

Wie rechtspopulistische Parteien in Österreich und der Schweiz in Musikvideos für den Wahlkampf singen



Robert Singer

Abstract

Eins der vielen Mittel, derer sich Parteien im Wahlkampf bedienen, sind YouTube-Videos. Dieses Paper beschäftigt sich speziell mit Musikvideos in YouTube der rechtspopulistischen Parteien FPÖ (Österreich) und SVP (Schweiz). Mittels einer Filmanalyse wurde ermittelt, welche Botschaften die unterschiedlichen Parteien in ihren Musikvideos vermitteln und wie sie sich unterscheiden.

Keywords

Wahlkampfkommunikation, Musikvideos, Rechtspopulismus, FPÖ, SVP, YouTube

1. Einleitung

Musik bleibt leicht im Kopf. Im extremen Fall spricht man dann von einem Ohrwurm. Mit einer der Melodie prägt sich oft auch der Text eines Liedes ein. Das macht sich zum Beispiel die Pädagogik bei Kindern zunutze. Auch für erwachsene Menschen wird Musik verwendet, um Inhalte zu übermitteln. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn politische Meinungen vermittelt werden sollen.

Musik ist (fast) immer politisch. Komponist[_]innen wie Musiker[_]innen verhalten sich mit ihrem schöpferischen und performativen Tun immer auf die eine oder andere Art zum politischen Rahmen, innerhalb dessen sie sich befinden. (Gardner 2016: 7)

Viele Künstler und Künstlerinnen nutzen Lieder, um Kritik zu üben oder auf Missstände aufmerksam zu machen. Ein bekanntes Beispiel im deutschsprachigen Raum ist Hans Söllner, der bekannt für seine provokative Staatskritik ist. Jedoch auch von politischer Seite wird und wurde Musik genutzt um von Krisen abzulenken, nationale Gefühle aufzuputzen oder politische Überzeugungen an die Bürger und Bürgerinnen zu vermitteln (vgl. Eisel 1990:

112). Dabei denkt man sofort an die Diktaturen des vergangenen Jahrhunderts, bei denen Musik eine große Rolle bei der Vermittlung von Ideologie spielte (vgl. Schutte 2012: 109). Diese politischen Systeme gehören im deutschsprachigen Raum heutzutage der Vergangenheit an. Dennoch gibt es auch heute noch Parteien und Politiker und Politikerinnen, die von Musik als Medium zum Vermitteln von Botschaften Gebrauch machen.

In Österreich machte der rechtspopulistische Politiker Heinz-Christian Strache von der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) durch eine Reihe von Musikvideos auf sich aufmerksam (vgl. Mitnik 2010: 26f.). Auch die Schweizerische Volkspartei (SVP) veröffentlichte ein Musikvideo in YouTube. In dieser Arbeit soll untersucht werden, welcher Zweck den Videos im jeweiligen Wahlkampf zukommt und was die Parteien an die Zuhörer und Zuhörerinnen weitergeben wollen. Wichtige Fragestellungen lauten dabei: Welche Botschaften werden vermittelt? Wie werden sie vermittelt? Gibt es Unterschiede oder Gemeinsamkeiten zwischen den Liedern der beiden Parteien? Wie lassen diese sich erklären? Dazu wird die Filmanalyse nach Mikos (2015: 69ff.) herangezogen. Als Grundlage der Analyse dienen verschiedene YouTube-Videos der österreichischen FPÖ und der Schweizer SVP, die im Rahmen des Wahlkampfs veröffentlicht wurden.

2. Rechtspopulistische Parteien

Um rechtspopulistische Wahlkampfkommunikation untersuchen zu können, muss zuerst bestimmt werden, was unter einer rechtspopulistischen Partei zu verstehen ist. Wolf (2017: 7f.) versteht Populismus als „rhetorisches Stilmittel, welches mit Komplexitätsreduktion, Schwarz-Weiß-Malerei und Vereinfachungen arbeitet“. Typische rhetorische Merkmale seien die Ausrichtung der Inhalte an dem, was das Publikum hören möchte. Dazu gehöre etwa das ständige Hinweisen auf Fehler der Regierung. Oft werde mit Vereinfachungen, einem Freund-Feind-Schema oder Vorurteilen gearbeitet. Auch das Brechen von Tabus und Provokation seien typisch für Populisten (vgl. Wolf 2017: 8f.). Oft werde eine Abgrenzung zwischen Volk und Eliten vollzogen. Populistische Parteien präsentieren sich dann als Vertreter des Volkes, während sich die Eliten nur um ihre eigenen Interessen kümmern (vgl. Wolf 2017: 11). Im Rechtspopulismus werde nicht nur zwischen Volk und Eliten, sondern auch zwischen Volk und ‚den Anderen‘ abgegrenzt. Als Volk werden nicht alle Bürger eines Staates, sondern all jene, die durch gemeinsame Abstammung, Werte und Kultur verbunden sind, verstanden. Dementsprechend werden Migranten oft als Bedrohung wahrgenommen. Weitere klassische Merkmale des Rechtspopulismus seien eine euroskeptische Einstellung, Wirtschafts- und Sozialprotektismus. Als zentrale Aussage zähle, dass das Volk und seine Werte vor fremden Einflüssen geschützt werden muss (vgl. Wolf 2017: 13f.). Häufig zeichnen sich rechtspopulis-

tische Parteien durch eine charismatische Führungsperson aus (vgl. Wolf 2017: 18). Dieser präsentiert sich oft als derjenige, der sich auszusprechen traut, was sich andere nur denken. Wichtige Stilmittel dabei seien das Ängste schüren, Emotionalisierung und Übertreibung (vgl. Bauer 2012: 63).

3. Wahlkampfkommunikation

„Politische Parteien sind formale Organisationen, die auf der Grundlage ideologisch geprägter Programme in Wahlen Erfolge anstreben und die ihre Personalvorschläge für die Besetzung von Positionen der Staatsleitung realisieren wollen.“ (Rhomberg 2009: 105). Deshalb versuchen Parteien im Wahlkampf vor den Wahlen potentielle Wähler und Wählerinnen zu überzeugen. Doch nicht jeder Wahlkampf wird gleich ausgefochten. „Strategien und Stil der Wahlkämpfe variieren, zum Beispiel in Abhängigkeit von der jeweiligen Kandidatenkonstellation und der Persönlichkeit der Kandidaten.“ (Schulz 2011: 232). Die Wahlkämpfe unterliegen also einem konstanten Wandel. Da sie in erster Linie Kommunikationsereignisse sind, ergibt sich dieser aus der Anpassung an den Wandel medialer Möglichkeiten. Parteien verwenden unterschiedliche Kommunikationsmittel um verschiedene Wählergruppen anzusprechen (vgl. Schulz 2011: 232ff). Auf der Suche nach einem neuen Kommunikationsmittel haben sich diese Parteien also für Lieder entschieden, die in Musikvideos in YouTube veröffentlicht wurden.

