



MACH' MEINEN KUMPEL NICHT AN!



HETZEN UND TÄUSCHEN. RECHTE STRUKTUREN IN SOZIALEN MEDIEN BROSCHÜRE

zur Tagung am 23./24. Juni 2017

Impressum

Düsseldorf
© November 2017

Herausgeber:

Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung,
gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus e.V.

Hans-Böckler-Straße 39
40476 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 43 01-193

Fax: 0211 / 43 01-134

E-Mail: info@gelbehand.de
www.gelbehand.de
www.facebook.de/gelbehand

V.i.S.d.P.:

Giovanni Pollice

Redaktion:

Dr. Klaudia Tietze
Mark Haarfeldt

*Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des
BMFSFJ bzw. des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen trägt
der Autor/die Autorin bzw. tragen die Autoren/Autorinnen die
Verantwortung.*

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**

Inhaltsverzeichnis

4 Tagungsimpressionen

Vorwort

5 Giovanni Pollice

Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus e.V.

Vorträge

6 Hass und Hetze im Internet – ein Überblick

Simone Rafael, Amadeu Antonio Stiftung

13 Die Jugend ansprechen – Wie präsentiert sich die Identitäre Bewegung im Internet?

Anna-Lena Herkenhoff, Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Münster

18 Faken, manipulieren, simulieren: Wie Rechtsradikale über das Netz Aufmerksamkeit erlangen

Fabian Jellonnek, achtsegel.org – Büro für politische Kommunikation und Bildung im Netz

24 Disruption der Demokratie? Wie Fake News und Hetze im Netz den gesellschaftlichen Zusammenhalt bedrohen

Aytekin Celik, Medienakademie Baden-Württemberg

Schlusswort

29 Dr. Klaudia Tietze

Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus e.V.

30 Tagungsimpressionen

31 Platz für Notizen

33 Fördermitgliedschaft

35 Mach meinen Kumpel nicht an!

Tagungsimpressionen



Vorwort

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

menschenverachtende Ansichten und Aufforderungen zu Gewalt haben im Internet enorm zugenommen. Dieses Phänomen, das mittlerweile unter den Begriff „Hate Speech“ in der Öffentlichkeit diskutiert wird, ist eine Herausforderung, die einer gesellschaftlichen Diskussion bedarf. Gleichzeitig nutzen rechte Organisationen soziale Medien, um neue Mitglieder zu rekrutieren und besonders Jugendliche anzusprechen. Die Spezialisierung auf soziale Medien hat zur Folge, dass sich diskriminierende Formen und Mechanismen der Ausgrenzung aufgrund der Herkunft, Kultur und Religion ausbreiten, sie drohen salonfähig zu werden und befeuern ein fremdenfeindliches Klima.

Über diese Phänomene haben wir bei unserer jährlichen Netzwerk-Tagung mit über 70 KollegInnen mit vielfältigen Erfahrungen in der arbeitsweltbezogenen Jugendarbeit diskutiert und nach Strategien gesucht, um diesen Entwicklungen entgegenzuwirken.

Die Inhalte der Tagung haben wir in Form von Fachaufsätzen, die die ReferentInnen verfasst und vorgetragen haben, in dieser Broschüre zusammengestellt. Die Dokumentation liefert Euch Informationen zu den sozialen Medien, ihren Mechanismen und Möglichkeiten der Intervention. Sie beschreibt, wie rechte Organisationen das Internet nutzen, wie Jugendliche im Internet von Rechts angesprochen werden und welche Strategien es gibt, sich gegen die rechte Propaganda und Argumentation wirksam zu wehren.

Jede(r) von uns ist gefordert, neonazistische Äußerungen in sozialen Medien nicht zu ignorieren, sondern Rechts-extremen im Netz konsequent die Rote Karte zu zeigen!

Auch Internetplattformen und -dienste müssen den Rechten die Rote Karte zeigen. Zuvorderst dürfen Provider und PlattformbetreiberInnen den Missbrauch ihrer Dienste zur Verbreitung von Hassbotschaften nicht dulden. Sie müssen mit technischen und redaktionellen Maßnahmen dafür Sorge tragen, dass diese Inhalte nachhaltig von ihren Servern entfernt werden.

Parallel müssen rechtsextreme Straftaten im Internet geahndet und Täter zur Rechenschaft gezogen werden. Mit dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz, das Hasskriminalität stärker verfolgt und sanktioniert, wurde ein erster Schritt gemacht. Trotz berechtigter Kritik von vielen Seiten, sind wir der Auffassung, dass das Netzwerkdurchsetzungsgesetz ein klares Signal der Politik darstellt, gegen „Hasskriminalität“ in sozialen Netzwerken vorzugehen. Damit wird die Verfolgung dieser Kriminalität ermöglicht. Dem Gesetz müssen aber weitere Schritte folgen – politische, aber auch gesellschaftliche. Denn die Formen rechter Agitation sind vielfältig – daher brauchen wir ebenso vielfältige Strategien, um Hass und rechter Hetze, in der analogen wie in der digitalen Welt, mit aller Konsequenz zu begegnen.

Giovanni Pollice

Vorsitzender

Mach meinen Kumpel nicht an!



Vortrag

Hass und Hetze im Internet – ein Überblick

Simone Rafael, Amadeu Antonio Stiftung



Simone Rafael referiert zu Hass und Hetze im Internet.

„Die im Jahr 2010 formulierte Strategie der rechtsextremen Szene, über das Internet und vor allem über Foren, Chats und soziale Netzwerke ihre demokratiefeindlichen Themen in die breitere gesellschaftliche Diskussion einfließen zu lassen, ist voll aufgegangen.“

Hassrede kein „Privileg“ von Rechtsextremen

Ein 46-Jähriger aus Ingolstadt schreibt auf Facebook zum Umgang mit Geflüchteten: „Die Endlösung ist das Einzige, was Deutschland retten kann.“ Eine 36-jährige Mutter aus Chemnitz teilt eine Bildcollage: eine Handgranate im Design eines Überraschungseis mit der Titelzeile „Ausländer-Überraschung. Sonderedition Asylanten. Spannung, Spiel und weg.“

Sie sind keine Neonazis, keine organisierten Rechtsextremen, oft nicht einmal offenkundige AfD-SympathisantInnen. Aber sie lesen online „alternative“, tendenziöse Medien wie *Epoch Times* oder *Russia Today*, in denen sie vermeintlich lernen, dass die Regierung in Deutschland

ihnen nicht die Wahrheit sage und sie belüge. Sie liken Facebook-Seiten wie „Tägliche Einzelfälle“ oder diskutieren auf der *Pegida*-Seite der *Patriotischen Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes*. Und so kommen ihnen Geflüchtete gewalttätig und fremd vor. Deshalb schreiben sie offen Kommentare ins Internet, für die sie vor Gericht zu fünf Monaten Haft ohne Bewährung bzw. 40 Tagessätzen Geldstrafe verurteilt werden – und haben bis zur Strafanzeige nicht einmal ein Unrechtsbewusstsein, weil sie sich für VertreterInnen einer „schweigenden“ Mehrheit halten.

In den sozialen Netzwerken im Jahr 2017 ist Hassrede kein „Privileg“ von Rechtsextremen und Neonazis mehr. Die im Jahr 2010 formulierte Strategie der rechtsextremen Szene, über das Internet und vor allem über Foren, Chats und soziale Netzwerke ihre demokratiefeindlichen Themen in die

breitere gesellschaftliche Diskussion einfließen zu lassen, ist voll aufgegangen. Die Verherrlichung des Nationalsozialismus ist weiter ein gesellschaftliches Tabu, nicht aber die Verbreitung von Rassismus, Antisemitismus, Islamfeindlichkeit, völkischem Denken, Law-and-Order-Mentalitäten bis zum Ruf nach einem starken Führer oder das Verbreiten von Hass auf Pluralismus, Liberalität und Freiheitsrechte, solange es nicht die eigenen sind. Es gibt unzählige Facebook-Gruppen, YouTube-Kanäle, Blogs und Websites für viele Formen von Hass, sodass viele verschiedene Zielgruppen eine virtuelle Heimat finden: Vom sich konservativ gebenden Rassisten, der Argumente gegen Muslime und Geflüchtete sammelt und gern die angeblich mangelnde Meinungsfreiheit beweint, wenn er seinen Meinung nicht im Gros der Medien wiedergegeben sieht, bis zum den Kick suchenden Jugendlichen, der im Auskenner-Rechtsextremismus der „Identitären“ seine Form findet, völkisches Denken und Islamfeindlichkeit in ein popkulturelles Aktionskunst-Gewand zu gießen, für das er nicht einmal persönlich viel riskieren muss und sich trotzdem als vermeintlich heldenhafter Kämpfer für Deutschland fühlen kann.

**Engagement in sozialen Netzwerken:
Positive und negative Aufmerksamkeit**

Denn eines ist 2017 sicher: Wer sich mit Hassrede im Netz beschäftigt, sich dagegen engagiert, erhält Aufmerksamkeit.

Dies ist zum einen gute Aufmerksamkeit: Rechter Hass im Netz ist nicht mehr nur ein Nischenthema, auf das Betroffene stoßen. Er ist öffentlich sichtbar und präsent in Kommentarspalten und auf Facebook-Seiten großer und kleiner Medien, in den Timelines der eigenen Freunde und Bekannten, wird geäußert auf den Webpräsenzen der Flüchtlingsinitiative, in der man sich vielleicht engagiert. Und entsprechend ist auch das Bedürfnis bei vielen UserInnen gewachsen, sich zu informieren, sich argumentativ fit zu machen, Zeichen gegen Ausgrenzung und Abwertung zu setzen. Dies zeigen nicht nur der Erfolg engagierter Facebook-Initiativen zum Thema wie „Hass hilft“ oder „Belltower.News – Netz für digitale Zivilgesellschaft“ der Amadeu Antonio Stiftung. Auch das Bundesjustizministerium beschäftigt sich seit Dezember 2015 mit einer „Task Force“ aus Unternehmen, Justiz, Polizei, NGOs und Politik mit der Frage, wie strafrechtlich relevantem Hass im Netz wirkungsvoller begegnet werden kann. Unternehmen wie Facebook positionieren sich in Aktionen wie der *Online Civil Courage Initiative (OCCI)*, Google/YouTube positioniert sich in der „Nicht egal“-Initiative gegen Hassrede. Der Europarat setzt sich gar mit einer europaweiten Kampagne, dem „No Hate Speech Movement“, ein.

Doch wer sich mit dem rechten Hass auseinandersetzt, erhält auch die negative Aufmerksamkeit derjenigen, die sich angesprochen fühlen. Dies beginnt mit bissigen, bedrohlichen bis beleidigenden Kommentaren und



„Es gibt unzählige Facebook-Gruppen, YouTube-Kanäle, Blogs und Websites für viele Formen von Hass, sodass viele verschiedene Zielgruppen eine virtuelle Heimat finden: Vom sich konservativ gebenden Rassisten (...) bis zum den Kick suchenden Jugendlichen.“

schlechten Facebook-Bewertungen, wenn es sich um eine Seite einer Organisation oder eines Unternehmens handelt.

Auf der Facebook-Seite von *Belltower.News* ist etwa eine „klassische“ rechte 1-Punkt-Bewertung: „Aufklärung gegen Neonazis ist wichtig und notwendig. Das Problem bei dieser Seite/Institution: Es werden jegliche kritische Meinungen und Menschen in die Naziecke gestellt, die einfach nur die Wahrheit sagen und/oder ihre Meinung auch nur 1mm vom linksgrün-ideologischen Credo der Machthabenden abweicht. (...) Paradoxerweise ist die Seite *Belltower.News* durch ihre Denunziation weitaus näher am Nationalsozialismus als viele ihrer Angeklagten.“ (Max W., Dezember 2016, Fehler im Original). Es gibt einige rechtspopulistische Argumentationsstrategien, die zu kennen sich lohnt. Diese hier ist der Topos: Demokratisches Engagement gegen Rechtsextremismus wird als undemokratisch beschrieben, als ausgrenzend, dogmatisch – ja faschistisch. Leider trifft dieser Vorwurf viele Engagierte sehr, auch wenn er an den Haaren herbeigezogen ist und das „Demokratieverständnis“ im Rechtspopulismus eher Darwins „Gesetz des Stärkeren“ entspricht und Minderheitenschutz und Pluralismus als überflüssige Lappalien beiseite wischt.

Doch das Äußern des Unmuts reicht vielen rechten HaterInnen inzwischen nicht mehr. Wer sich unter Klarnamen engagiert, muss damit rechnen, nicht nur Beschimpfungen, sondern auch Rufschädigung zu erleben. Dies geschieht etwa auf den zahlreichen rechtspopulistischen Blogs und „alternativen“ Medien im Internet. Neben schlecht geschriebenen, offen hetzenden und leicht

als tendenziös zu erkennenden Hobby-Medien gibt es inzwischen auch solche, die einen vermeintlich journalistisch-professionellen Eindruck machen. Es sind diese Medien, die nun auch in der Debatte um „Fake News“ eine Rolle spielen. Sie öffentlich zu benennen, ist allerdings nicht leicht, weil gerade die größeren Vertreter exzellente Kontakte auch in einflussreiche rechtskonservative Kreise pflegen. Zuletzt musste das im Dezember 2016 der Werber Gerald Hensel erfahren, der in nur zwei Posts darüber nachdachte, ob Unternehmen wirklich ihr Werbebudget auf Webseiten ausgeben möchten, die mit Desinformation und Abwertung von Minderheiten ihre Klicks gewinnen. Nach einem beispiellosen rechtspopulistischen Shitstorm gegen seinen Arbeitgeber und diverse Kunden sah sich Hensel gezwungen, deshalb gar seinen Job zu verlassen.

Diejenigen HaterInnen, die also nach „Meinungsfreiheit“ zu rufen vorgeben und ihre bedroht sehen, wenn Unternehmen zum Nachdenken über Finanzierungen angeregt werden, geben selbst erst Ruhe, wenn sie kritische Stimmen mundtot gemacht haben. Dieser Prozess im Internet hat sogar einen Fachbegriff: Silencing. Entmutigten lassen hat Hensel sich allerdings nicht. Mit der Initiative *Fearless Democracy* setzt er sich nun weiter gegen rechte Hassrede ein – und hilft Opfern, die aktuell in Hass-Stürmen stehen.

