



Schluss.Punkt.Aus.

Aktionsbeispiele gegen rechte Szeneläden

anhand einer Dokumentation der erfolgreichen Bremer Ladenschluss-Kampagne und der Stadtteilinitiative Stephanikreis Ladenschluss



Impressum

Herausgeber:

Stephanikreis Ladenschluss
c/o Friedrich Scherrer, St. Michaelis-St.-Stephani-Gemeinde, 28195 Bremen
c/o Ines Hillmann, Schlachte 45, 28195 Bremen
stephanikreis@rote-bunte-karte.de

Redaktion

Ines Hillmann, Margot Konetzka, Christine Konukiewitz, Birgit Menz,
Friedrich Scherrer und Irmela Scherrer

Konzeption, Text und Gestaltung:

Ines Hillmann

redaktioneller Beirat:

Ekkehard Lentz und Andrea Müller
sowie Anatol Anuschewski, Regine Geraedts und Jan-Oliver Kahrs

Fotos:

Raimund Gaebelein und Marion Bonk (*Stephanikreis Ladenschluss*)

Druck:

Perspektiven Offsetdruck GmbH

© 2012 Stephanikreis Ladenschluss. Alle Rechte vorbehalten.

Hinweis

Diese Broschüre ist auch als PDF erhältlich, Anfragen: stephanikreis@rote-bunte-karte.de

Urheberrechtliche Hinweise

Diese Publikation wird Ihnen für nicht-kommerzielle Zwecke kostenlos zur Verfügung gestellt. Der *Stephanikreis Ladenschluss* behält sich das Urheberrecht vor. Eine Weitergabe oder Vervielfältigung, auch in Teilen, ist nur in nicht-kommerziellen Publikationen bei Angabe der Quelle sowie Zusendung eines Belegexemplars gestattet. Bitte senden Sie uns im Fall der Weiterverarbeitung in anderen Dokumenten vorab die entsprechenden Passagen zur Autorisierung zu. Die Weiterverwendung in kommerziellen, insbesondere mehrwertssteuerpflichtigen Publikationen bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmungen der Herausgebenden.

Haftungsausschluss

Die Publikation dient nur zu Informationszwecken. Die Nachahmung der hier dargestellten Aktionen oder einzelner Aktionsbestandteile geschieht auf eigene Verantwortung. Eine Haftung der Autorin und der HerausgeberInnen im Zusammenhang mit jeglicher Nutzung dieser Publikation ist ausgeschlossen.

Diese Broschüre enthält Verweise zu Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb übernehmen wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr. Für die Inhalte der angegebenen Webseiten ist der jeweilige Anbieter oder Betreiber verantwortlich. Rechtswidrige Inhalte waren uns vor Drucklegung dieser Broschüre nicht erkennbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir in der Neuauflage entsprechende Links entfernen.



„Beinahe unbemerkt von der Öffentlichkeit hat im Herbst letzten Jahres am Rande der Bremer Innenstadt das Geschäft ‚Sportsfreund‘ eröffnet. [...] ‚Sportsfreund‘ ist kein harmloser Laden, sondern ein Neonazi-Treffpunkt mitten in Bremen!“ *

Dreieinhalb Jahre später heißt es:

„Der Laden [...] ist leer. Nichts deutet mehr darauf hin, dass hier [...] Kleidung von Marken verkauft wurde, die Rechtsextreme bevorzugt tragen. Der ‚Gladiator‘, der kurz zuvor noch ‚Sportsfreund‘ geheißen hatte, ist dicht.“ **

Schluss. Punkt. Aus.

Es ist nicht der erste rechte Szeneladen, der infolge öffentlicher Proteste geschlossen wurde. Vielerorts, wo Rechtsextreme versuchen, sich mit ihrer menschenfeindlichen Ideologie im öffentlichen Raum zu etablieren, werden Menschen aktiv.

In Bremen waren es neben der *Kampagne Ladenschluss* die Mitglieder unserer Stadtteilinitiative. Mit dieser Broschüre möchten wir unsere Ideen, unsere Erfahrungen und unser Know How an andere Initiativen und Gruppen weitergeben. Mögen unsere Beispiele ermutigen, animieren und inspirieren, den rechtsextremen Raumgreifungsstrategien auf vielfältige, kreative und wirkungsvolle Weise zu begegnen. Wir wünschen viel Erfolg, Kraft und auch Spaß dabei!

Stephanikreis Ladenschluss

* Herbst 2007, Flugblatt des *Bremer Bündnis gegen Rechts* und der *Kampagne Ladenschluss*

** 5. Juli 2011, taz Bremen

Der Stephanikreis Ladenschluss	3
Vorgeschichte	4
Das Bündnis <i>Kampagne Ladenschluss</i>	
Die Aktionen	6
Vorbemerkungen	
Öffentlicher Workshop: Gemeinsam auf Ideensuche	7
Plakatwand-Gestaltung: Wir wollen keinen Nazi-Laden!	14
Plakataktion der Standortgemeinschaft: Rote Karte gegen Rechts	20
Infoblatt: Fakten, Fakten, Fakten	22
Postkarten-Aktion: Leinen los gegen den „Sportsfreund“	24
Politischer Beschluss: Einstimmig gegen Nazi-Läden	30
Straßenbahn-Aktion: Nie wieder Faschismus auf der ganzen Linie	32
Antifaschistische Stadterkundung: Brückenschlag in die Gegenwart	35
Neues Bündnis: Keine Geschäfte mit Rechten!	36
Aktion Infostände: Kontinuierlich gegen Rechts	41
Plakatwand-Aktion: Logos gegen Nazi-Läden	42
Kooperation: Kein Nazi-Laden nirgendwo	50
Schluss. Punkt. Aus. Fazit	51
weiterführende Materialien	52
Danksagungen	53

Unser *Stephanikreis Ladenschluss* war einer der beiden Träger der Bremer Kampagne gegen den rechten Szeneladen „Sportsfreund“ und verstand sich als Stadtteilinitiative im weiteren Sinne.

Initiator und Akteur der ersten Stunde war das Bremer Bündnis *Kampagne Ladenschluss*. Es sorgte vor allem in der ersten Phase für Aufklärung und fundierte Informationen über den im Stephaniviertel ansässigen Laden, für Öffentlichkeit und erste Vernetzungen (s.S.4). Mit der Gründung unserer Stadtteilinitiative wurde die Kampagne zunehmend vom Stadtteil aus weiter geführt.

