

# Dreema richtig nutzen

1. Dreema nicht mit Telefonbuch/Adressen verknüpfen. (2)

→ Menü - Einstellungen - Privatsphäre - Kontakte synchronis. deaktivieren (V)

- Profil {
- Alle bisher gekoppelten Accounts Name und Nummer email Löschen
  - von automatischer Synchronisierung ausschließen.
  - Nur Spitzname

2. Sicherheit PIN festlegen (3) (Passphrase nur beim öffnen)

→ Menü - Einstellungen - Sicherheit

- Schutzmechanismus PIN aktivieren
- PIN festlegen
- App-Schutz - zugriff sichern
- Zeit bis zur Sperre 1 Min

3. Wiederrufs Passwort festlegen (2) (löschen ohne bestätigung Altgerät)

→ Menü - auf Profil ID - Sichern und Löschen

- Wiederrufs Passwort eingeben mehr oder notieren.

4. Backup (3) (geht nur mit bestätigung Altgerät)

→ Menü - meine Backups - Backup erstellen

- PIN eingeben
- Einmalige Code eingeben
- Backup Passwort lang notieren (geht immer wieder)

5. Chat löschen

→ Menü - ~~meine~~ Einstellungen - Medien & Speicher - Daten / Nachrichten aufwärm.

- Medien und Daten ◦ älter 1 Woche Löschen
  - Nachrichten ◦ älter 1 Woche Löschen
- } extra

# Zielsetzung

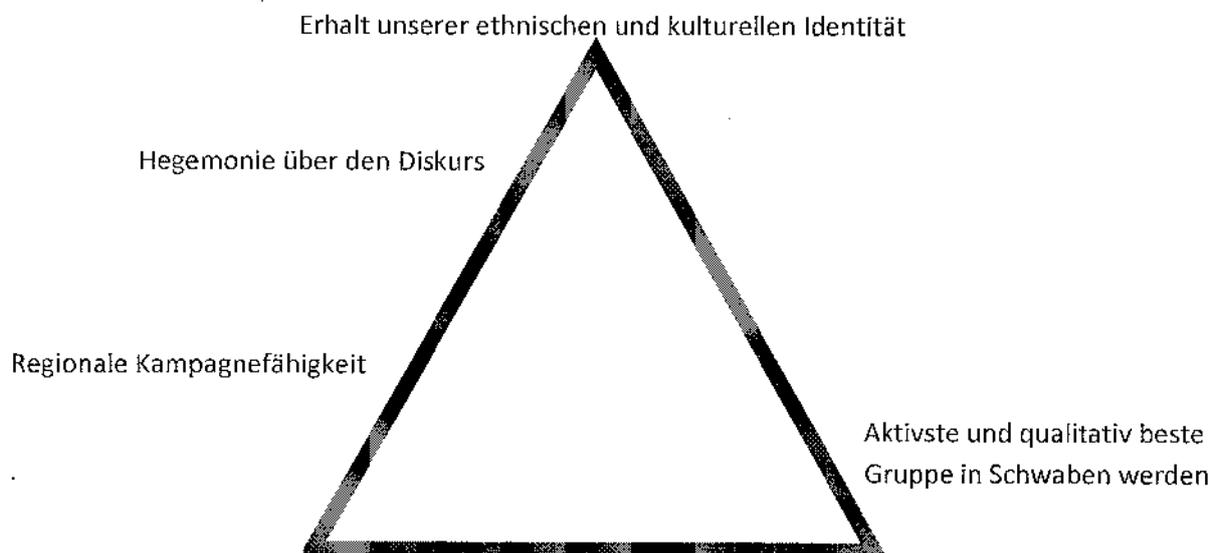
Was uns eigentlich von allen anderen Patriotischen Gruppen unterscheidet ist der Grund, dass wir eine metapolitische Strategie haben und uns klare Ziele setzen.

## Zielsetzung für Schwaben bis 11. März 2017

Ziel: Aktivste patriotische Gruppe in Schwaben und Aufbau der Ortsgruppen

Messbar: BDP und andere Gruppen werden irrelevant (wir sind die erste Anlaufstelle für Interessierte), Intensivierter Basisaktivismus; kreative und große Aktionen;

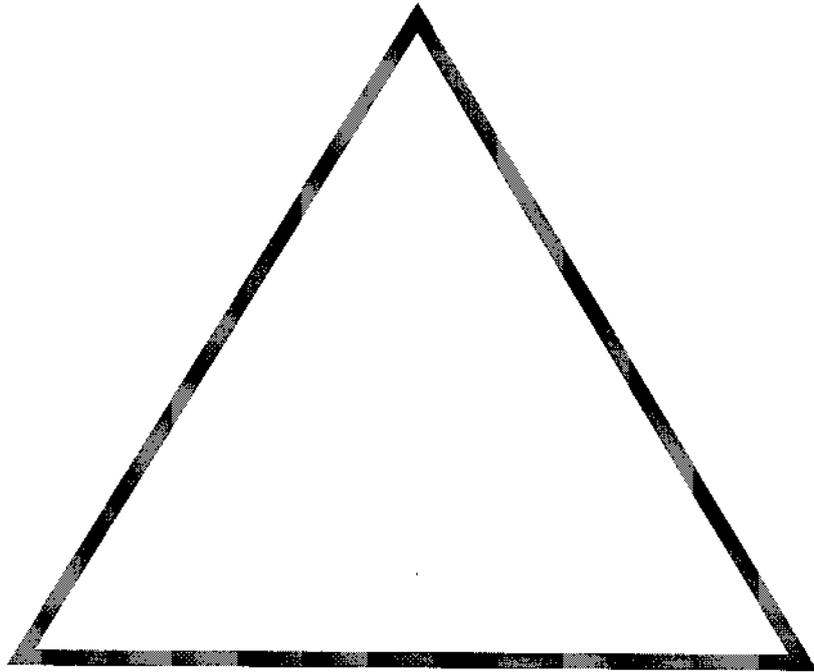
Professionalisierung (Medien, Aktionen, Texte..)



Ohne dass wir Ziele setzten werden wir keinen Erfolg haben. Daher stecke mit deiner Ortsgruppe kleine Ziele, die bis zum 11. März 2017 umsetzbar sind. Die Ziele müssen konkret und messbar sein, sodass der Erfolg oder der Misserfolg klar zu erkennen ist.

# Zielsetzung bis zum 11. März 2017

## Ortsgruppe:



Beispiel: Ortsgruppenwachstum auf 10 Personen; regelmäßige Treffen, Basisaktivismus, Schlagzeile in der Regionalzeitung

- 1) Klare Aufgabenverteilung** (Stammtisch, Interessentenbetreuung und Mailaccount, Aktivismus, Finanzen & Material, Sport)
- 2) Wöchentliche Treffen festlegen** (Stammtisch, Basisaktivismus, Lesekreis, Sport)
- 3) Vernetzen** (AfD und JA, Burschenschaft, patriotische Gruppen, EinProzent, IB Ortsgruppen)
- 4) Ort- und Lageanalyse** (Liste von Zeitungen und Journalisten aus der Region anfertigen, Welche Räumlichkeiten stehen zu Verfügung (Stammtisch, Vorträge, Sport, Feier)
- 5) Nach identitärem Raum suchen** (Identitäre WG, Gartengrundstück mieten/kaufen, Keller/Wohnung oder Haus anmieten...)

## **Wie soll der Stammtisch aufgebaut sein?**

### ***Vergib Aufgaben***

Lass ein paar zuverlässige Aktivisten jedes Mal über ein Thema referieren. So gibst du ihnen Verantwortung, motivierst sie und du sparst die Arbeit. Zeitlose Themen findest du weiter unten.

### ***Sammel Geld ein***

Nachdem Stammtisch kannst du immer eine kleine Spendendose rumgehen lassen. Nach einiger Zeit kommt ein schöner Betrag zusammen.

### ***Beispiele für geeignete Themen***

**Begriffserklärung:** Ethnopluralismus, Identität (Drei Ebenen und zwei Seiten), Remigration

**Weltanschauliches:** Integration ist eine Lüge, Identitäre Lösungen zur Flüchtlingskrise, Beiträge auf der Seite: [www.identitaere-generation.info](http://www.identitaere-generation.info)

**Geschichtliches:** Schlacht vor Wien/Lepanto

**Persönlichkeiten:** Karl Martell, Prinz Eugen, Michael Collins, Leonidas, Ernst Jünger, Oswald Spengler, Alain Benoist, Alexander Dugin

**Buchvorstellung:** Alain Benoist - Wir und die anderen, Renaud Camus- Revolte gegen den großen Austausch, Ernst Jünger- Der Waldgang

### ***Ablauf***

#### ***Hauptthema***

In der Regel sollte dafür ein tagespolitisches Thema ausgewählt werden.

#### ***Nebenthema***

Zusätzlicher Beitrag eines Aktivisten. Kann eine Begriffserklärung, etwas Weltanschauliches oder auch eine Buchvorstellung sein. Mögliche Themen findest du oben. Zusätzlich kann man auch mal einen Filmbeitrag einbauen zum Beispiel ein Aktionsvideo oder ein geschichtlichen Beitrag zeigen (gilt natürlich auch für das Hauptthema).

#### ***Regionales***

Was gibt es aktuelles aus der Region? Ereignisse auf die wir reagieren sollten?

#### ***Termine, Organisation und Sonstiges***

Was gibt es für Termine (regional, bundesweit)? Welche Neuigkeiten gibt es in der Struktur? Was ist in Planung?, Was gab es für Aktionen/Veranstaltungen in der letzten Zeit?

→ ***Vorlage auf der nächsten Seite***

# ***Identitärer Stammtisch – Ortsgruppe Unterbaldigen***

## ***Hauptthema***

Erste islamistische Anschläge in Deutschland

## ***Nebenthema***

Begriffserklärung: Remigration, Buchvorstellung: Akif Pirincci –  
Umvolkung

## ***Regionales***

Flüchtlinge vergewaltigen Frau im Freibad von Unterbaldigen,  
Bürgermeister bekräftigt Merkels: „Wir schaffen das!“

## ***Termine, Organisation und Sonstiges***

- Flyeraktion Unterbaldigen 07.08.16
- Kundgebung München 31.07.16
- Nächster Stammtisch 14.08.16
- Wanderung Oberbaldigen 23.08.16
- Liederbuch erscheint demnächst
- Bundesweite Aktion zum Thema Remigration verlief erfolgreich

## Arbeit in der Ortsgruppe

### **Allgemeines**

Viele Interessenten und Sympathisanten melden sich erst, wenn sie in direkten Kontakt mit einer Ortsgruppe gekommen sind, bzw. sehen, daß dort auch regelmäßige Arbeit stattfindet. Bei der gesamten Werbearbeit der IB sollte man sich an der Hauptzielgruppe orientieren. Diese besteht aus der deutschen und studentischen Jugend und gut integrierten Gesellschaftstypen, Personen, die bereits oder zukünftig über „großen“ gesellschaftlichen Einfluss verfügen (Cliques/ Vereine/ Politiker/ Lehrkräfte/ etc.).

### **Gib Aufgaben ab**

Um die Arbeit zu professionalisieren und Einzelpersonen zu entlasten ist eine sinnvolle Aufgabenverteilung zwingend erforderlich. Dies führt auch zu einer besseren Einbindung der Mitglieder. Es gibt fünf Arbeitsbereiche die innerhalb jeder Orts- und Regionalgruppe ab zu decken sind und auf die sich entsprechend Aufgaben verteilen. Zu Beginn bei geringer Aktivistenanzahl sind die Aufgaben gemäß Dringlichkeit auf die vorhandenen Aktivisten auf zu teilen.

### **Beispielaufteilung**

#### **1) Ortsgruppenleiter:**

Der Ortsgruppenleiter sollte sich vorrangig um die Organisation regelmäßiger Treffen und Vergabe der anfallenden Aufgaben kümmern.

#### **2) Finanzen:**

Auch Ortsgruppen sollten für kleinere Ausgaben und "Strafzahlungen" eine Kasse einrichten. Er hat die Aufgabe die Kasse zu verwalten, Kosten zu planen, Ausgaben zu dokumentieren, Geld bei dem Stammtisch einzusammeln.

#### **3) Medien:**

Um den Aktivismus auch entsprechend medial verbreiten zu können, ist ein das Erstellen von Einladungen und eine einfache Bildnachbearbeitung erforderlich. Es sollte sich in jeder Ortsgruppe daher einer diese Fähigkeiten aneignen. Vor Veröffentlichung von Bildmaterial u.ä. ist Inhalt und Qualität mit der Regional-/ Bundesleitung abzustimmen. Aufgaben wären Bildbearbeitung, Bildaufnahmen bei Aktionen/Veranstaltungen, erstellen der Facebookgrafik für den Stammtisch

#### **4) Aktivismus und Lagerplatz:**

Die aktivistische Arbeit einer jeden Gruppe bedarf einer Planung. Es geht innerhalb der Ortsgruppen vorwiegend um einen wöchentlichen Rahmenaktivismus (auch gemeinsamer Sport und Ausflüge). Dies zu planen ist seine Aufgabe. Zusätzlich lagert er das Basismaterial der Ortsgruppe an einem sicheren Ort und sorgt dafür, dass immer Material vorhanden ist.

#### **5) Verwaltung:**

Er hat die Aufgabe das Postfach der Mailadresse regelmäßig zu prüfen und wichtige Meldungen weiterzuleiten. Ebenso verwaltet er die Interessenten und trifft sich ggf. mit ihnen.