Engagement in sozialen Netzwerken ist also so nötig wie selten zuvor, aber auch so schwierig wie selten zuvor. Was immer offensichtlicher wird: Wir haben es aktuell mit einem Niedergang der Debattenkultur zu tun. Echokammern und Filterblasen in sozialen Netzwerken



„Doch wer sich mit dem rechten Hass auseinandersetzt, erhält auch die negative Aufmerksamkeit derjenigen, die sich angesprochen fühlen. Dies beginnt mit bissigen, bedrohlichen bis beleidigenden Kommentaren und schlechten Facebook-Bewertungen, wenn es sich um eine Seite einer Organisation oder eines Unternehmens handelt.“



„Wer längerfristig als Rechtsextremer in sozialen Netzwerken präsent sein möchte, der muss sich zusammenreißen oder kreativ sein. Vor allem aus diesem Grund klingt die rechtsextreme NPD auf Facebook oft weniger radikal als manche rechtspopulistische Gruppierung. Manchmal bringt diese Kreativität ganz neue Ausformungen des Rechtsextremismus hervor: Die neurechten „Identitären“ haben eine feste Farb- und Bildsprache wie eine bekannte Marke.“

tragen dazu bei, dass Menschen sich immer mehr nur mit denen umgeben, die ihrer Meinung sind, und die Menschen anderer oder gar konträrer Meinung höchstens beobachten, was im Internet sehr gut geht, aber Kontakt zunehmend vermeiden. Damit wird es aber auch immer schwieriger, die Filterblasen wieder zu verlassen oder in einen Austausch der Meinungen zu treten, der unerlässlich ist, wenn wir Meinungen auch ändern möchten. Das Internet, das anfangs so frei und durchlässig für alle schien, wandelt sich mehr und mehr zu einem Ort fragmentierter Gruppierungen – eine besondere Herausforderung für die präventive und pädagogische Arbeit für Demokratie.

Die rechtsextreme Szene

Neonazis und andere Rechtsextreme nutzen das Internet, seit es existiert. Nirgendwo anders lassen sich NS-Verherrlichung und menschenfeindlicher Hass so einfach pflegen und feiern, lassen sich so einfach Aktionen organisieren und Andersdenkende bedrohen. Allerdings geraten die „klassischen“ und damit leicht erkennbaren Rechtsextremen in den großen sozialen Netzwerken wie Facebook oder Youtube immer stärker in Bedrängnis: Weil

sie des Öfteren strafrechtlich relevante Inhalte posten, werden sie ebenso oft gemeldet und gelöscht. Das heißt nicht, dass es nicht auch rechtsextreme Profile und Seiten in diesen Netzwerken gibt. Wer sich auf die Suche begibt, findet schnell „Freie Kräfte“ und Bruderschafts-Seiten oder rechtsextreme Hassgruppen. Nicht umsonst hatte auch die Gruppe *Oldschool Society* eine Facebook-Seite, auf der sich die Mitglieder kennenlernten, die später Anschläge auf Geflüchtete planten und dafür als Rechtsterroristen vor dem Oberlandesgericht München zu Haftstrafen zwischen 3 und 5 Jahren verurteilt wurden.

Wer längerfristig als Rechtsextremer in sozialen Netzwerken präsent sein möchte, der muss sich zusammenreißen oder kreativ sein. Vor allem aus diesem Grund klingt die rechtsextreme NPD auf Facebook oft weniger radikal als manche rechtspopulistische Gruppierung. Manchmal bringt diese Kreativität ganz neue Ausformungen des Rechtsextremismus hervor: Die neurechten „Identitären“ haben eine feste Farb- und Bildsprache wie eine bekannte Marke. Sie planen ihre islam- und flüchtlingsfeindlichen Inszenierungen im wirklichen Leben sogar vor allem, um sie in sozialen Netzwerken erst mit Bedeutung und Reichweite aufzuladen. Ein spezielles Feld sind rechts-

extreme „Humor“-Seiten, denn was sich Humor nennt, wird zumindest in den amerikanisch basierten Netzwerken kaum gelöscht. Inzwischen gibt es auch Sammlungen von Memes, die sich am gewitzteren, popkulturell inspirierten Stil der amerikanischen *Alt-Right-Bewegung* orientieren und mehr auf Verbreitung ihrer Ideologie durch Schmunzeln als durch Menschenverachtung setzen. Facebook-Seiten wie „Gottkaiserin Alice Weidel“ montieren das Gesicht der AfD-Spitzenkandidatin für die Bundestagswahl 2017 in HerrscherInnen-Abbildungen von Kunstgeschichte bis Computerspiel-Design – und es bedarf einiger Blicke in die Kommentare, um zu unterscheiden, ob es eine Veräppelung oder eine Verehrung sein soll (in diesem Fall Letzteres).

Wer als strammer Neonazi allerdings nicht zu subtilen Äußerungen für seinen Hass greifen will, wird übrigens nicht „aus dem Internet gedrängt“, denn das ist groß. Aktuell ist die Lieblingsalternative für von Facebook geschasste Rechtsextreme das russische VK-Netzwerk, in dem es praktisch keine Regulierungen in diesem Themenfeld gibt. Für von Twitter Gelöschte gibt es die rein rechtsextreme „Alternative“ Gab.ai. Gut daran ist, dass damit die Neonazis wieder unter sich sind.

Die rechtspopulistische Szene

Einflussreicher im Leben wie in sozialen Netzwerken ist – weil weniger gesellschaftlich stigmatisiert – der Rechtspopulismus. Rund 25 Prozent der Menschen in Deutschland teilen rechtspopulistische Einstellungen, stellt die Einstellungsforschung seit Jahren stabil fest. Auch die Zielgruppe ist also weitaus größer. Beim Rechtsextremismus sind es rund 9 Prozent.

Rechtspopulismus sprießt im Internet und in sozialen Netzwerken in vielen Facetten. Er wird gepflegt auf eigenen Blogs wie „Unzensuriert“ oder „Blaue Narzisse“, auf Facebook-Seiten wie „Ich bin Patriot, aber kein Nazi“ oder bei der „German Defense League“, mal mit bürgerlicherem, vermeintlich rechts-konservativem, mal mit radikalerem, die Demokratie als System infrage stellendem Anstrich, mal mit Konzentration auf Islamfeindlichkeit, mal mit dem Schüren von Ressentiments gegen Homosexuelle oder Geschlechtergerechtigkeit oder mehr oder minder stumpfen Argumentationen gegen „die da oben“, gegen Amerika oder mal mehr und mal weniger genau beschriebenen (jüdischen) „Mächten“, die das Weltgeschick vorgeblich lenken sollen.

Wie populär gerade Angebote sind, die in der Grauzone zwischen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus angesiedelt sind, zeigt der Blog *Politically Incorrect (PI-News)*. Er steht seit Jahren kontinuierlich hoch in den deutschen Blog-Charts und ist redaktionell im rechtspopulistischen Bereich angesiedelt: Islamfeindlichkeit, Hetze gegen Geflüchtete, gegen PolitikerInnen demokratischer Parteien und gegen als politische GegnerInnen wahrgenommene

Menschen („Gutmenschen“). Noch beliebter als die Artikel auf *Politically Incorrect* sind aber die Kommentarspalten unter den Artikeln: Hier sprechen sowohl die Nicknames der KommentatorInnen als auch die Inhalte der Kommentare eine deutliche Sprache, die zeigt, wer sich hier zu Hause fühlt und vernetzt, wenn „Armes Deutschland“ mit „Tritt-Ihn“ und „Zentralrat_der_beleidigten_Steuerzahler“ über „Asyl-Irrsinn“ (eine redaktionelle Kategorie) diskutiert.

Seine hohe Reichweite nutzt *PI*, um neu-rechte und rechtspopulistische Bewegungen und Akteure zu unterstützen, etwa das neu-rechte *Institut für Staatspolitik* von Götz Kubitschek und die neu-rechte *Identitäre Bewegung*, die islamfeindliche Partei Die Freiheit; die Bücher des Autors Akif Pirinçci werden beworben. Und hier wird auch seit dem ersten öffentlichen Erscheinen *Pegida*, die *Patriotischen Europäer gegen Islamisierung des Abendlandes*, redaktionell intensiv beworben und vorangetrieben – *Pegida*, das zweite große Internet-Phänomen des Rechtspopulismus, das in seiner Hoch-Zeit 205.000 Fans auf Facebook hatte. Auch hier hatten die eher belanglosen Posts bis zu 500 Kommentare. Die Vernetzung war der Hauptmotor.

Was damit gezeigt werden soll: Es gibt weitverzweigte rechtspopulistische Netzwerke im Internet und sie alle warteten schon seit Jahren auf eine irgendwie erfolgversprechende politische Repräsentation. Die konnten bisher weder die rechtspopulistischen Kleinstparteien wie Die Freiheit oder die „Pro“-Parteien bieten, noch konnte die rechtspopulistische Agenda in den großen Parteien unterkommen – trotz Thilo Sarrazin und trotz der Platzierung einzelner Themenaspekte (z. B. Hass gegen Gender und Antifeminismus) etwa durch einige CDU- und CSU-Mitglieder.

Alternative für Deutschland

Und dann kam die AfD. Sie kam mit einem anfangs bürgerlich-konservativ wirkenden Personal um Bernd Lucke. Sie formulierte die üblichen rechtspopulistischen Lieblingsthemen sozialverträglich und konnte von Anfang an beachtliche Erfolge einfahren. Die gesamte rechtspopulistische Szene, im Internet gut sichtbar, war elektrisiert. So erhielt die AfD im Internet massive publizistische Unterstützung durch die gesamte Rechtsaußen-Szene – selbst durch Seiten und Akteure, denen ihre Thesen viel zu harmlos hätten klingen müssen. Während Bernd Lucke noch der Meinung war, man könne eine rechtspopulistische Partei betreiben und trotzdem ein eher demokratisches, nur dezent menschenfeindliches Anhängertum ansprechen, wussten schon alle krassen Hass-Szenen – und postulierten dies auch im Internet – dass sie in der AfD das politische Sprachrohr für ihre Thesen finden würden. In diesem Sinne ist die AfD ohne Zweifel die Partei FÜR das Internet, für den menschenfeindlichen Teil des Internets zumindest. Die Unterstützung für die AfD



auf allen rechtspopulistischen Seiten hielt entsprechend an. Die vor allem seit 2015 zu beobachtende Radikalisierung der Partei wird dabei applaudierend zur Kenntnis genommen.

Aber ist die AfD eine Internetpartei? Dies wird oft kolportiert und mit den hohen Like-Zahlen etwa der AfD-Partei-Facebookseiten belegt. Aktuell hat die Facebook-Seite der Bundes-AfD etwa 327.000 Fans, Frauke Petry allein kommt noch einmal auf 210.000 Fans. Doch die reinen Zahlen sagen nichts über die Strategie der AfD im Internet aus. Nutzt sie die Gestaltungs- und Vernetzungspotenziale, die das Internet bietet? Ist sie interessiert am Internet als politischem Raum?

Die rechtsextreme NPD beispielsweise fällt seit Jahren durch eine ausgesprochen strategische Nutzung des Internets auf. Neben Parteiseiten gibt es Themen- und Interessenseiten, manche offen unter Parteilabel, bei anderen bleibt der Urheber zumindest zeitweise verschleiert. Sämtliche Kanäle werden genutzt, in jedem größeren sozialen Netzwerk ist die NPD am Start – nicht immer erfolgreich, aber die Rechtsextremen versuchen Ansprache auf jedem möglichen Level, für viele Zielgruppen, nutzt Text, Bild, Podcast und Video. Auch Interaktivität ist gegeben: Und es wird nicht nur mit den

Fans der Seite kommuniziert, sogar Hinweise oder Kritik von Fans werden aufgenommen. Im Internet machen sie praktisch alles richtig. Nur ist ihre Politik trotzdem zu offen rechtsextrem, um Menschen außerhalb der Szene anzusprechen.

Die AfD dagegen interessiert nicht nur Netzpolitik kein bisschen, sie schöpft auch die Möglichkeiten sozialer Netzwerke nicht aus. Auch hier bieten die Posts offenbar vor allem die Möglichkeit für die AnhängerInnen, ihre Sicht der Dinge ins Netz zu schreiben – 400 Kommentare pro Posting sind keine Seltenheit. Dabei werden die Diskussionen auf den offiziellen Parteiseiten stark moderiert, zumindest was gegnerische Stimmen angeht. Sie sind nur selten zu finden. Doch auch die AnhängerInnen werden nicht einbezogen: Es gibt keine Diskussion mit den AfD-Funktionären.

Eine Internet-Strategie der AfD ist allerdings von Anfang an erkennbar: Die offiziellen Parteiseiten bedienen das bürgerliche(-re) Publikum der AfD. Gepostet werden vor allem Zitate von ParteifunktionärInnen in einem relativ festgelegten Layout in Blau mit Parteilogo. Dies macht, obwohl in der Regel Empörung generiert wird, einen zu einer Partei passenden, seriösen Eindruck, ist gut wiedererkennbar.



Die TeilnehmerInnen bringen ihre Erfahrungen aktiv in die Diskussion ein.