3.1 Wahlkampfkommunikation auf YouTube

Die Kommunikation zwischen Politik und Wähler und Wählerinnen erfolgt traditionell durch die Massenmedien. Diese haben in der Regel spezielle Selektions-, Bearbeitungs- und Präsentationsregeln. Damit wird bestimmt, über was berichtet wird – und auch wie (vgl. Rhomberg 2009: 106). YouTube bietet sich als Plattform an, um diesen Mechanismus zu umgehen, da die Parteien den Inhalt ihrer Kanäle selbst bestimmen. Außerdem ist YouTube für jeden frei zugänglich, womit alle potentiellen Wähler und Wählerinnen theoretisch auf die bereitgestellten Informationen zugreifen können. Ein weiterer Grund für YouTube wäre, dass es das größte Videoportal im Internet ist. Die Hälfte aller Nutzer sieht sich mindestens einmal pro Woche etwas auf YouTube an. Weil besonders junge Leute die Plattform nutzen, kann diese Wählergruppe dort gut und relativ kostengünstig erreicht werden (vgl. Rottbeck 2012: 83). Es konnte festgestellt werden, dass Jugendliche auf YouTube mit Wahlkampfvideos auch dann in Kontakt kommen, wenn sie sich nicht aktiv informieren (vgl. Schweitzer 2011: 157f.). Weil sich viele Leute Videoclips auf YouTube nur nebenbei ansehen, müssen Clips kontrovers

oder komisch sein, um vielfach gesehen zu werden. Außerdem mag das Publikum starke Botschaften. Deshalb handelt es sich bei YouTube um das ideale Milieu für Propagandabotschaften (vgl. Moorstedt 2008: 83). Aus diesen Gründen ist die Plattform wahrscheinlich bei rechtspopulistischen Parteien beliebt.

3.2 Kommunikation politischer Inhalte durch Musik

Musik bietet sich besonders dann an, wenn man seine Botschaften emotional aufladen will (vgl. Hargreaves 2005: 1). Die Intention kann in diesem Fall sein, politische Botschaften, kulturelle Konventionen, Nationalgefühl oder philosophische Ideen zu vermitteln (vgl. Fuchs 2006: S. 41).

Music is a fundamental channel of communication: it provides a means by which people can share emotions, intentions and meanings. Music can exert powerful physical and behavioural effects, can produce deep and profound emotions within us, and can be used to generate infinitely subtle variations of expressiveness by skilled composers and performers, such that highly complex informational structures can be communicated extremely rapidly between people. (Hargreaves 2005: 1)

Musik hat also das Potential, Inhalte kombiniert mit Emotionen sehr schnell zu vermitteln. Damit kann versucht werden, bestimmte Reaktionen bei den Zuhörer und Zuhörerinnen auszulösen (vgl. Hiekel 1991: 42). Um politische Inhalte musisch zu vermitteln, gibt es laut Hiekel (1991) zwei Ansätze: Bei einem Ansatz soll das Lied möglichst plakativ gestaltet werden. Die Alternative ist, die Botschaften unterschwellig zu vermitteln. Dann wird auf parolenartige Texte verzichtet und die politischen Elemente werden stark reduziert (vgl. Hiekel 1991: S. 42).

3.3 Kommunikation durch Musik in der Theorie

Der Kommunikationsprozess durch Musik ist ein einseitiger. Sänger und Sängerinnen kommunizieren und die Zuhörer und Zuhörerinnen rezipieren. Im Falle der untersuchten YouTube-Videos lässt sich das durch das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver (1949: 7) veranschaulichen, nach dem es einen Sender und einen Empfänger gibt.

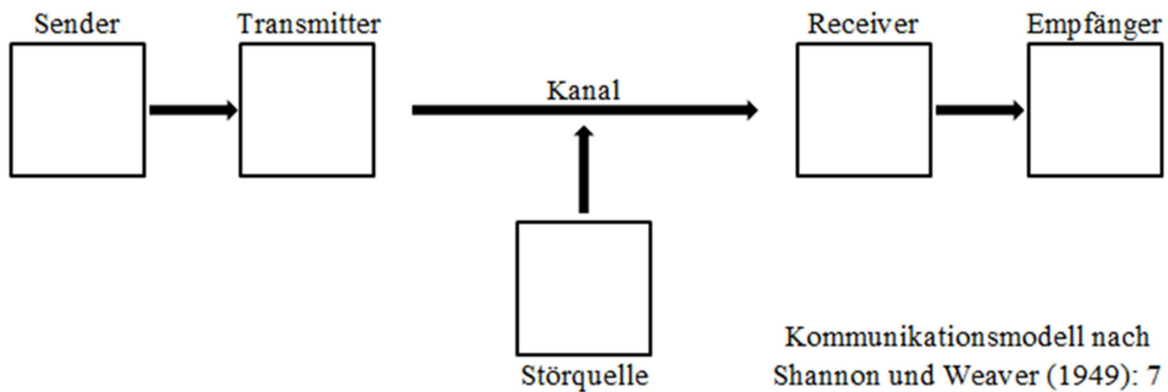


Abbildung 1: Kommunikationsmodell nach Shannon und Weaver (1949)

Sender ist in diesem Fall die Partei, die das Video in YouTube hochgeladen hat. Empfänger ist das Publikum, also jede Person, die sich das Video in YouTube ansieht. Der Kanal, in dem das Medium gesendet wird, ist YouTube. Dementsprechend sind Transmitter und Receiver Computer oder andere elektronische Geräte, mit denen sich YouTube-Videos ansehen lassen. Bei der Störquelle kann es sich um verschiedene Dinge handeln, etwa, dass in einem gesungenen Satz einfach die Wörter schwerer zu verstehen sind als in einem gesprochenen. Auch können die Rezipienten und Rezipientinnen den Inhalt des Gesagten eventuell nicht verstehen. Es soll jedoch davon ausgegangen werden, dass der Sinn des Liedes verstanden wird. Das Modell soll der Veranschaulichung dienen, dass es sich um eine einseitige Kommunikation handelt. Denn selbst wenn die Nutzer und Nutzerinnen in YouTube einen Kommentar hinterlassen, ändert das nichts an der Aussage des Musikvideos.

4. Methode

Nachdem aufgezeigt wurde, warum Parteien auf Musikvideos in YouTube zurückgreifen, soll hier die Methode der Arbeit beschrieben werden. Die Arbeit orientiert sich methodisch an der Filmanalyse nach Mikos (2015: 69ff.). Diese unterteilt sich in Beschreibung, Analyse und Interpretation. In der Beschreibung soll das Bildmaterial schriftlich dargestellt werden. In der Analyse werden einzelne Komponenten herausgearbeitet, um diese in einen Kontext zu stellen. An dieser Stelle wird der Inhalt der Liedtexte untersucht. Da es sich um Texte mit einer politischen Botschaft handelt, wird hierauf das Hauptaugenmerk fallen. Die Interpretation ergibt sich aus der Analyse und stellt deren Ergebnisse in einen theoretischen und historischen Kontext. An dieser Stelle wird auf die vermuteten Intentionen der Urheber und Urheberinnen eingegangen. So können die enthaltenen Botschaften herausgefiltert werden. Anschließend erfolgt die Bewertung und ein Vergleich des Materials (vgl. Mikos 2015: 70).

Da es sich um Musikvideos handelt, gibt es keine Handlungsstränge, wodurch auch eine Story entfällt. Dadurch gestaltet es sich schwierig, die Videos in Segmente aufzuteilen (vgl. Mikos 2015: 86). Deshalb wird generell beschrieben, was gezeigt wird. Hierbei wird versucht, wichtige Szenen und Bilder herauszustellen, die bei der Analyse in Bezug auf den Inhalt zum Tragen kommen. Es wird davon ausgegangen, dass die gezeigten Bilder den im Text gesungenen Inhalt unterstreichen sollen. Besonderes Interesse gilt dabei den Akteuren (vgl. Mikos 2015: 155 f.). Weil sich die Auswirkungen der Musikvideos auf den Wahlkampf nicht messen lassen, können diese nicht im Rahmen der Arbeit behandelt werden.