# VERTRAG ÜBER DIE DURCHFÜHRUNG UND VERARBEITUNG EINES INTERVIEWS

Datum und Ort des Interviews: \_\_\_\_\_

Interviewende/r: \_\_\_\_\_

Interviewter: \_\_\_\_\_

Der/die Interviewende verpflichtet sich, bei der Durchführung, Auswertung und Verarbeitung des Interviews folgende Vereinbarungen einzuhalten:

- Sich vor dem Interview gründlich mit der Identitären Bewegung und ihren Zielen auseinanderzusetzen. Gerne werden hierzu Ressourcen zur Verfügung gestellt.
- Das Interview in der folgenden Form auszuwerten und die Ergebnisse in der folgenden Form zu veröffentlichen:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Bei dem Interview erhobene Informationen über die Person der Interviewten dürfen weder an Dritte weitergegeben, noch in Publikationen veröffentlicht werden. Es dürfen keine Rückschlüsse auf die Person der Interviewten möglich sein.
- Die Interviewten fertigen einen eigenen Mitschnitt des Interviews an. Je nach Vorgehen des Interviewende handelt es sich dabei um eine Audio- oder eine Filmaufnahme.
- Eine neutrale und offene Berichterstattung vorzunehmen.
- Vor der Veröffentlichung den Interviewten Einsicht in die Publikation zu gewähren. Dies soll keine parteiische Einflussnahme in die Berichterstattung herstellen, sondern die Möglichkeit, auf faktische Missverständnisse hinzuweisen. Selbstverständlich bleibt es dem/der Interviewenden selbst überlassen, ob er entsprechende Hinweise in seiner Publikation tatsächlich umsetzt. Mit dieser Vereinbarungen möchten wir aktiv die neutrale und wahrheitsgetreue Berichterstattung in den Medien unterstützen.
- Keine Fragen zu folgenden Themen zu stellen:  
(Rechtlich relevante Aktionen, Persönliche Angaben der Interviewten)

Unterschrift der/des Interviewenden:  
\_\_\_\_\_

# IDENTITÄRE BEWEGUNG SCHWABEN

## AKTIVISTENFRAGEBOGEN

### Warum erhältst Du einen Fragebogen?

Mit diesem Fragebogen wollen wir Dich etwas besser kennenlernen. Wir wollen mehr über deine persönlichen Einstellungen erfahren und wissen wo Du deine Stärken siehst und wie Du Dich bei uns einbringen könntest. Der Fragebogen ist völlig unpersönlich gehalten, Es werden keine Angaben über Anschrift o.ä. abgefragt. Er wird beim nächsten Treffen kurz mit Deinem Ortsgruppen- oder Regionalleiter durchgesprochen und Dir anschließend zurückgegeben oder weggeworfen.

- 1) Wie bist Du auf die Identitäre Bewegung aufmerksam geworden?
  
- 2) Warst Du bereits vorher politisch aktiv? Falls „Ja“, in welcher Organisation?
  
- 3) Wie ist Deine Position zu anderen Organisationen wie z.B.: III. Weg, NPD, Die Rechte, AfD?
  
- 4) Wo siehst Du Deine persönlichen Stärken? (Rhetorik, Bücher, Selbstverteidigung, Sport, Musik, Fotografie, Grafik, Basteln, Schreiben, Organisieren)
  
- 5) In welchem Bereich könntest Du Dich in deiner Ortsgruppe aktiv einbringen?
  
- 6) Wie stehen Deine Freunde und Familie zu Deiner Einstellung?
  
- 7) Wie war Dein erster Eindruck von Deiner Orts- und Regionalgruppe?  
Was können wir in Zukunft verbessern um diesen zu verbessern?
  
- 8) Wo erkennst Du noch Schwachstellen bei der Identitären Bewegung?
  
- 9) Wo siehst Du dich in 2 Jahren innerhalb der Bewegung?



**Weil**

**wir**

**handeln!**



**PERSONENBLATT**

Vorname

Nachname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Beruf/Fähigkeiten/Unterstützungsmöglichkeiten

Geburtsdatum

Telefon

E-Mail

**UNTERSTÜTZEN**

Ich fördere die Identitäre Bewegung BY mit  10  20  50  100  \_\_\_\_\_ Euro im Monat und beantrage, als Unterstützer anerkannt zu werden sowie Informationen über aktuelle Veranstaltungen zu erhalten. Zu diesem Zweck darf ab dem \_\_\_\_\_ der vorgenannte Betrag jeweils im Rahmen eines SEPA-Basislastschriftmandats zum 15. eines jeden Monats von nachstehender Bankverbindung abgebucht werden. Die Erteilung, wie auch die Kündigung dieses Lastschriftmandats ist schriftlich an den nachstehend näher bezeichneten Spendenempfänger zu richten.

(Spendenempfänger: Identitäre Bewegung BY Ulmenstraße 4 in 82166 Gräfelfing)

Kontoinhaber

IBAN

BIC

Kreditinstitut

Ort, Datum

Unterschrift

**Unterstützer werden**

**Identitäre Bewegung Bayern**

# IDENTITÄRE BEWEGUNG SCHWABEN AKTIVISTENFRAGEBOGEN

## Warum erhältst Du einen Fragebogen?

Mit diesem Fragebogen wollen wir Dich etwas besser kennenlernen. Wir wollen mehr über deine persönlichen Einstellungen erfahren und wissen wo Du deine Stärken siehst und wie Du Dich bei uns einbringen könntest. Der Fragebogen ist völlig unpersönlich gehalten. Es werden keine Angaben über Anschrift o.ä. abgefragt. Er wird beim nächsten Treffen kurz mit Deinem Ortsgruppen- oder Regionalleiter durchgesprochen und Dir anschließend zurückgegeben oder weggeworfen.

- 1) **Wie bist Du auf die Identitäre Bewegung aufmerksam geworden?**
  
- 2) **Warst Du bereits vorher politisch aktiv? Falls „Ja“, in welcher Organisation?**
  
- 3) **Wie ist Deine Position zu anderen Organisationen wie z.B.: III. Weg, NPD, Die Rechte, AfD?**
  
- 4) **Wo siehst Du Deine persönlichen Stärken? (Rhetorik, Bücher, Selbstverteidigung, Sport, Musik, Fotografie, Grafik, Basteln, Schreiben, Organisieren)**
  
- 5) **In welchem Bereich könntest Du Dich in deiner Ortsgruppe aktiv einbringen?**
  
- 6) **Wie stehen Deine Freunde und Familie zu Deiner Einstellung?**
  
- 7) **Wie war Dein erster Eindruck von Deiner Orts- und Regionalgruppe?  
Was können wir in Zukunft verbessern um diesen zu verbessern?**
  
- 8) **Wo erkennst Du noch Schwachstellen bei der Identitären Bewegung?**
  
- 9) **Wo siehst Du dich in 2 Jahren innerhalb der Bewegung?**

# Antrag auf Fördermitgliedschaft



**IDENTITÄRE BEWEGUNG**

Identitäre Bewegung Deutschland e.V.  
Postfach 99 02 01  
90269 Nürnberg

Hiermit beantrage ich die Aufnahme als Fördermitglied in die Identitäre Bewegung Deutschland e.V.

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_ PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
Geburtsdatum: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_  
IB-Regionalgruppe: \_\_\_\_\_ (wenn bekannt)

Ich zahle meinen Mitgliedsbeitrag in folgender selbstgewählter Höhe:

- 10 € pro Monat (erbeten von Berufstätigen)  
 5 € pro Monat (erbeten von Schülern, Studenten, Rentnern etc.)  
 \_\_\_ € pro Monat

und zwar per Lastschriftverfahren.

Meine Mitgliedschaft wird mit Erhalt der schriftlichen Aufnahmebestätigung wirksam. Zum Ersten des Folgemonats wird der Mitgliedsbeitrag zum ersten Mal fällig. Ich weiß, daß ich jederzeit mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten aus dem Verein austreten kann. Zudem weiß ich, daß meine persönlichen Daten ausschließlich zu Verwaltungszwecken des Vereins verwendet werden und stimme dem zu.

Ort, Datum

Unterschrift

## SEPA-Lastschriftmandat

Gläubiger-Identifikationsnummer: DE4ZZZ00001457220

Mandatsreferenz: wird mit der schriftlichen Aufnahmebestätigung mitgeteilt

Ich ermächtige die Identitäre Bewegung Deutschland e.V., Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von der Identitäre Bewegung Deutschland e.V auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen.

Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_ PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
IBAN (bzw. Kontonr. und BLZ): \_\_\_\_\_

Datum und Ort

Unterschrift

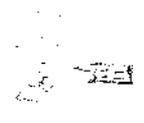
0

Burgweine

Ausgang 2019

Montz

→ Richtung Barmstedt



Postamt

Café (Mitt)

Kleinste Bucht

Postamt

Postamt



0

Postamt

Postamt

Postamt

Postamt

Postamt

Postamt

← Richtung Mönche

Postamt

**BKL Baukran Logistik GmbH**

München: 0049 (0)8121 2248-0

Frankfurt: 0049 (0)69 1534784-0

Hannover: 0049 (0)5171 98809-60

E-Mail: [info@bkl.de](mailto:info@bkl.de)

[www.bkl.de](http://www.bkl.de)



# Aktionsplanung

1. Ziel der Aktion festlegen --> was soll erreicht werden?

- Bekanntheit der Bewegung, Umdenken der Mitbürger, Gruppengefühl stärken

2. Aktionsidee ausarbeiten --> wie soll die Aktion aussehen?

- sorgfältig vorbereiten, gedanklich durchspielen

3. Benötigte Materialien, Menschen und Maschinen

- Leute müssen spontaner werden, gedanklich den Ablauf durchspielen

4. Eventualitäten einplanen --> was wird gemacht wenn...?

- Leute pöbeln = ruhig bleiben, versuchen zu vermitteln, lange  
Diskussionen vermeiden

- die Polizei kommt = ruhig bleiben, alles zusammenpacken, Gruppe  
auflösen, nichts beantworten bzgl. der  
Aktion, keinen  
Versammlungsleiter nennen

- Leute filmen = nicht provozieren lassen, es muss jedem klar  
sein, das er in der Öffentlichkeit steht

5. Aufgabenverteilung/Aktionsbesprechung --> wer macht was und ist für was verantwortlich?

- strukturierte Einteilung der Teilnehmer

6. Welche Infos sind für die Aktivisten wichtig?

- Rechtliches, Ablauf der Aktion, Infos und Treffpunkte absprechen

7. Rechtliche Relevanz → Aktivisten unterrichten

- Teilnahme an Rechtschulungen

8. Nachbearbeitung → was war gut, was nicht?

- Verbesserung der Aktionsplanung, Anregung einholen



## Checkliste zur Hausdurchsuchung (HD)

1. Bewahre Ruhe
2. Rufe sofort eine gut erreichbare Person an und benachrichtige die Gruppe
3. Speicherkarten verstecken
4. Die Polizei steht vor der Tür:
  - frage, gegen wen richtet sich die HD?
  - frage, was ist der Grund des Durchsuchungsbeschlusses?  
( möglichst durch Freisprechanlage oder Türkette)
  - verlange einen Durchsuchungsbeschluss und lies ihn in Ruhe durch.  
Lass dir unbedingt eine Kopie geben, (Bei dem Grund: "Gefahr in Verzug" gibt es keinen Beschluss.)
  - erfrage Name und Dienstnummer des Einsatzleiters.
5. Lege Widerspruch gegen die Durchsuchung ein und lass dies protokollieren.
6. Verlange, dass nur unter den Augen der Beschuldigten oder ihrer Zeugen durchsucht wird  
(ein Raum nach dem anderen, nicht alle gleichzeitig)
7. Keine Aussagen machen!! Keine Gespräche mit den Beamten! (Auch Zeugen müssen vor Ort ohne Anwalt keine Aussagen machen.)
8. Pass auf! Durchsucht werden dürfen nur die im

Durchsuchungsbeschluss genannten Räume.

Verhindere die Durchsuchungen andere Räume.

(Räume von Mitbewohner.... dürfen nicht durchsucht werden!)

Leg Widerspruch ein. Verlange die Versiegelung der beschlagnahmten Papiere und Notizen.

Nur die Staatsanwaltschaft darf vor Ort lesen, aber kein Beamter.

9. Die Polizei muss die ein Durchsuchungsprotokoll aushändigen, in dem die beschlagnahmten

Dinge genauestens aufgelistet sein müssen (kontrolliere das in Ruhe).

Die Beamten

und die von ihnen mitgebrachten Zeugen müssen unterschreiben. (Du

NICHT)

Wenn nichts beschlagnahmt wurde, muss auch das schriftlich bestätigt werden.

*Haus Durchsuchung*  
**Nach der HD**

- Gedächtnisprotokoll schreiben
- Einspruch über Anwalt einlegen
- Schadensbilanz erstellen
- Bedenke, dass Abhöranlagen angebracht worden sein könnten

## Problematik Aktionen

Problem: - kein Verantwortlicher bzw. "Erfahrener"

Ursache: - Geringer Personalstand, Delegation findet nicht statt,  
Verantwortungsdiffusion

Lösung: - Zielstrebiges Einteilen der Aktivisten z.B. Materialwart, Fotobeauftragter

Problem: - geringe Bereitschaft der "Vielen"

Ursache: - allgemeine Problematik des "Nicht - Angesprochen - Fühlen" (Chat)

Lösung: - notorische Mitleser im Chat und Aktivisten mit mangelndem Interesse  
wieder

ausschließen

Problem: - Schlechte Planung, Vorbereitung, Durchführung

Ursache: - Unerfahrenheit/Umwissenheit des Organisators, Zeitdruck (spontane  
Aktionen),

keine klaren An-/Absprachen

Lösung: - klare Aufgabenverteilung durch Verantwortlichen, Unterstützung durch die  
ganze Gruppe

Problem: - Materialbeschaffung langwierig

Ursache: - Ansprechpartner fehlen (Druckerei,...), Wissen fehlt wo was zu beschaffen  
ist

Lösung: - Kontakte zu 1% bzw. Sven nutzen, Ortsgruppen versorgen sich selber mit Material

(Stoff, Spraydosen...),

Problem: - Finanzierung

Ursache: - Möglichkeiten werden nicht ausgeschöpft (1%, Fahrtkostenabrechnung, Spender, Ortskasse)

Lösung: - Aktivisten werden Fördermitglieder, Ortskasse anlegen um selbstständig Material

einzukaufen

## Umgang mit Polizei und Geheimdiensten

Die Gewalten im politischen System der BRD

Jedes politische System kennt drei Arten von Gewalten die gesetzgebende, die ausführende und die rechtsprechende Gewalt. Diese dienen zur Regelung der Angelegenheiten der Mitglieder dieses Systems.

In einer Demokratie sind diese Gewalten streng voneinander getrennt. In der BRD überlagert die gesetzgebende Gewalt die beiden anderen, was als Gewaltenverschränkung bezeichnet wird. Für die oppositionellen Kräfte in der BRD ist in diesem Zusammenhang besonders bedeutsam, dass die gesetzgebende Gewalt vor allem durch ihre Möglichkeit Personalpolitik betreiben zu können, die beiden anderen Gewalten zunehmend gleichschalten.

Da die gesetzgebende Gewalt in der BRD unkontrolliert ist, gelang es kleinen Gruppen von Stalinisten diese Gewalt zu unterwandern. Hier ist die Ursache für die in jüngster Zeit zu beobachtende extremistische Gesetzgebung zu sehen.

Weil der Feind die nationalistische Opposition mit allen drei zusammengefaßten Gewalten verfolgt, muss bei jeder Gelegenheit von den Oppositionsgruppen abgewogen werden, ob von unserer Seite aus Maßnahmen eingeleitet werden sollen, die geeignet sind das Regime zu destabilisieren.

