

# Kauft nicht bei Kopelke

*Dieser Artikel von mir erschien am 03.05.2008 in der [taz](#) [[Kommentare](#)] unter der Überschrift „Blümchenshorts des Bösen“. Das ursprüngliche Manuskript wurde verschlimmbessert und ein wenig „entschärft“, daher hier das Original. Die taz setzt selbstredend auch keine Links.*

Die Marke [Thor Steinar](#) ist eine ostdeutsche Erfolgsgeschichte. Seit einem halben Jahrzehnt verkauft die Firma MediaTex Axel Kopelkes aus Königs Wusterhausen Textilien für die Dame, den Herrn und auch für Kinder. Die Symbole auf der Kleidung sind jedoch vielen Menschen ein Dorn im Auge. Sie sehen wie germanische Runen aus. Da muss man doch was tun?

Diese Zeichen – etwa die [Tiwaz- oder die Gebo-Rune](#) – bedeuten an sich nichts, sie sind genauso „nordisch“ oder „völkisch“ wie blondes Haar oder blaue Augen. Es könnte aber sein, befürchten die runenkundigen Gegner der Marke, dass Neonazis dabei etwas Neonazistisches denken und, trügen sie diese Textilien, sich gegenseitig als Neonazis erkannten. Das wäre wiederum nicht gut. Keinen Fußbreit den Faschisten undsoweiter. Man muss also mahnen, warnen, sich empören, entlarven und mindestens Lichterketten werfen gegen die Läden im Beitrittsgebiet, die das einschlägige Sortiment führen.

Es geht die Mär, dass durch Symbole rechtes Gedankengut in die Köpfe transportiert werden könnte. Im Land, das den protestantischen Bildersturm erfunden hat, ist ein Kampf um Symbole in der Regel in der Regel hoch emotionalisiert und regt die Leute mehr auf als politische Inhalte. Wer aber glaubt, dass Runen auf Hemden, Pullis und Jacken wie die von Thor Steinar politisch „wirken“, huldigt primitiver Magie und könnte genausogut an Gespenster glauben oder in eine katholische Messe gehen. Symbole unter Strafe zu stellen ist also eine Art Regenzauber wie der Internet-Disclaimer oder das Weihwasser.

Völkerkundler wissen das: Ein beliebiges Zeichen beeinflusst erst dann die Gruppendynamik, wenn die Mitglieder sich a priori und oft unbewusst darauf verständigt haben, beim Anblick der Symbole etwas zu empfinden. Ein Baby sieht bei einem Hakenkreuz schwarze Striche, ein Inder ein Symbol für Glück, und der Deutsche, gehört er zu den sittlich Gefestigten, gruselt sich, wie es sich moralisch gehört.

Zur Erinnerung, weil nicht immer stimmt, was in der Zeitung steht: Die Marke Thor Steinar war nie verboten. Das Tragen der Kleidung ist nie rechtskräftig zum Straftatbestand erklärt worden. Keines der vom Label benutzten Symbole ist verfassungsfeindlich. Über 200 Strafverfahren wegen Thor Steinar wurden eingestellt. Der Verfassungsschutz hat nie behauptet, dass Rechtsextremisten der Firma angehörten. So what?

Für Werbefachleute wäre Thor Steinar ein Leckerbissen: Alles, was man einer Marke wünscht und was bei einer Marketingkampagne viel Geld kostet, wurde dem Label durch seine Gegner gratis und frei Haus geliefert: Mediale Aufmerksamkeit durch ständige Proteste, Schärfung des Profils durch popkulturelles Geraune: „Rechter Schick“, „Kultmarke“, „Designermarke“, ein eigener Eintrag bei Wikipedia mit detaillierter Produktbeschreibung: „martialisch“, „Streetwear“, Neugier bei der potenziellen jugendlichen Kundschaft: „ein ehemaliger Mitarbeiter hat schon einmal ein Rechtsrock-Konzert besucht“, juristischer Persilschein, ein Gütesiegel durch die Dauerskandalbehörde Verfassungsschutz, Thor Steinar sei „identitätsstiftend“, als wichtiges Merkmal für Attraktivität bei Underdogs: Im Bundestag und sogar im Landtag von Mecklenburg-Vorpommern ist es verboten die Kleidung diesen Labels verboten zu tragen. Ein Sweatshirt aus Königswusterhausen ist offenbar gefährlicher als ein Taschenmesser – das würde einem im Parlament nicht abgenommen.

