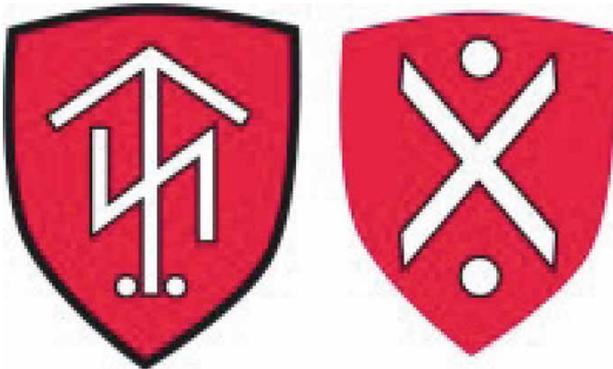




7. Lifestyle-Produkte

Kleidungsmarken sind zu unterschiedlichem Maß charakteristisch für die rechtsextreme Szene. Bei der Einordnung einzelner Marken können folgende Kriterien helfen: Hat das Produkt einen eindeutigen/ mehrdeutigen ideologischen Bezug zur rechtsextremen Szene? Ist die Produktion kommerziell oder auf Unterstützung der rechtsextremen Szene orientiert? Erfolgt der Vertrieb ausschließlich über rechtsextreme Szeneläden und Internet-Versände oder ist die Marke allgemein erhältlich? Wie beliebt ist die Marke in der rechtsextremen Szene, gibt es Kritik? Findet die Marke auch außerhalb der rechtsextremen Szene Verwendung?



Thor Steinar:

Motive lassen „positive Deutungsmöglichkeiten bezüglich nordisch-völkischer Mythologie, Kolonialismus und nationalsozialistischer Ideologie“ zu.¹⁵ Thor Steinar ist eine der rechtlich und politisch umstrittensten Bekleidungsmarken. Das alte Symbol (li.) wurde als Kombination von NS-Symbolen angesehen und war daher in einigen Bundesländern verboten.¹⁶ Das neue Logo (re.) ist nicht justiziabel. Thor Steinar ist sowohl über einschlägige als auch unspezifische Bezugsquellen erhältlich, die „meistgetragene Bekleidungs-marke in der rechtsextremen Bewegung“¹⁷ und darüber hinaus weit verbreitet.



Erik and Sons:

Die Marke weist Bezüge zu Wikingern und nordischer Mythologie auf und bietet so Anknüpfungspunkte zu u. a. rechtsextremen Ideologievorstellungen. Die Marke ist „direkt aus dem Thor-Steinar-Umfeld entstanden“¹⁸, der Markeninhaber wird als „neonazistischen Kreisen zugehörig“ bezeichnet.¹⁹ Die Marke wird über kommerzielle und Bewegungsversände vertrieben und hat sich inner- und außerhalb der rechtsextremen Bewegung etabliert.



Ansgar Aryan

Ähnlich wie Thor Steinar vertreibt auch Ansgar Aryan hochwertige Ware mit Verbindung zu nordischer Mystik und Symbolik, die nicht immer eindeutig rechtsextreme Bezüge setzt. Der Markenname setzt sich aus Ansgar der Urform vom heutigen Oskar und „Aryan“ zu deutsch, Arier zusammen. Aus dem Germanischen leitet sich Ansgar wie folgt her: Götterspeer ans = Gottheit; gari = Speer. Deutlich sind Aufdrucke wie „Volksgemeinschaft statt New World Order“ oder „Aryan Resistance“ (Arischer Widerstand). Die Betreiberfirma spendet angeblich an die rechtsextreme „Hilfsorganisation Nationaler Gefangener“ (HNG).²⁰ Die Ware ist bislang beim politisch unauffälligen Herstellerportal und in rechtsextremen Versänden erhältlich. Status: Nicht verboten.

¹⁵ Recherchegruppe Investigate Thor Steinar (2008): Investigate Thor Steinar, Berlin, S. 6.

¹⁶ Details siehe Investigate Thor Steinar, S. 31.

¹⁷ Thor Steinar – „Hausbesuche“ mit G36 sorgen für neuen Ärger, npd-blog.de [17.04.2009].

¹⁸ Konkurrenz für „Thor Steinar“? Neue Modemarke „ERIK & SONS“, www.endstation-rechts.de [17.04.2009].

¹⁹ Investigate Thor Steinar, S. 32.

