



STOP
Thor Steinar

**Analyse, Kritik und
Umgang mit einer
umstrittenen Marke**

Bilder Titel (von oben nach unten):

Tönsberg Weißensee: <http://www.morgenpost.de/img/berlin-aktuell/crop105200222/6820691194-ci3x2l-h307/mim-toensberg-BM-Berlin-Wei-ensee.jpg>

Tönsberg Mitte: http://www.welt.de/multimedia/archive/00509/Nazis_farbbeutel_DW_509501p.jpg

„Kein Kiez für Nazis“-Demo: Andreas / Umbruch Bildarchiv

Schilder: Noktalia

Container: Noktalia

Inhaltsverzeichnis

- 04 Vorwort**
Warum gibt es diese Broschüre?
- 06 Thor Steinar**
Nach wie vor Dresscode für Rechte
- 10 Eine Annäherung an die Ideologie**
Ein Logo sagt mehr als tausende Worte
 - 11 Wikingermarke?** - Nordische Ideologie, NS-Bezüge und offener Militarismus
 - 13 Kolonial- und NS-Bezüge**
Mehr als Sommer, Sonne, Urlaub
 - 15 Sport**
Von der Outlaw-Marke zur Outdoor-Marke
 - 17 Frauenkollektion**
Durch die Blume
- 20 Ist doch nur 'n Shirt...**
Häufige Fragen zu Thor Steinar
- 24 Erfolgreich gegen Thor Steinar**
Ein Blick in andere Kommunen
- 28 Rechtliche Hinweise für Vermieter**
Ladenschluss jetzt!
- 32 Tönsberg Weißensee**
Warum gerade Weißensee?
- 34 Proteste Weißensee**
Antifaschistische Proteste gegen den Tönsberg
- 36 Chronik:** Naziläden und Gegenaktivitäten in Nord-Ost Berlin
- 39 Woran kann ich einen Nazi erkennen?**
Andere rechte Marken
- 42 Woran kann ich einen Nazi erkennen?**
Rechtstextreme Symbolik
- 43 Woran kann ich einen Nazi erkennen?**
Nazis in Subkulturen

Impressum:

Diese Broschüre wird herausgegeben vom Bündnis gegen den „Thor Steinar“-Laden Weißensee. Die Abbildungen von Personen und Symbolen dienen ausschließlich dokumentarischen Zwecken. Die Verteiler_innen der Broschüre sind nicht identisch mit den Autor_innen.

V.i.S.d.P.:
Sölk Leitert
c/o Bildungsverein Kreuzpfuhl; Pistoriusstr. 24
13086 Berlin

Druck:
Dreigroschendruck

Erscheinungsdatum:
Dezember 2012

Download unter:
weissen-see-in-aktion.de

Gefördert im Rahmen des Bundesprogramms
„TOLERANZ FÖRDERN – KOMPETENZ STÄRKEN“.



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Warum gibt es diese Broschüre?

Am 28. Oktober 2011 öffnete das bei Neonazis beliebte Modelabel *Thor Steinar* ein neues Geschäft mit dem Namen *Tönsberg* in Berlin-Weißensee. Dieser Laden war zuvor bereits in Berlin-Mitte beheimatet, musste dort aber aufgrund des öffentlichen Protestes schließen. Auch in Weißensee demonstrierten bereits am Tag der Eröffnung Anwohner_innen und Vertreter_innen lokaler Initiativen gegen den Laden. Doch obwohl in den nachfolgenden Monaten mit unterschiedlichen Protestformen gegen den *Tönsberg* demonstriert wurde, ist er immer noch da und das stört uns. Mit dieser Broschüre wollen wir das ‚Versteckspiel‘ des Modelabels enthüllen und ein Bewusstsein für die aus unserer Sicht problematische Ausrichtung von *Thor Steinar* schaffen. Denn: Bei *Thor Steinar* handelt es sich nicht um eine ‚normale‘ Modemarke. Es handelt sich dabei vielmehr um eine Firma, die sich hauptsächlich in der neonazistischen Szene großer Beliebtheit erfreut. Hierbei stellt sich unweigerlich die Frage: Warum ist das so? Diese Frage nehmen wir zum Ausgangspunkt unserer Broschüre, die einen Einstieg in die Kontroverse um das Modelabel bietet.

Der erste Teil der Broschüre beginnt mit einer allgemeinen Darstellung der Hintergründe der Firma *Thor Steinar*. Im Anschluss arbeiten wir in einer kurzen Kollektionsanalyse des Modelabels, das neuerdings so unpolitisch, outdoor-orientiert und sportlich-dynamisch daher kommt, die Bezüge zu neonazistischen Weltanschauungen wie Kolonialismus, Militarismus oder Nationalsozialismus heraus. Wir diskutieren in der Broschüre aber auch die Frage, warum dieser Laden gerade in Berlin-Weißensee öffnete und setzen uns mit Protest gegen die Verbreitung menschenverachtender

Ideologien auseinander. Da wir auch Möglichkeiten aufzeigen wollen, wie man gegen die entsprechenden Marken nicht nur auf der Straße, sondern per Hausrecht auch in Gebäuden vorgehen kann, haben wir auch dieser Frage einen Kapitelabschnitt gewidmet. Den Abschluss bilden ein kurzer Überblick zu weiteren rechten Modemarken.

Der *Tönsberg*-Laden gehört geschlossen, so ist die einhellige Meinung in unserem Bündnis. Denn: Je verbreiteter die Motive, die das Modelabel *Thor Steinar* produziert, in der Öffentlichkeit sind, desto ‚normaler‘ werden rechtsextreme Symbole und mit ihnen auch rechtsextremes Denken und Handeln. Das Ringen um die alltägliche Deutungshoheit ist nämlich keineswegs symbolisch. Am Ende steht die Frage: Wer kann sich in welcher Gegend angstfrei bewegen - und wer nicht? Damit ist auch klar: Eine weltoffene und partizipative Alltagskultur verträgt sich nicht mit *Thor Steinar*, weder in Pankow, noch sonst irgendwo.

Wir hoffen, Euer Interesse an der kritischen Auseinandersetzung mit rechten Modelabels geweckt zu haben und wünschen ein informatives Leseerlebnis.

Bündnis gegen den *Thor-Steinar*-Laden

Sprachpolitische und Rechtliche Hinweise:

Der Unterstrich „...innen“ soll die Funktion haben, dass nicht nur Frauen mitgedacht werden, sondern auch Menschen, die sich zwischen/ außerhalb der Zweigeschlechtlichkeit verorten.

Die in der gesamten Broschüre verwendeten Symbole, welche nach §86a StGB verboten sind, werden von uns zu dokumentarischen und aufklärerischen Zwecken genutzt. Sie dienen nicht der Verharmlosung oder zu Propagandazwecken, sondern werden im Sinne des § 86 StGB Abs. 3 verwendet.

Nach dem Eigentumsvorbehalt ist die Broschüre solange Eigentum des Absenders, bis sie der dem Gefangenen persönlich ausgehändigt worden ist. „Zur Habe-Nahme“ ist keine persönliche Ausgehändigung im Sinne des Vorbehalts. Wird sie nicht persönlich ausgehändigt, ist sie dem Absender unter schriftlicher Angabe des Grundes der Nichtausgehändigung zurückzusenden.

Thor Steinar - nach wie vor Dresscode für Rechte

von: [moskito] Netzwerkstelle gegen Rechts-
extremismus – für Demokratie und Vielfalt

Seit seiner Gründung im Jahr 2002 hat sich *Thor Steinar* trotz permanenter antifaschistischer Kampagnen, juristischer Auseinandersetzungen und einer breiten öffentlichen Ablehnung auf der einen und internen Streitereien auf der anderen Seite zu einem wichtigen Modelabel unter den Markenartikel-Herstellern im rechten Spektrum etablieren können.

Am grundsätzlichen Konzept der Marke hat sich in dieser Zeit jedoch relativ wenig verändert. Nach wie vor setzt das Label bei seinen Prints auf Runen, nordische Mythologie und deutsche Kolonialgeschichte; Themen, die auch in der rechten Szene äußerst beliebt sind. Allerdings codieren sie ihre Aussagen auf den Prints inzwischen so, dass sie nicht von allen gleich zweifelsfrei erkannt werden können und sie außerdem strafrechtlich irrelevant sind. Zudem präsentiert sich *Thor Steinar* seit einigen Jahren zunehmend als Outdoor-marke und hat auch ansonsten sein Angebot stetig ausgebaut. Neben einer großen Auswahl an Accessoires wird speziell Mode für Kinder sowie eine eigene Frauenkollektion angeboten, wobei die klaren Geschlechterrollenbilder vor allem in den Prospekten sichtbar werden. Heutzutage wird *Thor Steinar* nach wie vor gerne im rechten Spektrum getragen und zählt zu den wichtigsten identifikationsstiftenden Marken der neonazistischen Szene, sodass die entsprechenden Kleidungsstücke auf nahezu jeder Neonazi-Demonstration bundesweit zu finden sind.

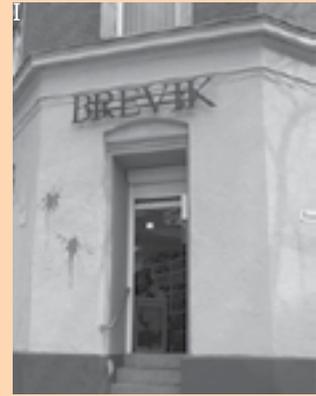
Rechter Lifestyle als Erfolgsgeschichte

2002 ließ *Axel Kopelke* die Modemarke *Thor Steinar* international registrieren. Seit 2003

wurde *Thor Steinar* durch die Firma *Mediatex GmbH* von *Axel Kopelke* und *Uwe Meusel* mit Sitz in Königs Wusterhausen vertrieben. Zeitweise meldete die Firma um die etwa siebenzig Marken an. Als Anschrift im Impressum des Internetauftritts von *Thor Steinar* fungiert aktuell eine Anschrift in Mittenwalde.

Zunächst war der Abnehmer_innenkreis von *Thor Steinar*-Klamotten sehr begrenzt und verlief in erster Linie über die verschiedenen rechten Vertriebsmöglichkeiten, wie rechte Läden und den Versandhandel. Unter anderem wurde in einem Rechtsrock-Magazin *Thor Steinar* angepriesen. Die Nutzung der rechten Infrastruktur half dem jungen Betrieb in der Anfangsphase sehr und trug zum unternehmerischen Erfolg bei. Wurden etwa 2006 Onlinebestellungen bei *Thor Steinar* im Wert von rund 450.000 Euro getätigt, so wurde der Wert zwei Jahr später fast verdreifacht. Gerade zu Beginn der Geschäftstätigkeit versuchte *Thor Steinar* auch noch verstärkt seine Kleidung als unpolitische Streetwear-Marke in Geschäften ohne eine explizite politische Ausrichtung unter zu bringen. Doch aufgrund zahlreicher Informationskampagnen zur Marke und ihren Hintergründen, verschwand sie zunehmend aus dem Einzelhandel. Aus diesem Grund war *Thor Steinar* gezwungen eigene Ladengeschäfte zu eröffnen, von denen inzwischen bundesweit rund ein Dutzend, zwei davon im Berliner Osten, existieren. Daneben gibt es Geschäfte, in denen *Thor Steinar* verkauft wird, momentan auch in zahlreichen europäischen Ländern. Vor allem der osteuropäische Markt scheint dabei für die Marke ebenfalls attraktiv zu sein.

Rund um das Firmenlogo des Modelabels gab es spätestens 2004 eine juristische Auseinandersetzung darum, inwiefern es den Tatbestand des Verwendens von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen bzw. von Kennzeichen, die denjenigen von verfassungswidriger Organisationen zum Verwechseln



Thor Steinar-Laden „Brevik“
Chemnitz, 2012

II



Thor Steinar Logo¹:

Das ursprüngliche Thor Steinar Logo von 2002. Es war von 2004-2008 verboten, findet aber seit dem wieder häufig Verwendung.

III



„Neues“ Thor Steinar-Logo¹:

Es wurde während des zeitweisen Verbots des ursprünglichen Logos benutzt und findet heute nur noch selten Verwendung.

¹Originalhintergrund: Rot

ähnlich sehen, erfüllt (§86, 86a I, II StGB). Es wurden in mehreren Bundesländern (Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Niedersachsen und Berlin) Ermittlungsverfahren unter anderem gegen Träger/innen von Bekleidungsstücken des Modelabels, die mit dem Logo versehen waren, eingeleitet.

