, rechtspopulistische Affekte, rechtspopulistische Volksbegriffe

Right-Wing Future Imaginaries

On the Iconic Articulation of Ethno-Cultural Notions of »the People« in Right-Wing Populist Visions of the Future

In this paper, I argue for a hermeneutic and communication modality-sensitive approach to right-wing populist future imaginaries in the context of the German party *Alternative für Deutschland* (*Alternative for Germany*). To this end, I analyze two exemplary social me-

dia graphics from the party's 2025 federal election campaign. In a first step, I examine the two image-text compositions using a social and cultural studies-informed visual hermeneutic methodology. The analysis reveals that the iconic material exerts its effect precisely in and through its iconicity and should therefore not be regarded merely as a visual illustration of predominantly text-based right-wing populist future imaginaries. In a second step, I compare the image of »the people« conveyed in the visual material with the concept of »the people« articulated in the party's corresponding manifesto. I show that the visual material constructs an ethnoculturally defined image of »the people«, whereas the manifesto relies on cultural criteria of belonging. I interpret this as an indication of the relevance of the communication modality for the articulation of politically sensitive content.

Keywords: right-wing populism, Alternative für Deutschland (Alternative for Germany), iconic political communication, future imaginaries, right-wing populist affects, right-wing populist concepts of »the people«

1 Einleitung

»Zeit für unsere Zukunft« – so überschreibt die *Alternative für Deutschland* (AfD) Werbematerial im Rahmen ihrer Wahlkampfkampagne zur Bundestagswahl 2025 (AfD 2025a). Gelten rechtspopulistische Parteien im Allgemeinen eher als rückwärtsgewandte Bewahrerinnen nationaler, als gefährdet oder bereits verloren geglaubter Traditionen, fordert die AfD hier »unsere Zukunft« ein.¹ Dabei stellt sich die Frage, wessen Zukunft gemeint ist. Wer ist das »Wir«, für dessen Zukunft hier politisch gestritten werden soll, und wie konstituiert es sich? Da der Rechtspopulismus sich stets auf ein Volk beruft, als dessen Vertreter er sich versteht (Mudde 2004; Mudde und Rovira Kaltwasser 2013), kann davon ausgegangen werden, dass es sich um die Zukunft des von der AfD angerufenen Volkes handelt.

Diese Anrufung ist als »Interpellation« (Althusser 2019, 88–9) Teil der parteipolitischen Strategie und muss, so der Ausgangspunkt dieses Beitrags, im Kontext des für den Rechtspopulismus zentralen, neurechten Zukunftsnarrativs des sogenannten Großen Austauschs (Camus 2022) verstanden werden. Das Volk, das von der AfD angerufen wird, ist nämlich im Sinne dieses Narrativs in seinem Fortbestand bedroht: In den Ländern des globalen Nordens – insbesondere in Europa – finde ein systematischer Bevölkerungsaustausch statt. Das einheimische Volk werde durch Immigration und höhere Geburtenraten muslimischer Zuwander:innen allmählich ersetzt. Dieser Prozess werde von kosmopolitisch orientierten Eliten aus ökonomischen und kulturellen Gründen gefördert. Daher müsse das Volk gegen diesen Austausch politisch mobilisiert werden (Deltau 2022; vgl. weiterführend Kutscher 2023). Es bleibt jedoch offen,

welche Zugehörigkeitskriterien die AfD in Anspruch nimmt, wenn sie sich in diesem Kontext an das Volk wendet. Der vorliegende Beitrag geht dieser Frage nach und analysiert, welches Volkskonzept in der sich auf die Gestaltung der Zukunft berufenden Wahlkampfkampagne vertreten und wie dieses artikuliert wird (zum Artikulationsbegriff vgl. Laclau und Mouffe 2020, 141).

Dabei lege ich den Fokus meiner Untersuchung auf ikonisches Wahlkampfmaterial. In den Blick geraten so *Volksbilder*, wie sie in rechtspopulistischen *Zukunftsbildern* auftreten. Schließlich schreibt Martin Sellner, der als Vordenker der rechtsextremen *Identitären Bewegung* den metapolitischen Begriff des Großen Austauschs im deutschen Sprachraum etabliert hat: »Alle Metapolitik ist ganz wesentlich eine Arbeit mit Begriffen und *Bildern*« – es gehe darum, »neue Begriffe und *Bilder* zu >injizieren<< (Sellner 2022, 192; Herv. M. W.). Im vorliegenden Beitrag soll rechtspopulistische bzw. neurechte Metapolitik daher in ihrer Bildlichkeit analysiert werden. Als primärer Untersuchungsgegenstand dienen mir dabei *Sharepics* der AfD-Wahlkampfkampagne auf der Plattform *X* (AfD 2025b, c). Diese analysiere ich mithilfe sozial- und kulturwissenschaftlicher Methoden der Bildhermeneutik. Ich frage nicht nur nach dem vertretenen Volkskonzept, sondern auch danach, welche Rolle die Modalität bei der – ikonischen oder sprachlichen – Artikulation dieses Volkskonzepts spielt. Ich werde versuchen zu zeigen, dass Bilder bei einer solchen Analyse in ihrer Bildhaftigkeit ernstgenommen werden müssen und nicht als bloße Illustrationen weitgehend textlich verfasster Zukunftsimaginations gedeutet werden sollten. Schließlich wirken Bilder im Besonderen auf affektiver Ebene (Bleiker 2018, 9) – gerade auch im Kontext des Rechtspopulismus (Freistein et al. 2022). Das wird besonders deutlich in einem anschließenden Vergleich der analysierten *Sharepics* mit dem Programm der Partei zur Bundestagswahl 2025 (AfD 2025d).

Ich verfahre in meinem Beitrag wie folgt: Zunächst erläutere ich knapp bisherige Erkenntnisse zur Frage, welche Rolle Zukunftsimaginations im Rechtspopulismus der AfD spielen und inwiefern diese Imaginations auch als Bilder begriffen und analysiert werden sollten (2). Dann erläutere ich mein methodisches Vorgehen und das untersuchte ikonische Material (3). Schließlich stelle ich die Ergebnisse der empirischen Analyse vor (4) und ziehe ein Fazit (5).

2 Relevanz und Ikonizität rechtspopulistischer Zukunftsimaginations

Zukunftsimaginations sind ein zentraler Bestandteil rechtspopulistischer Temporalitätsstrukturen und sollten auch in ikonischer Form analysiert werden. Quantitative Erhebungen finden regelmäßig eine Korrelation zwischen bestimmten – insbesondere angstbesetzten – Zukunftsimaginations und einer Präferenz der AfD (z.B. Höver-

mann 2023, 20–6). Es finden sich sogar Indizien dafür, dass Zukunftsängste ein wichtigerer Prädiktor für die Präferenz der AfD sind als gegenwärtiger wirtschaftlicher Niedergang (Bayerlein et al. 2025). Die subjektive und sozial geteilte Attraktivität der AfD speziell für junge Menschen in Deutschland wurde zudem explizit mit dem Verlust optimistischer Zukunftserwartungen in Verbindung gebracht (Friedrich und Schniederjann 2024). Außerdem haben Philipp Rhein (2023) und Florian Spissinger (2024) überzeugend analysiert, dass Unterstützer:innen und Anhänger:innen der Partei subjektiv bedeutsame und politisch saliente Zukunftsimaginationen teilen.

Spissinger zeigt in seiner ethnografischen Forschung, dass das Zukunftsnarrativ des Großen Austauschs als Nukleus rechtspopulistischer Affekt- und Emotionsstrukturen fungiert. Es bewirke, dass Anhänger:innen der AfD ihre politischen Präferenzen als eine Art Notwehr erfahren und so, trotz der Anfeindungen, denen die Partei in Teilen der Öffentlichkeit zweifellos ausgesetzt ist, in der Lage sind, ein positives Selbstbild zu generieren und zu stabilisieren. Zudem erzeugen solche Zukunftsnarrative das Gefühl eines unmittelbaren Handlungsdrucks und strukturieren die alltägliche Wahrnehmung der je eigenen Umwelt entsprechend (Spissinger 2024, 53–73). Zukunftsimaginationen sind demnach nicht allein in ihrer kognitiven Struktur und Semantik zu betrachten, sondern auch in ihren affektiv-emotionalen Konsequenzen.

Das sind bedeutsame Hinweise auf die Relevanz von Zukunftsimaginationen für den Rechtspopulismus der AfD. Allerdings bleibt noch immer weitgehend außer Betracht, dass diese Imaginationen *multimodal* generiert und distribuiert werden. Die meisten Analysen konzentrieren sich auf die Untersuchung von gesprochenen und geschriebenen Texten.² Rechtspopulistische Zukunftsimaginationen werden bislang kaum im engeren Sinne als Bilder (vgl. zum Bildbegriff Utler 2024, 35–47) analysiert (eine Ausnahme findet sich z. B. bei Berg 2021). So wichtig die sprachlich-diskursiven Medien für die Bildung, Verbreitung und Aneignung von Zukunftsimagination auch sind, so sollte sich die Analyse dennoch nicht auf diese beschränken.

