

# Fascho-Fashion

Früher war alles so einfach: Glatze und Springerstiefel waren der Einheitslook der Nazis. Doch das ist schon lange vorbei. Ein Dossier über den Look der Szene

Text: Johannes Radke

→ Knapp 150 Menschen drängen sich in dem winzigen Raum. Fast ausschließlich junge Männer sind es, die dicht vor der Bühne stehen. Sie sehen aus, als wären sie Statisten im Musikvideo einer populären Rockband. Piercings, Kapuzenjacken, Basecaps, Tattoos und die aus amerikanischen Gettos entlehnten Bandana-Kopftücher bestimmen das Bild. Allein die schwarz-weiß-rote Fahne an der Bühnenrückwand lässt erkennen, dass es sich nicht um den Auftritt einer x-beliebigen Hardcoreband handelt, sondern um ein Konzert der militanten Neonazi-Szene.

Mit dem Mikrofon in der Hand steht René Weiße aus dem thüringischen Altenburg vor der Menge. Seine Arme sind bis zu den Handgelenken mit bunten Tätowierungen übersät, er trägt Koteletten und hat große Löcher in den Ohren. Seine Nazi-Band Brainwash spielt den selbst ernannten Stil „National Socialist Hardcore“. Extrem schnelles Schlagzeug, harte Riffs und bis zur Unverständlichkeit geschriene Texte in englischer Sprache kennzeichnen diese Musik. Es ist der Soundtrack einer neuen Generation von Rechtsextremisten, die mit der Monokultur der rechten Skinheads nur noch wenig zu tun haben. Die neuen Nazis setzen viel Energie daran, als dynamisch, modern und cool wahrgenommen zu werden. Mit der vorgetäuschten Offenheit fällt es ihnen leichter, Jugendliche zu rekrutieren – ein Trend, der sich längst in der ganzen Szene durchgesetzt hat. *(weiter auf Seite 28)*



Wenn das die Leute von Nike sehen!  
Nazi-Braut mit gefaktem T-Shirt

# Elements of crime

In der rechtsextremen Szene gibt es etliche Symbole und Codes. Mal wird auf den Nationalsozialismus Bezug genommen, mal auf die germanische Mythologie

Bei einem Hakenkreuz-Tattoo oder einem Adolf-Hitler-Bild auf Arm oder T-Shirt ist alles klar: Der Träger dürfte ein Neonazi sein. Aber oft ist es nicht so einfach. Die Erkennungszeichen der rechtsextremen Szene haben sich in den vergangenen Jahren stark vermehrt, und zur Auseinandersetzung mit Neonazis gehört, diese offenen und versteckten Symbole zu erkennen. Bezüge auf den Nationalsozialismus belegen ganz plakativ die politische Gesinnung - wie aber ist es beispielsweise bei den germanischen Symbolen? Die werden auch von anderen Szenen genutzt, die großen Wert darauf legen, nicht mit Neonazis in einen Topf geworfen zu werden. Wer also Thorshammer oder das Bild eines Wikingerhelms trägt, muss noch lange kein Fascho sein. Ähnlich ist es mit bestimmten Modemarken: Firmen wie Fred Perry oder Lonsdale, die oft von Rechtsextremen getragen werden, legen Wert darauf, nicht mit dem neonazistischen Umfeld in Verbindung gebracht zu werden. Dieses Schaubild soll helfen, den Überblick zu behalten.

(Quelle: „Versteckspiel – Lifestyle, Symbole und Codes von neonazistischen und extrem rechten Gruppen“; Hg.: agentur für soziale persepektiven e.V. (asp))



**Hakenkreuz**  
Staatssymbol des „Dritten Reichs“



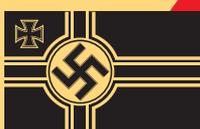
**Reichsadler**  
Teil der Reichskriegsflagge von 1921