Was will man mehr: Wer trotz der öffentlichen Hysterie um Thor Steiner und der saftigen Preise die Textilien erwirbt, besitzt

Kleidung, die es garantiert nie von der Stange und im Kaufhaus geben wird, sondern, wie auch die klassischen Labels der Skinheads – Fred Perry, Ben Sherman, Lonsdale oder Everlast -, den Träger zu einem Mitglied einer Gruppe von Eingeweihten macht, die sich untereinander erkennen. Sie fühlen sich behaglich wie Besitzer einer seltenen Automarke, die sich auf der Straße mit ihren Gefährten zufällig begegnen und sich flüchtig grüßen, obwohl sie sich nicht kennen. Thor Steinar – da weiß man, was man hat. Genau das beflügelt den Verkauf.

Schaut man sich das Thor-Steiner Angebot im Katalog an, ist erstaunlich, wie fantasielos die Produktpalette ist: Das „Top Turboelfe“ für „Mädels“ hört sich an wie ein Accessoire für Opel-Manta-Fahrer, „Shorts Sigrid“ klingt wie ein Regal einer schwedischen Möbelfirma, die wetterfeste Kleidung für Jungs besteht im wesentlichen aus aufgebrezelten Bomberjacken, die Feinstrickpullis erscheinen wie eine Mischung aus Matrose gewollt, aber nicht gekonnt und einem Outfit für Hooligans im Seniorenheim. Ganz multikulti kommen die Blümchenshorts (für Männer!) „Samoa“ und „Sansibar“ einher. Modebewusste Rechtsextremisten mit prallem Geldbeutel tragen offenbar kein Feinripp mehr. Das lässt immerhin hoffen für die deutsche Leitkultur. Dann gibt es noch die Farbauswahl schwarz, weiß und rot. Ein Schelm, wer überhaupt was dabei denkt.

Zugeben: Diejenigen, die sich an den Kampagnen gegen Thor Steinar beteiligen, meinen es gut. Das ist aber keine Ausrede: Die Zeugen Jehovas meinen es auch gut. In Wahrheit schlummert hinter der Attitude, eine clevere und politisch zynische Geschäftsidee mit Mitteln des Strafrechts oder gar mit Gewalt bekämpfen zu wollen, der typisch deutsche Obrigkeitsstaat, den auch die Linken und Lichterkettenträger allzugern immer wieder herbeiwünschen: Der Staat muss doch gegen das Böse, hier: Thor Steinar, hart durchgreifen?! Melde gehorsamst: Nazi-Kleidung und gefährliche ultrabraune Symbole entdeckt! Bitte Verbot durchführen!

Es dürfte sich auch bei der Räuber-und-Gendarm-Antifa

herumgesprachen haben, dass mittlerweile eindeutig zweideutige Mimikri auch zum Repertoire der ganz braunen Kameraden gehört. Ein Rassist und Antisemit kann, wenn es hip sein soll, auch ein Che-Guevara-T-Shirt tragen, und ein Pali-Tuch sowieso. Es gibt keine subkulturelles Zeichen mehr, die politische Ideen eindeutig beschreiben. Das ist auch gut so: Wer Symbole umdeutet, sie flexibel einsetzt, schwächt ihre stringente Bedeutung im kulturellen Kontext. Was die Böhsen Onkelz für die Musik, ist Thor Steinar für Klamotten: Kompatibel für den rechten Rand, für den „White Trash“, für die Verlierer mit Trotzhaltung und für die nur gefühlt bösen Jungs, die am liebsten ihr Wohnzimmer mit deutscher Eiche ausstaffierten.

Wie sehen die Kunden von Thor Steinar sich selbst? Darauf gibt eine Umfrage auf der Website Auskunft: „Mit überwältigender Mehrheit stuften sich die Käufer der Marke als politisch uninteressiert oder in der Mitte der Gesellschaft befindlich ein.“ Was zu beweisen war: Wer Thor Steinar trägt, ist also mit hoher Wahrscheinlichkeit für rechtspopulistische Parolen empfänglich und steht politisch genau dort, wo Rassismus und Antisemitismus ihre stärksten Wurzeln haben – mittendrin in Deutschland.