Dies gilt insbesondere, weil in ideengeschichtlicher Perspektive Imagination und das Entwerfen von Bildern eng zusammengehören (Jørgensen 2018, 21). Imaginierte Bilder der Zukunft informieren uns und beeinflussen unser Handeln in der realen Welt (Zittoun und Cerchia 2013). Das gilt auch für die politisch relevante Imagination kollektiver Zukünfte (Saint-Laurent et al. 2018). Hierunter verstehe ich das Entwerfen von Bildern, die sich etwa auf gesellschaftliche Zukünfte beziehen. Sie sind mental produziert, in komplexer Weise soziokulturell vermittelt und erfüllen mitunter psychosoziale Funktionen (vgl. deutlich ausführlicher Fork 2025, 74). Auf Ebene der Politik hat insbesondere Chiara Bottici (2014) vertreten, dass schon die Politik als solche nicht (mehr) ohne Bilder denkbar ist. Bilder visualisieren oder illustrieren nicht nur bestimmte politische Aussagen (z. B. als Parolen auf Demonstrationsplakaten), und sie fungieren auch nicht allein als politisches Werbemedium (z. B. auf Wahlkampfplakaten mit Ge-

sichern von Politiker:innen). Bilder vermitteln vielmehr als eigenständige Medien, die durch sprachliche Kommunikation nicht zu ersetzen sind, kollektive und politisch relevante Bedeutungen. Sie sind an der Schaffung, Erhaltung, Selbstvergewisserung und Affizierung politischer Subjekte maßgeblich beteiligt. Nicht zuletzt wird über Bilder ausgehandelt, wer zu Kollektivsubjekten wie einem Volk gehört – und wer nicht.

Für den Moment lassen sich also zwei Punkte festhalten: Erstens ist der Rechtspopulismus der AfD ein politisches Phänomen, das sich auch durch seine Zukunftsimaginations konstituiert und stabilisiert. Zweitens sind diese Zukunftsimaginations in ihrer konkreten Ausgestaltung multimodal. Sie nehmen nicht nur Text-, sondern auch Bildform an. Entsprechend müssen sie auch mit sozial- und kulturwissenschaftlich informierten Methoden der interpretativen Bildanalyse untersucht werden.

3 Methodik

In diesem Abschnitt werde ich einige methodologische Überlegungen zum Verhältnis von Bild und dessen kultureller Umwelt sowie zu diesbezüglich relevanten Analyseaspekten und -ebenen anstellen (3.1) und danach das untersuchte ikonische Material vorstellen (3.2).

3.1 Methodologische Vorüberlegungen und relevante Analyseaspekte

Methodologisch kann sich die sozial- und kulturwissenschaftliche Bildanalyse insbesondere auf einflussreiche Arbeiten aus der Kunstgeschichte stützen. Ein wesentliches Thema der einschlägigen Kontroversen, deren Inhalte hier nur angedeutet werden können, ist die Bedeutung der sog. Eigenlogik von Bildern sowie die damit verbundenen Folgen für die methodisch kontrollierte Bildanalyse (Imdahl 1996; Panofsky 1994). So wird immer wieder herausgestellt, dass Bilder im Gegensatz zu Texten in einem Modus des »Aufeinmal« funktionieren (Boehm 2014, 24) und dass sie eine eigenständige Wirkkraft entfalten (Bredekamp 2013). Ohne an dieser Stelle auf diese Debatten genauer einzugehen, möchte ich für die Zwecke dieses Beitrags festhalten, dass m. E. eine Analyse, die der formalen und strukturellen Beschreibung eines *Bildes als Bild* Platz einräumt, insbesondere im Kontext ikonischer politischer Kommunikation nicht auf eine Untersuchung von Kontextbedingungen verzichten sollte (Straub et al. 2021, 558). Die Relevanz beider Perspektiven und ihres Zusammenspiels sollte im Zuge der Darstellung der Ergebnisse der empirischen Analyse deutlich werden.

Das methodische Vorgehen dieser Untersuchung orientiert sich an Sandra Plontkes Ordnungsvorschlag analyserelevanter Elemente eines Bildes und Aglaja Przyborskis

Vorschlag zur Auswertung ikonischer Daten. Plontke begreift als analyserelevant den Bildinhalt, die formale Komposition des Bildes, seine Medialität bzw. Materialität, extraikonisches Kontextwissen (d.h. auch Verwendungskontext und Bild-Text-Zusammenhänge) und sein Verhältnis zu relevanten Vergleichshorizonten (Plontke 2022, 289–90). Diese Vergleichshorizonte können im Anschluss an die Methode der relationalen Hermeneutik u.a. empirischer oder theoretischer Art sein (Straub und Ruppel 2022, 167–70). Meine Interpretationen strukturiere ich entlang Przyborskis Analysedimensionen von vorikonografischer (was aus der gegenständlichen Welt ist auf dem Bild zu erkennen?), ikonografischer (welches u.a. narrative und allegorische Wissen kommt im Bild zum Vorschein?), ikonischer (wie gestaltet sich der Eigensinn des Bildes?) und ikonologisch-ikonischer (was ist der Dokumentsinn des Bildes?) Betrachtung (Przyborski 2018, 152–61).

3.2 Untersuchtes ikonisches Material

Das hier untersuchte ikonische Material sind sogenannte *Sharepics*, die am 9. Februar 2025 (Abb. 1, S.--nsp--113) und am 19. Februar 2025 (Abb. 2, S. 117) auf der offiziellen Seite der AfD auf der Social Media-Plattform X geteilt wurden. *Sharepics* sind digitale Bild-Text-Kombinationen, die im Kontext politischer Kommunikation zur emotionalisierenden, meinungsbildenden und mobilisierenden Verbreitung auf sozialen Medien gepostet werden. Sie funktionieren als visuelle Mikro-Botschaften und sind darauf ausgelegt, leicht geteilt (»shared«) zu werden. Die hier untersuchten *Sharepics* konnten beide ca. 46.000 Ansichten sowie 4.800 (Abb. 1) und 4.300 (Abb. 2) Likes generieren. Ich habe sie aus zwei Gründen für die Untersuchung ausgewählt: Erstens wird in ihnen bereits auf den ersten Blick das für die gesamte Kampagne und für das Narrativ des Großen Austauschs zentrale Thema der (Nicht-)Zugehörigkeit verhandelt. Zweitens haben die ausgewählten *Sharepics* mehr Ansichten und Likes als vergleichbare *Sharepics* der Kampagne (AfD 2024a; AfD 2025e) – sie sind also nach den Maßstäben der Social-Media-Kommunikation besonders erfolgreich.

Bei beiden hier analysierten *Sharepics* handelt es sich mutmaßlich um KI-generierte Bilder.³ Dies ist deswegen besonders zu berücksichtigen, da die Generierung von Bildern durch KI noch größere Gestaltungsspielräume eröffnet als auf herkömmlichem Wege erzeugte Bilder. Die *Sharepics* sind Teil der Wahlkampfkampagne der AfD zur Bundestagswahl 2025 unter dem angesprochenen Leitmotto »Zeit für Deutschland« (AfD 2025d). Mit anderen Worten: Das hier untersuchte Material ist keineswegs Produkt von Alleingängen einzelner Partefunktionär:innen, sondern von der Social-Media-Abteilung der Partei produziertes und publiziertes Material und zudem Bestandteil der bis dato umfangreichsten (und im Ergebnis erfolgreichsten) Werbekampagne der AfD.

Um die Relevanz der Plattform *X* für die AfD einschätzen zu können, sind ein paar zusätzliche Ausführungen erforderlich. So spielt *X* für die Mobilisierung der AfD in den sozialen Medien eine besondere Rolle. Auf der Plattform hat die AfD zum Zeitpunkt der Untersuchung zirka 447.300 Follower:innen. Das ist, verglichen mit anderen Parteien in Deutschland, ein leicht überdurchschnittlicher Wert.⁴ Erwähnenswert ist aber, dass auf *X* bekanntlich nicht nur eigene Posts veröffentlicht, sondern auch Posts von anderen Nutzer:innen geteilt werden können. Insbesondere werden auf der Seite der AfD regelmäßig Posts der Parteivorsitzenden und Spitzenkandidatin bei der Bundestagswahl 2025 Alice Weidel geteilt. Diese konnte infolge von öffentlichen Sympathiebekundungen und Retweets von Plattformbetreiber Elon Musk zu Beginn des Jahres 2025 einen massiven Reichweitenzugewinn verzeichnen, der sich aber vorerst auf die Plattform *X* begrenzt (Nenno und Lorenz-Spreen 2025). Weidel hat derzeit etwa 1.100.000 Follower:innen auf der Plattform, was, soweit ich sehe, den Spitzenwert unter deutschen Politiker:innen markiert. Vor diesem Hintergrund muss *X* als wichtige Kommunikationsplattform der Partei gelten.

4 Empirische Analyse: Zur Bedeutung der Ikonizität für eine Analyse des Rechtspopulismus und seiner Zukunftsimaginationen

Ich komme zur Darstellung der Ergebnisse der empirischen Analyse des ikonischen Materials. Zunächst werde ich das Material mittels bildhermeneutischer Methoden interpretierend analysieren (4.1). Dann werde ich gesondert das im ikonischen Material angelegte *Volksbild* im intermedialen Vergleich mit dem *Volksbegriff* des zur Kampagne zugehörigen Wahlprogramms analysieren und dabei auf die Bedeutung der Modalität für politische Kommunikation hinweisen (4.2).

4.1 Bildhermeneutische Analyse rechtspopulistischer Zukunftsbilder

Ich beginne mit der Darstellung der Ergebnisse der bildhermeneutischen Analyse des ersten *Sharepics* (Abb. 1) (AfD 2025b). Zunächst zur *vorikonografischen* Analyseebene. Das *Sharepic* hat eine quadratische Form und ist in zwei deutlich voneinander abgegrenzte Bildzonen unterteilt: links eine fotografische Darstellung, rechts eine grafisch gestaltete Farbfläche. Die linke Bildhälfte zeigt eine junge (höchstwahrscheinlich unter 30-jährige) Frau, mittig im Vordergrund positioniert, leicht zur Kamera gewandt, mit leicht nach oben geneigtem Kopf, geschlossenen Augen und einem leichten, offenen Lächeln. Sie trägt eine schwarze, taillierte Jacke ohne sichtbare Accessoires. Ihre Haare sind offen und hellblond und ihre Haut ist hell und ebenmäßig. Die Lichtführung ist



Abbildung 1 (AfD 2025b)

gleichmäßig und weich. Der gesamte Hintergrund besteht aus einem grün- und goldfarbenen, leicht verschwommenen Getreidefeld, das bis zum oberen Bildrand reicht. Es sind keine weiteren Objekte oder Personen zu sehen. Die rechte Bildhälfte besteht aus einer geometrischen, diagonal gegliederten Fläche in zwei verschiedenen Blautönen. In der unteren Mitte des Bildes findet sich in weißer, serifloser, fett gesetzter Großschrift der Satz: »ZEIT FÜR SICHERE GRENZEN.« Am unteren Bildrand ist in kleinerer, aber ansonsten gleicher formaler Ausgestaltung »ZEIT FÜR DEUTSCHLAND.« zu lesen. In der unteren rechten Bildecke befinden sich das AfD-Parteilogo (weiße Schrift mit rotem Pfeil) sowie links daneben ein stilisiertes Wahlkreuz, dessen Balken in den Farben weiß und schwarz-rot-gold gehalten sind. Letzterer Balken ragt leicht über den Bildrand hinaus. Die hell- und dunkelblauen Farbflächen sind scharf voneinander getrennt, was insgesamt eine deutlich segmentierte Komposition ergibt.