Thor Steinar änderte die Gestaltung des Markenlogos dann auch. Am Landgericht Neuruppin im November 2004 wurde die Rechtsauffassung vertreten, es würden bei näherer Betrachtung Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, nämlich die Doppelsig-Rune der *Schutzstaffel* der ehemaligen *NSDAP*, erkennbar werden. Dieser Auffassung haben sich Strafkammern des Landgerichts Potsdam angeschlossen.

Hingegen verkündete beispielsweise das Oberlandesgericht Brandenburg am 12.09.2005, dass das Tragen eines Schlüsselbundes mit dem Logo des Modelabels nicht den Tatbestand des Verwendens von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen im Sinne von § 86 StGB erfülle.

Inzwischen gibt es eine einheitliche Rechtsprechung, die in dem alten Logo keine Strafbarkeit nach § 86 oder 86a StGB sieht. Eine strafrechtliche Verfolgung des Altlogos wurde unzulässig.

Thor Steinar: Provokationen als Strategie?

Thor Steinar ist nach wie vor Dresscode für Neonazis. Dies machen zwei Skandale aus dem Jahr 2012 deutlich: So wurde im März 2012 in Chemnitz ein Geschäft der Kleidermarke mit dem Namen *Brevik* eröffnet. Erinnert dieser Name nicht stark an den Namen des norwegischen rechtsextremen Attentäters *Anders Behring Breivik*, der im Sommer 2011 über sieben Menschen ermordete?

Dass die Marke für Neonazis nach wie vor attraktiv ist und sie sich mit diesem Label identifizieren, das bewiesen auch acht Abgeordnete der *NPD* am 13. Juni 2012. Sie erschienen provokativ mit *Thor Steinar*-Klamotten im säch-

sischen Landtag, obwohl die Hausordnung das Tragen von *Thor Steinar*-Klamotten strikt untersagt. Den mehrmaligen Aufforderungen die Kleidung abzulegen, kamen die acht *NPD*-Abgeordneten nicht nach.

Gezielte Provokation ist offenbar eine Marketingstrategie von *Thor Steinar*. Ziel dieser Strategie ist einerseits medial und öffentlich aufzufallen, andererseits konstruiert sich die Marke damit ihr Image als ‚widerständig‘ und ‚rebellisch‘. Teil der Provokation ist das wiederholte Nutzen von norwegischen Städtenamen bei der Benennung ihrer Geschäfte und der norwegischen Flagge als Aufdruck auf der Kleidung. Gegen eine solche Praxis wurde jedoch von der norwegischen Botschaft beziehungsweise den jeweils zuständigen norwegischen Bürgermeister_innen immer wieder Einspruch erhoben, sodass beispielsweise der *Thor Steinar*-Laden in Friedrichshain nicht mehr *Tromsø* genannt werden darf.

Die breite Vermarktung von *Thor Steinar*, das Gerichtsurteil, welches die Strafbarkeit von *Thor Steinar* aufgehoben hat und das provokative Marketing haben dazu beigetragen, dass die Marke inzwischen überall anzutreffen ist. Sie gehört zum rechten Style und wird von vielen getragen, die eine rechtsaffine Einstellung haben. Nicht nur auf neonazistischen Demonstrationen, sondern auch im Alltag ist *Thor Steinar* ein identitätsstiftendes Merkmal der rechten Szene. Denn wie die beiden Beispiele am Anfang zeigen, hat sich *Thor Steinar* weder aus dem rechten Spektrum gelöst noch ist dies umgekehrt der Fall.

IV



Thor Steinar Performance:

Mit dem *Thor Steinar Performance* Logo werden seit 2011 vorwiegend die ansonsten unscheinbaren Sport-Klamotten gelabelt.

V



NPD-Fraktion:

Am 13.06.2012 provoziert die sächsische *NPD-Fraktion* durch das Tragen von *Thor Steinar* Klamotten im Landtag. Daraufhin wurden sie von der Sitzung ausgeschlossen.



Tyr-Rune:

Sie war im Nationalsozialismus das Abzeichen der „Reichsführerschulen“.

In den 90er Jahren führte die „Kameradschaft Treptow“ das Symbol.



Thor Steinar Performance Logo mit hervorgehobener Variante des alten Logos

Eine Annäherung an die Ideologie von Thor Steinar

von: Antifaschistische Initiative Nord Ost [AINO]

Die Nähe von *Thor Steinar* zu (neo-)nazistischen Lebens- und Erlebniswelten beginnt bereits beim Markennamen sowie dem Firmenlogo, welches laut Eigenauskunft die Buchstaben 'T' und 'S' in Runenschrift darstellen soll. Bereits im Nationalsozialismus wurden Runen verwendet, um so eine Verbindung zu einer vermeintlichen ‚germanischen Kultur‘ zu konstruieren. Historisch gesehen hat eine solche einheitliche Kultur nie in der propagierten Form existiert. Vielmehr wurde sie aus einer losen Kombination von Erkenntnissen aus Sprachwissenschaft, Esoterik und rassistischer Biologie konstruiert. Auch in der heutigen Neonaziszene setzt sich der Bezug zum ‚Germanentum‘ trotz seiner wissenschaftlichen Widerlegbarkeit fort. Im Logo von Thor Steinar wird somit bereits ein zentraler Teil des (neo-)nazistischen Selbstbilds übernommen. Darüber hinaus wirft aber auch die Auswahl der Logo-Runen Fragen auf. Es handelt sich um die Tyr- und die Sig-Rune, die für Kampf und Sieg stehen sollen. Das gedrehte Logo kann allerdings ebenso als doppelte Sig-Rune gelesen werden. Während des Nationalsozialismus verwendete die *Schutzstaffel (SS)* diese Kombination, weshalb der Gebrauch dieser Rune heutzutage in der BRD verboten ist. Folglich öffnet das Logo in seiner uneindeutigen grafischen Gestaltung zahlreiche Deutungsmöglichkeiten, die vor allem nach rechts offen gehalten werden.

Wer ist dieser Thor Steinar überhaupt?

Bei der Bezeichnung *Thor Steinar* handelt es sich nicht um einen wirklichen Namen. Trotzdem haben die einzelnen Namensteile für sich eine Bedeutung. Der erste Teil des Namens bezieht sich wie das Logo auf die nordische My-

thologie: *Thor* ist der Name einer Götterfigur. Als Gewittergott verkörpert er Stärke und Tatkraft und bietet sich als Bezugspunkt für eine aggressive Ideologie an. Im Gegensatz dazu ist die Bezeichnung *Steinar* weniger eindeutig zu entschlüsseln. Dennoch lässt sich ein direkter Bezug zu *Felix Steiner*, einem General der *Waffen-SS* aus dem Zweiten Weltkrieg, vermuten. Schließlich finden sich auf zahlreichen Motiven des Modelabels Verknüpfungen des Markennamens mit militärischen Begriffen wie *Division Korps* wieder. *Felix Steiner* war zu Beginn des Zweiten Weltkriegs General des *III. Panzerkorps* und beteiligte sich später als Befehlshaber der *Division Wiking* am *Holocaust*. Diese auffälligen Parallelen von Motiven des Modelabels und realen Kampfverbänden unter *Felix Steiner* legen trotz der anderen Schreibweise des Namens einen Bezug des Markennamens zu den Verbrechen des Nationalsozialismus nahe.

Wikingermarke? Nordische Ideologie, NS-Bezüge und offener Militarismus

von: Antifaschistische Initiative Nord Ost [AINO]

Nicht nur Logo und Markenname weisen Anspielungen auf die nordische Mythologie, die Lebenswelt des Nationalsozialismus sowie Krieg und Gewalt auf, diese Themen finden sich auch auf zahlreichen Kleidungsstücken von *Thor Steinar* wieder. Der Bezug auf eine vermeintliche germanische oder nordische Tradition scheint ein wichtiger Teil des Selbstverständnisses der Marke zu sein. So bezeichnet sich die Firma selbst beispielsweise als *Nordic Company* oder *Viking Company with Nordic Soul*. Auch der Namensgeber *Thor* taucht auf Motiven, wie dem T-Shirt *Donnerwetter*, auf. Der *Hammer Thors*, das so genannte *Mjöllnir*, wird als Schmuckaccessoire verkauft. Weitere Bezüge zur nordischen



Gibor-Rune:

Im Nationalsozialismus wurde sie u.a. von der *2. SS-Panzerdivision* genutzt.

Auch die 1982 verbotene „*Junge Front*“ verwendete diese, auch als „*Wolfsangel*“ bekannte, Rune.



Doppel Sig-Rune:

Das Abzeichen der SS, Hitlers wichtigster Terror- und Unterdrückungsorganisation.



Arbeitserziehungslager „Nordmark“:

In dem Konzentrationslager bei Kiel wurden binnen eines Jahres etwa 5000 Menschen inhaftiert und zur Zwangarbeit gezwungen. Von ihnen starben circa 600.



T-Shirt „Nordmark“:

Das T-Shirt „Nordmark“ mit symbolisierten Flügeln und der englischen Unterschrift „T.Steinair aviation company“, auf deutsch „Luftfahrt Betrieb“. Besonders makaber, wenn man bedenkt das die ZwangarbeiterInnen im Lager „Nordmark“ u.a. Jagdflieger montieren mussten.

Mythologie und Sagenwelt werden über Produktbezeichnungen, wie z.B. *Fenris*, *Thule* oder *Gungnir*, hergestellt.

Auf ähnliche Weise werden auch Bezüge zum Nationalsozialismus in die Kleidungsstücke eingearbeitet. Das Modelabel verwendet beispielsweise seit Jahren den Begriff *Nordmark* auf vielfältige Weise in den Kollektionen und hat sich diesen auch patentrechtlich schützen lassen. Er wird u.a. als Produktbezeichnung und Aufdruck auf einem grauen Kapuzenpullover verwendet; ergänzt mit dem Schriftzug *The Legendary Steinair Destrict* [sic]. Das englische Wort ‚district‘, das hier in falscher Schreibweise verwendet wird, kann zwar einerseits als Übersetzung für ‚Gebiet‘ gelesen werden, andererseits steht es historisch ebenso für ‚GAU‘. Dies war während des Nationalsozialismus die Bezeichnung für die von der NSDAP geschaffenen Regierungsbezirke, von denen einer tatsächlich *Nordmark* hieß. Darüber hinaus trug ein 1944 von Zwangsarbeiter_innen errichtetes Arbeitserziehungslager ebenfalls den Namen *Nordmark*. Dort wurden bis zu 5.000 Menschen als kostenlose Arbeitskräfte missbraucht, wobei mind. 578 während des einjährigen Bestehens des Lagers ermordet wurden. Ist also das Motiv des Kapuzenpullers ein versteckter, aber direkter Bezug zu historischen Gebietsbezeichnungen des Nationalsozialismus und dessen Verbrechen? Eine ähnliche Verwendung fand der Begriff auch in jüngster Zeit in neonazistischen Kreisen. So bezeichnete sich u.a. eine *NPD-Jugendgruppe* in Schleswig-Holstein als *Nordmark* und der Begriff fungierte ebenfalls als Sektionsbezeichnung bei den inzwischen verbotenen Organisationen *Wiking Jugend* sowie *Blood & Honour*. Es ist doch relativ unwahrscheinlich, dass solche offensichtlichen Parallelen der Motive zur nationalsozialistischen Herrschaft und neonazistischen Organisationen *Thor Steinair* in all den Jahren entgangen sind.

Neben diesen Anspielungen auf den Nationalsozialismus verherrlichen *Thor Steinair* Motive ebenfalls Krieg und Gewalt, wie beispielsweise das T-Shirt *Gardering* (zu dt. ‚absichern‘) zeigt. Auf ihm ist eine stationäre Maschinenpistole mit Munitionsboxen abgebildet, die mit den Schriftzügen *My Home Is My Castle* und *If U Can Read This U Are In Range* ergänzt wird. Die Kombination legt den Gedanken nahe, dass ein Heim (oder eine Heimat) durch den Einsatz von Waffen abgesichert werden soll und jede_r, die oder der sich in Reichweite befindet, als potentielles Ziel erschossen werden kann. Menschenverachtendes Töten wird bei *Thor Steinair* glorifiziert.