4.1 Forschungsgegenstand

Ich habe für diese Arbeit vier YouTube-Videos ausgewählt, die von den offiziellen YouTube-Kanälen der Parteien hochgeladen wurden. Das bedeutet, dass die Texte die Einstellung der Parteien widerspiegeln und es gewollt ist, dass diese Lieder angesehen werden. Von der FPÖ mit Heinz-Christian Strache gibt es in YouTube zwar noch mehr Musikvideos, allerdings auf anderen Kanälen. Deshalb wurden diese Videos nicht mit einbezogen, weil sie womöglich von der FPÖ nicht mehr unterstützt werden und somit vom offiziellen Kanal wieder gelöscht wurden. In diesem Fall wäre nicht mehr sicher gestellt, dass das Lied (noch) die Meinung der Partei widerspiegelt. Die Videos in den anderen Kanälen sind außerdem älter. In dieser Stichprobe sind also die aktuellsten Videos enthalten. Von der SVP gibt es nur ein Musikvideo. Alle Lieder wurden im Rahmen eines Wahlkampfes in YouTube gestellt. Das heißt, sie wurden im Zeitraum kurz vor den Wahlen veröffentlicht und/oder beziehen sich auf konkrete bevorstehende Wahlen. Die behandelten Lieder sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

4.1.1 SVP Freiheitssong

Der *SVP Freiheitssong* wurde am 30.07.2015 vom YouTube-Kanal „SVP Schweiz“ mit dem Titel „SVP Freiheitssong (Wo e Willy isch, isch ou e Wäg)“ veröffentlicht. Der Kanal zeigt laut Beschreibung „Offizielle Videos und Clips der Schweizerischen Volkspartei“ (vgl. YouTube: SVP Schweiz). Zum Zeitpunkt der Analyse – dem 15. Februar 2017 – hatte das Video 269.869 Aufrufe, 1.457 positive und 3.564 negative Bewertungen. Das Video hat eine Länge von 3:11 Minuten (vgl. YouTube: *SVP Freiheitssong (Wo e Willy isch, isch ou e Wäg)*).

4.1.2 Good Men[sch] Rap

Der *Good Men[sch] Rap* wurde am 24.09.2015 unter dem Titel „HC Strache feat. MC Blue – Good Men[sch] Rap“ vom YouTube-Kanal FPÖ TV veröffentlicht. Dieser Kanal veröffentlicht

laut Beschreibung des FPÖ-TV-Magazins aktuelle Beiträge, Wahlkampf-Clips und Berichterstattungen über Großveranstaltungen der FPÖ. Produziert wird FPÖ-TV vom Freiheitlichen Parlamentsklub und der FPÖ (YouTube: FPÖ TV). Am 15. Februar 2017 hatte das Video 629.340 Aufrufe, 4.746 positive und 15.545 negative Bewertungen. Das Video hat eine Länge von 4:42 Minuten (vgl. YouTube: *HC Strache feat. MC Blue – Good Men[sch] Rap*).

4.1.3 Patrioten zur Wahl!

Das Lied *Patrioten zur Wahl!* wurde am 20.05.2014 ebenfalls von FPÖ TV unter dem Titel „HC Strache Rap 2014 feat. Leopold Figl: Patrioten zur Wahl!“ hochgeladen. Am 15. Februar 2017 hatte das Video 769.353 Aufrufe, 5.520 positive und 11.121 negative Bewertungen. Das Video hat eine Länge von 3:52 Minuten (vgl. YouTube: *HC Strache Rap 2014 feat. Leopold Figl: Patrioten zur Wahl!*).

4.1.4 Steht auf, wenn ihr für HC seid!

Steht auf, wenn ihr für HC seid! wurde auch von FPÖ TV unter diesem Titel veröffentlicht. Seit seiner Veröffentlichung am 19.09.2013 wurde es bis zum 15. Februar 2017 1.247.584-mal aufgerufen, 7.555-mal positiv und 16.450-mal negativ bewertet. Das Video hat eine Länge von 3:41 Minuten (vgl. YouTube: *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*).

5. Analyse der Musikvideos

Alle vier Musikvideos werden im Folgenden untersucht. Um später auf die vermuteten Intentionen eingehen zu können, wird auch der Kommunikator kurz beschrieben. Da alle Lieder im österreichischen bzw. schweizerischen Dialekt gesungen werden, werden die Texte zu den Liedern auf Hochdeutsch wiedergegeben, um die Analyse zu erleichtern. Die Texte der Lieder befinden sich entsprechend gekennzeichnet im Anhang.

5.1 Vorstellung der Kommunikatoren

An dieser Stelle werden die Parteien kurz vorgestellt, die über ihre YouTube Kanäle kommunizieren. Die Schweizerische Volkspartei (SVP) ist eine konservative und rechtspopulistische Partei. Sie ist die stärkste Partei im Nationalrat und der Bundesversammlung der Schweiz (vgl. Schweizerische Bundeskanzlei: 20). Als Sänger für den *SVP Freiheitssong* hat die SVP Willy Tell ausgewählt. Dabei handelt es sich um einen Schweizer Musiker, der volkstümli-

chen Schlager und Rock spielt (vgl. Willy Tell: Musiker, ledig sucht). Mitglieder der SVP werden im Musikvideo auch immer wieder gezeigt.

Bei der FPÖ handelt es sich um eine rechtspopulistische Partei aus Österreich. (vgl. Pelinka 2002: 2f.). Der FPÖ und ihrem Bundesparteiobman Heinz-Christian Strache werden oft Rechtsextremismus unterstellt (vgl. Mittnik 2010: 127). Zwei der Lieder werden von Strache selbst gerappt, bei dem anderen wirkt er mit. Der *Good Men[sch] Rap* wird zum großen Teil von MC Blue gerappt. Bei MC Blue handelt es sich aber um keinen in Österreich bekannten Rapper. So ist der *Good Men[sch] Rap* das erste Video, in dem er öffentlich in Erscheinung tritt (vgl. Braula 2015: o.S.). In Anbetracht der Tatsache, dass Blau die Farbe der FPÖ ist, liegt es nahe, dass MC Blue nur für dieses Video erfunden wurde. Das Lied *Patrioten zur Wahl!* wird von Heinz-Christian Strache gerappt. Den Refrain singen FPÖ-Politiker und Politikerinnen. Auch *Steht auf, wenn ihr für HC seid!* wird von Heinz-Christian Strache gerappt. Nur die Zurufe „Steht auf!“ werden von mehreren Menschen gerufen.

5.2 Analyse des ‚SVP Freiheitssong,‘

Der *SVP Freiheitssong* ist dem volkstümlichen Schlager zuzuordnen. Die Melodie ist sehr fröhlich und einprägsam. Der Song wurde im Wahlkampf, etwa einen Monat vor den Schweizer Nationalratswahlen am 18. Oktober 2015 veröffentlicht (vgl. Schweizerische Bundeskanzlei: Bericht des Bundesrats über die Nationalratswahlen 2015).

5.2.1 Beschreibung

Zu Beginn des Videos ist Willy Tell mit einem Hund zu sehen. In der ersten Strophe werden hauptsächlich typische schweizerische Landschaftsbilder gezeigt. Darunter sind zwei schweizerische Seen und der Rheinfall. Auch Kühe auf einer Alm werden gezeigt. Während des ersten Refrains wird Willy Tell gezeigt, wie er auf einem Konzert spielt und wieder eine Landschaftsszene von einem Mähdrescher auf einem Getreidefeld. Zu Beginn der zweiten Strophe werden die schweizerische Flagge und darauf ein Straßenschild mit dem Namen „Schweizer Gasse“ gezeigt. Danach werden Mitglieder des SVP in einem Saal mit Willy Tell gezeigt. Diese singen im zweiten Refrain zusammen. In diesen Szenen werden oft Kuscheltier-Hunde gezeigt, etwa im Arm eines Politikers oder auf einem Tisch stehend. Diese sehen genauso aus wie die zuvor gezeigten Hunde und haben ein SVP-Halstuch umgebunden. Danach werden verschiedene Alltagsszenen schnell hintereinander eingeblendet: Schwäne an einem Seeufer, ein Imbissstand, eine Bahnhofshalle, Straßenbahnen und ein Mann am Seeufer. Im letzten Refrain wird wieder Willy Tell auf einem Konzert, beim Singen mit den SVP-

Mitgliedern sowie in den Bergen gezeigt. In der letzten Szene winkt Willy Tell mit der Pfote eines Kuscheltier-Hundes in die Kamera. Während des gesamten Videos werden außerdem immer wieder Hundewelpen gezeigt, die durchs Gras laufen. Passend dazu wird auch im Song immer wieder Hundegebell eingespielt.

