

MENSCHEN & WIRTSCHAFT

Politischer Unternehmer des Jahres

Bernd Lucke hat mit seiner AfD erfolgreich eine Marktlücke im Parteienspektrum besetzt. Und doch ist sein politisches Unternehmen akut vom Scheitern bedroht.



Bernd Lucke

Foto: Matthias Luddecke

Noch nie ist in der Geschichte der Bundesrepublik eine politische Partei so schnell hochgekommen wie die „Alternative für Deutschland“. Dem schmächtigen VWL-Professor Bernd Lucke ist ein politisches Kunststück gelungen, an dem vor ihm alle gescheitert sind. Er hat eine neue Partei etabliert, im demokratischen Feld rechts der Union. Rückblickend muss man sagen, dass Lucke wie ein politischer Unternehmer die Marktlage und die Chancen sondiert haben muss: Unter Angela Merkel hat sich die CDU modernisiert und ist dabei in die Mitte und sogar bis in die linke Mitte gerutscht. In der großen Koalition macht die Union vor allem SPD-Politik, nächster Partner könnten die Grünen sein. Durch die Linksverschlebung des Parteienspektrums hat sich auf der Rechten eine Marktlücke aufgetan. In diese ist Lucke gesprungen.

Angefangen hatte er mit Kritik an der „alternativlosen“ Eurorettung. Lucke schrieb mit Fachkollegen Aufsätze, forderte eine geordnete Insolvenz für überschuldete Banken und Staaten statt immer neuer Rettungsaktionen mit Steuerzahlergeld. Merkel ignorierte die Ökonomenvorschläge. Also entschied sich Lucke, in die Politik zu gehen. Nach 33 Jahren als passives CDU-Mitglied trat er aus und gründete ein politisches Start-up. Im März 2013 trat die AfD erstmals öffentlich auf, in der Stadthalle von Oberursel. Lucke stand im Rampenlicht vor 1200 Bürgern, die Atmosphäre war krisierend. Trotz seiner akademischen Diktion brachte der Professor den Saal zum Kochen. Der Politiker Lucke war geboren. Ein halbes Jahr später kam die AfD mit 4,7 Prozent fast in den Bundestag. Im Mai dieses Jahres zog sie mit gut 7 Prozent ins EU-Parlament. Mit Ergebnissen von 10 bis 12 Prozent feierte sie im Herbst bei drei ostdeutschen Länderwahlen Triumphe.

Die etablierten Parteien haben Lucke allesamt unterschätzt. Noch heute glaubt und hofft die CDU, dass die AfD sich bald schon wieder selbst zerlegen werde. Fraktionschef Kauder will am liebsten gar nicht über sie reden. Finanzminister Schäuble bezeichnete die AfD als „Schande für Deutschland“. Lucke sagt, dies sei seine „bitterste Erfahrung, dass manche Politiker uns ständig schmähän“. Die etablierten Parteien hätten schlicht Angst vor der neuen Konkurrenz.

Neue Parteien haben es in Deutschland sonst schwer. Um es ökonomisch zu formulieren: Die „Marktzutrittsbarrieren“ sind besonders hoch. Zum einen gibt es für den Bundestag und die Länderparlamente die 5-Prozent-Hürde. Zum anderen kämpfen neue Parteien damit, über die Wahrnehmungsschwelle zu gelangen, und haben kaum Geld für Werbung. Die Etablierten bilden in ihrer Abwehrreaktion häufig ein Kartell: Sie versuchen den Newcomer an den Rand zu drängen. Eine

gängige Methode in Deutschland ist es, unliebsame Konkurrenz in die rechte Ecke zu schieben und zu diffamieren. Die Ausgrenzung funktionierte meist effektiv – nur bei Bernd Lucke lief die Diffamierungsstrategie ins Leere.

Der Ökonom und fünffrache Familienvater, der noch die ausgeleierten Pullover seines eigenen Vaters aufträgt, kam einfach zu brav, zu serios, auch zu spißig, manchmal akademisch-dozierend, völlig undemagogisch daher. Er ist alles andere als ein polternder Populist. Was die etablierten Parteien zudem unterschätzten, war die Schnelligkeit, mit der die AfD ein professionelles Marketing und Fundraising aufbaute. Das Fehlen von Großspendern glückte sie durch Crowd-funding aus. Und dann gründete sie noch einen Goldshop – ein umstrittener, aber legaler Trick, um die ihr zustehende staatliche Finanzierung voll auszunutzen.

In der Anfangszeit hieß es, die AfD sei chancenlos, weil sie eine „Ein-Themen-Partei“ sei (nur Eurokritik). Wieder haben viele den politischen Unternehmer Lucke unterschätzt, wie geschmeidig er ist. Rasch hat er die Produktpalette erweitert. Die AfD besetzt inzwischen sämtli-

che Reizfragen des politischen Diskurses: Familienwerte, Migration, Islam. Dabei kommt ihr zugute, dass viele Bürger das Gefühl haben, wesentliche Fragen dürfen in Deutschland nicht offen diskutiert werden. „Wir haben in Deutschland die Kultur einer verschärfen Political Correctness, die es ungeheuer schwierig macht, Themen, die nicht dem Mainstream entsprechen, ergebnisofen und ohne gleich die Keule einer illegitimen und unmoralischen Haltung zu diskutieren“, sagte jüngst der Kommunikationswissenschaftler Wolfgang Donsbach.

Auch in der Eurorettung war es so, dass Kritiker mundtot gemacht werden sollten, zu Europa-Feinden erklärt wurden. Solche Attacken hat Lucke als Negativwerbung für sich genutzt und Profilage gewonnen. Allerdings wird die AfD von heftigen inneren Unruhen geschüttelt. Es gibt permanente Rücktritte, Intrigen, Zänkereien und Parteausschlüsse von Radikalen. Die inzwischen mehr als 21 000 Mitglieder vereint nur ein schwacher Minimalkonsens, dass ihre Partei anders als die anderen sein solle. Aber wohin geht die Reise? Es gibt ein Ziehen und Zerren um die programmatische

Richtung zwischen dem wirtschaftsliberalen Flügel (vertreten durch den Ex-BDI-Präsidenten Hans-Olaf Henkel) und dem nationalkonservativen Flügel (vertreten durch den Ex-CDU-Staatssekretär und Publizisten Alexander Gauland). Diese Kontroverse droht die Partei zuweilen zu zerreißen.

In Finanzunternehmen, etwa bei Fonds, spricht man vom „Schlüsselrisikopersonal“ („key person risk“), wenn zu viel vom Erfolg an einzelnen Personen hängt (im Falle von Pimco war das so mit Bill Gross). Darin liegt auch die Gefahr für das politische Unternehmen AfD. Anders als Angela Merkel ihre CDU hat Lucke seine Partei nicht fest im Griff. Bislang führt er die AfD als einer von drei formal gleichberechtigten Sprechern. Nun will er die Führung auf seine Person als alleinigen Vorsitzenden ausprägen. Auf einem Parteitag Ende Januar will er die Satzungsänderung durchdrücken. Geht es schief und Lucke wirft hin, womit er intern mehrfach gedroht hat, dürfte die Partei zerbrechen. Es wäre nicht das erste junge Unternehmen, das nach sehr schnellem Wachstum doch scheitert.

PHILIP PLICKERT