
Aktiv gegen extrem rechte Zeitungen



Werdet aktiv – gegen extrem rechte Zeitungen

Die extremen Rechten nutzen verschiedene Medien, um ihre Propaganda in die Öffentlichkeit zu tragen und um Sympathisanten/-innen an die rechte Szene zu binden. In rechten Zeitungen wird auf unterschiedlichste Art und Weise u.a. gegen vermeintliche „Ausländer/-innen“, gegen Antifaschisten/-innen, linke Politiker/-innen und Gewerkschafter/-innen gehetzt und eine Weltverschwörung von Israel und den USA konstruiert.

Wir als ver.di Jugend stellen uns gegen solche menschenverachtenden Ideologien. Wir wollen eine solidarische Gesellschaft, in der jede/-r möglichst frei und selbstbestimmt leben kann. Für uns ist es untragbar, dass extrem rechte Zeitungen und Zeitschriften ganz „normal“ im Kiosk um die Ecke gekauft werden können.



Mit dieser Arbeitshilfe, welche von der ver.di Jugend in Zusammenarbeit mit dem Antifaschistischen Presse-Archiv und Bildungszentrum Berlin e.V. (apabiz) entwickelt wurde, erhaltet ihr nicht nur das notwendige Hintergrundwissen, sondern auch praktische Tipps und einen Aktionsplan, um bei euch vor Ort aktiv werden zu können: Gegen extrem rechte Zeitungen und Zeitschriften im Handel genauso wie auf dem (Berufs-)Schulhof.

So besteht die Arbeitshilfe auch aus zwei Teilen: Im ersten Teil: „Hintergrundwissen“ stellen wir die wichtigsten Printmedien der extremen Rechten vor, sowie einige, die eine „Scharnierfunktion“ zwischen der extremen Rechten und Rechtskonservativen einnehmen. Eventuell gibt es bei euch in der Region weitere relevante extrem rechte Printmedien. Deshalb solltet ihr, bevor ihr aktiv werdet, unbedingt Kontakt mit eurer regionalen Antifa-Recherchegruppe aufnehmen. Im zweiten Teil findet ihr Handlungshinweise und Praxistipps.

Und denkt daran: Mit einer guten Öffentlichkeitsarbeit erreicht ihr wesentlich mehr Menschen als auf der Straße: Also schreibt eine Pressemitteilung, postet eure Aktionsfotos auf Facebook und schreibt einen kurzen Artikel für eure Homepage.



Hintergrundwissen Seite 4–15
Aktiv werden Seite 16–21

„Extreme Rechte“ – Zu unserem Umgang mit einem umstrittenen Begriff

○ In der vorliegenden Publikation haben wir den Begriff „Rechtsextremismus“ bewusst vermieden. Denn in weiten Teilen der gesellschaftlichen Öffentlichkeit hat sich eine Definition durchgesetzt, der ein extremismustheoretischer Ansatz zugrunde liegt. Dieser besagt, dass es in Abgrenzung zur demokratischen Mitte der Gesellschaft an beiden Seiten demokratiegefährdende und v.a. verfassungsstaatsgefährdende Extreme gebe – den „Rechtsextremismus“ und den „Linksextremismus“, die sich demnach im Wesen stark ähneln würden. Diese Herangehensweise, die u.a. auch der Verfassungsschutz und Bundesfamilienministerin Kristina Schröder verfolgt, ist unserer Meinung nach aus zwei Gründen höchst problematisch und deshalb abzulehnen. Zum einen wird dabei nicht berücksichtigt, dass in der so genannten gesellschaftlichen Mitte rechte antidemokratische und menschenverachtende Einstellungen wie Rassismus und Antisemitismus durchaus verbreitet sind. Zum anderen wird eine fatale Gleichsetzung von links und rechts vollzogen, die ganz offensichtliche politische Unterschiede negiert. Darüber hinaus wird „Extremismus“ von offizieller Seite als politischer Kampfbegriff eingesetzt. So werden Organisationen und Akteure/-innen, die wichtige antifaschistische und antirassistische Arbeit machen, unter Generalverdacht gestellt oder gar als vermeintlich „linksextrem“ stigmatisiert und kriminalisiert (Stichwort: „Extremismusklausel“).

Es gibt überzeugende sozial- und politikwissenschaftliche Definitionsansätze, die genau diese Kritik teilen. Zahlreiche Wissenschaftler/-innen definieren „Rechtsextremismus“ daher in Abgrenzung zum oben stehenden Ansatz als ein Einstellungs- und Verhaltensphänomen, das sich aus folgenden Ideologiefragmenten zusammensetzt: Nationalismus, Ethnozentrismus, Sozialdarwinismus, Antisemitismus, Pro-Nazismus, Befürwortung einer Rechts-Diktatur, Demokratiefeindschaft, Sexismus und Wohlstands-Chauvinismus.

○ Wir stimmen dieser Definition zwar zu. Um uns jedoch vom skizzierten extremismustheoretischen Ansatz abzugrenzen, werden wir im Folgenden statt „Rechtsextremismus“ den Begriff „extreme Rechte“ verwenden, wenn es darum geht ein Milieu zu beschreiben, das die entsprechenden Einstellungsmuster aufweist. Sofern es möglich, sinnvoll und notwendig ist, wurden differenziertere Begrifflichkeiten gewählt, um die einzelnen Akteuren/-innen und Publikationen einzuordnen. Werden beispielsweise dezidiert neonazistische Inhalte verfolgt, dann wird dies auch dementsprechend eindeutig so benannt.

Hintergrundwissen – gegen extrem rechte Zeitungen



National-Zeitung

Die National-Zeitung (NZ) wird von Gerhard Frey herausgegeben und war lange Zeit eine der auflagenstärksten Zeitungen innerhalb der extremen Rechten. Mittlerweile befindet sich die Wochenzeitung im 62. Jahr ihres Bestehens. Viele Jahre war die NZ Sprachrohr für die Deutsche Volkunion (DVU), doch durch die gescheiterte Fusion von DVU und NPD verliert die Zeitung immer mehr an Bedeutung.

Inhaltlich richtet sich die NZ an den üblichen an den üblichen extrem rechten Ideologiefragmenten aus: So spielen rassistische Inhalte eine große Rolle. „Zu den Hauptanliegen der Nationalzeitung“ zählt nach Frey „die Verhinderung der Auflösung Deutschlands“. Die Angst vor der vermeintlichen „Überfremdung“ steht dabei im Vordergrund, denn laut Frey bedrohe die „Masseneinwanderung Fremder“ während der Kohl-Ära auch heute noch „die Identität unseres Volkes“. Ein weiterer Themenschwerpunkt wird auf antisemitische und antiisraelische Beiträge gelegt, häufig verbunden mit anti-amerikanischen Aussagen. Im Februar widmet sich die Zeitung vor allem einem Thema: dem Gedenken an die Bombardierung Dresdens am 13.02.1945. Neben der Stilisierung „deutscher Opfer“ werden die Opfer des Holocaust bagatellisiert. Dazu dienen auch die von Frey aufgeführten „Millionen Vertriebene[n] und die bei der Vertreibung ermordete[n] Deutsche[n]“, denn sie seien „aus dem einfachen Grund Opfer dieses Genozids [geworden], weil sie unserem Volk angehörten“. Auch hier werden so genannte „deutsche Opfer“ mit den Opfern des Holocaust gleichgesetzt. Was dennoch verwundert und auffällt, ist das ständig wiederholte Bekenntnis zum Grundgesetz.