---

## **Vertrauen ist nicht gut! | Ethno-Zoo**

Ein Artikel von mir in der [Jungle World](#) über den BND-Skandal – zur Zeit nur in der Printausgabe (kaufen!) Übrigens empfehle ich einen sehr [interessanten Artikel](#) von Ivo: „Dänen, Sorben, Rastafaris“. Ich wollte ihm sofort widersprechen, aber ich glaube, ich muss mir schon noch genau überlegen, was ich dazu sage...

---

# Schneller klicken als der eigene Finger

Ein Artikel von mir in der [Netzeitung](#): „Viele Medien haben das ‚Grid‘ entdeckt – das so genannte superschnelle Internet. Ist das alles nur ein Hype oder stehen wir wirklich kurz vor dem schnellsten Netz aller Zeiten?“

---

# Wanze trifft Schmiergeld

Ein Artikel von mir auf [Telepolis](#): „Der Bundesnachrichtendienst steht zur Zeit im Fokus der Berichterstattung, weil er vor drei Jahren das Computernetz des [extern] afghanischen Handelsministeriums mit Spionage-Software verwanzt und dessen Korrespondenz belauscht hatte. Die Konzernspitze von Siemens, insbesondere die Kommunikationssparte, war zutiefst korrupt und muss sich derzeit mit einer der größten Schmiergeldaffären in der Geschichte Deutschlands herumschlagen.“

---

# Mehr Rechtsunsicherheit

Ein Artikel vom mir auf [Telepolis](#): „Schon wieder ein neues Gesetz gegen den Terrorismus: Bundesjustizministerin Brigitte

Zypries will die bestehenden Anti-Terror-Paragrafen weiter verschärfen. Neu im Katalog: Sperrung von Websites, juristische Sanktionen für böse Absichten sowie Haftstrafen für die Verbreitung chemischer und physikalischer Formeln.“

---

## **Verärgerte Politiker, Medien und Journalisten, revisited**

[Spiegel Online](#) („Heute in den Feuilletons“): „Bei [Telepolis](#) berichtet Burkhard Schröder wie Zeit online die Freie Mitarbeiterin Susanne Härpfer fallen ließ, weil sich der SPD-Abgeordnete Sebastian Edathy bei der Chefredakton der „Zeit“ über sie beschwert hatte.“ (Kommata im Original)

Ich frage mich, warum das unter der Rubrik „Aus den Blogs, 17.04.2008“ steht? [Edathy](#) bezeichnete Telepolis als „privates Forum“, und Spiegel Online macht das Online-Magazin jetzt zu einem „Blog.“ Online-Magazin! Hört ihr? Online-Magazin!

---

## **Verärgerte Politiker, Medien und Journalisten, reloaded**

Wolfgang Blau, Chefredakteur ZEIT online, hat auf meinen [Telepolis](#)-Artikel („Verärgerte Politiker, Medien und Journalisten“) „in eigener Sache“ und „im Namen der Redaktion“ [geantwortet](#): „Die Darstellung von Burkhard Schröder, wonach unsere Zusammenarbeit mit Frau Härpfer aufgrund politischen

Drucks beendet worden sei, ist haltlos.“ Soso. Aber die wohlwollenden Leserinnen und geneigten Leser werden sich ihr eigenes Bild machen wollen und können.

Auch Sebastian Edathy hat sich noch einmal [geäußert](#): „Wenn aus dem Vorgang nunmehr gewissermaßen verschwörungstheoretisch abgeleitet wird, ein Bundestagsabgeordneter wolle sich einer unliebsamen Journalistin entledigen, so ist das Unfug.“

---

## **Verärgerte Politiker, Medien und Journalisten**

Ein [Artikel](#) von mir auf Telepolis: „Zeit Online will einer freie Journalistin keine Aufträge mehr erteilen, weil sich ein Bundestagsabgeordneter über sie beschwert hatte. Ein Lehrstück über ungeschriebene Gesetze, die das Verhältnis zwischen Politikern und Journalisten (nicht) regeln“.