Anfänge

Doch bis es dazu kam, stand eine Vielzahl an ungelösten Fragen im Raum: „Was können wir tun? Wie können wir was erreichen? Wer macht mit?“ AnwohnerInnen und Geschäftsleute trafen sich in wechselnder Zusammensetzung, fanden aber lange keine befriedigende Antworten. Im Rahmen eines losen Arbeitskreises mit weiteren, **unterschiedlichen Akteuren** entwickelten sich dann erste Arbeitsansätze – und die Idee, Antworten auf die Frage „Was tun?“ in einem öffentlichen Workshop zu sammeln (s.S.7).

Diese Veranstaltung bescherte der Kampagne viele Impulse und hatte **als gemeinsame Aktion** darüber hinaus, wie gewünscht, eine **identitätsstiftende Wirkung**: Und so gab es ab diesem Zeitpunkt einen festen Kreis an Aktiven, die sich im Stadtteil für die Schließung des rechten Szeneladens engagierten.

Zusammensetzung

Unser *Stephanikreis Ladenschluss* bestand aus zwei Anwohnerinnen, dem Pastor der Kirchengemeinde, einer Gewerbetreibenden und einer Vertreterin des hier ansässigen Kreisverbandes der Linken sowie VertreterInnen des Bremer



Bündnis gegen Rechts, der VVN/BdA und der DKP Bremen. VertreterInnen des Stadtteilbeirats und der *Kampagne Ladenschluss* nahmen über lange Zeit regelmäßig an unseren Sitzungen teil.

Ziele

Den Nazi-Laden aus dem Stadtteil zu vertreiben, war das vordergründige Ziel der Bremer Kampagne. Daneben galt für uns immer auch: *Es darf nicht darum gehen, Rechtsextreme von einem Standort zum nächsten zu jagen. Vielmehr wollen wir mit unseren Aktionen vor Ort eine Atmosphäre schaffen, die zeigt, dass Rechtsextreme (hier und woanders) nicht gewollt sind. Je mehr Öffentlichkeit wir schaffen und je breiter der öffentliche Protest ist, desto erfolgreicher und nachhaltiger können wir also dazu beitragen, rechtsextreme Strukturen zu behindern und zu unterbinden.*

Bündnisse

Und so verstanden wir es auch als unsere Aufgabe, (aktionsgebundene) Bündnisse zu schaffen und dabei Ansprechpartner auf Augenhöhe für unterschiedliche Akteure zu sein. Dass uns dies gelungen ist, freut uns genauso wie die endgültige Schließung des Nazi-Ladens im Sommer 2011.



Ladenschluss! Unter diesem oder ähnlichem Namen liefen und laufen in vielen Städten Kampagnen gegen rechte Szeneläden. So auch in Bremen von Herbst 2007 bis Frühsommer 2011.

Das Bündnis „Kampagne Ladenschluss“

Die Bremer Kampagne gegen den rechten Szeneladen „Sportsfreund“ begann mit den Aktivitäten des Bündnis *Kampagne Ladenschluss*, einem Zusammenschluss von verschiedenen politischen Organisationen, Gruppen und Einzelpersonen, vorwiegend aus der Bremer Antifa- und der linken Szene. Zuvor hatten junge Leute aus diesem Kreis *die Identität des Ladenbetreibers*, eines einschlägig bekannten rechtsextremen Bremer Hooligans, *und seine Verbindungen zur rechtsextremen Szene aufgedeckt*. Weitere Recherchen ergaben, dass der Laden neben der Verbreitung rechten Lifestyles (Kleidung und Musik) als Treffpunkt für die rechtsextreme Bremer Szene diente.*

* Zu diesem Zeitpunkt existierten außerdem zwei rechte Internetversände in Bremen. Da diese im öffentlichen Raum per se nicht präsent sind, wurde der Schwerpunkt der Bremer *Ladenschluss*-Kampagne auf den „Sportsfreund“ gelegt.

Information und Aufklärung

Schon bald darauf brachte die *Kampagne Ladenschluss* *Flyer und Faltblätter* mit gut aufbereiteten, kompakten Informationen über den Nazi-Laden, sein Warenangebot und seine Verflechtung mit der Bremer rechtsextremen Szene heraus und verbreitete sie in etlichen Verteilaktionen, insbesondere in der Bremer Innenstadt und am Standort des Ladens. Darüber hinaus sorgte sie mit einer 24-seitigen *Broschüre über rechte Dresscodes und die Geschäftsstrukturen der Bremer rechtsextremen Szene* für detailliertere Hintergrundinformationen.

Auch *Infoveranstaltungen* mit Experten-Vorträgen über Rechtsrock, rechte Szeneläden sowie „Ladenschluss“-Kampagnen in anderen Städten waren wichtiger Teil ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Sie wurden zwar vornehmlich von einschlägig aktiven Kreisen besucht. Dennoch, oder gerade deshalb, fanden hier wichtige Vernetzungskontakte statt. So auch zu Mitgliedern des späteren *Stephanikreis Ladenschluss*.

Eine Infoveranstaltung für die AnwohnerInnen und ein gemeinsam organisierter Vortrag zum Thema „Rechte Dresscodes“ in den Räumen der im Stephaniviertel ansässigen Bremer Volkshochschule waren die Folge. Nun wurde das Thema auch vor Ort weiter getragen und erstmals in Kreisen wie Kirchengemeinde und Standortgemeinschaft diskutiert.

Flashmob und Demo

War die Presseresonanz bislang eher gering, sollten nun Aktionen auf der Straße für mehr öffentliche Aufmerksamkeit sorgen. Dabei gab es allerdings ganz unterschiedliche Reaktionen.

So blieb die Planung einer Flashmob-Aktion einiger Ladenschluss-AktivistInnen vor dem Nazi-Laden nicht geheim. Vor ihr Ankunft hatten

sich dort bereits bewaffnete Hooligans postiert. Auch die Polizei erschien vor Ort und konnte, bevor es zu Übergriffen kam, sieben der Hooligans in Gewahrsam nehmen. Über die Berichterstattung einiger Medien erfuhr nun auch eine breite Öffentlichkeit von der Brisanz des Ladens..