Die National-Zeitung wird lediglich an den Kiosken angeboten, bei denen sich die Betreiber/-innen darum bemühen. Als ehemaliges DVU-Parteiblatt wird sie ihre Auflagenzahl kaum halten können. Denn das eher ältere Klientel wird mit der Zeit wegfallen. Und auch wenn im Gegensatz zu anderen Zeitungen wie der Jungen Freiheit in der NZ eindeutiger extrem rechte Aussagen getroffen werden, greifen junge Neonazis eher zur Deutschen Stimme, Zuerst! oder scene-internen Publikationen.



Name: National-Zeitung
Publikationsart: Zeitung
Gründungsjahr: 1951
Herausgeber: Dr. Gerhard Frey
Redaktions-/Verlagssitz: München
Erscheinungsweise: wöchentlich
Umfang: 20 Seiten
Auflage: unbekannt

Junge Freiheit

Wer war schuld am Zweiten Weltkrieg? Die Junge Freiheit sah im Jahr 2009 Diskussionsbedarf und ließ sich von Gerd Schultze-Rhonhof eine zwölfteilige Artikelserie schreiben. Schultze-Rhonhof ist als Autor eines Buches über den Weg in den Zweiten Weltkrieg bekannt, das „Der Krieg, der viele Väter hatte“ heißt. Es stellt die deutsche Alleinschuld in Frage. Auch in der Jungen Freiheit schrieb Schultze-Rhonhof, Polen habe im Jahr 1939 „die ersten Aufmarschschritte für die Kriegseröffnung eingeleitet“. Mit solchen Geschichtslügen schreibt man Opfer zu angeblichen Tätern um.

Texte, die so offen NS-Verbrechen relativieren oder andere extrem rechte Positionen äußern, findet man in der Jungen Freiheit nicht oft. Das hat einen einfachen Grund: Die Zeitung „vermeidet seit Jahren alles, was ihr nach den Rechtsextremismus-Kriterien des Verfassungsschutzes vorgeworfen werden könnte“, beobachtete schon im Jahr 2008 Wolfgang Gessenharter, emeritierter Professor für Politikwissenschaft an der Bundeswehr-Universität in Hamburg. Auch wenn die Zeitung sich nach außen harmlos gebe, stoße sie doch Debatten an, „in denen Personen aus dem konservativen Lager bis zur extremen Rechten zu Wort kommen“. Gelegentlich fand man auch Positionen von NPD-Aktivisten in dem Blatt.

Gessenharters Analyse der Jungen Freiheit ergibt, dass ein zentraler Bezugspunkt „die Gedanken der konservativen Revolution aus der Weimarer Republik“ sind. Bei dieser handelt es sich um eine Bewegung, die von Wissenschaftlern/-innen als „Wegbereiterin des Nationalsozialismus“ eingestuft wird. Wie Gessenharter schreibt, bezieht sich die Junge Freiheit immer wieder auch auf den NS-Staatsrechtler Carl Schmitt, für den bis zu seinem Tod 1985 „das Grundgesetz die gefährlichste Lebenslüge einer waschlappigen deutschen Gesellschaft“ war. Solange die Junge Freiheit keinen „radikalen Bruch“ mit dieser Weltanschauung vollziehe, „muss jeder, der sich mit dieser Zeitung gemein macht, wissen, dass er damit einer gefährlichen Relativierung des Grundgesetzes Vorschub leistet“, resümierte Gessenharter im Jahr 2008. Dem ist bis heute nichts hinzuzufügen.



Name: Junge Freiheit
Publikationsart: Zeitung
Gründungsjahr: 1986
Herausgeber: Junge Freiheit Verlag
Chefredakteur: Dieter Stein
Redaktions-/Verlagssitz: Berlin
Erscheinungsweise: wöchentlich
Umfang: ca. 20 Seiten
Auflage: 20.339

Zuerst!

Deutsches Nachrichtenmagazin

Bundesweit liegt die „Zuerst!“ jeden Monat in Bahnhofsbuchhandlungen und an Kiosken zum Verkauf. Sogar in Supermärkten und an Tankstellen war die erste Ausgabe des Blattes im Januar 2010 zu haben. Angeblich 86.000 Exemplare des Hochglanz-Magazins hatte Verleger Dietmar Munier zur Einführung auf den Markt geworfen, denn er hatte viel vor. Die „Umerziehungsmedien Spiegel, Focus und Stern“ wollte er herausfordern, so Munier. Dazu hatte er das Traditionsblatt des deutschen Neonazismus, die „Nation & Europa“, übernommen und in seine Neugründung überführt. Seit den frühen 1970er Jahren ist Munier in der extremen Rechten aktiv, ihm gehören mehrere Verlage.

Obwohl er das Blatt professionell aufzog, auf einschlägige Symbole verzichtete und mit Günther Deschner anfänglich einen Journalisten aus dem konservativen Spektrum als Chefredakteur ins Boot holte, war die extrem rechte Linie der „Zuerst!“ überdeutlich. Rassismus, Nationalismus, antisemitische Verschwörungstheorien, Vertriebenen-Nostalgie, die Rehabilitierung von NS-Verbrechern, Militärgeschichte und der Kampf gegen die Linke prägen das Blatt. „Wie CDU-Karrieristen Multikulti salonfähig machen“ (8/2010) oder „Von der Ausländer-Integration zur Inländer-Diskriminierung“ (2/2010) lauten beispielsweise die Schlagzeilen. Deutschland sei durch Einwanderung und Muslime bedroht, so die Botschaft in allen Ausgaben. Auch offene NS-Nostalgie durchzieht das Blatt. Seichte Reportagen widmen sich den vermeintlich positiven Seiten des Faschismus, kitschige Porträts von Künstlern/-innen oder Sportlern/-innen aus der Zeit sollen das Bild der Nazi-Diktatur weich zeichnen. Sogar die Strafbarkeit der Leugnung des Holocaust wurde in der „Zuerst!“ als Einschränkung der „Meinungsfreiheit“ kritisiert. Die Nähe des Blattes zum organisierten Neonazismus wird auch deutlich, wenn sie auf dem Bundesparteitag der NPD im Juni 2010 oder beim Kongress der neonazistischen „Gesellschaft für freie Publizistik“ im Mai 2010 um Leser/-innen wirbt.

„Zuerst!“ versucht auch, an Debatten am rechten Rand der CDU/CSU anzuknüpfen. Herausgeber Munier will mit dem Magazin einer „politischen Bewegung“ rechts von der Union Auftrieb geben. Daher wird in jeder Ausgabe ausführlich über erfolgreiche Rechtsparteien in anderen europäischen Ländern berichtet. Doch statt ein rechtes Massenmedium zu werden, blieb „Zuerst!“ bisher ein braunes Nischenblatt.



Name: Zuerst!
Deutsches Nachrichtenmagazin
Publikationsart: Zeitschrift
Gründungsjahr: 2010
Herausgeber: Dietmar Munier, Lesen & Schenken GmbH
Chefredakteur: Manuel Ochsenreiter (seit März 2011)
Redaktions-/Verlagssitz: Martensrade / Schleswig-Holstein
Erscheinungsweise: Monatlich
Umfang: 84 Seiten
Auflage: Startauflage angeblich 86.000, heute vermutlich nur wenige Tausend

Deutsche Stimme

Die Deutsche Stimme ist die Parteizeitung der Nationaldemokratischen Partei Deutschlands (NPD). In der Monatszeitung werden die Positionen der NPD vertreten und die Partei als „Blockadebrecher der antideutschen Politik“ dargestellt. Dazu werden aktuelle Themen aus Politik und Gesellschaft aufgegriffen, aber auch die Debatten, die in der Nazi-Szene stattfinden, werden aus Sicht der Partei beschrieben.

Die Deutsche Stimme stellt ein wichtiges Publikationsorgan der extremen Rechten in Deutschland dar. Es wird versucht, ein breites Spektrum zu bedienen, von militanten freien Kameradschaften bis hin zu den „gemäßigten“ national-konservativen Kräften in der Partei.