### Verhalten bei Durchsuchungen

1. Durchsuchungsbefehl zeigen lassen und durchlesen

2. Nur die im Befehl bezeichneten Orte dürfen durchsucht werden.
3. Bei der Durchsuchung hat der Betroffene das Recht anwesend zu sein.
4. Der Betroffene hat das Recht auf die Anwesenheit von Zeugen zu bestehen.
5. Der Betroffene hat das Recht einen Anwalt zu verlangen.
6. Nach der Durchsuchung muss durch die Polizei am Ort ein Protokoll verfasst werden
7. Werden Gegenstände beschlagnahmt muss eine Liste davon angefertigt werden
8. Weder Liste noch Protokoll muss unterschrieben werden.
9. Wird der bezeichnete Gegenstand herausgegeben entfällt der Durchsuchungsgrund.

## ② Vorladung durch die Polizei *(ist zu lesen ob Beschuldigte oder Zeuge)*

1. Einer polizeilichen Vorladung muss nicht gefolgt werden. *Anwalt auch über 1%*  
*(Nur bei Gerichtlicher oder Staatsanwalt besteht Zwang) Keine Aussage ohne Anwalt*
2. Landet jemand bei der Polizei muss er nur Aussagen zur Person machen.

- Name, Vorname
- Straße, Hausnummer, Ort
- allgemeine Berufsbezeichnung (Schüler, Angestellter...)
- bei Minderjährigen, die Erziehungsberechtigten

3. Es wird nie eine Aussage gemacht und nichts unterschreiben.

4. Es werden keine "Privatgespräche" mit Polizisten oder Staatsanwälten

*geführt*



geführt.

*Erkennungsdienstliche (Fotos, Fingeraufdrücke)*

### **ED-Behandlung**

Eine Aufforderung zur ED ist Folge zu leisten. Es werden wiederum nur die notwendigen Aussagen zur Person gemacht. Es wird nichts unterschrieben und es werden gleichfalls keine "Privatgespräche" geführt.

③

### **Vernehmung durch die Polizei**

Ihr seid festgenommen worden und werdet nun vernommen:

1. Es wird kein Gespräch geführt.
2. Die Polizei ist verpflichtet den Grund der Festnahme zu nennen.
3. Vom Recht die Aussage zur Sache zu verweigern ist unbedingt Gebrauch zu machen.

Damit die Verfolgten sich selbst in die Pfanne hauen, hat die Polizei einige schmutzige Tricks:

1. Die Festgenommenen werden ohne Rechtsbelehrung in ein Gespräch verwickelt.
2. Die Festgenommenen werden angeschrien um sie zu provozieren.
3. Die Festgenommenen werden wechselseitig angeschrien und ruhig angesprochen.



4. Die Festgenommenen werden gefoltert,
5. Den Festgenommenen werden wechselseitig Geständnisse der anderen präsentiert.
6. Den Festgenommenen wird, wenn sie ihre Rechte verlangen mit dem Haftrichter gedroht.
7. Minderjährige werden im Beisein der Eltern verhört.

### **Spitzelwesen und Provokateure**

Die Staatspolizei verwendet im allgemeinen keine Spitzel. Sie gewinnt ihre Informationen aus Gesprächen und Verhören.

Dagegen benutzen die Spionagedienste der BRD fast ausschließlich Spitzel. Häufig wird der Kontakt bei der Bundeswehr vom MAD aufgenommen und die Angeworbenen anschließend an den VS weitergegeben.

Ein Anwerbeversuch kann am erfolgreichsten abgewehrt werden, in dem beim ersten Gesprächsversuch der Spione verdeutlicht wird, dass kein Interesse an einer Spitzeltätigkeit besteht, weil die Spionagedienste lediglich das Regime "schützen", aber dadurch den Staat uns alle gefährden.

### **Einige Hinweise zum Erkennen von Provokateuren:**

1. Der Provokateur trifft in der Regel als Hypernationalsozialist in Erscheinung.
2. Er versucht Kameraden für NS-Gruppen abzuwerben.
3. Er bietet Schußwaffen und Sprengstoff an.
4. Er versucht die Gruppe in militante oder terroristische Aktionen zu

*verwickeln*

## WIE STELLE ICH EIN BANNER HER?

### **Was du brauchst**

Ein Banner, ein Rechner mit Photoshop, ein Beamer, Bleistift oder Kugelschreiber, Pinsel und Farbe. Die Graphik auf deinem Rechner und das Banner auf der Straße sind zwei völlig unterschiedliche Dinge, denn deine Graphik mag schön sein, aber das Banner so richtig schlecht. Das Banner sollte einfach bleiben und nicht überladen werden. Der Spruch oder der Hauptpunkt sollte allen auf den ersten Blick einleuchten: Fußgängern, Touristen und Autofahrern.

*Das beste Banner besteht aus einem Spruch, einem Bild und einem Wiedererkennungszeichen.*

### **Schritt 1 – Wie wird dein Banner eingesetzt?**

- Für eine bestimmte Aktion (Demonstration etc.) solltest du ein Stoffbanner herstellen.
- Ein Banner, das wiederholt eingesetzt wird – etwa das Banner der nationalen Bewegung oder einer regionalen Gruppe – solltest du auf einer Plane drucken

### **Schritt 2 – Erstelle eine Photoshop-Graphik**

Frag nach Hilfe, wenn du sie brauchst, denn die Graphik muss richtig professionell aussehen. Benutze Farben mit einem guten Kontrast – vermeide etwa Geld auf weißem Hintergrund. Vergiss nicht, das Banner mit dem Logo oder dem Namen der Bewegung zu versehen.

*Tipp: Bevor du anfängst, die Graphik und das Banner für eine neue Aktion herzustellen, frag den Leiter deiner Gruppe, ob es zur Corporate Identity der Bewegung passt.*

### **Schritt 3 – Benutze den Beamer**

Klebe dein Banner an eine Wand oder andere flache Oberfläche. Beame die Graphik ans Banner.

*Tipp: Pass genau auf, dass dein Banner senkrecht hängt. Hängst es nur ein paar Zentimeter schräg, so sieht das ganze extrem schlecht aus. Benutze kein braunes Klebeband, denn es hinterlässt Spuren.*

### **Schritt 4 – Zeichne dein Banner**

Zeichne die Umriss deiner Graphik auf dem Banner. Wenn du einen Bleistift benutzt, muss er schmal sein, damit du keine großen Linien auf dem Banner zeichnest.

*Tipp: Bevor du das Banner von der Wand runternimmst, prüfe, dass alle Linien gezeichnet wurden, damit du es nicht nochmals aufhänge musst.*

### **Schritt 5 – Ausfüllen**

Benutze mehrere Pinseln: schmale für die Feinarbeit und breite fürs grobe Ausfüllen. Für großflächiges Ausfüllen, benutze einen Farbroller. Wenn du Farbe kaufst, frag den Verkäufer nach der richtigen Farbe für den Stoff/die Plane. Pass genau auf die Farben auf, denn es steht nicht immer genau drin, was drauf steht. Benutze nicht zu viele Farben für ein einziges Banner.

*Tipp: Für die besten Ergebnisse, gerade bei Graphiken mit mehreren Formen, solltest du Malerlebeband benutzen. Klebe die Umriss ab, male drüber und lasse einige Minuten zum Trocknen, bevor du das Klebeband abziehst.*

### **Schritt 6 – Trocknen und letzte Schritte**

Das Banner muss über Nacht trocknen. Prüfe, ob du irgendetwas vergessen hast, besonders bei den kleinen Details. Wenn die Farbe den Stoff nicht richtig abdeckt, male noch einmal drüber.

## VERHALTEN GEGENÜBER DER PRESSE

### *Bei einer Aktion*

#### *Vor der Aktion*

- **Daten über die Presse anlegen und benutzen**

Kontaktiere gut bekannte Veröffentlichungen. Nimm Visitenkarten von den Journalisten, die du triffst.

- **Pressemitteilung versenden**

Schick, womöglich, eine Ankündigung der Aktion 5-7 Tage vorher per E-Mail an die Presse. Lege die Aktion nicht auf einen Samstag, wenn du in den unabhängigen Zeitungen stehen willst. Ihre Journalisten arbeiten oft nicht am Wochenende.

- **Kontakt zur Presse pflegen**

Schick eine zusätzliche E-Mail 2 Tage vor der Aktion, und kontaktiere die Presse telefonisch einen Tag vor der Aktion und am Tag des Geschehens. Stelle die Fragen: *Haben Sie unsere E-Mail bekommen? Ist jemand für den Bericht zuständig?*

#### *Während der Aktion*

- **Journalisten empfangen**

Immer dableiben.

Vergiss nie, den Journalisten (den leitenden, falls mehrere anwesend) vor Ort zu fragen, für wen er berichtet.

Betone dein Anliegen nach dem Muster: »Wir sind da um x zu erreichen, weil y.«

- **Aufpassen!**

Sieh zu, dass alle sich richtig verhalten.

Sei höflich, aber übe einen sanften Druck auf die Journalisten aus.

Wenn du darüber entscheidest, ob und wie du eine Anfrage annimmst, ist es wichtig, mit *wem* die Journalisten ein Gespräch führen dürfen.

#### *Nach der Aktion*

- **Nachbereiten**

Setz dich mit den neuen Journalisten in Kontakt.

Wo notwendig, informiere die Journalisten über die Bewegung und gebe ihnen eine Visitenkarte der IB.

Wenn du nicht mit dem Beitrag zufrieden bist, kontaktiere die Veröffentlichung und fordere eine Richtigstellung.

### *Bei einer Pressekonferenz*

#### *Vor der Pressekonferenz*

- **Daten über die Presse anlegen und benutzen**

Kontaktiere gut bekannte Veröffentlichungen. Nimm Visitenkarten von den Journalisten, die du triffst.

- **Kontakt zur Presse pflegen**

Schick eine zusätzliche E-Mail 2 Tage vor der Aktion, und kontaktiere die Presse telefonisch einen Tag vor der Aktion und am Tag des Geschehens. Stelle die Fragen: *Haben Sie unsere E-Mail bekommen? Ist jemand für den Bericht zuständig?*

- **Pressemitteilung versenden**

Schick, womöglich, eine Ankündigung der Aktion 5-7 Tage vorher per E-Mail an die Presse. Lege die Aktion nicht auf einen Samstag, wenn du in den unabhängigen Zeitungen stehen willst. Ihre Journalisten arbeiten oft nicht am Wochenende.

- **Standort vorbereiten**

Ernenne einen Verantwortlichen für Fotos und soziale Medien, der direkt mit dem Hashtag der Journalisten schreibt.

- **Pressemitteilung verbreiten**

Physisch und digital

**Während der Pressekonferenz**

- **Medien**

Technische Funktionsprüfung durchführen

**Nach der Aktion**

- **Nachbereiten**

Setz dich mit den neuen Journalisten in Kontakt.

Wo notwendig, informiere die Journalisten über die Bewegung und gebe ihnen eine Visitenkarte der IB. Wenn du nicht mit dem Beitrag zufrieden bist, kontaktiere die Veröffentlichung und fordere eine Richtigstellung.

### ***MUSTER EINES SCHREIBENS ZUR GEGENDARSTELLUNG***

Sehr geehrter Herr Chefredakteur / Sehr geehrte Frau Chefredaktuerin,

in der Ausgabe vom 18. April 2013 haben Sie auf der Seite 12. einen Beitrag veröffentlicht unter dem Titel »Angriff auf den Bürgermeister: Das Video der Identitären«, in dem meine Person und die Bewegung, die ich leite, nachteilig dargestellt werden. Hiermit fordere ich mein laut Paragraph [...] gegebenes Recht ein, folgende Gegendarstellung veröffentlichen zu lassen:

Ihr Beitrag vom Donnerstag, den 18. April 2013 erschien unter dem Titel »Angriff auf den Bürgermeister: Das Video der Identitären«, wobei im Beitrag selbst nichts von einem Angriff zu lesen ist. Der Leser möge sich eine eigene Meinung zu dem Geschehen bilden, indem er sich das Video auf unserer Webseite [...] anschaut. Christian Estrosi seinerseits schminkt sich mit einem angeblichen Opferstatus, um von dem eigentlichen Thema abzulenken: Er unterstützt den Bau neuer Moscheen in unserer Stadt, und davon sind des inzwischen 18 Stück. Die Bürger von Nice haben das Recht auf eine klar Debatte um dieses Thema, um den Bau neuer Moscheen im Osten von Nice und andernorts. Darauf hinzuweisen, dass die staatliche Subventionierung neuer Moscheen eindeutig gegen die Neutralität des Staates verstößt, und die eigene Identität zu verteidigen, hängen keineswegs mit der »Islamophobie« zusammen, wie in Ihrem Beitrag behauptet.

Mit freundlichen Grüßen  
Phillipe Vardon

## **MUSTER EINER PRESSEMITTEILUNG**

### **GRÜNDUNG DER GRUPPE »ISLAMISATION BASTA«**

Gegründet von Bürgern, die sich gegen den Bau einer neuen Großmoschee in Roquebillière (Nice-Ost) wehren, wird die Gruppe »Islamisation Basta!« sich der Verbreitung neuer muslimischer Glaubenszentren in unserer Stadt widersetzen. In dieser Pressemitteilung werden die Gründer unserer Gruppe, ihre konkreten Maßnahmen und ihre Forderungen vorgestellt.

#### **Gründer**

- Thierry Venem (Kandidat für *Front National* in den Kantonalwahlen von 2011 und Vertreter von Gaël Nofri (Mitglied des Stadtrats) in den Parlamentswahlen von 2012)
- Christian Desneiges (Vertreter von *Riposte Laïque / Säkulare Antwort* in den Seealpen)
- Héléne Garboul (Generalsekretärin von *L'Entente Républicaine / Das Bündnis der Republik* ) sowie der Präsident Jacques Peyrat
- Nicolas Zahar (Vertreter der *Union de Défense des Chrétiens d'Orient / Union für die Verteidigung der Christen im Orient*)
- Héléne Dejoux (Vertreterin von SIEL, einer Partei für Souveränität, und *Rassemblement Bleu Marine* von Marine Le Pen)
- Grégoire de Linares (Vertreter von *Génération Identitaire Nice*)
- Pierre-Vincent Lambert (Präsident der *Association de Défense de la Laïcité / Organisation für die Verteidigung der Säkularität*)
- Maryline Canovas-D'Argelier (Generalsekretärin von RPF 06)
- Phillipe Vardon (Präsident von *Nissa Rebel*)

#### **Maßnahmen**

Die Gruppe ergriff Rechtsmittel gegen die Entscheidung, wodurch der Vertrag zwischen dem öffentlichen Vermieter und der islamischen Gemeinde über den Bau einer neuen Großmoschee in Roquebillière zustande kam. Diese juristische Maßnahme folgt dem Beispiel unserer früheren gegen die Moschee in der Rue de Suisse, in der die Frau Lambert uns vertrat.