**Rudolf Heß**  
Hitlers Stellvertreter gilt als Märtyrer



**Landser**  
Huldigung der Wehrmacht und verbotene Naziband



**Reichskriegsflagge**  
Seit 1867; Im „Dritten Reich“ mit Hakenkreuz



**SA**  
Zeichen der paramilitärischen Sturmabteilung



**SS**  
Zeichen der Schutzstaffel



**Schwarze Sonne**  
Sinnbild nordisch-heidnischer Religion, Zeichen der SS



**NPD**  
Nationaldemokratische Partei Deutschlands



**Blood & Honour**  
Verbotene Organisation



**Combat 18**  
Bewaffneter Arm von Blood & Honour



**Walhalla**  
Germanisches Paradies



**Odin statt Jesus**  
Odin Germanischer Göttervater



**Wolfsangel**  
Zeichen für eine SS-Sondereinheit



**SS-Totenkopf**  
Symbol für den bedingungslosen Kampf für Hitler



**JN**  
Junge Nationaldemokraten (Jugendorg. der NPD)



**Hammerskins**  
Internationale Skinheadvereinigung



**Anti-Antifa**



**Wiking**  
„Reine Rasse“ nach arischem Vorbild



**Thorshammer**  
Symbol der völkischen Bewegung



**Gauwinkel**  
Die NSDAP unterteilte das Land in Gaue



**HJ**  
Hitlerjugend (Odalrune)



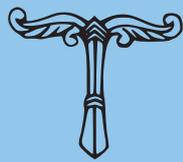
**Freie Kameradschaft**  
Eigenständige, parteiungebundene Gruppen



**KKK-Kreuz**  
Ku-Klux-Klan, US-Rassisten



**HDJ**  
Heimattreue Deutsche Jugend (Verbotener Verein)



**Irmingsul**  
Symbol des „Ahnenerbes“



**Runen**  
Altnordische, germanische Zeichen

In Deutschland verboten	In Deutschland im Zusammenhang mit rechter Propaganda verboten	Symbole mit national-sozialistischem Bezug
Embleme und Logos von extrem rechten Organisationen	Symbole mit germanischem/heidnischem Bezug  Nicht nur, aber gerne von Neonazis benutzt	Szenecodes
Dresscodes und Modemarken	Modemarken, die als Nazimarken missbraucht werden	Verwirrspiel  Symbole der linken Szene, die oft von Neonazis missbraucht werden



**Antifa-Fahne**  
Aber die schwarze Fahne kommt vor die rote



**Pali-Tuch**  
Hass auf Juden eint radikale Palästinenser und Neonazis

Infografik: Ole Häntzschel

**MASTERRACE**

**Masterrace**  
Nomen est omen



**Alpha-Industries**  
Beliebt wegen der Ähnlichkeit mit dem SA-Logo

 <p><b>White-Power-Faust</b> Symbol für Überlegenheit der „weißen Rasse“</p>	 <p><b>Keltencross*</b> Dieselbe Bedeutung wie die White-Power-Faust</p>	<p><b>168:1</b></p> <p><b>168:1</b> Anspielung auf rechten Terroranschlag in USA mit 168 Toten</p>	<p><b>Kategorie C</b></p> <p><b>KC / Kategorie C</b> Steht für Gewaltbereitschaft (und ist der Name einer Naziband)</p>	<p><b>Doberman</b></p> <p><b>Doberman</b> Macht den Träger zum scharfen Wachhund</p>	<p><b>Troublemaker</b></p> <p><b>Troublemaker</b> Skinheads Favorite</p>	<p><b>LONSDALE</b></p> <p><b>Lonsdale</b> Beliebt wegen des „nsda“ im Logo</p>
<p><b>14 Words</b></p> <p><b>14 Words</b> Berüchtigte rassistische Rede eines US-Nazis aus 14 Wörtern</p>	<p><b>18</b></p> <p><b>18</b> Erster und achter Buchstabe im Alphabet: Adolf Hitler</p>	<p><b>28</b></p> <p><b>28</b> B und H wie Blood &amp; Honour</p>	<p><b>88</b></p> <p><b>88</b> H und H wie Heil Hitler</p>	 <p><b>Ansgar Aryan</b> Die Saga von der germanischen Mode</p>	 <p><b>Thor Steinar</b> Nicht nur bei Neonazis beliebt, aber bei denen auf jeden Fall</p>	<p><b>Pit Bull</b></p> <p><b>Pitbull</b> Klamotten für den Hooligan</p>
<p><b>H8</b></p> <p><b>H8</b> Englisch ausgesprochen: Hate = dt. Hass</p>	<p><b>ACAB</b></p> <p><b>ACAB</b> All Cops are Bastards (Wurde aus der Punkszene übernommen)</p>	<p><b>WAR</b></p> <p><b>WAR</b> White Aryan Resistance</p>	<p><b>ZOG</b></p> <p><b>ZOG</b> Zionist Occupied Government (Zionistisch besetzte Regierung)</p>	 <p><b>Consdaple</b> Klamotten mit „nsdap“ im Logo</p>	 <p><b>Erik and Sons</b> Rechtsradikalen-Marke, nennt sich „Viking Brand“</p>	 <p><b>Fred Perry</b> Wegen des Lorbeerkranzes beliebt</p>