○ Festen Platz in der Zeitung haben der NPD-Bundesvorstand und die Funktionäre/-innen der Partei. Es wird über die Arbeit der beiden NPD-Landtagsfraktionen und die einzelnen Landes- und Ortsverbände berichtet. Dabei geht es in erster Linie darum, die eigene Arbeit als erfolgreich zu verkaufen. Das Niveau der Artikel bleibt dabei meist auf der Strecke, inhaltlich tief gehende Diskurse sucht man vergebens.

In jeder Ausgabe finden sich historische Artikel, die sich meist positiv auf den Nationalsozialismus beziehen. Der geschichtsklitternde Tenor wird schnell deutlich, so titelt die DS beispielsweise „Alleinschuld-These und das Holocaustthema zur Quasi-Staatsreligion erhoben“ schnell deutlich. Im Kern geht es immer darum, die rassistischen, antisemitischen und revisionistischen Themen in die Öffentlichkeit zu tragen und Publikum für die Positionen der Partei zu finden. Der programmatische Nationalismus wird dabei gern als „die Schutzmacht der kleinen Leute“ dargestellt.

○ Wichtiges Instrument ist der Terminkalender, der für die Treffen und Gesprächskreise der Partei und ihrer Ortsgruppen wirbt. In Anzeigen wird für den gleichnamigen Deutsche Stimme-Versand geworben, bei dem die Aktivist:innen T-Shirts und Literatur für ihre politischen Positionen beziehen können.

Die Artikel werden teilweise auch auf dem Portal der Zeitung im Internet veröffentlicht. Um auch Leser/-innen außerhalb der Partei anzusprechen, wird die Zeitung auch über den normalen Zeitungsvertrieb an Kiosken, in Geschäften und Bahnhofsbuchhandlungen verkauft.

Einzelne Handelsketten haben in der Vergangenheit immer wieder aufgrund öffentlichen Drucks den Verkauf der Deutschen Stimme in ihren Filialen untersagt.



Name: Deutsche Stimme
Publikationsart: Zeitung
Gründungsjahr: 1976
Herausgeber: NPD-Parteivorstand
Redaktions-/Verlagssitz: Riesa (Sachsen)
Erscheinungsweise: monatlich
Umfang: ca. 30 Seiten
Auflage: 25.000 (Eigenangabe)

DMZ

Deutsche Militärzeitschrift

Alle zwei Monate weckt die Deutsche Militärzeitschrift (DMZ) mit Beiträgen wie „Handgranaten im Einsatz – die deutsche DM51 A1 Splitterhandgranate“ oder „Jagdpanzer im Angriff – Panzerkampf im Zweiten Weltkrieg“ das Interesse seiner Leser/-innen. Mit zahlreichen Bildern widmet sich das extrem rechte Hochglanzmagazin militärischen Themen aus Vergangenheit und Gegenwart.

Das Heft richtet sich „an die Erlebnisgeneration des Zweiten Weltkrieges, an die Soldaten und Reservisten der Bundeswehr und an alle zeitgeschichtlich interessierten Mitbürger“ aber auch an die „ehemaligen Angehörigen der NVA“. Behandelt werden vor allem militärische Ereignisse und Technik des Zweiten Weltkrieges aus deutscher Perspektive. Ergänzt werden sie durch die heroisierende Darstellung von deutschen Militärs dieser Zeit, gepaart mit Erlebnisberichten des „einfachen“ Soldaten unter dem Titel „Landser erzählen“. Die Wiedergabe des historischen Zusammenhanges beschränkt sich vor allem auf die Wiedergabe von technischen und militärischen Details.

Aber nicht nur militärhistorische Themen stehen im Mittelpunkt der DMZ, auch die gegenwärtige Militärpolitik im In- und Ausland wird kommentiert. Dabei wird u.a. auf Experten/-innen aus Wissenschaft, Militär und Politik als Interviewpartner/-innen zurückgegriffen und versucht, der DMZ einen seriösen und objektiven Anschein zu geben. In der Vergangenheit stellten sich beispielsweise verschiedene ehemalige deutsche Verteidigungsminister als Gesprächspartner zur Verfügung.

Neben dem herausgebenden Verlag Deutsche Militärzeitschrift sind auch weitere Verlage des Verlagshauses Lesen & Schenken mit zahlreichen Anzeigen für vor allem militärische Angebote im Heft zu finden. Auch eine Vielzahl weiterer (extrem) rechter Verlage und Zeitschriften annoncieren mit kriegsverherrlichender und vermeintlich wissenschaftlicher Literatur.

Die DMZ bringt extrem rechte Positionen und Einschätzungen zur Militärgeschichte und Militärpolitik seinen Lesern/-innen näher, die gezeichnet sind von Revisionismus und Verherrlichung des NS-Militärs. Aber auch über die DMZ hinaus gibt es rechte Zeitschriften mit dem Schwerpunkt Militärgeschichte. Zum Beispiel die Hefromanreihe „Der Landser“, die seit Jahrzehnten mit der individualisierten und vereinfachten Darstellung von Kriegserlebnissen den Zweiten Weltkrieg verherrlicht und verharmlost.



Name: DMZ – Deutsche Militärzeitschrift

Publikationsart: Zeitschrift

Gründungsjahr: 1995

Herausgeber: Dietmar Munier

Redaktions-/Verlagssitz: Selent

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Umfang: 82 Seiten

Auflage: unbekannt

Neonazistische Schüler- und Jugendzeitungen



Neonazistische Schülerzeitungen unterscheiden sich stark im Layout. Hier beispielhaft abgebildet: Das Zeitungsprojekt „Bock“

Name: unterschiedlich
Publikationsart: Zeitungsprojekt
Herausgeber: NPD und Freie Kamerad
Erscheinungsweise: 1–4 mal/Jahr
Umfang: unterschiedlich
Auflage: je nach Schulgröße 100–2.000

Die extreme Rechte – von den Neonazis der Kameradschaften über die NPD bis hin zu den Rechtspopulisten/-innen – sprechen seit jeher bevorzugt „die Jugend“ an. Nationalismus, Rassismus, Antisemitismus und vor allem auch die Umdeutung der deutschen (NS-)Geschichte wird jugendgerecht verpackt, um die Akzeptanz für diese Propaganda zu erhöhen.

Die Schülerzeitungen, oft nur wenige bunte, locker aufgemachte Seiten im DIN A4-Format, werden direkt vor den Schulen oder an Bahnhöfen und Haltestellen in der Nähe verteilt sowie über das Internet verbreitet. Die Auflagen liegen zwischen mehreren Hundert und wenigen Tausend gedruckten Exemplaren.

Die Inhalte sollen die Jugendlichen aus einem bestimmten Bundesland oder einer Region mit konkreten und aktuellen Themen ansprechen. Die NPD verbreitet ihre Schülerzeitungen bevorzugt im Vorfeld von Landes- oder Kommunalwahlen an die jungen Wähler/-innen, unter denen sie eine hohe Zustimmung erwartet.

Die NPD stellt sich in den Texten gerne als einzige Alternative zu den herrschenden Ideologien dar, als Vertreter einer rebellischen Jugend. Schüler/-innen werden aufgefordert, den „Schulhof zur national befreiten Zone“ zu machen und sich gegen die Lehrinhalte der Schule zu stellen: „Diese Schülerzeitung ist der Schrecken aller linken Spießer, die Dich unterrichten. Denn wir sprechen über Themen, die für Deine Pauker längst tabu sind.“

Allein im Jahr 2007, als in mehreren Bundesländern gewählt wurde, gab es NPD-Schülerzeitungen in Sachsen („Perplex – jung, frech, deutsch“), Berlin und Brandenburg („Stachel – Schülerzeitung für Mitdenker“ bzw. „Brennessel“), Rheinland-Pfalz („Schinderhannes“), in Sachsen-Anhalt („Jugend rebelliert“) und im Saarland („Rechts vor Links“), die neben der NPD-Schulhof-CD verteilt wurden.