Ein halbes später Jahr führte die *Kampagne Ladenschluss* eine erste Demo vor Ort durch. In einem Brief an die AnwohnerInnen hieß es im Vorfeld: „In der Demonstration könnten Sie Menschen sehen, die ihr Gesicht vermmumen. Das hat den Grund, dass die Naziszene [...] gerne Fotos schießt, um später Einzelpersonen gezielt herausgreifen zu können. Die Vermummung dient vor allem jungen Menschen als Schutz gegen Nazigewalt.“ Dennoch war die Reaktion im Stadtteil angesichts des „schwarzen Blocks“ vielfach ablehnend, Geschäftsleute beklagten zudem die Behinderung des Verkehrs.

Eine weitgehende Zustimmung im Stadtteil zu öffentlichen Protestaktionen wie auch Demos gegen den Nazi-Laden konnte erst im Zuge der Aktivitäten des eher als „bürgerlich“ wahrgenommenen *Stephanikreis Ladenschluss* und seiner Kooperationspartner erreicht werden.

informeller Arbeitskreis im Stadtteil

Kurz nach der Demonstration initiierte die *Kampagne Ladenschluss* ein erstes Stadtteiltreffen mit unterschiedlichen Akteuren. Ziel war unter anderem, die Bremer Kampagne gegen den rechten Szeneladen in den Stadtteil zu verlagern. Mehrmals kam nun eine Gruppe aus Inte-

ressierten des Stadtteils, Vertretern des Stadtteilbeirates, der *Kampagne Ladenschluss* und Mitgliedern verschiedener OrganisatorInnen als informeller Arbeitskreis zusammen. Gemeinsam beratschlagten sie über mögliche Aktivitäten im Stadtteil und bekamen dabei Unterstützung von *pro aktiv gegen rechts*, einer Beratungseinrichtung der Senatorin für Soziales im Rahmen des Bundesprogramms *Toleranz fördern, Kompetenz stärken*. Mit einem gemeinsam veranstalteten öffentlichen Workshop (s.S.10) erreichten sie viele BürgerInnen aus dem Stadtteil.

Kampagne Ladenschluss & Stephanikreis Ladenschluss

Mit der anschließenden Gründung des *Stephanikreis Ladenschluss* wurde der Stadtteil mehr und mehr zum Zentrum der Bremer Kampagne. Das Bündnis *Kampagne Ladenschluss* selbst initiierte noch zwei weitere Demos, richtete wiederholt Infostände in der Bremer Fußgängerzone aus und nahm an den Sitzungen des *Stephanikreis Ladenschluss* teil. So blieben beide Initiativen lange im regelmäßigen Austausch.

Höhepunkt ihrer Zusammenarbeit bildete eine gemeinsame, öffentliche Postkartenaktion (s.S.24). Danach zog sich die *Kampagne Ladenschluss* weitgehend zurück, blieb aber im losen Kontakt mit dem *Stephanikreis Ladenschluss*. Eigene Aktivitäten sollten vor allem zum Ende des regulären Mietvertrags des Ladens wieder stattfinden. Mit dessen vorzeitigem Umzug und der endgültigen Aufgabe des Ladengeschäfts erübrigte sich dies.



Die Aktionen

Auf den folgenden Seiten dokumentieren wir in chronologischer Reihenfolge die Aktionen unseres *Stephanikreis Ladenschluss* gegen den ehemaligen rechten Szeneladen „Sportsfreund“ in der Bremer Innenstadt. Sie sollen anderen Initiativen als Beispiel dienen, zum Nachmachen anregen, Tipps geben sowie Mut und Lust machen, aktiv zu sein.

Vorbemerkungen

Die Darstellung unserer Aktionen in chronologischer Form ist bewusst gewählt. Denn in der Reihenfolge, wie sie stattgefunden haben, konnte die Kampagne Schritt für Schritt aufgebaut werden und dabei nach und nach neue Unterstützerkreise hinzu gewonnen werden. So gesehen spiegelt der chronologische Ablauf unserer Aktionen auch die Situation und die sich erweiternden Möglichkeiten bei uns vor Ort wider.

Mit Blick darauf, dass andernorts die Situation eine ganz andere sein kann, sind die Kapitel so gestaltet, dass sie auch separat gelesen werden können. Die Textfelder **Situation und Hintergrund** zeigen dabei auf, in welchem Kontext und/oder Entwicklungsstadium unserer Kampagne die einzelne Aktion eingebunden war.

Wer sich zunächst einen Überblick über die Aktionsideen verschaffen möchte, kann sich an die in **blauer Schrift** gehaltenen Eingangstexte halten. Sie beschreiben jeweils, wie die **Die Aktion** bei uns konkret aussah. Der anschließende Hauptteil des Kapitels stellt die konzeptionellen Vorüberlegungen und Planungsschritte dazu dar und kann als Anleitung und/oder Anregung für eigene Aktionen gelesen werden.

Pressemitteilungen

Pressemitteilungen sind stets wichtige Mittel der Öffentlichkeitsarbeit. In dieser Broschüre sind sie nur dann dokumentiert, wenn sie eine

Begriffsklärung

Wenn auf den folgenden Seiten von „der **Kampagne**“ gegen den rechten Szeneladen die Rede ist, dann ist damit keinesfalls eine einheitliche, geschweige denn vor-konzipierte Kampagne im herkömmlichen Sinne gemeint. Vielmehr handelt(e) es sich dabei um einen Prozess und einen immer weiter um sich greifenden, öffentlichen Protest, der von immer mehr Akteuren auf verschiedene Weise zum Ausdruck gebracht wurde. Wie in vielen anderen Städten auch lautete dabei das gemeinsame Ziel: **Ladenschluss** für das rechte Ladengeschäft in unserer Stadt. Vielfach ist hier auch von „Ladenschluss-Kampagnen“ die Rede.

Wenn hingegen von der **Kampagne Ladenschluss** die Rede ist, dann ist damit das Bremer Bündnis gemeint, das die Kampagne initiiert hatte (s.S.4-5), **Stephanikreis Ladenschluss** wiederum nannte sich unsere Stadtteilinitiative vor Ort. Beide werden stets mit komplettem Namen genannt und – wie alle Eigennamen hier – in kursiver Schrift dargestellt.

zentrale Rolle für die jeweilige Aktion spielten oder diese besonders eindrücklich schilderten.

