

# Politische Saisonarbeit

In den letzten Wochen laufen gehäuft die Nachrichten über **Kampagnen gegen „Rechts“** über den Ticker. An entschlossenen Initiativen mangelt es nicht. Was zeichnet die Kampagnen aus – und wie erfolgreich sind sie?

**Rheinsberg will sich wehren.** Die Kleinstadt im Norden Brandenburgs hat genug von den rechtsextremen Gewalttaten, die seit Wochen für Unruhe unter den knapp 9.000 Einwohnern sorgen. Bürgermeister **Manfred Richter (SPD)** versucht mit Hilfe einer politischen Stiftung, PR-Agentur und Familienexperten die „Jugendlichen vom rechtsextremen Gedankengut abzuschneiden“. Helfen soll eine Kampagne – mal wieder. Denn Kampagnen gegen Rechts haben Konjunktur. Laut aktuellem Verfassungsschutzbericht erhöhte sich 2005 dennoch die Anzahl der Neonazis und rechtsextremistisch motivierten Straftaten in Deutschland. Was also haben die zahlreichen Plakate, Spots und Flyer bislang bewirkt?

## Die Welt reduziert auf Schwarz und Weiß

Die Neue Rechte erstarkt, vor allem in den östlichen Bundesländern. Um Wähler zu gewinnen, geben sich rechte Parteien immer häufiger einen scheinbar „seriösen“ Touch. Bestes Beispiel und Hauptakteur der Szene ist die NPD. Ein Blick auf die Homepage der Partei zeigt deren ambivalente Kommunikationspolitik. Auf der Seite prangen nicht plumpe und populistische Forderungen, durch die die Partei seit Jahren in die Kritik gerät. Aufrufe zu sozialer Gerechtigkeit und Völkerverständigung durch Gleichberechtigung dominieren – auf den ersten Blick. Sucht man aber weiter, stößt man auf Hasstiraden über Europa und die USA sowie auf Forderungen nach einer „wahren“ deutschen Fußball-Nationalmannschaft, spricht einer ohne „Quoten-Ausländer“. Eine Musik-CD mit rechten Protestliedern, von der NPD vor allem vor ostdeutschen Schulen ausgeteilt, taucht bei den Download-Möglichkeiten genauso auf wie die neuste Online-Ausgabe der „Deutschen Stimme“,

die Zeitung der „nationalen Opposition“.

„Die Rechte Szene insgesamt und die NPD ganz besonders hat einen Strategiewechsel vollzogen“, sagt **Niels Annen**, Leiter der Projektgruppe „Rechtsextremismus“ im Parteivorstand der SPD. Die Partei trete eben nicht mehr als „Altherrenverband der Ewiggestrigen auf“, sondern versuche sich „als bürgerliche Partei der Rechten“ zu positionieren. Und nicht nur äußerlich sind die Rechten in der Mitte angekommen. Wie die Forschungsgruppe „Neue Rechte“ der Uni Leipzig konstatiert, hat die parlamentarische Vertretung der NPD im Sächsischen Landtag den gesellschaftlichen und medialen Spielraum rechter Gruppierungen enorm vergrößert: Der Fraktionsstatus und die damit einhergehende staatliche Teilfinanzierung verschaffen der Partei den nötigen wirtschaftlichen Spielraum. Der Umzug des Parteiverlags in die Nähe von Dresden, die Gründung eines eigenen NPD-Think Tanks sowie die Tatsache, dass mittlerweile alle führenden Kader der Partei aus Deutschland in Sachsen arbeiten, verdeutlichen dies.

Und der Einfluss im Osten könnte noch zunehmen. In knapp drei Monaten stehen in Mecklenburg-Vorpommern Landtagswahlen an. Laut jüngsten Umfragen



## DIE LINKE AKTIV

Plakatmotive von Zum goldenen Hirschen, Trialon und Siebzehn 04. „Kontinuierliche Arbeit statt Wahlkampfmittel.“

steht die Partei bei vier Prozent und somit nahe vor einem Einzug in den Schweriner Landtag. Entwicklungen, die laut Annen, die „Demokratie zum gegensteuern“ bringen müssen.