Mehr als Sommer, Sonne, Urlaub - Kolonialbezüge bei TS

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Wir betrachten das T-Shirt *Rupie*. Auf der Vorderseite ist eine *Deutsch-Ostafrikanische Rupie-Banknote* abgebildet, die während der deutschen Kolonialherrschaft Währungsmittel im heutigen Tansania, Burundi und Ruanda war. Unter der Banknote findet sich der Schriftzug *Tanganjika - Selous - Mikumi*. Diese drei Ortsnamen bezeichnen heute Wildreservate und Naturschutzgebiete. Im 19. Jahrhundert standen diese Ortsbezeichnungen jedoch für Versklavung und Vertreibung. Die brutale Unterwerfung und die systematische Ausbeutung der einheimischen Bevölkerung durch die deutschen Kolonialherren waren Grundlage der Durchsetzung ihres vermeintlichen Herrschaftsanspruches. So übernahmen sie die Währungsangelegenheiten, führten neben anderen administrativen Gängeleien eine Kopf- und Hüttensteuer für Einheimische ein und enteigneten und entwaffneten die Bewohner_innen willkürlich. Wurden die Steuern nicht bezahlt, drohte Zwangsarbeit auf den oft weit entfernt



T-Shirt Gardering:

Benutzen sie ein Maschiengewehr um ihre Wohnung zu verteidigen oder legt dieses Motiv die Menschenjagd an einer Grenze nahe?



T-Shirt Rupie:

Die deutsche Kolonialherrschaft wird durch einen 5-Rupien Schein verdeutlicht. Geld als Herrschaftsinstrument, ermöglichte die Vertreibung der Menschen aus den Gebieten Tanganjika, Selous und Mikumi, die unter den Banknote ausgezählt werden.



T-Shirt Covered Operation:

Dieses Motiv benennt „Swakopmund“, die Hafenstadt, über die die Kolonie „Deutsch Südwest-Afrika“ maßgeblich versorgt und aufgebaut wurde.



T-Shirt Heia Safari:

Der Ausruf „Heia Safari“ gepaart mit zwei Palmensoll Freude und Unbeschwertheit suggerieren. Damit hatte der deutsche Kolonialismus jedoch nichts zu tun.

liegenden Baumwollfeldern. 1905 bis 1907 wehrten sich die Einheimischen jedoch und es kam zum *Maji-Maji Aufstand*. Der damalige Gouverneur von Ostafrika, *Adolf von Götzen*, reagierte auf den unerwarteten Widerstand mit äußerster Brutalität. Der *Maji-Maji-Aufstand* wurde zum größten Krieg während der Kolonialherrschaft. In *Ungani*, dem Zentrum der Aufstände, wurde die Bevölkerungsanzahl halbiert und die Bevölkerungsgruppe der *Pangwa* dezimierte sich von 30.000 auf ca. 1000-1500 Menschen.

Daneben finden sich bei *Thor Steinar* in zahlreichen weiteren Motiven verherrlichende Anspielungen auf die deutsche Kolonialzeit und Bezüge zu nahezu allen ehemaligen Kolonien, wie *Deutsch-Südwestafrika*, *Deutsch-Ostafrika* oder *Mariana Islands*, dem damaligen *Deutsch-Neuguinea*. Schon der Titel des Sommer-Katalogs 2012 *Atlantic Expedition* kann als eine Glorifizierung der deutschen Kolonialbestrebungen gelesen werden. Diese sogenannte *Deutsche Atlantische Expedition* war eine Reaktion auf den *Versailler Vertrag* und mit ihr sollte nach dem 1. Weltkrieg in den ehemaligen Kolonien weiter Stärke demonstriert werden. Und auch der eher unauffällige Aufdruck *Heia Safari* hat seine Wurzeln in den deutschen Eroberungsfantasien. Denn „*Heia Safari*“ war der Titel mehrerer Marschlieder, die deutsche Korps in Afrika sangen, um den Herrschaftsanspruch zu bekräftigen. „*Und Sieger, die sind wir, im weiten Weltrevier - heia, heia Safari*“, heißt es in einem dieser Lieder.

Dass der Kolonialismus ein Motiv für *Thor Steinar* ist, verwundert nicht, da Kolonialismus schon immer von einem nationalistischen Weltmachtsanspruch geprägt war. So verkündete die *Kölnische Zeitung* im August 1881: „*überseeische Politik allein vermag auch den Grund zu legen zu einer Weltmacht Deutschlands*“. Dieses Motiv wurde auch nach dem 1. Weltkrieg wieder aufgegriffen.

Nationalorientierte Parteien forderten „*Was deutsch war, muss wieder deutsch werden*“ und traten für den Rückerwerb der Kolonien und für eine rassistische Aufteilung der Welt ein. Unter nationalsozialistischer Herrschaft wurden Ansiedlungen in anderen Ländern mit der Propaganda vom „*Volk ohne Raum*“ untermauert und koloniale Helden und Mythen wurden als Vorbilder in den Kult des Nationalsozialismus integriert.

Die Motive von *Thor Steinar* mit ihren schönen Urlaubsfarben vermitteln folglich ein positives Bild vom deutschen Kolonialismus, der sich jedoch nur mit Fremdherrschaft, Rassismus und Gewalt durchsetzen ließ.

Von der Outlaw-Marke zur Outdoor-Marke

von: Antifaschistische Initiative Nord Ost [AINO]

In den Kollektionen von *Thor Steinar* finden sich auch sportliche Motive an zahlreichen Stellen wieder, wobei hier oftmals mit gewaltverherrlichenden Anspielungen und einer (Über-)Betonung von Stärke und Kampf gearbeitet wird. So zeigt beispielsweise das Motiv *Fight* einen stilisierten Streetfighter als Symbol für Kampfkraft und den Willen, sich mit Gewalt durchzusetzen. Doch auch hinter vermeintlich unverfänglichen Motiven können sich fragwürdige Botschaften verstecken. Ein Beispiel dafür ist das T-Shirt mit dem Motiv *Kategorie TS*, welches die Firma als ihren *Beitrag zur EM 2012* (Sommerkatalog 2012) herausbrachte und das einen Pitbull zeigt, der aggressiv die Zähne fletscht. Bilder wie dieses sind in der Hooliganszene äußerst beliebt und symbolisieren Stärke und Angriffslust. Ferner ist auf dem Shirt der Schriftzug *You'll never walk alone*, Titel eines international bekannten Fußball-Songs, zu finden. Ist dieses sonst recht unauffällige T-Shirt ein Versuch des Mo-



Kapuzenpulli Bismarck Archipel:

Blumige Erinnerungen an die Kolonie Bismarck Archipel und die damalige Hauptstadt Hermanshöhe. Offensichtlich muss selbst den „Nostalgikern“ erklärt werden, dass es sich dabei um das heutige Papua Neuguinea handelt.



T-Shirt Kategorie TS:

Thor Steinars „Beitrag zur EM 2012“. Die eindeutige Zielgruppe: Hooligans.



Jacke Frihet:

Auch bei der in Rocker-Optik gehaltenen Jacke ist es schwierig eindeutige Symbolik zu finden.



T-Shirt Death Rider:

Das T-Shirt spielt mit der Zweideutigkeit des englischen „race“ (dt. Rennen; Rasse). „Race Club“ könnte somit auch Volks- bzw. Rassengemeinschaft meinen.

delabels sich dem gewaltbereiten Spektrum des Fußball-Publikums anzunähern? Darauf kann auch die Bezeichnung des T-Shirts hindeuten, 'Kategorie C', das ist auch die polizeiliche Einordnung für Hooligans.

Doch nicht nur in den Stadien wird versucht, an bestehende Subkulturen anzuknüpfen. Auch die Rockerszene, die teilweise auch rechtsoffen ist und über Schnittstellen zur organisierten Rechten verfügt, zählt zur Zielgruppe von *Thor Steinar*. Das zeigen nicht nur Motive - klassische Rocker-Kutten (z.B. Jacke *Frihet*) - sondern auch die (Werbe-) Aktivitäten des Unternehmens mit dem *Thor Steinar Racing Team*.

Vor allem an den sportlichen Motiven offenbart sich eine Doppelstrategie in Bezug auf das Marketing von *Thor Steinar*. Einerseits entwickelt das Modelabel eindeutig gewaltverherrlichende Kleidungsmotive, die zahlreiche Anknüpfungspunkte für rechtes Gedankengut bieten. Andererseits hat das Label eine Vielzahl sportlich eleganter Kleidung ohne klar erkennbare ideologische Bezüge im Sortiment. Vor allem in den neueren Kollektionen sind Motive und Label auf Jacken, Hemden oder Hosen unauffälliger geworden. Zu sehen ist lediglich eine kleine *TS-Performance (TSP)*- oder seit 2012 auch das *Thor Steinar Athletic (TSA)*-Logos und/oder Schriftabkürzungen wie *STNR* (für: *Steinar*), *TS99*, *NC* (für: *Nordic Company*). Mit diesem Versteckspiel präsentiert sich *Thor Steinar* als unauffällige Outdoor-Firma. Dadurch wird es zunehmend schwerer die Marke eindeutig zu erkennen, so dass Verbots-Regelungen, die u.a. das Tragen von *Thor Steinar* in *Bundesliga*-Stadien untersagen, leichter zu umgehen sind. Im Alltag und auf der Arbeit kann es für Neonazis ratsam sein, wenn ihre rechte Gesinnung nicht offensichtlich wird. Gleichzeitig können über solche unauffällig gestalteten Kleidungsstücke auch Kundengruppen erschlossen werden, die sich einfach für Outdoor-Bekleidung interessieren, ohne von der Marke und deren Hinter-

gründen zu wissen.

Einen weiteren Weg zur Erschließung neuer Zielgruppen stellt auch die Einführung einer Kinderkollektion dar. In dieser werden vor allem die politisch eindeutigen Motive in kleineren Größen wiederverwendet, sodass Eltern ihre politische Einstellung auch an ihrem Nachwuchs zur Schau stellen können.

'Durch die Blume'

Frauenkollektion von TS

von: [moskito] Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus – für Demokratie und Vielfalt

Modisch, dynamisch, jung, im Streetwearstyle, so kommt die neue *Thor-Steinar*-Kollektion für Frauen daher. Im Vergleich zur Männer-Kollektion ist sie viel weniger umfangreich. Diese Kollektion, die nicht, wie in der Vergangenheit noch der Fall, mit *Mädels*, sondern mit *Frauen* tituiert ist, verfügt über eine breite Palette von Modellen: So stellt das Modelabel Kleidungsstücke bereit, bei denen, wie bei der Kapuzenjacke *Solwieg*, noch nicht einmal das Firmenlogo erkennbar ist sowie Klamotten, die unauffällig sind, aber mit nordischer Mythologie in Verbindung gebracht werden können und Kleidung, die deutliche Rückschlüsse auf eine politische Gesinnung zulassen.

In diesem Sinne gibt es auch in der Frauenkollektion zahlreiche Motive mit Verweisen auf eine nordische Mythologie. Zum einen finden sich Pullover, Jacken und Mützen in typischem Norweger-Strick-Chic, vor allem aus den Moden der 1980er Jahre bekannt. Zum anderen gibt es aber auch Applikationen, die einen Verweis auf einen vermeintlich nordischen Kultur- und Abstammungskreis zu lassen. Beispiele dafür sind Schriftzüge wie *Nordic Souls*, *Nordic Company*, *Nordic Brand*, *Nordmeer Expedition* oder auch der Bezug auf die Wikinger. So wird in der Kollektion mit der Aufschrift *Viking Jente* (norwegisch,



Jacke Prekestolen:

Diese unauffällige Sportjacke trägt die Farben schwarz-weiß-rot.



Jacke Nordic Souls:

Lange figurbetonte Frauenjacke von Thor Steinar. Einziges Erkennungsmerkmal: „Nordic Souls“ am Arsch.

XVIII



T-Shirt Himmelbarn:

„Alles was du brauchst... Ein Schuss ins Herz“ Doch der auf der Vorderseite abgebildete Amor ist wohl der Einzige der nicht mit tödlichen Waffen schießt.

XIX



Kapuzenpulli Steinar Rose:
siehe Text

übersetzt heißt es ‚Wiking Mädchen‘) auf Wiking-Frauen Bezug genommen.

Eindeutige Motive in der Frauen-Kollektion

Eindeutigere Rückschlüsse lässt das in schwarz/weiß/rot, den Farben des wilhelminischen Kaiserreichs, gehaltene Kapuzensweatshirt *Steinar Rose* zu. Neonazis nutzen Flaggen in diesen Farben als Symbol. Sie wollen damit ausdrücken, dass sie die Oder-Neiße-Grenze nicht als Ostgrenze Deutschlands anerkennen und eine Expansion anstreben. Doch zurück zum Kapuzenshirt: In der Mitte befindet sich eine Schlange, die sich gerade etwas einverleiben will. Die Schlange gehört in der Mythologie zur Erde und gilt als geheimnisvoll und gefährlich. Für die Frauen-Kollektion verwendet das Modelabel geschlechtsspezifisch die Schlange als Tier mit mythologischer Bedeutung, bei der Männer-Kollektion wird hingegen der Adler als Symbol für ‚Göttliche Herrschaft‘ verwendet.