5.2.2 Analyse

Der Text besteht aus drei Strophen, von denen die ersten beiden gesungen sind. Die letzte ist gerappt. In der ersten Strophe wird behauptet, das Land sei „wunderbar“. Für seine Freiheit müssen die Schweizer jedoch „zusammen stehen“. Dies wird auch wieder in der zweiten Strophe betont, indem auf den Rütlichswur Bezug genommen wird. Dieser Schwur von 1291 begründete den Bund der Schweiz (vgl. Aschwanden 2016: Der 1. August ist am 8. November). Es heißt, dass dieser Schwur auch heute noch Gültigkeit besäße, „wie eh und je“. Die dritte Strophe mahnt zur Vorsicht: „Augen auf, was morgen wird sein!“ Dies geschieht mit Blick auf die Zukunft, die jeder „selbst in der Hand“ habe. Der Refrain ist in Ich-Form. Willy Tell betont immer wieder: „Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg!“ Dabei wird „Wille“ als Willy gesprochen und geschrieben. Er behauptet jeden Tag alles zu geben, denn er wolle „frei bleiben“. Er wolle „selbstbestimmt durch das Leben gehen“, auch wenn er „daran zu beißen“ habe (vgl. Anhang: Liedtext *SVP Freiheitssong*).

5.2.3 Interpretation

Aus dem Text geht als Hauptaussage hervor, dass die Schweiz ein gutes Land zum Leben sei. Dies könne sich aber jederzeit ändern. Um dies zu erhalten müssen die Menschen „zusammenstehen“. Als besonders wichtige Werte werden wiederholt Freiheit und Selbstbestimmung genannt. Durch „Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg“ wird deutlich gemacht, dass diese Werte durch eine Gemeinschaft auch zu erhalten seien. Wenn man bedenkt, dass das Lied *SVP Freiheitssong* heißt, wird hier unterschwellig behauptet, dass man als Schweizer und Schweizerin die SVP unterstützen müsse, um die Freiheit seines Landes zu bewahren. In Verbindung mit Freiheit werden hauptsächlich Landschaftsbilder gezeigt. Durch die Landschaftsbilder und die Hundewelpen soll wohl eine (noch) heile Welt vermittelt werden, die es zu schützen gilt. Da die SVP die stärkste Partei in der Schweiz ist, wird diese heile Welt wohl auch ihrem Verdienst zugeschrieben. Einen besonderen Platz nimmt der Bezug auf den Rütlichswur ein, der die Aussage in einen historischen Kontext stellt. Dadurch wird die Notwendigkeit der Zusammenarbeit nochmal bestärkt. Es liegt auf der Hand, dass die SVP sich als diese Gemeinschaft präsentiert, durch die die Zukunft der Schweiz gesichert werden

kann. Dies wird bildlich mit der schweizerischen Fahne unterstrichen (vgl. Anhang: Liedtext *SVP Freiheitssong*).

Während Willy Tell im gesamten Video zu sehen ist, tritt erst nach einer Minute des Videos die SVP in Erscheinung. Die Partei selbst oder eins ihrer Mitglieder wird an keiner Stelle im Text erwähnt, lediglich auf den Halstüchern der Plüsch-Hunde ist der SVP-Schriftzug zu erkennen. Die Bedeutung Willy Tells für dieses Lied wird auch daraus ersichtlich, dass der inoffizielle Titel des Liedes „Wo e Willy isch, isch ou e Wäg“ (Hochdeutsch: Wo ein Willy ist, ist auch ein Weg) heißt. Die SVP hält sich also bewusst zurück und stellt Willy Tell ins Rampenlicht. Vielleicht will sie von Willy Tells Popularität profitieren.

5.3 Analyse des *Good Men[sch] Rap*

Der *Good Men[sch] Rap* ist der Musikrichtung Hip Hop/Rap zuzuordnen. Der Refrain wird zur Melodie des Donauwalzers von Johann Strauß II gesungen. Das Video wurde im Rahmen des Wahlkampfes zu den Landtagswahlen 2015 in Wien veröffentlicht, wie aus der Beschreibung hervorgeht (vgl. YouTube: *HC Strache feat. MC Blue – Good Men[sch] Rap*).

5.3.1 Beschreibung

Das Video ist in zwei Teile unterteilt. Im ersten Teil wird fast ausschließlich der Rapper MC Blue gezeigt. Er ist zuerst an verschiedenen Plätzen in Wien zu sehen, etwa vor dem Parlament. Danach wird die österreichische Flagge gezeigt. Er trifft einige junge Menschen in FPÖ T-Shirts mit denen er anschließend vor dem Johann-Strauß-Denkmal tanzt. Während der Strophen geht er durch Wiener Straßen und rappt in die Kamera. Teilweise wird er dabei von den jungen Menschen begleitet. Im ersten Refrain tanzt die Gruppe wieder vor dem Johann-Strauß-Denkmal. Gegen Ende der zweiten Strophe wird Andreas Häupl – der Gegenkandidat von Strache im linken-unteren Eck eingeblendet und sein Mund an den Gesang von MC Blue angepasst, sodass es aussieht als würde er mitsingen. Im zweiten Refrain geschieht der Übergang zum zweiten Teil des Videos. Die Gruppe um MC Blue erklimmt eine Treppe hinauf zu einer Dachterrasse, auf der sie Strache und einige neue Leute treffen. Alle tanzen zusammen. Außerdem ist Strache zu sehen, wie er sich auf einem Tablet-PC Szenen aus dem ersten Teil des Videos ansieht. Als er damit fertig ist, dreht er sich zur Kamera, lächelt und gibt einen ‚Daumen hoch‘. In der letzten Strophe sitzt MC Blue in einer Gesprächsrunde mit den neu hinzugekommenen Personen. Strache ist der Mittelpunkt der Runde. Zum letzten Refrain tanzt diese Gruppe zusammen auf der Dachterrasse über den Dächern von Wien. In der letzten Szene dreht sich Strache allein um, sodass er über die Stadt blickt und die linke

Hand in einer empfangenden Geste hebt. Vor den ersten beiden Refrains wird der ehemalige österreichische Bundeskanzler Bruno Kreisky eingeblendet.

5.3.2 Analyse

In der ersten Strophe werden von MC Blue vermeintliche Misstände angeprangert und die Politik der anderen Parteien schlecht gemacht. Dies geschieht hauptsächlich im Hinblick auf relevante Themen zur Landtagswahl, wie der Umbau der Mariahilfer Straße (Mahü) in Wien. Hauptsächlich wird auf Geld Bezug genommen: Die Mahü koste zu viel, die Löhne seien zu niedrig, die Bürger und Bürgerinnen müssen zu viel zahlen. Auch das Gendern von Ampeln und die gendergerechte Umformulierung der österreichischen Nationalhymne werden kritisiert. Er kritisiert die Regierung ihre Versprechen nicht zu halten. Am Ende der Strophe heißt es, dass sich keiner wundern brauche, wenn „die Leute von Rot-Grün genug haben“. Deshalb würde Heinz-Christian Strache die Landtagswahlen gewinnen. Danach fragt MC Blue: „Bruno, was sagst du dazu?“ Darauf antwortet Bruno Kreisky mit „Ich bin der Meinung...“ worauf der Refrain folgt (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*).

