

Das braune Bit

Ein Artikel von mir in der [Jungle World](#) (20.03.2008). Da der gekürzt worden ist und verschlimmbessert und Unworte wie „vermelden“ autauschen, die ich nie benutze, hier das Original-Manuskript. Außerdem ist die Jungle World weder in der Lage noch willens, Links zu setzen.

„Die Rechtsextremen haben die moderne Technik entdeckt.“ Man möchte „Kontakte zwischen 'nationalen Gruppen' stabilisieren, Informationen aus dem ‚rechten Getto‘ verbreiten, die linken und staatlichen Gegner mit ‚hervorragenden Verschlüsselungsprogrammen‘ überlisten.“ Nazis im Internet – muss man das nicht der Obrigkeit melden, verbieten und hart dagegen durchgreifen? Nazis raus aus dem Usenet, World Wide Web, Internet Relay Chat und Second Life, wie es die Linke moraltheologisch wertvoll, aber inhaltlich sinnfrei fordert? Die obigen Zitate stammen aus Focus Nr. 38 aus dem Jahr 1993 – es ging um den Mailboxverbund „Thule-Netz“.

Das Internet schadet den Neonazis. Diese These muss deshalb betont werden, weil das Publikum durch zahllose gegenteilige Pressemeldungen abgestumpft worden ist und gar nicht mehr weiterliest. „Neonazis verschärfen Ton im Internet“ ([Die Welt](#) 1998). „Simon-Wiesenthal-Center: Immer mehr Nazis im Internet“ ([1999](#)). „Nazis raus aus dem Internet“ ([Linkspartei.PDS 2000](#)). „Mit der Etablierung von Rechtsextremisten im Internet wächst die Gefahr, dass immer mehr Menschen mit rechtsextremistischem Gedankengut in Berührung kommen“ ([Verfassungsschutz Thüringen 2002](#)). „Neonazis nutzen das Internet im großen Stil“ ([netzgegenrechts.org](#) 2005). „Nach Angaben des Verfassungsschutzes nutzen Rechtsextreme zunehmend den Internet-Dienst des so genannten Internet Relay Chat“ ([Tagesschau 2005](#)). „Neonazis nutzen das Internet, um sich weltweit mit Geistesverwandten zu vernetzen.“ ([Die Zeit 2007](#)) „Politologe: Rechtsextremisten nutzen Internet alarmierend effektiv“ ([heise.de 2007](#)). „Neonazis setzen immer mehr auf das

Internet.“ ([Tagesschau 2007](#)) „Der Erfolg des modernisierten Rechtsextremismus in Deutschland scheint ohne das Aufkommen des Internets kaum denkbar.“([NPD-Blog.info 2007](#) und wortgleich die [Tagesschau](#).)

Zunehmend, immer öfter, immer mehr, es wird immer alles schlimmer – stimmt das? Das ultrarechte Milieu nutzt die verschiedenen Dienste im Internet genau wie alle anderen auch, zum Teil schneller und eher als der Mainstream, zum Teil langsamer und mit großer Mühe. Die Zahl aktiver Nutzer ist überschaubar geblieben, auch die Zahl derjenigen, die sich in Foren und Web-2.0-Applikationen herumtreiben. Die technischen Trends sind nicht überraschend: Anfang und Mitte der neunziger Jahre waren Websites und private „Homepages“ eher die Ausnahme. Die deutsche Szene kommunizierte mehr oder weniger klandestin über ein knappes Dutzend Mailboxen, setzte also, wie die damalige Antifa, auf das falsche Pferd: Die archaische Technik eines Bulletin Board Systems ist heute fast ausgestorben. Propaganda machte man vorwiegend in den Newgroups des Usenet, dem ältesten Dienst des Internet.

1995 publizierte der US-amerikanische Nazi Milton Klein „[On Tactics and Strategy for Usenet](#)“ – ein Traktat, das einige wenige primitive Weisheiten einer jeden Werbeagentur wiederholt und damals wie heute nicht falsch ist: Man dürfe nicht gleich verraten, was man politisch will. Man solle nicht mit der Tür ins Haus fallen – „avoid the race issue.“ Man müsse die potenziellen Sympathisanten persönlich ansprechen. Man müsse seine Thesen so oft wie möglich wiederholen – „repeat powerful themes over and over and over.“ Man solle sich mit dem politischen Gegner nicht unnötig herumstreiten. „Electronic ‚guerilla warfare‘, ‚hit and run‘ style, using short, ‚self-contained‘ posts is a major component of our struggle.“

