

Dossier Niedersachsen

Erkenntnisse zu Rechtsextremismus im Internet unter Jugendschutzaspekten

Stand: Dezember 2012

Rechtsextremismus online: Allgemeine Entwicklungen und Trends

Das rechtsextreme Gesamtangebot im Netz wächst seit Jahren und wird immer professioneller. Zwar ist bei der Anzahl an Websites mit Szenebezug ein rückläufiger Trend zu verzeichnen (2009: 1.872, 2010: 1.708, 2011: 1.672), doch haben sich zentrale Szeneangebote verstetigt. Gleichzeitig finden sich immer mehr rechtsextreme Beiträge im Social Web, also bei Diensten wie YouTube, Facebook und Twitter.

Während herkömmliche Websites gezielt angesteuert werden müssen und dadurch kaum über Szenegrenzen hinaus wirken, können Inhalte im Social Web über Funktionen wie "Beitrag teilen"- oder "Gefällt mir"-Buttons auch Nutzerkreise außerhalb des Rechtsextremismus erreichen. Fast alle Jugendlichen sind in Communitys aktiv, Facebook und YouTube sind dabei die beliebtesten Plattformen.

Parallel haben Rechtsextreme ihre eigenen Websites professionalisiert: Angebote sind technisch moderner gestaltet und sprechen Heranwachsende niedrigschwellig an – über Videos und Musik, Events mit Erlebnischarakter und Themen aus der jugendlichen Lebenswelt. Häufig ist der rechtsextreme Kontext nicht auf den ersten Blick zu erkennen.

Landesspezifische Auswertung für Niedersachsen

jugendschutz.net waren im Dezember 2012 69 Websites aus dem Umfeld von Neonazi-Gruppen, der NPD, von Versandhändlern und Szene-Diensten aus Niedersachsen bekannt. Hinzu kommen 31 Angebote im Social Web, also Profile beziehungsweise Kanäle bei Plattformen wie Facebook, Twitter und YouTube. Der angesprochene Trend hin zu einem zunehmend jugendaffinen Auftreten, den jugendschutz.net seit mehreren Jahren auf Bundesebene beobachtet, zeigt sich in Niedersachsen vor allem im Umfeld der Kameradschaften.

1. NEONAZISTISCHE KAMERADSCHAFTSSZENE

jugendschutz.net waren 33 Websites (2011: 35) aus dem Umfeld der niedersächsischen Kameradschaftsszene bekannt. Knapp die Hälfte der Websites (14) dokumentierte das Team bei dem Szenedienst *logr.org* (siehe Infokasten) in den USA. Insgesamt waren nur sieben Seiten in Deutschland registriert.

logr.org ist ein in den USA ansässiger, rechtsextremer Blogprovider. Für die Szene attraktiv sind die Gestaltungsmöglichkeiten des Dienstes: Ohne großen Aufwand und technisches Hintergrundwissen können zeitgemäße Websites gestaltet und multimediale Inhalte wie YouTube-Videos integriert werden.

15 Angebote aus diesem Spektrum waren seit mindestens sechs Monaten nicht mehr aktualisiert worden. Anders im Social Web: Twitter oder Facebook-Accounts wurden regelmäßig mit eigenen Beiträgen oder denen von befreundeten Usern bespielt.

Websites und Web 2.0-Auftritte sind in der Regel stark miteinander verknüpft und sprechen in ihrer inhaltlichen und graphischen Gestaltung Jugendliche an. Solche Webauftritte kommen weitgehend ohne szenetypische Codes und Symbole aus und suggerieren dadurch politische Offenheit. Diese Entwicklungen lassen sich anhand der Beispiele der Gruppen *Besseres Hannover* und *Infoportal Bückeburg* illustrieren:

Das *Infoportal Bückeburg* beispielsweise griff einen Trend auf, der maßgeblich von der im Juni 2012 verbotenen Gruppe *Spreelichter* geprägt wurde. Jeder Artikel wurde dabei mit thematisch passenden Bildern illustriert und mit einem markanten Symbol versehen, das für die Gruppe steht. Dadurch entstand ein Wiedererkennungseffekt: Jeder Auftritt der Gruppe im Web war so auf den ersten Blick zuzuordnen.