...und immer wieder Infostände

Last but not least sei erwähnt, dass im Vorfeld jeder Aktion und begleitend durch die ganze Kampagne Infostände in der Fußgängerzone und auf dem Wochenmarkt im Stadtteil sowie die hier geführten Diskussionen mit PassantInnen ein weiteres wichtiges Element der Öffentlichkeitsarbeit waren.



SPORTS FREUND

VERKAUFT
MODERNE
OUTFITS
INKLUSIVE NAZIKULT

Einladung zu einem
öffentlichen Workshop
(Titelseite)

Neonazis im Stephani-Viertel? Einladung zu einer Informations- und Initiativ-Veranstaltung >>>



Für ein friedliches Zusammenleben im Stephaniviertel – gegen Rechts

Wir laden Sie herzlich ein zu unserer Informations- und Initiativ-Veranstaltung

„Sportsfreund“ – Neonazis im Stephani-Viertel?

am Samstag, den 7. März 2009, von 16 bis 18 Uhr,
im Gemeindezentrum St. Stephani, Faulenstraße 108

Ausschluss-
klausel ▼

In unserer westlichen Altstadt – in der Faulenstraße, unweit der Brillkreuzung – liegt das äußerlich eher harmlos wirkende Ladengeschäft „Sportsfreund“. Doch ein genauerer Blick zeigt: Hier werden Kleidung und Devotionalien der rechtsextremen Szene verkauft. Der Inhaber selbst ist kein unbeschriebenes Blatt, sondern nach Auskunft der Beratungsstelle „pro aktiv gegen rechts“ der rechtsextrem beeinflussten (Hooligan-)Szene zuzurechnen.

Die Initiative „Ladenschluss“ hat auf dieses Geschäft schon mehrmals in der Öffentlichkeit hingewiesen und die Schließung des Ladens gefordert. Auch wir vor Ort wollen es nicht hinnehmen, dass sich rechtsextreme Strukturen in unserer Stadt ausbreiten. Uns ist sehr daran gelegen, das gute Zusammenleben der Menschen im Stephani-Viertel zu erhalten und zu fördern.

Auf der Veranstaltung möchten wir uns Gedanken machen, wie wir dem Umsichgreifen einer Ideologie und politischen Programmatik, die auf Ausgrenzung und Verachtung bestimmter Menschengruppen setzt, begegnen können. Wir wollen gemeinsam überlegen, wie und auf welche Weise eine Schließung des „Sportsfreunds“ erreicht werden kann:

- Informationen zum Ladengeschäft „Sportsfreund“ und die rechtsextreme Szene in Bremen
- Bericht eines Zeitzeugen aus dem Stephani-Viertel über die Folgen des Nationalsozialismus
- Bericht über die erfolgreiche Schließung eines Neonazi-Ladens in Hamburg
- Ideensammlung für eine gemeinsame Weiterarbeit im Stephani-Viertel

„Rechtsextremismus ist Gift für unser Land“, sagte die Landesbischöfin Margot Käßmann. Wir sagen: Er ist Gift für unser Zusammenleben vor Ort. Damit wollen wir uns nicht abfinden und rufen auf zur Gründung einer Bürgerinitiative „Für ein friedliches Zusammenleben im Stephaniviertel – gegen Rechts“.

Einladungsblatt
(◀ Titelseite: S.3)

Pastor Scherrer, St. Michaelis-St. Stephani Gemeinde

• Prof. Dr. Glässgen, Radio Bremen • Beirat Mitte • pro aktiv gegen rechts •

Die Veranstaltenden behalten sich vor, von ihrem Hausrecht Gebrauch zu machen und Personen, die rechtsextremen Parteien und Organisationen angehören, der rechtsextremen Szene zuzuordnen sind oder bereits in der Vergangenheit durch rassistische, nationalistische, antisemitische oder sonstige menschenverachtende Äußerungen in Erscheinung getreten sind, den Zutritt zur Veranstaltung zu verweigern oder von dieser auszuschließen.

in Kooperation mit der Initiative „Ladenschluss“ sowie Bremer Bündnis gegen Rechts, Bündnis Rote-Bunte-Karte, DGB Jugend, IG Metall, KulturKirche St. Stephani, LidiceHaus, VVN/BdA.
Gefördert von „pro aktiv gegen rechts“ im Rahmen des Bundesprogramms „kompetent.für.Demokratie“.
V.i.S.d.P.: Pastor Friedrich Scherrer, c/o St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde, Stephanikirchhof 8, 28195 Bremen

März 2009

Öffentlicher Workshop: Gemeinsam auf Ideensuche

Die Aktion

Was hat es mit dem so harmlos wirkenden Nazi-Laden im Stephaniviertel auf sich? Gibt es tatsächlich rechtsextreme Strukturen auch in Bremen, mitten in der Stadt? Und was kann man dagegen tun?

50 BremerInnen und MedienvertreterInnen wollen es wissen und folgen der Einladung zu einer Veranstaltung in der Gemeinde vor Ort.

Hier erfahren sie, was sich hinter den Dresscodes verbirgt, die beim „Sportsfreund“ über den Ladentisch gehen. Sie erfahren, welche Rolle der Laden in der rechtsextremen Szene in Bremen spielt. Und sie erfahren, wie in Hamburg Protestaktionen zur Schließung eines Nazi-Ladens führte, der sich dort in einer renommierten Geschäftspassage etablieren wollte.

Geballte Informationen und (leider auch) die Erkenntnis, dass sich das Hamburger Aktionsmodell nicht einfach auf die Bremer Situation übertragen lässt.

Dennoch: Es muss was getan werden! Und so sind nach einer kurzen Verschnaufpause fast alle BesucherInnen auch beim anschließenden Workshop dabei. In Kleingruppen entwickeln sie erste Ideen für Aktivitäten gegen den hiesigen Laden und diskutieren, welche Institutionen dabei eingebunden werden könnten oder sollten. Im abschließenden Plenum präsentiert sich eine Fülle an Vorschlägen. Die sollen beim nächsten Treff der Initiativgruppe ausgewertet und weiter entwickelt werden.