Damit zur *ikonografischen* Analyseebene. Die dargestellte Frau im linken Bildteil erscheint als idealisierte Figur nordeuropäischer Weiblichkeit: jung, hellhäutig, blond, freundlich. Ihr Gesichtsausdruck und ihre Haltung vermitteln Offenheit, ihre Kleidung ist zunächst betont unauffällig: gedeckte Farben, zurückhaltend und kulturell eher bürgerlich. Die schwarze Jacke signalisiert Modernität und Modebewusstsein, aber nicht zwingend Urbanität; sie verweist zwar grob auf bürgerliche kulturelle Muster, aber nicht i. e. S. auf Klassenzugehörigkeit oder Beruf, sondern gewährleistet größtmögliche kulturelle Anknüpfbarkeit. Die Mimik der dargestellten Frau ist, wie beschrieben, von einem leichten, entspannten Lächeln geprägt. Die mimische Konstellation – die geschlossenen Augen, das geöffnete Lächeln, die minimal geneigte Kopfhaltung – erzeugt eine Ambivalenz zwischen Zugänglichkeit und Entrücktheit. Das Getreidefeld im Hintergrund ist ein tradiertes kulturelles Symbol für Heimat, Fruchtbarkeit, Natur und kulturelle Ordnung. Es ruft ländliche Vorstellungen von kultureller Verwurzelung, Reprodukti-

on und Bodenständigkeit auf. Die Kombination aus weiblicher Figur und fruchtbare Landschaft aktiviert ein ikonografisches Repertoire, das traditionell mit Vorstellungen von Volk und Erde verbunden ist – ohne dies allerdings explizit zu machen.

Es liegt m. E. nahe, die dargestellte junge Frau als Allegorie des – betont schutzbedürftigen – deutschen Volkes zu interpretieren. So steht im Mittelpunkt populistischer Ideologie, wie erwähnt, stets ein bestimmtes Volkskonzept. Im Rechtspopulismus ist dies ein exklusives Volkskonzept, das kulturell bzw. ethnisch definiert wird (Mudde und Rovira Kaltwasser 2013). Dieses Volk als Frau darzustellen, kann sich im Falle des deutschen Nationalismus auf die lange Tradition der Darstellung des deutschen Volkes als Frauengestalt Germania berufen. Neben zahlreichen künstlerischen Interpretationen von z. B. Philipp Veit oder am Niederwalddenkmal finden sich etwa auf Banknoten des Deutschen Kaiserreichs auch Darstellungen von Germania als Halbfigur – ganz genau wie im hier analysierten *Sharepic*. Interessant ist der deutliche Kontrast zur Germania des Niederwalddenkmals: Dort thront Germania mit Schwert und Kaiserkrone als Symbol des neugegründeten Kaiserreichs hoch über der betrachtenden Person, während die Frau im *Sharepic* unbewaffnet und schutzlos inmitten eines Getreidefeldes abgebildet ist, das fast so hoch wie sie ist. Dabei wird auch das Geschlecht zu einem zentralen Bedeutungsträger. Weiblichkeit ist hier konnotiert mit Schutzbedürftigkeit (vgl. auch den Befund von Berg 2021). Dies wird insbesondere plausibel vor dem Hintergrund des in der öffentlichen Debatte mitunter anzutreffenden Motivs der zu schützenden einheimischen Frau. Die Inszenierung einer modern gekleideten jungen Frau in einem Getreidefeld als Germania wirkt zunächst irritierend, da sie mit etablierten ikonografischen Mustern – etwa der monumentalen Darstellung Germanias des Niederwalddenkmals oder der bäuerlich-traditionellen Frauenfigur, wie sie in nationalkonservativen Bildwelten häufig anzutreffen ist – bricht. Gerade dieser Bruch ist jedoch aufschlussreich: Er zeigt, wie das *Sharepic* mit Erwartungen spielt und vertraute Symbolik (Natur, Feld, Heimat, Volk) mit einem anderen Habitus kombiniert. Dadurch entsteht eine Bildbotschaft, die an tradierte kulturelle Muster anschließt, sie in ungewohnter Weise variiert und sie so anknüpfungsfähig für ein neues, z. B. jüngeres, Publikum macht. Kulturelle (insb. die ländliche Umgebung) und ethnische (insb. die helle Haut- und blonde Haarfarbe der Frau) Merkmale fließen zusammen in ein *ethnisch-kulturelles Volksbild*. Definiert wird so, wer zu diesem Volk gehört.

Die rechte Bildhälfte steht dem formal diametral entgegen: Sie ist abstrakt, flächig, kühl und technisch strukturiert. Die scharfkantige Linienführung, die klare Diagonale und die Farbgebung in abgestuften Blautönen evozieren Vorstellungen von Rationalität, Entschiedenheit und Kontrolle. Die visuelle Sprache erinnert stark an Prinzipien konstruktivistischer Malerei – etwa bei Moholy-Nagy oder Lissitzky –, in deren Mittelpunkt geometrische Formen stehen und die gemeinhin verbunden ist mit der Idee sozialen Fortschritts und einer bewussten Gestaltung gesellschaftlicher Institutionen. Diese gestalterischen Mittel unterstreichen visuell genau das, was die Textbotschaft

semantisch verlangt: den Schutz des ethnisch-kulturell definierten Volkes durch eine deutliche Grenzziehung.

In der Kombination beider Bildhälften ergibt sich eine ästhetische Darstellung der Simultanität von vermeintlichen Gegensätzen: Natur und Technik, Weiblichkeit und technische Rationalität, Wärme und Kühle stehen gleichzeitig nebeneinander. Die vermeintlich gegensätzlichen Komponenten konfigurieren aber nicht miteinander, sondern unterstreichen in harmonisierter Weise die Botschaft der Bild-Text-Komposition. Die politische Forderung – »sichere Grenzen« – muss so nicht als Einschränkung des Vertrauten verstanden werden, sondern als Voraussetzung für dessen Bewahrung. Das *Sharepic* suggeriert: Nur die Grenze ermöglicht das, was im linken Bildteil zu sehen ist. Die politische Forderung erscheint somit nicht repressiv, sondern präventiv und geradezu fürsorglich – die Grenze wird zum notwendigen Schutzschild des Volkes.

Nähern wir uns dem *Sharepic* nun auf der *ikonischen Ebene*. Hier blenden wir für den Moment den außerbildlichen kulturellen Kontext zumindest weitgehend aus und untersuchen die bildimmanente Logik – das Bild als Bild. Von Interesse für die Interpretation sind hier insbesondere die *planimetrische Komposition, perspektivische Projektion und szenische Choreografie*.

Zunächst zu Ersterer: Wie bereits beschrieben, dominiert eine visuelle Diagonale von links oben nach rechts unten die Bildaufteilung. Sie teilt das Bild in zwei qualitativ unterschiedliche Felder: ein fotografisches, warmes, organisches linkes Feld und ein grafisches, kaltes, strukturiertes rechtes. Diese Diagonale funktioniert als implizite Grenze – nicht als dargestellter Zaun oder Mauer, sondern als Form, die bildimmanenter Ordnung stiftet. Damit ist sie gleichzeitig Layoutstruktur und politisches Motiv. Auffällig ist das Fehlen einer sichtbaren Horizontlinie. Das goldene Getreidefeld im linken Bildbereich füllt den gesamten Hintergrund bis zum oberen Bildrand. Dadurch entsteht weder eine Tiefenperspektive noch ein auszumachender Fluchtpunkt. Was hier zur Darstellung gebracht wird, ist kein konkreter Raum. Stattdessen ergibt sich ein Hintergrund, der entzeitlicht und entlokalisiert wirkt – eine symbolische anstatt einer realen Landschaft. Die Abwesenheit einer Horizontlinie hat mehrere weitere Konsequenzen: Erstens fehlt ein Orientierungsrahmen: Wo befindet sich die Frau? Das bleibt unklar – und gerade dadurch verallgemeinerbar. Zweitens wird so Statik erzeugt – das Dargestellte ist nicht eingebettet in eine Welt, sondern ästhetisch herausgelöst und in einen symbolischen Zustand überführt. Drittens werden keine einzelnen Merkmale der Frau zusätzlich exponiert (wie dies etwa eine sichtbare Horizontlinie vermag). Auch vertikal ist das Bild klar gegliedert: Die Figur steht zentriert, ihre Körperachse bildet eine stabile Mittelachse im linken Bildfeld. Diese Symmetrie stabilisiert das Bild formal und verstärkt die ästhetische Aussage: Hier herrscht Ordnung, Ruhe und Harmonie. Interessant ist zudem, dass beide Bildhälften etwa gleich viel Fläche einnehmen. Das ist keineswegs selbstverständlich, setzen politische Plakate doch oft auf dominante

Bildanteile oder asymmetrische Gewichtung – man denke etwa an die klassischen Plakate mit den Gesichtern von Spitzenkandidat:innen. Hier dagegen wird ein statisches Gleichgewicht erzeugt – eine visuelle Balance, die Harmonie suggeriert, obwohl sich die formalen Gestaltungsmittel (»Fotografie« vs. Grafik) stark unterscheiden.