#### **Forderungen**

Unsere Gruppe fordert...

- einen Baustopp für islamische Glaubenszentren in unserer Stadt
- eine Volksbefragung auf Stadtsebene zum Bau neuer Moschee und zur Erweiterung existierender
- einen sofortigen Stopp öffentlicher Hilfe egal welcher Form an islamische Gruppen
- ein Totalverbot fremder oder intransparenter Finanzierung von Moscheen

## **FLÜGBLÄTTER VERTEILEN**

### **Vorbereitung**

Teile jedem aus deiner Gruppe eine klare Rolle zu: Beobachter, Leiter, Sicherheit. Erkläre der Gruppe, wo es hingehet und welchen Schwierigkeiten man begegnen könnte (sei es Gymnasium, Uni oder U-Bahn-Station, jeder Standort ist anders). Wähle keine Orte, wo die Situation eskalieren könnte. Wechsle deine Verteilungsorte ab und wähle keinen Ort mehr als zweimal im Jahr, es sei denn, es gibt einen besonderen Anlass dazu.

### **Druck**

- Frage bei mehreren professionellen Druckern nach, da ihre Preise sich unterscheiden können
- Drucke mindestens 500 Flugblätter
- Gehe sicher, dass »keinen Abfall hinterlassen« draufsteht
- Schick die Datei deines Flugblatts an mehrere Aktivisten, damit man sie immer parat hat.
- Du solltest meistens die Standard-Flugblätter benutzen. Wenn du ein besonderes Flugblatt anlässlich eines spezifischen Ereignisses gestalten willst, solltest du den Zuständigen aus der national Leitung erstmals rüberschauen lassen.

### **Kenne dein Flugblatt; weiß es zu erklären**

Auch wenn die meisten dem Flugblatt keine Aufmerksamkeit schenken, können einige Fragen stellen. Vergiss nicht, dass du ein »lebendiges Flugblatt« bist. Du musst sie überzeugen.

### **Wähle den richtigen Zeitpunkt**

Am Morgen ist der beste Zeitpunkt. Man redet dann während des Tages darüber.

### **Ausstrahlung**

Da du ein »lebendiges Flugblatt« bist, müssen dein Aussehen, dein Lächeln und deine Höflichkeit die Menschen verführen. Unser natürliches Publikum – junge europäische Männer – sucht eine Gemeinschaft, die ihnen Schutz bietet. Sag »Servus«, »Tschüss« u.s.w., wie man das höflich tut.

### **Ein Ziel: Kommunikation**

Bring eine Kamera mit. Deine Fotos müssen in Hochoauflösung sein. Fotografiere die Aktivisten beim Verteilen und das Lächeln der Passanten, die mit ihnen reden.

Wenn die Bedingungen vor Ort es zulassen, bring einen Tisch, Mitgliedsanträge und eine Lambda-Fahne mit.

### **Wie viele Aktivisten bringe ich mit?**

**Mindestens 4-3**, die verteilen, sowie ein Beobachter, der auch fotografiert

Bring mehr Aktivisten mit, wenn du kannst. Die Anzahl kommt auch auf den Kontext an: Inhalt, Zielgruppe und Standort

### **Wie lange verteile ich?**

15-20 Minuten. Bleib nicht zu lange stehen. Wenn du mehr Zeit hast, ziehe weiter.

Auch wenn du noch Flugblätter dabei hast, bleib nicht da. Lerne, wann du aufhören solltest, beispielsweise wenn sich eine Menschengruppe sammelt, oder wenn jemand sich euch anschaut und einen Anruf tätigt.

**Die Aktivisten stellen die Verteilung langsam ein und verlassen den Ort ZUSAMMEN** und entspannt. Eine vorher ernannte Person sammelt alle Aktivisten und Flugblätter ein. Lass die Flugblätter nicht auf dem Boden liegen; das könnte einige Menschen stören.

### **Der Beobachter**

Er hält sich auf Distanz, aber behält möglichst jeden Aktivist im Blick. Wenn er etwas ungewöhnliches sieht, benachrichtigt er den Leiter, der sich entscheidet, ob die Verteilung eingestellt wird oder nicht.

### **Reaktionen der Passanten**

Wenn jemand dich nicht anschaut, fast beleidigt oder kein Flugblatt will...

- bleib entspannt, lächle und sei höflich.

Wenn jemand das Flugblatt nimmt und direkt auf den Boden wirft...

- hebe es einfach auf, damit keine Flugblätter auf dem Boden rumliegen.

Sollten Schwierigkeiten entstehen...

- bedeutet das, dass der Beobachter und der Leiter sich nicht richtig verständigt haben. Das darf nicht passieren. Die Konsequenzen können schwerwiegend sein, nicht nur für dich, sondern auch für die Bewegung.
- Wenn ein Aktivist geschubst wird, gehen alle zu ihm hin, um die Situation zu beruhigen, sammeln die Flugblätter und verlassen den Ort. Bleib womöglich sauber. Wenn nicht, mach deine Arbeit.

Wenn jemand (kein) Interesse zeigt und zu viele Fragen stellt...

- Antworte ihm, während du weiter verteilst. Hört er nicht auf, weise ihn auf die Kontaktmöglichkeiten über die Webseite hin und/oder nimm seine Telefonnummer auf / gib ihm deine Telefonnummer.

## ***DIE RICHTIGEN PAROLEN UND BILDER FINDEN***

»Was ist der überlebensfähigste Parasit? Ein Bakterium? Ein Virus? Ein Magenwurm? Eine Idee. Überlebensfähig... hochansteckend. Wenn eine Idee sich einmal im Gehirn festgesetzt hat, kann man sie fast unmöglich vernichten. Eine Idee, die ganz ausgebildet ist – ganz durchdacht – die bleibt irgendwo da drin stecken.

### **Den Mainstream erreichen**

Die IB ist eine metapolitische Kraft, die versucht, Ideen, Parolen und Bilder in das metapolitische Feld zu führen. Mit Aktionen schaffen wir einen medialen Hype und eine Viralität, die unsere Parolen und Bilder so schnell und breit wie möglich streuen. Die ganze Arbeit, die wir in eine Aktion reinstecken, wird nutzlos, wenn die Bilder, die es transportiert, nicht klar und von guter Qualität sind.

Wir müssen Wörter und Bilder wählen, die der Mehrheit gefallen und für sie verständlich sind. Es handelt sich hier nicht um die Aufkleber von einer Hooligan-Gruppe etwa. Sie kommen aus einer Subkultur und sind an eine Subkultur gerichtet. Wir wollen das Volk erreichen. Die Bilder und Wörter, die wir wählen, müssen schon in den Gedanken der Leute vorhanden sein. Sie müssen das ausdrücken, was alle denken, und die unausgesprochene Meinung der Mehrheit ans Licht bringen. Unsere politische Kommunikation muss die Massen erreichen und gut zugänglich sein.

Tipp: Stell dir vor, du bist ein Typ aus dem Mainstream, der eine IB-Aktion an seinem politisch korrekten Arbeitsplatz verteidigt. Die Parole und die Bilder müssen so gestaltet sein, dass er sich nicht dafür schämt, für uns Partei zu ergreifen.

### **Mach sie identitär**

Wir wollen uns aber nicht ausschließlich an den Mainstream wenden und dessen Ideen wiedergeben. Wir wollen dessen Meinungen durchsetzen, verschärfen und polarisieren. Unsere politische Kommunikation muss also knapp an der Grenze bleiben und das »Overton-Fenster« erweitern, also den Rahmen des im Mainstream Sagbaren. Um das Phänomen zu versinnbildlichen, müssen wir Leute an die Hand nehmen, dorthin »runtergehen«, wo sie gerade stehen, und sie die Treppe »aufwärts« begleiten zum identitären Verständnis.

Wir müssen die Meinungen der schweigenden Mehrheit über den Islam, die Masseneinwanderung, multikulturelle Krawallen u.s.w. analysieren und ausloten. Unsere Parolen müssen sich an diese Meinungen wenden, um sie direkt mit dem identitären Standpunkt zu verknüpfen.

### **Fallbeispiele: Islamisierung und Masseneinwanderung**

Eine Kritik am Islam und dessen Verletzung liberaler »Menschenrechte« wird heute mainstream. Eine negative Einstellung gegenüber allem, was mit der Verbreitung des Islams zusammenhängt, ist in Europa weit verbreitet. Unsere politische Kommunikation muss dies direkt ansprechen und verknüpfen mit Masseneinwanderung, dem Großen Austausch und der ethnischen Frage. »Stopp Islamisierung: Nein zur Masseneinwanderung / Invasion« wäre ein Beispiel für eine Parole, die man auf einem Banner drucken oder in einer Pressemitteilung veröffentlichen könnte.

### **Sonstige Faustregeln:**

- Man liest von oben links nach unten rechts. Positioniere dein Logo oben, wo man zuerst hinschaut.
- Benutze das Schema Problem > Lösung so oft wie nur möglich. Es ist kein Zufall, dass

»Ausländer (Problem) raus (Lösung)« eine der populärsten *automatischen* Reaktionen von Menschen ist, die gegen Masseneinwanderung protestieren, abgesehen davon, dass es zu vereinfachend ist und ausgelutscht durch häufige Verwendung von alten Rechten, als dass die IB es bringen könnte.

- Kurz und knapp halten. Pass deine Parolen und Bilder dem einfachsten Geiste an, den du dir vorstellen kannst, ohne dass sie dumm klingen.
- Benutze archetypische Symbole, um deine Botschaft zu unterstreichen. Bilder, die häufig in den öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Schildern erscheinen, rufen automatisch eine Reaktion hervor. Du kannst das zu deinem Vorteil benutzen (Stoppzeichen, nach unten zeigende Pfeile, Flugzeug (GI-Flugblatt).
- Ruf zum Handeln auf. Verbinde deine Sprüche mit einem Aufruf zum Handeln.
- Benutze Alliteration, Wortspiele und Reime. Wenn du kreativ bist, dann kannst du das. Wenn es klappt, bleibt es bei den Menschen hängen. Du kannst es aber nicht zwingen, oder es wirkt absurd.
- Benutze die Kennzeichen / die Corporate Identity der Bewegung (Lambda, Schriftarten, die Farbkombination Schwarz-Weiß-Gelb) soviel wie möglich. Es steigert die Wirksamkeit und schafft Wiedererkennungswert. Bald wird das Lambda überall die Idee der Verteidigung der Nation und des patriotischen Aktivismus hervorrufen.

### Das Bild

Wir kennen alle viele ikonischen Bilder, die um die Welt gingen und dabei politische Meinung schufen oder änderten. Ein paar Beispiele bilden GreenPeace Whales, weinende Kinder in Vietnam, die Demonstrationen auf dem Tianamen-Platz u.s.w.

Das Ziel einer jeden Aktion ist, *das Bild* zu erschaffen, das für eine klare Idee steht. Im besten Fall sollte dieses Bild auch unsere Parole/unser Logo beinhalten. Vor jeder Aktion müssen wir darüber nachdenken, was für ein Bild wir schaffen wollen. Das Medienteam, das aufnimmt und verbreitet, ist genauso wichtig wie die Aktivisten selbst.

Es gibt 4 unterschiedliche Szenarien für unterschiedliche Emotionen:

#### 1. Macht

Das Bild einer Demonstration oder Besetzung muss Macht, Kraft und Sieg symbolisieren. Wir wollen weder Polizisten zeigen noch Aktivisten, die gerade verdrängt werden oder von Angst und Zweifel geplagt sind. Wir wollen Massen und Fahnen zeigen, um Mut zu machen. Bilder von Großtreffen eignen sich gut. Fahnen auf Bergspitzen oder Gebäuden strahlen Macht aus. Fotos, die von unten von einem Subjekt oben geschossen werden, sind die besten.

#### 2. Trotz

Findet Verwendung bei Besetzungen oder bei zivilem Ungehorsam. Wir zeigen wenige Aktivisten, die sich mutig einer Masse an Feinden widersetzen. Wir wollen Empathie und Achtung schaffen, Opferbereitschaft und die Stärke des Geistes zeigen.

#### 3. Zuneigung

Fotos von sozialen Aktionen oder Ökoaktivismus schaffen Sympathie. Das tun auch Bilder von kulturellen Veranstaltungen mit jungen Menschen (Frauen), die eine positive Ausstrahlung haben. Wir wollen eine menschliche und persönliche Seite zeigen, um der Dämonisierung unserer Bewegung vorzubeugen.

#### 4. Spott

Wenn wir ein Treffen stören oder eine kreative Flashmob-Aktion abziehen, um eine staatliche Stelle oder ein allgemein geächtetes Symbol zu verarschen, so brauchen wir ein Bild, das die Reaktion der Verarschten verewigt: Entsetzen, Demütigung und Wut.

## Flugblatt

Da wir zwei internetbereite Graphiken mit Photoshop erstellt haben, werden wir uns nun mit InDesign beschäftigen und der Möglichkeit der Erstellung einer Veröffentlichung auf dem Rechner. Wir machen zuerst ein Flugblatt. Zum Thema Bildkomposition lässt sich viel sagen, denn diesem Aspekt der Graphikgestaltung gilt unsere besondere Aufmerksamkeit.

Wenn du das Endprodukt direkt an die Aktivist\*innen verteilst, die weder die Zeit noch die Motivation zum Lesen haben, brauchst du einen gründlichen und klaren Entwurf. Hier gibt es noch weniger Platz für das Unwesentliche.

### Format

Es gibt zwei Formate für das klassische politische Flugblatt: A4 und A5. Wähle das Format, das dir gefällt. A4 macht einen seriöseren Eindruck, ist aber zweifach so teuer. Wenn du deine Flugblätter als Poster benutzen willst, ergibt A3 eher Sinn. Ein Poster ist ein gutes Werkzeug bei Kampagnen direkt in deinem Ort.