Direkt aus dem Kreis der „Freien Nationalisten“ stammt das Zeitungsprojekt „Bock“, das von der neonazistischen Gruppe „Besseres Hannover“ seit 2010 herausgegeben wird. Als angebliches „Sprachrohr der Gegenkultur“ richtet sich das bisher vier Mal erschienene Blättchen ausdrücklich an Schüler/-innen: „Der Bock ist ein Schüler wie Du, doch sein anerzogenes Weltbild hat seine ersten Kratzer bekommen und er hat angefangen, das System der BRD kritisch zu hinterfragen.“ Es werden „junge Nationalisten“ aus Hannover interviewt oder Presseberichte über „die Ausländer“ oder „die Nazis“ kommentiert.

Preußische Allgemeine Zeitung

Jeden Samstag erscheint die „Preußische Allgemeine Zeitung – Das Ostpreußenblatt – Unabhängige Wochenzeitung für Deutschland“ als rechtskonservative Wochenzeitung. Hier treffen rechte Positionen und die Arbeit eines Vertriebenenverbandes aufeinander. Ursprünglich entstand das Blatt als Verbandszeitung der Landsmannschaft Ostpreußen e.V. (LMO) unter dem Titel „Das Ostpreußenblatt“. Aufgrund sinkender Mitglieder- und Abonnentenzahlen öffnete sich die Zeitung im Jahre 2002 nicht nur thematisch, sondern nannte sich auch in die Preußische Allgemeine Zeitung (PAZ) um.

In ihrer Berichterstattung greift die PAZ immer wieder Themen aus Wirtschaft und Politik auf. Aber auch das kulturelle und geschichtliche Erbe des Staates Preußen erfährt eine ständige Thematisierung. Zu den Autoren/-innen der Zeitung gehören nicht nur Funktionäre der LMO, sondern auch Vertreter/-innen etablierter Parteien wie der ehemalige brandenburgische Innenminister Jörg Schönbohm oder die CDU-Politikerin Vera Lengsfeld.

Darüber hinaus bildet das Thema Vertreibung immer noch den zentralen Schwerpunkt der PAZ. Dieser Teil der Zeitung erscheint noch unter dem alten Titel „Das Ostpreußenblatt“. Neben der Kommentierung der aktuellen Politik in Polen und Tschechien wird vor allem Erinnerungspolitik im Sinne der Vertriebenen nachgegangen. Dazu gehören neben der Veröffentlichung von Berichten und Terminen der LMO vor allem individuelle Berichte über die „verlorene Heimat“, um die Erinnerung bei den Lesern/-innen wach zu halten.

Passend dazu bietet der eigene Vertrieb „Preussischer Mediendienst“ die dazugehörige Literatur und Devotionalien an und ist mit seinem Angebot stark in der Zeitung vertreten.

Im Gegensatz zu den meisten Zeitungen der Vertriebenenverbände konnte die PAZ durch die thematische Öffnung nicht nur wirtschaftliches Überleben sichern. Neben den Positionen der Landsmannschaft und den Vertriebenenverbänden wurden auch rechtskonservative Standpunkte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.



Name: Preußische Allgemeine Zeitung

Publikationsart: Zeitung

Gründungsjahr: 1950 (als Ostpreußenblatt)

Herausgeber: Landsmannschaft Ostpreußen e.V.

Redaktions-/Verlagssitz: Hamburg

Erscheinungsweise: wöchentlich

Umfang: ca. 24 Seiten

Auflage: unbekannt

Neonazistische Regionalzeitungen

In vielen Bundesländern treten Neonazis – vor allem die der Nationaldemokratischen Partei Deutschlands (NPD) – mit vermeintlich seriösen Landes- und Regionalzeitungen in die Öffentlichkeit. In Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen und Brandenburg verfügt nahezu jeder NPD-Regionalverband über seine eigene Publikation, die etwa 1–3mal im Jahr erscheint. Auf wenigen Seiten berichten sie nicht nur über NPD-Aktivitäten, sondern greifen in Artikeln zu lokal- und sozialpolitischen Themen (zum Beispiel hohe regionale Arbeitslosigkeit, Schulschließungen, Privatisierung öffentlicher Einrichtungen) die Bedürfnisse und Probleme der Leute in der Region auf. Die NPD stellt sich dabei als einzige Alternative zu den etablierten Parteien dar.

Was auf den ersten Blick unverfänglich erscheinen mag, offenbart bei genauerer Betrachtung die gesamte Bandbreite neonazistischer Ideologie. Denn sowohl die Anklagen als auch die versprochenen Lösungen sind geprägt durch nationalistische („Die Rentenlüge. Betrug am deutschen Volk!“), rassistische („Polen stehen Schlange vor deutschem Arbeitsamt“) und geschichtsrevisionsistische Positionen („8. Mai 1945 – Der ‚Tag der Befreiung‘“).

Wie stark verbreitet und wie wirkungsvoll die Publikationen in den jeweiligen Regionen tatsächlich sind, ist nur schwer feststellbar. Als ein Negativbeispiel gilt die Region Ostvorpommern. Hier wurde 2001 erstmals der „Insel-Bote“ für die Insel Usedom herausgegeben. Die Publikation, die ursprünglich aus der Kameradschaftsszene hervorging und nunmehr als NPD-Organ bezeichnet werden kann, hat mittlerweile neun weitere regionale Ableger in Mecklenburg-Vorpommern mit sehr unterschiedlicher Auflagenhöhe. Die „Boten“ werden mit hohem finanziellem, logistischem und personellem Aufwand in einer vermuteten Stückzahl von insgesamt mehreren zehntausend Exemplaren an Haushalte verteilt. Da die „Boten“ in einigen Regionen die einzige kostenlose politische Publikation und nicht immer unmittelbar als NPD-Publikation erkennbar sind, darf ihre Bedeutung für die regionale Meinungsbildung nicht unterschätzt werden.



Hier beispielhaft abgebildet:
„Der Insel Bote“

Name: unterschiedlich
Publikationsart: Regionalblatt
Gründungsjahr: unterschiedlich
Herausgeber: NPD-Verbände, Freie Kameradschaften
Erscheinungsweise: ca. 1–3 mal/Jahr
Umfang: 2–8 Seiten
Auflage: unterschiedlich

Der Schlesier

Europa brauche endlich eine „wirkliche Friedensordnung“, kann man in der Wochenzeitung Der Schlesier lesen. Dazu seien konkrete Schritte nötig. So müssten endlich, schreibt das Blatt, „den Deutschen die deutschen Ostprovinzen im heutigen ‚Westpolen‘ wiedergegeben werden“.

Der Schlesier wurde ursprünglich 1948 im Milieu der deutschen Vertriebenen gegründet und diente jahrzehntelang als Verbandszeitung der Landsmannschaft Schlesien, bis diese ihn abstieß, weil er einen allzu krassen Rechtskurs eingeschlagen hatte. Das Blatt dümpelte vor sich hin, bis Dietmar Munier, einer der einflussreichsten Verleger der Naziszene, es kaufte und 2011 in neuer Aufmachung herausbrachte. Munier, der mit seiner Deutschen Militärzeitschrift DMZ auf Militärfans und mit „Zuerst!“ auf allgemeinpolitisch Interessierte zielt, sucht mit Der Schlesier im Vertriebenenmilieu Kundenschaft zu gewinnen. Dazu passend wirbt das Blatt regelmäßig für Bücher aus Muniers rassistischem, antisemitischem und nationalistischem Verlagsprogramm.