In der zweiten Strophe geht der Rapper auf Immigranten und Immigrantinnen ein und stellt klar: „Wir haben überhaupt nichts gegen den, der sich integriert“. Nur „Terroristen“ mit falschen Werten wolle man nicht in Österreich haben. Immigranten und Immigrantinnen sollten demnach Steuern zahlen und die Gesetze und Werte Österreichs einhalten. Er beschreibt Häupls Politik wiederholt als das Ergebnis von zu viel Alkoholkonsum, z.B. „weil er das Land im Rausch regiert“ (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*).

Der zweite Teil des Videos ist als eine Art Gespräch aufgebaut, bei dem die verschiedenen Personen, Fragen an Strache stellen oder ihre Forderungen aussprechen. Strache beantwortet diese. Auf die Frage, was passiere, wenn die FPÖ die Wahl gewinne, verspricht Strache „Wohlstand und mehr Gerechtigkeit“. Als Ansatz zur Lösung der Arbeitslosenproblematik verspricht er eine Bevorzugung der Wiener und Wienerinnen auf dem Arbeitsmarkt. Auf die Beschwerde, dass Senioren zu wenig Geld bekommen, verspricht Strache eine Erhöhung der Rente. Eine schnelle Abschiebung von „Asylbetrügern und Wirtschaftsflüchtlingen“ wird gefordert. Strache stellt klar, jedem Menschen in Not zu helfen. Er behauptet jedoch, dass es sich bei den Asylbewerber und Asylbewerberinnen zu 80 Prozent um „Scheinasylanten“ handle (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*).

Wenn Bruno Kreisky eingeblendet wird, wird sein Satz „Ich bin der Meinung...“ eingespielt. Im Refrain werden der Gegenkandidat Straches - Michael Häupl - und die Rot-Grüne Koalition schlecht geredet. Es wird behauptet, „Rot-Grün war ein Graus“ oder „für'n Häupl ist's

aus“. Strache dagegen sei vertrauenswürdig (z.B. „HC kannst‘ vertrauen“) und daher gut geeignet. Außerdem ist der Refrain von dem Zuruf „Hey HC, HC, HC!“ begleitet. Die Wiener und Wienerinnen werden mehrmals aufgefordert, zur Wahl zu gehen und die FPÖ zu wählen. Dann gehe es mit Wien bergauf. (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)

5.3.3 Interpretation

Der *Good Men[sch] Rap* ist vollgestopft mit politischen Stellungnahmen und negativen Aussagen über die Michael Häupl und die Rot-Grüne Koalition. MC Blue nimmt dabei auch kein Blatt vor den Mund. Zentrale Aussagen im Song sind:

- Political Correctness ist schlecht, z.B. „was zu verändern heißt nicht Ampeln gendern“ (Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)
- Die Bürger und Bürgerinnen sind durch niedrige Löhne und hohe Steuern und Arbeitslosenzahlen finanziell zu stark belastet, z.B. „bei den Wucher-Gebühren kann nur der Bürger verlieren“ (Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)
- Rot-Grün trifft nur falsche und unverständliche Entscheidungen, z.B. „Das ist das Produkt von Grün und zu viel Promill“ (Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)
- Unkontrollierte Immigration ist eine Gefahr für Österreich, z.B. „Wir stehen einfach nicht auf Terroristen“ (Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)
- Durch eine Wahl der FPÖ wird sich alles zum Positiven ändern, z.B. „da gibt’s dann [...] wieder Wohlstand und mehr Gerechtigkeit“ (Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)

Die Gruppe in der Gesprächsrunde soll repräsentativ verschiedene Bevölkerungsgruppen darstellen, darunter auch Minderheiten. Der junge MC Blue vertritt die Jugend. Ein Mann mit Maske, die ihn wie einen alten Mann aussehen lässt, steht für die Senioren. Auch sieht man einen Mann mit Migrationshintergrund, welches an seinem Akzent und seinem Äußeren zu erkennen ist. Außerdem sind in der Gruppe eine Frau und ein Mann ohne besondere Auffälligkeiten, die wohl die durchschnittlichen Österreicher und Österreicherinnen repräsentieren sollen. Es ist bestimmt kein Zufall, dass der Mann mit Migrationshintergrund die Abschiebung von „Asylbetrügnern“ fordert. Damit soll der FPÖ die Kritik der Ausländerfeindlichkeit vorweg genommen werden. MC Blue dementiert den Vorwurf, die FPÖ seien „Faschisten“ allerdings nicht. Er entgegnet: „wir stehen einfach nicht auf Terroristen“, während er an zwei Menschen vorbeigeht, bei denen aufgrund der Hautfarbe ein Migra-

tionshintergrund offensichtlich ist. Es kann allerdings nicht eindeutig gesagt werden, ob das Zufall ist, oder nicht (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*).

Vor dem zweiten Refrain, als Häupl eingeblendet wird, öffnet MC Blue Häupl nach, worauf sich das „Häbedu Häbedu“ auch ähnlich wie „Häupl du“ anhört. Damit wird Häupl nur noch mehr ins Lächerliche gezogen. Was zuvor von MC Blue immer wieder betont wurde, wird auch in der Gesprächsrunde vermittelt: Strache hat eine Lösung zu allen Problemen parat. Strache präsentiert sich mit einem freundlichen Lächeln und eher locker mit Sonnenbrille. Mit dem ‚Daumen hoch‘, nachdem er das Video auf dem Tablet-PC angesehen hat, fordert er eventuell Rezipienten und Rezipientinnen zu einer positiven Bewertung des Videos auf. Dass er von der Dachterrasse aus Wien überblickt, unterstreicht in Verbindung mit „ganz Wien wählt die Blauen“ die Siegesicherheit Straches (vgl. Anhang: Liedtext *Good Men[sch] Rap*)

Durch die Einblendung Bruno Kreiskys‘ Zitat „Ich bin der Meinung...“ vor dem Refrain soll vermutlich vermittelt werden, dass Kreisky der gleichen Meinung wie die FPÖ sei und diese auch unterstützt hätte (vgl. YouTube: *Good Men[sch] Rap*). Im Titel *Good Men[sch] Rap* ist ein Wortspiel verborgen. Mit „Good Men“ sind wahrscheinlich HC Strache und seine Parteikollegen und Parteikolleginnen gemeint. „Good Mensch“ (Gutmensch) bezeichnet abwertend Menschen, die sich für die Political Correctness einsetzen (vgl. Duden: Gutmensch).

5.4 Analyse von *Patrioten zur Wahl!*

Auch das Lied *Patrioten zur Wahl* ist dem Stil Hip Hop/Rap zuzuordnen. Die Melodie des Refrains ist düster, fast bedrückend. Das Musikvideo wurde kurz vor der Europawahl in Österreich am 25.05.2014 veröffentlicht, wie aus der Beschreibung hervorgeht (vgl. YouTube: *HC Strache Rap 2014 feat. Leopold Figl: Patrioten zur Wahl!*)

5.4.1 Beschreibung

Das Video beginnt mit verschiedenen Szenen, die Österreicher und Österreicherinnen beim Schwenken der österreichischen Fahne zeigen. Einige sind aktuell, andere in Schwarz-Weiß. Auch Strache wird beim Schwenken der Fahne bei öffentlichen Auftritten gezeigt. Außerdem wird der ehemalige österreichische Bundeskanzler Leopold Figl gezeigt. Während den Strophen ist Strache zu sehen, wie er mit einem jungen Mädchen zusammen ins Mikrofon rappt und so praktisch den Song aufnimmt. Teilweise wird auch nur Straches Gesicht in Nahaufnahme gezeigt. Er trägt eine Sonnenbrille und wirkt sehr ernst. Manchmal stehen die beiden auch auf dem Dach eines Hauses und schauen über die Stadt (vermutlich Wien). Beim Refrain wird immer eine Gruppe von FPÖ-Politiker und Politikerinnen gezeigt, die an einem

Geländer in einem Stiegenhaus stehen und singen. Ein Mann und eine Frau schwenken abwechselnd eine Österreich-Fahne. Auf der Treppe stehen zwei Männer. Durch ihre Masken sind sie als die Gegenkandidaten zu erkennen. Diese sind ängstlich gebückt und weichen im Laufe des Videos immer weiter zurück die Treppe nach unten.