Hinsichtlich der *perspektivischen Projektion* ist zu konstatieren, dass die dargestellte Frau aus einer leicht erhöhten Betrachtungsperspektive gezeigt wird. Die Betrachtungsebene befindet sich etwas oberhalb der Augenlinie der Frau, deren Augen hingegen geschlossen sind. Diese subtile Betrachtung von oben erzeugt eine asymmetrische Blickbeziehung: Die Frau wird von oben angesehen, schaut aber nicht zurück. Sie wirkt so schützenswert, aber ohne Handlungsmacht. Dieser ikonische Analysebefund steht im Einklang mit der Analyse auf ikonografischer Ebene, nach welcher die Frau v. a. als Symbol eines durch Grenzziehung zu schützenden Volkes fungiert.

Auch eine Betrachtung der *szenischen Choreografie* verstärkt dieses Bild. Die Frau steht frontal im Bild, der Körper ist ruhig, die Hände sind nicht sichtbar und es ist, vom Lächeln abgesehen, keine weitere Handlung erkennbar. Die Frau wird so nicht als handelnde Akteurin, sondern als Trägerin von Bedeutung inszeniert. Zudem sind die fast geschlossenen Augen und der leicht geöffnete Mund homolog; das Resultat ist eine angedeutete Zuwendung zur betrachtenden Person. Die Haare der Frau bilden eine fließende Verbindung zwischen Gesicht, Körper und Hintergrund. Das Haar fällt weich über die Schultern und wird vom Sonnenlicht leicht aufgehellt, wodurch es gleichsam in das goldene Getreidefeld übergeht. Diese Verbindung erzeugt eine visuelle Kontinuität zwischen der Figur und der umgebenden Natur – die Trennung zwischen Frau und Landschaft wird zumindest aufgeweicht, und die Frau erscheint ein Stück weit als organischer Bestandteil der Landschaft.

Für die ikonische Ebene kann also geschlossen werden: Nicht nur verweisen auf einer ikonografischen Ebene die Bildelemente als kulturell etablierte Marker auf bildexterne Sinngehalte, sondern auch die bildimmanente Logik – das Bild als Bild – funktioniert auf eine Weise, die mit der bislang herausgearbeiteten Sinnstruktur in Einklang zu bringen ist.

Ikonisch-ikonologisch lässt sich das bislang Analysierte wie folgt zusammenführen: Das *Sharepic* vermittelt insgesamt das Bild eines entlang ethnischer und kultureller Kriterien definierten Volkes, das durch nationale Grenzziehungen bzw. die Stärkung bestehender Grenzen geschützt werden muss. Dabei greifen ikonografische und ikonische Aspekte ineinander. Das Volk wird symbolisiert durch eine junge, hellhäutige, blonde Frau, die in ihrer Darstellung an die Frauenfigur Germania erinnert, in ländlicher Umgebung. Diese ohnehin schon Vorstellungen von Unschuld und Schutzbedürftigkeit evozierende Darstellung wird zusätzlich durch die erhöhte Betrachtungsperspektive verstärkt. Die zentrale Forderung nach sicheren Grenzen spiegelt sich auch in der planimetrischen Komposition des Bildes: Scharfe Linien grenzen das fotografieartige Bildelement vom abstrakten, grafischen Bildelement ab: Germania wird hier durch klare Grenzen geschützt.



Abbildung 2 (AfD 2025c)

Ich stelle der Analyse des Bildes, in dem das Eigene definiert wird, nun die Analyse eines *Sharepics* gegenüber, in dem das Fremde definiert wird (Abb. 2) (AfD 2025c). Dabei beginne ich wieder mit der *vorikonografischen* Betrachtungsebene. Das *Sharepic* entstammt derselben Kampagne und ist daher im selben Kampagnendesign gehalten. Es hat abermals eine quadratische Form und ist in zwei Bildzonen gegliedert. Die linke Bildhälfte zeigt eine fotografische Szene mit einer Gruppe von (mindestens) elf jungen Männern, die vor einem Flugzeug auf dem Rollfeld stehen. Sie befinden sich in lockerer Formation, ohne erkennbare Reihenbildung oder Gruppierung. Die Gesichtsausdrücke der Männer variieren: Zwei von ihnen (vorderste Reihe, Mitte) lächeln leicht, mit offenem Gesichtsausdruck. Andere zeigen neutrale, ernste oder teilnahmslose Mienen. Kein Gesicht wirkt aggressiv oder eindeutig bedrohlich, aber auch nicht eindeutig freudig oder erwartungsvoll. Die Mimik ist insgesamt ausdrucksarm, eher ruhig. Die Körperhaltungen sind locker, aber aufrecht. Hände sind bei den meisten nicht sichtbar. Niemand macht eine Geste, es gibt keine sichtbare Interaktion untereinander. Dennoch sieht es so aus, dass die Männer auf den:die Betrachter:in zukommen. Die Männer tragen überwiegend lange, einfarbige Hemdgewänder in gedeckten Farbtönen (Beige, Grau, Blau), sowie Sandalen oder flache Schuhe. Der Hintergrund zeigt den Rumpf eines Transportflugzeugs. Der Boden des Rollfeldes ist mattgrau, der Himmel nicht sichtbar. Im Hintergrund sind in etwas größerer Entfernung schemenhaft Gebäude erkennbar. Die rechte Bildhälfte des *Sharepics* ist, wie gesagt, im selben Design wie das zuvor analysierte Bild gehalten, weswegen ich mich auf die Besonderheiten dieses *Sharepics* konzentriere. Am oberen Rand der Bild-Text-Komposition steht in großformatiger, serifenloser Großschrift: »CDU & AMPEL WOLLEN NACH DER WAHL WIEDER AFGHANEN EINFLIEGEN:«, wobei die Schrift weiß ist und lediglich »AFGHANEN« durch blaue Umrisse hinterlegt ist. In der Mitte der Kom-

position steht »ZEIT FÜR EIN ASYLMORATORIUM!« sowie ganz unten wie gehabt »ZEIT FÜR DEUTSCHLAND.«

Auf *ikonografischer Ebene* zeigt das *Sharepic* eine spezifisch gerahmte Gruppe junger Männer mit eindeutiger Markierung als nicht-deutsch und nicht-westlich, ohne individuelle Merkmale, in homogener Kleidung, neutral bis, oberflächlich betrachtet, freundlich im Ausdruck. Diese Darstellung reiht sich ein in ein bereits etabliertes ikonografisches Repertoire rechtspopulistischer Bildkommunikation, in dem Männlichkeit, Migration und Bedrohung implizit zusammengedacht werden. Die Kleidung der abgebildeten Personen (*Shalwar Kameez*), also ein kultureller Marker, verweist auf einen afghanischen Kontext – eine Referenz, die durch die Textbotschaft explizit gemacht wird. Zudem haben alle abgebildeten Personen eine dunklere Haut und dunkle Haare; Fremdheit wird also auch durch ethnische Kriterien markiert. Die Verbindung von Bild und Text stellt dabei keine dokumentierende Aussage her, sondern erzeugt ein politisch zugesetztes Szenario: Die Darstellung suggeriert, dass junge, fremd aussehende Männer von der politischen Konkurrenz – hier: der CDU – nach Deutschland »eingeflogen« würden. Das Lächeln der Männer, das grundsätzlich als eine freundliche Geste gedeutet werden könnte, wird im Rahmen der AfD-Kommunikation umcodiert: Es erscheint als Zeichen der Freude über eine – aus AfD-Perspektive – zu offene Migrationspolitik. Damit wird ein deutungsoffenes, menschliches Ausdrucksmerkmal in ein Symbol politischer Fehlentwicklung übersetzt. Das Bildmotiv wird so zur Metapher des Großen Austauschs. Bemerkswert ist die Abwesenheit von Frauen und Kindern. Die ausschließliche Abbildung von Männern steht so im Kontrast zur Darstellung des vorherigen *Sharepics*. Hier wird nicht das eigene Volk (weiblich, schutzlos und allein) durch Grenzen bewahrt, sondern das Fremde (männlich, bedrohlich und in Überzahl) durch Grenzen ausgeschlossen. Dieses Fremde wird abermals durch kulturelle (die Kleidung) und ethnische (Haut- und Haarfarbe der Männer) Merkmale bestimmt.

Auf der *ikonischen* Interpretationebene ist hinsichtlich der *planimetrischen Komposition* zunächst die bekannte Zweiteilung des Bildes zu konstatieren. Die *Betrachtungsperspektive* entspricht weitgehend einer frontalen Darstellung auf Augenhöhe. Die »Kamera« befindet sich auf Höhe der Gesichter der vordersten Männer und erzeugt dadurch ein nüchternes, dokumentarisches Bildverhältnis. Die Gruppe erscheint nicht untergeordnet oder überhöht, sondern wird aus einer distanzierten Perspektive gezeigt. Die *szenische Choreografie* zeigt eine Gruppe junger Männer, die sich in lockerem Verbund grob auf den Betrachtungsstandpunkt und damit auf die Betrachtenden zu bewegen. Die Choreografie dient dabei nicht der Darstellung individueller Körperlichkeit, sondern der Konstruktion eines kollektiven Anderen, das sich als Gruppe auf das Eigene zubewegt. Im Hintergrund lassen sich – trotz der Unschärfe – schemenhaft weitere Figuren erkennen, die offenbar aus dem, wohlgemerkt, Transportflugzeug aussteigen. Diese Andeutung einer fortlaufenden Bewegung erzeugt den Eindruck eines

ungebremsten, »grenzenlosen Zustroms«. Erwähnenswert ist hier noch das *Schärfe-Unschärfe-Verhältnis*. Die Bildschärfe ist gleichmäßig: alle Figuren sind sichtbar, aber ohne Tiefe. Es gibt keinen gezielten Fokus. Dadurch entsteht eine visuelle Gleichwertigkeit der abgebildeten Männer, die als kollektive Einheit wahrgenommen werden. Der Hintergrund – das Flugzeug – ist zwar erkennbar, aber bleibt formal unterbestimmt. Dies erhöht den Symbolcharakter: »Einfliegen« wird nicht als Vorgang, sondern als ikonisiertes Narrativ einer bedrohlichen Mobilität in Szene gesetzt.