---

## **Geheim: Nichts Neues bei den Neonazis**

Ein [Artikel](#) von mir auf Telepolis: „Geheim: Nichts Neues bei den Neonazis – Der Streit zwischen SPD und CDU um das „NPD-Verbot“ wird in den Medien einschlägig titulierte: „Kleinliches Gezänk“, „Gezerre“, „öffentliches Hickhack“, „peinliche Werbeveranstaltung für die NPD“. Was hat einige Sozialdemokraten bewogen, etwas zu fordern, dass rechtlich so

gut wie aussichtslos ist?“

---

# Neonazis – zu blöd zum Bloggen

*Dieser Artikel von mir erschien am 30.03.2008 in der [Netzeitung](#).*

**Neonazis im Internet – gibt es die noch? Ja und nein: Die ultrarechte Szene hat ihre Auftritte im World Wide Web professionalisiert. Parallel dazu wird es für Rechtsextremisten immer schwieriger, ihre Weltanschauung an den Surfer zu bringen. Wenn es im Web 2.0 interaktiv wird, versagen die braunen Kameraden jämmerlich.**

Die ersten beiden Nazis im Netz waren US-Amerikaner. [Milton John Kleim](#) gründete 1993 das Ein-Mann-Unternehmen „Aryan News Agency“ und versuchte die braunen Kameraden zu lehren, wie man online Hass-Propaganda macht. Sein [Traktat](#) „On Tactics and Strategy for Usenet“ verbreitete er im ältesten Teil des Internet, in den Diskussionsforen („[newsgroups](#)“), weil noch kaum jemand das World Wide Web benutzte. Zwei Jahre später brachte Don Black [stormfront.org](#) ins Netz, die erste Nazi-Website, die bis heute online ist. Die deutschen Rechtsextremisten hatten derweil aufs falsche Pferd gesetzt: Die NPD versuchte damals, per [Bildschirmtext](#) (BTX) zu werben; und die militante Szene setzte auf das technisch veraltete [Bulletin Board System](#). Zwar ging das [Thule-Netz](#) mit den üblichen Schlagworten „[Bombenbauanleitungen](#)“, „verschlüsselte Kommunikation“, „gefährliche Propaganda“ durch alle Medien; in den ein Dutzend Mailboxen diskutierten aber nie mehr als Hundert Ultrarechte. Die rechten Mailboxen starben vor über

einem Jahrzehnt einfach aus.



Heute gibt es in Deutschland immer noch nicht mehr Aktivisten, die Rassismus und Antisemitismus im Internet verbreiten. Eine allgemeine Online-Strategie der Neonazis ist nicht zu erkennen. Die Wahlerfolge der NPD in einigen Regionen der neuen Bundesländer spiegeln sich nicht wieder: Weder hat die Zahl der Websites rechtsextremer Gruppen zugenommen noch nutzen sie das Medien zeitgemäß, um Propaganda zu betreiben. Die Fluktuation ist hoch, kaum eine rechtsextreme Diskussionsplattform ist über eine längere Zeit und kontinuierlich online. Nur ein halbes Dutzend Websites aus dem ultrarechten Milieu, die relevante Nutzerzahlen vorweisen können, muss politisch ernst genommen werden. Mit Ausnahme der NPD wird keine davon in Deutschland gehostet.

[Altermedia.info](http://Altermedia.info) und [widerstand.info](http://widerstand.info) („das nationale Infoportal“) sind die beiden einflussreichsten Neonazi-Websites. Sie wenden sich an die „unabhängigen“ und militanten Gruppen, die so genannten „freien Kräfte“, die im Gegensatz zur offiziellen Parteilinie der NPD stehen. Der Stralsunder Neonazi Alex Möller, Betreiber von [stoertebeker.net](http://stoertebeker.net), beliefert auch die deutsche Sektion von Altermedia. Möller ist so gut wie mit allen braunen „Kameraden“ zerstritten – das macht ihn „unabhängig“. Sowohl „Altermedia“ als auch der „Freie Widerstand“ bieten eine Art tägliche Presseschau und leben

davon, Artikel aus den Medien einschlägig kommentiert aufzubereiten. Altermedia war als eine rechtsextreme Version von Indymedia geplant, verhält sich aber von der Meinungsvielfalt der Kommentare wie das DDR-Staatsfernsehen zum Offenen Kanal.