5.4.2 Analyse

Wenn Leopold Figl eingeblendet wird, ist er zu hören, wie er sagt: „Österreich ist frei!“. Die ersten beiden Strophen beziehen sich zu Beginn auch auf dieses Zitat. Denn Dank der EU sei es damit „fast vorbei“. Nicht nur die EU, sondern auch die Rot-Schwarze Regierung (SPÖ und ÖVP) wird als Bedrohung für die Freiheit dargestellt. Es heißt: „Rot-Schwarz will unser Österreich verraten“. Es wird kritisiert, dass sich die EU zu viel in nationale Angelegenheiten einmische und das Geld der Österreicher und Österreicherinnen verschlinge, während die Löhne immer mehr sinken. Dies geschehe beispielsweise durch die Euro-Rettung, die „völlig verkehrt“ laufe. Deshalb wird mehr Unabhängigkeit von der EU gefordert, die HC bei einer Wahl auch verspricht („Selbstbestimmung ist unser Ziel“). Die Interessen Österreichs sollen an erster Stelle stehen („Österreich zuerst“). Die Rot-Schwarze Regierung verrate das Volk, indem sie ihm die Macht entreiße („Wo Kommissare regieren und wir nur brennen“). Die EU dürfe kein „Einheitsbrei“ werden. Außerdem dürfe sie nicht mehr erweitert werden. Dies wird insbesondere im Hinblick auf die Türkei gesagt. Die Rezipienten und Rezipientinnen werden direkt angesprochen mit „so denkst doch auch du!“ (vgl. Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*).

Im Refrain werden die Zuhörer und Zuhörerinnen aufgefordert, für Österreich zur Wahl zu gehen und ihre Stimmen der FPÖ zu geben („Patrioten zur Wahl“). Nur damit können sie Österreich und die Freiheit weiter erhalten („sag ja zur Freiheit!“) und es der Rot-Schwarzen Regierung „heimzahlen“. Rot-Schwarz wird als eine „Qual“ betitelt. (vgl. Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)

5.4.3 Interpretation

Entsprechend des Bezugs zur Europawahl ist auch das Lied *Patrioten zur Wahl* komplett auf die EU-Politik bezogen. Die EU wird in einem extrem negativen Bild gezeichnet. Positive Dinge werden über die EU überhaupt nicht genannt. Folgende Aussagen werden im Text vermittelt:

- Die EU schränkt die Freiheit und Selbstständigkeit der Österreicher und Österreicherinnen ein, z.B. „Es pfuscht die EU uns überall rein“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)
- Die EU kostet Geld, z.B. „Eure Euros werden verschoben“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)
- Österreich als eigene Kultur wird durch die EU bedroht, z.B. „Damit’s [Österreich] weiter besteht“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)
- Nur die FPÖ wehrt sich dagegen, Rot-Schwarz macht dagegen mit, z.B. „Rot-Schwarz will unser Österreich verraten“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)
- Es wird dazu aufgefordert, die FPÖ zu wählen, z.B. „Deine Stimme hilft mit“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*)
- Zusammengefasst wird die EU als Bedrohung für Österreich gesehen. Dramatisiert wird das durch den Bezug auf Leopold Figls „Österreich ist frei!“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*). Straches Kommentar dazu „Dank dieser EU ist’s fast vorbei!“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*) bezeichnet die EU indirekt also schon fast als Diktatur, die Österreich unterdrücken will. Die EU wird praktisch als Feind Österreichs verkörpert. Echte Patrioten und Patriotinnen müssten also die FPÖ wählen, die für die Freiheit Österreichs kämpfen. Das wird sogar als die einzige Möglichkeit hingestellt, dass Österreich noch „weiter besteht“ (vgl. Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*). Die bedrückende Musik wirkt zusätzlich dramatisierend.

Besonders ist hier die wiederholte direkte Ansprache des Zuhörers, zum Beispiel mit „so denkst doch auch du“ (Anhang: Liedtext *Patrioten zur Wahl*). Gleichzeitig streckt Strache immer den Zeigefinger in Richtung Kamera und zeigt so auf die Rezipienten und Rezipientinnen. Im Refrain tritt die FPÖ als geschlossene Front auf, die die österreichische Fahne schwenken. Verbunden mit dem siegessicheren Text gelingt es der FPÖ im Video, die „Gegenkandidaten“ in die Flucht zu schlagen. Auch die Haltung der Gegenkandidaten ist gebückt und schleichend, während die FPÖ-Mitglieder aufrecht stehen. Es wird das Bild einer starken FPÖ gezeichnet, die der EU widerstehen kann.

5.5 Analyse von *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*

Das Musikvideo *Steht auf, wenn ihr für HC seid!* wurde zehn Tage vor der Nationalratswahl am 29. September 2013 veröffentlicht (vgl. Bundesministerium für Inneres: Nationalratswahl 2013). In der Beschreibung heißt es: „HC Strache nimmt die Schwächen der politischen Mitbewerber humorvoll aufs Korn und präsentiert bessere Lösungen für Österreich“ (YouTube: *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*).

5.5.1 Beschreibung

Ganz zu Beginn des Videos wird die österreichische Flagge gezeigt. Zu allen Strophen werden entweder wieder Strache gezeigt, wie er am Mikrofon singt oder seine Parteimitglieder. Diese singen hauptsächlich in die Kamera oder wippen einfach nur im Rhythmus mit und führen dabei unterschiedlichste Tätigkeiten aus. Einige telefonieren oder lesen Zeitung, während andere nichts tun oder zum Rhythmus gestikulieren. Im Refrain sitzen alle FPÖ-Mitglieder in einem Saal. Der Reihe nach erhebt sich immer eine Reihe von hinten nach vorn. Einmal wird eine Anspielung auf die James Bond-Filme gemacht, indem Füße durch den Lauf einer Pistole gezeigt werden.

5.5.2 Analyse

Der Text startet gleich sehr provokant mit der Aufforderung an den damaligen österreichischen Bundeskanzler Werner Faymann: „Geh, wir wollen dich nicht!“. Ihm wird vorgeworfen, nur zu Lügen („Deine Lügen werden sich nicht lohnen“) und Versprechen zu brechen („Weil du nur Versprechen brichst“). Auch gibt Strache Faymann die Schuld an den steigenden Arbeitslosenzahlen („Die Arbeitslosen werden immer mehr“). Generell gehe es für Österreich „bergab“. Auch andere Politiker und Politikerinnen werden direkt angegriffen, teils sehr böse. Damaliger ÖVP-Parteiohmann „Spindi“ (Michael Spindegger) habe die ÖVP „abgeschafft“ indem er sich von der EU herum kommandieren lasse. Der damaligen Finanzministerin Maria Fekter (im Song „Mizzi-Tant[e]“) wirft er vor, durch ihren ‚Horrorkurs‘ und insbesondere durch Finanzhilfen an Griechenland, Österreich weiter verschuldet zu haben. Eva Glawischnig, die Klubobfrau der Grünen wird sogar als „belämmert“ bezeichnet. Peter Pilz von den Grünen wird vorgeworfen, dass Bürger keine Wohnungen finden, während er „billig im Gemeindebau“ lebe. Frank Stronach könne man nicht vertrauen, da er nur leere Versprechen mache („Pass nur auf, vertrau‘ ihm nicht“). Außerdem ließen sich andere Politiker und Politikerinnen „von Frank gern kaufen“. Zum Schluss kommen auch hier Versprechungen, was sich durch die FPÖ ändern würde: Strache verspricht „mehr Geld“ durch höhere Löhne und Pensionen und dadurch „mehr Gerechtigkeit“. Außerdem solle Österreich unabhängiger von der EU werden („seien wir nicht länger Brüssels Knecht“). Daneben sollen Familien mehr Hilfen bekommen und die weitere Immigration soll verhindert werden („Für unsere Familien gibt’s mehr Geld, statt Zuwanderung aus aller Welt“). Erneut werden die Zuhörer und Zuhörerinnen aufgefordert, sich bei der Rot-Schwarzen Regierung durch „ein Kreuz bei HC Strache“ zu „rächen“. (vgl. Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)