– mehr störende
Präsenz direkt
vor dem Laden

Sport-Fest
vor Sportsfreund

Plakate mit Boykott-Aufruf
des Sportsfreunds in den
unmittelbar benachbarten
Geschäften aufhängen

Mahnwache
1 Tag / 1 Nacht

offenes Brief
an Vermieter
→ in dem WK

Blockade
Infotainment für Passanten
„Wir kleiden einen Pappkameraden ein“

Situation und Hintergrund

Die Aktionen der *Kampagne Ladenschluss* (s.S.4-5) hatten in den vorangegangenen Monaten dafür gesorgt, dass viele Menschen, insbesondere im Stephaniviertel, um die Existenz des Nazi-Ladens wissen. Etliche Medien berichteten darüber. Dennoch oder gerade deswegen herrschte vielfach großer Informationsbedarf.

Gleichzeitig wurden Demos im Stadtteil zunehmend als Störfaktor und vermummte TeilnehmerInnen als Provokation wahrgenommen. Der Nazi-Laden selbst geriet dabei häufig aus dem Fokus vieler Anwohnerinnen und Geschäftsleute. Dies galt es zurecht zu rücken. Unabhängig davon brauchte die Kampagne als solche neue Aktionen, um qualitativ weiter voran zu kommen.

In diesem Zusammenhang beschlossen TeilnehmerInnen unseres bislang lose tagenden Arbeitskreises, sich als offizielle Initiative im Stephaniviertel zu etablieren. Grundlage für die Weiterarbeit sollte zunächst der Dialog mit AnwohnerInnen und die dabei gewonnenen Erkenntnisse und Ideen sein.

Von der Idee zum Veranstaltungskonzept

Eine öffentliche Veranstaltung soll helfen, das Engagement gegen den rechten Szeneladen zu stärken und weiter voranzubringen. Damit das gelingen kann, heißt der allererste Schritt:

konkrete Teilziele setzen

Zusammengefasst heißen diese:

- > die für die allgemeine Öffentlichkeit wichtigen Hintergrundinformationen vermitteln,
- > weitere aktive sowie ideelle UnterstützerInnen vor Ort gewinnen,
- > die Kampagne (auch) im Stadtteil verankern
- > Ideen für nächste Aktionsschritte weiter entwickeln und neue Ideen gewinnen.

offizielle Unterstützer

Mit diesen Zielvorgaben und dem unten beschriebenen Veranstaltungskonzept können bereits für die Einladung namhafte Institutionen aus dem Stadtteil als Mit-Einladende bzw. offizielle Unterstützer gewonnen werden.*

Einladung und Verteiler

Die Einladung wird in erster Linie über die Hausbriefkästen an die MitbürgerInnen im Stadtteil verteilt. Über die Auslagen der hier ansässigen Einrichtungen und die Bremer Zeitungen findet sie auch Bremen-weite Verbreitung.

Um die Gefahr einzudämmen, dass auch Rechtsextreme an der Veranstaltung teilnehmen, enthält die Einladung eine entsprechende Ausschlussklausel (s.S.8 rechts/hochkante Textzeile). Für den Ernstfall sind im Vorfeld Absprachen mit der Polizei getroffen.

* Hier waren es Radio Bremen und Beirat Mitte sowie die Kulturkirche St. Stephani, die Bremer Jugendherberge und die Bremer Volkshochschule

Veranstaltungsmodulare

Informationsteil

Ein ausgewiesener Kenner der rechtsextremen Szene wird beauftragt, über den Nazi-Laden und seine Bezüge zur rechtsextremen Szene aufzuklären. Sein professioneller Vortrag liefert die notwendigen Hintergrundinformationen – und unterstreicht damit auch den seriösen Hintergrund der Kampagne als solche.

Ein Zeitzeuge erklärt sich bereit, von seinen Erlebnissen in der NS-Diktatur zu erzählen. Seine Schilderungen machen das rechtsextreme Gefahrenpotenzial sehr präsent und sprechen besonders auf der emotionalen Ebene an.

Ein Aktivist wird gebeten, über den erfolgreichen Protest gegen einen Hamburger Nazi-Laden zu berichten. Sein Aktionsbeispiel gibt wichtige Impulse für die Bremer Kampagne.

Workshop

Im zweiten Veranstaltungsteil können sich die BesucherInnen aktiv in die Kampagne gegen den Bremer Nazi-Laden einbringen:

In Arbeitsgruppen entwickeln sie Aktionsideen und nennen potenzielle Kooperationspartner (Institutionen, Promis, etc.). Ihre Vorschläge werden von Mitgliedern der Initiativgruppe an einer Metaplanwand gesammelt. Dabei wird keine der Ideen von vorneherein als untauglich oder nichtmachbar verworfen. Denn: Jede von ihnen kann zu einer neuen inspirieren. Ein „Aber“ sollte bestenfalls anregen, eine Idee zu modifizieren. Die im Vorfeld entstandenen Ideen des Arbeitskreises werden gleichrangig eingereicht.

Zum Abschluss benennen die TeilnehmerInnen die Aktionen bzw. Aktionsformen, an denen sie sich beteiligen oder die sie unterstützen würden.

Auf diese Weise erhält die Kampagne einen wertvollen Pool an Ideen – und bekommt darüber hinaus einen Eindruck, welche Fragen die BürgerInnen beschäftigen, die antifaschistisch eingestellt, aber in diesem Bereich weniger aktiv sind und welches Potenzial an Unterstützung bei ihnen vorhanden ist.

Die schriftliche Zusammenfassung aller Ideen wird später an alle Beteiligten versandt. Gleichzeitig erfolgt die Einladung zum nächsten Treff, auf der die Ergebnisse ausgewertet und weiter ausgearbeitet werden sollen. Damit sollen – auch – weitere Aktive für die Gründung einer stadtteilbezogenen Aktionsgruppe geworben werden.



Die Medienresonanz

ist in diesem Fall bereits im Vorfeld (Vorab-Interviews) sehr groß. Grund ist der erste Veranstaltungspunkt: Die Aufklärung über den Laden und die Bremer rechtsextreme Szene ist zu diesem Zeitpunkt von großem öffentlichen Interesse.