Auch im Internet gelten die Gesetze des freien Marktes für Meinungen. Die Nachfrage bestimmt das Angebot. Die NPD verbreitet online nur Propaganda im Frontalunterricht, vor den typischen Features der Interaktivität wie Foren, Kommentare und anderen Meinungen fürchtet man sich – nach dem Motto: Wo kämen wir denn hin, wenn bei uns Fremde schreiben dürften. Nazis können einfach nicht bloggen. Die Websites der NPD und die der „freien Kameradschaften“ verbreiten Vorurteile und mehr oder minder subtile Hetze. Dagegen helfen Argumente nichts. Das Web 2.0 lebt aber von der öffentlichen Diskussion, von deftigen Kommentaren, ja von unterhaltsamen verbalen Kriegen – den so genannten „flame wars“.

MONATSZEITUNG FÜR POLITIK UND KULTUR

# Deutsche Stimme

Aktuelle Ausgabe >> März 2008

**Titel**  
Meinungen  
[DS-Gespräch](#)  
[Innenpolitik](#)  
[Aus den Ländern](#)  
[Aus den Parlamenten](#)  
[Europa](#)  
[Deutschland / Welt](#)  
[Partei und Bewegung](#)  
[Kultur und Geistesleben](#)  
[Geschichte](#)  
[Forum](#)  
[Wirtschaft und Soziales](#)  
[Leserbriefe](#)  
[Tribüne](#)

**»Assimilierung ist ein Verbrechen«  
Türkischer Ministerpräsident Erdogan bestätigt unfreiwillig die NPD**

Während im Südosten Anatoliens nahezu täglich Menschen sterben, weil das türkische Militär den kurdischen Freiheitskampf für einen eigenen Staat mit aller Brutalität unterdrückt, ereisiten sich dieser Tage türkische Spitzenpolitiker, dem deutschen Volk Anweisungen zu geben. Am Rande der Beisetzung einer in Ludwigshafen verbrannten türkischen Familie, die über einem türkischen Kulturverein wohnte und in deren Fall trotz eingefogener türkischer Brand-Experten keine Hinweise auf Brandstiftung gefunden wurden, forderte der Parteichef der türkischen Sozialdemokraten, Deniz Baykal, die »Fremdenfeindlichkeit« in Deutschland mit der

**Abonnieren Sie jetzt die Deutsche Stimme!**  
Unterstützen Sie die Zeitung der nationalen Opposition! [Mehr dazu >](#)

**Veranstaltungen**  
Aktuelle Veranstaltungen, politische Gesprächsrunden, Demonstrationen und Aktionen können Sie hier abrufen. [Mehr dazu >](#)

**Leserbriefe**  
Senden Sie uns Ihre

Private „Weltnetz-Tagebücher“ aus der rechtsextremen Ecke gibt es nicht: Wer interessiert sich dafür, ob jemand heute schon das braune Hemd gewechselt hat oder für das ewige Jammern über den angeblichen großen Einfluss der Juden? Neonazis stehen politisch und ästhetisch in direkter Konkurrenz zu zahllosen anderen Websites: Die Gegenmeinung ist immer nur einen

Mausklick entfernt. Die Rechtsextremen laufen in die virtuelle Konsum-Falle: Wollen sie so interessant sein wie andere Angebote im Netz, müssten sie auf direkte politische Indoktrination verzichten und damit ihre „corporate identity“ verwässern. Das machte sie aber unattraktiv für die eigentliche Klientel.

Die gut besuchten rechten Websites wie der deutsche „[Wikingerversand](#)“ oder die englische „[Blood and Honour](#)“ wollen zumeist etwas verkaufen, Musik, Kleidung, einschlägige Devotionalien. Wer sich aber für Nazi-Film-DVDs wie das antisemitische Machwerk „[Der ewige Jude](#)“ oder „[Jud Süß](#)“ online interessiert oder sich beim ultrarechten Zeitzer Online-Shop [Enos](#) über die Reichsflugscheiben „aufklären“ lassen will, dem ist vermutlich ohnehin weltanschaulich nicht mehr zu helfen.

Das Internet lässt gut gemeinte Zensur-Versuche natürlich ins Leere laufen: Stormfront.org wird in Nordrhein-Westfalen [ausgefiltert](#); mit ein paar Mausklicks kann man aber diese primitive Methode umgehen, dem Guten, Schönen und Wahren zum Erfolg verhelfen zu wollen. So dumm, wie sich Rechtsextreme im Internet anstellen, gerieren sich leider auch oft ihre Gegner. Der [naive Ruf](#) „Nazis raus aus dem Internet“ mag das Gewissen beruhigen, ist aber ungefähr so effektiv wie die moraltheologische Forderung, das Böse doch endlich aus der Welt zu schaffen. „Wir dürfen unsere Meinung hier nicht verbreiten“ ist das einzig wirklich gefährliche Argument der deutschen Neonazis. Es fußt auf der Tatsache, dass nationale Gesetze im Internet ins Leere laufen, wenn es um – wenn auch eklige – politische Ideen geht. Wer unappetitliche braune Brühe essen mag, der wird das tun – offline wie online.