Für sich selbst wirbt Der Schlesier mit dem Dreiklang „Patriotisch – gesamtdeutsch – volkstreu“. Was „volkstreu“ bedeutet, beschreibt die Zeitung so: „Damit Deutschland eine sichere Heimat der Deutschen bleibt, wendet Der Schlesier sich gegen Überfremdung und Umvolkung.“ Einer seiner regelmäßigen Autoren hat in seiner Kolumne – im Hinblick auf den öffentlichen Umgang mit der NS-Geschichte – die Ansicht geäußert, „Massenmedien, Schulen usw.“ hämmerten „dem deutschen Volk die Propagandalügen der Sieger“ des Zweiten Weltkriegs „unablässig“ ein, so etwa „die Falschbehauptung von der deutschen Alleinkriegsschuld“. Man wolle offenbar das „Nationalgefühl“ der Deutschen zerstören und sie damit „aufnahmefähig für allen Unsinn“ machen.

Der Schlesier lässt in Interviews zahlreiche Größen der extremen Rechten zu Wort kommen, so etwa den Neonazi und ehemaligen NPD'ler Jürgen Schwab oder Sigrid Schübler aus dem Vorstand des NPD-Landesverbandes in Bayern.



Name: Der Schlesier

Publikationsart: Zeitung

Gründungsjahr: 1948/2011

Herausgeber: Dietmar Munier

Redaktions-/Verlagsort: Selent

Erscheinungsweise: wöchentlich

Umfang: ca. 24 Seiten

Auflage: 12.000 (Eigenangabe)

Ein Sonderfall

Compact – Unabhängiges Monatsmagazin

Das Monatsmagazin Compact ist keine extrem rechte Zeitung. Dennoch ist die inhaltliche Ausrichtung in vielen Artikeln so problematisch, dass wir es für notwendig halten, an dieser Stelle darüber aufzuklären.

Erstmals im Dezember 2010 erschien die Zeitschrift Compact unter der Regie des ehemals linken Journalisten Jürgen Elsässer als verantwortlichem Chefredakteur. Nach eigenen Angaben handele es sich dabei um ein „einzigartiges publizistisches Experiment“. Denn Ziel sei es von Anfang an gewesen, „demokratische Linke und demokratische Rechte, intelligente Muslime und intelligente Islamkritiker, Occupisten und Teaparty-Gänger...“ zusammenzubringen. Diesem Anspruch eines übergreifenden Links-Rechts-Diskursorgans wird das Magazin jedoch nicht gerecht. Unter den Autoren/-innen und Kooperationspartner/-innen finden sich nahezu ausschließlich Rechtsliberale, Rechtskonservative oder Vertreter/-innen der Neuen Rechte. Und auch namhafte Interviewpartner wie Peter-Scholl-Latour, Hans-Olaf-Henkel oder Wolfgang Bosbach sorgen nicht für die angekündigte politische Pluralität und Kontroverse.

Die Macher/-innen von Compact verstehen die Zeitschrift als Bollwerk gegen die „Lügen“ der angeblich verordneten „Political Correctness“. Mit einer Kombination aus alleinigem Wahrheitsanspruch und Opferstilisierung manifestierten sich den in der Zeitschrift allgegenwärtigen Verschwörungshalluzinationen, die teilweise deutlich antisemitische Züge haben. Compact „attackier[t] den Totalitarismus der Neuen Weltordnung“ demnach, denn: „Wer den Begriff „Konzentrationslager“ auf die deutsche Vergangenheit beschränkt, wird die Realität von Abu Ghraib und Guantanamo nicht beschreiben können. Wer vom „Zionismus“ nicht reden darf, muss auch vom Faschismus schweigen. Aber wir bei Compact lassen uns den Mund nicht verbieten.“

Schon allein die Titelthemen sind meist überaus deutlich, haben sie doch oft eine unverhohlenen nationalistische („Das besetzte Land. Wer regiert uns?“), geschichtsrevisionistische („Ein Volk, ein Reich, ein Euro. Wird die EU zum 4. Reich?“) und antiamerikanische („11. September. Das Dossier der Lügen“, „CIA-Agent Bin Laden“)



Name: Compact –
Unabhängiges Monatsmagazin
Gründungsjahr: 2010
Herausgeber & Verlag:
Compact Magazin GbR
Chefredakteur: Jürgen Elsässer
Vertrieb & Abo-Verwaltung:
Kai-Homilius-Verlag
Redaktions-/Verlagssitz: Werder
an der Havel (Brandenburg)
Erscheinungsweise: monatlich
Umfang: ca. 60 Seiten
Auflage: unbekannt

Stoßrichtung. Doch wird die vermeintliche Bedrohung nahezu überall fantasiert – sei es in Bezug auf Umweltpolitik („Die CO2-Lüge. Dossier: Klimaschwindel“) oder Gender-Mainstreaming („Der gedemütigte Mann. Raubtier-Feminismus – Nein danke!“).

Die geneigten Leser/-innen können Compact im Abonnement oder im freien Zeitschriftenhandel beziehen. Dort steht das Magazin meist neben seriösen Publikationen unter der Kategorie „Wirtschaft“. Jede neue Ausgabe wird mit einer Veranstaltung begleitet, bei der vermeintliche „Experten/-innen“ passend zum jeweiligen Titelthema geladen werden.

Wie eingangs erwähnt ist die Compact also nicht als dezidiert extrem rechte Publikation zu bezeichnen. Sie erfüllt jedoch eine Art Scharnierfunktion zwischen der extremen Rechten und Rechtskonservativen.



Aktiv werden – gegen extrem rechte Zeitungen



Aller Anfang ist nicht schwer!

Wie bei anderen Aktionen auch, solltet ihr nicht einfach darauf loslaufen und irgendwelche Zeitungshändler ansprechen. Setzt euch zu Beginn mit Interessierten zusammen und überlegt, in welchem Zeitraum ihr was umsetzen wollt. Formuliert ganz am Anfang die Ziele für euer Engagement: Wollt ihr nur über extrem rechte Zeitungen aufklären oder wollt ihr so lange an dem Thema arbeiten, bis in eurem Ort keine mehr verkauft werden können? Stellt euch vor allem die Frage, wie viel Zeit und Energie ihr dem Engagement gegen extrem rechte Medien widmen könnt. Auch wenn ihr vielleicht am liebsten gleich loslegen wollt, ist es sinnvoll sich erst einmal in Ruhe zusammzusetzen, um spätere Enttäuschungen und Missverständnisse innerhalb des Aktivenkreises zu vermeiden.

Grundsätzlich zu überlegen ist auch, ob ihr das Thema bei euch vor Ort allein als ver.di Jugend oder im Bündnis mit anderen politischen Gruppen und Initiativen wie Antifa, Jugendverbände und Antirassismusinitiativen bearbeiten wollt. Wenn ihr etwas gegen die Verteilung an (Berufs-)Schulen machen wollt, bezieht unbedingt die örtliche Stadt- bzw. Kreisschülervertretung ein.

○ Durch die Zusammenarbeit mit anderen Gruppen könnt ihr die anfallenden Aufgaben auf mehr Aktive verteilen und ihr erreicht eine breitere Öffentlichkeit. Außerdem stärkt ihr euer Bündnisnetzwerk vor Ort, was ihr sicher auch bei anderen Themen nutzen könnt. Bedenkt jedoch, dass ihr in einem Bündnisprojekt mehr Zeit und Energie für notwendige Abstimmungsprozesse mit den Bündnispartnern/-innen einplanen müsst.