Ganz anders agieren die Funktionäre der AfD dagegen auf ihren „privaten“ Facebook-Profilen: Hier bekommen auch die rassistischen, antisemitischen, islamfeindlichen Teile der rechtspopulistischen Szene die Bestätigung, dass sich ihre Unterstützung für die AfD lohnt: Der Brandenburger Landtagsabgeordnete Jan-Ulrich Weiß postet eine antisemitische Karikatur („Ich wollte damit das Großkapital kritisieren, das die Weltpolitik beherrscht“). Ein Funktionär der AfD Leipzig spricht in rechtsextemer Terminologie von „Antifa“. Ein AfD-Funktionär aus Sachsen-Anhalt teilt Beiträge aus rechtspopulistischen und Querfront-Medien wie „Compact-Magazin“ und „Michael-Mannheimer.net“. Jüngst geriet das Facebook-Profil des bei der Berliner Abgeordnetenhauswahl direkt gewählten AfD-Kandidaten Kay Nerstheimer in den Blick der Öffentlichkeit. Dort hetzte er etwa gegen Schwule, bezeichnete syrische Geflüchtete als „Gewürm“ und begeisterte sich für die „German Defense League“, die sich als „Kreuzritter“ gegen den Islam verstehen. Auch der Umgang der Partei war an dieser Stelle typisch: Was auf den PolitikerInnen-Profilen erscheint, lässt sich im Zweifelsfall als „Einzelmeinung“ bezeichnen oder gar „brandmarken“. Als die antidemokratische Gesinnung bei Nerstheimer zu augenfällig belegbar wurde, wurde er gebeten, aus der AfD-Fraktion auszutreten. Nun sitzt er fraktionslos im Abgeordnetenhaus, ist allerdings weiterhin Mitglied der AfD. Ein Parteiausschlussverfahren soll zwar offiziell demnächst eingeleitet werden, der Ausgang dauert allerdings oft Monate und versandet dann gern. Gegen Jan-Ulrich Weiß etwa wurde wegen seines Postings von 2014 ein Parteiausschlussverfahren durch Alexander Gauland eingeleitet. Im September 2015 wurde es ohne große Öffentlichkeit eingestellt. Doch auch wenn sich hier die Bespielung unterschiedlicher Zielgruppen erkennen lässt, bleibt unklar, ob dies strategisch geschieht oder ob die FunktionärInnen auf ihren eigenen Facebook-

Seiten oder Twitter-Accounts einfach autarker agieren und sich in ihren Überzeugungen klarer zeigen.

Grundsätzlich nutzt die AfD das Internet eher als Verlautbarungs- denn als Interaktionsmedium. Parteioffiziell vernetzt sich die AfD nicht mit der rechtspopulistischen Internet-Community, die sie so massiv unterstützt. Das zeigt deutlich: Sie ist vielleicht eine Partei für die Hass-Meinungen im Internet, aber keine Internet-Partei.

Trotzdem ist das Internet für die AfD das Wahlkampfmedium Nummer eins. Ihre Strategie der permanenten Provokation bedient Logiken des Internets, dass besonders laute Stimmen und Forderungen besonders viele Likes bekommen. Provokation schlägt sachliche Politikvermittlung. Reißerische Beschreibung von Problemen schlägt die differenzierte Suche nach Lösungen. Zugleich kostet Propaganda im Internet wenig und bringt viel Effekt. Dazu kommt, dass Provokationen die eigene Klientel bedienen („Endlich sagt es mal einer“). Wehrt sich die Gesellschaft gegen allzu radikale Aussagen, kann in den Opfermodus geschaltet werden („Wo ist die Meinungsfreiheit? Man wird ja wohl noch sagen dürfen...“). Im „Manifest“ zum AfD-Wahlkampf 2017 formuliert AfD-Berlin-Fraktionsvorsitzender Georg Pazderski: Abgrenzung nach Rechtsaußen, aber nur aus taktischen Gründen; radikale Forderungen vorbringen, aber in sachlicher Sprache; Probleme benennen, aber keine Lösungen, das würden die Wähler nicht mögen; gesucht werden soll die „reflexhafte Eskalation“ mit demokratischen Parteien unter Nutzung von medialen „Instrumente[n] der Gegenmacht“, also vor allem mithilfe des Internets. Und die rechten Netzwerke danken es der Partei bisher und machen der Zivilgesellschaft entsprechend Arbeit, die Gegenrede betreiben muss.

Vortrag

Die Jugend ansprechen – Wie präsentiert sich die Identitäre Bewegung im Internet?

Anna-Lena Herkenhoff, Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Münster



Im Forum 1 „Die Jugend ansprechen“ referierte Anna-Lena Herkenhoff zur Identitären Bewegung. Das Forum moderierte Michael Grundmann von der Jungen GEW Hessen.

Die Identitären machen von sich reden

Im Sommer 2016 kletterten Aktivisten der völkischen *Identitären Bewegung* auf das Brandenburger Tor, entrollten dort zwei Transparente und zogen mit dieser Aktion in kürzester Zeit die größtmögliche Aufmerksamkeit auf sich. Ein Aktionsvideo, das die Identitären zusammengeschnitten hatten, kursierte in den sozialen Netzwerken und ein Foto der Aktion war am folgenden Tag auf den Titelseiten verschiedener Zeitungen zu sehen. Im Verlauf der Jahre 2016 und 2017 hat die Gruppierung durch eine ganze Reihe solcher medial stets sorgfältig aufbereiteter Aktionen den Blick auf sich lenken können, sei es durch die

zur symbolischen „Blockade“ hochstilisierte Protestaktion an der Berliner CDU-Zentrale im Dezember 2016 oder am Justizministerium im Mai 2017. Wichtiger als die Aktion selbst sind für den Erfolg und die Reichweite der Identitären stets die Bilder, Videos und Selbstdarstellungen, die aus ihnen gezogen werden.

Zum ersten Mal öffentlich wahrnehmbar aufgetaucht ist die *Identitäre Bewegung Deutschland* (IBD) bereits im Herbst 2012, als sie die Eröffnungsveranstaltung der Interkulturellen Wochen in Frankfurt am Main für eine Störaktion nutzten. Vier mit *Scream*- und *Guy-Fawkes*-Gesichtern maskierte AktivistInnen tanzten plötzlich zu elektronischer Musik durch den voll besetzten



„Die Identitären legen großen Wert auf ihre Außenwirkung. Sie vermeiden es, sich in ihrem öffentlichen Auftreten und ihren inhaltlichen Positionen mit klassischen Neonazis gemein zu machen, während viele ihrer Kader aber aus ebensolchen Zusammenhängen kommen (...)“

Veranstaltungssaal und hielten selbst gemalte Schilder in die Luft. „IBD“ war auf einem zu sehen, auf einem anderen der griechische Buchstaben Lambda, den sich die Identitären als Symbol für ihre Gruppierung gewählt haben. Auf einem weiteren Schild war zu lesen: „Multikulti wegbassen“. Die Aktion dauerte keine drei Minuten, aber am nächsten Tag tauchte auf der Internetplattform Youtube ein Video auf, das das Ganze als eine Aktion der *Identitären Bewegung* dokumentierte. Kurz zuvor, Anfang Oktober, hatte sich die *Identitäre Bewegung Deutschland* als Facebook-Gruppe gegründet und galt lange Zeit vor allem als Internetphänomen. Doch schon diese Aktion war im Grunde prototypisch für den medienstrategisch ausgerichteten Aktivismus, den die Identitären in den Folgejahren immer weiter professionalisiert haben: Eine mit wenigen Leuten durchgeführte Aktion, die auf Provokation setzt, wird eigentlich erst vollständig durch ihre mediale Aufbereitung und die Verbreitung des Videos über die Kanäle sozialer Medien.

Vorbild Frankreich – die *Generation Identitaire*

Ihren Ausgangspunkt haben die Identitären in Frankreich. Am 20. Oktober 2012 besetzte dort eine Gruppe von ungefähr 80 AktivistInnen der *Génération Identitaire* für mehrere Stunden das Dach einer noch im Bau befindlichen Moschee in Poitiers und machte die Gruppierung so

auch über die Grenzen Frankreichs hinweg bekannt. Die Kernorganisation der französischen Identitären ist der seit 2002 existierende *Bloc Identitaire*, der eine Nachfolgeorganisation der extrem rechten Gruppierung *Unité Radicale* darstellt. Letztere war zuvor verboten worden, weil eines ihrer Mitglieder einen Attentatsversuch auf den damaligen Präsidenten Jaques Chirac begangen hatte. Schon beim französischen Vorbild zeigt sich also, dass es sich bei den Identitären entgegen ihrer Selbstdarstellung keineswegs um die aufbegehrende (französische) Jugend handelt, sondern um eine Reorganisation der durch Repression in Schwierigkeiten geratenen extremen Rechten.

Kriegserklärung an die liberale Gesellschaft

Etwa zeitgleich mit der Aktion in Poitiers machte ein Selbstdarstellungsvideo der französischen Identitären in rechten Kreisen in Deutschland die Runde. Das Video zeigt eine Reihe junger Menschen, sie blicken direkt in die Kamera und tragen einen Text vor. Sie zeichnen ein apokalyptisches Bild von den liberalen europäischen Gesellschaften, die angesichts des angeblichen Scheiterns ihrer multikulturellen Ideale sozial und wirtschaftlich vor dem Kollaps stünden. Die Identitären stilisieren sich zum Sprachrohr der leidtragenden jungen Generation, die nun gegen diese multikulturelle Gesellschaft und ihre Kolporture aufbegehrt. Als Verantwortliche und Feindbild

identifizieren sie die Elterngeneration der 68er, weil diese die Liberalisierung und kulturelle Öffnung der westlichen Gesellschaften überhaupt erst ermöglicht habe. Das als „Kriegserklärung“ deklarierte Video bringt nicht nur die völkische Ideologie deutlich zum Vorschein, es sagt außerdem viel darüber aus, wie die Identitären wahrgenommen werden möchten: als entschlossenes, kämpferisches Sprachrohr der „ganz normalen“ Jugend.

Die Rezeption dieses Videos und der Aktion der *Génération Identitaire* in Poitiers durch die deutsche extreme Rechte hatte großen Einfluss auf die Dynamik der Entstehung identitärer Gruppen in Deutschland und Österreich, die sich anfangs vor allem als kleine Facebook-Gruppen gründeten. Erstmals mit deutschen Untertiteln hochgeladen wurde die „Kriegserklärung“ am Anfang Oktober 2012 auf dem Blog der neurechten Zeitschrift *Blaue Narzisse*, die sich gezielt an ein junges Publikum richtet.

Aus dem Milieu der sich rechtsintellektuell gebenden Neuen Rechten wurden die Identitären von Anfang an sehr aufmerksam beobachtet und begleitet. Im November 2012 reisten mit Götz Kubitschek und Martin Lichtmesz zwei zentrale Personen dieses Spektrums ins südfranzösische Orange zu einer Tagung anlässlich des zehnjährigen Bestehens des *Bloc Identitaire*. Man sah hier offenbar die Möglichkeit, eine junge Gruppierung mit aus der Taufe heben zu können, die die eigenen Ideen jugendgerecht zu präsentieren und aktivistisch auf die Straße zu tragen vermag – eigentlich ein Novum für die vor allem publizistisch arbeitende *Neue Rechte*. Die Identitären fungieren mittlerweile als eine Art jugendlicher, aktionistischer Arm im Netzwerk der *Neuen Rechten*, aus dem sie nicht nur publizistische, sondern vor allem auch logistische und finanzielle Unterstützung bekommen.

Selbstdarstellung als „Sprachrohr der Jugend“

Die Identitären legen großen Wert auf ihre Außenwirkung. Sie vermeiden es, sich in ihrem öffentlichen Auftreten und ihren inhaltlichen Positionen mit klassischen Neonazis gemein zu machen, während viele ihrer Kader aber aus ebensolchen Zusammenhängen kommen und vorher etwa bei den *Jungen Nationaldemokraten* (JN) oder, wie der offizielle Leiter der *Identitären Bewegung Deutschland*, Nils Altmieks, bei der 2009 verbotenen *Heimattreuen Deutschen Jugend* (HDJ) aktiv waren.¹ Die Identitären wollen sich als anschlussfähig für „ganz normale Jugendliche“ präsentieren, sind bedacht auf ein entsprechendes Image und betonen stets ihre angebliche Gewaltfreiheit. Durch ihr vergleichsweise harmloses Erscheinungsbild und die zahlreichen popkulturellen Referenzen in Online-Grafiken, Aufklebern und T-Shirt-Motiven gelingt es den Identitären, auf den ersten Blick tatsächlich weniger abschreckend

zu wirken als andere extrem rechte Gruppierungen. Ihr taktisch motiviertes Bemühen um Anschlussfähigkeit zeigt sich deutlich etwa im identitären Youtube-Format „Laut Gedacht“, das zielgruppengerecht und niedrigschwellig als gut gelaunter, satirischer Nachrichten-Vlog daherkommt. Um den ideologischen Kern, nämlich das durch und durch völkisch-rassistische Welt- und Menschenbild der Identitären zu erkennen, bedarf es unter Umständen eines sehr genauen Hinschauens, zumal sich die Gruppierung durch Slogans wie etwa „0% Rassismus – 100% Identität“ offensiv von Rassismus zu distanzieren versucht.

Der Rassismus der Identitären

Die Identitären bezeichnen sich als „Ethnopluralisten“ und beziehen sich damit auf ein Konzept der *Neuen Rechten*, das im Kern dazu dient, die Herleitung rassistischer Gesellschaftskonzepte weniger menschenverachtend klingen zu lassen. So schreibt etwa die *Identitäre Bewegung Österreich* zum Thema „Identität“ auf ihrer Homepage, es ginge ihnen um die „Verteidigung des Eigenen, nicht um die Abwertung anderer Völker“². Das Konzept des „Ethnopluralismus“ gründet auf der Annahme der Existenz von Völkern oder Kulturen als unveränderlichen und in sich homogenen Einheiten, die voneinander essenziell verschieden sind und im Idealzustand gleichwertig nebeneinander existieren. Eine „Vermischung“ ist unerwünscht, das heißt innergesellschaftlicher Pluralismus wird als grundsätzlich defizitär erachtet. Migration erscheint in dieser Logik konsequenterweise als Bedrohung der angestrebten Homogenität. Die „Verteidigung des Eigenen“, die die Identitären zum Zentrum ihrer Argumentation machen, bedeutet also, den konstruierten Idealzustand der Homogenität zu bewahren und Zuwanderung zu unterbinden. Die Identitären legitimieren also in ihrer Bezugnahme auf den „Ethnopluralismus“ völkische Ordnungsvorstellungen und rassistische Gesellschaftsentwürfe, ohne sich allzu offen auf diskreditierte biologistische Begriffe wie „Blut“ oder „Rasse“ stützen zu müssen. Auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheint dabei mitunter die positive Bezugnahme der Identitären auf Europa, denn von klassischen extrem rechten Gruppierungen erwarten wir in der Regel einen Bezug auf die Nation. Doch der Europabezug der Identitären fügt sich ideologisch ins Bild. Denn dem „Ethnopluralismus“ folgend ist es ein nach völkischen Kriterien geordnetes Europa, das den Identitären als Ideal vorschwebt.