*Screenshots: Deutsche Stimme (NPD), Bildschirmtext 1995 und Website 2008*

# Manga, Mädchen, Mohammed

Dieser Artikel von mir erschien am 30.03.2008 auf [Telepolis](#).

Für alles und alle Arten von Menschen gibt es Online-Communities. Nur die Cartoonisten hatten noch keine Plattform. In Berlin gründeten sich gleich zwei konkurrierende Cartoon-Portale.



[Toonpool](#) ist international, professionell und in englischer Sprache. [ToonsUp](#), eine noch sehr kleine „freie Künstler-Community“, verweigert sich dem Kommerz und kann nur mit dem Kuschelfaktor punkten. Der ästhetische Spagat ist bei beiden groß: Auch Hobby-Cartoonisten können ihre Werke hochladen, nicht immer zum Amüsement aller. Der stern-Karikaturist [Til](#)

[Mette](#) steht bei Toonpool gleichberechtigt neben der Mangaka Inga Steinmetz ([www.the-wired.de/](http://www.the-wired.de/)). Ein „Herren-Gliedpflegeset“ von Bernd Pohlenz ist nur wenige Mausklicks entfernt vom „blowjob“ des Berliner Hobby-Cartoonisten „shin kazama“. Bei ToonsUp geht es hingegen eher betulich zur Sache; selbst die „Die sieben Todsünden“ des Nutzers „Waterwing“ würden keinen Katholiken aufregen.



Cartoons sind ein Nischenprodukt; wer relevante Zugriffszahlen und Nutzer haben will, kommt also an Mangas – in Japan Massenware und Teil der Popkultur – nicht vorbei. Der europäische Polit-Cartoon in der Tradition des französischen Malers und Bildhauers [Honoré Daumier](#) und die Mangas, die in Europa eher Jugendliche ansprechen und sich künstlerisch auf [Osamu Tezuka](#) berufen, passen auf den ersten Blick nicht zusammen. Nur wenigen Künstlern gelingt es, beides im Blick zu haben.

Glamour-Girl bei Toonpool ist [Marie Sann](#), 22, eine der begabtesten deutschen Nachwuchszeichnerinnen. Die Berliner Grafikdesign-Studentin mit dem Henna-Haar und dem

professionellen Starlet-Lächeln weiß sich geschickt zu vermarkten: Ein eigenes Blog mit Fan-Gemeinde und ein Online-Shop gehören dazu, die Präsenz bei allen Veranstaltungen der Manga-Szene, und ein überraschend weites künstlerisches Spektrum zwischen [klassischer Zeichnung](#) und [Comic-Art](#). Aber erst Toonpool konnte den Geschmack der Nutzer realistisch abbilden. Das Portal hat vergleichbare Features wie die Foto-Community Flickr: Die Nutzer bewerten, kommentieren, legen Favoriten an – und der Betreiber freut sich über die entstandenen Profile. Es verwundert nicht, dass das meistgesehene Bild Sanns ein Mädchen im Dirndl und mit Bierkrügen ist, aber im „Kindchen-Schema“ der Manga-Tradition gezeichnet. Die Tags sind vielsagend: „manga woman girl oktoberfest bayern“.



Warum wirkt also ein Manga-Mädchen, das entfernt an „Heidi“ erinnert, aber auch in einen japanischen Comic passte, so originell und „attraktiv“? In diesem Fall durch zwei Faktoren: Zwei Stilformen greifen ineinander, die nicht unterschiedlicher hätten sein können: Das typisch deutsche Klischee des Dirndl-Mädchens wird ironisch durch die „triviale“ und popkulturelle Manga-Tradition gebrochen. Es wächst zusammen, was nicht zusammengehört. Es ist aber eher

unwahrscheinlich, dass die Künstlerin das vorher theoretisch so konzipiert hat. Marie Sann steht für eine Generation von [Cartoonisten](#), die auf eine solide Ausbildung nach europäischer Kunst-Tradition aufbaut, aber andererseits – durch den Massengeschmack der Manga-Teenies gefordert – ganz neue zeichnerische Elemente experimentell einbauen kann – und muss.