²⁰ Antifaschistische Gruppe Südthüringen, www.agst.antifa.net [17.05.2010].



Masterrace Europe:

Ideologischer Bezug zum Rechtsextremismus („Herrenrasse Europa“), Vertrieb ausschließlich durch neonazistische Läden und Versände, in rechtsextremer Szene sehr beliebt.¹²



Consdaple:

Durch „NSDAP“ im Namen wird Bezug zu rechtsextremer Ideologie gesehen, ausschließlich in einschlägigen Szene-Läden und Online-Shops zu erwerben; in rechtsextremer Szene beliebt, kaum Verbreitung außerhalb der Szene. Status: Verboten, wenn ausschließlich „NSDAP“ zu sehen ist.¹³



Werwolf Germany:

Bezug zu „Wehrwolf“ Einheiten der SS; Vertrieb durch rechtsextreme Läden und Versände, vorwiegend innerhalb der rechtsextremen Szene verbreitet.



Div. MaxH8 oder MH8:

Division Max Hate (maximaler Hass) kann als Bezug zu „hate crimes“ (Hassverbrechen) sowie zur rechtsextremen „hatecore“-Musikszene gesehen werden. Label wird von aktiven rechtsextremen Szenemitgliedern betrieben¹⁴ und nahezu ausschließlich durch neonazistische Läden und Versände vertrieben.



Nordmann:

Marke von und für die rechtsextreme Szene, tw. mit rechtsextremer Symbolik, Vertrieb nahezu ausschließlich durch rechtsextreme Shops.

¹² Versteckspiel (2006), S. 22.

¹³ Landgericht Neuruppin, Urteil vom 17.02.2010, Az 14 NS 146/09.

¹⁴ Maxh8 [Interview mit dem Betreiber] in: Nationaler Demobeobachter, www.nd-b.com [17.04.2009].



H8wear:

Die Markenbezeichnung kann als Bezug zu ‚hate crimes‘ (Hassverbrechen) sowie zur rechtsextremen „hatecore“-Musikszene gesehen werden (zu h8 siehe „Codes“, S .9). Vertrieb u. a. über rechtsextreme Shops aber auch unspezifische Anbieter.



Reconquista:

Reconquista, abgekürzt rcqt wird als Modelabel für die Neue Rechte bezeichnet.²¹ NS-Bezüge sind wenig ausgeprägt, die Motive verpacken rechte Agitation in Anspielungen (z. B. „Heimreise“ als Assoziation zu Abschiebungen oder „Neukölln statt Hindukusch“ über mögliche Einsatzgebiete der Bundeswehr). Produkte waren im Direktversand erhältlich; Versand evtl. abgestellt oder verlagert.



Dobermann:

Kommerzielle Marke, nahezu ausschließlich in rechtsextremen Versänden erhältlich, in rechtsextremen Kreisen beliebt, „z. T. mit eindeutig rechter Symbolik“.²³



Pro Violence:

Bei dieser Marke handelt es ebenfalls um eine im Sport- und Freizeitbereich agierende Marke. Zielgruppe und thematischer Schwerpunkt in der Darstellung liegt wie der Name suggeriert im Kampfsportbereich, insbesondere im „Freefight“ und Hooligan Milieu, was durch Aussagen auf Textilien wie „Alle gegen alle – Sport Frei“ bekräftigt wird. Auch bei dieser Marke finden sich szenekennzeichnende Codes wie die Darstellung der „88“ wieder. „Pro Violence“ übersetzt den Code jedoch mit „Hooligans Heaven“, die Interpretation obliegt auch in diesem Fall dem Betrachter. Die Doppeldeutigkeit der Darstellung dürfte auch den Machern der Marke nicht entgangen sein, und wenn sie nicht gewollt ist, dann ist sie zumindest kalkuliert. Die Marke ist nicht eindeutig der rechtsextremen Szene zuzuordnen, auch wenn sie über einschlägige Versände angeboten wird und innerhalb der rechtsextremen Szene Anklang findet.

²¹ T-Shirt-Motive von „Reconquista reloaded“ - Hassrätsel für die Szene, www.netz-gegen-nazis.de, [18.05.2010].

²² Turn it down! www.turnitdown.de [17.04.2009]; Niederlage der Neonazis, Tageszeitung vom 10.11.2008, www.taz.de [17.04.09].