### Hintergrund

Benutze kein Hintergrundbild für ein einfaches Flugblatt; lass den Hintergrund hauptsächlich weiß. Benutze die dunkleren Teile (sei es Farbe oder Schwarzweiß), um die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen, etwa in deinem Titel oder auf unter dem Spruch. Du kannst allerdings ein einziges Bild einsetzen, um etwas abzubilden und Aufmerksamkeit für das gewinnen, was folgt. Das wiederum muss ausreichend lesbar sein. Verstärke ruhig den Kontrast und spiele mit der Helligkeit des Bildes, wenn es nicht ausreicht. Ein Bild am Kopf oder am Fuß einer Seite kann bei einem graphisch anspruchsvollen Flugblatt eine gute Wahl sein, aber bleib bei dem, was du kannst.

### Text

Dein Text muss kurz und knallig erscheinen. Mach die Überschrift, die Unterschrift, deinen Spruch und den Namen der Bewegung extrem gut sichtbar. Wenn jemand das alles liest, ist das schon die Hälfte des Kampfes! Benutze hier also nicht mehr als zwei Schriftarten und zwei Farben. Die regionalen Flugblätter werden meistens aus Kostengründen schwarzweiß gedruckt. Du kannst entscheiden, wie sie variieren, aber sie müssen sehr deutlich sein. Übertreibe mit Fettgedrucktem, Kursiv und Kapitälchen. **Sie sind sehr wirksame Augenfänger für dein unaufmerksames Publikum!**  
**Formatiere deinen Text slicht und balanciert. Benutze leeren Platz, Lücken und Ränder.**

### Elemente

- Überschrift
- Zweite Überschrift
- Inhaltstext
- Spruch der Kampagne
- Logo und Name der Bewegung
- Block zum »Unterstützer werden«
- Alle Kontaktdaten (Adresse, E-Mail, Mobilnummer u.s.w.)

Bei Fragen xx anschreiben

## Graphiken

### **EINLEITUNG: DIE BEDEUTUNG VON GRAPHIKEN IN POLITISCHER KOMMUNIKATION**

In diesem Workshop werden wir die Umsetzung von graphischer Begleitung für unsere politische Aktionen besprechen. Wir werden den Gebrauch von zwei Programmen abdecken, InDesign und Photoshop, indem wir ihre Vor- und Nachteile vergleichen.

Im Zeitalter sozialer Medien und viraler Information ist es offensichtlich, dass man eine überlegte und uniforme politische Kommunikation braucht. Seit ihren Anfängen hat die IB diesen Bereich und seine graphische Seite für besonders wichtig gehalten. Uns der Wichtigkeit und Dringlichkeit bewusst, versuchen wir immer qualitativ hochwertiges Material zu produzieren. Das zählt zu unseren Kennzeichen, und viele neutralen Experten sind sich heute einig, dass wir zu den besten in diesem Bereich der politischen Kommunikation zählen.

Eine unsere Kompetenzen besteht darin, dass wir Inhalt in einer leicht verständlichen Form vermitteln. Steve Jobs, der Gründer von Apple, sagte folgendes über Design: »Design ist nicht nur wie es aussieht und sich anfühlt; es ist wie es funktioniert.«

Darin liegt der Schlüssel: Wir behalten den Zweck unserer Kommunikation im Blick, nämlich eine Botschaft an den Mann zu bringen. Abgesehen von rein ästhetischen Überlegungen, der »Kunst für die Kunst« u.s.w., interessieren wir uns dafür, wie man unsere Botschaft aufnimmt und welche Wirkung unser Flugblatt, Poster, Bild auf Facebook oder sogar Schlüsselbund hat. **Es geht nicht um »gute« oder »schlechte« graphische Umsetzung; es geht schlichtweg um funktionierende graphische Kommunikation.**

Unsere Kommunikation hat auch einen großen internen Stellenwert. Aktivisten müssen ihr eigenes Material mögen, damit sie motiviert sind, es zu verbreiten. Hochwertiges Material ist auch ein Zeichen einer gewissen politischen Seriosität, die uns von Anfängern unterscheidet. Die Arbeit, die wir in unsere Graphiken reinstecken, ist ein Zeichen der Leidenschaft, mit der wir uns unserem Kampf widmen. Das ist kein Spiel, also schaffen wir keine Graphiken, um zu spielen, sondern um zu wirken.

Unsere graphische Arbeit hat das Ziel, die Aufmerksamkeit zu gewinnen und zu behalten. Das komplizierteste ist nicht, die Leute zu überzeugen, sondern deren Aufmerksamkeit zu gewinnen. Die große Mehrheit der Menschen schaut sich deine Graphiken nicht an, und die meisten derjenigen, die es tun, lesen sie nicht durch. Das Design macht den Unterschied!

Während dieses Workshops werden wir die meistbenutzten graphischen Medien abdecken: eine Internetgraphik, ein Flugblatt und einen Ordner. Wir werden Internetgraphiken allgemein behandeln, bevor wir zu Photoshop übergehen.

Im zweiten Teil dieses Workshops werden wir ein Info-Flugblatt mit derselben Methode gestalten. Zu guter Letzt werden wir ein Flugblatt mit InDesign gestalten.

## Gestaltung für Internet- und Druckmedien

Es ist wichtig zu unterscheiden zwischen Graphiken, die ausschließlich online verbreitet werden, und denjenigen, die in Druck gehen. Für Internet- und Druckmedien gelten unterschiedliche Ansätze.

Beginnen wir bei den Farben:

Für Internetmedien benutzen wir RGB-Farben

Für Druckmedien benutzen wir CMYK

Kurzgefasst: RGB-Farben sind zahlreicher, aber CMYK-Farben sind näher am eigentlichen Druckergebnis dran.

Die Auflösung ist auch sehr wichtig. Ich empfehle 300 dpi (Pixel/Zoll).

Bei Druckmedien ist die Wahl eines Druckers auch sehr wichtig. Nur professionelle Drucker ermöglichen randloses Drucken, wobei handelsübliche Drucker meistens einen unbedruckten Rand lassen.

## VIRALE GRAPHIKEN

Benutze Photoshop für Graphiken, die in sozialen Netzwerken viral verbreitet werden sollten. Merk dir die Bilder, die am meisten geteilt werden.

Das größte soziale Netzwerk für deine graphische Kommunikation ist Facebook. Es ist das Netzwerk, wo du die meisten Anhänger hast, auf dem Bilder im Vordergrund stehen.

### **Format**

Unten stehen die meistbenutzten Größen:

#### **Facebook:**

Bild in der Chronik: 402\*402 Pixel

Seitenbild: 851\*315 Pixel

Profilfoto: 180\*180 Pixel

Linkbild: 470\*226 Pixel

#### **Twitter:**

Seitenbild: 1500\*421 Pixel

Profilfoto: 500\*500 Pixel

Gepostetes Bild: 420\*220 Pixel

### **Hintergrund**

Unser Hintergrund braucht eine hohe Auflösung. Sollte diese nicht gegeben sein, kannst du einen verschwommenen Effekt anwenden. Pass auf, missbrauche die Photoshop-Filter nicht und ändere nicht die Dimensionen des Bildes. Wenn du sie änderst, sehen sie wirklich dilettantisch aus. Schlichtheit lautet die Devise. Ein weißer oder gelber Hintergrund ist beispielsweise eine gute Alternative.

Tip: Manchmal muss man das Hintergrundbild von einem Bild im Vordergrund mit Textumlauf abgrenzen, wie etwa ein Porträtfoto neben einem Zitat. Denk erst nach, dann wende einen Verschwommenheits- oder Abdunklungseffekt auf den Hintergrund an zur Abgrenzung der Bilder.

### **Text**

## Identitäre Sommerakademie - 2015 | Von Karl Martell bis Charles de Gaulle

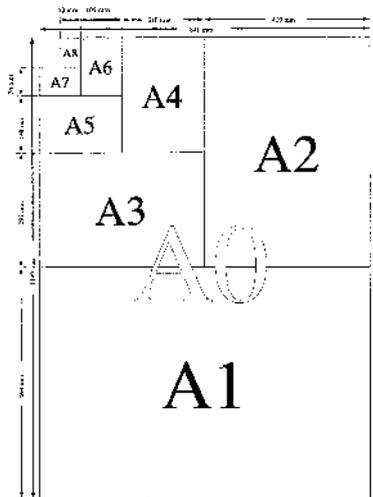
Es ist wichtig, dass dein Text sich vom Hintergrund abhebt und somit lesbar bleibt. Hierzu kannst du den Schatteneffekt auf die Schrift anwenden. Zuerst, ordne deine Informationen nach Wichtigkeit. Denk dann über den Einsatz der Graphik nach und die Botschaft, die Sie dem Publikum übermitteln wollen. Dann denk über die Struktur und Funktion des Textes nach. Dein Text sollte maximal zwei Schriftarten und zwei Farben (mit jeweils maximal zwei Schattierungen) benutzen. Die Farben sollten im besten Fall zum Hintergrund passen. Wenn du dir den Einsatz eines Farbcodes überlegst, mach es! Die Graphiken der IB Frankreich beinhalten beispielsweise alle den Farbcodes #FFCC00, der dem IB-Geld entspricht. Verzerr deine Schriftarten nicht und sei nicht kindisch! Schlichtheit ist ein Wert für sich. Sorge dafür, dass eine gleichmäßige Marge den Text und die Bilder trennt, und erweitere womöglich diese Marge. Natürlich musst du auch auf die Schriftgröße achten, damit die Schrift für alle lesbar ist.

### **Bestandteile**

- Dein einfacher text
- Dein Logo
- Ein Facebook-/Twitter-/Internet-Link oder alles auf einmal

## WEBBROSCHÜREN

Jetzt werden wir unsere Tipps in die Praxis umsetzen. Wenn du solche Graphiken erstellst, wirst du sie oft überarbeiten müssen. Sie sind für soziale Netzwerke gedacht, aber auch für unsere Webseiten, für die unsere Hinweise auch relevant sind. Wir arbeiten im folgenden Abschnitt mit Photoshop.



### Format

Wir werden ein klassisches Format benutzen: A3, A4 oder A5. Du solltest aber daran denken, ein Seitenbild zu erstellen, das du beispielsweise für eine Facebook-Veranstaltung benutzen könntest. Du kannst das Format deines Dokuments direkt aus den Standard-Einstellungen im Menü wählen. Wir wählen die DIN-Dimensionen aus mehreren Gründen:

- Der Informationsgehalt ist viel höher als auf viralen Bildern.
- Das menschliche Auge ist das Quadrat nicht gewohnt.
- Wenn du DIN-Dimensionen benutzt, kannst du dein Bild ohne Änderungen auch als Poster oder Infoblatt zum Verteilen bei Treffen drucken.

### Hintergrund

Wie bei viralen Bildern, sollte der Hintergrund Aufmerksamkeit gewinnen und dein Bild legitim aussehen lassen. Nimm dir besonders viel Zeit bei der Wahl eines Hintergrundbildes. Ein schlechtes Hintergrundbild sorgt für eine misslungene Graphik.

*Du findest zahlreiche Webseiten mit Hinweisen zur guten Gestaltung im zweiten Anhang am Ende dieses Dokuments.*

### Text

Kurzgefasst, du musst deine Informationen nach Wichtigkeit sortieren, bevor du sie graphisch darstellst. Du kannst bis zu drei Schriftarten benutzen und auch ein paar originale Gedanken wagen zur Überschrift oder zum Thema. Es gelten dieselben Begrenzungen der Schriftarten und Farben: maximal zwei mit jeweils zwei Schattierungen. **Spiel mit fettgedruckter und Kursivschrift sowie Kapitälchen, um deinen Text wirkungsvoller zu gestalten oder wichtige Ideen hervorzuheben.**

### Bestandteile

- Dein Haupttext
- Dein Logo
- Facebook-/Twitter-/Internet-Adresse
- Alle Kontaktdaten (Adresse, E-Mail, Telefonnummer)

## Graphiken: Anhang I

### Tipps:

- Nimm dir so viel Zeit, wie du brauchst. So wird das klappen.
- Lass dir immer Zeit, nach interessanten graphischen Konzepten zu suchen. Such immer weiter!
- Probiere neue Sachen aus! Wenn du nicht weiterkommst, such Hilfe.
- Sei geduldig. Es wird nichts verloren, wenn du es später nochmals versuchst. Wenn du dein Bild genügend überarbeitet hast, denke über deine Motivation nach und sei bescheiden.
- Nimm die Kritik an. Ja, es ist manchmal schwierig zu akzeptieren, dass eine Graphik, die mehr als 4 Stunden Arbeit gekostet hat, doch nicht passt. Es bringt nichts, wenn man Kritik unterdrückt; alle wünschen sich, dass es schneller gehen würde. Frag wo nötig nach Hilfe.
- Sei anspruchsvoll. Die meisten Arbeit an unseren Graphiken steckt in den Details. Überlasse nichts dem Zufall und mach nichts zu schnell. Auch der Redakteur arbeitet nicht hektisch, oder?
- Frag nach weiteren Meinungen. Wenn du nicht weiß, ob und wie etwas wirkt, frag einfach. Wenn man nicht binnen 15 Sekunden versteht, worum es auf dem Bild geht, dann ist deine Gestaltung minderwertig. Ändern!
- Organisiere dich. Organisiere deine Arbeit, deine Zeit, deinen Arbeitsort und deinen Rechner. Gut organisierte Unterlagen sind ein Schlüssel zur Effizienz.
- Mach Pausen. Wenn du 5+ Stunden an einer Aufgabe gearbeitet hast, mach eine Pause. Deine Augen und dein Gehirn werden dir danken, und danach bin du viel motivierter. Irgendwann bekommst du bei deiner Arbeit eine Blockade. Mach was anderes und komm später zurück.
- Benutze Bleistift und Papier. Entwerfe dein Konzept auf Papier, wenn das Projekt wichtig ist. Mit einem Plan fällt dir alles leichter.
- Frag nach Rat. Es gibt viele Graphiker bei der Bewegung; frag sie nach Rat.

## Graphiken: Anhang II

### Bibliographie

*Tricolores, une histoire visuelle de la driote et l'extrême driote* – Zvonimir Novak

*La lutte de signes, 40 ans d'autocollants politiques* – Zvonimir Novak

*Encyclopédie de l'Affie* – Alain Weill

*Les fondamentaux de la publicité* – Collectif

*Guide pratique de la création graphique* – Jason Simmons

### Webographie

whatfontis.com – Hilft dir dabei, Schriftarten aus Bildern zu identifizieren

paletton.com – Werkzeug für gute Farbkombinationen

freepik.com – Datenbank mit kostenfreien Graphiken

deviantart.com – Interaktive Kunstplattform

flickr.com – Plattform für das Teilen von Bildern

fotolia.com – Verkäufer von Bildern

istockphoto.com – Verkäufer von Bildern (einige frei)

pinterest.com – Soziales Netzwerk für das Teilen und Organisieren von Fotos

niice.co – Soziales Netzwerk für das Teilen und Organisieren von Fotos

tumblr.com – Soziales Netzwerk und Blogplattform für zahlreiche Graphiker

coverjunkie.com – Aktuelle Zeitungsdeckblätter

blogduwebdesign.com – Blog

webdesignertrends.com – Blog

## DEBATTIEREN

### 1. Kenne dein Ziel und deinen Gesprächspartner

Debattieren gehört zum Alltagsleben eines jeden Aktivisten. Es gibt einige Regeln zum verbalen und nichtverbalen/emotionalen Verhalten bei einer Debatte, wobei das zweite wichtiger ist. Wir können keine großen Themen wie Körpersprache, Rhetorikmethoden u.s.w. hier abdecken.