Auch die am 25. September 2012 verbotene Gruppe *Besseres Hannover* bediente sich solcher graphischer Elemente. Zentrale Publikationswege waren ihre Homepage und die Zeitschrift *Der Bock*, die ebenfalls online abrufbar war und sich in Aufmachung und Inhalten offenkundig an Schülerinnen und Schüler richtete. In einer allgemeinverständlichen Spra-

che und mit rebellischem Gestus wurden Fragen des demografischen Wandels oder moralischen Lebens angesprochen und zum Widerstand aufgerufen. Teil der dritten Ausgabe des *Bocks* war beispielsweise ein Selbsttest ("Bist du in der BRD angekommen?"), der im Stil von Beziehungstests gängiger Jugendmagazine gehalten war. Die Verherrlichung des Nationalsozialismus und menschenverachtende Hetze wurden darin verklausuliert oder durch witzig gemeinte Darstellungen verbrämt. Zwei von vier Ausgaben des *Bocks* wurden von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) als jugendgefährdend indiziert.

Ein zentrales Propagandamittel von *Besseres Hannover* war das Gruppenmaskottchen, der so genannte *AbschieBär* – eine Person im Bärenkostüm. Videos, die im YouTube-Kanal der Gruppe veröffentlicht wurden, stellten Abschiebungen als etwas Lustiges dar und die Betroffenen wurden verhöhnt. Dabei entwickelte die Figur zunehmend überregionale Relevanz: Immer wieder erschienen Videos, in denen der *AbschieBär* andere Städte besuchte oder beim diesjährigen *Tag der deutschen Zukunft* (siehe auch 5. "Szeneevents") als Redner auftrat. Nach ihrem Verbot gab sich *Besseres Hannover* betont unbeeindruckt.

2. ANGEBOTE DER NPD

Im Dezember 2012 zählte jugendschutz.net 18 (2011: 21) Websites der NPD und ihrem Umfeld. Zusätzlich veröffentlichte die Partei auf 11 Profilen und Kanälen im Web 2.0 Wahlkampfvideos und bewarb Veranstaltungen in den Wahlkreisen. Fokus war die in Niedersachsen anstehende Landtagswahl im Januar 2013.

Zwar waren die Internetauftritte der NPD sehr textlastig, kaum multimedial und damit wenig jugendaffin gestaltet, durch ihre Auftritte im Social Web versucht sie jedoch dieses Erscheinungsbild zu durchbrechen. Mit dem Pressesprecher trat zudem ein junges Gesicht in Erscheinung, das mit seinen Webaktivitäten ein jugendliches Publikum anspricht. Eins seiner Videos zum Thema Fußball wurde innerhalb der ersten zwei Monate 10.000 Mal aufgerufen.

Durch die 12 Websites von Unterbezirken suggeriert die Partei regionale Präsenz. Bei genauerer Betrachtung wurden auf den regionalen Seiten mit wenigen Ausnahmen aber lediglich die Inhalte der Landes- bzw. Bundespartei wiedergegeben. Nur sporadisch erschienen auf den Bezirksseiten eigene Inhalte oder sind eigene Themensetzungen festzustellen, wie etwa beim Bezirksverband Wolfsburg, der auf seiner Seite den *Tag der deutschen Zukunft* 2013 in Wolfsburg bewarb.

3. VERSANDHANDELSPLATTFORMEN

13 Internetauftritte von Versandhändlern sowie zwei zugehörige Facebookaccounts aus Niedersachsen waren jugendschutz.net im Dezember 2012 bekannt. Plattformen von Versandhändlern gehören zur Mobilisierungsstrategie von Rechtsextremen: Mit einer breiten Produktpalette sucht die Szene immer wieder Anknüpfungspunkte zu Jugendkulturen

wie der Skinheadszenen, dem gewaltaffinen Hooliganmilieu oder Anhängern verschiedener Musikrichtungen.

Der Versand *Streetwear Tosted* vertrieb zum Sichtungszeitpunkt zum Beispiel nicht nur rechtsextreme Ware wie Pullover mit dem Aufdruck "braun is beautiful", sondern auch Marken, die im Mainstream beliebt sind. Das Banner der Seite war jedoch eindeutig: Es zeigte die "Schwarze Sonne", ein Symbol, das Neonazis oft als Ersatz für das verbotene Hakenkreuz verwenden.

Insgesamt wird Rechtsextremismus als umfassender Lifestyle mit rebellischem Anstrich vermarktet. Es fand sich Propagandamaterial für Szeneevents, beispielsweise ein T-Shirt für den *Tag der deutschen Zukunft* oder eine Broschüre für den *Marsch der Ehre* in Bad Nenndorf. *Streetwear Tosted* trat zudem als Outletstore für das bei Rechtsextremen beliebte Label *Thor Steinar* auf. Diese Marke verbindet Runensymbolik mit zeitgemäßen Designs und bildet so auch ein Bindeglied zu szenefremden Jugendlichen.