In der *ikonologisch-ikonischen* Gesamtschau visualisiert die Szene die Vorstellung eines »unkontrollierten Zustroms« asylsuchender Männer, die – aus einem Transportflugzeug heraus auf die Betrachtenden zugehend – eine Bewegung ohne erkennbares Ziel, Ende oder Grenze darstellen. Die abgebildete Dynamik erhält so die Anmutung einer Überflutung, die sich jeder Steuerung entzieht. So wird hier das Zukunftsbild des Großen Austauschs inszeniert, demzufolge die autochthone Bevölkerung Deutschlands durch gezielte Immigration verdrängt werde. Der drohende Verlust nationaler Kontrolle, die Angst vor dem Verschwinden des Eigenen und die geschlechtlich codierte Bedrohung der »deutschen Frau« aus dem korrespondierenden *Sharepic* finden sich in der Kombination von Bildlogik und kulturellen Konnotationen. Auch ohne Frauen und Kinder zu zeigen, evoziert das Bild durch seine rein männlich besetzte Szenerie implizit die Vorstellung eines demografischen Ungleichgewichts. Abermals ergänzen sich ikonische und ikonografische Befunde bei der Ausdeutung der Bild-Text-Komposition. Das Fremde wird – ebenso wie zuvor das Eigene – durch ethnische und kulturelle Kriterien definiert. Gleichzeitig wird es entindividualisiert und als Kollektiv inszeniert. Die Bild-Text-Komposition hat zudem dokumentarischen Charakter: Gezeigt wird, »was wirklich vor sich geht«. Die dargestellte Bewegung der abgebildeten Männergruppe auf die Betrachtenden zu – ohne Blickkontakt, ohne Interaktion und vor allem ohne absehbares Ende – erzeugt eine latente Bedrohlichkeit, die nicht explizit behauptet, sondern affektiv sicht- und fühlbar gemacht wird.

In der Gesamtwirkung repräsentiert diese Bild-Text-Komposition also exemplarisch ein neurechtes, affektiv aufgeladenes Zukunftsbild, in dem eine nationale Ordnung durch migrationsbedingte Veränderung gefährdet erscheint. Das vermeintlich dokumentarische Bild erhält seine ikonologisch-ikonische Tiefenstruktur durch die ästhetische Rahmung: Die grafische Aufteilung des *Sharepics*, die typografische Überwältigung durch Forderungssätze und die visuelle Entindividualisierung der Dargestellten »dokumentieren« auf eine Weise, in der politische Deutungen nicht mehr verhandelt, sondern als unmittelbar evident präsentiert werden. Die Forderung nach einem »Asylmoratorium« erscheint so nicht als politische Position im Sinne eines diskursiven Angebots, sondern als notwendige Reaktion auf das sichtbare Zukunftsbild des Großen Austauschs. Kreiert werden hier »dramatische Temporalitäten« auf affektiver Ebene (Spissinger 2024, 49); ein Einwanderungsstopp muss her – und zwar schnell.

4.2 Ikonizität als Kommunikationsbedingung eines ethnisch-kulturellen Volkskonzepts

Im Zusammenspiel beider Bildanalysen tritt ein Befund zutage, der in seiner komplementären Struktur besondere analytische und politische Relevanz entfaltet. Ich habe darauf hingewiesen, dass die beiden analysierten Bilder Zugehörigkeit bzw. Nichtzugehörigkeit kulturell und ethnisch bestimmen. Mit anderen Worten: Zu sehen ist hier ein ethnisch-kulturelles Volkskonzept, welches zudem nicht auf die hier exemplarisch analysierten *Sharepics* beschränkt ist.⁵ Auf politologisch-evaluativer Ebene lässt sich also auf Basis des hier analysierten ikonischen Materials begründen, dass es Indizien dafür gibt, dass die AfD neben kulturellen auch bzw. sogar insbesondere ethnische Definitionsmerkmale zur Grundlage ihres Volksbegriffs macht. Das ist für die politologische Einordnung der AfD relevant. So bestätigen sich empirisch die Befunde anderer Untersuchungen (Hillje 2022; Wildt 2017). Das Vertreten eines ethnisch-kulturellen Volkskonzepts wird zudem als Indiz für die rechtsextreme Ausrichtung der Partei bewertet, da es sich regelmäßig gegen die Relevanz juristischer Volkszugehörigkeit stellt; man denke etwa an die NPD-Kampagnen gegen sogenannte »Pass-Deutsche« (Pfahl-Traughber 2019, 12–4).⁶

Ich möchte im folgenden Abschnitt aber darüber hinaus zeigen, dass die Analyse des hier behandelten ikonischen Materials auch auf psychosozialer Ebene gehaltvolle Resultate zeitigt. Im Vergleich mit nichtikonischen empirischen Daten zeigen sich Hinweise darauf, dass die Modalität politischer Aussagen eine wichtige Kommunikationsbedingung dieser Aussagen ist. Kommunikate können in unterschiedlichen Modalitäten unterschiedlich gut kommunizierbar sein. Ikonizität kann dabei insbesondere die Kommunikation von politisch und ethisch, je nach entsprechender gesellschaftlich und kulturell hegemonialer Diskursformation, brisanten Aussagen in strategischer und psychosozialer Hinsicht begünstigen. Konkret bedeutet das: Das hier herausgearbeitete ethnisch-kulturelle Volkskonzept tritt in den Bildern gerade deswegen so deutlich hervor, weil es Bilder sind. Das wird deutlich im Vergleich mit relevanten empirischen Vergleichshorizonten, die keine Bilder sind.

Ein solcher, mir sinnvoll scheinender nichtikonischer Vergleichshorizont ist etwa das Wahlprogramm der AfD zur Bundestagswahl 2025 (AfD 2025d). Die hier bislang analysierten Bilder flankieren dieses Wahlprogramm oder folgen zeitlich unmittelbar darauf. Zudem findet sich das Motto des Wahlprogramms »Zeit für Deutschland« auf den meisten der Bilder. Der Zusammenhang zwischen Bild und Text ist also in emischer Perspektive gegeben und keine nachträgliche analytische Konstruktion. Vergleicht man das Wahlprogramm mit den zuvor analysierten Bildern, ergibt sich eine eklatante Diskrepanz: Während in den Bildern, wie gezeigt, ein ethnisch-kulturelles Volkskonzept vertreten wird, fehlt die Thematisierung ethnischer Aspekte im Wahlprogramm nahezu

vollständig. Mit anderen Worten: Das durch die AfD vertretene Volkskonzept gestaltet sich modalitätsabhängig; das *Volksbild* der Social-Media-Kampagne funktioniert anders als der *Volksbegriff* des Wahlprogramms.

Um dies zu zeigen, stelle ich zunächst möglichst konzis ausgewählte Ergebnisse einer qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring 2022) des Wahlprogramms im Hinblick auf die Frage, welches Volkskonzept in diesem vertreten wird, vor. Zwar wird der implizit enthaltene Volksbegriff durch das Wahlprogramm nicht explizit definiert, er lässt sich allerdings durch verschiedene programmatische Aussagen rekonstruieren, welche ich jeweils als Ankerbeispiele im Sinne Mayrings anführe. Erstens verwendet das Wahlprogramm das Konzept Volk im Sinne einer essenzialisierten und kulturell homogenen Entität: »Unsere Identität ist geprägt durch unsere deutsche Sprache, unsere Werte, unsere Geschichte und unsere Kultur« (AfD 2025d, 128). Zweitens wird diese kulturelle Homogenität einem Multikulturalismus gegenübergestellt, der folgerichtig abgelehnt wird. »Deutsche Leitkultur statt >Multikulturalismus<« heißt es etwa in der Überschrift eines Abschnitts des Wahlprogramms (AfD 2025d, 170). Die unterstellte kulturelle Homogenität nimmt drittens eine exkludierende Funktion ein: »Die deutsche Leitkultur beschreibt unseren Wertekonsens, der für unser Volk identitätsbildend ist und uns von anderen unterscheidet« (AfD 2025d, 170). Kurzum: Das deutsche Volk wird im Wahlprogramm in homogenisierender und exkludierender Weise kulturalistisch bestimmt. Dies ist, wie ich eingangs skizziert habe, charakteristisch für rechtspopulistische Akteure und insofern nicht verwunderlich.

Vor dem Hintergrund der zuvor vorgestellten Bildanalysen ist allerdings sehr wohl bemerkenswert, dass das Volkskonzept des Wahlprogramms zwar kulturell, aber keineswegs ethnisch definiert ist. Begriffe wie »Hautfarbe«, »Abstammung« oder gar »Rasse« und »Blut« fehlen im Text vollständig und ein Begriff wie »Herkunft« wird lediglich in einem anderen Sinne verwendet (AfD 2025d, 117, 120). »Ethnisch« wird nur ein einziges Mal im Zusammenhang mit »abgeschottete[n] Subkulturen aus dem arabischen Kulturkreis« verwendet (AfD 2025d, 117). Es kann also schwerlich behauptet werden, dass das Programm sein Volkskonzept nicht nur kulturell, sondern auch ethnisch grundiert. Vielmehr wird deutlich die Kultur als innere Kohäsion und äußere Exklusion stiftende Klammer des deutschen Volkes exponiert, während ethnische Zugehörigkeit eine, wenn überhaupt, sehr untergeordnete Rolle spielt. Selbst in das Postulat eines kulturell bestimmten Volkes mischen sich relativierende Untertöne: »Muslime, die sich integrieren und unsere Grundordnung und die Grundrechte anerkennen, sind geschätzte Mitglieder unserer Gesellschaft«, liest man etwa im Abschnitt zu islamistischem Terrorismus (AfD 2025d, 121). Insgesamt sehe ich im Wahlprogramm vorrangig ein recht durchschnittliches Beispiel für das seit vielen Jahren diagnostizierte Differenzdenken, das in einem ethnopluralistischen Sinne die Differenz und Inkompatibilität verschiedener Kulturen behauptet und so von einem biologis-

tisch argumentierenden Rassismus zu unterscheiden ist (Balibar und Wallerstein 2022; Taguieff 2001).