Im Folgenden haben wir einen Aktionsplan entwickelt, der aus unserer Sicht eine gute Orientierung geben kann, um vor Ort erfolgreich aktiv zu werden.

1. Schritt: Auftakttreffen organisieren

Dem ersten Auftakttreffen sollte natürlich eine erste Recherche vorausgehen: Verschafft euch in den Zeitungsgeschäften in eurer Region/ bei euch vor Ort einen groben Überblick, wo welche rechte Zeitungen verkauft werden. Je genauer der Überblick, desto besser, allerdings müsst ihr noch keine detaillierte Recherche vornehmen. Wenn ihr gegen die Verbreitung von extrem rechten Medien auf (Berufs-)Schulhöfen aktiv werden wollt, könnt ihr im Prinzip genauso vorgehen. Gibt es Schulen, wo Nazis immer wieder auftauchen? Gibt es Schulen wo Neonazis als Schüler/-innen ihr Propagandamaterial verteilen?

○ Das erste Treffen für Interessierte sollte möglichst offen beworben sein. Wollt ihr das Thema im Bündnis angehen, wählt möglichst einen Ort, der eine gewisse Offenheit signalisiert. In einigen Regionen bzw. bei einigen Gruppen und Einzelpersonen gibt es vielleicht Vorbehalte gegenüber einem Treffen im Gewerkschaftshaus. Also überlegt, ob ihr euch dann nicht lieber in einem Jugendclub oder einem Kaffee trifft. Das erste Treffen solltet ihr selbst moderieren. Achtet bei der Zusammenarbeit mit potenziellen Bündnispartnern/-innen darauf, dass jemand aus eurem ver.di Jugend-Aktivenkreis moderiert und eine andere Person die Positionen der ver.di Jugend vertritt.

2. Schritt: Ziele formulieren

Egal ob ihr als ver.di Jugend oder gemeinsam mit Bündnispartnern/-innen loslegen wollt: Bei einem ersten Treffen solltet ihr euch und eure Idee noch einmal gut darstellen. Sprecht über eure Zielsetzung, begründet aus eurer Sicht noch einmal die Notwendigkeit aktiv zu werden und stellt eure ersten Rechercheergebnisse dar. Sprecht auch über eure Vorstellungen der Zusammenarbeit, gebt aber auch Raum für die Erwartungen und Vorstellungen der anderen Personen bzw. Gruppen.

Prinzipiell sollten eure Ziele immer folgende Kriterien erfüllen:

Spezifisch: klar und eindeutig benannt

Messbar: zur Überprüfung des Erfolgs

Angemessen: realistisch erreichbar

Relevant: bedeutsam hinsichtlich eurer Interessen

Terminiert: mit konkreter Terminvorgabe

Überprüft eure Zielformulierung unbedingt auf diese fünf Aspekte!

Haltet die Zielformulierungen möglichst für alle sichtbar an einem Flipchart fest. Bei der Zusammenarbeit mit anderen Gruppen und Initiativen kann es notwendig sein, an dieser Stelle erst einmal das Treffen zu beenden und einen weiteren Termin zu vereinbaren, damit alle Gruppenvertreter/-innen die Ziele mit ihren jeweiligen Strukturen rückkoppeln.

3. Schritt: Aktionsplan aufstellen

Realistisch planen

Wenn ihr und ggf. eure Bündnispartner/-innen eure Zielsetzung geklärt habt, geht es mit dem nächsten Schritt weiter: das Aufstellen eures Aktionsplanes. Verabredet miteinander, welchen Schritt ihr in welchem Zeitraum erreichen wollt (siehe unten).

Achtet darauf, dass es für jede Verabredung persönliche Verantwortlichkeiten gibt und dass es einen Termin gibt, zu dem diese überprüft bzw. erfüllt sein soll. **Behaltet bei allen Maßnahmen, die ihr plant, eure finanziellen und zeitlichen Ressourcen im Blick.**

Was kostet uns die Aktion finanziell?

Wie können wir sie refinanzieren?

Welche Technik und welche Materialien benötigen wir?

Welchen Raumbedarf haben wir für die Vor- und Nachbereitung?

Wie viele Leute und wie viel Zeit benötigen wir für eine Aktion?

Wie viel Zeit kostet die Vor- und Nachbereitung?

Gibt es feste Zusagen von Aktiven?

Sprecht grob darüber, in welchem Zeitraum ihr die Recherche und erste Aktionen durchgeführt haben wollt. Nur wenn ihr diese Aspekte bei allem was ihr plant im Blick behaltet, vermeidet ihr spätere Frustrationen und Enttäuschungen.

Recherche

Je nachdem wie intensiv ihr vor dem Auftakttreffen recherchiert habt, müsst ihr jetzt gemeinsam noch einmal eure Recherche ausbauen. Ihr solltet eine möglichst komplette Liste aller Zeitungsgeschäfte für einen definierten Ortsbereich aufstellen. Je nach Größe eures Ortes macht es Sinn, sich erst einmal nur auf einzelne Stadtteile zu konzentrieren, um sich nicht zu verzetteln. Wenn ihr in Regionen und nicht in Großstädten aktiv seid, solltet ihr nach dem so genannten Leuchtturmprinzip vorgehen: Sucht euch Händler/-innen als Ziele aus, von denen ihr euch eine möglichst hohe Ausstrahlungskraft erhofft. Das können die Zeitungskioske an Bahnhöfen sein, da es hier einen hohen Durchlauf von Kunden gibt, das kann aber auch eine Zeitungskioskette sein. Oder ihr konzentriert euch auf eine größere Stadt in eurer Region.

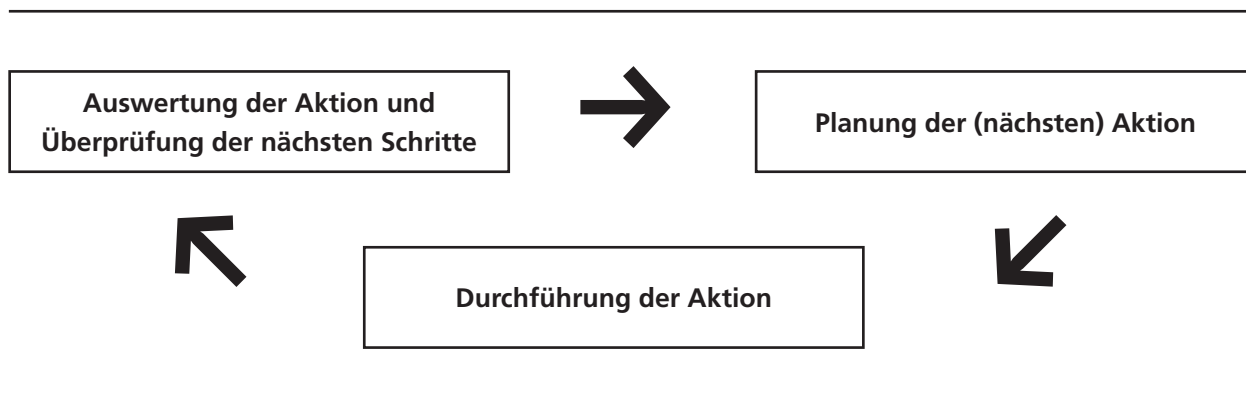
Teilt innerhalb eures Aktionsteams auf, wer welches Zeitungsgeschäft besucht. Dokumentiert jeweils genau, in welchem Laden es welche extrem rechte Publikationen gibt.