Am Ende des letzten Jahrtausends begann die Szene, das Internet kommerziell zu nutzen. Die ersten virtuellen „communities“ entstanden rund um die Versandhäuser, die Musik

und Devotionalien des Milieus verkauften. Die Hochzeit der ultrarechten WWW-basierten Foren mit ihren zum Teil mehreren hundert Nutzern ist jetzt aus zwei Gründen vorbei. Wollen sie erfolgreich sein, müssen sie einen Gemischtwarenladen aus kontinuierlichen Informationen anbieten, garniert mit dem „Kuschelfaktor“ der virtuellen Gemeinschaft. Neonazis verbreiten aber – mit wenigen ,Ausnahmen – keine Informationen, sondern Propaganda, die nur die anspricht, die ohnehin Rassisten und Antisemiten sind. Politische Meinungen lassen sich durch Medien nur sehr schwer beeinflussen, darin sind sich die meisten Medienwissenschaftler einig. Außerdem ist der Versuch der größten Neonazi-Foren, dem strafrechtlichen Verfolgungsdruck in Deutschland dadurch zu entgehen, dass sie mitsamt ihren Nutzern zu ihren Gesinnungsgenossen in den USA auswichen, kläglich gescheitert. Bei skadi.net net – das größte „nationale“ Web-Forum weltweit – wird immer noch vorwiegend englisch gesprochen. Der oft pseudo-religiös verbrämte Antisemitismus der US-Nazis entspricht nicht dem eher neuheidnischen Mainstream in Europa, und der Diskurs über die szenetypische Musik, der in Deutschland vor allem regional verankert ist, fristet in großen internationalen Foren eher ein Schattendasein.

Der Trend in Deutschland ist seit etwa zwei Jahren klar abzusehen: Die Neonazi-Szene im Internet diversifiziert sich – die „Großen“ gewinnen. Private Homepages oder die von „Kameradschaften“ werden zunehmend uninteressant, obwohl die Technik privater Blogs die Hemmschwelle, selbst etws zu publizieren, herabgesetzt hat. Es gibt aber kaum jemand im braunen Milieu, der in der Lage ist, ein auch nur annähernd interessantes „Tagebuch“ im „Weltnetz“ zu schreiben oder dort aktiv zu werden, wo sich die digitalen Massen versammeln. Die wenigen Versuche, etwa Videos bei Youtube zu verbreiten, endeten im propagandistischen Desaster: Die meisten Nutzer verstanden die grottenschlechten Machwerke als Realsatire und kommentierten diese dementsprechend. Wer bei Youtube [nach „NPD“ sucht](#), findet fast nur Comedy.

Die relevanten Websites kann man an einer Hand abzählen, nicht alle haben etwas mit der NPD zu tun. „Relevanz“ heißt: Ansatzweise verifizierbare Informationen zu bieten und nicht nur Agitprop, garantierte Kontinuität und Aktualität. Onlineverweise.de von Marco Kreisler und seiner Zeitzer Firma Enos-Shop bietet die zur Zeit größte und aktuelle Linksammlung ultrarechter „Heimseiten“, kombiniert mit einem Online-Shop und mehreren Blogs, die aber über das Stadium des Versuchs noch nicht weit hinausgekommen sind. Das „[nationale Netztagebuch](#)“ der NPD entspricht als eine der wenigen Websites dem heute möglichen Standard. Altermedia.info, die wichtigste Informationsquelle für die euroäische rechte Szene, ist schon lange eine eingeführte Marke. Das gilt zum Beispiel auch für das „[Störtebeker-Netz](#)“, ein Ein-Mann-Unternehmen des Stralsunder Neonazis Axel Möller, der sich aber nicht nur mit allen politischen Gegnern anlegt, sondern auch mit den eigenen Gesinnungsgenossen.

Neonazis im Internet laufen aber immer wieder in die Kapitalismus-Falle. Informationen und Attribute eines Lebensgefühls sind Waren, die sich auf dem Markt gegen andere behaupten müssen. Wenn die Konkurrenz nur ein paar Mausklicks weiter lauert, muss man sich der anpassen. Die eigene „corporate identity“ verliert dann aber an Schärfe. Der verkrampte Versuch, englische Lehnwörter wie Internet einzudeutschen, lässt sich im Detail ohnehin nicht durchhalten. Begriffe wie „Usenet“, „Internet Relay Chat“ und Open Source kann man nicht deutschümeln. Je mehr das Netz virtuelle Gemeinschaften schafft, durch 3D-Welten wie Second Life, das Millionenpublikum von Computerspielen wie „World of Warcraft“ oder das ältere „Age of Empires“, um so werden offen neonazistische Gruppen an den virtuellen Katzentisch verbannt, weil sie nur für politische Sektierer interessant sind.“

Im Netz werden Neonazis nur dann gefährlicher als in der Realität, wenn sie regional agieren und keine Konkurrenz haben. Dann füllen sie eine Marktlücke – mit Angeboten, die

Freizeit zu gestalten, mit Musik, die das Lebensgefühl der potenziellen Sympathisanten unterfüttert, oder mit der Attitude des Underdogs. Verbote verstärken die Attraktivität. Nichts ist vorteilhafter für Neonazis als die Parole: „Wir würden gern unsere Meinung im Internet sagen, aber das ist uns verboten worden.“