Wirklich interessant wird dieser Befund aber erst im Vergleich mit dem Resultat der vorherigen Bildanalysen. Im Vergleich von ikonischem und textuellem Material zeigt sich, dass das ethnische Moment des von der AfD vertretenen Volkskonzepts im Bild deutlicher ausgeprägt ist als im Wahlprogrammtext. Während Letzterer primär auf kulturelle Differenzierungsmerkmale rekurriert und auf biologistische oder abstammungsbezogene Begriffe weitgehend verzichtet, lässt sich in der ikonischen Kommunikation eine spezifisch ethnische Codierung erkennen. Die Darstellung physiognomischer Merkmale – insbesondere heller Haut und blonder Haare – evoziert eine Vorstellung von ethnischer Homogenität, die sich im Programmtext nicht findet. Insofern deutet der intermediale Vergleich darauf hin, dass ethnische Vorstellungen von Volk im bildlichen Modus mit größerer Deutlichkeit artikuliert werden. Die Modalität der Darstellung erweist sich somit als bedeutsamer Faktor für die Form politischer Kommunikation.

Es fragt sich noch, warum ethnische Volksvorstellungen in ikonischer Form deutlicher als in textlicher Form kommuniziert werden. Hierfür gibt es m. E. mindestens vier plausible Erklärungsansätze, die in Teilen miteinander zusammenhängen: Eine *strategisch-juristische*, eine *diskursstrategische*, eine *affektpsychologische bzw. -soziologische* und eine *bildtheoretische* Erklärung.

Die *strategisch-juristische Erklärung* stellt darauf ab, dass Texte gemeinhin als überprüfbare und zitierfähige Dokumente gelten, und damit einer stärkeren rechtlichen und öffentlichen Kontrolle unterliegen. Vor dem Hintergrund der Beobachtung durch die Verfassungsschützämter besteht seitens der AfD ein nachvollziehbares Interesse daran, explizit biologistische Begriffe und Bekenntnisse zu ethnischen Exklusionslogiken zu vermeiden, um den Vorwurf rechtsextremer Ideologie zu entkräften. Die Bildsprache hingegen bietet größere Spielräume für die indirekte Kommunikation exkludierender Botschaften. Ihre größere Ambiguität ermöglicht es, ethnisch codierte Vorstellungen visuell anzudeuten, ohne sie explizit zu artikulieren – und ermöglicht so eine Form der kommunikativen Absicherung, die nach außen hin Abstreitbarkeit gewährleistet, intern jedoch anschlussfähig bleibt.

Eine *diskursstrategische Erklärung* verweist auf die differenzierte Adressierung unterschiedlicher Zielgruppen durch textliche und ikonische Kommunikation. Während das Wahlprogramm primär an ein breites, auch institutionell geprägtes Publikum adressiert ist – darunter Medien, Wissenschaft, politische Entscheidungsträger:innen und potenzielle Koalitionspartner:innen – und daher auf formale Anschlussfähigkeit angewiesen ist, richtet sich die ikonische Kommunikation vorrangig an die eigenen (potenziellen) Anhänger:innen. Insbesondere in sozialen Medien entfalten Bilder eine hohe mobilisierende Reichweite, da sie niedrigschwellig rezipierbar sind und affektive Anknüpfungspunkte bieten. Die bildbasierte Kommunikation erlaubt es der AfD somit,

ethnisch konnotierte Botschaften in einem Modus zu verbreiten, der nicht auf die Einhaltung etablierter Standards von Wahlprogrammen angewiesen ist.

Besondere Aufmerksamkeit möchte ich der *affektpsychologischen und -soziologischen Erklärung* widmen. In einer gesellschaftlichen Umgebung, in der ethnische Exklusion und biologistischer Rassismus zunehmend delegitimiert sind und kritisch thematisiert werden (El-Mafaalani 2020), besteht für rechtspopulistische Akteure ein doppeltes Bedürfnis: Einerseits sollen exklusive Vorstellungen von Volk kommuniziert, andererseits aber normative Tabuverletzungen vermieden werden; dies aber nicht nur aus rational-strategischen, sondern auch aus genuin affektiven Gründen. Gerade in einer Gesellschaft, in der offen rassistische Äußerungen normativ sanktioniert sind, kann das Bedürfnis bestehen, ethnische Exklusionslogiken zu vertreten, ohne sich selbst als rassistisch wahrzunehmen. Bilder leisten hier einen psychologisch entlastenden Beitrag: Sie vermitteln Zugehörigkeit und Ausschluss auf affektiver Ebene, ohne die Akteur:innen mit dem normativen Tabubruch einer expliziten Aussage zu konfrontieren. Die ikonische Modalität ermöglicht es somit, politisch und ethisch brisante Inhalte in ein subjektiv akzeptables Selbstbild zu integrieren, indem sie dabei hilft, zwischen politischer Aussage und gesellschaftlichen Erwartungen zu vermitteln. Bilder operieren auf einer oftmals vorbewussten, symbolisch aufgeladenen Ebene und erlauben so die affektive Aktivierung ethnischer Imaginationen, ohne den kognitiven Widerspruch zum gesellschaftlich akzeptierten Selbstbild – etwa dem des patriotischen, aber nicht rassistischen Bürgers – zu provozieren. Die visuelle Kommunikation fungiert damit nicht nur als strategisches Instrument der politischen Codierung, sondern auch als psychologisch entlastende Technik der symbolischen Kommunikation bei gleichzeitiger kognitiver und affektiver Selbstvergewisserung. Hier lässt sich, losgelöst vom Gegenstand des Rechtspopulismus, etwas Allgemeines über das Verhältnis von kulturell etablierten Diskursen, Affekt und Kommunikationsmodalität ablesen: Unter bestimmten diskursiven Bedingungen kann es aus affektiven Gründen naheliegen, für bestimmte Aussagen auf bestimmte Kommunikationsmodalitäten zurückzugreifen. Kurzum: Politisch Brisantes als Bild zu kommunizieren (und zu rezipieren), fühlt sich einfach besser an.

Eine vierte, *bildtheoretische Erklärung* verweist auf die Eigenlogik des Bildes in der politischen Kommunikation. Bilder operieren nicht argumentativ, sondern ikonisch behauptend: Sie stellen nicht etwas zur Diskussion, sondern zeigen etwas als Wirklichkeit (»so ist es«). Ihre Wirkmacht liegt darin, dass sie schwer zu widerlegen sind – man kann gegen sie nicht »anargumentieren« (Kanter et al. 2021, 42), sondern nur andere Bilder entgegensetzen. In dieser Form des ikonischen Behauptens liegt zugleich ihr politisches Potenzial: Sie erzeugen Evidenz, wo im Diskurs ansonsten nur Wahrscheinlichkeit herrscht. Gerade im Fall der AfD-*Sharepics* wird diese ikonische Evidenz durch Text und Grafik zugleich strategisch begrenzt und gerahmt. Die grundsätzliche Offenheit des Bildes (Deutsche können auch schwarze Haare haben) wird durch seman-

tische Elemente so gebändigt, dass ein ethnisch homogenes Volksverständnis plausibel erscheint. Die Deutung, wer zum Volk gehört, wird somit in die Wahrnehmung der Betrachtenden verlagert und entfaltet ihre Überzeugungskraft weniger – wie etwa in einem Wahlprogramm – über argumentativen Gehalt als über visuelle Selbstverständlichkeit. In diesem Sinne realisieren die Volksbilder der AfD nicht nur affektive und strategische Funktionen, sondern auch eine Form ikonischer Glaubenskommunikation, gegen deren Evidenzcharakter sich mit Worten kaum angehen lässt. Insbesondere umstrittene Inhalte lassen sich so überzeugend kommunizieren.

5 Fazit

Ich habe in diesem Beitrag für eine bildanalytische Perspektive auf rechtspopulistische Zukunftsimaginationen und politische Artikulationen im Allgemeinen plädiert. Dafür habe ich im Wesentlichen zwei Argumente entfaltet. Erstens habe ich anhand zweier exemplarischer Analysen von Bild-Text-Kompositionen herausgearbeitet, wie Bilder als rechtspopulistisches Werbemedium funktionieren. Ich habe gezeigt, dass die analysierten *Sharepics* bekannte rechtspopulistische bzw. neurechte Narrative einerseits aufgreifen und illustrieren, andererseits aber auch durch ihre funktionale Eigenlogik Affekte kreieren und verstärken. Ich hoffe, deutlich gemacht zu haben, dass das untersuchte ikonische Material als ebensolches analysiert werden muss. Es arbeitet nicht nur mit kulturell etablierten Konnotationen, sondern verwendet bestimmte planimetrische Kompositionen, Betrachtungsperspektiven und choreografische Inszenierungen, um affektiv wirksam zu sein. Damit müssen rechtspopulistische Bilderwelten mit genuin bildanalytischem Instrumentarium analysiert werden.