Wenn ihr den Schwerpunkt eures Engagements gegen die Verteilung von rechten Zeitungen auf (Berufs-) Schulen legen wollt, wendet euch bzgl. der Recherche an die Stadt- bzw. Kreisschülervertretungen. Sie haben häufig einen guten Überblick über die Aktivitäten von Nazis an Schulen. Außerdem sind sie nicht nur Interessenvertretung, sondern auch Netzwerk aktiver Schüler/-innen und damit gute Bündnispartner/-innen.

Auswertung der Recherche und Planung der ersten Aktionen

Bei einem Auswertungstreffen wertet ihr dann gemeinsam eure Ergebnisse aus und verschafft euch somit einen guten Überblick über die Situation bei euch vor Ort.

Anhand eurer Recherche und eurer Prioritätenliste könnt ihr nun eure Maßnahmen planen. Wichtig dabei ist, dass es innerhalb eures Aktionsplanes eine Zuspitzung der Aktivitäten gibt. Das heißt, dass ihr den Druck auf uneinsichtige Händler/-innen von Aktion zu Aktion steigern müsst. Darüber hinaus solltet ihr eure Aktivitäten und euren Aktionsplan fortlaufend überprüfen und ggf. anpassen (siehe Abbildung).



Händler/-innen erstmalig ansprechen

Nicht jede/-r Händler/-in mit extrem rechten Zeitungen im Geschäft ist überzeugte/-r Nationalsozialist/-in. Das werden wohl die wenigsten sein. Vielmehr solltet ihr für den Erstkontakt davon ausgehen, dass es den Händlern/-innen an Sensibilität für die entsprechenden Publikationen fehlt. Natürlich gibt es zwischen den Publikationen Unterschiede: Die „National-Zeitung“ ist beispielsweise viel leichter als extrem rechte Zeitung zu enttarnen als die „Zuerst!“. Macht euch also für den Erstkontakt klar: Es geht darum, über diese Publikationen und ihre Wirkungsweisen aufzuklären.

Bleibt im Kontakt freundlich aber bestimmt und achtet auf eine ruhige Sprache.

Stellt euch und eure Gruppe/ Initiative kurz vor und konfrontiert ihn bzw. sie mit eurer Beobachtung, dass sich im Sortiment des Geschäftes auch rechte Zeitungen finden.

Bereitet euch inhaltlich gut vor, damit ihr auch gut begründen könnt, warum Zeitungen, wie die „Junge Freiheit“ oder die „Zuerst!“ zum Spektrum der extrem rechten Medien gehören. Fragt nach, ob er oder sie das schon wusste und zukünftig auf den Verkauf dieser Zeitungen verzichtet.

Sollte der bzw. die Händler/-in nicht auf eure Vorschläge eingehen und auch zukünftig Nazizeitungen verkaufen, teilt ihr ihm oder ihr mit, dass es dann in der nächsten Zeit vor seinem Geschäft Protestaktionen gegen den Verkauf von extrem rechten Zeitungen geben wird – und zwar so lange, bis diese aus dem Sortiment verschwinden.

Praxistipps

Macht euch bewusst, dass es neben den Händlern/-innen eine zweite Zielgruppe gibt: die zufällig im Geschäft anwesenden anderen Kunden/-innen - auch wenn diese sich nicht in das Gespräch einmischen werden.

Geht am besten zu zweit in das Geschäft. Günstig ist, wenn ein bis zwei weitere scheinbare unbeteiligte Personen vor dem Geschäft warten oder mit hineingehen, aber nicht in Erscheinung treten.

Um als potenzielle/-r bzw. tatsächliche/-r Kunde/-in wahrgenommen zu werden, könnt ihr auch eine Kleinigkeit kaufen bzw. mit zur Kasse nehmen. Wahrscheinlich reagiert der bzw. die Händler/-in gleich ganz anders, als wenn ihr ihm oder ihr nur ein Gespräch „aufzwingen“ wollt. Für den Fall dass ihr es mit einem/einer uneinsichtigen Händler/-in zu tun habt, könnt ihr euren Kundenstatus auch für einen Gesprächsausstieg nutzen: Als unmittelbare Konsequenz aus der Uneinsichtigkeit lasst ihr das was ihr gerade bezahlen wolltet an der Kasse liegen und geht mit den Worten „Wenn hier Nazizeitungen verkauft werden, möchte ich hier nichts kaufen!“



Häufige Einwände von Händlern/-innen und wie ihr darauf reagieren könnt:

„Ich bin hier nur der/die Angestellte, ich habe keinen Einfluss auf das Sortiment.“

Fragt freundlich nach, ob der oder die Geschäftsführer/-in zu sprechen ist. Wenn er oder sie gerade nicht zur Verfügung steht, fragt freundlich aber bestimmt nach, wann er bzw. sie anzutreffen ist. Signalisiert, dass ihr in jedem Fall noch einmal vorbeischaut.

„Wir gehören zu einer Unternehmenskette, wir haben in den einzelnen Geschäften keinen Einfluss auf das Sortiment.“

Hier habt ihr zwei Handlungsoptionen:

Die erste Option zielt auf den individuellen Handlungsspielraum des/ der Verkäufers/-in ab. Sprecht sie auf ihren individuellen Handlungsspielraum an: Er/ Sie legt jeden Morgen die Zeitungen ins Regal oder eben nicht. Er oder Sie entscheidet damit also auch, ob er/sie die Verbreitung von menschenverachtendem Gedankengut unterstützen will oder nicht.

Bei der Zweiten Option geht es eher darum, die verantwortlichen Ansprechpartner/-innen herauszufinden. Lasst euch die geschäftliche Telefonnummer, E-Mailadresse und Geschäftsadresse der Unternehmenskette geben.



Natürlich könnt ihr beide Optionen miteinander im Gespräch kombinieren.

„Wir verkaufen hier nichts, was verboten ist. Es gibt ja schließlich auch so etwas wie Presse- und Meinungsfreiheit.“

Hier solltet ihr inhaltlich intervenieren: Macht deutlich, dass Nazis die Spielräume, die ihnen eine demokratische Gesellschaft gibt, gnadenlos ausnutzen, um ihre menschenverachtenden Gedanken in die Gesellschaft zu bringen und sie genau diese Freiheiten missbrauchen, um sie abzuschaffen. Macht deutlich, dass sie in der Verantwortung als Händler/-innen stehen, dies zu unterstützen oder auch nicht.

„Wir haben keinen Einfluss auf das Sortiment, wir bekommen über einen Zwischenhändler ein ganzes Paket mit verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften. Auf deren Zusammenstellung haben wir hier wie gesagt keinen Einfluss.“

Im Prinzip könnt ihr hier argumentieren, wie bei dem Einwand oben mit der Unternehmenskette. Folgendes solltet ihr hierzu noch wissen: Die Händler/-innen bekommen von einem Grossisten (Pressegroßhandel) ihr Zeitungssortiment. Die Grossisten arbeiten mit Verlagen zusammen, werten u.a. auch gemeinsam die Verkaufszahlen aus und ziehen daraus ihr Schlüsse für die Zusammenstellung des weiteren Angebots. Wenn es also keine Nachfrage nach rechte Zeitungen gibt, verschwinden sie nach und nach aus den Sortimenten der Grossisten. Somit können wir mit unseren Aktionen gegen rechte Zeitungen dafür sorgen, dass rechte Zeitungen auch dort verschwinden, wo wir überhaupt nicht aktiv sind. Die Händler/-innen haben das Recht, nicht verkaufte Publikationen an die Grossisten zurückzugeben. Die Verlage sind wiederum verpflichtet, die nicht verkauften Publikationen von den Grossisten zurückzunehmen. Das wirtschaftliche Risiko trägt also immer letztendlich der (Nazi-)Verlag und nicht der bzw. die Einzelhändler/-in vor Ort.