Blickt man auf ihre Aktionen und Kampagnen, so richtet sich ihre Agitation primär gegen Zuwanderung nach Europa aus islamisch geprägten Regionen. Unter dem Schlagwort des „großen Austauschs“ behaupten sie einen durch Migrationsbewegungen vonstattengehenden Bevölkerungsaustausch, in dessen Konsequenz europäische Bevölkerungsgruppen schließlich verdrängt würden

1 Vgl. Polke-Majewski, Karsten: „Die Scheinriesen“, in: Zeit Online vom 26.4.2017, URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-04/identitaere-bewegung-rechtsextremismus-neonazis-mitglieder> (Stand 25.7.2017)

2 Identitäre Bewegung Österreich: „Identität“, ohne Datum, online unter: <https://iboesterreich.at/identitaet/> (Stand 25.7.2017).



„Die Identitären bezeichnen sich als „Ethnopluralisten“ und beziehen sich damit auf ein Konzept der *Neuen Rechten*, das im Kern dazu dient, die Herleitung rassistischer Gesellschaftskonzepte weniger menschenverachtend klingen zu lassen.“

Verantwortlich dafür seien vor allem eine Familienpolitik, die niedrige Geburtenraten nach sich ziehe, und eine angeblich zu wenig restriktive Einwanderungspolitik.³ Als anzuklagende Verantwortliche erscheinen in den Aktionen entsprechend auch weniger MigrantInnen selbst, sondern Parteien, PolitikerInnen sowie all jene, die pluralistische Gesellschaftsentwürfe für positiv befinden.

Selbstinszenierung als „Retter des Abendlandes“

Die Selbstinszenierung der personenmäßig relativ kleinen *Identitären Bewegung* zielt darauf ab, sich zur Speerspitze einer starken, entschlossenen Jugendbewegung zu stilisieren. Es sind einer Recherche von *Zeit Online* zufolge bundesweit nur um die 100 Personen, die regelmäßig aktiv an Aktionen beteiligt sind.⁴ Die Identitären setzen sich immer wieder in die Tradition historisch relevanter Ereignisse. So taucht etwa die Jahreszahl der Schlacht von Tour und Poitiers, 732, häufig auf Bannern und

Grafiken der Identitären auf. Karl Martell schlug in dieser Schlacht die von der iberischen Halbinsel vordringenden muslimischen Mauren zurück. Karl Martell wurde deshalb in der Neuzeit zum „Retter des Abendlandes“ stilisiert, und als solche beschreiben die Identitären sich nun auch. Weltweite Flucht- und Migrationsbewegungen werden in ihrer Erzählung zur „Invasion“ Europas durch Muslime und sie träten nun als Erben Karl Martells an, diese aufzuhalten. Die Analogie zum Heldenmythos soll ihrem Anliegen eine quasi überhistorische Legitimität verschaffen und eignet sich außerdem, sich selbst mit pathetischem Gestus zu überhöhen.

Auch der Bezug auf das antike Sparta, den die Identitären durch die Aneignung des griechischen Lambda herstellen, funktioniert ähnlich. Das Lambda soll angeblich die Schilde spartanischer Krieger geziert haben, die in der griechisch-persischen Schlacht bei den Thermopylen dem übermächtigen persischen Gegner gegenübergestanden haben. In Analogie beschreiben sich die Identitären heute ebenfalls als kleine, elitäre Gruppe, die einer zur Übermacht stilisierten Einwanderung gegenübersteht. Als Referenzpunkt dienen den Identitären allerdings weniger

³ Vgl. <https://www.identitaere-bewegung.de/kampagnen/grosser-austausch>

⁴ Vgl. Polke-Majewski 2017. Nach eigenen Angaben hat außerdem die IBD rund 400 Fördermitglieder, die regelmäßig Geld auf das Vereinskonto spenden.

geschichtswissenschaftliche Erkenntnisse, sondern popkulturelle, nämlich Zack Snyders bildgewaltige und heroisierende Hollywood-Verfilmung des Comics 300.

Diskurs- und Medienstrategie

Die Identitären setzen bei ihren Aktionen auf Provokation und Empörung, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und die eigene Bekanntheit und Reichweite zu erhöhen. Ihr Ziel ist es, diskurstaktisch Begrifflichkeiten und Konzepte aus der Ideenwelt der extremen Rechten so zu transportieren, dass sie anschlussfähig erscheinen und das Interesse ihrer jungen Zielgruppe wecken. Was bei klassischen Neonazis noch „Volkstod“ hieß, wird bei den Identitären zum „großen Austausch“, die Flucht von tausenden Menschen über das Mittelmeer pauschal als zu stoppender „Menschenhandel“ deklariert. Und wenn „Remigration“ gefordert wird, klingt das direkt sehr viel weniger verwerflich als die Neonaziparole „Ausländer raus!“.

Zentral für den Aktivismus der Identitären ist ihr Konzept einer professionellen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Gruppierung gibt sich aktionistisch, doch viel wichtiger als die Aktion selbst ist für sie stets das Erzeugen wirkmächtiger Bilder von der Aktion oder den AktivistInnen. Videomitschnitte von Protestaktionen werden professionell zusammengeschnitten, aufbereitet und mit Musik unterlegt, um das gewünschte Image zu

erzeugen. Fotos werden zu mit dem Corporate Design der *Identitären Bewegung* versehenen Promo-Bildern verarbeitet. Das mediale Echo auf ihre Aktionen und die sukzessive Verbreitung des Bildmaterials wird strategisch miteinbezogen. AktivistInnen auf dem Brandenburger Tor oder fahnschwenkende Demonstrationsteilnehmende werden zu politischen Bildikonen, die die Selbststilisierung zur Jugendbewegung erst ermöglichen. Denn die Bilder lassen die Identitären als Gruppierung größer, ihre Aktionen heroischer wirken, als sie es in Wirklichkeit sind.

Zum Umgang

Der Drahtseilakt beim Umgang mit den der Identitären liegt darin, sie einerseits nicht zu unterschätzen oder zu verharmlosen, andererseits aber nicht ihrer überzogenen Selbstinszenierung als rechtes „Sprachrohr der Jugend“ aufzusitzen. Denn mit einer Bewegung haben wir es hier nicht zu tun, sondern vielmehr mit einer gut vernetzte, strategisch agierenden „PR-Maschine“. Gerade mit Blick auf die mediale Berichterstattung über die Identitären und ihre Aktionen gilt es deshalb, die Reproduktion ihrer Eigendarstellungen vor allem in ihrer Bildsprache nicht mitzumachen. Ein kritischer Umgang mit den Identitären sollte diese Eigendarstellung im Gegenteil dekonstruieren sowie den ideologischen Gehalt der identitären Propaganda erkennen, einordnen sowie ihre Anschlussfähigkeit an rassistische Diskurse problematisieren können.



Vortrag

Faken, manipulieren, simulieren: Wie Rechtsradikale über das Netz Aufmerksamkeit erlangen

Fabian Jellonek, achtsegel.org – Büro für politische Kommunikation und Bildung im Netz



Fabian Jellonek referiert über „Faken“, Manipulieren und Simulieren im Internet.

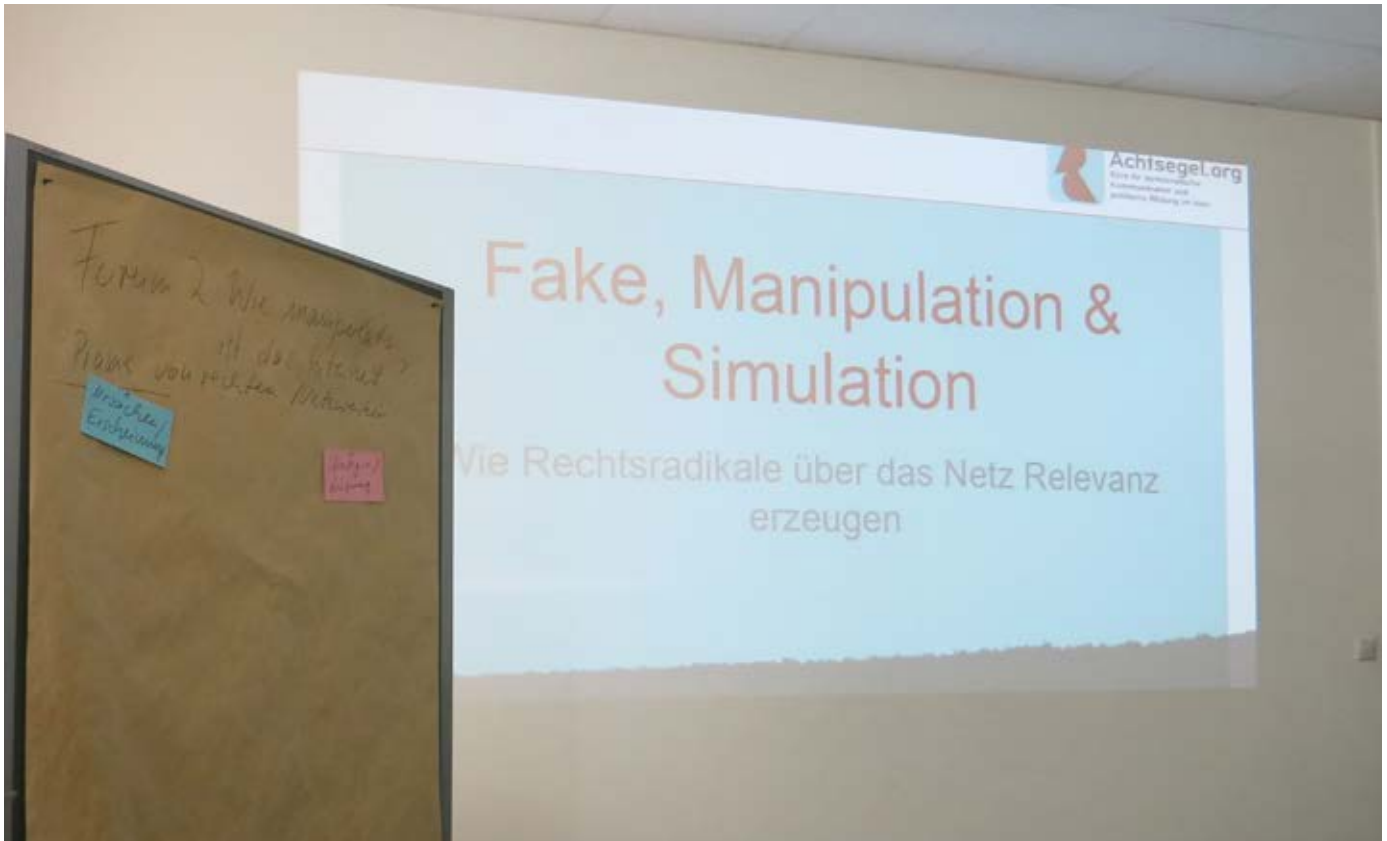
„Spätestens seit der Wahl Donald Trumps zum Präsidenten der USA sind Fake News in aller Munde. Der Begriff ist derzeit stark umkämpft. Auch das rechte Lager spricht von Fake News, um damit klassische Medienangebote zu diskreditieren.“

Rechtsradikalen Gruppen gelingt es, im Internet Aufmerksamkeit für sich und ihr Weltbild zu erzeugen. Über gezielte Falschmeldungen (Fake News) wollen sie Gruppen, die nicht in ihr Weltbild passen, oder politische Gegner diskreditieren. Über manipulierende Nachrichtenseiten soll bei ihren Nutzern ein Gefühl der ständigen Bedrohung geschaffen werden, das Zustimmung zu radikalen Lösungsansätzen erzeugen soll. Rechtsradikale Gruppen wie die *Identitäre Bewegung* versuchen, durch mediale Inszenierung einen Bewegungscharakter zu simulieren, um ihre Inhalte in die Öffentlichkeit zu tragen. Durch die intensive Nutzung dieser Methoden versuchen Rechtsradikale, in den sozialen Medien eine Nebenöffentlichkeit zu schaffen, die ihre menschenverachtenden Forderungen legitimieren

soll. Sie ist Nährboden, auf dem Hass im Netz und in der Gesellschaft gedeiht. Der folgende Text stellt drei Methoden von rechtsradikalen Gruppen exemplarisch vor.

Methode „Fake News“

Spätestens seit der Wahl Donald Trumps zum Präsidenten der USA sind Fake News in aller Munde. Der Begriff ist derzeit stark umkämpft. Auch das rechte Lager spricht von Fake News, um damit klassische Medienangebote zu diskreditieren. Was genau verbirgt sich hinter diesem Begriff und inwiefern ist die Aufregung um Fake News berechtigt?



„Bei offensichtlichen Falschmeldungen geht es nicht darum, Seriosität vorzugaukeln, sondern darum, politischen Gegnern einen besonders schädlichen Makel anzudichten. Man nimmt dabei in Kauf, dass jeder, der sich mit den Fake News auseinandersetzt, an der Story zweifeln wird. Ziel ist es, dass der erfundene, gravierende Vorwurf von möglichst vielen Menschen mit der beschuldigten Person in Zusammenhang gebracht wird (...).“

Um die Debatte einzuordnen, hilft ein Blick in die Geschichte: Fake News sind keinesfalls eine Erscheinung, die im Internet entstanden ist. Falsche Nachrichten, Behauptungen und Verleumdungen gibt es seit jeher. Ein gut dokumentiertes Beispiel notierte Peter Segl in seinem Aufsatz „Angst in Pamiers im Sommer 1321“. Er erzählt darin, wie in einem französischen Ort ein Gerücht über eine geplante Brunnenvergiftung zu einem Pogrom gegen Lepra-Erkrankte führte. Beklemmend macht, dass Segl am Ende seines Textes eine Karte angehängt hat, die zeigt, wie sich das Gerücht in anderen Orten Frankreichs verbreitete und dort ebenfalls zu Pogromen führte. Die Karte zeigt auch, dass die Beschuldigten im Laufe der Zeit ausgetauscht wurden: Anstelle der Lepra-Erkrankten wurden nun Juden verdächtigt, Brunnen zu vergiften – ein Gerücht, an das Jahrhunderte später die Propaganda der NSDAP anknüpfen konnte. Das Beispiel zeigt zweierlei: erstens, dass Fake News kein neues Phänomen sind, und zweitens, wie hochgradig gefährlich die falschen Gerüchte wirken können.