Das rechtsextreme Label *Max H8* aus Niedersachsen richtet sich an gefestigte Neonazis: *Max H8* ist als doppelte Chiffre zu verstehen: Max H8 steht für "Maximum Hate" (maximaler Hass) und "H8" zudem für "HH" bzw. "Heil Hitler" (H ist der achte Buchstabe im Alphabet). Die über die Website vertriebenen Artikel enthielten zum Sichtungszeitpunkt häufig Zahlencodes und Runen – diese dienen als Erkennungsmerkmal einer Szene, die sich als eingeschworener Kreis versteht. Die optische Erkennbarkeit nach innen bei gleichzeitiger Abgrenzung nach außen, beinhaltet das Versprechen von Halt und Orientierung, was diese Szene gerade für Jugendliche attraktiv macht.

4. BANDS & MUSIK

jugendschutz.net dokumentierte im Dezember drei Websites von Musikerinnen und Musikern aus Niedersachsen.

Die Band *Kategorie C – Hungrige Wölfe* stammt zwar ursprünglich aus Bremen, ihre Website war jedoch zum Sichtungszeitpunkt auf eine Adresse in Niedersachsen registriert. Die Band selbst stellte sich als unpolitisch dar, ihre CDs wurden jedoch auch von Szeneversandhändlern wie *Streetwear Tosted* vertrieben. Ihre Musik richtet sich vor allem an gewaltbereite Fußballfans und die Schnittmenge zwischen Hooligans und Neonazis.

Die Website der Liedermacherin *Annett* enthält keine erkennbar rechtsextremen Bezüge; ihre auf der Website enthaltenen Lieder behandeln wechselnde private Themen aus dem familiären und persönlichen Umfeld. Im Social Web dagegen sind ihre emotionalen Lieder immer wieder Bestandteil rechtsextremer Kampagnen und erreichen über YouTube hohe Klickzahlen, auch über die rechtsextreme Szene hinaus. Das Lied "Wir hassen Kinderschänder" wurde bereits deutlich über eine Millionen Mal gehört. Im Videobild, in Kommentaren und Videobeschreibungen wird dabei immer wieder auf rechtsextreme Webangebote verwiesen.

5. SZENEEVENTS

Demonstrationen und damit verknüpfte Kampagnen sind für die Neonaziszene zentrale Ereignisse und werden auf Webangeboten der unterschiedlichen Spektren beworben. Zwei in Niedersachsen stattfindende Events sind über das Bundesland hinaus relevant: der so genannte *Trauermarsch* in Bad Nenndorf und der *Tag der deutschen Zukunft*, der 2013 in Wolfsburg stattfinden soll.

Für den jährlich stattfindenden *Trauermarsch*, der Teil der geschichtspolitischen Umdeutungsversuche von rechtsextremer Seite ist, wurde multimedial und plattformübergreifend mobilisiert. Eine eigens eingerichtete Website enthielt zum Beispiel Aufruftexte in sieben Sprachen, ein Audio-Jingle und eine Broschüre, in der das vermeintliche Unrecht gegenüber deutschen Kriegsgefangenen angeprangert wird. Im Nachgang zum Aufmarsch wurden Redebeiträge und YouTube-Clips der Aktion auf der Seite eingebunden.

Trauermärsche gehören zu den mobilisierungstärksten Demonstrationen, die von Rechtsextremen organisiert werden. Durch den Verweis auf deutsche Opfer während und nach dem zweiten Weltkrieg durch alliierte Bombardements oder im Zusammenhang mit Kriegsgefangenenlagern stellen sie die deutsche Kriegsschuld in Frage und relativieren nationalsozialistische Verbrechen. Aufgrund des gemeinsamen geschichtspolitischen Anliegens treffen sich hier die unterschiedlichen Spektren der Neonaziszene. So zählten die jährlichen Demonstrationen anlässlich des Jahrestages der Bombardierung Dresdens zu den größten in Europa.

In einem der Videos, das innerhalb kurzer Zeit über 2.000 Abrufe erhalten hatte, wurde das Ansinnen der Kampagne auf den Punkt gebracht. Darin zu sehen: Bilder zerstörter Städte, von Leichen und ausgemergelten Personen. Texteinblendungen wie "Terror, Bombenholocaust, Mord, Folter, Willkür, Vergewaltigung – so sieht eure Befreiung aus?" bestärkten die Vorstellung von grausamen Besatzungsmächten. Am Ende folgte der Aufruf zur Demonstration unter dem Motto "der Opfer gedenken – die Täter beim Namen nennen". Die Kriegsschuld Deutschlands wurde relativiert und die Opfer des Nationalsozialismus herabgesetzt.