Materialien und Kosten

Einladungsblatt

Druck 2.000 Ex., ca € 100,-

Raummiete kostenfrei (s.u.) € 0,-

Honorar und Fahrtkosten

Honorar für 1 hauptberuflichen Referenten, anteilig € 200,-
Bahnticket Hamburg-Bremen, ca € 45,-

für den Eingangsvortrag

PC und Beamer

für den Workshop

Metaplanwände, Karten, Stifte, Pins

finanzielle Unterstützer

pro aktiv gegen Rechts (Druckkosten)
St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde (Räume)

Kooperationspartner

bei der Konzeption der Veranstaltung
pro aktiv gegen rechts

bei der Ausrichtung der Veranstaltung
St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde (Räume)

Moderation der Veranstaltung
LidiceHaus, Jugendbildungsstätte Bremen

im Vortrags-/Informationsteil
Standpunkt – Antifaschismus und Kultur,
Bremer Zeitzeuge, Antifa Hamburg

Pressemitteilung
Veranstaltungsankündigung

Sportsfreund – Neonazis im Stephani-Viertel?

Das Ladengeschäft „Sportsfreund“ in der Faulenstraße und sein Warenangebot standen in den letzten Monaten mehrmals im Fokus öffentlicher Aktionen. Der Inhaber ist laut „pro aktiv gegen rechts“, Beratungsstelle bei der Senatorin für Arbeit, Frauen, Gesundheit, Jugend und Soziales, der rechtsextremen Szene zuzurechnen und führt ein Bekleidungssortiment mit teils verschlüsselten, teils unverhohlenen Bezügen zu Gewalt und rechter Ideologie. So wird hier unter anderem die Neonazi-Marke „Thor Steinar“ verkauft. Gleichnamige Läden in anderen Städten wie Hamburg wurden nach massiven Bürgerprotesten wieder geschlossen, im Bremer Weserstadion ist das Tragen der Marke strikt verboten. Auch am Standort des „Sportsfreunds“, im Stephani-viertel, wollen AnwohnerInnen, Einrichtungen und Gewerbetreibende aktiv werden und führen am 7. März auf Einladung von Friedrich Scherrer, Pastor der St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde, Dr. Glässgen, Radio Bremen, dem Beirat Mitte und pro aktiv gegen rechts eine erste Informations- und Initiativveranstaltung für Ortsansässige und Interessierte durch.

Samstag, 7. März 2009, 16-18 Uhr,
St. Stephani-Gemeinde, Faulenstraße 108.

!!! Die Veranstaltenden behalten sich vor, von ihrem Hausrecht Gebrauch zu machen und Personen, die rechtsextremen Parteien und Organisationen angehören, der rechtsextremen Szene zuzuordnen sind oder bereits in der Vergangenheit durch rassistische, nationalistische, antisemitische oder sonstige menschenverachtende Äußerungen in Erscheinung getreten sind, den Zutritt zur Veranstaltung zu verwehren oder von dieser auszuschließen.

Information / Aufklärung

- Infostände in der Fußgängerzone und im Umfeld des Ladens für Gespräche mit Bürgern
 - Infotainment für Passanten
 - Informationsflugblatt über rechte Mode in die Briefkästen
 - Über regionales Fernsehen/Radio informieren und evtl. Kurzfilm über den „Sportsfreund“ drehen
- Kunden des Nazi-Ladens aufklären
 - Ausführlichere, aktualisierte Neuauflage der Broschüre
 - TV-/Radio-Beiträge initiieren
- Offener Brief an den Vermieter
 - Vermieterinfo
- In Zusammenarbeit mit Schülern in Schulzeitungen aufklären
 - Information von Eltern (damit sie nicht blauäugig in rechten Läden miteinkaufen) und Jugendlichen (damit sie Warnzeichen erkennen und an Lehrer/Eltern melden)
 - Infoveranstaltungen für LehrerInnen
 - Mehr öffentliche Diskussionsforen
 - Organisationen wie proaktiv und „Ladenschluss“ bekannter machen
- Ladenschluss-Webseite aktualisieren, verlinken, bekannter machen. Infos zusammenstellen zu Strukturen/ Codes der rechten Szene. Links von öffentlichen Seiten auf die „Versteckspiel“-Seite
- Multiplikation in themenfernen Vereinen, am Arbeitsplatz etc

KooperationspartnerInnen gewinnen/einbinden

- Kleine oder große Anfrage in der Bürgerschaft
- Juristische Beratung durch thematisch versierte Rechtsanwälte
- Freunde u. Kollegen ansprechen, sich zu beteiligen
- Unterschriften sammeln > an Vermieter
- Einbeziehung der Geschäfte
- Plakate mit Boykott-Aufruf gegen den „Sportsfreund“ in den benachbarten Geschäften aufhängen
- Über regionales Fernsehen/Radio informieren und evtl. Kurzfilm über den „Sportsfreund“ drehen
- Werbeträger bitten, Plakatflächen zu sponsern

Aktionen / Veranstaltungen

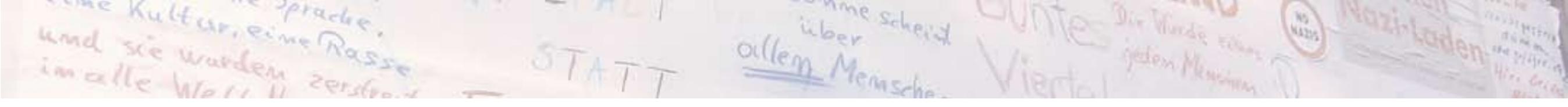
- Kontinuierliche Aktivitäten, Infostände, Demos...
- Stephani-Initiative mit Logo/Flagge/Plakat
- Blockade / mehr störende Präsenz vorm Laden
- Mahnwache vor dem Ladengeschäft
- Aktion „Wir kleiden einen Pappkameraden ein“
- Sportfest: bunt statt braun – vorm „Sportsfreund“
- Musikveranstaltung / Straßenfest „gegen Rechts“
- Ausstellung in der Gemeinde/ Jugendherberge
- Antifaschistischer Stadtrundgang
- Malaktion: Plakatwände in der Faulenstraße
- Lichterkette zwischen Laden und Stolperstein
- Vermieter muss Mietvertrag auflösen
- Projekttag/wochen an Schulen
- Öffentlichkeitsarbeit: Ein gemeinsames „Bekanntnis“ formulieren

Auswertung

Für die Auswertung der Aktionsideen werden diese nach drei Kriterien (s.o.) vorstrukturiert und an Metaplanwänden angebracht. Ziel ist, eine **konkrete Schwerpunktsetzung** für die weitere Arbeit im Stadtteil zu vereinbaren. Dazu erhält jede/r Teilnehmende drei Klebepunkte, und verteilt sie auf die persönlichen Favoriten.