Damals wie heute zielen Fake News darauf ab, bestimmte Gruppen oder Personen in ein schlechtes Licht zu rücken. Oft steckt dahinter eine politische oder persönliche Absicht der Gerüchte-Erfinder. Das Gerücht in Pamiers erfand ein ehrgeiziger Kirchenmitarbeiter, der seine Karriere ankurbeln wollte. Die vielen Fake News im Zusammenhang mit den US-Präsidentschaftswahlen

wurden unter anderem von Unterstützern Donald Trumps gestreut, um die Stimmung im Wahlkampf zu beeinflussen. Gleichzeitig gab es auch Plattformen, die aus einer reinen Profitlogik heraus möglichst spektakuläre Falschmeldungen in die Welt gesetzt haben.

Öffentliche Erregung und Aufruhr erzeugen – diese Absicht vermutet man auch hinter dem in Deutschland als „Fall Lisa“ bekannt gewordenen Gerücht über die Vergewaltigung einer minderjährigen Russlanddeutschen. Das Gerücht wurde über eine russische Social-Web-Plattform gestreut und führte in mehreren deutschen Städten zu Demonstrationen gegen die Flüchtlingspolitik mit einigen tausend TeilnehmerInnen.

Über geflüchtete Menschen kursieren derzeit besonders viele Fake News. Die Masse an Gerüchten über Flüchtlinge und ihre weite Verbreitung kann nur damit erklärt werden, dass es aktuell besonders leicht ist, diese Gruppe zu diskreditieren. Schlechte Nachrichten, in denen Geflüchtete als Täter präsentiert werden, werden von vielen Internet-Usern geteilt und verbreitet, ohne vorher hinterfragt zu werden. Sie werden für glaubwürdig gehalten, obwohl sie häufig schnell als Fakes enttarnt werden könnten.

Grundsätzlich lassen sich Fake News in zwei Kategorien aufteilen: solche, die versuchen glaubwürdig zu sein,

und solche, die auf den größtmöglichen Schockeffekt setzen und dafür offensichtliche Unstimmigkeiten in Kauf nehmen. Bei letzteren werden Personen oder Organisationen häufig Handlungen nachgesagt, die überhaupt nicht von diesen Organisationen getätigt werden können, zum Beispiel wenn behauptet wird, die Bundesregierung diktiere Redaktionen, über welche Themen diese zu berichten hätten.

Anders versuchte es die *Alternative für Deutschland*, als sie ein Meme verbreitete, in dem behauptet wurde, das Auswärtige Amt habe eine Reisewarnung für Schweden erlassen. Hier stimmen nachgesagte Handlung und Befugnisse des vermeintlichen Akteurs überein. Tatsächlich veröffentlicht das Auswärtige Amt Reisewarnungen, freilich nicht für Schweden. Trotzdem finden sich zu Ländern wie Schweden Informationen auf der Webseite des Auswärtigen Amtes. Allerdings handelt es sich dabei um bloße Reiseinformationen und keineswegs um Warnungen. Dennoch können in einer solchen Reiseinformation auch warnende Passagen enthalten sein, beispielsweise vor Plätzen, an denen besondere Vorsicht vor Taschendieben geboten ist. Man sieht: Die Falschinformation der Rechtspopulisten ist nicht ungeschickt gestrickt. Jemand, der versucht, der erfundenen Nachricht nachzugehen, kann tatsächlich den Eindruck gewinnen, sie entspreche der Wahrheit. Gut war daher die schnelle Reaktion des Auswärtigen Amtes in den sozialen Netzwerken. Dort wurde offiziell klargestellt, dass es für Schweden keinerlei Reisewarnung gibt.

Eine der bekanntesten offensichtlichen Falschmeldungen der jüngsten Vergangenheit war die „Pizza-Gate“-Affäre. Die erfundene Story behauptete während des US-Wahlkampfes, dass enge Mitarbeiter der demokratischen Kandidatin Hillary Clinton in einen geheimen Washingtoner Pädophilen-Ring verwickelt seien. „Pizza-Gate“ heißt die Falschmeldung, weil der ausgedachte Pädophilen-Ring angeblich aus einer Washingtoner Pizzeria operierte. Das ganze Schauermärchen wurde lediglich auf wilde Spekulationen über vermeintliche Codewörter in geleakten E-Mails von Clintons Mitarbeiterstab gestützt. Interessant ist das Zustandekommen dieser Art von Fake News: Nicht eine einzelne Person dachte sich die abseitige Story aus, sondern ein ganzes Netzwerk der sogenannten *Alt-Right-Bewegung* (alternative Rechte; politische Strömung, die Donald Trump unterstützte) beteiligte sich an den Phantastereien auf verschiedenen Internet-Plattformen. Immer neue absurde „Beweise“ wurden zusammengetragen. Wild wurden Logos von Pizzerien mit Logos von vermeintlichen, geheimen Zirkeln verglichen und als untrügliche Beweise dargestellt. Obwohl diese „Beweise“ offensichtlich nichts als unsinnige Spukgeschichten waren, verbreiteten sich die Fake News in den USA rasant. Sie beeinflussten nicht nur die Stimmung im Wahlkampf, sondern stachelten einen Amerikaner sogar dazu an, eine der beschuldigten Pizzerien mit einer Waffe zu stürmen, um Beweise für die Verschwörungstheorie zu sammeln.

Auch jenseits des Atlantiks schlug sich „Pizza-Gate“ nieder. Zahlreiche deutschsprachige Blogs übersetzten das Schauermärchen der amerikanischen Rechten. Der deutsche Popsänger Xavier Naidoo zitierte „Pizza-Gate“ in seinem umstrittenen Song „Marionetten“ als Beleg für die Niederträchtigkeit von PolitikerInnen. So zeigt „Pizza-Gate“: Selbst absurdeste Behauptungen können sich im Netz viral verbreiten, wenn sie hasserfüllten Gruppen nutzen und deren GegnerInnen diskreditieren. Vermutlich werden viele User, die „Pizza-Gate“ teilten, wissen, dass sie aktiv eine Lügengeschichte verbreiten. Bei offensichtlichen Falschmeldungen geht es nicht darum, Seriosität vorzugaukeln, sondern darum, politischen Gegnern einen besonders schädlichen Makel anzudichten. Man nimmt dabei in Kauf, dass jeder, der sich mit den Fake News auseinandersetzt, an der Story zweifeln wird. Ziel ist es, dass der erfundene, gravierende Vorwurf von möglichst vielen Menschen mit der beschuldigten Person in Zusammenhang gebracht wird, man also bei den Namen von Clintons Mitarbeitern im Hinterkopf hat „...da war doch irgendwas mit...“.

Auch offensichtliche Falschmeldungen mit deutschen Bezügen halten sich hartnäckig in sozialen Netzwerken. AnhängerInnen rechtspopulistischer Parteien behaupten dort zum Beispiel immer wieder, „die Antifa“ würde aus staatlichen Mitteln finanziert. Zwar gibt es die eine Antifa überhaupt nicht und vermeintliches „Demogeld“ klingt bereits auf den ersten Blick albern, trotzdem sorgt die Falschmeldung dafür, dass viele Menschen in Deutschland glauben, Mittel gegen Rechts, ob nun staatlich oder von Gewerkschaften bereitgestellt, würden zweckentfremdet, um linke Organisationen zu finanzieren.

Methoden „manipulierende Nachrichtenseiten“

Fake News findet man immer wieder auch auf sogenannten „manipulierenden Nachrichtenseiten“. Damit sind Social-Web-Angebote gemeint, die den Anschein erwecken wollen, sie würden ihre User mit Nachrichten versorgen. Tatsächlich werden dort, neben Fake News auch überwiegend Nachrichten aus seriösen Quellen verlinkt. Das perfide dabei: Die Nachrichten werden nicht danach ausgewählt, den Usern einen Überblick über das zu geben, was gerade im Weltgeschehen wichtig ist. Ebenso geht es bei der Auswahl nicht darum, ein ausgewogenes Bild der Realität zu vermitteln. Im Gegenteil: die Auswahl beabsichtigt, die Realität stark zu verzerren. Auf „manipulierenden Nachrichtenseiten“ werden deshalb solche Nachrichten verlinkt, bei denen geflüchtete Menschen oder als Fremde wahrgenommene Menschen als Täter auftreten und Deutsche als Opfer. So soll beim Betrachter der Eindruck erweckt werden, Deutsche würden permanent durch Nicht-Deutsche bedroht.

Um diesen Eindruck zusätzlich zu verstärken, werden die verlinkten Nachrichten von den Administratoren solcher Seiten aufgebauscht, indem Überschriften verändert

oder besonders drastische Bilder zur Nachricht dazuge- stellt werden, die meist in einem ganz anderen Kontext entstanden sind. Viele der „manipulierenden Nachrichtenseiten“, vor allem solche mit großer Reichweite, werden mehrfach am Tag aktualisiert. Den Administratoren ist dabei vollkommen egal, ob der Tankstellenüberfall in der niedersächsischen Provinz für den Seitenbesucher aus Bayern von Bedeutung ist: Wenn der geschilderte Vorfall ein schlechtes Licht auf die missliebige Gruppe wirft, wird der Beitrag veröffentlicht und dann auch geteilt.

Diese Form der Stimmungsmache geht leider auf: Unter den verlinkten Nachrichten toben sich viele User aus. In ihren Kommentaren fordern sie drastische Maßnahmen gegen Geflüchtete und rufen sogar zu Straftaten und Mord auf. „Manipulierende Nachrichtenseiten“ sind damit so etwas wie ein „Katalysator“ für Hatespeech. Da sich die User „manipulierender Nachrichtenseiten“ in ihrer Ablehnung von Migration einig sind, erhalten besonders drastische Kommentare häufig besonders viele Likes und werden als erstes unter einem Beitrag angezeigt. So verstärkt sich der Eindruck, dass Hass und Gewalt gegen Geflüchtete gesellschaftlich akzeptiert und anerkannt seien. Die Auswahl der Nachrichten sorgt darüber hinaus für Angst und Schrecken und dürfte bei so manchen Nutzern diffuse Bedrohungsgefühle wie „nirgendwo ist man mehr sicher“ oder „ich traue mich gar nicht mehr auf die Straße“ auslösen. Besonders populäre „manipulierende Nachrichtenseiten“ haben über hunderttausend Abonnenten.

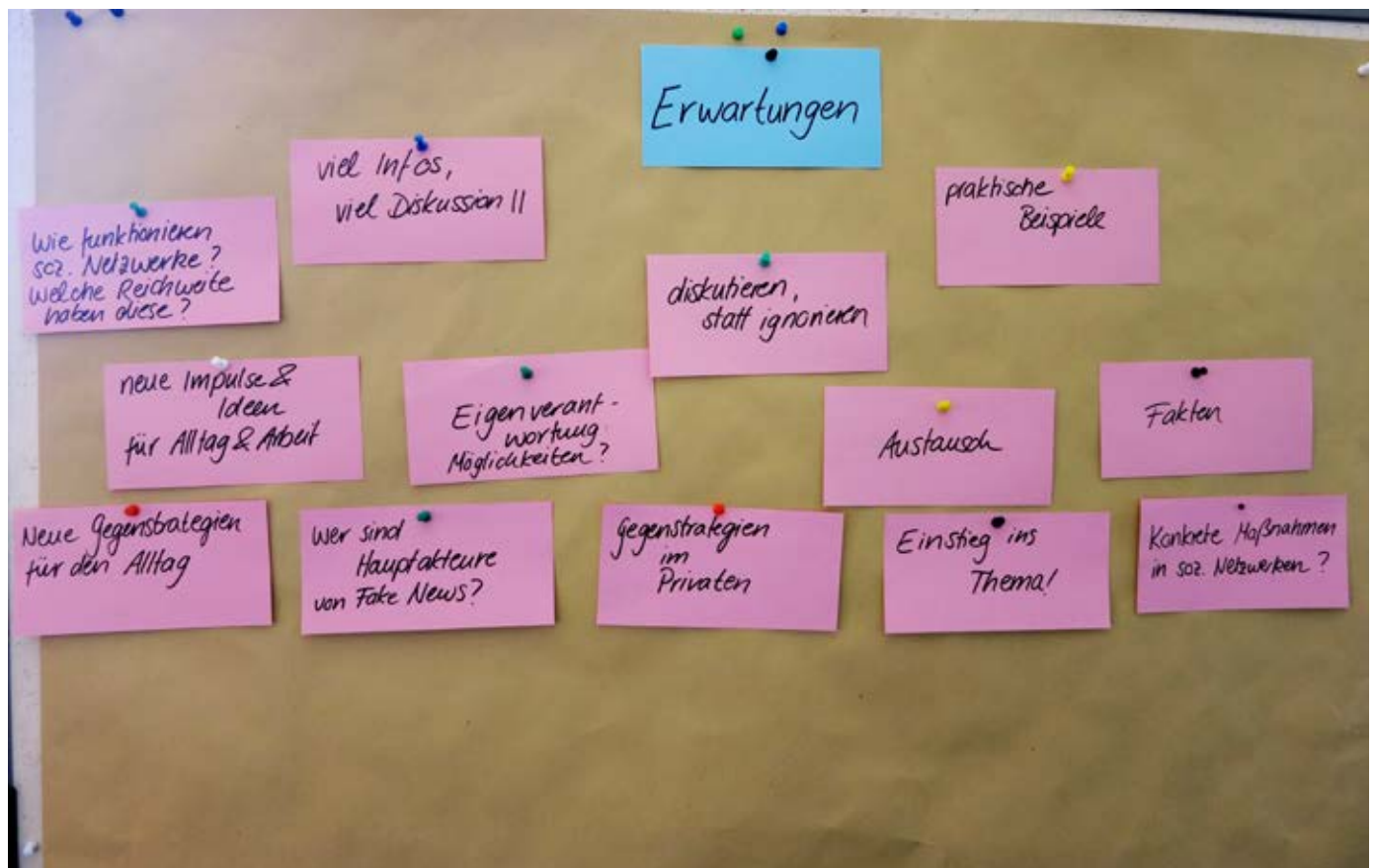
Methode „Simulationen“ am Beispiel der Identitären Bewegung

Ebenfalls auf hunderttausende Likes kommen mitunter Videos aus der *Identitären Bewegung*. Dabei ist die Gruppierung eigentlich recht klein. Experten schätzen sie auf 300 bis 400 Mitglieder.