Weiter unten auf diesem Kapuzenshirt befindet sich neben der Stickerei der Schriftzug *Thor Steinar* in einer Art Runenschrift. Mit von der Partie ist beispielsweise die *Tyr-Rune*, die ein Ärmlembem für Absolventen der *SA-Reichsführerschulen* war. Auf dem Ärmel ist außerdem noch ein roter Blitz aufgedruckt. Nach der nordischen Mythologie kündigen Blitz und Donner das Nahen vom Gewitter- und Wettergott *Thor* an. Mit diesem Kapuzenshirt produziert das Modelabel ein Shirt mit sehr ausdrucksvollen Motiven. Das Design erinnert an Aktion und Kampf. Ein weiterer Kapuzenpulli, der einen eindeutigen Bezug zur nordischen Mythologie herstellt, ist der Pulli *Alrune*. *Alrune* ist die Bezeichnung für die ‚nordische Seherin‘ und soll eine Figur darstellen, die alle Runen kennt.

Jede_r fünfte Neonazi ist weiblichen Geschlechts!

Thor Steinar fertigt eine Kollektion extra für

Frauen. Es ist ein Klischee, dass Frauen in der Neonazi-Szene keine politische Überzeugung hätten und das ‚friedfertige‘ Geschlecht seien. Auch der moderne Rechtsextremismus ist ohne das Engagement von Frauen nicht denkbar. Frauen und Mädchen weisen in Untersuchungen genauso stark rechtsextremistische Einstellungsmuster auf wie Jungen und Männer, wenn auch die Art und Weise der Artikulation dieser Ideologien geschlechtsspezifisch variiert. Es sind Frauen, die in der Szene wichtige soziale Funktionen einnehmen, die Szene stärken und nach außen ‚normalisieren‘. Eine rechtsextreme Frau an einem Infostand wird viel weniger mit einer gewaltförmigen Ideologie in Verbindung gebracht, die Neonazis verkörpern. Frauen in der Neonazi-Szene besetzen häufig soziale Themen, wie die migrantische Präsenz an Schulen, in dem sie die Trennung in vermeintlich ‚deutschstämmige‘ und ‚ausländische‘ Schüler_innen fordern. Das Thema Kindesmissbrauch, in dem sie die ‚Todesstrafe für Kinderschänder‘ fordern oder das Thema Erziehung, in dem sie eine nationalgesinnte Erziehung in den Kitas einführen wollen. Auch als Funktionärinnen in Parteien wie der *NPD* oder der ehemaligen *DVU* sind Frauen immer wieder präsent, zwar weniger als Männer, aber aktiv und nicht minder gefährlich. Das zeigt auch das Beispiel der *Terrorzelle NSU*, in der die Bundesanwaltschaft *Beate Zschäpe* eine tragende Rolle zuschreibt. Frauen sind eben nicht nur am Kuchenstand der *NPD* zu finden. Die in der *Thor Steinar* Kollektion vorgefundene Heterogenität spiegelt die unterschiedlichen Beteiligungsformen von Mädchen und Frauen in der Neonazi-Szene wieder.

Insgesamt kann festhalten werden, dass die Kollektion für Frauen in den meisten Fällen harmloser und unauffälliger daherkommt, als es bei der Männer-Kollektion der Fall ist. Auffällig in der Kollektion ist die fehlende Gewaltverherrlichung sowie die geringe Bezugnahme



XX

Frauen in der Naziszene:

Ob als Aktivistin oder Ideologieträgerin, das Frauenbild der Naziszene geht über die Rolle als Mutter und Hausfrau hinaus. Der *Ring Nationaler Frauen (RNF)* vertritt sie in der *NPD*.



XXI



T-Shirt Partygranate:

Gute Laune und Militanz, eine beliebte Kombination bei Thor Steinar. Hier symbolisiert durch Sekt und Handgranaten sowie die Zeilen „Partygranate Bombenstimmung“.



T-Shirt Horsepower:

Sexualisierendes Motiv aus der Männer Kollektion. Ein Motorrad und eine leicht bekleidetet Frau werden mit der Zeile „Bad Toys 4 Bad Boys“ unterschrieben.

auf die NS-Vernichtungsideologie. Dieses kann Strategien von Teilen der organisierten Frauen aus der *NPD* sowie anderen völkisch-national orientierten Organisationen entsprechend sein, die nach außen einen Gewaltverzicht zu verkörpern versuchen. Das soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass beispielsweise Frauen in der Berliner Neonazi-Szene durchaus gewaltbereit sind und dieses auch nach außen verkörpern.

Im Vergleich zu früheren Kollektionen ist die neue Winterkollektion 2012/13, die politischen Aussagen betreffend, unauffälliger. Trotz einer klaren geschlechtsstereotypen Ausgestaltung der Männer- und Frauen-Kollektionen ist diese neue Kollektion zwar ‚figurbetont‘ und sexualisierend, es wird aber auf Aufdrucke wie ‚frisch und knackig‘ und andere sexistische Sprüche früherer Kollektionen verzichtet. Frauen sind eben auch in der Neonazi-Szene nicht nur Sex-Objekt und/oder Mutter, sondern auch aktive Kämpferin, Mitglied bei der Jugendorganisation oder Kommunalpolitikerin – und das spiegelt sich so auch in der Modeindustrie wieder.

Ist doch nur 'n Shirt... Häufige Fragen, die sich rund um Thor Steinar ergeben

von: [moskito] Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus – für Demokratie und Vielfalt

Thor Steinar ist doch auch nur eine Modemarke wie jede andere, oder?

Thor Steinar unterscheidet sich von anderen Modemarken, da die Marke mit ihren zweideutigen Symbolen und Codes eine identitätsstiftende Funktion in der rechten bis neonazistischen Szene eingenommen hat. Auf fast allen Kleidungsstücken tauchen typische Runensymbole, positive Bezüge zur deutschen

Kolonialgeschichte oder zum Nationalsozialismus auf. Entsprechend urteilt auch der aktuelle Brandenburger Verfassungsschutzbericht, der zum wiederholten Male *Thor Steinar* als identitätsstiftendes Erkennungszeichen unter Rechtsextremisten ausgewiesen hat.

Gehört man zur rechten Szene wenn man Sachen von Thor Steinar trägt?

In der Mehrzahl sind die Personen, die *Thor Steinar* tragen, der rechten Szene zuzurechnen oder vertreten eine rechte Ideologie. Die ‚zweideutigen‘ Codes und Symbole sprechen eine eindeutige Sprache. Wer *Thor Steinar* trägt scheint genau diese Codes und Symbole gut und richtig zu finden.

Allerdings werden inzwischen auch Kopien der Marke auf Märkten in Polen, Tschechien und der Türkei angeboten und dort von Menschen gekauft, die die Codes und Symbole vielleicht nicht verstehen und die deutschen Debatten nicht kennen.

Wer jedoch in Deutschland *Thor Steinar* trägt, muss sich darauf einstellen, als Teil der rechten Szene wahrgenommen zu werden.

Ist das Tragen von Thor-Steinar-Klamotten in der Öffentlichkeit verboten?

Nach einem langen Rechtsstreit um das alte Logo von *Thor Steinar*, welches dem Symbol einer verbotenen nationalsozialistischen Organisation ähnlich sah, änderte die Marke zeitweilig ihr Logo.

Wenngleich das Tragen von *Thor-Steinar*-Klamotten in der Öffentlichkeit generell nicht verboten ist, so haben jedoch verschiedene öffentliche Institutionen und auch Vereine in ihrer Hausordnung das Tragen von *Thor Steinar*-Klamotten verboten. So ist das Tragen dieser Marke unter anderem in öffentlichen Gebäuden wie dem *Bundestag* und in verschiedenen Landtagen verboten. Auch in vielen *Bundesligafußballstadien* gibt es eine entsprechende Hausordnung. Ebenso untersagen inzwischen auch viele Schulen und Uni-

Bildquellen I-XII:

- I) http://aftermath-news.files.wordpress.com/2012/03/ap_brevik_clothing_store_ll_120307_wg.jpg
- II) http://upload.wikimedia.org/wikipedia/de/7/74/Thor_Steinar_Logo_alt_%26_neu.jpg
- III) ebenda
- IV) http://www.thor-steinar-bilder.de/cache/logos/thor-steinar-neues-logo-kompass_800.jpg
- V) <http://www.welt.de/img/bildergalerien/crop106582286/4230711027-ci3x2l-w580-aoriginal-h386-10/Landtag-Sachsen-NPD-provoziert.jpg>
- VI) <http://www.kiel.de/kultur/stadtarchiv/erinnerungstage/cms/bilder/AELL.jpg>
- VII) http://picture.yatego.com/images/4b1f93aba48db1.0/big_thor_steinar_t-shirt_nordmark-kqh/thor-steinar-t-shirt-nordmark-schwarz.jpg
- VIII) <http://www.rascal.de/rascal/thorsteinar/TSS1210000st.jpg>
- IX) http://www.strikebackshop.de/images/product_images/popup_images/1494_2.jpg
- X) http://trudheim.ru/images/thor_steinar_trudheim_3631_2.jpg
- XI) SkyTec Outlets GmbH, Ausschnitt aus S.75 des „Thor Steinar“ Outlet-Katalogs 2007; S. 24
- XII) http://www.thorsteinar.de/images/product_images/popup_images/3937_3.jpg

versitäten durch ihre Hausordnung das Tragen von *Thor Steinar*. Auch bei der Polizei dürfen die Beamten im Einsatz seit 2009 keine *Thor Steinar* Klamotten mehr tragen.

Das Recht auf freie Meinungsäußerung erlaubt doch auch das Tragen von Thor Steinar?

Das Tragen von Kleidung mit rechtsextremen Codes oder Symbolen ist nicht einfach irgendeine Meinungsäußerung, sondern eine, die zentral davon ausgeht, dass Menschen nicht gleichwertig seien. Sieh wegen der eigenen Herkunft oder Hautfarbe überlegen zu fühlen, andere Menschen deswegen als minderwertig zu behandeln und ihnen grundlegende Rechte abzusprechen, steht im absoluten Gegensatz zum Prinzip der Menschenwürde. Und das darf nicht einfach toleriert werden, selbst dann nicht, wenn die getragenen Kennzeichen strafrechtlich nicht relevant sind.

Warum gegen Thor Steinar demonstrieren? Dadurch bekommen die doch nur noch mehr (mediale) Öffentlichkeit, das ist doch eine kostenlose Werbekampagne für die.

Natürlich kann es sein, dass antifaschistische und zivilgesellschaftliche Proteste gegen *Thor Steinar* dafür sorgen, dass Neonazis die Shirts jetzt erst recht tragen. Ziel solcher Protest-Kampagnen ist es aber weniger, eingefleischten Neonazis den Irrsinn ihrer Ideologie deutlich zu machen, die werden wir damit nicht erreichen.

Vielmehr ist es Ziel des Protestes eine Sensibilisierung der Öffentlichkeit herzustellen, diese aufzuklären und rechtsextreme Tendenzen vor Ort sichtbar zu machen. Es geht darum die öffentliche Meinung gegen *Thor Steinar* stark zu machen und eine möglichst breite Basis gegen Thor Steinar zu schaffen, damit diese rechte Symbolik nicht in den Alltag Einzug hält und es zu keinem Gewöhnungseffekt kommt.

Warum gegen Thor-Steinar Läden demonstrieren, das Label kann ich doch auch im Internet kaufen?

Vielfältige Aktionen gegen *Thor Steinar*-Läden sind wichtig, damit einerseits die Betreiber_innen merken, dass sie unerwünscht sind, andererseits eine öffentliche Sensibilisierung der lokalen Bevölkerung stattfindet. Dieser muss deutlich gemacht werden, welche Auswirkungen so ein Laden auf die lokale Situation vor Ort haben kann. *Thor Steinar*-Läden werden häufig Teil einer rechten Infrastruktur und damit zu Anlauf- und Treffpunkte für Personen mit rechter Gesinnung. Entsprechend können diese Läden dazu beitragen, dass sich die neonazistische Szene vor Ort etabliert. Bestes Beispiel ist der *Tönsberg*-Laden in Weißensee, der sich in unmittelbarer Nähe zu einem beliebten Treffpunkt der lokalen Neonaziszene, dem Antonplatz, befindet.

Hier lautstark aktiv zu werden ist wichtig, denn grundsätzlich ist festzustellen, dass Rechte und Neonazis dort besonders stark sind, wo sie eben keine Gegenwehr haben.

Nicht Thor Steinar ist das Problem, sondern die Ideologie an sich und die ist auch ohne das Modelabel da.