Zweitens hat der intermediale Vergleich des ikonischen Materials mit dem textlich verfassten Wahlprogramm der AfD gezeigt, dass politisch brisante Aussagen in Bildern deutlicher bzw. anders getätigten werden als in Texten. So zeigt das Bildmaterial ein *ethnisch-kulturelles Volksbild*, während das Wahlprogramm einen *kulturellen Volksbegriff* vertritt. Neben der Feststellung, dass dieser Befund auch politisch einige Brisanz hat, habe ich daraus geschlossen, dass aus wahlweise *strategisch-juristischen, diskursstrategischen, affektpsychologischen bzw. -soziologischen oder bildtheoretischen* Gründen ethnische Inkusions- und Exklusionskriterien einfacher, deutlicher und überzeugender im Medium des Bildes als im Medium des Textes artikulierbar sind.

Das scheint mir für zwei weiterführende Debatten relevant: Die Erforschung rechtspopulistischer Affekt- und Emotionskulturen (Hochschild 2024; Illouz 2023) kann durch den Hinweis bereichert werden, dass auch die Kommunikationsmodalität politischer Aussagen affekt- und emotionstheoretisch bedeutsam ist. Zudem ist der Befund meiner Analyse in der Untersuchung der oft behaupteten Verschiebung von Sagbarkeits-

bzw. besser: Kommunizierbarkeitsgrenzen (Biskamp 2023, 14–7) relevant. Er weist darauf hin, dass eine solche Untersuchung nicht nur die intertemporale Verschiebung von Sagbarkeitsgrenzen (welche Aussage ist heute im Gegensatz zu gestern gesellschaftlich geächtet?) in den Blick nehmen sollte, sondern auch die intermodale Verschiebung von Kommunizierbarkeitsgrenzen (was lässt sich besser, also ohne soziale Sanktionen, im Bild als im Text ausdrücken?).

Die Analyse hat also gezeigt, dass Bilder als politische Kommunikate weder epiphänen noch austauschbar sind. Vielmehr eröffnen sie durch ihre spezifische Modalität affektive Zugänge und machen so bestimmte Aussagen überhaupt erst kommunizierbar. Damit läuft meine Argumentation auf das Plädoyer hinaus, (nicht nur) den Rechtspopulismus auf kommunikativer Ebene als ein multimodales Phänomen zu begreifen. Rechtspopulistische Bilderwelten sollten daher nicht als bloße Illustration textlich verfasster Sinn- und Bedeutungsstrukturen verstanden und analysiert werden, sondern in ihrer Eigenlogik und in ihrer spezifischen Funktion innerhalb der politischen Kommunikation.

Danksagung

Ich danke Sandra Plontke, Paul Sebastian Ruppel, Jürgen Straub und Astrid Utler für wertvolle Anregungen und Kritik zu einer früheren Version dieses Beitrags.

Anmerkungen

- 1 Obschon die AfD zunehmend als rechtsradikal bzw. -extrem kategorisiert wird, kann sie gleichzeitig eine populistische Partei sein, weil die Unterscheidung populistisch/nichtpopulistisch quer zur Unterscheidung zwischen links und rechts liegt. Jedenfalls kann als Konstante der Parteigeschichte der AfD festgehalten werden, dass sie zu jedem Zeitpunkt ein Sammelbecken verschiedener und miteinander konfigurernder rechter Populismen war und ist (Biskamp 2021, 33–5).
- 2 Bei Spissinger finden sich immer mal wieder kurze Analysen von ikonischem Material, auf das er i.d.R. von den Beforschten seiner Studie selbst hingewiesen wurde (2024, 64, 77, 111, 147, 164). Bei diesen Bildern steht meistens aber letztlich doch das geschriebene Wort im Mittelpunkt. Eine methodisch kontrollierte Analyse dieses Materials unter besonderer Berücksichtigung seiner Modalität bleibt entsprechend aus. Gleicher gilt für die ebenfalls erhellende Analyse von Simon Strick (2021). Diese argumentiert zwar auf der Basis eines extrem umfangreichen Fundus ikonischen Materials, interpretiert dieses aber nicht systematisch unter Berücksichtigung seiner ikonischen Form.
- 3 In Abbildung 1 zeigt sich das zunächst anhand der Darstellung des Gesichts: Es wirkt vollkommen symmetrisch, die Haut ist makellos und frei von Poren, Unebenheiten oder kleinsten Asymmetrien, wie sie in fotografischen Aufnahmen realer Personen fast immer zu finden sind. Auch die Zahnreihe erscheint in einer unnatürlich gleichmäßigen Form und

Farbigkeit. Hinzu kommt eine generische, stockfotoartige Anmutung der gesamten Szene, die weniger wie eine dokumentarische Fotografie wirkt, sondern vielmehr wie ein synthetisches Idealbild. Diese Überästhetisierung setzt sich in der Kleidung fort, die in ihrer Glätte kaum realistische Materialstrukturen oder feine Falten zeigt. Schließlich weist auch die Bildkomposition eine gewisse Künstlichkeit auf: Der Hintergrund erscheint stark stilisiert und liefert eher eine generische Kulisse als ein tatsächlich fotografiertes Feld. Auch Abbildung 2 wirkt bei genauerer Betrachtung künstlich, weil sie eine Szenerie darstellt, die in dieser Form ziemlich unrealistisch ist. Die gezeigten jungen Männer ähneln sich stark in Gesichtszügen und Statur, was auf eine generative Reproduktion weniger »Grundgesichter« hindeutet. Zudem sind alle Figuren nahezu identisch gekleidet. Gerade diese Homogenität der dargestellten Personen, kombiniert mit der stilisierten Szene des »Aussteigens aus einem Flugzeug«, deutet weniger auf eine dokumentarische Fotografie als vielmehr auf eine synthetische Konstruktion hin. Charakteristisch für Kl-Bilder ist die Produktion solcher überzeichneten Symbolbilder, die stereotype Vorstellungen verdichten, anstatt konkrete historische Momente abzubilden.

- 4 So gibt es sowohl Parteien, die deutlich höhere Follower:innenzahlen vorweisen können (z.B. Bündnis 90/Die Grünen mit ca. 633.200 Follower:innen) als auch solche mit deutlich geringeren Follower:innenzahlen (z.B. Die Linke mit ca. 356.300 Follower:innen). Die meisten anderen Parteien haben jedoch etwas weniger Follower:innen zu verzeichnen (CDU: 405.000; SPD: 423.000; FDP: 417.500).
- 5 So finden sich in der Kampagne, zu der auch die hier analysierten Sharepics gehören, zahlreiche weitere Beispiele, in denen, zumindest *prima facie*, ebenfalls mit ethnisch-kulturellen Zugehörigkeitskriterien operiert wird. Ethnisch-kulturelle Zugehörigkeit wird etwa dargestellt durch das Bild hellhäutiger, blonder Jugendlicher, die, untermauert vom Slogan »Zeit für deine Zukunft«, in die Kamera lächeln (AfD 2025e), die Darstellung einer blonden, hellhäutigen Frau, die lächelnd ein Bierglas in die Kamera hält, während unter ihr die Parole »Zeit für unsere Kultur« prangt, und schließlich zeigt uns ein Bild vier hellhäutige Frauen (eine davon rothaarig, drei davon blond), die lächelnd und in Stewardess-Kleidung vor einem Flugzeug mit AfD-Logo – sprich: einem »Abschiebeflieger« – stehen, wobei zu lesen ist: »Nur wir stoppen das Asylchaos!« (AfD 2025f). *Ethnisch-kulturelle Nichtzugehörigkeit* wird dagegen dargestellt durch Sharepics, die etwa Männer mit dunklem Haar und dunklerer Hautfarbe zeigen, die in abgewetzter Straßenkleidung und mit Geldscheinen in der Hand angriffslustig in die »Kamera« schauen (AfD 2024b), oder finster schauende Männer mit abermals dunklem Haar und dunklerer Haut, die vom Slogan »Zeit für schnelle Rückkehr!« unterlegt sind (AfD 2024a). Jedes dieser Bilder verdiente eine eigene detaillierte Analyse (zum Beispiel auch im Hinblick auf die bedeutungstragenden Geschlechterverhältnisse), doch erkennbar scheint mir zu sein, dass auch in diesen Bild-Text-Kompositionen ethnische und kulturelle Symbole zu einem ethnisch-kulturellen Volkskonzept zusammenfließen.
- 6 Wohlgemerkt war das deutsche Staatsbürgerschaftsrecht bis zur Jahrtausendwende tatsächlich ethnisch grundiert. Eine Erörterung dieses Umstands sprengte aber hier den Rahmen.

Literatur

- AfD. 2024a. »Kiel kapituliert vor #Migranten-Kriminalität: Nur die #AfD setzt unsere Regeln durch!« <https://x.com/AfD/status/1849392095993196618> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD. 2024b. »ZEIT FÜR SCHNELLE RÜCKKEHR!« <https://x.com/AfD/status/1867479638424850630> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).