Trotzdem schaffte es die rechtsradikale Gruppe in den vergangenen Monaten immer wieder, in die Schlagzeilen zu kommen. Eine ihrer bekanntesten Aktionen war die Besetzung des Brandenburger Tors im August 2016. Aktionen wie diese sind typisch für die Identitären: Sie versuchen durch eine mediengerechte Gestaltung maximale Aufmerksamkeit für ihre Aktionen zu erreichen.

Begleitet wird dies von gezielter propagandistischer Nutzung der sozialen Medien. Hier werden professionell gefilmte Youtube Clips genutzt, um die Reichweite ihrer Aktionen zu erhöhen. Die Außenwirkung ist bei den Identitären durchkalkuliert. Als Kern der Corporate Identity der Identitären kann das Lambda-Zeichen gelten, das als Logo fungiert. Das Zeichen kann als popkulturelle Referenz an die Comic-Verfilmung „300“ gesehen werden und bezieht sich auf das Wappen des antiken Sparta.

Die Inszenierungen sollen Größe und Relevanz simulieren. Dies beginnt allein schon bei der Selbstbezeichnung



Die TeilnehmerInnen des Forums 2 „Wie manipulativ ist das Internet?“ wurden nicht enttäuscht. Ihren Erwartungen, sich über Ideen und Strategien zu informieren, wurde entsprochen.

als „Bewegung“. Denn der Kern dieser „Bewegung“ wird vor allem aus einer zweistelligen Anzahl von Reisekadern gebildet, die sich an den Aktionen beteiligen. Viele von diesen Kadern entstammen Burschenschaften oder anderen rechtsradikalen Gruppierungen. Die Herkunft ihrer Kader versucht die *Identitäre Bewegung* im Social Web zu kaschieren. Sie baut dabei auf ein simples Stilmittel: Gesicht zeigen. Im Gegensatz zu anderen rechtsradikalen Gruppierungen tragen die Aktivisten der Identitären in ihren Videos keinerlei Vermummung. So kann die *Identitäre Bewegung* eine Form der Offenheit simulieren, die sie in Wahrheit nicht hat. Zudem vermeidet sie so Bilder, die Betrachter abschrecken könnten.

Viele der provokativen Aktionen sind lediglich in der fertig produzierten Online-Version tatsächlich provokant und rebellisch. Vor Ort dauern die Aktivitäten oft nur wenige Minuten und lassen Augenzeugen meist rätselnd zurück. Ein besonders bekanntes Beispiel für diese Simulation eines rebellischen Gestus stellte die „Blockade“ des Konrad-Adenauer-Hauses in Berlin durch Identitäre im Dezember 2016 dar: Die Aktivisten blockierten die CDU-Zentrale außerhalb der Öffnungszeiten, setzten sich also vor eine Tür, durch die zu diesem Zeitpunkt niemand durch wollte.

Obwohl die *Identitäre Bewegung* letztendlich zu einem Großteil mit Simulationen arbeitet, geht ihre Strategie

derzeit noch zu oft auf: Zahlreiche Medien springen auf die inszenierten Bilder an und reproduzieren das Selbstbild der neurechten Marketing-Gruppe.

Auch die Strategie, auf sämtlichen Internet-Plattformen präsent zu sein, zielt in eine ähnliche Richtung. Die *Identitäre Bewegung* will dadurch als Mitmachbewegung wahrgenommen werden, obwohl sie tatsächlich eine stark abgegrenzte kleine Gruppe mit ausgeprägten Hierarchien ist. Als die Identitäre Bewegung nach dem französischen Vorbild der *Génération Identitaire* 2012 in Deutschland gegründet wurde, war sie zunächst vor allem auf Facebook zu finden. Für fast jede deutsche Großstadt gab es einen Account der *Identitären Bewegungen*. Beobachtete man diese Accounts über längere Zeit, fiel vor allem auf, dass dieselben Inhalte auf den verschiedenen Accounts gepostet wurden. Der Verdacht liegt nahe, dass die Accounts zentral gesteuert wurden.

Das Ziel der Identitären ist dabei nicht unbedingt der Aufbau einer Bewegung. Vor allem die Erzeugung von medialer Aufmerksamkeit für die Themen der *Neuen Rechten* scheint Vorrang zu genießen. Das ist kaum verwunderlich: Der neurechte Publizist Götz Kubitschek und sein Think-tank *Institut für Staatspolitik* spielten eine zentrale Rolle bei der Entstehung der *Identitären Bewegung* und Kubitschek gilt bis heute als eine der maßgeblichen Figuren. Die



Im Forum 2 informierte der Referent Fabian Jellonek über manipulative Strategien der Neuen Rechten im Netz. Das Forum wurde von Marco Jelic, Redakteur des Monatsmagazins der Gelben Hand, „Aktiv für Chancengleichheit“, moderiert.

Neue Rechte versucht Einfluss auf den gesellschaftlichen Diskurs zu gewinnen – die Identitäre Bewegung und ihre Aktionen dienen dabei als Vehikel. Zentrale Begrifflichkeiten und Thesen, wie etwa die des „großen Austausches“, werden durch die Identitären bei ihren Aktionen verwendet. Mit den abgefilmten Aktionen und der popkulturell gestalteten Corporate Identity der *Identitären Bewegung* soll so eine neurechte Bilderwelt geschaffen werden, um die rassistischen und autoritaristischen Thesen der *Neuen Rechten* in der Gesellschaft zu verbreiten.

Wie können Fake News eingedämmt werden?

Das Internet hat die Art der Mediennutzung grundlegend verändert. Was Berthold Brecht, damals mit der neuen Technologie des Rundfunks konfrontiert, in seiner Radiotheorie noch als Utopie ansah, ist Realität geworden: „Um nun positiv zu werden: das heißt, um das Positive am Rundfunk aufzustöbern; ein Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen.“ Das Internet, insbesondere die sozialen Medien, haben die Verbreitung von Nachrichten von einem massenmedialen System, in dem wenige Sender viele EmpfängerInnen haben, zu einem Netzwerksystem verwandelt, in dem alle Teilhabenden Sender und EmpfängerInnen zugleich sein können.

Dies hat massive Auswirkungen auf die Art, wie uns Informationen erreichen. Auf der einen Seite demokratisiert das Internet die Öffentlichkeit dadurch, dass es Menschen hilft, die bisher keine Möglichkeiten hatten, ihre Stimme hörbar zu machen. Zugleich hat es auf der anderen Seite negative Konsequenzen für die Aufbereitung und Qualität von Informationen. Dies verdeutlicht sich insbesondere in der Zeitungskrise. Das Internet bedroht die finanziellen Grundlagen der Tageszeitungen, deren Auflagen bereits sinken.

Parallel zum Rückgang der Tageszeitung gab es eine Zunahme von unabhängigen Online-Medien. Während viele von diesen gute und seriöse Arbeit leisten, gibt es auch eine hohe Anzahl von dubiosen Nachrichtenportalen, die gegenwärtig unter dem Namen Fake News zusammengefasst werden. Bei den Nutzern von Medien hat sich durch die neuen Möglichkeiten im Internet die Gewohnheit und Erwartung eingestellt, dass der Zugang zu Informationen umsonst ist und sie diese auch anderen umsonst zur Verfügung stellen können. Die Produktion von verlässlichen und qualitativ hochwertigen Medienangeboten braucht allerdings eine Finanzierungsquelle. In

den sozialen Medien stehen diese allerdings in Konkurrenz zu den viel billiger herstellbaren Fake-News-Angeboten, die zudem noch durch ihre reißerische Form oft eine höhere Aufmerksamkeit erzielen können. Die Auswirkungen davon sind nur zu bekannt. Durch reißerische Artikel werden rassistische Vorurteile angeheizt. In der Folge gibt es nicht nur Hasskommentare im Internet, sondern auch einen Anstieg rechtsradikaler Angriffe auf Migranten und andere Minderheiten.

Eine gesellschaftliche Anpassung an die neue Gegebenheit passiert nicht von sich aus. Es wird neue Wege brauchen, seriöse und differenzierte Inhalte im Internet zu fördern. Das Wissen um Fake News und darum, wie man sie identifiziert und überprüft, muss breite Bevölkerungsschichten erreichen. Das Internet wird in Zukunft immer mehr der Ort sein, an dem die Öffentlichkeit ihre gesellschaftlichen Konflikte austragen wird. Deshalb ist es zentral, auf die Debattenkultur im Netz zu achten.



Vortrag

Disruption der Demokratie? Wie Fake News und Hetze im Netz den gesellschaftlichen Zusammenhalt bedrohen

Aytekin Celik, Medienakademie Baden-Württemberg



Aytekin Celik

„(...) der Trend geht (...) weg von klassischen Webseiten mit meist starrem Inhalt hin zu Auftritten auf sozialen Plattformen wie Facebook, Twitter oder Youtube. Schätzungen zufolge finden Inhalte dreimal so häufig in sozialen Netzwerken Verbreitung als auf Webseiten.“

Falschmeldungen, Zeitungsenten, Fehlinformationen und bewusste Agitation mit unwahren Behauptungen gab es sicher schon, seit Menschen entwickelt genug sind, Informationen Bedeutung beizumessen. Ein bekanntes Beispiel ist die angebliche Antwort Marie Antoinettes auf die Vorhaltung, die arme Bevölkerung könne sich nicht einmal Brot leisten. „Sollen sie doch Kuchen essen!“, soll sie erwidert haben. Dieser Satz ist aber schon bei Jean-Jacques Rousseau belegt, da war Marie Antoinette noch ein Kind.

Es gibt in der Menschheitsgeschichte unzählige Beispiele von Fälschungen und Desinformationen. Heutzutage ist die Ausbreitungsmöglichkeit durch die technologische Entwicklung des Internets und der sozialen Medien immens, was die Bedrohung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt steigert.

Rechtsextremismus und Rechtspopulismus im Internet

Immer häufiger werden falsche Informationen ins Netz gestreut, um gezielt politische GegnerInnen zu diskreditie-

ren und Menschenmassen zu beeinflussen. Die Geschwindigkeit und die exponentielle Verteilung dieser sog. „Fake News“ stellen eine neue Qualität der Desinformation dar. Hier kann man durchaus von einer disruptiven Gefahr für unsere Demokratie sprechen.

Seit Computer als massentaugliche Kommunikationsmittel gelten, haben Neonazis versucht, diesen Informationskanal für ihre Zwecke zu gebrauchen. Die „Bulletin Board Systems“ der Achtzigerjahre, eine Vorversion des Internets, wurden von amerikanischen Neonazis schnell dazu missbraucht. Ebenfalls das heute noch existierende Usenet, eine Art schwarzes Brett im Internet, das mit Mail-Programmen bedient werden kann, ist eine viel genutzte Möglichkeit von Rechtsextremen. Da sich aber der Großteil der Internetnutzer nur im World Wide Web aufhält, konzentrierten sich Rechtsextreme vor allem darauf.

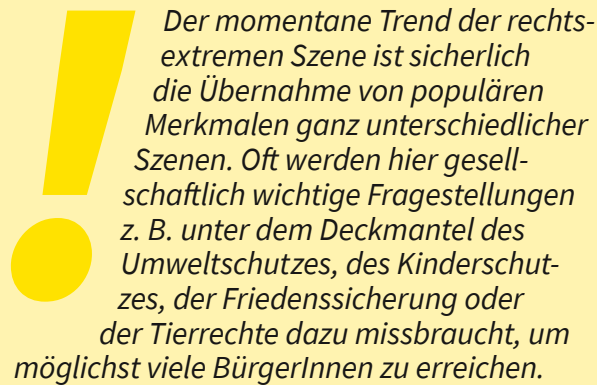
Erst Mitte der Neunzigerjahre, als das Internet in deutsche Haushalte Einzug hielt, kamen die ersten rechtsextremistischen Webseiten ins Netz. Heute ist die Rechtslage zumindest in einer Hinsicht klar: In Deutschland werden klare neonazistische Webseiten mit entsprechend verbotenen, verfassungswidrigen Symbolen nicht gehostet. Diese Inhalte gibt es aber natürlich zuhauf auf ausländischen Servern, die einer anderen nationalen Rechtsauslegung unterliegen.

Aber der Trend geht sowieso weg von klassischen Webseiten mit meist starrem Inhalt hin zu Auftritten auf sozialen Plattformen wie Facebook, Twitter oder Youtube. Schätzungen zufolge finden Inhalte dreimal so häufig in sozialen Netzwerken Verbreitung als auf Webseiten. Da die demokratischen Kräfte der Facebook- und Twitter-Community relativ schnell auf rechtsextreme Inhalte reagieren und durch Melden der Seiten und der entsprechenden Profile Facebook hier auch immer wieder sanktioniert, weichen Rechtsextreme verstärkt auf (rechts-)populistische Aussagen und Darstellungen aus, um die menschenfeindlichen Botschaften in die Mitte der Gesellschaft zu transportieren. Oft werden diese „weichgespülten“, eigentlich rechtsextrem angedachten Inhalte daher stehen gelassen und erst die Kommentare entfalten ihre für die Demokratie toxische Wirkung.

Dies passiert z. B. auf Youtube auf zwei Arten. Einerseits können alle Videos kommentiert werden, sodass sich unter einem rechtspopulistischen Video sehr schnell

rechtsextreme Kommentare wiederfinden. Andererseits schlägt der Algorithmus von Google ähnliche Videos vor, sodass die Zuschauenden sehr schnell auf rechtsextreme Videos verwiesen werden können.