Das Verdrängen eines *Thor-Steinar*-Ladens ist die neonazistische Ideologie nicht aus den Köpfen raus. Dennoch lohnt sich Energie und Zeit zu investieren und politisch einzugreifen, denn wer will schon einen rechten Klamottenladen vor der Tür haben. Und darüber hinaus kann dieser zum Anlass genommen werden, um grundsätzlich über menschenverachtende Ideologien wie Antisemitismus zu diskutieren und auf problematische Zustände in der Gesellschaft aufmerksam zu machen. Vor allem geht es aber auch darum deutlich zu machen, dass wir gegen jede Form von neonazistischer Ideologie sind, egal ob auf Shirts oder in den Köpfen. Es ist wichtig klare Zeichen in der Öffentlichkeit zu setzen

Bildquellen XIII-XXII:

- XIII) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/800x800/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/3/_/3_114.png
- XIV) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/500x500/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/1/_/1_2_11.png
- XV) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/800x800/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/4/_/4_25.png
- XVI) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/500x500/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/2/_/2_1_67.png
- XVII) http://www.thorsteinar.de/images/product_images/info_images/3746_0.png
- XVIII) http://www.thorsteinar.de/images/product_images/info_images/3978_0.png
- XIX) http://www.thorsteinar.de/images/product_images/info_images/3737_0.png
- XX) http://d1.stern.de/bilder/stern/5/sterntv/2012/KW04/npd_SebastianLasse/Getty_fitwidth_420.jpg
- XXI) <http://neofa-ausstellung.vvn-bda.de/s9/94.jpg>
- XXII) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/800x800/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/2/_/2_1_156.png
- XXIII) http://www.thorsteinar-outlet.de/media/catalog/product/cache/1/image/500x500/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/2/_/2_1_107.png

Bildquellen XXIV-XLII:

XXIV) <http://planbantifase.blogspot.de/2011/10/18/thor-steinar-shop-in-glinde/>
XXV) <http://img2.webme.com/pic/n/notonsberg/nacktschnecke.jpg>
XXVI) <http://media.de.indymedia.org/images/2009/10/264324.png>
XXVII) <http://il.t-static.de/nc/article/pic/73/73N0unKbJ8pfVmz-K8aLOrgoQ.jpg>
XXVIII) <http://media.de.indymedia.org/images/2008/10/228796.jpg>
XXIX) <http://antifaboi-zenburg.blogspot.de/images/stopthorsteinar.jpg>
XXX) http://www.welt.de/multimedia/archiv/00509/Nazis_farb-beutel_DW_509501p.jpg
XXXI) Archiv Haus der Jugend „Bunte Kuh“ e.V.
XXXII) Thomas Rassloff
XXXIII) <http://www.neues-deutschland.de/img/o/48906>
XXXIV) Noktalia
XXXV) Noktalia
XXXVI) Andreas / Umbruch- Bildarchiv
XXXVII) Oliver Prochaska
XXXVIII) http://inforiot.de/files/IMG_1549.JPG
XXXIX) <http://media.de.indymedia.org/images/2010/02/272852.jpg>
XL) https://bloegi.files.wordpress.com/2012/06/kategorie_c.jpg?w=450
XLI) http://stressfaktor.squat.net/2002/images/demo_020202/10g.jpg
XLII) <http://media.de.indymedia.org/images/2005/05/117772.jpg>

Erfolgreich gegen Thor Steinar - ein Blick in andere Kommunen

von: [moskito] Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus – für Demokratie und Vielfalt

In den letzten Jahren eröffneten in vielen deutschen Städten *Thor-Steinar*-Geschäfte. Einige davon sind mittlerweile wieder geschlossen worden. Im November 2012 waren auf der Internetseite des Labels zwölf Filialen im Bundesgebiet verzeichnet (zwei in West-, zehn in Ostdeutschland, zwei davon in Ostberliner Bezirken). Gegen etliche dieser Filialen laufen Räumungsklagen beziehungsweise gerichtliche Verfahren, die die Rechtmäßigkeit der abgeschlossenen Mietverträge betreffen, so z.B. in Glinde und Magdeburg. In den Kommunen, in denen *Thor-Steinar*-Geschäfte eröffnet wurden, kam es zu - mehr oder weniger umfangreichen - antifaschistischen und zivilgesellschaftlichen Protesten gegen die Läden. Die folgenden Praxisbeispiele geben einen Überblick über erfolgreiche und kreative Aktionsideen gegen die Läden des Modelabels. Sie wurden aus den jeweiligen konkreten Gegebenheiten in der Kommune heraus entwickelt und sind keine Patentrezepte oder pauschale Lösungen. Vielmehr können sie Ideengeber für eigene Aktionen sein und weisen auf begünstigende Faktoren für erfolgreiche Proteste hin.

Beispiele in anderen Städten

Ausdauernd und besonders aktiv ist der Protest in der Stadt Glinde (bei Hamburg) gegen die dortige *Thor-Steinar*-Filiale. Das Aktionsbündnis Runder Tisch – Glinde gegen Rechts organisiert seit der Eröffnung des Ladens im Herbst 2011 zahlreiche und vielfältige Protestaktionen (www.notonsberg.de). So veranstaltete das Bündnis bisher fast 350 (!) Mahnwachen vor dem Laden. Bei diesen Mahnwachen

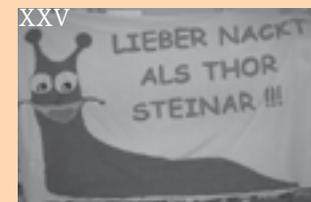
werden Flyer verteilt, die über die Verbindung von *Thor Steinar* und Neonazismus informieren. Es gab Demonstrationen, unter anderem unter dem Motto „*Unsere Stadt soll sauber bleiben – Thor Steinar aus der Stadt fegen*“, bei denen die Teilnehmer_innen mit Besen und Kehrblech unterwegs waren. Außerdem Lichterketten, Lesungen, einen Weihnachtsbaum gegen Rechts, Kinderbastelaktionen, Fußballturniere, ökumenische Andachten, Kunstaktionen, zahlreiche Informationsveranstaltungen und vieles mehr. Das *Aktionsbündnis Glinde* setzt sich im Kontext des Protests gegen den Laden auch mit der Geschichte der Stadt während der Zeit des Nationalsozialismus auseinander. Auf der Internetseite des Bündnisses werden Zeitzeug_innen, Zeugnisse und Geschichten über das ehemalige Zwangsarbeiterlager Wiesenfeld gesucht. Im Bündnis sind generationsübergreifend Gliner Bürger_innen und Jugendbündnisse aktiv. Die Internetseite weist hin auf eine sehr heterogen zusammengesetzte Gruppe, die mit anderen Akteuren gegen Rechts kooperiert (z.B. *Storch Heinar*, Internationale Wochen gegen Rassismus) und Unterstützung durch Verwaltung, Politik und die Bürger_innen erfährt.

In Schwerin gibt es Mahnwachen vor dem dortigen *Thor Steinar*-Laden, Flash Mobs, Konzerte, Demonstrationen und Info-Veranstaltungen, ebenso in Rostock, Dresden und Magdeburg. In Magdeburg wurde der erste Altkleidercontainer unter dem Motto „*Thor Steinar zu Putzlappen*“ in der Nähe des Ladens aufgestellt. In Erfurt hat der Leiter einer Berufsschule das Tragen von *Thor-Steinar*-Klamotten in der Schule per Hausordnung verboten. In Chemnitz hat die dortige Initiative pädagogische Materialien zur Aufklärung über die von *Thor Steinar* verwendeten Symbole entwickelt, um damit an Schulen zu gehen und Jugendliche über die Marke zu informieren.



Mahnwache heißt Ladenschluss:

Andauernde Mahnwachen zwingen den *Tönsberg* in Glinde (bei Hamburg) immer wieder zum schließen und verringern so den Umsatz. 2013 wird die 500. Mahnwache stattfinden.



Lieber Nackt als Thor Steinar:

Protest-Transparent aus Glinde (b. Hamburg)



XXVI

Storch Heinar:

Das Modelabel *Storch Heinar* macht *Thor Steinar* durch inhaltliche und stilistische Anlehnung an die Naziszene lächerlich. Der Erlös fließt in die Arbeit gegen Rechts.



XXVII

geöffnet von 1933 - 1945:

Der *Thor Steinar*-Laden in Chemnitz wurde mit dem Protest-Schild „Geöffnet von 1933 - 1945“ markiert. Es bezieht sich auf die Dauer der Nazi-Herrschaft.

Nationalsozialismus als Thema des Protest gegen Thor-Steinar-Läden

Vor dem *Thor Steinar*-Laden in Chemnitz wurde vom *Bündnis Bunter Brühl* unter anderem ein Schild mit der Aufschrift *Geöffnet von 1933 bis 1945* (in Frakturschrift) aufgestellt, um auf die inhaltliche Bezugnahme des Labels zum Nationalsozialismus hinzuweisen. Vor dem *Thor Steinar*-Laden in Halle wurden bei einer Theateraktion Arierausweise an die Passant_innen verteilt. Bei den Protestaktionen vor dem Berliner *Thor Steinar*-Laden in Mitte wurde auf die Verfolgung und Vertreibung der jüdischen Menschen aus der Nachbarschaft zur Zeit des Nationalsozialismus Bezug genommen und die eigenen Aktionen dazu in Beziehung gesetzt. In unmittelbarer Nähe des *Thor Steinar*-Ladens wurden Stolpersteine für jüdische Bürger_innen verlegt.

Obwohl Schließungen bzw. Räumungen von *Thor Steinar*-Läden in der Vergangenheit meist auf juristischer Ebene erstritten wurden, ist zivilgesellschaftlicher Protest gegen rechte Infrastruktur wichtig. Der Protest erhöht den Handlungsdruck auf Verwaltung und Hauseigentümer_innen. Wenn Mietverträge gekündigt werden, dauert es oft mehrere Monate und teils auch Jahre bis ein *Thor Steinar*-Laden endgültig schließt. Langanhaltender, kreativer und vielfältiger Protest verändert das gesellschaftliche Klima in der Kommune. Die verschiedenen Protestaktionen gegen *Thor Steinar*-Läden zeichnen sich durch große thematische Vielfalt und Kreativität aus. So sollen möglichst viele Anwohner_innen, Schulen, soziale Einrichtungen und anliegende Ladenbesitzer_innen angesprochen und darüber informiert werden, welche Auswirkungen *Thor Steinar*-Läden für die Nachbarschaft und die Gesellschaft haben können. Der zivilgesellschaftliche Protest will der Verankerung und Normalisierung von rechtsextremer Kultur im Sozialraum etwas entgegensetzen. Käufer_innen der Marke sollen über die Hintergründe aufgeklärt werden. Es geht bei dem Protest

um die Stärkung demokratischer Kulturen. Durch Information und Sensibilisierung sollen zudem möglichst viele neue Mitstreiter_innen für kommende Protestaktionen gewonnen werden.

Wichtig für erfolgreichen antifaschistischen und zivilgesellschaftlichen Protest sind - verbunden mit juristischen Schritten, wenn möglich - starke Partnerschaften mit Verwaltung, lokaler Politik und Wirtschaft. Verwaltung kann sich kooperativ zeigen bei der schnellen Erteilung von Sondernutzungsgenehmigungen, bei der Überlassung kommunaler Räume oder beim Erlassen von Gebühren. Lokale Politiker_innen können bei Protestveranstaltungen und -aktionen anwesend sein, die Anmeldung übernehmen oder fraktionsübergreifend die Arbeit gegen Rechtsextremismus in der Kommune stärken. Anliegende Geschäfte können durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit (Plakate, Sticker, Flyer) ein sichtbares Zeichen gegen rechte, rassistische, menschenverachtende Einstellungen setzen. Wohnungsbaugesellschaften und Vermieter_innen können es rechten Mieter_innen durch entsprechende Standardklauseln in Mietverträgen schwer machen den öffentlichen Raum mit ihrer Ideologie zu besetzen. Darüber hinaus sollten konsequent alle Vorfälle, die vom lokalen TS-Laden ausgehen (Lärm, Aufkleber, Belästigungen, etc.) zur Anzeige gebracht werden.



XXVIII

Streetart:

Häufig bedient sich der Protest gegen TS auch der Straßenkunst. Auf dieser Straße wurde ein Thor Steinar-Logo mit „Fuck“ kombiniert.



XXIX

Stop Thor Steinar:

Logo einer Anti- Thor Steinar- Kampagne aus dem Jahr 2008.