*Tipp: Jede unserer politischen Diskussionen hat ein klares Ziel: die Denkweise des Gegenübers verändern, damit er sich anders ausdrückt und verhält.*

Es gibt ein Grundschema für die Menschentypen, auf die wir treffen können, und die Ziele unserer Unterhaltung mit ihnen. Wir müssen die Menschen schnell einordnen, um unsere Taktik anzupassen.

Feindselig: Kennt uns und mag uns nicht	Neutral: Kennt uns nicht/ignoriert uns	Sympathisant: Kennt uns und mag uns
Ziel: Neutral machen, sodass er unsere Meinungsfreiheit anerkennt - gelassen bleiben - versuchen, schnell zu erfahren, was an uns er als »gefährlich« oder »falsch« betrachtet, um dem zu widerlegen - versuchen, ihn zu überraschen oder beeindrucken - versuchen, Sympathie hervorzurufen	Ziel: Zum Sympathisanten machen - nicht zu viel unter Druck setzen - allgemeine Ängste und Grundwerte erfahren (Religion, liberale/persönliche Freiheit, Kultur/Menschen) - zeigen, dass wir für <i>seine</i> Ideen kämpfen und einem gemeinsamen Feind gegenüberstehen	Ziel: Dazu ermutigen, Aktivisten/Unterstützer zu werden. - an ihre bestehenden Überzeugungen und Ideale appellieren - Ängste und Bedenken über den Aktivismus analysieren und beseitigen - ihnen zeigen, dass sie gebraucht und besonders sind. - sie einladen, ihnen Aufkleber und Flugblätter geben, Telefonnummern aufnehmen

Obwohl dieses Schema stark vereinfacht ist, steigern die Analyse des Gegenübers und der Einsatz gezielter Debattentaktik deine Wirkung in politischen Debatten.

### 2. Gewinne Argumente

Wenn du debattierst und Dritte zuhören, ist es sehr wichtig, dass du gewinnst. Es gibt einige Tricks, um zu gewinnen:

#### Argumente strukturieren: Grundsätze zuerst

Organisiere deine Grundargumente im Voraus. Jeder Schluss muss sich auf einige Thesen und Prämissen gründen. Wenn du die Zustimmung deines Partners für die Prämisse gewinnst, *muss* er auch dem Schluss zustimmen. Du kannst ihn dazu verleiten, indem du deinen Schluss nicht am Anfang präsentierst, sondern ihn dadurch untermauerst, dass du dir zuerst die Zustimmung für deine einzelnen Prämisse holst.

Du könntest beispielsweise den Schluss »Wir müssen Masseneinwanderung stoppen« folgendermaßen

begründen:

Prämisse:

- Du musst Probleme an der Wurzel packen.
- Masseneinwanderung ist ein Symptom von Armut u.s.w.
- Alle wollen friedlich und im Wohlstand in ihrer eigenen Heimat leben, anstatt auszuwandern
- Auswanderung aus Afrika hilft Afrika wirtschaftlich nicht
- Auswanderung kann das demographische Problem Europas nicht lösen

Schluss:

Wenn man die Probleme Armut und demographischen Kollaps an der Wurzel packen will, sind Massenein- und -auswanderung kontraproduktiv. Afrikaner und Europäer haben jeweils ein Interesse daran, sie zu stoppen.

### **An die »Bejahungskette« legen**

Die »Bejahungskette« ist eine Marketing-Technik, die Profi-Verkäufer im Direktvertrieb anwenden. Wenn du deine Prämisse in einer bestimmten Reihenfolgen präsentieren, die ihrer Salonfähigkeit entspricht, kannst du deinen Gegenüber »an die Bejahungskette legen«. Wenn er deinen Argumenten dreimal zustimmt, kann er sich beim letzten schwer aus der Affäre ziehen, was zudem einen schlechten Eindruck beim Publikum hinterlassen würde.

### **Ad absurdum**

Wenn dein Gegner ein Argument bringt, greif seine Kernbedeutung auf und treib sie ins Extreme, um ihre Absurdität aufzuzeigen. Formuliere das als Frage!

Wenn er z.B. sagt, »Wir brauchen weichere Einwanderungsgesetze«, sagst du, »Du willst also die Grenzen öffnen und alle reinlassen.« Wenn er leichtere Strafen für kriminelle Einwanderer will, sagst du, »Sie sollten also unbestraft durch die Gegend morden?«

### **Emotionen benutzen**

Du musst der erste sein, der die Debatte emotionalisiert und Beispiele persönlicher Schicksale und Tragödien erbringt, die von dem verursacht wurden, wogegen du argumentierst (das Leiden unseres Volkes am Multikulturalismus). Wenn du einige seiner falschen Argumente widerlegst, setze stets noch ein emotionales Argument drauf. Versuche, ihn zu verwirren und zu einer Überreaktion zu provozieren.

### **Mit Fragen führen**

Beherrsche das Gespräch, in dem du es mit provokativen Fragen anleitest. Benutze Fragen mit einem ernsthaften Inhalt, und sprich Themen an, die den Gegenüber wirklich interessieren, um ihn zur Antwort zu zwingen. Während er antwortet, überleg dir neue Fragen, die ihn in die Defensive zwingen. Strukturiere deine Argumente, analysiere ihn und werde dir des Zieles deiner Diskussion bewußt.

## **3. Grundlagen der Körpersprache**

Je nach Art und Ziel deiner Debatte, gilt es verschiedene Nuancen der Körpersprache zu beachten. Wenn du deinen Gegenüber überzeugen und dessen Sympathie gewinnen willst, musst du alle »geschlossenen« Gesten unterdrücken, wie etwa gekreuzte Arme oder übereinandergeschlagene Beine. Sitze aufrecht, schau ihm in die Augen und halte deine Hand nicht vor deinem Mund, während

## Identitäre Sommerakademie - 2015 | Von Karl Martell bis Charles de Gaulle

du sprichst. Eine Grundtechnik, um eine unterbewußte Sympathie hervorzurufen, besteht in der subtilen und gedämpften Mimik der Gestik des Gegenübers, oder sogar seines Atemrhythmus. Wenn du deine Handflächen zeigst, vermittelt das Offenheit und Kooperation.

Wenn es auf eine »Kampfsituation« hinausläuft, sollte deine Körpersprache aggressiver sein. Wenn der Gegner ein Argument bringt, kannst du dich zurücklehnen und deine Armen kreuzen oder leicht den Kopf schütteln. Wenn du deine Argumente bringst, solltest du dich nach vorne lehnen und deine Worte mit Handbewegungen unterstreichen.

## **REDEN VERFASSEN UND HALTEN**

Unser politischer Kampf ist ein Kampf der Information. Unser Ziel ist es, eine klare Botschaft an möglichst viele Menschen vermitteln. Wir bedienen uns guter Bilder, kreativer Aktionen, Flugblätter, Banner, Logos u.s.w., doch nichts ist wichtiger als das gesprochene Wort: die Parole, Debatte, politische Rede.

### **Die Rede**

Die politische Rede ist die größte Waffe in jedem politischen Kampf. Auch wenn der Redner selbst nicht der größte Talent ist, können gute Vorbereitung und Grundkenntnisse viel bewirken. Es gibt klare Regeln, die alle befolgen können.

### **Effektive Reden schreiben**

- Wichtige Punkte zuerst – das Publikum beurteilt schnell
- Biete dem Publikum eine knappe, aussagekräftige Hauptthese, um die Rede zu kontextualisieren.
- Entwickle die Rede als Argument, denn das ist ihre Struktur
- Benutze jeden Satz, um den Absatz weiterzuspinnen, denn darin besteht der Sinn der Sätze.
- Benutze kurze, klare Sätze – vier bis sechs Wörter. Das fördert den Sprachfluss.
- Benutze Beispiele aus der echten Welt, denn sie fordern den Widerspruch heraus.
- Sprich im »wir« und »sie«, denn so wird der Redner das Sprachrohr des Konsenses
- Fordere klare, praktikable Handlungsschritte, denn es muss Dringlichkeit herrschen.
- Sei authentisch und verkörpere die Rede. Nenne Namen, als die Rede sich entwickelt.
- In der Kürze liegt die Würze.
- Wähle deine Worte für ihren guten Zusammenklang.
- Sei kühn – eine Rede kann die Welt ändern!

### **Publikumanalyse**

Du musst auch dein Publikum analysieren. Das bildet die Grundlage des Redenschreibens.

- Wer gehört zum Zielpublikum?
- Was will ich, dass sie machen?
- Wie machen sie das?
- Wer sind sie? Wie setzen sie sich demographisch zusammen?
- Wer sind die Meinungsführer unter dem Publikum?
- Was sind die nennenswerten Merkmale des Standorts?
- Hat das Datum der Rede eine bestimmte Bedeutung für das Publikum?
- Wer stellt dich vor?
- Was sind die positiven und negativen Reizwörter?
- Welche Beziehung besteht schon zwischen Redner und Publikum?
- Was haben sie gemeinsam?
- Was ist die Einstellung des Publikums zum Redner und dessen Thesen?
- Brauchst du visuelle Hilfsmittel? Etwas Greifbares zur Unterstützung?

### **Überlegungen zur Vorbereitung**

- Wer bin ich?
- Was sind meine Stärken als Redner?

## Identitäre Sommerakademie - 2015 | Von Karl Martell bis Charles de Gaulle

- Was sind meine Schwächen?
- Wie bereite ich mich auf eine Rede vor?
- Worauf achte ich beim Publikum?
- Gibt es eine Idee, einen Gedanken oder eine Aussage, die mich definiert?
- Welche Themen verkörpere ich?
- Welche politischen Positionen symbolisiere ich?
- Welche Botschaft vermittelt meine Kleidung? Mein Bling?
- Was sieht das Publikum, wenn es mich betrachtet?
- Welche nichtverbalen Gesten benutze ich?
- Genieße ich öffentliches Reden? Warum oder warum nicht?
- Leide ich an Nervösität? Wie bekomme ich sie unter Kontrolle?

### Die Rede

- Finde deine Stimme. Weiß, wer du bist und was du vertrittst. Langsame Ausführung = Führung.
- Zieh dich richtig an. Du wirst nach deinem Aussehen beurteilt.
- Nimm eine richtige Körperhaltung ein. Lehn dich leicht nach vorne, um dein Engagement zu zeigen.
- Nimm Augenkontakt auf, denn dies ist die wichtigste Zutat einer mündlichen Präsentation.
- Variiere Redegeschwindigkeit und Lautstärke. Das macht es dem Publikum leichter, interessiert zu bleiben.
- Benutze eine angebrachte Gestik, denn sie unterstreicht deine Botschaft.
- Beweg dich ein bisschen. Das hilft dir und dem Publikum.
- Artikuliere dich klar, damit alle dich verstehen.
- Bring dich in die richtige Stimmung für deine Botschaft.
- Bleib selbstbewußt. Die Menschen mögen ein gesundes Selbstbewusstsein.
- Behalte die Kontrolle. Beherrsche die Veranstaltung.

## ***EINEN IDENTITÄREN RAUM SCHAFFEN***

Seit einigen Jahren haben Identitäre sogenannte »identitäre Häuser« in vielen Städten geschaffen. Sie sind Orte der Gemeinschaft, die über die bloße politische Aktion hinausgehen. Im Kontrast zu einer individualistischen »Einer-gegen-Alle-Show« legen diese Identitären Räume die Grundlage identitärer Metapolitik.

Dieses Workshop zeigt dir die Idee und die Ziele des Identitären Raums sowie die wichtigsten Elemente, um dieses Projekt zu verwirklichen.

### ***DEFINITION DES IDENTITÄREN RAUMS***

Ein Identitärer Raum ist der politische Sitz der Identitären Bewegung. Seine Funktionsweise und sein Wirken sind anders als die permanenten einer politischen Partei. Sein Hauptzweck besteht darin, einen Ort in deiner Stadt zu schaffen, von dem aus du deine Pläne und Aktionen starten kannst, seien sie politisch oder metapolitisch.

### ***DEN RAUM ERSCHLIESSEN***

#### ***Ein dauerhafter Sitz***

Wähl dir einen Ort, wo man gut mit den Öffentlichen hinkommt und etwas los ist. Vermeide Gefahrenzonen, die nah an den Zentren des politischen Gegners liegen. Wir haben keine Zeit zu verschwenden mit beschränkten Territorialkämpfen.

#### ***Finanzierung***

Du brauchst genügend Geld, um die Kosten der Vermittler, Renovierung und künftigen Mieten zu bezahlen. Du musst diese Kosten voraussehen und mit Spenden und Monatsbeiträgen decken können. Es ist absolut wesentlich, dass fast deine ganze Miete durch laufende Einnahmen gedeckt wird. Was du durch gelegentliche Spenden und Verkäufe dazubekommst ist nur ein »Bonus«.

#### ***Möblierung und Gesetze***

Wenn du das Geld zusammen hast, musst du den Raum möblieren und renovieren, um ihn für deine geplanten Tätigkeiten vorzubereiten (Konferenzraum, Bar, Fitnessstudio). Recherchiere die relevanten Gesetze. Spann die Handwerker in deiner Gruppe für die Arbeiten ein.

### ***AKTIV WERDEN***

Um deinem Identitären Raum Leben einzuflößen, musst du ihn für alle möglichen Aktivitäten benutzen: politische, kulturelle u.s.w.

#### ***Politische Aktivitäten***

Der Identitäre Raum steht für Tagungen, Treffen und Debatten bereit und dient als politisches Hauptquartier. Versuche, bekannte Persönlichkeiten von außen zu deinen Tagungen einzuladen, aber sei vorsichtig, wen du einlädst. Sorg für etwas Abwechslung, um Besucher aus verschiedenen Milieus anzuziehen. Wenn du Ideen brauchst, frag die Leiter deiner Region oder das politische Büro.