Es vergehen kein Tag und keine Stunde, ohne dass InternetnutzerInnen über Botschaften dieser Art stolpern. Diese auch als Hassbotschaft zu identifizieren, ist das Schwierige daran. Diese zunächst populistische, im Kern aber rechtsextremistische Ideologie ist auch für Personen „vom Fach“ nicht unbedingt immer leicht zu identifizieren. Gefährliche Fälschungen, die bis in die heutige Zeit hineinwirken, sind z. B. die sog. „Protokolle der Weisen von Zion“ von 1903, in denen behauptet wird, es gebe einen „geheimen Plan“, um das Ziel der „Weltherrschaft des Judentums“ zu erreichen. 1921 konnte dieses Machwerk aus der judenfeindlichen Presse des zaristischen Russlands endgültig als Fälschung entlarvt werden. Dennoch nutzten die Nazis dieses Werk für ihre Hetze gegen die jüdische Bevölkerung, und auch heute noch beziehen sich AntisemitInnen und VerschwörungsideologInnen auf diese angeblichen „Protokolle“.



Der momentane Trend der rechtsextremen Szene ist sicherlich die Übernahme von populären Merkmalen ganz unterschiedlicher Szenen. Oft werden hier gesellschaftlich wichtige Fragestellungen z. B. unter dem Deckmantel des Umweltschutzes, des Kinderschutzes, der Friedenssicherung oder der Tierrechte dazu missbraucht, um möglichst viele BürgerInnen zu erreichen.

Täuschung im Netz – Strategien von Rechts

Ein Problem im Themenfeld Rechtspopulismus und Rechtsextremismus ist die große Dynamik, mit der sich die Szene ständig wandelt. Doch auch wenn die Verpackung des Rechtspopulismus sich ändert, bleibt das rassistische, menschenverachtende Gedankengut erhalten. Somit sind Gegenargumente und Reaktionen auch bei neuen Erscheinungsformen anwendbar. Der momentane Trend der rechtsextremen Szene ist sicherlich die Übernahme von populären Merkmalen ganz unterschiedlicher Szenen. Oft werden hier gesellschaftlich wichtige Fragestellungen z. B. unter dem Deckmantel des Umweltschutzes, des Kinderschutzes, der Friedenssicherung oder der Tierrechte dazu missbraucht, um möglichst viele BürgerInnen zu erreichen.

Der „Teilen“-Button bei Facebook ist allzu verführerisch, alleine aufgrund einer Schlagzeile und eines Beitragsbildes den Inhalt hunderten anderen zugänglich zu machen, ohne selber den Inhalt gelesen zu haben. Die 140 Zeichen bei Twitter ermöglichen es erst gar nicht, längere Gedanken zu geteilten Themen auszuführen. Es bleibt im Bereich von Schlagzeilen. In der Folge verändern sich politische Ausdrucksformen massiv, und wir haben noch keine allgemeingültigen Möglichkeiten gefunden, adäquat darauf zu reagieren.

Ein Beispiel für das ungeprüfte Teilen von Schlagzeilen war ein Artikel der *Huffington Post*. Nach der Wahl von Trump wurde dort behauptet, es gebe noch eine Möglichkeit, wie Bernie Sanders Präsident werden könne. Dieser Artikel wurde tausendfach geteilt, alleine weil die LeserInnen dieser Schlagzeile glauben wollten. Die wenigsten konnten den Artikel gelesen haben, da im Artikel selber erklärt wurde, dass es selbstverständlich keine Möglichkeit gebe, die Wahl Trumps rückgängig zu machen. Dieses kleine soziale Experiment verdeutlicht, wie schnell sich Informationen mit falschen Inhalten verbreiten können.

Die grundsätzlichen Veränderungen, die das Internet für die Gesellschaft gebracht hat, sind die hochwirksame Vernetzung und die exponentiell schnelle Entwicklung der digitalen Technologien. Der hohe Vernetzungsgrad erlaubt es Menschen, für jede noch so abseitige Aussage AnhängerInnen zu finden. Gab es früher in jeder Kommune oder jedem Dorf Leute, die Hass und Hetze jeweils in ihrem beschränkten Wirkungskreis (mit sog. „Stammtischparolen“) verbreiten konnten, so ist dies mit wenig Aufwand sehr effektiv im „globalen Dorf“ möglich. Das Internet ist vom Grundgedanken her ein freies Netz. Alle NutzerInnen können eigene Verlage, eigene Zeitungen, eigene Radio- und TV-Sender gründen und Botschaften aussenden. Diese im Kern sehr gute Eigenschaft des Internets wird aber leider auch für menschenfeindliche Botschaften genutzt.

So kann ein einziger Post mit einem Bild und einer kurzen, prägnanten Botschaft binnen Stunden Millionen von Menschen erreichen. Es ist nicht mehr notwendig, zehntausende Menschen auf die Straßen zu bringen, um einer politischen Botschaft Nachdruck zu verleihen. So, wie wir gerade in der Wirtschaft Disruptionen erleben, dass Start-ups mit wenigen MitarbeiterInnen über Nacht jahrzehntealte Geschäftsmodelle vom Markt fegen können, so können diese von einer Minderheit verteilten Hassbotschaften unsere Demokratie disruptiv gefährden.

Durch die exponentielle Verteilung dieser Informationen haben nun gezielte Falschmeldungen die Macht, sehr viele Leute zu erreichen. Auch wenn sie nach wenigen Stunden dementiert oder ganz zurückgenommen werden, verbreiten sich diese Unwahrheiten dennoch weiter. Gleichzeitig erleben wir auf Botschaften mit falschen Inhalten Tsunami-artige Reaktionen gegen Gruppierungen oder gar einzelne Personen, die kaum aufzuhalten sind, auch wenn die falschen Quellen längst widerlegt wurden. Die erste Welle der Empörung ist oft so stark, dass eine Aufklärung der Situation dagegen als laues Lüftchen daherkommt. Ein Beispiel war der „Skandal“



Wegen einer plötzlichen Indisposition übernahm Mark Haarfeldt, Referent des Kumpelvereins den Vortrag von Aytekin Celik im Forum 3 „Hate Speech und Fake News“. Moderiert wurde das Forum von Lisa Schmerl, SJD – die Falken Düsseldorf.

um das Lied „Fuchs, du hast die Gans gestohlen“. Aus einem harmlosen, spaßigen persönlichen Chat zwischen einem OB und einer ihm befreundeten Person wurde ein Nachrichtenspektakel bundesweiten Ausmaßes, in dem viele eine „Verschwörung der VeganerInnen“ sahen, Menschen bevormunden zu wollen. Eine kurze Recherche hätte genügt, um zu erfahren, was sich in diesem „Fall“ tatsächlich zugetragen hatte.

Mag dieser Fall auch insgesamt harmlos gewesen sein, die Mechanismen, wie sich NutzerInnen im Fall von Fake News verhalten, erlauben Interessengruppen, die Menschen gezielt manipulieren wollen, ein leichtes Spiel. So wurde während der amerikanischen Präsidentschaftswahl die Meldung veröffentlicht, der Vatikan unterstütze Trump. Auch wenn der Vatikan dies umgehend dementierte, wurde diese Falschnachricht millionenfach geteilt und für einen Fakt gehalten. Solche Botschaften werden oft als Kombination von Bildern und einem ins Bild integrierten, kurzen, prägnanten Text verteilt, so dass andere nur noch auf „teilen“ klicken müssen, um diesem Bild große Aufmerksamkeit zu verschaffen. Diese sog. „Meme“ wer-

den immer mehr zu einer neuen politischen Sprache des Netzes und daher entsprechend oft für Hassbotschaften genutzt.

Die Besonderheit von erfolgreichen Memen liegt in den ausgewählten Bildern und den dazu passenden Subtexten, die für jedes Meme festgelegt sind. Meistens stammen die Bilder der Meme aus der Popkultur und werden von einem großen Publikum verstanden. Eines der bekanntesten Meme ist z. B. der Serie „Game of Thrones“ entlehnt, in dem der Ausspruch von Ned Stark, einem der Protagonisten der Serie, „Winter is coming“ in hunderttausendfachen Varianten im Internet „Brace yourself, X is coming“ verbreitet wird.

Die Quellen dieser Meme sind vielfältig. Meist handelt es sich um bekannte Serien wie „The Simpsons“, „Futurama“ oder Film-Franchises wie z. B. „Star Wars“, „Herr der Ringe“ oder „Harry Potter“. Es gibt aber auch Meme, die im Internet entstanden sind, und vor allem von netzaffinen NutzerInnen verstanden werden. Diese popkulturelle Dimension wird zumeist von RechtspopulistInnen und

Rechtsextremen genutzt, die eine jüngere Zielgruppe im Blick haben und auch selber fast nur im Internet aktiv sind. Die sog. *Identitäre Bewegung* nutzt diese Form der Kommunikation besonders häufig. Daher ist es dringend notwendig, Kompetenzen im Umgang mit Informationen zu entwickeln. Das gilt aber für alle Generationen in unserer Gesellschaft.

Ein weiterer Verbreitungsmechanismus von Hassbotschaften im Netz ist vielleicht die perfideste. Mit gezielten Provokationen werden GegnerInnen von RechtspopulistInnen und Rechtsextremen zu unfreiwilligen HelferInnen bei der Verteilung. Die berechtigte Empörung über diese verbalen und hasserfüllten Ausfälle wird stark geteilt und verbreitet so die Hassbotschaften indirekt weiter. So werden die Namen und Aussagen der RechtspopulistInnen und Rechtsextremen bekannt. Dieses sog. „political framing“ hat starke Effekte, sodass die Timelines der sozialen Netzwerke von rechtspopulistischen Aussagen geradezu geflutet werden.

Ein zusätzlicher Aspekt, der erst in letzter Zeit richtig deutlich beobachtet werden kann, sind die sog. „Bots“. In der Wirtschaft werden sie eingesetzt, um z. B. KundInnen in Servicechats so zu beraten, dass das Gefühl entsteht, man würde mit einem Menschen kommunizieren. Dies funktioniert in Branchen mit klaren Abfolgen, Regeln und Formalien sehr gut, wie z. B. bei Banken und Versicherungen. Diese Entwicklungen aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz sind inzwischen schon sehr gut, auch wenn es sich hier um Inselbegabungen handelt. Eine Künstliche Intelligenz, die alles kann, sozusagen ein „künstlicher Leonardo Da Vinci“, ist (noch) nicht entwickelt worden. Bots für die Kommunikation einzusetzen, wird auch in der politischen Kommunikation von RechtspopulistInnen und Rechtsextremen benutzt. So können Diskussionen mit Hassbotschaften geflutet werden, und das zu jeder Tages- und Nachtzeit.

Gegenstrategien

Was können wir also gegen diese Entwicklungen tun? Zunächst ist es notwendig, sich selbst über das Weltbild der Rechtsextremen im Klaren zu sein. Erst eine durchdachte und eindeutige Haltung gegen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus machen es möglich, etwas gegen die Verbreitung von Hassbotschaften zu tun. Eine eindeutige Positionierung ist hier unabdingbar.

Die Erkenntnis, dass Hetze nichts mit Meinungsfreiheit zu tun haben kann, ist hierbei wichtig. Dies schafft somit auch die Möglichkeit, HetzerInnen zu melden, aus Freundeslisten zu streichen oder vielfältig darauf hinzuwirken, diese Botschaften möglichst zu unterbinden.

Plattformen wie Facebook und Youtube sind Angebote des sogenannten *Web 2.0*, in dem die NutzerInnen die

Inhalte beisteuern. Dabei kommen riesige Datenmengen zusammen, die von sogenannten Web-3.0-Robotern im Internet verwaltet und sortiert werden. Diese Funktionen erlauben es, Daten zu erkennen und zueinander in Bezug zu setzen, und schaffen das „semantische Web“. Über Werkzeuge des Web 3.0 können beispielsweise Bilder zurückverfolgt oder Facebook über Suchbegriffe nach Inhalten abgesucht oder diese Inhalte gruppiert werden. So können Gegenreaktionen erfolgreich eingeleitet werden. Die Auseinanderdividierung der NutzerInnen in sog. „Echokammern“ ist eine Folge des Einsatzes von Web-3.0-Robotern, die von Algorithmen gesteuert werden. Dadurch entsteht die Situation, dass Menschen nur die Nachrichten bekommen, von denen sie sowieso schon überzeugt sind. Ein wichtiger Schritt im Kampf gegen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus ist, demokratische Inhalte in die Echokammern hineinzutragen.

Aber auch Gegendarstellungen und aufklärende Texte in öffentlichen Gruppen zu veröffentlichen, kann die Sensibilität der InternetnutzerInnen für diese Thematik fördern. Das setzt auch ein eigenes Interesse voraus, sich über Codes und Styles von Rechtsextremen zu informieren. Die intensive Beschäftigung und Auseinandersetzung mit Internetphänomenen wie z. B. Memen und Bots ist sehr wichtig und setzt gute Kenntnisse der Wirkungsmechanismen digitaler Medien voraus. Dies kann durch eine gute Medienpädagogik und vor allem aktive Medienarbeit (z. B. Erstellung eigener Meme) in schulischer und außerschulischer Bildung erreicht werden.

Zusätzlich muss die Medienkompetenz in der gesamten Gesellschaft und in allen Altersklassen gesteigert und gestärkt werden. Die Kompetenz, den Informationsgehalt zu erkennen, ihn infrage zu stellen und ggf. weitere Quellen zu recherchieren, muss gelernt werden. Beispielsweise könnten hier die sog. drei Siebe des Sokrates zur Anwendung kommen, um der Kommunikation in sozialen Netzwerken zu mehr Qualität zu verhelfen:

1. Wurde das, was geteilt werden soll, auf den Wahrheitsgehalt überprüft?
2. Ist das, was geteilt werden soll, auch gut?
3. Ist es notwendig, dass es geteilt werden soll?