Bildquellen XLIII-LV:

XLIII) <http://www.jpberlin.de/antifahsh/images/wearwolf.jpg>

XLIV) <http://media.de.indymedia.org/images/2013/03/342468.jpg>

XLV) <http://www.politische-bildung-brandenburg.de/sites/default/files/Eric-and-Sons.jpg>

XLVI) <https://www.fsn-tv.de/gfx/ansgar.jpg>

XLVII) <http://www.hermannsland.com/templates/hermannsland/img/logo.png>

XLVIII) <https://lh4.ggpht.com/-sqnBStE8-H8/TTMh4trmSdI/AAAAAAAAAuY/WBXDS-3GFcD0/131.JPG>

XLIX) http://www.la-bel-23.de/img/nav_logo.jpg

L) https://fbcdn-profile-a.akamaihd.net/hprofile-ak-ash3/174589_320487094634017_391011309_n.jpg

LI) <http://www.weltnetzladen.com/images/athletikhemdconsdaplereich.gif>

LII) <http://cdn1.spiegel.de/images/image-230764-galleryV9-djey.jpg>

LIII) <http://www.extremnews.com/nachrichten/vermischtes/467a142196042e4/4d361421982f35b/>

LIV) <http://www.knuddels-gegen-extremismus.de/keltenkreuz.jpg>

LV) https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/ce/Coa_Illustration_Cross_Triskele.svg/345px-Coa_Illustration_Cross_Triskele.svg

Ladenschluss jetzt!

von: Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus (MBR)

Der folgende Text ist der Broschüre „*Ladenschluss Jetzt! Kommunale Handlungsstrategien im Umgang mit rechtsextremer Infrastruktur*“ der *Mobilen Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin (MBR)* entnommen. Der Text und die ihm zugrundeliegende Publikation dient nur zu Bildungs- und Informationszwecken, nicht der Beratung im Falle eines individuellen rechtlichen Anliegens und ersetzt keine juristische Beratung. Wir geben allerdings keine Gewähr auf die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte; schon allein deshalb, weil sich rechtliche Grundlagen und Vorschriften jederzeit ändern können. Jede Berufung auf irgendeine der bereitgestellten Informationen erfolgt auf eigene Verantwortung des Nutzers/der Nutzerin. Eine Haftung von Autor/innen, Herausgebenden und Verlag im Zusammenhang mit jeglicher Nutzung dieses Textes, insbesondere Personen-, Sach- und Vermögensschäden, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen, ist ausgeschlossen. Die gesamte Broschüre kann sowohl als Printversion bei der *MBR* bestellt, als auch online eingesehen werden. Leichte inhaltliche Anpassungen/Aktualisierungen sind vorgenommen worden.

Kündigung und Räumungsklage

Immer wieder stehen Vermieter/innen von Ladengeschäften, Kneipen u.ä. vor dem Problem, dass sie einen Gewerbemietvertrag für ein Objekt abgeschlossen haben, sich aber im Nachhinein herausgestellt hat, dass es sich um rechtsextreme Mieter/innen handelt. Zunächst sollte in solchen Fällen geprüft werden, ob formale Vertragsverstöße wie unregelmäßige Mietzahlungen o.ä. vorliegen, die als Kündigungsgründe herangezogen werden können. Doch auch wenn dies nicht gegeben

ist oder Zeitmietverträge auf mehrere Jahre abgeschlossen wurden, gibt es für Vermieter/innen juristische Ansatzpunkte. Sie gestalten sich je nach Mietvertrag unterschiedlich und bedürfen einer detaillierten Prüfung.

Folgende juristische Begründungsmuster sind in den letzten Jahren im Umgang mit rechtsextremen Anmietungen zur Anwendung gekommen und können als Orientierung dienen:

Ein Mietvertrag kann vom Vermieter² beispielsweise dann angefochten werden, wenn der Mieter den Vermieter im Hinblick auf das Warensortiment eines Ladengeschäfts „arglistig getäuscht“ hat. Arglistige Täuschung nach §§ 123 ff. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) liegt gemäß zahlreicher aktueller Gerichtsurteile dann vor, wenn der Mieter vor Vertragsabschluss bewusst unvollständige Angaben über den Inhalt des Sortiments gemacht hat und insbesondere Marken verschweigt, die in der Öffentlichkeit mit der rechtsextremen Szene in Verbindung gebracht werden. Aufklärungspflicht über das Angebot besteht, wenn die Informationen über den Verkauf einer Marke für die Entscheidung des Vermieters, ob ein Mietvertrag abgeschlossen wird oder nicht, von besonderer Bedeutung sind. Wegen arglistiger Täuschung waren und sind bundesweit Räumungsklagen gegen zahlreiche *Thor Steinar*-Läden anhängig. In zwei Urteilen aus dem Jahr 2010 zu *Thor Steinar* Läden in Berlin und Magdeburg hat der Bundesgerichtshof (BGH) die arglistige Täuschung durch den Mieter als erwiesen angesehen und der Räumungsklage vor allem aufgrund der nicht eingehaltenen Aufklärungspflicht stattgegeben.

Darüber hinaus kann ein Mietvertrag nach § 543 BGB (Abs. 1) „aus wichtigem Grund“ außerordentlich fristlos gekündigt werden. Ein „wichtiger Grund“ liegt beispielsweise vor, „wenn eine Vertragspartei den Hausfrieden nachhaltig stört, sodass dem Kündigenden unter Berücksichtigung aller Umstände des

Bildquellen LVI-LX:

LVI) http://www.dasversteckspiel.de/galerie/SE-RIE_BILD65_142747713.jpeg

LVII) http://www.nmv-versand.de/laden/images/product_images/popup_images/Landser.jpg

LVIII) <http://de.academic.ru/pictures/dewiki/114/raclogo.jpg>

LIX) <http://avtonom.prostoprint.com/static/products/full-e303f-20d2b11509d03a8fac-c140fa85d.png>

LX) <http://img1.ilovegrafiti.de/wp-content/blogs.dir/1/files/2009/12/thorsteinar.jpg>

²⁾ Zugunsten der besseren Lesbarkeit haben wir bei einigen juristischen Passagen die übliche eingeschlechtliche Schreibweise beibehalten

Einzelfalls, insbesondere eines Verschuldens der Vertragsparteien, und unter Abwägung der beiderseitigen Interessen die Fortsetzung des Mietverhältnisses bis zum Ablauf der Kündigungsfrist oder bis zur sonstigen Beendigung des Mietverhältnisses nicht zugemutet werden kann“ (§ 569 BGB, Abs. 2). Eine gesetzliche Definition von nachhaltiger Störung des Hausfriedens existiert nicht, ist allerdings Gegenstand umfangreicher juristischer Kommentierungen. Das subjektive Bedrohungsgefühl von potenziellen Opfern und Anwohner/innen durch den Mieter, dessen Angestellte oder Kund/innen kann dieses Kriterium danach möglicherweise erfüllen. Weitere Voraussetzungen könnten etwa bei öffentlichen Protesten und Sachbeschädigungen gegeben sein, wenn sie die Wertschätzung und die Vermietbarkeit des Mietobjekts mindern. Um eine nachhaltige Störung des Hausfriedens vor Gericht glaubhaft machen zu können, müssen die bedrohlichen Situationen, Beeinträchtigungen und sonstigen Unzumutbarkeiten detailliert – mit Ort- und Zeitangabe – vorgetragen werden.

Vorbeugen: Präventive Maßnahmen zur Abwehr von Anmietungsversuchen

Weniger aufwendig und effektiver als Kündigungen und Räumungsklagen sind Vorkehrungen, die bereits bei Vertragsabschluss getroffen werden. Da private Vermieter/innen aufgrund ihrer Kontrahierungsfreiheit nicht verpflichtet sind, an Rechtsextreme zu vermieten, haben sie vor allem bei der Festlegung vertraglicher Regelungen einen großen Handlungsspielraum.

In Gewerbemietverträgen für Ladenflächen können Mieter/innen über spezielle Klauseln vertraglich dazu verpflichtet werden, im Laden keine Produkte, Modemarken oder Accessoires zu verkaufen,

- die rechtsextremen, rassistischen oder antisemitischen Inhalt haben oder
- die in der Öffentlichkeit mit einem

Bezug zur rechtsextremen Szene wahrgenommen werden.

Hiernach liegt ein Vertragsbruch und damit die Grundlage für eine außerordentliche fristlose Kündigung bereits vor, wenn die vertriebenen Produkte in der Öffentlichkeit als rechtsextrem wahrgenommen werden. Der Vermieter muss somit nicht selbst Nachweise erbringen, dass die Produkte oder Marken etc. tatsächlich als rechtsextrem einzuschätzen sind. empfehlenswert ist es dagegen, einzelne Marken vertraglich auszuschließen.³

Auch bei der Vermietung von Kneipen, Konzerthallen oder Veranstaltungsräumen bewährte sich die Anwendung von Mietvertragsklauseln, die die Durchführung von Versammlungen und Events mit rechtsextremem, rassistischem oder antisemitischem Charakter untersagen. In Miet-, Pacht- oder Raumnutzungsverträgen sind dies z.B. folgende Regelungen:

- Der Mieter ist nicht berechtigt, die Mieträume zur Durchführung von Versammlungen und Veranstaltungen zu nutzen, auf denen rechtsextremes, rassistisches und antisemitisches Gedankengut dargestellt und/oder verbreitet wird, sei es vom Mieter selbst oder von Besucher/innen der Versammlung oder Veranstaltung.
- Der Mieter bekennt mit der Unterschrift, dass Versammlungen und Veranstaltungen in den Mieträumen keine rechtsextremen, rassistischen und antisemitischen Inhalte haben werden. D.h. dass insbesondere weder in Wort noch in Schrift die Freiheit und Würde des Menschen verächtlich gemacht noch Symbole, die im Geist verfassungsfeindlicher oder verfassungswidriger Organisationen stehen oder diese repräsentieren, verwendet oder verbreitet werden dürfen.
- Sollte durch Teilnehmende an Versammlungen und Veranstaltungen gegen

³⁾ Das rechtsextreme Angebot ist sehr breit und ändert sich so rasant, dass derartige Listen schnell zu einem Wettlauf mit den Modetrends der Rechtsextremen werden können.



Tönsberg Vorgänger:
Dem Tönsberg Vorgänger in der Rosenthalerstr. 18 in Mitte wurde nach antifaschistischen Protesten gekündigt



Nazischmiereien:
„Anti-Antifa“-Schmiereien der Kameradschaft „FN-Mitte“ am alternativen Wohn- und Kulturprojekt KuBiZ (2010).

vorgenannte Bestimmungen verstoßen werden, hat der Mieter für die Unterbindung der Handlung Sorge zu tragen, ggf. unter Anwendung des Hausrechts.

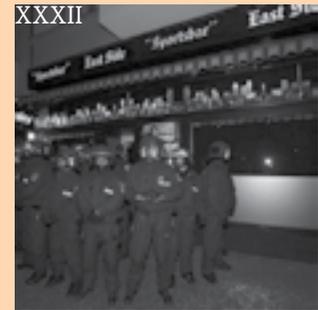
Ein solch detaillierter Vertrag kann die Gefahr des Missbrauchs durch Rechtsextreme und die Anmietung durch „Strohänner“ verringern. Denn Vermieter/innen haben das Recht, vom Mieter präzise Auskunft über Zweck, Inhalt und Charakter von Veranstaltungen zu erhalten. Wird zudem z.B. eine Liste mit auftretenden Bands, Referent/innen oder DJs Teil des Mietvertrags, können sie bereits im Vorfeld der Veranstaltung auf einen Bezug zur rechtsextremen Szene hin überprüft werden. Insgesamt gilt für alle mietvertraglichen Regelungen: Sie sind umso wirksamer, je flächendeckender sie angewandt werden – sonst lassen sich schnell Ausweichräume finden.

Warum kommt Thor Steinar nach Weißensee?

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Wie erwähnt ist der Thor Steinar-Laden Tönsberg kein Unbekannter in Berlin, denn bevor er nach Weißensee zog, existierte er bereits an zwei Standorten in Berlin-Mitte. Nachdem er dort allerdings wiederholt schließen musste, bleibt die Frage, warum er gerade an seinen jetzigen Standort gezogen ist. Zufall wird es nicht gewesen sein, denn hinter solchen Entscheidungen stehen schon aus wirtschaftlichen Gründen zahlreiche Überlegungen. Zum einen erscheint die Lage durchaus ansprechend. Als Teil des Großbezirks Pankow liegt Weißensee im Nordosten Berlins und grenzt u.a. direkt an Prenzlauer Berg und damit die Berliner Innenstadt an. Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist der Laden innerhalb Berlins schnell zu erreichen und durch die Nähe zur Autobahn auch gut an Brandenburg angeschlossen.