[Osamu Tezuka](#) war der erste Mangaka, der das „Kindchen-Schema“ mit den großen Augen benutzte. Dieser Stil gilt heute als prägend für japanische Mangas. Das Muster hat sich in Europa trotz einiger Vorläufer erst in den letzten zehn Jahren verbreitet, in Frankreich und Spanien eher als in Deutschland. Die Anime-Filme von [Katsuhiro Otomo](#) sind mittlerweile auch dem hiesigen Publikum bekannt.

Die europäische Tradition hat diesen Stil im Cartoon und im Comic eigenständig hervorgebracht – auch ohne den Einfluss von Walt Disney. „[Sindbad](#) der Seefahrer“ als Teil des Zyklus „Märchen der Völker“ wurde von [Stefan Mart](#) schon in den dreißiger Jahren als Comic gezeichnet. Über den Künstler weiß man so gut wie nichts, fest steht nur, dass er Generationen deutscher Cartoonisten beeinflusst hat. Im Gegensatz zur US-amerikanischen Tradition – zum Beispiel [Captain Future](#) aus den vierziger Jahren, verzichtete Mart weitgehend auf das Kindchen-Schema und zeichnete eher „realistisch“.



Die Stilelemente des modernen Manga eröffnen der europäischen Tradition eine neue Tür: Das Kindchen-Schema spricht sowohl Erwachsene an, die mit Cartoons Satire, Humor und Karikatur verbinden, auch ernsthaften politischen Anspruch, als auch Jugendliche, die die Geschichten und Figuren benutzen, um sich damit zu identifizieren. Nicht zufällig gibt es in Japan geschlechterspezifische Mangas: [Shōjo-Manga](#) werden speziell für heranwachsende Mädchen im Alter von circa sechs bis achtzehn Jahren gezeichnet werden, [Shōnen](#) sind mehr actionorientiert und wenden sich an Jungen.

Der Cartoon – auf Karton – war ursprünglich das „Gemälde“ von Zeichner, die zu arm waren, um sich Leinwand leisten zu können. In Deutschland verbindet man mit Cartoons vor allem Polit-Satire oder humoristische Milieu-Studien – von den legendären Magazinen Kladderadatsch und Simplicissimus aus dem 19. Jahrhundert über die Pardon aus den sechziger Jahren bis zur heutigen Titanic und dem Eulenspiegel.

In England und den USA hat sich der Cartoon auch in den klassischen Medien etabliert. In Deutschland haben nur wenige Zeichner internationalen Erfolge, [Uli Stein](#) ist der bekannteste. Von ihrer Arbeit leben können nur wenige, [Bernd](#)

[Pohlenz](#), einer der Gründer von toonpool.com, gehört dazu. [Ronald Markwordt](#), der ToonsUp initiiert hat, ist in der Star-Wars-Fangemeinde als Zeichner eine Größe, aber in Mainstream-Medien eher unbekannt.

Spannend wird es, wenn Cartoonisten aus unterschiedlichen Kulturen ihren Humor und ihr Politikverständnis aufeinanderprallen lassen. Der brasilianische Zeichner [Marcelo Rampazzo](#) etwa hat bei Toonpool ein [Mohammed-Cartoon](#) (272 virgins“) veröffentlicht, das den berühmt-berüchtigten [Karikaturen](#) der dänischen Zeitung Yllands-Posten in nichts nachsteht und den Betreibern des Portals ein paar Schweißperlen auf die Stirn zauberte. Die gesammelten [Islam-Cartoons](#) werden auch nicht jedem gefallen. Karl Hermann, einer der Macher von Toonpool, Ex-Chefredakteur des Berliner Stadtmagazins Tip, sagt: „Zensiert wird nicht“. Näheres regeln die allgemeinen Nutzungsbedingungen im Kleingedruckten.