Eine weitere Dimension ist, ruhig zu reagieren und auch beleidigenden DiskutantInnen nicht ebenso entgegenzutreten. Es ist durchaus legitim, diese Personen, falls notwendig, auch von Diskussionen und Gruppen auszuschließen. In Diskussionen innerhalb von sozialen Netzwerken haben sich Strategien entwickelt, um GegnerInnen bewusst zu diffamieren und Diskussionsverläufe entgleisen zu lassen. Eine dieser Strategien ist der vielgenutzte sog. „Whataboutism“. Einem Thema wird sofort ein „Aber was ist mit...“ entgegengesetzt, um den Fokus auf ein anderes Thema zu lenken und zu suggerieren, es würden bewusst Themen verschwiegen. Dass das eine Thema mit dem anderen nichts zu tun hat, gehört zur

Strategie des Whataboutism. Es hat sich bewährt, diese Strategie zu benennen, offenzulegen und den/die DiskutantIn damit zu konfrontieren. Ein inhaltliches Eingehen ist nicht zielführend. Whataboutism macht eine inhaltlich konzentrierte Debatte unmöglich. Und genau das ist das Ziel dieser Strategie.

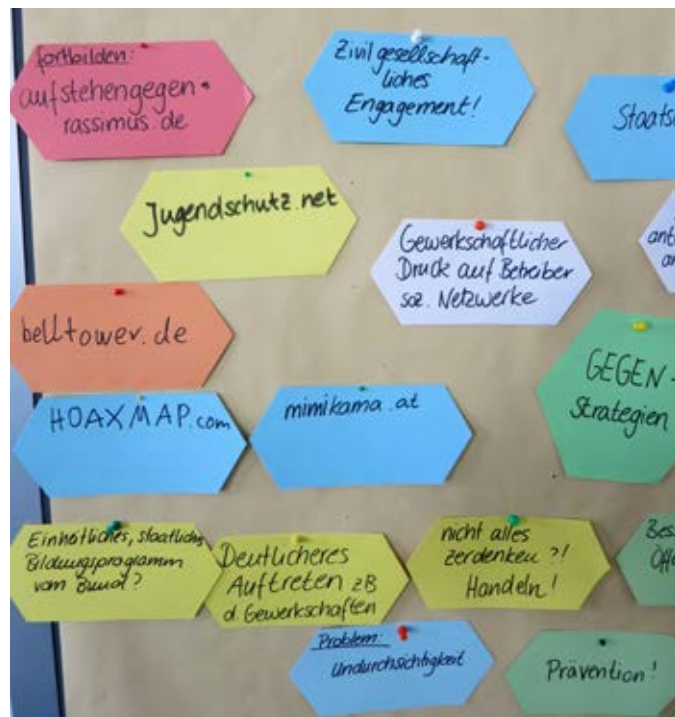
Bei allen genannten Beispielen, in denen soziale Netzwerke genutzt werden, um unsere pluralistische, liberale Gesellschaftsordnung infrage zu stellen oder gar anzugreifen, dürfen wir die Möglichkeiten der sozialen Netzwerke nicht außer Acht lassen, Informationen und Wissen, die allen nutzen, zu verbreiten. Wir müssen Medienbildung vorantreiben, um alle Generationen dazu zu befähigen, in einer digitalisierten Welt für das Zusammenleben und Zusammenwachsen der Gesellschaft zivilisiert zu handeln und auch zu streiten. Eine Debattenkultur, die diesen Namen auch verdient, wird sich entwickeln, wenn wir uns darauf konzentrieren.

Viele Initiativen (z. B. #ichbinhier auf Facebook) zeugen davon, dass große Teile der Bevölkerung nicht mehr bereit sind, das mediale Feld den SchreierInnen und HetzerInnen zu überlassen, die sich allesamt in der Minderheit befinden. Und das ist sicher die beste Nachricht.

Adorno beginnt sein vielbeachtetes Essay „Erziehung nach Auschwitz“ mit: „Die Forderung, daß Auschwitz nicht noch einmal sei, ist die allererste an Erziehung“. Dieser Satz ist heute sehr aktuell, wenn sekundlich Hassbotschaften im Internet verteilt werden, die menschenfeindlicher nicht sein könnten. Adornos Aussage sollte für alle demokratischen Kräfte im Internet ein wichtiger Leitsatz sein, so dass wir Hass und Hetze mit Mut und Kraft begegnen können.

Im Kampf gegen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus im Internet ist es wichtig, die Fähigkeiten weiterzuentwickeln, um diese Inhalte erkennen und zeitnah darauf reagieren zu können. Ziel muss sein, Medienpartizipation zu ermöglichen, sodass BürgerInnen digital mündig agieren können.

Bei allem Kampf gegen Fake News und Hetze im Netz ist es aber auch notwendig, adäquat, humorvoll und



Im Forum 3 diskutierten die TeilnehmerInnen über die Strategien gegen Hetze im Netz. Dabei wurden viele Forderungen formuliert: vom gewerkschaftlichen Druck auf BetreiberInnen sozialer Netzwerke bis zu mehr Sensibilisierung durch Bildungsangebote.

leidenschaftlich zu agieren und sich nicht verbittern zu lassen. Wie Brecht einst genial formulierte: „Dabei wissen wir ja: Auch der Haß gegen die Niedrigkeit verzerrt die Züge. Auch der Zorn über das Unrecht macht die Stimme heiser.“

Lasst uns mit glatter Stirn und klarer Stimme im Netz für die Wahrheit und den gesellschaftlichen Zusammenhalt streiten!

Auszug aus der Broschüre „Rechtsextremismus im Internet und in sozialen Netzwerken – Basiswissen und Methoden“: www.demokratiezentrum-bw.de/fileadmin/Dokumente/Rexil_18.11.2013.pdf

Schlusswort

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

wir danken unseren ReferentInnen für die vielen inhaltlichen Impulse und unseren ModeratorInnen für die Ausgestaltung der Diskussionen. Unser besonderer Dank gilt unserem Referenten Mark Haarfeldt, der kurzfristig eingesprungen ist und das Input-Referat von Aytekin Celik übernommen hat. Vor allem danken wir Euch, den TeilnehmerInnen, für die konstruktiven Diskussionsbeiträge und die offenen Gespräche während unserer Tagung.

In den zwei Tagen haben wir rechte Strukturen in sozialen Medien aus unterschiedlichen Perspektiven analysiert. Soziale Medien geben menschenverachtenden Sprüchen, Falschmeldungen und Manipulationen der öffentlichen Meinung ungewollt eine Plattform. Im Netz können sie sich fast rasant und erfolgreich verbreiten. Diese Entwicklung bedroht den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft.

Rechtsextreme- und rechtspopulistische Argumentationsstrategien zielen darauf, uns alle, die im Netz für Demokratie und Freiheit streiten, zu diskreditieren. Demokratisches Engagement gegen Rechtsextremismus wird als undemokratisch, ausgrenzend, dogmatisch und faschistisch beschrieben.

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

lasst Euch nicht täuschen! Nicht wir sind undemokratisch, wenn wir gegen Falschmeldungen oder menschenverachtende Sprüche, die in sozialen Medien verbreitet werden, unsere Stimme erheben. Minderheitenschutz und Pluralismus sind keine überflüssige Lappalien im demokratischen Prozess, sondern dessen Kern!

Wir müssen uns im Netz aktiv zur Wehr setzen, um die demokratische Kultur und den respektvollen Umgang miteinander auch digital zu verteidigen.

Wir danken Euch!

Dr. Klaudia Tietze
Geschäftsführerin



Tagungsimpressionen



Platz für Notizen

Platz für Notizen



MACH' MEINEN KUMPEL NICHT AN!

Mach' meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus e.V.

Hans-Böckler-Str. 39 40476 Düsseldorf
Tel.: 0211 43 01-193 Fax: 0211 43 01-134
info@gelbehand.de www.gelbehand.de

SEB AG Düsseldorf
BIC: ESSEDE5F300
IBAN: DE10 3001 0111 1030 3438 00

Fördermitgliedschaft

Mit einer jährlichen Spende kannst Du den Verein als Fördermitglied unterstützen und an vielen Aktivitäten teilnehmen. Die Fördermitglieder erhalten regelmäßig Informationen über die Aktivitäten des Vereins. Der Mindestbeitrag beträgt 36 Euro im Jahr. Ein höherer Beitrag ist sehr willkommen.

Ja, ich möchte Fördermitglied werden.

Mein Förderbeitrag: 36€, 50€, 60€, 75€, 100€, € und wird jährlich zu Lasten meines Kontos durch Lastschrift eingezogen.

Ja, ich möchte mich aktiv engagieren.

Name	<input type="text"/>	Organisation/ Gewerkschaft	<input type="text"/>
Vorname	<input type="text"/>	Funktion	<input type="text"/>
Straße	<input type="text"/>	Telefon	<input type="text"/>
PLZ/Ort	<input type="text"/>	E-Mail	<input type="text"/>
Geburts- datum	<input type="text"/>		

Einverständniserklärung (zutreffend ankreuzen):

Ich bin damit einverstanden Ich bin NICHT damit einverstanden, dass ich mit Name, Vorname, Gewerkschaftszugehörigkeit, Funktion und Wohnort als Fördermitglied in „Aktiv für Chancen-gleichheit“ (Print-, Webseite und E-Mail-Version) erwähnt werde.

Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit e.V., Hans-Böckler-Str. 39, 40476 Düsseldorf
Gläubiger-Identifikationsnummer: DE40GHF00000595799

SEPA-Lastschriftmandat (Die Mandatsreferenz wird separat mitgeteilt.)

Ich ermächtige Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit e.V., Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung, gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit e.V. auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belastenden Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Vorname und Nachname (KontoinhaberIn)	<input type="text"/>		
Straße u. Hausnr.	<input type="text"/>	PLZ/Ort	<input type="text"/>
IBAN	<input type="text"/>		
BIC (8 oder 11 Stellen)	<input type="text"/>		
Ort, Datum	<input type="text"/>	Unterschrift	<input type="text"/>



**Mach meinen Kumpel nicht an! –
für Gleichbehandlung, gegen Rassismus
und Fremdenfeindlichkeit e.V.**

Hans-Böckler-Str. 39

40476 Düsseldorf





MACH' MEINEN KUMPEL NICHT AN!

Die Bekämpfung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit sowie die Beseitigung von Diskriminierung bleibt ein zentrales Thema unserer Gesellschaft. Ungleichbehandlung in Betrieben und Verwaltungen, fremdenfeindliche Schmierereien oder rechte Stammtischparolen am Arbeitsplatz oder in der Schule kommen immer wieder und überall vor. Daher machen Aktionen gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus immer Sinn – auch wenn es im Alltag noch andere Probleme gibt. Werde aktiv und nutze unser Angebot!

Informieren und Vernetzen

Anregungen für Deine Aktivitäten kannst Du Dir auf unserer Webseite holen. Dort warten auf Dich u.a. unser Newsletter „Aktiv für Chancengleichheit“ (auch als Print- und E-Mail-Version erhältlich) und die Good Practice Datenbank. Hier findest Du Informationen zu Initiativen und Projekten aus Gewerkschaften, Unternehmen, kleineren und mittleren Betrieben, Verwaltung, Berufsschulen/-kollegs, aber auch Bildungsangebote der Gewerkschaften und viele Studien und Handreichungen. Im Passwortgeschützten Forum kannst du dich mit Kolleginnen und Kollegen austauschen, Aktionen planen und noch mehr Ideen für Deine Arbeit gegen Diskriminierung und Rassismus holen!

Engagement anregen, Engagement auszeichnen

Du, Deine Berufsschule, Dein Berufskolleg oder Betrieb können an unserem Wettbewerb „Die Gelbe Hand“ teilnehmen und mit einem Wettbewerbsbeitrag ein kreatives Zeichen gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und für ein solidarisches Miteinander zu setzen! Attraktive Preise warten auf Dich!

Fachwissen teilen

Für Deinen Betrieb, Gewerkschaft, Berufsschule/-kolleg oder Organisation bieten wir Veranstaltungen und Vorträge rund um Rechtsextremismus, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Gleichbehandlung in der Arbeitswelt an. Wir entwickeln auch Bildungsmaterialien, Unterrichtseinheiten und Lernmodule, die in Ausbildungsbetrieben, Berufsschulen und JAV-Seminaren eingesetzt werden können. Ruf uns an, wir beraten Dich gerne auch telefonisch.

Zeichen setzen

Unser Logo, die Gelbe Hand, kannst Du auf Plakate, Flyer oder Broschüren setzen. Unsere Anstecker, Aufkleber und Fahnen eignen sich hervorragend für Aktionen gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Rechtsextremismus. Du kannst sie käuflich erwerben und dadurch auch die Arbeit des Vereins unterstützen.

Fachstelle „Junge Aktive“

Unsere Fachstelle „Junge Aktive“ spezialisiert sich auf die betriebliche und gewerkschaftliche antirassistische Jugendarbeit. Sie bietet Dir Beratung und Unterstützung in Deinem Engagement in der Ausbildung, Berufsschule und in der Gewerkschaftsjugend. Wir entwickeln Vorträge, Workshops und Projekte ausgerichtet an die Rahmenbedingungen bei Dir vor Ort. Wir helfen Dir, Dich mit anderen jungen Aktiven zu vernetzen und auszutauschen

Unterstütze uns!

Unser Verein wurde 1986 von der Gewerkschaftsjugend gegründet und ist somit eine der ältesten antirassistischen Organisationen in Deutschland. Der Verein wird vom DGB und seinen Mitgliedsgewerkschaften unterstützt. Wir setzen uns für Gleichbehandlung, gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Rechtsextremismus insbesondere in der Arbeitswelt ein.

Um unsere Arbeit erfolgreich fortsetzen zu können, brauchen wir Deine finanzielle und ideelle Unterstützung! In Form einer Fördermitgliedschaft als auch durch eine Spende, durch die Werbung weiterer Förderinnen und Förderer, durch das Tragen des Ansteckers, durch aktives Eintreten für Gleichberechtigung, gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus am Arbeitsplatz und in der Gesellschaft.

Unsere Bankverbindung:

NORD / LB

BIC: NOLADE2H

IBAN: DE17 2505 0000 0152 0339 99

Sowohl der Förderbeitrag als auch Spenden an den Verein können steuerlich abgesetzt werden.



MACH' MEINEN KUMPEL NICHT AN!

**Mach meinen Kumpel nicht an! – für Gleichbehandlung,
gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus e.V.**

Hans-Böckler-Straße 39
40476 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 43 01-193
Fax: 0211 / 43 01-134

info@gelbehand.de
www.gelbehand.de
www.facebook.de/gelbehand