Neben der relativ guten Erreichbarkeit dürfte allerdings auch jetzige Einzugsgebiet bei der Standortwahl einen wichtigen Ausschlag gegeben haben. Das Gebiet rund um den Antonplatz ist ein sehr zentraler Ort im Bezirk, an dem auch die NPD schon einige Kundgebungen (zuletzt am 27.10.2012) veranstaltet hat. Dennoch handelt es sich hier nicht generell um einen expliziten Nazi-Kiez. Dies zeigt auch der Zuspruch für die NPD bei der Abgeordnetenhauswahl 2011, welche hier nur rund ein Prozent mehr Stimmen als im Berlin-Schnitt (2,1%) erhielt. Auch Aktivitäten von organisierten Neonazis sind selten und waren zuletzt im Zusammenhang mit der 2010 verbotenen Gruppierung „FN-Mitte“, von der einige Mitglieder im Kiez wohnten, verstärkt zu beobachten. Dennoch ist die Alltagskultur im Kiez stark von einer weißen Mehrheitsbevölkerung und deren Ansichten geprägt und der Anteil von hier lebenden Migrant_innen ist verhältnismäßig gering. Auf diesem Boden konnte sich eine relativ aktive rechte Alltagskultur etablieren, die sich in rechten Pöbeleien, dem Entfernen von antifaschistischen Stickern und Plakaten oder auch in einzelnen Überfällen auf Menschen äußert. So wurde beispielsweise am 10.01.2012 eine vermeintlich linke Person von einer Neonazistin mit einer Bierflasche angegriffen. Daneben haben viele der örtlichen Imbisse und Kneipen ein zumindest rechtsoffenes Publikum und vor allem in den Sommermonaten sind auch größere Gruppen von Neonazis am nahegelegenen Weißen See oder auf dem jährlichen stattfindenden Blumenfest zu finden. Doch trotz dieser Entwicklungen ist gerade in der Mehrheitsbevölkerung des Kiezes eine erstaunliche Ignoranz gegenüber den rechten Umtrieben zu erkennen. Leider äußert sich dies auch teilweise in ideologischer Komplizenschaft, wie beim Protest gegen ein geplantes Heim zur Wiedereingliederung straffällig gewordener Menschen mit psychischen Problemen. Auch eine nicht weit entfernte Unterkunft für Asylbewerber_innen wurde von



Rechtsoffene Kneipenlandschaft:

Eine Weißenseer Kneipe wird von der Polizei geschützt, nachdem aus der Kneipe gegen die „Kein Kiez für Nazis“-Demo (2011) gepöbelt wurde.



Tönsberg Eröffnung in Weißensee:

Am 28. Oktober 2011 eröffnete der Thor Steinar Laden „Tönsberg“ in der Berliner Allee 11. Etwa 100 Menschen protestierten spontan dagegen.



Grenzen überwinden:
Das „Grenzen überwinden“-Fest lockte rund 1.000 Besucher an. Dabei wurden antirassistische und antifaschistische Themen angesprochen.



Altkleider-Container:
Die symbolische Aufstellung eines kunstvoll gestalteten Altkleider-Containers zur „fachgerechten Entsorgung“ von Thor Steinar Klamotten.

vielen Menschen vor Ort abgelehnt. So kann Weißensee getrost als idealer Standort für einen Laden benannt werden, der es sich zum Ziel gesetzt hat, Klamotten mit rechten Botschaften unter die Bevölkerung zu bringen. Hier hat er einerseits eine große Zahl potentieller Kund/innen aus der rechten Szene und aufgrund der Ignoranz der restlichen Bevölkerung kann er sich als ganz 'normaler' Klamottenladen präsentieren.

Antifaschistische Proteste gegen den Tönsberg

von: Bündniss gegen Rechts Weißensee

Von Anfang an sah sich der Thor Steinar-Laden Tönsberg an seinem neuen Standort in Berlin-Weißensee mit gesellschaftlichem Widerstand konfrontiert, der sich in einer Vielzahl von Aktionen ausdrückte. Bereits die Eröffnung am 28.10.2011 wurde von einer Protestkundgebung begleitet und drei Wochen später demonstrierten rund 800 Menschen gegen den Laden und rechten Lifestyle durch den Kiez. In den folgenden Wochen und Monaten gründeten sich verschiedene Initiativen und Bündnisse. Diese versuchten vor allem die Anwohner_innen mit Info-Flyern und Stickern, Bürger_innen-Versammlungen und Info-Veranstaltungen auf den neuen Nachbarn und seine problematische Ausrichtung aufmerksam zu machen und so einen breiten Widerstand zu organisieren. Unabhängig davon kam es auch immer wieder zu militanten Aktionen gegen den Laden selbst, sodass seine Fassade regelmäßig neu eingefärbt wurde. Zeitgleich mit der Information der örtlichen Bevölkerung wurde auch der Kontakt zum Vermieter des Ladens hergestellt, um ihn über die Umtriebe seines Mieter aufzuklären. Da er jedoch auf die unterschiedlichen Anfragen ausschließlich mit Ignoranz reagierte, ist anzunehmen, dass

es für ihn kein Problem darstellt, seine Räumlichkeiten an einen rechten Lifestyle-Shop zu vermieten. Als Reaktion auf diese Abwehrpolitik wurde am 25.03.2012 eine Protestkundgebung unter dem Motto „Keine Geschäfte mit Neonazis“ in seinem brandenburgischen Heimatdorf Grube mit etwa 60 Teilnehmer_innen veranstaltet. Der Vermieter selbst war an diesem Tag zwar nicht vor Ort anzutreffen, allerdings zeigte uns eine Gegenkundgebung der örtlichen Neonaziszene nochmals deutlich, welches Klientel sich für Thor Steinar einsetzt. In den Sommermonaten wurde nicht nur das Wetter besser, sondern auch die Protestformen bunter. So war Anfang Mai das Kino Toni am Antonplatz, das sich in unmittelbarer Nähe zum Laden befindet, Schauplatz einer Aufsehen erregenden Licht-Graffiti-Aktion. Anstatt mit Sprühdose und Edding wurden dabei die Botschaften gegen den Tönsberg als Licht-Projektionen großflächig an die Fassade des Kinos geschrieben. Nur einen Monat später fand am gleichen Ort das Grenzen Überwinden-Festival statt, auf dem Künstler_innen unterschiedlicher Stilrichtungen wie Punk, Reggae oder HipHop und rund 1.000 Besucher_innen gemeinsam ein Zeichen gegen den Laden und die von ihm vertretene menschenverachtende rechte Ideologie setzten. Als weiteres Zeichen, dass in Weißensee Kleidung von Thor Steinar nicht erwünscht ist, wurden am 21.09.2012 zwei kunstvoll besprühte Altkleider-Container auf dem Antonplatz aufgestellt, die zur Entsorgung von Thor Steinar einladen sollen. Und auch wenn die Container inzwischen vermehrt das Ziel von rechtem Vandalismus geworden sind, zeigt das für uns nur, wie wichtig ein beständiges Engagement gegen rechte Alltagskultur, nicht nur in Weißensee, ist.



Demonstration:
Am 18. November 2011 zogen mehr als 500 Menschen unter dem Motto „Kein Kiez für Nazis“ durch Weißensee und setzten ein Zeichen gegen den Thor Steinar Laden



Farbanschläge:
Immer wieder zeigt die Bevölkerung mit Graffiti und Farbbeutelwürfen was sie von dem Laden hält.



Kundgebung in Grube

XXXIX



Harakiri:

Der Prenzl' Berger Naziladen bestand seit 1995 und verfügte über enge Kontakte zum 2000 verbotenen Blood & Honour-Netzwerk. Trotz antifaschistischer Proteste hielt sich der Laden bis er 2010 pleite ging.

XL



Kategorie C:

Der Laden am Prerower Platz wurde 1999 eröffnet und erst 2010 geschlossen. Mit dem Betreiberwechsel im Jahr 2000 verschwanden die Nazi Utensilien vom Ladentisch.

Naziläden und Gegenproteste in Nord-Ost Berlin

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Auswahl der Naziläden in Nordost Berlin und der Aktivitäten gegen sie (1994-2011)

1994

Naziladen *No Remorse* muss aufgrund intensiver antifaschistischer Protestes nach zwei Jahren in Pankow schließen

1995

Der Betreiber des geschlossenen *No Remorse* eröffnet in der Grellstr. 1a den *Harakiri*. Der Laden im Prenzlauer Berg wird zu einem der langlebigsten Treffpunkte der rechten Szene in Berlin mit Kontakten zum inzwischen verbotenen *Blood & Honour-Netzwerk*⁴.

Mitte der 90er wurde der *Andycap* (Dietzgenstr. 94 in Pankow) eröffnet, aufgrund der engen Verbindungen zur *Kameradschaft Germania* erfüllte der Laden eine wichtige Mobilisierungsfunktion für die Freie Szene im Bezirk⁵.

1998

Die Partei „die Republikaner“ (REP) eröffnen in Pankow ihre Bundeszentrale.

1999

Im Oktober eröffnet der Laden *Kategorie C* am Prerower Platz (Hohenschönhausen). Mit Marken aus der Nazi- und Hooliganszene und einem eigenen Tattoo-Studio versucht er zur Schnittstelle zu rechts(-offenen) Subkulturen zu werden. Kurze Zeit später protestieren 50 Menschen gegen den Laden.

Im Dezember schließt der *Two Flag Store* (Hufelandstr. 7, P-Berg), eine vermeintliche Militaria-Handlung, die aber auch rechte Klammotten (u.a. mit Symbolen von Blood&Honour

oder Ku-Klux-Klan⁶) verkaufte, nach dem dieser Ziel der Silvio Meier-Demo war.

2000

Im Februar wird der Besitzer des *Kategorie C* nach einer Hausdurchsuchung bei der u.a. scharfe Munition und Handgranaten gefunden wurden, festgenommen⁷. Sein Nachfolger verfügt über enge Kontakte in die Hooliganszene und zu den Hells Angels, wobei offensichtlich rechtsradikale Waren vom Ladentisch verschwinden

2001

Februar: Nach einem Naziübergriff zieht eine Spontandemo u.a. am Kategorie C vorbei. Das antifaschistische A3-Bündnis startet die Kampagne „Nazishops Stoppen!“, diese organisiert im August Kundgebungen gegen den *Harakiri* und den *Andycap*. Im Oktober folgt eine Demo gegen die beiden Läden und die *REP-Bundeszentrale*.

Im Dezember 2001 werden bei einer Hausdurchsuchung im *Andycap* etwa 100 Cd's beschlagnahmt⁸.

2002

Im Februar demonstrieren ca. 700 Menschen unter dem Motto „Nazishops stoppen!“ gegen *Harakiri* und *Andycap*.

2004

Der *Harakiri* zieht in die Bornholmer Straße (P-Berg). Am 01. August eröffnet der *Nordic Thunder* in der Gustav-Adolf-Str. (Weißensee). Er vertreibt neben rechten Modemarken (u.a. Thor Steinar, H8-Wear. Pro Violence etc) auch Messer und Schlagstöcke.

Im Herbst eröffnet der *Firestarter* in der Dietzgenstraße (Pankow) mit einem Sortiment für Nazis, Rocker und (rechte) Hools.

XLI



Zusammen Handeln-Demo

XLII



Nordic Thunder:

Gegen den Naziladen in der Gustav-Adolf-Str. regte sich seit seiner Eröffnung im August 2004 Widerstand. Im September 2005 musste er wieder schließen.

⁴ (so spricht das Zentrum für Demokratische Jugendkultur von einer Werbeanzeige des Ladens in der 8. Ausgabe des Blood&Honour-Magazins)

⁵ vgl. AIB 55/1.2002

⁶ Berliner Zeitung 23.11.1999

⁷ Berliner Zeitung 17.12.2003

⁸ Zentrum für demokratische Jugendkultur



Wearwolf:

Dieser Naziladen existierte von 2005 bis 2010 in der Konrad-Wolf Str. an der Grenze zwischen Hohenschönhausen und Weißensee.



Doorbreaker:

Nach dem der Doorbreaker aus dem Linden-Center gedrängt war, eröffnete er in der Zingsterstr. 10 neu. Nach mehreren Jahren ohne, hat er aktuell auch wieder rechte Marken im Sortiment. Daher ist er derzeit wieder im Focus antifaschistischer Proteste.

⁹⁾ MBR 09.01.2009

2005

Ab März öffnet der Wearwolf (Konrad-Wolf-Str. 89, Weißensee) seine Türen für Fans rechter Musik und Modemarken⁹⁾.