Die Aktionen mit der höchsten Punktzahl werden nun konkret hinsichtlich ihrer Durchführbarkeit auf allen Ebenen diskutiert. Dazu gehören Fragen wie:

- > Was kann mit der Aktion erreicht werden?
- > Wer könnte oder sollte in die Aktion eingebunden werden?
- > Welche anstehenden öffentlichen Events könnten der Aktion hinderlich, welche könnten ihr dienlich sein?
- > Welcher Zeitpunkt ist also am günstigsten?
- > Wie kann die Presse eingebunden werden?
- > Wie hoch sind die Kosten?
- > Wer kommt als FördererIn/SponsorIn in Frage?
- > Welcher zeitliche, materielle und organisatorische Aufwand ist zu leisten?



Juni 2009

Plakatwand-Gestaltung: Wir wollen keinen Nazi-Laden!

Die Aktion

Auf der Großflächen-Plakatwand, gleich neben dem rechten Szeneladen, prangt schon der Leitspruch: „Wir wollen keinen Nazi-Laden!“. Rund herum ist noch viel weiße Fläche. Platz für alle AnwohnerInnen, die sich dem Motto anschließen und bei einer gemeinsamen Malaktion ihren Unmut gegen den rechten Szeneladen kundtun wollen.

Die Einladung dazu haben sie ein paar Tage zuvor in ihrem Briefkasten vorgefunden. Direkt vor der Plakatwand empfängt sie nun der *Stephanikreis Ladenschluss* und hält auf einem

Tisch Blankoposter und Farbstifte bereit. Einige aus der Initiative haben schon angefangen und ihre persönliche Meinung oder Appelle in Wort und Bild zu Papier gebracht. Da fällt der eigene Einstieg leichter. Kurz darauf werden die ersten fertigen Exponate einen Tisch weiter gereicht, dort eingekleistert und dann auf der Plakatwand angebracht.



Schon bald wird es voll am Maltisch. Eingeweihte aus anderen Stadtteilen oder Initiativen gesellen sich dazu, manche bringen



gedruckte Plakate mit. PassantInnen schließen sich spontan der Aktion an. Wer keine Zeit zum Selbermalen hat, unterzeich-

net eine überdimensionale Unterschriftenliste. Auf der wurden bereits im Vorfeld Solidaritätsbekundungen prominenter BremerInnen zum Aushang an der Plakatwand gesammelt. Nach einer Stunde ist die 3,6 x 2,5 Meter große Wand voll! Schade, finden einige – und entdecken doch noch eine kleine Lücke, in der sie einen Spruch oder Aufkleber unterbringen können.

Die örtlichen Medien begleiten die Malaktion und berichten ausführlich darüber. Das Regionalfernsehen nimmt die Aktion gar zum Anlass für einen ausführlichen, gut recherchierten Filmbeitrag über die Bremer rechtsextreme Szene.

Zehn Tage lang präsentiert nun die Plakatwand die Statements besorgter BürgerInnen gegen Rechts, gegen den Nazi-Laden vor Ort und für ein buntes, respekt- und friedvolles Miteinander.

Und sie steht nicht alleine da. Ihren Unmut über den Laden zeigen auch andere auf eigene, kreative Weise: So wurde schon im Vorfeld der



Malaktion die Fassade des Naziladens von Unbekannten mit rosa Farbe und Herzen besprüht. Und die Standortgemeinschaft der hiesigen Gewerbetreibenden platziert Plakataufsteller mit der „Roten Karte gegen Rechts“ in den Straßen des Stadtteils. (s. S.20)



AnwohnerInnen und PassantInnen gestalten eine **Plakatwand** mit Statements gegen Rechts.

▲ der Standort des rechten Szeneladens

Situation und Hintergrund

Unter den Teilnehmenden der Infoveranstaltung im März (s.S.7) zeigte sich eine hohe Motivation, dem Nazi-Laden Paroli zu bieten. Dass sich dennoch nur wenige von ihnen den Aktiven im Stephaniviertel anschlossen, war kein Widerspruch. Vielmehr sprechen solche Gegebenheiten dafür, Aktionen anzubieten, an denen sich die Menschen **beteiligen** und damit **punktuell** in die Kampagne einbringen können.

Dies sollte eine der ersten Aufgaben des nunmehr offiziell gegründeten *Stephanikreis Ladenschluss* sein. Übergeordnetes Ziel war, die Kampagne gegen den Nazi-Laden fest im Stadtteil zu verankern und von hier aus in die Breite zu tragen.

Die im vorangegangenen Workshop (s.S.7) entstandene Idee einer „Malaktion auf den Plakatwänden neben dem Nazi-Laden“ gab dabei den Impuls für die erste Stadtteil-Aktion.



von der Idee zum Aktionskonzept

Die Buchung einer Großflächenwand in unmittelbarer Nähe zum Nazi-Laden ist per se ein Erfolgsgarant für eine öffentliche Aktion.

Ziele

Um das **hohe Aufmerksamkeitspotenzial** auch inhaltlich optimal zu nutzen und nachhaltige Wirkung zu erzielen, werden zunächst die aktuellen Anliegen der Kampagne konkretisiert:

- > den Laden (erneut) in den öffentlichen Fokus rücken,
- > das Ladengeschäft und sein Umfeld durch permanente/wiederholte Präsenz stören,
- > weitere aktive sowie ideelle Unterstützere Kreise, vor allem aus dem Stadtteil, gewinnen und mit ihnen
- > ein gemeinsames, öffentliches Statement gegen Rechts visualisieren,
- > Vielfalt als Kontrapunkt zu Rechts setzen.

öffentliche Veranstaltung mit Beteiligung

Unter dieser Maßgabe wird die komplette Aktion als **öffentliches Event** konzipiert, vom ersten Pinselstrich bis zum Plakatkleben.

Hauptakteure sollen **AnwohnerInnen und PassantInnen** sein. Damit stehen im Rahmen der Bremer Kampagne erstmals „normale“ BürgerInnen **in erster Reihe** einer Protestaktion.

Sie sind eingeladen, die Plakatwand mitzugestalten und zu zeigen, „was Sie von Nazis halten und wofür Sie stehen“. Durch diese Vorgabe soll der harmlose Anschein des Ladens einmal mehr aufgebrochen und die **inhaltliche Auseinandersetzung** in die breitere Öffentlichkeit getragen werden.