Von Zensur kann der afghanische Zeichner [Atiqullah Shahid](#) erzählen, der jetzt im schweizerischen Luzern lebt. Shahid hat wie auch zahlreichen andere Künstlern aus Ländern der Dritten Welt am umstrittenen [Karikatur-Wettbewerb](#) „About Danish

Cartoons and Holocaust“ teilgenommen. Die Cartoons wurden 2006 im Museum für Zeitgenössische Kunst in Teheran ausgestellt und galten als „Retourkutsche“ auf die angeblich nur „einseitige“ Toleranz der westlichen Kultur. In Afghanistan darf Shadid nichts mehr veröffentlichen, aber jede Afghane mit [Internet-Anschluss](#) kann sich seine Cartoons bei Toonpool ansehen.

Cartoons haben Zukunft: Je größer das weltweite Publikum durch das Internet wird, um so mehr müssen politische Aussagen über alle kulturelle Grenzen hinweg verstanden werden. Bilder sagen mehr als Worte – eine visualisierte These wird eher wahrgenommen als lange Traktate.

Was verwundert ist eher, dass ausgerechnet die Deutschen mit ihrer ausgeprägten und immer noch aktuellen Tradition der Zensur auf die Idee kamen, Cartoonisten weltweit zusammenzuführen. Zur Internet-Kultur haben sie außer dem „Disclaimer“, der „Internet-Meldestelle“ und der „Bielefeld-Verschwörung“ nicht viel beigetragen. Afghanische Cartoons zu hosten, ist aber vermutlich immer noch besser für die Weltkultur als die Opium-Kulturen am Kindukusch zu bewachen.

---

## **Neonazis – zu blöd zum Bloggen**

Ein Artikel von mir in der [Netzeitung](#): „Neonazis – zu blöd zum Bloggen“ – „Neonazis im Internet – gibt es die noch? Ja und nein: Die ultrarechte Szene hat ihre Auftritte im World Wide Web professionalisiert. Parallel dazu wird es für Rechtsextremisten immer schwieriger, ihre Weltanschauung an den Surfer zu bringen. Wenn es im Web 2.0 interaktiv wird, versagen die braunen Kameraden jämmerlich.“

---

# Kein Speichern unter dieser Nummer

[Ein Artikel](#) (pdf) von mir in der Zeitschrift des [Deutschen Fachjournalisten-Verbands](#) (DFJV) über Möglichkeiten, sich gegen die Vorratsdatenspeicherung zu schützen.

---

## Manga, Mädchen, Mohammed

Ein Artikel von mir auf [Telepolis](#): „Manga, Mädchen, Mohammed – Für alles und alle Arten von Menschen gibt es Online-Communities. Nur die Cartoonisten hatten noch keine Plattform. In Berlin gründeten sich gleich zwei konkurrierende Cartoon-Portale.“

---

## 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 Gegner 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 Lehnworte 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.“

---

# **Unsere Jobs werden revolutioniert**

Ein Artikel von mir in der [Jungle World](#) (20.03.2008): „Unsere Jobs werden revolutioniert. Der Berliner Verlag führt zurzeit ein pädagogisch wertvolles Lehrstück in Sachen Kapitalismus auf. Der Eintritt ist für die Öffentlichkeit frei.“

---

# **Bitte bevorraten Sie sich**

Ein Artikel von mir auf [Telepolis](#): „Bitte bevorraten Sie sich.“ – „Das Bundesverfassungsgericht hat am 19.03.2008 dem Eilantrag von acht Beschwerdeführern, den Vollzug der Vorratsdatenspeicherung zu stoppen, teilweise stattgegeben. Für die Gegner der Überwachung ist das weder ein Sieg noch eine Niederlage. Die Konsequenzen der Entscheidung erschließen sich erst aus der Begründung. Die aber hat es in sich.“

---

# **Verfassungsgericht präzisiert Grundrecht auf**

# **informationelle Selbstbestimmung**

Ein Artikel von mir auf [Telepolis](#): „Verfassungsgericht präzisiert Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung“

---

# **Nächste Runde im Streit um die Online-Durchsuchung**

Ein Artikel von mir auf [Telepolis](#): „Nächste Runde im Streit um die Online-Durchsuchung“.

---

# **Smart, stylisch und sinnlos**

Ein Artikel von mir in der [Netzeitung](#): „Smart, stylisch und sinnlos – Wenn Computer immer kleiner und Multifunktionshandys immer größer werden – was wird dann eigentlich aus den normalen Mobilfunkgeräten?“