Im Mai demonstrieren ca. 700 Leute bei der überregionalen Eröffnungsdemo zur „We Will Rock You“-Kampagne gegen Naziläden und rechten Lifestyle. Im Vorfeld werden tausende Flugblätter gegen den *Nordic Thunder* im Langhans-Kiez verteilt.

Im September müssen die Läden *Nordic Thunder* und *Firestarter* schließen.

Im Dezember zieht die „We Will Rock You“-Weihnachtsdemo mit 300 Menschen durch X-Berg und Mitte.

2008

Der Vermieter kündigt nach Protesten dem *Wearwolf*, der daraufhin 2009 schließen muss.

Im Dezember protestieren Antifaschisten gegen den Verkauf von *Thor Steinar* in den *Doorbreaker* Filialen im Linden- und Ring-Center (Hohenschönhausen und Lichtenberg). Im Anschluss werden die Mietverträge der Filialen gekündigt.

2010

Im Februar werden *Harakiri* und *Kategorie C* geschlossen

In der Mitte der 00er Jahre hat auch der Andycap dichtgemacht, wobei er sich dieses Schicksal mit zahlreichen weiteren Läden wie u.a. dem *Horrido* in Friedrichsfelde (von Mai bis Okt. 2009), dem *Odin* in Marzahn oder dem *On The Streets* (von 2002-2011) in Hennigsdorf teilt. Diese (wahrscheinlich unvollständige) Liste zeigt, dass sich energischer antifaschistischer Widerstand gegen Neonazi-Läden auf lange Sicht durchaus lohnen kann und viele Läden in die Knie zwingt. Allerdings darf dabei nicht vergessen werden, dass vielen auch einfach durch den Internet-Versandhandel das Geschäft kaputt gemacht wurde.

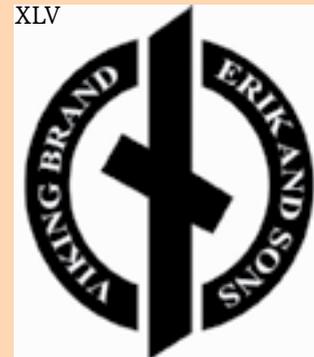
Woran kann ich einen Nazi erkennen?

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Neben Thor Steinar existiert eine ganze Reihe weiterer Modemarken, die bei Rechten beliebt sind. Oftmals vermitteln diese Marken rechtsextreme und rassistische Weltbilder, die auf diese Weise in alltägliche Lebensbereiche einsickern und dadurch rechtsextreme Orientierungen verstärken oder überhaupt erst wecken. Doch neben einer solchen offenen Zurschaustellung der eigenen Ansichten findet sich vermehrt der Gebrauch von Kleidung und Accessoires, die auf den ersten Blick unauffällig erscheinen, aber bei genauerem Hinsehen auf eine Zugehörigkeit zu einer rechten Lebenswelt schließen lassen. Vor allem im Bereich von (Jugend-) Subkulturen versuchen sich Rechte vermehrt zu etablieren. Geläufige Codes ‚von der Straße‘ werden auf spezifische Weise umgedeutet. Im Folgenden unternehmen wir den Versuch die verschiedenen Trends etwas zu entwirren.

Erik and Sons

Dies ist eine Bekleidungs-marke von Udo S., der zuvor für die Modemarke Thor Steinar arbeitete und deren Konzept weitestgehend für Erik and Sons übernahm. Die Marke setzt somit auf qualitativ hochwertige Ware, die sich in der Gestaltung an aktuellen Trends orientiert und dabei ein grundsätzlich nordisches Flair aufweist, das mit klaren Bezügen zum Nationalsozialismus und der neonazistischen Szene angereichert wird. Die Nähe zur Szene lässt sich schon an zwei Beispielen verdeutlichen: So stellte die Marke laut blog.zeit.de vom 12.11.2009 Waren für eine Tombola im Rahmen einer rechtsextremistischen Feier in Berlin zur Verfügung, deren Gewinne der ‚Hilfsorganisation für nationale politische Gefangene‘ (HNG – seit 2011 verboten) zu Gute



Eric and Sons



Ansgar Aryan:

Logo von Ansgar Aryan. Häufig wird es in Kombinationen mit dem Slogan „Germanic Brand“ verwendet. In vielen Motiven sind die neonazistischen Bezüge offensichtlich.



Hermannsland

kommen sollten. Außerdem wurde die Marke über den Versand der NPD-Zeitung Deutsche Stimme vertrieben (gemäß Neues Deutschland 26.02.2011).

Ansgar Aryan

Diese Marke gehört zur Firma Nordic Tex im thüringischen Oberhof und greift ebenfalls das *Thor Steinar*-Konzept auf. Es wird auf hochwertige Ware sowie nordische Mythen und Symbolik gesetzt. Alle Designelemente bauen auf einer germanischen Sage über den Helden Ansgar auf, dessen Name durch den Zusatz ‚Aryan‘ - das englische Wort für ‚arisch‘ oder ‚Arier‘ - als Bezug zu seinem vermeintlichen Ursprung ergänzt wird. Der eindeutige Bezug auf rassistische NS-Ideologie zeigt sich besonders deutlich in dem Slogan Aryan resistance (‚arischer Widerstand‘).

Hermannsland

Die seit 2010 vertriebene Kleidungs-marke basiert nach eigenen mit Angaben auf der Idee von Michael ‚Lunikoff‘ Regener, der als Sänger der Band Landser, die 2003 als kriminelle Vereinigung verboten wurde, zu einer Kultfigur der deutschen Rechtsrockszene wurde. Interessanter als die Gestaltung, welche auch Bezug auf Wikinger- und Runensymbolik nimmt, ist vor allem das Umfeld der Marke. So wurde Hermannsland bereits kurz nach seiner Markteinführung großflächig bei einem NPD-Konzert in Berlin-Schöneweide beworben. Vertrieben wird die Marke von Imperium Tex aus Hennigsdorf, deren Geschäftsführer Alexander Gast einerseits als Mitglied der Rechtsrockband Spreegeschwader und andererseits als Betreiber eines rechtsextremen Musiklabels tief in der Neonazi-Szene verwurzelt ist.

Label 23

Etwas anders verhält es sich mit dieser Marke, die von den Motiven her eher im Hooligan- oder Kampfsport-Bereich (so steht die ‚23‘ für ‚Boxing Connection‘) angesiedelt ist. Statt

explizit politischer Aussagen finden sich eher martialische Slogans von Kampf, Stärke und einem sozialdarwinistischen „Überleben des Stärksten“. Diese bieten zwar Anknüpfungspunkte für rechtes Gedankengut, sind aber auch in der Kampfsportszene nicht unüblich. Eine Verbindung ins rechte Milieu verläuft bei dieser Marke u.a. über den ehemaligen Inhaber der Namensrechte, Markus Walzuck, einen Kickboxer, der als zentrale Figur der südbrandenburger Neonaziszene verschiedene rechte und rechtsoffene Szenen miteinander verbindet. Auch wenn dieser inzwischen (offiziell) nichts mehr mit der Marke zu tun hat. In der Vergangenheit trat Label23 auch als Sponsor von rechten Kampfsportlern auf und arbeitete mit rechten Modelabels zusammen. Teilweise wird Label 23 von rechten Internetversandshäusern vertrieben.

weitere Infos: fight-fascism.org

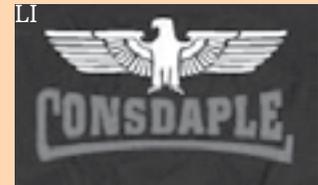
Weitere rechte Marken

Neben diesen vier Beispielen gibt es noch eine Vielzahl weiterer Kleidungs-marken, die fast ausschließlich über den neonazistischen Versandhandel bzw. in entsprechenden Läden verkauft werden. Dazu zählen u.a. Masterrace Europe (übersetzt ‚Herrenrasse Europa‘), Consdaple (die mittleren Buchstaben ergeben das Kürzel ‚NSDAP‘), Max. H8 (gesprochen ‚Maximum Hate‘, also ‚maximaler Hass‘, und ‚H8‘ als Szenekürzel für ‚Heil Hitler‘) und Dobermen. Seit Mitte 2011 gibt es mit Fourth Time aus Berlin eine weitere Marke, deren Motive klare Anknüpfungspunkte zu rechten Ideologien aufweisen und die u.a. den ‚patriotischen‘ Rocker Sacha Korn unterstützt, der auf einem Konzert mit neonazistischen Metalbands 2011 auftrat.



Label 23 / Boxing Connection :

Scheinbar unpolitisches Kampfsport-Label mit vielen personellen Verbindungen in die Brandenburger Nazi-szene.



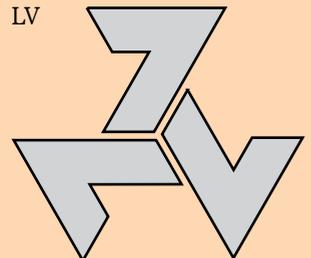
LIII

**Schwarze Sonne**

LIV

**Keltenkreuz**

LV

**Triskele**

LVI

**Adler / Christenfisch**

Rechtsextreme und neonazistische Symbolik

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Neben den bereits erwähnten Runen werden zahlreiche weitere Symbole in der rechten Szene verwendet. Dazu zählen unterschiedliche Symbole mit einem heidnisch-germanischen Bezug wie das Mjöllnir, der so genannte Thorshammer, oder das Irminsul, welches die Weltesche der germanischen Mythologie symbolisiert und als Gegensymbol zum christlichen Kreuz verwendet wird. Auch Symbole des keltischen Heidentums werden in der (Neo-)Nazisszene aufgegriffen, wozu u.a. die Triskele zählt, die aufgrund ihres Aussehens als dreiarmiges Hakenkreuz gebraucht wird oder das stilisierte Keltenkreuz als Symbol für die behauptete Vormachtstellung der ‚weißen Rasse‘ und der ‚White-Power‘-Bewegung. Daneben ist die Schwarze Sonne ebenfalls stark verbreitet, wobei sie als Verbindung von zwölf Sig-Runen eines der wenigen Symbole ist, die ihren Ursprung tatsächlich in der Zeit des NS hat.

Weitere Informationen zu rechtsextremen und neonazistischen Codes, Symbolen und Kleidungsmarken finden Sie unter:

<http://www.dasversteckspiel.de/>
<http://www.netz-gegen-nazis.de/lexikon>

Nazis in Subkulturen

von: Antifaschistische Initiative Nord-Ost [AINO]

Schon immer haben sich (Neo-)Nazis im Aussehen und Verhalten an verschiedenen anderen (vornehmlich linken) Subkulturen orientiert. Während dies seit Mitte der 80er-Jahre vor allem die Skinhead-Bewegung war, stoßen Neonazis inzwischen in immer mehr Szenen vor und versuchen diese mit ihren Inhalten zu besetzen. Schon seit mehr als einem Jahrzehnt gibt es beispielsweise die ‚Hatecore‘-Bewegung, die sich an der Hardcore-Musikszene orientiert und inzwischen auch als ‚NSHC‘ (‚National Socialist Hardcore‘) bekannt ist. Auch in der Hip-Hop-Szene tauchen immer mehr Acts mit neonazistischen Inhalten, wie Makks Damage oder King Bock, auf. Selbst in der eigentlich als links geltenden Punk-Musik gibt es neonazistische Bands wie Rotte Charlotte oder die Berliner Band Punk Front.

Mehr Infos zu Neonazis im Hardcore:

<http://ausschalten.wordpress.com/>
<http://www.miteinander-ev.de/index.php?action=download&id=237>
http://www.lotta-magazin.de/pdf/37/L37_NSHC_Schwerpunkt_Opener.pdf

Blog über Nazis im Hip-Hop:

<http://nshipop.wordpress.com/>

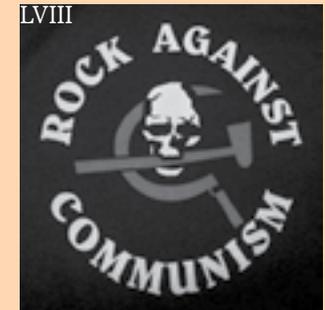
LVI



Landser:

Die 2003 verbotene Berliner Band zählt bis heute zu den beliebtesten Bands der Neonaziszene.

LVIII



Rock against Communism / RAC:

RAC ist ein Sammelbegriff für die extrem rechte Rockmusik-Szene.

LIX



H8Core/NS- Hardcore

Stoppt Thor Steinar!

Karte: Verbreitung von Thor Steinar nach Bestelladressen / Kopf (Quelle: LX; Stand: 2009)
Stop-Zeichen zeigen Thor-Steinar Standorte (Stand 2012)



In Weißensee und überall sonst!

www.weissenseegegenrechts.de