²³ Versteckspiel, S. 22.



Skaldenburg:

Eine neue Marke innerhalb der rechtsextremen Szene. Die Marke ist deutlich in der selben Richtung anzusiedeln wie Thor Steinar, Erik and Sons oder Ansgar Aryan. Skaldenburg ist eine Marke, die martialische Grafiken mit Mystik und doppeldeutigen Symbolen sowie zweideutige Aussagen verwendet und dies gekonnt am Rande der Legalität. Das Design orientiert sich stark an den Anfängen der Marke Thor Steinar, die mit ihren Anspielungen etwas subtiler geworden ist. Skaldenburg versucht mit der Übernahme dieser Motive, ähnliche Käuferschichten zu erschließen.



Hate-Hate: *Trouble & Streetwear*

„EXIST TO RESIST“ lobt die Marke aus und macht damit deutlich, wo es seine Zielgruppe sieht, nämlich im, aus rechtsextremer Sicht, politischen Widerstand.

Bei „Hate-Hate“ gibt man sich anders als bei Thor Steinar gar nicht erst die Mühe, irgendetwas zu verstecken oder gar Massenkompatibel zu sein.

Auf Jacken, Hosen, Hemden und Pullovers dieser Marke bedient man sich militaristischer und neonazistischer Symbolik, Schriftzüge wie „White Power“ oder „Ku Klux Klan“ verweisen dabei eindeutig auf die menschenverachtende, rassistische Ideologie, die vertreten wird und durch den Vertrieb tradiert werden soll. Bei der Verwendung der Symbole scheint der Inhaber jedoch die Grenze zwischen Legalität und Verbot auszutarieren, ohne sie jedoch zu überschreiten. Aber auch bei dieser Marke finden sich Symbole wieder, die einen Bezug zur nordisch-germanischen Mythologie herstellen.



Hermannsland:

Ein Label des vorbestraften Neonazis Michael „Lunikoff“ Regener, dem Ex-Sänger der Berliner Band „Landser“. Hier wird versucht, mithilfe der Popularität des Sängers eine Marke zu vertreiben, die dieser nach eigener Aussage in der Haftzeit kreiert hat. Der Vertrieb findet zusammen mit der Neuformierung der Band „Spreegeschwader“ statt, die sich „Die Lunikoff Verschwörung“ nennt. Das Logo ist ein stilisiertes Wikingerschiff mit Rune und stellt einen Bezug zur nordisch-germanischen Mythologie dar.



White Rex:

„White Rex“ ist eine russische Neonazi-Modemarke. Sie richtet sich vor allem an rechtsextremistische Kampfsportler und unterstützt eigene Kampfsportveranstaltungen.



Sport Frei

Die Marke „Sport Frei“ ist auf einen Bremer NPD-Aktivisten angemeldet. Sie ist vor allem bei rechtsextrem eingestellten Hooligans beliebt.



einherjer
- DAS REICH -

Einherjer

„Einherjer“ positioniert sich als Modemarke mit Aufdrucken wie „nordic pride“, „schwarze Sonne“, „Das Reich“ oder „Ostmark“ eindeutig rechtsextremistisch.



Phalanx Europa

Eine Marke, die vor allem Motive der „Identitären Bewegung“ und der „Neuen Rechten“ aufgreift. Deren Symbolik oder fremdenfeindliche Aufdrucke kommen genauso vor, wie Nietzsche-Zitate oder verfremdete und in der Bedeutung umgekehrte Motive von z.B. der Antifa. Dabei wird darauf geachtet, dass eine Distanz zu anderen Marken mit neonazistischem Erscheinungsbild gewahrt bleibt. Auf NS-Symbolik oder militärisch anmutendes Aussehen wird verzichtet. Stattdessen werden hellen Farben und Aufdrucke, die zum Teil an popkulturelle Elemente oder gar linksalternative Kleidung erinnern, verwendet.



Neben zahlreichen Bekleidungsmarken, mit klarem Bezugspunkten- und personellen Überschneidungen zur rechtsextremen Szene, ist auch seit dem Bestehen eines weltweit fungierenden Musikmarktes immer mehr ein Merchandising zu den verschiedenen Bands aus der rechtsextremen Musikszene seit vielen Jahren zu beobachten.