Aktionstag mit Ansprache von Bürgern/-innen

Sollten sich Händler/-innen hartnäckig weigern, Nazipublikationen aus ihrem Sortiment zu nehmen, solltet ihr das in der Öffentlichkeit thematisieren. Im ersten Schritt bietet sich eine Aktion vor dem Geschäft an. Meldet dafür einfach eine Kundgebung beim Ordnungsamt an und stellt euch mit ein paar Leuten mit einem Transparent vor das Geschäft. Noch mehr Aufmerksamkeit erregt ihr, wenn ihr mit kreativen Aktionsmaterialien wie Aktionswürfeln oder Bodenzeitungen arbeitet. Entsprechende Materialien und Aktionsanleitungen bekommt ihr bei eurem/-r ver.di-Jugendsekretär/-in vor Ort.

Wahrscheinlich wird eine Aktion allein nicht ausreichen, um den bzw. die Händler/-in zum Einlenken zu bewegen. Also plant eine ganze Reihe von Aktionen. Achtet darauf, dass die jeweilige Aktionsdauer und Intensität von Mal zu Mal stärker wird.

Gestaltet für den Kontakt mit Passanten/-innen entsprechende Flugblätter, auf denen ihr die wichtigsten Infos zusammenfasst. Beachtet dabei: Das beste Flugblatt ersetzt nicht das persönliche Gespräch. Also geht auf die Menschen zu und bleibt auch freundlich, wenn sie (erst einmal) ablehnend reagieren. Fordert mit eurem Flugblatt und dem persönlichen Gespräch dazu auf, bis auf weiteres nicht bei dem bzw. der betreffenden Händler/-in zu kaufen und ihm bzw. ihr das auch mitzuteilen.

Ihr werdet überrascht sein, wie schnell der bzw. die Händler/-in einlenkt, wenn ihr öffentlichen Druck vor ihrem Geschäft aufbaut und sie Umsatzeinbußen befürchten müssen.

Flankiert eure Aktionen mit einer Pressemitteilung, in welcher ihr das grundsätzliche Problem und eure Aktionen thematisiert. Nutzt Facebook, um ein paar Fotos und ein paar Eindrücke von eurer Aktion in die Facebook-Community einzuspielen und andere zum Mitmachen und Nachmachen aufzufordern.

Aktionen an (Berufs-)Schulen gegen rechte Schülerzeitungen

In vielen Regionen verteilen Nazikader vor und nach dem Unterricht oder in den Pausen ihre Nazizeitungen an Schulen. Dagegen könnt ihr auf vielfältige Weise aktiv werden. Es ist auf jeden Fall hilfreich, wenn die Schüler/-innen selber Aktionen organisieren, um der Verbreitung der Propaganda von Nazis etwas entgegen zu setzen. Das kann das Einsammeln und „Entsorgen“ der braunen Propaganda sein oder auch das Verteilen antifaschistischer Flugblätter oder Zeitungen.

In manchen Fällen wurden die Zeitschriften wegen der anstößigen Texte indiziert und die weitere Verbreitung damit unterbunden oder es wurden Strafanzeigen gegen die Urheber/-innen gestellt. So wurde zuletzt 2011 die Schülerzeitung „Lehrerschreck“ beschlagnahmt, bevor sie von der NPD in Bremen und Bremerhaven verteilt werden konnte.

Aktiv werden

Wenn Nazis in den Schulen aktiv werden, sollte dies nicht kommentarlos hingenommen werden.

Einen Leitfaden für Gegenaktionen findet ihr auf der Homepage der Bundeszentrale für politische Bildung.

Weitere Aktionsideen, um in der Schule und im Alltag aktiv zu werden, findet ihr hier: www.aktiv-gegen-diskriminierung.info

Bei der Initiative „Kein Bock auf Nazis“ können Schülerzeitungen bestellt werden: www.keinbockaufnazis.de/schuelerzeitung

Projektstage organisieren

Das Netzwerk für Demokratie und Courage e.V. (NDC) bietet kostenlos Projektstage zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen für Schulen und Ausbildungseinrichtungen an: www.netzwerk-courage.de

Hausrecht nutzen

Sollten die Nazis sich bei der Verteilung ihrer Propaganda auf dem Gelände der Schule aufhalten, kann der bzw. die Schulleiter/-in sie jederzeit als Inhaber/-in des Hausrechts vom Schulgelände verweisen und dies notfalls auch mit Unterstützung der Polizei.

Hausordnung anpassen

In vielen Bundesländern haben Schülervertretungen gemeinsam mit Lehrern/-innen und Eltern die Möglichkeit, die Schulordnung zu beschließen. Darin kann man gezielt Neonazi-Zeitungen auf dem Schulgelände verbieten und das Mitbringen von extrem rechten Zeitungen von Schülern/-innen unterbinden.

Beratung zur Ausgestaltung geben die Mobilen Beratungsteams. Eine Übersicht findet ihr hier: www.aktiv-gegen-diskriminierung.info

Über uns – wer wir sind und was wir machen

ver.di Jugend

Perspektiven sichern

Wir sind die Interessenvertretung für junge Erwachsene. Mit einem flächendeckenden Netzwerk und dem Erfahrungsschatz der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ist die ver.di Jugend eine der stärksten politischen Jugendorganisationen. Wir sind eine offene Community – und treten aktiv für Gerechtigkeit ein. Wir kämpfen für bessere Bedingungen bei Ausbildung, Berufseinstieg und Arbeit.

Interessen vertreten

Rassistisches und diskriminierendes Verhalten begegnet uns nicht nur auf der Straße, nicht nur im öffentlichen Raum. Gerade bei der Ausbildung, während der Arbeit und in der Schule können Rassismus und Diskriminierung zum akuten Problem werden. Was tun, wenn der Kollege mit türkischem Migrationshintergrund gemobbt wird, die Freundin nicht übernommen werden soll, weil sie schwanger ist oder dein Chef dir mit seinen rassistischen Sprüchen das Leben im Betrieb zur Hölle macht?

Gewerkschaft erleben

Wir stehen auf – gegen Diskriminierung im Betrieb und in der Schule, gegen jegliche Formen von Rassismus in der Gesellschaft – für eine solidarische, gerechtere Welt. Wir möchten durch unsere Offenheit vielen Menschen die Mitarbeit, das Engagement ermöglichen. Dein direkter Ansprechpartner dabei: Die JAV in deinem Betrieb oder unsere Jugendsekretäre/-innen vor Ort in deiner Stadt oder Region.

Mehr Infos:

www.aktiv-gegen-diskriminierung.info

www.verdi-jugend.de

www.facebook.com/ver.di.jugend

Antifaschistisches Presse-Archiv und Bildungszentrum Berlin e.V. (apabiz)

Das Antifaschistische Presse-Archiv und Bildungszentrum Berlin e.V. (apabiz) informiert seit 1991 über die extreme Rechte. Unsere Informationen stehen allen Personen und Initiativen zur Verfügung. Für Recherchen halten wir unser Archiv bereit, das eines der größten dieser Art in der BRD ist. Ergebnisse unserer Arbeit verwerfen wir in Bildungsveranstaltungen sowie in unserem Rundbrief monitor, Broschüren, Handreichungen und unserem Blog. Weitere Informationen unter www.apabiz.de.

Spenden sind für unsere Arbeit unersetzbar. Ein fester Kreis an Fördermitgliedern sichert den Erhalt des Archivs unabhängig von politischen Stimmungen.



Impressum

Herausgeber

ver.di Jugend

Paula-Thiede Ufer 10

10179 Berlin

Text, Redaktion

ver.di Jugend in Zusammenarbeit

mit apabiz e.V.

Gestaltung

4S Design, www.4s-design.de

Gefördert aus Mitteln des Kinder-
und Jugendplan des Bundes.