- AfD. 2025a. »Zeit für unsere Zukunft: Unser Zukunftsplan für Deutschland«. https://www.afd.de/wp-content/uploads/2025/01/RZ_Faltblatt_ZUKUNFTSPLAN_DINLANG_6S_N_KOR.pdf (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD.2025b. »Zeit für sichere Grenzen!« <https://x.com/AfD/status/1884511842363449668> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD.2025c. »Zeit für ein Asylmatorium!« <https://x.com/AfD/status/1892146756915212527> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD.2025d. »Zeit für Deutschland: Programm der Alternative für Deutschland für die Wahl zum 21. Deutschen Bundestag«. https://www.afd.de/wp-content/uploads/2025/02/AfD_Bundestagswahlprogramm2025_web.pdf (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD.2025e. »Umfrage zeigt Zukunftsangst der Jugend: Zeit für Deine Zukunft!« <https://x.com/AfD/status/1889654045767311468> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- AfD.2025f. »Merz redet nur, AfD will wirklich handeln: Nur wir stoppen das Asylchaos!« <https://x.com/AfD/status/1917187055571906801/photo/1> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- Althusser, Louis. 2019. *Ideologie und ideologische Staatsapparate*. 3. Aufl. Hamburg: VSA.
- Balibar, Étienne und Immanuel M. Wallerstein. 2022. *Rasse, Klasse, Nation: Ambivalente Identitäten*. 7. Aufl. Hamburg: Argument Verlag.
- Bayerlein, Michael, Julius Kölzer und Anne Metten. 2025. »Industrial Employment and Populism in Germany – Exploring the Effect of Actual and Looming Decline.« *Politische Vierteljahresschrift*. <https://doi.org/10.1007/s11615-025-00606-w>.
- Berg, Lynn. 2021. »Bilder der Angst – Kulturalisierter Sexismus in rechtspopulistischen Bedrohungsnarrativen«. In *Bilder, soziale Medien und das Politische*, hrsg. v. Heike Kanter, Michael Brandmayr und Nadja Köffler, 211–40. Bielefeld: transcript.
- Biskamp, Floris. 2021. »Extrem populistisch? Über die Kategorisierung von Rechtsaußenparteien und die Einordnung der AfD«. In *recht extrem? Dynamiken in zivilgesellschaftlichen Räumen*, hrsg. v. Julian Sehmer, Stephanie Simon, Jennifer Ten Elsen und Felix Thiele, 21–37. Wiesbaden: Springer VS.
- Biskamp, Floris. 2024. »A Societal Shift to the Right or the Political Mobilisation of a Shrinking Minority: Explaining Rise and Radicalisation of the AfD in Germany«. *International Journal of Public Policy* 17 (3): 139–165. <https://doi.org/10.1504/IJPP.2023.10060609>.
- Bleiker, Roland. 2018. »Mapping Visual Global Politics«. In *Visual Global Politics*, hrsg. v. Roland Bleiker, 1–29. Abingdon, New York: Routledge.
- Boehm, Gottfried. 2014. »Bildbeschreibung. Über die Grenzen von Bild und Sprache«. In *Grenzen der Bildinterpretation*, hrsg. v. Michael R. Müller, Jürgen Raab und Hans-Georg Soeffner, 15–37. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03996-7_2.
- Bottici, Chiara. 2014. *Imaginal Politics: Images Beyond Imagination and the Imaginary*. New Directions in Critical Theory. New York: Columbia University Press.
- Bredenkamp, Horst. 2013. *Theorie des Bildakts*. 3. Aufl. Berlin: Suhrkamp.
- Camus, Renaud. 2022. *Revolte gegen den Großen Austausch*. 4. Aufl., hrsg. von Martin Lichtmesz. Schnellroda: Antaios.
- Deltau, Max. 2022. »Renaud Camus: Revolte gegen den Großen Austausch«. In *Schlüsseltexte der >Neuen Rechten<*, hrsg. v. David Meierling, 165–76. Wiesbaden: Springer VS.
- El-Mafaalani, Aladin. 2020. *Das Integrationsparadox: Warum gelungene Integration zu mehr Konflikten führt*. Aktualisierte und erweiterte Neuaufl. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Fork, Swetlana. 2025. *Imagination und Bewältigung kollektiver Zukünfte*. Bielefeld: transcript.
- Freistein, Katja, Frank Gadinger und Christine Unrau. 2022. »It Just Feels Right. Visuality and Emotions on Norms in Right-Wing Populist Storytelling«. *International Political Sociology* 16 (4). <https://doi.org/10.1093/ips/olac017>.

- Friedrich, Sebastian und Nils Schniederjann. 2024. »Unsichere Zukunft, autoritäre Antwort. Wie die AfD bei der Jugend punktet«. *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Nr. 9: 73–78.
- Hillje, Johannes. 2022. *Das »Wir« der AfD: Kommunikation und kollektive Identität im Rechtspopulismus*. Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Hochschild, Arlie R. 2024. *Stolen Pride: Loss, Shame, and the Rise of the Right*. New York, London: The New Press.
- Hövermann, Andreas. 2023. »Das Umfragehoch der AFD«. WSI Report 92 Unveröffentlichtes Manuskript. https://www.wsi.de/fpdf/HBS-008748/p_wsi_report_92_2023.pdf (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- Illouz, Eva. 2023. *Undemokratische Emotionen: Das Beispiel Israel*. Unter Mitarbeit von Avital Sicron. Berlin: Suhrkamp.
- Imdahl, Max. 1996. »Giotto. Zur Frage der ikonischen Sinnstruktur«. In *Gesammelte Schriften*, hrsg. v. Gottfried Boehm, 424–63. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Jørgensen, Dorthe. 2018. »The Philosophy of Imagination«. In *Handbook of Imagination and Culture*, hrsg. v. Tania Zittoun und Vlad P. Glăveanu, 19–46. New York: Oxford University Press.
- Kanter, Heike, Michael Brandmayr und Nadja Köffler. 2021. »Zur Einleitung – Bilder, soziale Medien und das Politische: Ein komplexes Verhältnis unter der Lupe«. In *Bilder, soziale Medien und das Politische*, hrsg. v. Heike Kanter, Michael Brandmayr und Nadja Köffler, 11–49. Bielefeld: transcript.
- Kutscher, Nadja. 2023. *Das Narrativ vom »großen Austausch«: Rassismus, Sexismus und Antifeminismus im neurechten Untergangsmythos*. Bielefeld: transcript.
- Laclau, Ernesto und Chantal Mouffe. 2020. *Hegemonie und radikale Demokratie: Zur Dekonstruktion des Marxismus*. 6., überarb. Aufl. Wien: Passagen.
- Mayring, Philipp. 2022. *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 13., überarbeitete Aufl. Weinheim, Basel: Beltz.
- Mudde, Cas. 2004. »The Populist Zeitgeist«. *Government and Opposition* 39 (4): 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>.
- Mudde, Cas und Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2013. »Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America«. *Government and Opposition* 48 (2): 147–174. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>.
- Nenno, Sami und Philipp Lorenz-Spreen. 2025. »Do Alice Weidel and the AfD Benefit from Musk's Attention on X?« <https://zenodo.org/records/14749544> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- Panofsky, Erwin. 1994. »Ikonographie und Ikonologie«. In *Bildende Kunst als Zeichensystem: Ikonographie und Ikonologie*, hrsg. v. Ekkehard Kaemmerling. 6., überarb. Aufl., 207–25 Bd. 1: Theorien – Entwicklung – Probleme. Köln: DuMont.
- Pfahl-Traughber, Armin. 2019. *Die AfD und der Rechtsextremismus: Eine Analyse aus politikwissenschaftlicher Perspektive*. Wiesbaden: Springer VS.
- Plontke, Sandra. 2022. »Bildanalyse«. In *Kulturpsychologie: Eine Einführung*, hrsg. v. Uwe Wolfradt, Lars Allolio-Näcke und Paul Sebastian Ruppel, 281–94. Wiesbaden: Springer.
- Przyborski, Aglaja. 2018. *Bildkommunikation: Qualitative Bild- und Medienforschung*. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Rhein, Philipp. 2023. *Rechte Zeitverhältnisse: Eine soziologische Analyse von Endzeitvorstellungen im Rechtspopulismus*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Saint-Laurent, Constance de, Sandra Obradović und Kevin R. Carriere, Hrsg. 2018. *Imagining Collective Futures: Perspectives from Social, Cultural, and Political Psychology*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Sellner, Martin. 2022. »Der Große Austausch in Deutschland und Österreich: Theorie und Praxis«. In *Revolte gegen den Großen Austausch*, hrsg. v. Martin Lichtmesz. 4. Aufl., 192–224. Schnellroda: Antaios.

- Spissinger, Florian. 2024. *Die Gefühlsgemeinschaft der AfD: Narrative, Praktiken und Räume zum Wohlfühlen*. Leverkusen-Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Straub, Jürgen, Aglaja Przyborski und Sandra Plontke. 2021. »Bildtheorie: Eine sozialwissenschaftliche, handlungs- und kulturpsychologische Perspektive im Kontext multi- und interdisziplinärer Bildwissenschaften«. In Jürgen Straub, *Psychologie als interpretative Wissenschaft: Schriften zu einer handlungstheoretischen Kulturpsychologie*, 539–95. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Straub, Jürgen und Paul S. Ruppel. 2022. »Relationale Hermeneutik: Theoretisch-methodologische Systematisierungen interpretativer Forschung«. In *Kulturpsychologie: Eine Einführung*, hrsg. v. Uwe Wolfradt, Lars Allolio-Näcke und Paul Sebastian Ruppel, 157–72. Wiesbaden: Springer.
- Strick, Simon. 2021. *Rechte Gefühle: Affekte und Strategien des digitalen Faschismus*. Bielefeld: transcript.
- Taguieff, Pierre-André. 2001. *The Force of Prejudice: On Racism and Its Doubles*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Utler, Astrid. 2024. »Wie siehst Du Deutschland?«: Die Vielfalt der Deutschlandbilder von Menschen mit und ohne Fluchterfahrung. Bielefeld: transcript.
- Wildt, Michael. 2017. *Volk, Volksgemeinschaft, AfD*. Hamburg: Bookwire.
- Wolfradt, Uwe, Lars Allolio-Näcke und Paul S. Ruppel, Hrsg. 2022. *Kulturpsychologie: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer.
- Zittoun, Tania und Frédéric Cerchia. 2013 »Imagination as expansion of experience«. *Integrative Psychological & Behavioral Science* 47 (3): 305–324.

Der Autor

Moritz Wullenkord, M.Ed., Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Sozialtheorie und Soziopsychologie an der Ruhr-Universität Bochum; Arbeitsschwerpunkte: Zukunftsimaginationen im Rechtspopulismus, Jugendliche im Rechtspopulismus

Kontakt: moritz.wullenkord@rub.de