Du solltest aber deinen Raum nicht nur als Tagungsort betrachten. Es ist ein Hauptquartier, eine »Insel«, von der aus du dein »Piratenschiff« abdockst und auf »Beutejagd« in der Stadt gehst. Es ist kein sicherer Hafen, sondern ein »Vorposten« und das Lager für sämtliches politisches Material: Poster, Flugblätter, Pyrotechnik und Megafone.

### **Kulturelle Aktivitäten**

Du kannst eine Bibliothek, ein Cafe-Forum, ein Kinoclub o.ä. in deinem Identitären Raum einrichten. Du kannst kulturelle Treffer oder Ausstellungen dort organisieren, die deine regionale Identität ansprechen. Die IB in Paris besinnt sich beispielsweise auf die Barrikaden der Pariser Kommunen. Womöglich kannst du auch Konzerte in deinem Raum organisieren.

*Tipp: Wenn du dich entscheidest, eine Bibliothek einzurichten, nimm Kontakt mit deiner örtlichen Bibliothek auf. Markiere deine Bücher und stelle ein Verzeichnis auf.*

### **Soziale Aktivitäten der Gemeinschaft**

Dein Raum ist das Nervenzentrum des identitären Lebens, mit einer Kneipe, Konferenzen und auch Raum für besondere Veranstaltungen im persönlichen Leben deiner Aktivisten (Geburtstage, Hochzeiten u.s.w.). Denk aber dran, dass dein Raum nicht zum Hauptquartier einer Bande werden darf, die auf alle Neuankömmlinge abschreckend wirkt. Alle – jung und alt, erfahren und neu – müssen sich hier wohl fühlen. Jeder muss sich hier zuhause fühlen.

*Tipp: Wichtige Jahresfeste schaffen Zusammenhalt. Organisiere beispielsweise eine Weihnachts- oder Silvesterveranstaltung.*

### **Sport**

Du kannst auch Fitnesstraining, Boxen u.sw. in deinem Raum betreiben. Versuch es möglichst professionell zu gestalten und von den Kampfsport- und anderen Kenntnissen deiner Aktivisten zu profitieren.

### **Veranstaltungskalender**

Um deinen Raum zu beleben, brauchst du einen Veranstaltungskalender mit allen Aktivitäten. Mach ihn klar und richtig, und verbreite ihn soviel wie möglich per E-Mail, Facebook, u.s.w. Schreib deine Mitglieder nochmal vor einer Veranstaltung an, damit dein Raum immer voll ist.

## ***INHAFTIERUNG***

### ***VORWORT***

Untersuchungshaft ist eine polizeiliche Maßnahme, die es dem Staat ermöglicht, jemanden für einen bestimmten Zeitraum zu verhaften, um Beweise für ein laufendes Verfahren zu sammeln oder die Flucht eines Zeugen zu verhindern. Der Inhaftierte hat das Recht auf ärztliche Versorgung und auf Rechtsberatung bei Verhören.

Untersuchungshaft bereitet dem Betroffenen Schwierigkeiten aus zwei besonderen Gründen: Wir wissen nie im Vorfeld, wie lange wir dort bleiben müssen. Sind es 24 oder 48 Stunden? Die Justizbehörden, die in diesem Bereich arbeiten, sind auch sehr streng und halten sich an die Regeln.

Weil sie unvorausehbar ist, kommt Untersuchungshaft oft zum schlechtmöglichsten politischen und finanziellen Zeitpunkt. Du kannst nur eine Person anrufen, und die Leute, die du nicht anrufen kannst (Familie, Arbeitgeber), machen sich oft Sorgen.

## ***VERHAFTUNG***

### ***Zwei Möglichkeiten***

Du wirst entweder bei einer Aktion oder Demo verhaftet, oder es klingelt um 6 Uhr morgens. Die Polizisten werden immer versuchen, so viele Beweise wie möglich zu sammeln und eine Hausdurchsuchung durchzuführen.

## ***DEINE RECHTE***

### ***Einen Freund informieren***

Wie oben erwähnt, darfst du nur eine Person anrufen und über deine Untersuchungshaft informieren. Denk darüber nach und wähl ihn sorgfältig, denn er muss dir persönlich und mit Rechtsberatung helfen können.

### ***Ärztliche Versorgung***

24 Stunden sind viel Zeit, kommen aber viel länger vor, wenn niemand dich besuchen kommt. Mach als hättest du Kopfschmerzen oder sowas. Benutze den Arztbesuch, um dich mit ihm zu unterhalten, damit er dich über das Geschehen draußen informiert. Im besten Fall kannst du ihn dazu überreden, dir eine Zeitung oder etwas zum Lesen zu bringen.

## ***DIE BEFRAGUNG***

### ***Deine Einstellung***

Hier kann dir niemand helfen. Du bist der einzige Kapitän eines Schiffes auf unruhigem Meere. Bleib standhaft und bleib immer bei der ersten Version deiner Geschichte. Bleib immer höflich und ruhig. Es bringt niemandem etwas, wenn du den Rebellen spielst. Niemand sieht dich hier. Respektiere die Autoritäten, und bewahre deine Integrität.

### ***Unterschiedliche Bullen***

Der große Klassiker ist der »patriotische Bulle«. Er zeigt dir seinen Mitgliedsausweis in der Front National (FPÖ, AfD) und die große Nationalfahne in seinem Büro. Er spricht über seine »wilde Jugendzeit« in nationalistischen Bewegungen. Nicht drauf reinfallen! Er ist bestimmt der Hinterhältigste, und zeigt schnell sein wahres Gesicht, wenn du nicht aussagst.

Der »böse Bulle« will dich erschrecken. Er wird die Vorwürfe übertreiben, sogar falsche Aussagen treffen über schwere Verletzungen oder sogar Todesfälle. »Du wirst jahrelang sitzen«, »So schnell kommst du nicht nach hause.« lauten seine Parolen. Lass dich nicht beeindrucken, denn ihm gehen bald die Sprüche aus. Denk dran: Du hast nichts Falsches gemacht!

Der »Ist-mir-egal-Bulle« sagt dir: »Das ist mir egal was du machst oder sagst. Ich gehe um 17 Uhr nach hause und du nicht.« Fall nicht auf ihn rein. Seine Gleichgültigkeit ist gespielt. Er beobachtet dich ganz genau und wird alles bemerken, was du machst oder tust. Pass auf!

### **Deine Aussage**

Während aller Befragungen gilt: Es ist die Arbeit der Polizei, deine Schuld zu beweisen, und nicht deine Arbeit, deine Unschuld zu beweisen!

- Die erste Regel für alle Identitären ist Loyalität. Niemandem wird vergeben, wenn er einen aus unseren Reihen verrät. Wir sind ein Klan und halten zusammen.
- Jeder Aktivist hat seine persönliche Verantwortung. Er muss sich nicht in das Privatleben Anderer einmischen.
- Die politisch voreingenommenen Richter werden immer versuchen, die Aktivisten gegeneinander auszuspielen. Tu ihnen nicht den Gefallen.
- Mach kein Geständnis. Kein Beweis zählt mehr als ein Geständnis. Geographische Verortung, Videos u.s.w. reichen ohne dein Geständnis nicht aus. Die Polizei wird dir sagen, dass deine Freunde schon Geständnisse gemacht haben, und zeigen dir vielleicht sogar die Protokolle. Glaub ihnen keine Sekunde und gib nichts zu!
- Vergiss nie, dass du das Recht hast, nichts zu sagen.
- Du musst jede Zeile deiner Aussage lesen, bevor du sie unterschreibst. Fordere die Korrektur von jedem einzelnen Wort, das nicht zu deiner Aussage passt. Du hast auch das Recht, sie nochmals zu ändern. Unterschreib nichts, was nicht zu deiner Linie passt. Verweigere die Unterschrift, wenn sie deine Änderungen nicht umsetzen. Sie werden es sich sicher nochmals überlegen, und wenn nicht, schreib drauf, dass die Erklärung nicht deiner Aussage entspricht.

Vergiss nie: Wenn du in U-Haft sitzt für eine politische Aktion, ist das eine politisch motivierte Maßnahme gegen dich und ein Mißbrauch der Polizei- und Staatsgewalt. Du hast sicher das Richtige gemacht. Du bist kein Krimineller, sondern ein Aktivist, und du kämpfst weiter.

*Mögen wir standhaft, rein und treu sein; am Ende unseres Leidens steht die größte Ehre dieser Welt, die der Männer, die nicht nachgaben.*

*- General de Gaulle*

## **NEUE INTERESSENTEN TREFFEN**

Wenn jemand dich treffen möchte, frag zuerst wie er die Bewegung kennengelernt hat: über Flugblätter, Aufkleber oder das Internet. So lernst du ihn besser kennen.

Das erste Treffen ist immer grundlegend. Die Gefühle des Interessenten wird er übertragen auf deine eigene Seriosität und die der Bewegung. Es kann sein, dass du einige neuen Interessenten getroffen hast, aber für ihn ist dieses Treffen ein einmaliges und wichtiges Erlebnis. Sein Engagement hängt von diesem Treffen ab.

- **Steh gerade; zieh dich gut an.**
- **Wähle einen ruhigen und neutralen Ort für das Treffen**  
Er ist gekommen, um dich und die Bewegung kennenzulernen, nicht die Bar oder irgendwelche Leute
- **Komm mit einem anderen Aktivisten**
- **Bereite das Treffen mit einer »Vorstellungskiste« vor (Flugblätter, Aufkleber, Aktionsbilder etc.)**  
Nicht jeder folgt der Bewegung jeden Tag über Monate hinweg. Komm mit Flugblättern, Aufklebern und Aktionsbildern.
- **Lass ihn über sein Leben reden, aber sei nicht zu aufdringlich**  
Du bist kein Bulle. Frag ihn was er macht, wie er die Bewegung kennt, was für einen Bildungsweg er hinter sich hat und ob er sich mal anderswo politisch engagiert hat.
- **Lass ihn das Anmeldeformular ausfüllen**  
So hast du alle notwendigen Informationen über ihn auf einmal. Du kannst alle deiner Kontakte auf diese Weise in einem Register führen.
- **Erkläre ihm unsere politische Linie. Druck dich unmißverständlich zu unserem Kampf und unseren Standpunkten aus.**  
Versuch nicht, ihm Hönig um den Mund zu schmieren bei politischen Themen. Wenn er nicht auf unserer Linie ist, diskutiere sie, erkläre sie eindeutig u.s.w.
- **Stell ihm die Bewegung vor**  
Gib ihm einen kurzen Überblick der Geschichte der Bewegung. Erkläre, woran wir glauben und warum, wogegen und wofür wir kämpfen, wie wir agieren, was unsere Aktionsformen sind u.s.w. Erzähl ihm von einigen unserer früheren Aktionen auf einer lokalen und nationalen Ebene. Weise auf den gemeinsamen europäischen Kampf hin. Erwähne unseren Kampf gegen Globalisierung und Islamisierung. Erkläre ihm die typische »Aktivistenwoche« und informiere ihn über deine neuesten Aktivitäten.
- **Sprich hauptsächlich über Politik, aber vergiss nicht, dass wir auch eine Gemeinschaft und einen Mannschaftsgeist haben**  
Eine aktivistische Gemeinschaft dreht sich nicht nur um Aktivismus, denn sie betreibt auch Sport, hat eine kulturelle Seite u.s.w. Wir sind auch Freunde und nicht nur politische Partner. Übertreib es aber nicht; wir wollen nicht wie ein Kult aussehen.

## Identitäre Sommerakademie - 2015 | Von Karl Martell bis Charles de Gaulle

- **Versuch nicht, ihn zu beeindrucken**  
Sag die Wahrheit darüber, wie viele Aktivisten ihr seid, was ihr macht, u.s.w. Wenn du ihn belügst und er Aktivst wird, erfährt er bald die Wahrheit.
- **Lass ihn so schnell wie möglich der Bewegung beitreten...**  
...am besten gleich am Ende des Treffens, während er noch motiviert ist.
- **Wenn wichtige politische Treffen in deiner Stadt, deinem Land oder sonstwo in Europa anstehen, gib ihm alle Informationen, die er braucht, um sich auf die Fahrt vorzubereiten.**

## ***METAPOLITIK***

Der Unterschied zwischen der IB und allen anderen Bewegungen liegt am Verständnis der Metapolitik. Sie ist der Schlüssel zum politischen Erfolg, die »Seele«, die eine Einheit von politischer Theorie und Propaganda schafft, und jede Aktion und taktische Entscheidung in eine größere Strategie einfügt.

### **1. Definition der Metapolitik**

»meta«: hinter, über oder nach

»politeia«: die Dinge der Gemeinschaft und des Staates

1. Politik: Hardware

Gesetze, Macht, Stimmen, Posten und klar definierte Bereiche wie die Exekutive, Legislative und Judikative

2. Metapolitik: Software

Kultur, Sprache, Ideen, Parolen, Emotionen und Moral

Während Politik das Territorium der Parteien und Wahlen bleibt, ist Metapolitik das Territorium von Bewegungen und Aktionen.

#### **Die marxistischen Wurzeln der Metapolitik (MP)**

Antonio Gramsci entwickelte die MP als Werkzeug, um das Scheitern aller kommunistischen Revolutionen in Westeuropa zu verstehen, denn diese wandten rohe Gewalt auf die Politik an, während der moralische Konsens konservativ und nationalistisch war. Ein Beispiel für diesen Konsens bildeten nationalsozialistische und faschistische Studentenorganisationen.

Das gramscianische Konzept wurde nach dem 2. Weltkrieg durch Neomarxisten oder »kulturelle Marxisten« umgesetzt. Sie folgten einem berühmten Zitat von Gramsci:

Der Staat war lediglich ein vorgeschobener Schützengraben, hinter dem eine robuste Kette von Befestigungswerken und Kasematten lag

### **2. Metapolitik von Rechts**

Die neue Rechte versuchte, das Konzept von Gramsci der Lage der Opposition gegen die kulturelle Hegemonie der Linken anzupassen. Wir werden einige ihrer Erkenntnisse besprechen:

#### **a) Autorität und Legitimität**

In der Metapolitik geht es um die Ideen und moralische Normen, welche die Kultur einer Gesellschaft bilden. In diesem Rahmen findet das »Politische« – Wahlen, richterliche Entscheidungen, Gesetzgebung u.s.w. statt.

- Metapolitik gibt der Politik einen Rahmen und eine LEGITIMITÄT.

- LEGITIMITÄT schafft Autorität (das freiwillige Befolgen von Befehlen), die wahre Quelle politischer Macht.