Wo sonst klare Bezüge zur Band und deren politischen Inhalte erkenntlich sind, versuchen Bands auch, sich mit eigenem Modelabel auf dem Markt um Thor Steinar, Ansgar Aryan oder Erik and Sons zu behaupten.



PC-Records

Neben den Versuchen, verschiedene Subkulturen zu unterwandern und sich bei deren Lifestyle zu bedienen, fallen auch Musiklabels, die sich im Bereich des „National Socialist Hardcore“ (NSHC) aufhalten, mit eigenen Bekleidungsmarken auf.



Suizhyde

Der Sänger der rechtsextremen Hardcore Band „Brainwash“ aus Thüringen bietet unter dem Label „Suizhyde“ subkulturelle Mode an.



Fourth Time Clothing Brand

Bezüge zu nordischen Mythen, martialische Slogans und versteckte Aussagen mit nationalsozialistischem Hintergrund. Nach Thor Steinar versuchen immer wieder neue sogenannte Modelabels, auf diesem Markt Anschluss zu finden. Dass nicht immer explizit ein rechtsextremistischer Hintergrund erkennbar ist, ist gewollt. Unterschwellig werden jedoch klare Bezüge transportiert:

- „Neuschwabenland“ (nationalsozialistisch-esoterische Verschwörungstheorie)
- „Mitternachtsberg“ (steht im Zentrum einer kaum überschaubaren Vielzahl an rechten, esoterischen Verschwörungstheorien, die fast immer völkische und antisemitische Grundlagen haben)
- „Richard Löwenherz“ (war einer der Anführer des 3. Kreuzzugs, wobei Kreuzzüge aus rechtsextremer Sicht Kampf gegen Muslime bedeutet)

Bekleidungsmarken wie Fourth Time Clothing Brand oder Label 23/Boxing Connection aus Brandenburg können, auch personell, als Schnittstellen zwischen Kampfsportbereich, Fußballszene und dem Rechtsextremismus gesehen werden.



8. Lifestyle-Produkte (nicht rechtsextrem)



In rechtsextremen Szenen beliebte, aber nicht „eindeutig rechtsextreme“ Kleidermarken und Darstellungen²⁴

Sehr viel schwieriger liegt der Fall bei nicht wenigen Kleidermarken, die von rechtsextremer Kundschaft getragen werden und dennoch nicht als „eindeutig rechtsextrem“ zu werten sind. Häufig erklären sich solche Vorlieben in rechtsextremen Szenen mit Geschichte und Traditionen von jugendkulturellen Szenen. Arbeits- und Sportkleidung war und ist wegen ihrer Bezüge zur Arbeiterklasse z. B. bei Skinheads (und in anderen Jugendkulturen) verbreitet - auch bei solchen, die sich ausdrücklich gegen rechtsextreme Weltanschauungen wenden.

Die Firma **Lonsdale** (London) stellt seit 1960 Sportartikel für den Boxsport her. Der Name geht auf Lord Lonsdale zurück, der um 1909 Boxkämpfe in Großbritannien veranstaltete. Bis heute gehört Lonsdale bei internationalen Boxkämpfen zu einer der beliebtesten Sportmoden. Boxer wie Mike Tyson, Muhammad Ali oder Lennox Lewis trugen Lonsdale. Nachdem die Firma Ende der 90er Jahre die Belieferung rechtsextremer Einzelhändler einstellte und eine antirassistische Imagekampagne unter dem Motto „Lonsdale loves all colours (dt. „Lonsdale liebt alle Farben“) initiierte, gingen Rechtsextremisten dazu über, eigene Kleidermarken auf den Markt zu bringen.

Der Firmengründer der gleichnamigen Kleidermarke **Fred Perry** (1909 - 1995) war der erste Tennisspieler, der dreimal hintereinander das Wimbledon-Turnier gewann. Als die Nationalsozialisten im April 1933 jüdische Spieler aus der Davis-Cup-Mannschaft ausschlossen, gehörte Perry zu den ersten, die vehement ihren Protest bekundeten. Bei Rechtsextremisten ist die Marke wegen ihres nach oben offenen Lorbeerkranzes beliebt.

Auch andere Markenkleidung wie New Balance (Cambridge, USA), Alpha Industries (Knoxville, USA) und Helly Hansen (Norwegen) sind vor solcher Vereinnahmungen nicht geschützt.

²⁴ Nach <http://www.politische-bildung-brandenburg.de/extrem/index.htm>.