Im Refrain heißt es: „Steht auf, wenn ihr für HC seid!“. Denn dieser stehe „für Zukunft statt Vergangenheit“. Mit „beginnen wir noch heute!“ wird wieder indirekt dazu aufgefordert, die FPÖ zu wählen. Im letzten Refrain wird eine zusätzliche Strophe angehängt, in der unter anderem behauptet wird, dass „Grün die Heimat hasst“ (vgl. Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*).

5.5.3 Interpretation

Im Gegensatz zur Beschreibung des Videos nimmt Strache seine politischen Gegner und Gegnerinnen alles andere als humorvoll aufs Korn. Strache nennt die Politiker und Politikerinnen bei abwertenden Spitznamen (zum Beispiel „Mizzi-Tant[e]“) und sagt negative Dinge über sie. Zum Teil wird er dabei auch sehr persönlich (zum Beispiel „belämmert“ über Eva Glawischnig). Die Frau, die zu diesem Zeitpunkt zu sehen ist, macht auch eine unmissverständliche Geste, indem sie den Zeigefinger um die Schläfe kreisen lässt. Manchen Politikern weist er die Schuld an Problemen zu (Werner Faymann), andere bringt er mit Skandalen in Verbindung (Peter Pilz). Falls er nichts dergleichen findet, untergräbt er einfach ihre Glaubwürdigkeit (Frank Stronach) (vgl. Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)

Er gibt den Politikern die Schuld an folgenden Dingen:

- Steigende Armut und Arbeitslosenzahlen, z.B. „Die Arbeitslosen werden täglich mehr“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Abhängigkeit von der EU, z.B. teilt Brüssel ihm Befehle aus“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Staatsverschuldung zum Beispiel durch Euro-Rettung, z.B. „vergrößert Österreichs Schuldenstand“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Gegen Ende des Lieds fordert Strache die Zuhörer und Zuhörerinnen wieder auf, die FPÖ zu wählen. Er verspricht:
- Mehr Gerechtigkeit (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Weniger Abhängigkeit von der EU, z.B. „Seien wir nicht länger Brüssels Knecht“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Höhere Löhne und Pensionen und mehr Geld für Familien, weniger Armut, z.B. „Die Armut stellen wir gemeinsam ab“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)
- Weniger Zuwanderung, z.B. „anstatt Zuwanderung aus aller Welt“ (Anhang: Liedtext *Steht auf, wenn ihr für HC seid!*)

Auch hier ist die Grundaussage wieder, dass alle anderen Parteien und vor allem die Politiker und Politikerinnen schlecht für Österreich sind. Die groben Beleidigungen der Politiker werden oft durch aggressive oder beleidigende Gesten oder abweisende Gesichtsausdrücke unterstrichen. Strache und die FPÖ präsentieren sich als eine starke Einheit, die alles zum Guten wenden kann. Der Bezug auf James Bond soll Strache vielleicht als einen ‚harten Kerl‘ darstellen, der gegen ‚das Böse‘ kämpft.

5.6 Vergleich und Bewertung

Obwohl es sich bei beiden Kommunikatoren um rechtspopulistische Parteien handelt, könnten die Lieder unterschiedlicher nicht sein. Vergleicht man die Lieder untereinander, lässt sich ein starker Kontrast zwischen dem Lied der SVP und den Songs der FPÖ erkennen: Der *SVP Freiheitssong* vermittelt die Botschaft, dass im eigenen Land alles in Ordnung ist und man auch sein Bestes geben sollte, diesen Status quo zu halten. Die FPÖ dagegen stellt die österreichische Politik als unfähig dar. Die anderen Parteien steuern das Land in eine Katastrophe. Nur der FPÖ lägen die Bürger und Bürgerinnen am Herzen. Dementsprechend ist die Botschaft, dass man unbedingt die FPÖ wählen solle, damit diese noch das Ruder herumreißen könne. Die FPÖ nennt auch klare Kritikpunkte, was ihrer Meinung nach falsch laufe.

Aufgrund dieser Unterschiede im Inhalt ist auch die Art der Vermittlung sehr unterschiedlich. Der *SVP Freiheitssong* ist fröhlich und friedlich. Die FPÖ-Raps mit Heinz-Christian Strache sind dagegen sehr aggressiv und beleidigend gegenüber anderen Parteien, Politikern und Politikerinnen. Diese Beleidigungen gehen auch teilweise weit unter die Gürtellinie. Das ist vor allem deswegen extrem, weil die FPÖ eine der größten Parteien in Österreich und HC Strache ein landesweit bekannter Politiker ist. Im *SVP Freiheitssong* werden dagegen gar keine Namen aus der Politik erwähnt – weder von der eigenen Partei, noch von anderen. In dem Video der SVP werden ausschließlich friedliche, harmonische Szenen gezeigt, während in den Clips der FPÖ teilweise Politiker anderer Parteien direkt gezeigt oder dargestellt und ins Lächerliche gezogen werden. Als eine Gemeinsamkeit lässt sich dennoch der Patriotismus herauslesen und die Notwendigkeit, das Beste für seine Heimat zu tun indem man die jeweilige Partei unterstützt. Auch kommen in allen Musikvideos die Flaggen Österreichs beziehungsweise der Schweiz vor.

Die Unterschiede in der Vermittlung lassen sich wahrscheinlich durch die Stärke der Parteien erklären. Die SVP ist die stärkste Partei in der Schweiz. Deshalb gilt es diese Position zu verteidigen. Dadurch muss auch die eigene Politik verteidigt werden. Zwar handelt es sich bei der FPÖ zwar auch um eine der großen Parteien aber nicht um die größte. Auch war und ist sie keine Regierungspartei, weshalb in den Liedern Probleme drastisch dargestellt werden

und die Schuld auf die regierenden Parteien und Politiker und Politikerinnen geschoben wird. Mit einer Wahl der FPÖ wird davon Abhilfe versprochen.