Metapolitik wirkt auf das ideale Umfeld mit Bildern, Parolen Ideen und »Erzählungen«, welche die Wahrnehmung der Realität in den Köpfen der Menschen ändert. Sie ist ein Informationskrieg, die die LEGITIMITÄT der herrschenden Macht angreift.

## Identitäre Sommerakademie - 2015 | Von Karl Martell bis Charles de Gaulle

### *Fehler der Alten Rechten:*

- Romantische »Hardware-Version« von Politik, Mißverständnis kultureller Macht. Macht = nur militärische Stärke.
- Waffensammeln, Fetisch für Uniformen und paramilitärische Übungen, Hoffnung auf einen »Tag X«

### **b) Theorie und Propaganda**

- Kern (unerschütterlich, ewig) und Kommunikation (dynamisch, modern, wechselhaft)

### *Fehler der Alten Rechten:*

- Propaganda/Kommunikation mit der Theorie/dem Kern verwechselt > Fetischisierung von Propaganda

### **c) Feinderkennung und primäre Bedrohung**

- Wir müssen immer wieder die aktuellste Gefahr für unsere Kernwerte identifizieren
- »Ein Volk hat keine ewigen Feinde, nur ewige Interessen.« (Winston Churchill)

### **d) Strategie**

- Unterschied zwischen dem Ziel und dem Weg
- Übergeordnete langfristige Strategie, die auch die kleinste Aktion und das kleinste Flugblatt leitet
- Schritt für Schritt ohne romantische Träume

### *Fehler der Alten Rechten:*

- Kein Verständnis der Machtdynamik der Alten Rechten – keine Fähigkeit zur langfristigen Strategie
- Hoffnung auf den »Tag X«, Überbewertung vorübergehender Erfolge
- Terrorismus als verzweifelter Akt der Machtlosen

*»Die theatralischen Revolutionären sind in Wort, Gedanken und Tat die Feinde der Revolution.«  
Dominique Venner*

## **3. Metapolitik in der Praxis**

### **Metapolitik im Vakuum: Fehler der Neuen Rechten**

- Nur intellektuell, keine politische Aktionsgruppe dahinter
- »Kampf der Ideen« und der Gedanke der MP als einer großen »Debatte« oder Tagung. »Waffen« waren Zeitungen und Artikeln.
- Ideen wurden nie in aktuelle Propaganda umgesetzt, wie z.B. Ethnopluralismus.
- Man konnte die altrechten Aktivistengruppen nicht reformieren.
- Es gab eine Lücke zwischen dem »Gehirn« und der »Faust« der Rechten.
- Ein vorübergehender »neurechter« Trend siechte in isolierten Kreisen dahin.

*Mit unserer metapolitischen »gramscianischen« Strategie hatten wir einfach übersehen, dass der kulturelle Kampf, den Gramsci vertrat, mit dem politischen und wirtschaftlichen Kampf der italienischen kommunistischen Partei zusammenhing und als solcher nicht »im Vakuum« stattfand. Wir hatten aber leider Gramsci nie wirklich gelesen.*

*-Guillame Foye*

### **Metapolitik auf der Straße: Die IB**

- Wir wollen »die Fragen« bestimmen, welche die Ereignisse und Tatsachen mit einer Erzählung »umrahmen«.
- Kampf um die Deutung der Tatsachen

Wer eine »Frage« in der metapolitischen Landschaft einer Gesellschaft etablieren kann, der hat schon

gewonnen, denn er kann und wird die authentische und radikale Antwort liefern.

#### 4. Die IB und ihr metapysischer Kampf

Die IB, eine Bewegung französischen Ursprungs, vereinte Gehirn und Faust, Theorie und Praxis zum ersten Mal und bildet damit die erste echte metapolitische Bewegung von »Rechts«. Niemand anders kann das, was wir gerade dabei sind zu machen.

##### a) Kernwerte und existentielle Bedrohung

- Die ethnokulturellen Identität der europäischen Völker auf 3 Ebenen (regional, national und europäisch) und in 2 Dimensionen (ethnisch und kulturell) erhalten
- Bedrohungen: demographischer Kollaps und die Welle der Masseneinwanderung, der Große Austausch
- Liberalismus, Konsumismus und Globalisierung (nicht nur »Islamkritik«)

Um Masseneinwanderung und Islamisierung wirksam zu bekämpfen, brauchen wir Identitäre an der Macht in ganz Europa. Das bedeutet, dass wir identitär denkende Menschen brauchen, welche die Gesetze verfassen, die wichtigen Entscheidungen treffen und die Medien gestalten. Wir brauchen eine identitäre Reconquista der Metapolitik und der Politik.

##### b) Wie wir das in Propaganda umsetzen

- Die Themen Liberalismus und Konsumismus, Ökologie, lokale Identität und soziale Gerechtigkeit gehören zu unseren Kernwerten, sind aber nicht die erste Wahl für unsere Propaganda.
- Islamisierung ist zwar nur ein »Symptom« des großen Austausches, allerdings das sichtbarste und unangenehmste.
- Wir wählen Themen nach der Übereinstimmung mit unseren Kernwerten *und* ihrer Effektivität
- Opportunismus: keine Kernwerte, nur »Wirksamkeit«
- Altrechter Fetischismus: Wirksamkeit ist »Verrat«

Als radikale Avantgarde werden wir das politische Fenster immer wieder erweitern. Jede Aktion muss der metapolitischen Hegemonie trotzen.

##### b) Die Bewegung und die Partei

- Politische Massenbewegungen passen Werte dem Mainstream an und neigen zum Opportunismus
- Nach Wahlen akzeptieren sie meistens die Scheinlösungen des Systems (Integration, Zusammenleben etc.)
- Wir werfen mit kreativen Aktionen Fragen auf, die sie als Partei nicht aufwerfen können.
- Wir schaffen einen Stil und setzen ein Beispiel für ihre Jugendorganisationen.
- Wir verwandeln ihre Wahlsiege in metapolitische Siege
- Unsere Werte werden nicht dem Mainstream angepasst, sondern beeinflussen den Mainstream durch wirksamen Aktivismus

##### b) Front der Patrioten

Um ein Maximum an Macht und Geld zu erlangen, müssen wir vernünftige rechte Bewegungen in einer Front der Patrioten vereinen. Das bedeutet nicht, dass sie alle IB-Mitglieder werden müssen, sondern dass sie sich um die identitären Kernwerte sammeln und unsere Parolen und Bilder annehmen.

- Das »identitäre Minimum« besteht darin, dass man die ethnokulturelle Identität rettet und den großen Austausch stoppt.
- Wir müssen den religiös-konservativen (den französisch-katholischen) und den liberalen-

Islamkritischen Flügel vereinen.

Die Alte Rechte hat keinen Platz in dieser Front, denn er ist kein vernünftiger Flügel des Spektrums, sondern nur eine ausgediente und unzulängliche Version der IB. Wir verrichten ihre Arbeit viel besser. Wir sind diejenigen, nicht die. Wir müssen...

- Alle vernünftigen patriotischen Bewegungen reinholen und die altrechte Subkultur aus der Front raushalten.
- Seinen Feldzug gegen das metapolitische Zentrum mit großen Kampagnen anführen.

#### **Fazit: Die Metapolitik der IB**

Es ist unsere Aufgabe, den metapolitischen Kampf um Europa zu gewinnen.

- Wir erhalten die Kerwerte der ethnokulturellen Identität auf eine moderne Art und Weise
- Wir übersetzen sie in eine klare und verständliche Propaganda, indem wir die existentielle Bedrohung identifizieren.
- Wir errichten eine Front der Patrioten und arbeiten mit der politischen Partei zusammen, indem wir sie führen und inspirieren.
- Wir stellen die Frage der Identität und beherrschen die Medien mit kreativen Aktionen und scharfen Parolen, erweitern dadurch das politische Fenster und ändern die moralische/kulturelle Landschaft.

Alle unserer Aktionen sollten die alten Eliten und ihre Politik ihrer LEGIMITÄT berauben. Ihre AUTORITÄT sinkt und die Menschen sind zum zivilen Ungehorsam bereit – siehe die Ukraine. Gleichzeitig geben wir eine ERZÄHLUNG vor, um die aktuellen Ereignisse in ein neues Licht zu stellen und eine alternative VISION anzubieten. Die Menschen werden von uns die Antwort erwarten, denn wir stellen die dominanten Fragen.

**Ein metapolitischer Sieg kann nur dann entstehen, wenn das Gehirn und die Faust, die Theorie und die Praxis, unerschütterliche Werte und dynamische Aktionen eins sind. Die Hauptfrage für die Zukunft Europas wird lauten »Requiem oder Reconquista«, und nur wir werden sie beantworten.**

Bibliografie:

Dominique Venner, Pour une critique positive

Antonion Gramsci, Briefe aus dem Kerker

Wladimir Iljitsch Lenin, Was tun?

Guillaume Faye, Archaeofuturism ([deutsche Zusammenfassung hier](#))

## **ÖFFENTLICHE TREFFEN**

### **WANN, WO UND WIE?**

#### **Zeit und Ort**

Organisiere ein öffentliches Treffen nur in Städten, wo du schon Kontakte hast und sichere Teilnehmer, die du schon getroffen hast und ggf. weitere Interessenten dazuholen könntest. Großstädte (> 50.000 Einwohner) sind die besten Rekrutierungsorte, weswegen du öffentliche Treffen in den größten regionalen Metropolen abhalten solltest.

*Tipp: In Großstädten kommen nicht immer viele Teilnehmer.*

Seminarräume in einem Hotel oder Räume in einem Cafe sind zwei gute Orte für die Treffen. Die Preise sind nicht überall gleich, also solltest du sie vergleichen.

Wenn du einen Raum in einem Hotel mietest, sei vage über deine Absichten. Zum Beispiel: »Ich möchte einen Raum für eine Organisation namens »IB« mieten.« Sei bereit und halte einen Plan B bereit.

*Tipp: Bewahre den Beleg für die Raummiete auf. Die Finanzabteilung deiner Bewegung kann dir mit den Kosten helfen und vielleicht sogar die ganzen Kosten tragen.*

Organisiere dein Treffen zu einem Zeitpunkt, wo möglichst viele kommen können: Freitag oder Samstag abends. Pass auf, dass nichts anderes in der Nacht ansteht (Konzert, Fußballspiel u.s.w.).

#### **Die Veranstaltung bewerben und Interessenten kontaktieren**

Um die Reichweite deines Treffens zu vergrößern, solltest du dich aller Mittel bedienen:

- Mach ein Flugblatt mit Zeit und Ort des Treffens
- Erstelle und teile eine Facebook- und Twitter-Veranstaltung mit besagtem Flugblatt als Graphik
- Betreibe Mund-zu-Mund-Propaganda
- Schreib und ruf die Leute an. Frag eine nationale Instanz der Bewegung nach einer Adressenliste.

Die Leute werden sich dann per Facebook oder E-Mail melden.

#### **Veranstaltungsort und Sicherheit**

Sei umsichtig. Unter anderen werden deine Gegner versuchen, zu deinem Treffen zu kommen. Wenn du bei einem Angemeldeten Verdacht schöpfst, nimm seinen Vornamen, Nachnamen, Telefonnummer, Stadt und E-Mail Adresse auf, um ihn zu überprüfen. Manchmal kann sein Facebook-Profil reichen.

Es könnte eine schlechte Idee sein, den echten Veranstaltungsort anzugeben. Um Risiken zu vermeiden, gib deine Kontakte einen vorläufigen Treffpunkt einige Kilometer vom Treffpunkt entfernt, wie etwa den Parkplatz eines Geschäfts.

**Denk aber dran, dass weniger teilnehmen, wenn du ihnen den Zugang zu viel erschwerst.**

Am Tag vor dem Treffen, erinnere die Kontakte an das Treffen und die Anfahrt.

Wenn Risiken bestehen, organisiere eine Mannschaft mit 3 oder 4 Personen am ersten Treffpunkt. Einer von ihnen kann prüfen, wer die Leute am Treffpunkt sind und ob sie sich tatsächlich angemeldet haben.

## **ABLAUF DES TREFFENS**

### **Rollen verteilen**

Du musst deinen Aktivisten Rollen zuteilen, damit sie effizient arbeiten:

- Empfang (Mädchen sind besser)
- Medienbeauftragter – empfängt Journalisten
- Kommunikationsbeauftragter – Schießt Bilder und Video und verbreitet diese im Internet
- Verkäufer: vertreibt politisches Material
- Mitgliedsbeauftragter: Rekrutiert und nimmt Mitgliedsanträge entgegen
- Sicherheit: Aufpassen, Risiken minimieren, mit Idioten fertig werden und mit der Polizei in Kontakt bleiben, insofern sie anwesend ist.

### **Den Raum dekorieren**

- Ästhetik: Schicke Dekoration wird den Raum professioneller aussehen lassen. Du solltest ihn nicht überladen. Denk dran, dass Bilder gemacht werden und genauso wichtig sind wie das Treffen selbst.
- Identität: Regionalflagge oder Banner

### **Aufbau des Treffens**

- Vorstellung des Redners
- Vorstellung der Teilnehmer, wenn sie nicht zu viele sind
- Vorstellung der Bewegung, seiner Ziele und seiner Methoden, am besten mit Videos
- Vorstellung laufender nationaler und lokaler Kampagnen, womöglich mit Videos.
- Erwähnung anstehender Projekte.
- Präsentation des metapolitischen Konzepts (Sport, Kultur, Medien, Sommeruniversität)
- Sprich über die Aktionen der nächsten Ortsgruppe und fordere die Teilnehmer zum Beitritt auf.
- Beantworte etwaige Fragen.
- Bewirb deinen Online-Laden und erwähne die Möglichkeit des Beitritts.

### **Verkauf und Mitgliedsanträge**

Vergiss den Verkauf nicht:

- Wenn du ein T-Shirt auf der Straße trägst, steigert das die Sichtbarkeit der Bewegung
- Du kannst T-Shirts zum Mengenrabatt anschaffen und mit Gewinn verkaufen.
- Wenn du politisches Material verkaufst, kannst du damit Geld für weitere Projekte verdienen.

### **Über das Treffen berichten**

Wenn das Treffen zu Ende ist, schreib schnell einen Bericht darüber. Mach die Anzahl der Teilnehmer und die Qualität des Treffens darin klar.

*Beispiel: Schreib nicht »8 Menschen habe am Treffen teilgenommen«, sondern »ein Dutzend Aktivisten erschienen zum allerersten Treffen der Bewegung in unserer Region.«*

Wähle Bilder aus, überprüfe sie, und vergiss nicht, sie mit deinem Logo zu versehen.

