



## No Nazi-shopping!

### 9. März | Aktionstag gegen Naziläden und rechten Lifestyle In Berlin: Friedrichshain | Weißensee | Hohenschönhausen

„Thor Steinar“ ist als Marke, die Klamotten von und für Neonazis produziert, seit Jahren bekannt und sorgt seitdem für weitreichenden antifaschistischen Widerstand. Informationen zu (neo-)nazistischen Inhalten der „Thor Steinar“-Klamotten sind mittlerweile hinlänglich auch in der Zivilgesellschaft geläufig. Darüber hinaus konnte das Label inzwischen aus dem herkömmlichen Einzelhandel verdrängt werden. Beides kann als Erfolg langjähriger antifaschistischer Kampagnen gewertet werden. Die markeneigenen Läden halten sich jedoch zäh und so ist es bisher nicht gelungen, die „Thor Steinar“-Läden in Weißensee und Friedrichshain in die Schließung zu treiben. Darum ist es weiterhin wichtig, dass Antifaschist\*innen sich gegen den Vertrieb der Marke engagieren. Doch mit dem Kampf gegen „Thor Steinar“ ist es nicht getan. Seit geraumer Zeit tritt eine „neue“ Neonazimarke unter dem Namen „Label 23“ auch in Berlin immer mehr in den Vordergrund und versucht an das Erfolgsmodell von „Thor Steinar“ anzuknüpfen. Ein Bündnis antifaschistischer Gruppen ruft daher für Anfang März zu einem Aktionstag gegen Neonaziklamotten und Neonaziläden in Berlin auf.

#### „Thor Steinar“ – ein altbekanntes Problem

„Thor Steinar“ bedient sich vor allem Runen und eindeutiger (Neo-)Nazisymbolik in Anlehnung an nordische Mythologie, Militarismus und Kolonialismus, um eine rechte Ideologie zu verbreiten. Seit den beiden letzten Kollektionen allerdings versucht sich die Marke verstärkt einen neuen Anstrich als einfache, funktionale Outdoorbekleidung zu geben, die sich auch der\*die wohl situierte (Durchschnitts-)Deutsche im „Abenteuerurlaub“ gerne stehen lässt. Das heißt natürlich nicht, dass „Thor Steinar“ sich plötzlich komplett von rechten Inhalten entfernt hat, immer noch werden faschistische und machistische Inhalte über viele der Kleidungsstücke transportiert.

Auf die Frage, was sie denn von der Identität stiftenden Funktion von „Thor Steinar“ halte, versuchte sich die Verkäuferin des „Tønsberg“ lediglich mit der Aussage „Die tragen auch Adidas und Nike.“ herauszuwinden. Dabei ist „Thor Steinar“ mittlerweile so sehr im rechten Mainstream verankert, dass selbst neurechte Organisationen wie die „Identitäre Bewegung“ die Symbolik der Marke aufgreifen. So verwendet deren norddeutscher Ableger der „Identitas Nord“ (IN) das „Thor Steinar“-Logo als Abkürzung ihres Gruppen-Kürzels. Das Tragen von „Thor Steinar“ ist somit in einem Großteil der Fälle als deutliches Bekenntnis zu einer rechten Ideologie zu verstehen. Kein Naziaufmarsch ohne eine deutliche Präsenz von „Thor Steinar“ – das ist die Realität!

Im Bezug auf die Ladengeschäfte ist die Strategie von Thor Steinar durchaus ambivalent. So kommt es seit der Eröffnung des „Tønsberg“ in Weißensee, vermehrt zu rechten Provokationen in dessen Umfeld und die Marke ist verstärkt im Straßenbild sichtbar. Dem gegenüber wird der Laden im Friedrichshain hauptsächlich aus ideologischen Standpunkten betrieben, um in einem als links geltenden Kiez Präsenz zu zeigen.

#### Konkurrenz im Nazibusiness

Wo das Verkaufskonzept von „Thor Steinar“ an seine Grenzen stößt, tritt ein neues Label auf den Plan, das seine Inhalte deutlich kodierter vermittelt und sich hauptsächlich an eine kampfsportaffine Szene richtet. Es erscheint wahlweise als „Label 23“ oder „Boxing Connection“ und wird momentan, anders als „Thor Steinar“, noch in Freizeitbekleidungsgeschäften verkauft, was durch seinen unpolitischen Anstrich begünstigt wird. Die Marke wurde zwar schon 2004 registriert, ist aber erst seit anderthalb Jahren in der Öffentlichkeit präsent.

In den Fokus antifaschistischer Gruppen geriet die Cottbusser Marke, nachdem die Verstrickung des ehemaligen

Markeninhabers Markus Walzuck in die Neonaziszene nach und nach bekannt wurde. So kann Walzuck, der sich erst kürzlich als Markeninhaber austragen ließ in einen engen Zusammenhang mit dem Neonazi-Netzwerk "Spreelichter" gebracht werden, da im Zuge ihres Verbots auch seine Wohnung durchsucht wurde.

Die "Spreelichter" sind unter anderem dadurch auffällig geworden, dass sie in Südbrandenburg als "Die Unsterblichen" Fackelmärsche durchführten. Außerdem organisieren sie seit 2009 "nationale Kampfsportturniere", insbesondere Mixed-Martial-Arts Wettkämpfe, wodurch sie ein bisher noch unausgeschöpftes Klientel als Plattform zur Agitation und zur Verbreitung ihrer Ideologie nutzen. So halten sie unter anderem Schulungen für ihre Sportler ab, bei denen ihnen die Grundlagen des Nationalsozialismus und die Kampfschriften der vor 20 Jahren verstorbenen Neonazi-Ikone Michael Kühnen nahegebracht werden.

Die Darstellung von Männlichkeit, Stärke, soldatischem Kampfgeist, sowie die Überlegenheit des "Weißen Mannes" nimmt eine zentrale Rolle bei "Label 23" ein. Werte wie Selbstüberwindung, Disziplin und Härte, die für Neonazis traditionell identitätsstiftend sind, werden als Anknüpfungspunkte für die Propaganda in der Kampfsportszene genutzt. Deutlich wird dies durch Aufdrucke wie "Division 23", "Youth Corps" oder "Selection of the best". Durch letzteren wird Darwins Evolutionstheorie "the survival of the fittest" in nationalsozialistischer Manier verkürzt und umgedeutet auf die vermeintliche Überlegenheit der Stärksten: "Only the strong survive".

### **Hauptsache, die Kasse stimmt?!?**

"Label 23" wird im "Doorbreaker" in Friedrichshain in der Frankfurter Allee sowie im "Doorbreaker" in Hohenschönhausen und im "Snow and Sun" im Einkaufszentrum "Forum Köpenick" vertrieben und versucht damit den gleichen Weg zu gehen, wie vormals "Thor Steinar". Genau diese Läden verkauften schon früher "Thor Steinar" und weigerten sich, die Marke aus dem Sortiment zu nehmen. Die "Doorbreaker"-Stores mussten daraufhin auf Grund des Drucks des Centermanagements, politischer Gruppen und Parteien ihre Läden im Friedrichshainer Ringcenter und im Lindencenter-Hohenschönhausen räumen. Dass die Hohenschönhausener "Doorbreaker"-Filiale auch noch lange nach dem Rauschmiss aus den Centern "Thor Steinar" im Sortiment führten, kann in diesem Zusammenhang als politisches Bekenntnis verstanden werden. Mit Unbedarftheit lässt sich ein solches Verhalten, nach all dem Ärger rund um die