Seit 2009 findet der *Tag der deutschen Zukunft* jährlich in wechselnden Städten Norddeutschlands statt. Ursprünglich ein Event der Kameradschaften, wurde für den Aufmarsch 2012 in Hamburg auf Websites von Kameradschaften wie auf Angeboten der NPD mobilisiert. Das Motto: "Unser Signal gegen Überfremdung" oder "Multikulti = Völkermord". Fragen nach der eigenen und der gesellschaftlichen Zukunft, die sich gerade Jugendliche stellen, wurden völkisch aufgeladen und mit plumpem Rassismus beantwortet.

Ende 2012 wurde auch für den Aufmarsch 2013 in Wolfsburg auf niedersächsischen NPD- und Kameradschaftsseiten geworben. Zudem bot der Versandhandel *Streetwear Tostedt* betreffende Merchandising-Artikel zum Kauf an. Auf der Facebook-Seite des Events hatten zum Sichtungszeitpunkt bereits mehr als 500 Personen ihre Teilnahme zugesagt.

Einschätzung und Handlungsmöglichkeiten

Rechtsextreme Beeinflussungsstrategien haben sich verändert. Während die meisten Websites vor allem zur Information und Vernetzung innerhalb der Szene genutzt werden, stehen für die Ansprache, Rekrutierung und Mobilisierung von Anhängern außerhalb rechtsextremer Kreise vor allem Facebook, YouTube und Twitter im Zentrum.

Charakteristisch sind zudem subversive Aktionsformen und eine Symbol- und Medienwelt, die an unterschiedlichen jugendkulturellen Phänomenen sowie am Medienverhalten der jungen Generation anknüpft. Zentral ist das Prinzip der Tarnung: Aktuelle oder emotional besetzte Themen werden zur Stimmungsmache instrumentalisiert, Webangebote so präsentiert, dass sie nicht auf den ersten Blick dem Rechtsextremismus zuzuordnen sind.

Diese Entwicklungen haben die Jugendschutzrelevanz des Rechtsextremismus im Internet verschärft und erfordern eine mehrdimensionale Gegenstrategie. Rechtliche Verstöße müssen konsequent geahndet werden, Plattformbetreiber soziale Verantwortung zeigen und Hassbotschaften löschen. Auch seitens der Internetuser gilt es, sich zu solidarisieren und Rechtsextremen im Netz konsequent die Rote Karte zu zeigen.

ÜBER DIE LANDESDOSSIERS VON JUGENDSCHUTZ.NET

Die Landesdossiers liefern einen bundeslandspezifischen Überblick über die Erkenntnisse zu Rechtsextremismus im Internet unter Jugendschutzgesichtspunkten. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass vor allem Websites und Beiträge im Social Web aus dem Spektrum von Neonazi-Gruppen, der NPD sowie von Versandhändlern und Szene-Diensten als relevant eingestuft werden können. Die Angebote weisen meist einen unmittelbaren lokalen Bezug zu Gruppierungen und Aktionen auf.

ÜBER JUGENDSCHUTZ.NET

jugendschutz.net wurde 1997 von den Jugendministerien der Bundesländer gegründet und ist seit 2003 an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden. Die länderübergreifende Stelle drängt auf die Einhaltung des Jugendschutzes und sorgt dafür, dass Anbieter problematische Inhalte ändern, löschen oder für Kinder und Jugendliche blockieren. Seit 2000 beschäftigt sich jugendschutz.net mit Rechtsextremismus im Internet. Diese Arbeit wird derzeit von der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) sowie dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

- Angebot von jugendschutz.net zu Rechtsextremismus: www.hass-im-netz.info
- Verstöße melden unter www.hass-im-netz.info/was-tun/beschwerdestelle.html
- Die rechtsextreme NPD im Netz: www.hass-im-netz.info/npd2011 (PDF, 3 Seiten, 300 KB)
- Neonazis mobilisieren multimedial auf allen Kanälen: www.hass-im-netz.info/volkstod (PDF, 2 Seiten, 1,28 MB)

Gefördert durch:



Gefördert im Rahmen des Bundesprogramms
„TOLERANZ FÖRDERN – KOMPETENZ STÄRKEN“.