\*In einigen Bundesländern verboten

Die alten Bilder von Glatzköpfen mit Springerstiefeln und Baseballschlägern, die viele Medien noch immer heranziehen, wenn sie über Neonazis berichten, haben heute kaum noch etwas mit der Realität zu tun. Der martialische Skinhead-Kult mit seinen strengen Dogmen oder die uniformierten Braunhemden der Wiking-Jugend sprechen heute kaum noch Jugendliche an.

Richtige Nazi-Skinheads sucht man bei rechtsextremen Aufmärschen inzwischen meist vergeblich. Modisch hat sich die rechtsextreme Szene in den vergangenen Jahren komplett gewandelt. Viele Neonazis sind an ihrem Äußeren kaum noch zu erkennen. Nur Eingeweihte können die Codes und Symbole auf ihren Buttons und T-Shirts entschlüsseln. An der rechtsextremen Ideologie, dem Hass auf Flüchtlinge, Juden und die Demokratie, hat sich jedoch nichts geändert, das alles wird jetzt nur anders verpackt. „Die jungen Neonazis suchen nach kulturellen Abgren-

## Kapuzenpulli statt arischem Scheitel? Das finden dann doch einige ganz schön „entartet“ und „undeutsch“

zungsmöglichkeiten gegen ihre als altbacken und klischeebeladen empfundenen Vorgänger“, sagt der Politikwissenschaftler Christoph Schulze, der die Entwicklung der Szene seit Jahren beobachtet. „Sie wollen Zugang zu den Jugendszenen haben – das geht nur in einer frischen, unverbrauchten Verpackung.“

Maßgeblich verantwortlich für das neue Auftreten sind die sogenannten Autonomen Nationalisten (siehe auch Seite 10). Dabei handelt es sich um eine Strömung von jungen, erlebnisorientierten und äußerst gewaltbereiten Nachwuchsnazis. Sie tauchten 2003 erstmals in Berlin und Dortmund auf. Als schwarzen Block mit Sonnenbrillen, Kapuzenjacken und Handschuhen inszenieren sie sich seither bei Nazi-Aufmärschen. Sie nutzen bewusst den Kleidungsstil, der bislang nur bei linken Autonomen zu sehen war. Es geht darum, zu provozieren und gleichzeitig ein popkulturelles Element zu etablieren, das auch bei nicht rechtsextremen Jugendlichen attraktiv ist. Bald tauchten Rechtsextremisten mit Che-Guevara-T-Shirts auf; die alten Transparente mit Frakturschrift wurden durch moderne Streetart-Motive und englischsprachige Parolen ersetzt. Über die Lautsprecherwagen liefen jetzt Lieder von Wir sind Helden und den Ärzten anstelle des dumpfen Rechtsrocks. Dass Che Guevara Kommunist war und Wir sind Helden genau wie die Ärzte erklärte Nazi-Gegner sind, wird einfach ausgeblendet.

Bei älteren Rechtsextremisten stieß das Auftreten der Autonomen Nationalisten anfangs auf harte Kritik. Als „undeutsch“ und „entartet“ empfanden einige die Abkehr von arischem Scheitel und völkischem Kitsch. Doch der offen ausgetragene Generationskonflikt innerhalb der Szene verschaffte den Autonomen Nationalisten weiteren Zulauf. Es dauerte nicht lange, bis sich auch der Rest der Szene mit dem Konzept anfreundete oder es zumindest duldete. Was vor neun Jahren als urbanes Phänomen

einer kleinen Gruppe begann, hat sich heute als wichtiger und am schnellsten wachsender Teil des Spektrums etabliert. Der Verfassungsschutz geht derzeit davon aus, dass rund 20 Prozent der gesamten gewaltbereiten Szene den Autonomen Nationalisten zuzurechnen sind, Tendenz steigend.