## Nach einiger Zeit kehrt wieder Alltag ein

Politik und Medien befinden sich in einem Dilemma, wenn es darum geht eine durchdachte Strategie gegenüber der kommunikativen Aufstellung der Nationalen und ihrer rechten Parolen zu finden: Ohne regelmäßige Berichterstattung wird der Vorwurf der Vernachlässigung laut. Bei zu viel Aufmerksamkeit spricht man von Hysterie.

Den Medien in Deutschland kann nicht vorgehalten werden, dass sie den Rechtsextremismus im eigenen Land ausblenden. Die Problematik besteht aber gerade in der saisonalen Berichterstattung, die durch starke Schwankungen gekennzeichnet ist. Denn erst wenn sie erneut über eine neonazistische Gewalttat oder einen Wahlerfolg rechter Parteien berichten, kehrt der Rechtsextremismus in die Medien zurück – und damit in die breite Öffentlichkeit.

Zum Beispiel im Vorfeld der Fussball-Weltmeisterschaft: Die von **Uwe-Karsten Heye** deklarierten „No-Go-Areas“ in Ostdeutschland haben eine bundesweite

Diskussion ausgelöst. Die fremdenfeindlichen Übergriffe auf Ermyas M. in Potsdam sowie den deutsch-kurdischen Politiker Giyasetin Sayan in Berlin sorgten tagelang für eine erhitzte Berichterstattung. Und zuletzt geisterten Meldungen durch den Blätterwald, die NPD wolle den zur Fußball-Weltmeisterschaft aufkeimenden Patriotismus nutzen, um sich wirksam zu inszenieren. Laut Annen Teil einer „Wortergreifungsstrategie“, die mit öffentlichen Auftritten „wo und wann immer es möglich erscheint“ das rechte Selbstbewusstsein stärken will.

## Prävention als Ausweg aus dem braunen Sumpf?

Bei der Bekämpfung rechtsextremer Tendenzen kommt es deshalb auf Programme und Kampagnen an, die auf einen längeren Zeitraum angelegt sind und nicht von öffentlichen Stimmungen beeinflusst werden. „Civitas“, „Entimon“ und „Xenos“ sind zum Beispiel solche Programme. Noch von der rot-grünen Bundesregierung aufgelegt stehen die drei Initiativen für das Aktionsprogramm „Jugend für Toleranz und Demokratie – gegen Rechtsextremismus, Fremdenfeindlichkeit und Antisemitismus“. Auf der einen Seite erfahren Jugendliche, die sich gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus wenden, Unterstützung durch mobile Beratungsteams. Gleichzeitig sollen junge Deutsche, die gefährdet sind, rechtsextreme Einstellungen oder Verhaltensweisen zu entwickeln, wieder in die Mitte der Gesellschaft rücken.

Für **Monika Lazar**, Sprecherin der Bundestagsfraktion der Grünen zum Thema Rechtsextremismus, steht der präventive Charakter solcher Programme im Vordergrund. Für die sächsische Politikerin

ist es notwendig, „dass Problem in seiner kompletten Bandbreite zu beleuchten und die Entwicklung langfristig zu verfolgen.“ Kritik übt sie an den oftmals nur kurzfristigen Strategien der meisten Konzepte gegen Rechts. Um solche Tendenzen zu vermeiden fordert Lazar ein staatliches Kompetenzzentrum, welches „die Vor-Ort Initiativen nicht nur koordiniert, sondern sie auch finanziell und konzeptionell stützt.“ Und tatsächlich erscheint eine Bundesstelle bei der großen Zahl von Initiativen und Kampagnen gegen Rechts als ein hilfreiches Koordinierungsmittel. Sie könnte politische Ziele und zivilgesellschaftliche Graswurzelarbeit in einen Guss bringen und die initiierten Kampagnen evaluieren.