An dieser Stelle kann auf Hiekel (1991: 42) zurückgekommen werden mit seiner Einteilung in plakative und unterschwellige Lieder. Die FPÖ verfolgt klar die plakative Strategie mit parolenartigen Texten. Die SVP vermittelt ihre Botschaft dagegen unterschwellig (vgl. Hiekel 1991: 42). Die FPÖ nutzt YouTube dagegen ganz klar als Propagandakanal, wie von Moorstedt (2008: 83) nahegelegt. Beide Parteien nutzen ganz klar die Möglichkeit, mit ihren Musikvideos Emotionen zu wecken (vgl. Hargreaves 2005: 1). Bei *Patrioten zur Wahl* ist die Musik etwa sehr düster und soll bedrohlich wirken. Dies wird durch die Kameraführung unterstützt, die die FPÖ-Mitglieder leicht von unten filmt und damit größer wirken lässt. Es ist klar, dass alle Videos mit der Intention, politische Botschaften, Nationalgefühl oder Meinungen zu vermitteln, veröffentlicht wurden (vgl. Fuchs 2006: S. 41). Die FPÖ zeigt ganz klar ihren Charakter einer rechtspopulistischen Partei, indem Komplexitätsreduktion, Schwarz-Weiß-Malerei und Vereinfachungen angewendet wird (vgl. Wolf 2017: 7f.). Die Abgrenzung zwischen dem ‚Wir‘ als Volk und ‚den Anderen‘ oder Eliten geschieht bei der FPÖ sehr deutlich. Da es sich bei der SVP selbst um die Eliten handelt, entfällt dieser Aspekt. Eine Abgrenzung gegenüber ‚den Anderen‘ geschieht indirekt durch die Konstruktion eines sehr starken ‚Wir‘-Gefühls (vgl. Wolf 2017: 13f.). Beide Parteien schüren Ängste, die FPÖ jedoch deutlich stärker. Auch eine Emotionalisierung wird von beiden Parteien vorgenommen. Der Übertreibung bedient sich nur die FPÖ (vgl. Bauer 2012: 63).

6. Fazit

Obwohl beide Parteien rechtspopulistisch ausgerichtet sind, geben sie sich in ihren Musikvideos sehr unterschiedlich. Die Unterschiede lassen sich wahrscheinlich unter anderem auf die Stärke der Parteien in der aktuellen Politik zurückführen. Allerdings spielen mit Sicherheit auch noch andere Faktoren eine Rolle, wie etwa die Person Straches selbst. Denn er ist bekannt für seine Radikalität und seinen Personenkult (vgl. Mittnik 2010: S. 26). Dies hat auf jeden Fall erkennbaren Einfluss auf die Lieder. Dass die Lieder einen Einfluss auf die Wahlen haben, ist eher zweifelhaft. *Steht auf, wenn ihr für HC seid!* hat gerade einmal 1.247.584 Aufrufe obwohl das Video von 2013 ist. Auch sind alle Videos mehrheitlich negativ bewertet. Weiter ist es nicht sicher, dass andere Parteien mit entsprechenden Liedern besser bei den YouTube-Nutzern ankommen würden. Da alle Lieder schon über ein Jahr alt waren, wäre es auch interessant gewesen, zu den Bundespräsidentenwahlen 2016 in Österreich ein aktuelles Lied der FPÖ zu finden. Doch hierzu hat Heinz-Christian Strache kein Lied gesungen und auch sonst wurde keines veröffentlicht. Ob dies vom FPÖ-Präsidentschaftskandidaten

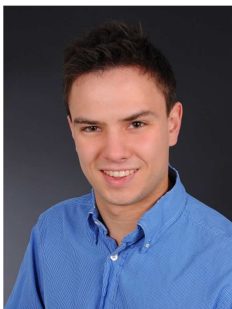
Norbert Hofer nicht erwünscht war oder ob Strache einfach keine Lieder mehr singt, ist nicht bekannt.

7. Literatur

- Aschwanden, Erich (2016): Der 1. August ist am 8. November. In: Neue Züricher Zeitung Online am 07.11.2016. Online unter <https://www.nzz.ch/schweiz/der-1-august-ist-am-8-november-ld.126806> (08.06.2017).
- Bauer, Werner T. (2012): Rechtspopulismus in Europa – unter besonderer Berücksichtigung von Ost- und Südosteuropa. In: Südosteuropa Mitteilungen, H. 4, S. 58-69.
- Braula, Jan (2015): Kommentar: Als die FPÖ cool sein wollte. Online unter <http://themessage.at/als-die-fpoe-cool-sein-wollte/> (15.02.2017).
- Bundesministerium für Inneres: Nationalratswahlen 2013. Online unter http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/2013/Vorl_Erg_Gesamt.aspx (08.06.2017).
- Eisel, Stephan (1990): Politik und Musik. Musik zwischen Zensur und politischem Missbrauch. München: Bonn Aktuell.
- Fuchs, Nikolaj (2006): Musik und Kommunikation. Erscheinungsformen, Möglichkeiten und Korrelationen am Beispiel von improvisierter Musik. Salzburg.
- Hargreaves, David J./MacDonald, Raymond/Miell, Dorothy (2005) (Hg): How do people communicate using music? In: Musical communication. Oxford University Press. S. 1.
- HC Strache feat. MC Blue - Good Men[sch] Rap (2015). YouTube-Video, 4:42 Min., Österreich: FPÖ TV.
- HC Strache Rap 2014 feat. Leopold Figl: Patrioten zur Wahl! (2014). YouTube-Video, 3:52 Min., Österreich: FPÖ TV.
- Hiekel, Jörn P. (2011): Politische Akzentsetzungen in Musik. In: Neue Zeitschrift für Musik Musik verstehen? 172. Jg., H. 4, S. 40-47.
- Mikos, Lothar (2015): Film- und Fernsehanalyse. 3. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Konstanz: UVK.
- Mitnik, Philipp (2010): Die FPÖ – eine rechtsextreme Partei? Zur Radikalisierung der Freiheitlichen unter HC Strache. Berlin: Lit Verlag.
- Moorstedt, Tobias (2008): Jeffersons Erben: wie die digitalen Medien die Politik verändern. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Pelinka, Anton (2002): Die FPÖ im internationalen Vergleich. Zwischen Rechtspopulismus, Deutschnationalismus und Österreich-Patriotismus. In: Conflict & Communication online. H 1, S. 1-12.
- Rhomberg, Markus (2009): Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Rottbeck, Britta (2012): Der Online-Wahlkampf der Volksparteien. Eine empirische Analyse. Wiesbaden: Springer.

- Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweitzer, Eva J. (2011): Das Internet im Wahlkampf. Analysen zur Bundestagswahl 2009. Wiesbaden: Springer.
- Schweizerische Bundeskanzlei (2015): Bericht des Bundesrats über die Nationalratswahlen 2015. Online unter <https://www.bk.admin.ch/aktuell/media/03238/index.html?lang=de&msg-id=59406> (08.06.2017).
- Schweizerische Bundeskanzlei (2017): Der Bund kurz erklärt. 39. Auflage. Bern: Schweizerische Bundeskanzlei.
- Shannon, Claude E./Weaver, Warren (1949): The mathematical theory of communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Strache Rap 2013: „Steht auf, wenn ihr für HC seid!“ (2013). YouTube-Video, 3:41 Min., Österreich: FPÖ TV.
- SVP Freiheitssong (Wo e Willy isch, isch ou e Wäg) (2015). Willy Tell. YouTube-Video, 3:11 Min., Schweiz: SVP Schweiz.
- Wagner, Hans (2008): Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Ein Lehr- und Studienbuch. 2. Aufl. München: Reinhard Fischer Verlag
- Willy Tell: Musiker Ledig sucht... (Album). Online unter <http://www.willytell.ch/> (08.06.2017).
- Wolf, Tanja (2017): Rechtspopulismus. Überblick über Theorie und Praxis. Wiesbaden: Springer.
- Youtube: FPÖ TV. Online unter <https://www.youtube.com/user/FPOETVonline/about> (15.02.2017).
- Youtube: SVP Schweiz. Online unter <https://www.youtube.com/user/svpch/about> (15.02.2017).

Kurzbiografie des Autors



Robert Singer, BA, hat sein Bachelorstudium der Kommunikationswissenschaft in Bamberg absolviert. Aktuell studiert er im Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft mit der Spezialisierung Digitale Kommunikationskulturen in Salzburg.

Kontakt: robert.singer2@stud.sbg.ac.at