Am stärksten profitiert hat von der Moderevolution des rechtsextremen Spektrums vermutlich die Marke Thor Steinar aus Brandenburg. Schon 2002 wurde Thor Steinar beim Markenamt eingetragen. Im Unterschied zu Marken wie Lonsdale oder Fred Perry, die aus normalen Sportgeschäften stammen und in den 90er-Jahren von Rechtsextremen vereinnahmt wurden, gab es Thor Steinar anfangs fast ausschließlich bei einschlägigen Nazi-Läden und Versandhäusern zu kaufen. Mit germanischen Runen, völkischer Symbolik und zweideutigen Motiven, wie „Weidmanns Heil“ oder „Hausbesuche“ mit einem Maschinengewehr darunter, machte sich die Marke schnell in der rechtsextremen Szene beliebt. Zwischenzeitlich war das Runenlogo aufgrund der Ähnlichkeit mit Symbolen aus dem Nationalsozialismus verboten. Die Polizei stellte Tausende T-Shirts und Pullover von Thor Steinar sicher, bis ein Gericht das Verbot wieder aufhob. Inzwischen ist Thor Steinar im Mainstream angekommen. Der Käuferkreis erstreckt sich weit über die rechtsextreme Szene hinaus. Allein 2006 machte die Marke einen Jahresumsatz von zwei Millionen Euro. Selbst als kurzzeitig ein arabischer Investor bei der Firma einstieg, änderte das nichts am Kultstatus der Runenklamotten.

Die Geschäftsleute aus dem rechtsextremen Milieu haben schnell erkannt, dass mit der neuen Kundschaft viel Geld zu machen ist. Während Thor Steinar offiziell stets betont, das Unternehmen sei völlig unpolitisch, gibt es mittlerweile mehrere Konkurrenzmarken, die sich offen an Neonazis ranschmeißen. „Die neue Nazi-Mode hat einen Markt hervorgebracht, der etliche szenenahe kleine und mittelständische Unternehmen über Wasser hält“, sagt Schulze. „Wer will, bekommt brachiale Bekenntnisse zum Nationalsozialismus, für Zögernde gibt es zweideutige Marken.“

Ansgar Aryan aus Thüringen verbindet beispielsweise moderne Surfer-Designs mit offensiven Bezügen zum historischen Nationalsozialismus. Eine ganze Kollektion „Weapons“ ist mit Schusswaffen der SS bedruckt. Ein anderes Motiv zeigt einen Wehrmachtspanzer mit dem Spruch „Nach Frankreich fahren wir nur auf Ketten“ als zynische Verherrlichung des Zweiten Weltkrieges.

Brainwash-Sänger Weiße hingegen setzt lieber auf das Spiel mit uneindeutigen Motiven. 2009 gründete er die Nazi-Marke Dryve By Suizhyde. Anfangs begann er, dilettantisch Motive bekannter Rockbands zu kopieren und mit eigenen Schriftzügen zu versehen. Selbst die Modelfotos für den ersten Katalog übernahm er wohl einfach von der Webseite eines linken Hardcore-Versands. Inzwischen tritt die Marke aber immer professioneller auf. Die Motive sind kaum von denen bekannter Skatemarken oder Band-T-Shirts zu unterscheiden. Offene Bekenntnisse zum Nationalsozialismus sucht man in den verschnörkelten Designs mit den grellen Farben vergeblich. ←

**Unser Autor Johannes Radke ist Experte für das Thema Rechtsextremismus. Gemeinsam mit Toralf Staud hat er das Portal „Netz gegen Nazis“ gestartet und an dem „Buch gegen Nazis“ mitgearbeitet, das bei KiWi erschienen ist und 12,95 Euro kostet (ISBN 978346204160-6).**