In Auftrag gegeben werden Plakate und Materialien traditionell von den Bundesvorständen der Parteien. Die Kampagne geht dann an eine Agentur, die die Kampagnenmittel auf Anfrage verkauft – an Ortsverbände im Kommunalwahlkampf zum

Beispiel. Als Gradmesser für den Erfolg einer Kampagne reicht Agentur und Partei bisher die Nachfrage. Was die Kampagne aber wirklich bringt, ist damit nicht erfasst.

## Aufstand der Anständigen

Den demokratischen Akteuren in Deutschland kann man nicht vorwerfen, bei der Initiierung von Gegen-Rechts-Kampagnen untätig zu sein. Doch viele Aktionen reagieren nur auf aktuelle Begebenheiten – und verhalten so plötzlich wie sie erschienen sind. **Reiner Stutz**, Geschäftsführer der Berliner Kommunikationsagentur Trialon, hat in den letzten Jahren zusammen mit der Linkspartei kontinuierlich an Strategien gegen Rechts

gearbeitet. Nervöse und hektische PR-Aktionen nach fremdenfeindlichen Anschlägen lehnt er ab. Oftmals handele es sich dabei um Kampagnen, die von den Parteien „zeitgleich bei der Unterstützung des Wahlkampfes benutzt würden“. Abseits von den kurzfristigen medialen Höhepunkten komme dem eigentlichen Thema, manifestierte rechte Tendenzen in der Gesellschaft, nicht oder nur selten die nötige Aufmerksamkeit zu.

Warum also können rechte Gruppierungen gerade in Ostdeutschland so an Macht gewinnen? Immer wieder soll



## HILFE DURCH SELBSTHILFE

EXIT-Deutschland bietet seit sechs Jahren Aussteigern aus der rechtsradikalen Szene Hilfe bei der Rückkehr in die Gesellschaft an. Die Berliner Initiative wird vom Stern und der Bundesregierung unterstützt und berät auch andere Projekte und Institutionen.

das Argument „hohe Arbeitslosigkeit“ erhalten. Doch auch leere Haushaltskassen und knappe Mittel für Kampagnen gegen Rechts sind kein spezifisches Ost-Problem. Gerade deshalb sollten die Verantwortlichen die Stärken der Neuen Rechten genau analysieren – und ihnen langfristig begegnen. Vor allem sollten sie Kampagnen nicht als Mittel zum Stimmenfang degradieren. Denn, so meint Rainer Stutz: „Jeglicher instrumenteller Umgang mit dem Thema ist von Grund auf falsch.“ Kampagnenarbeit gegen Rechts deklassiere sich aber wieder als politische Saisonarbeit.

Trialon und die Linkspartei setzen auf eine ständige Auseinandersetzung mit dem Thema, sei es durch Aufkleber und Plakate oder Internet-Auftritte der Landesparteien. Niels Annen betont die Bedeutung von Netzwerkstellen und mobilen Beratungsteams: Mit Workshops und Seminaren wolle die SPD ihre eigenen Mitglieder und Funktionäre aufklären. „Schließlich sind sie es, die in den Gemeinden und Städten gegen die braune Gefahr aktiv vorgehen und sich mit den Neonazis auseinandersetzen müssen.“

Johannes Altmeyer

**AKTIV GEGEN RECHTS**

Selbst de utschk anns ehr frem dwirk en

Nur stark, wenn wir sie lassen. **Düsseldorfer COURAGE** HANDELS STATT WEISSEKEN

**GEMEINSAM GEGEN RECHTS**

**TOLERANTE GESELLSCHAFT**  
Kampagnen von Siebzehn 04, Y&R Germany, butter.berlin und A&B FACE2NET. Auch ohne Parteien wirkungsvoll: für Websites, Musik-CDs und städtische Zivilcourage.