[Titelseite der Einladung](#) ►

Einladung



Liebe NachbarInnen im Stephaniviertel,
liebe MitbürgerInnen in Bremen!

„Sportsfreund? – Wir wollen keinen Nazi-Laden im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo.“
Unter diesem Motto laden wir Sie herzlich ein zu einer öffentlichen

Plakatwand-Gestaltung

am 9. Juni 2009 von 16 bis 19 Uhr
in der Faulenstraße/Ecke Ölmühlenstraße
(Plakatwand links vom Nazi-Laden „Sportsfreund“)

Zeigen Sie mit uns, was Sie von Nazis halten und wofür Sie stehen.
Bekunden Sie mit uns, dass wir keine Nazi-Läden in unserer Stadt dulden.
Sie brauchen dazu keine besonderen künstlerische Fähigkeiten mitbringen
(es sei denn, Sie haben welche – dann unbedingt!),
nur all das, was Sie zu diesem Thema bewegt.

Wir freuen uns auf Sie
und unsere gegenseitige Inspiration!

der Stephanikreis Ladenschluss

[mehr >>>](#)

Für ein friedliches Zusammenleben im Stephaniviertel – gegen Rechts

Der Hintergrund

Wie Sie vielleicht schon mitbekommen haben, hat sich hier vor Ort ein Kreis aus Menschen, Einrichtungen und Organisationen zu einem gemeinsamen Engagement zusammen getan. Wir wollen es nicht hinnehmen, dass

sich im Stephaniviertel – oder anderswo – rechtsextreme Strukturen ausbreiten.

Konkret geht es uns um den „Sportsfreund“, ein auf den ersten Blick

eher harmlos wirkendes Ladengeschäft in der Faulenstraße 9. Doch hier werden Kleidung und Devotionalien der rechtsextremen Szene verkauft. Aufmerksam geworden durch die Kampagne „Ladenschluss“ haben wir am 3. März diesen Jahres eine Info- und Initiativveranstaltung durchgeführt, an der rund 50 Menschen teilgenommen und gemeinsam Aktionsideen entwickelt haben. Als erstes werden wir nun die Idee einer öffentlichen Plakatwand-Gestaltung realisieren:

Die Plakat-Aktion

Sie soll in unmittelbarer Nachbarschaft zum „Sportsfreund“ stattfinden: an der Plakatwand Faulenstraße/Ecke Ölmühlenstraße. Die Wand bietet Platz für 36 Kleinplakate im Format von DIN-A-2, die wir vor Ort am Tisch gestalten und anschließend anbringen werden.

Seien Sie herzlich eingeladen, sich einer dieser Flächen anzunehmen und mit Ihren Gedanken, Ihrer Meinung, Ihren Appellen zu beschriften oder zu bemalen. Wir halten ausreichend Papier und Stifte für alle bereit.

Der Stephanikreis „Ladenschluss“: AnwohnerInnen des Stephaniviertels, St. Michaelis-St. Stephani Gemeinde, Beirat Mitte, Bremer Bündnis gegen Rechts, Bündnis Rote-Bunte-Karte, DGB Jugend, DIE LINKE KV Bremen Mitte Ost, Kampagne „Ladenschluss“, LidiceHaus, VVN/BdA

V.i.S.d.P. Ines Hillmann, Bündnis Rote-Bunte-Karte / axent, Schlachte 45, 28195 Bremen

Die Malaktion findet am 9. Juni 2009 von 16 bis 19 Uhr statt. Anschließend laden wir die Presse zu einer öffentlichen Präsentation unserer gemeinsamen Plakatwand, die bis zum 18. Juni 2009 in der Faulenstraße ausgestellt sein wird.

Wichtig! Bei Regenwetter verlegen wir die Malaktion (16-19 Uhr) in die Bremer Volkshochschule, Faulenstr. 69, Bamberger/Atelier 310; die öffentliche Präsentation findet anschließend wie geplant vor Ort statt.

Das Motto

„Sportsfreund? – Wir wollen keinen Nazi-Laden im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo!“

Unter diesem Motto laden wir Sie ein, sich mit Ihren ganz eigenen Ideen und Ausdrucksformen an unserer Plakat-Aktion zu beteiligen.

„Für ein friedliches Zusammenleben im Stephaniviertel“. Unter diesem Motto begrüßen wir eine vielfältige Beteiligung, schließen aber ausdrücklich gewaltverherrlichende Darstellungen und militärische Symbole aus.

Wir laden Sie ein, gemeinsam mit uns öffentlich Position gegen den „Sportsfreund“, gegen die Verbreitung rechtsextremer Strukturen, für Vielfalt, Respekt und demokratische Kultur zu beziehen. Wir laden Sie ein, unsere Aktion mit Ihrer eigenen Sichtweise, Ihrem persönlichen Anliegen zu bereichern.

für den Stephanikreis Ladenschluss

Ines Hillmann

Wir wollen keinen Nazi-Laden

im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo

◀ Seite 2 der Einladung

praktische Umsetzung

An einem Tisch direkt vor Ort fertigen die Teilnehmenden Einzelplakate im DIN-A-2-Format an. 36 von ihnen passen im Querformat auf eine so genannte Großflächen-Plakatwand. Anschließend werden die Exponate mit Tapetenkleister eingestrichen und auf der Plakatwand aneinander gereiht.

Inhalte und Verteilung der Einladung

Die Einladung in Form eines A-4-Flyers richtet sich in erster Linie an die AnwohnerInnen im Stephaniviertel. Damit diese auf dem gleichen, für die Aktion notwendigen Kenntnisstand sind, werden entsprechende Informationen vor-

angestellt. Die Benennung der Ziele und einiger Spielregeln soll ihnen einen Eindruck vom Tenor der Veranstaltung vermitteln. (s.links)

Um zu vermeiden, dass die Rechtsextreme vorab von der Aktion erfahren, wird die Einladung nur über die Hausbriefkästen des Stadtteils verteilt sowie über das Netzwerk der Kampagne in Umlauf gebracht.

Einbindung der Medien

Presse und Fernsehen werden eingeladen, die Malaktion zu begleiten. Deren Interesse ist groß: Denn der Happening-Charakter und die unmittelbare Nähe der Aktion zum Nazi-Laden versprechen hohen Nachrichtenwert.



Materialien und Kosten

Buchung der Plakatwand
1 Dekade (9-11 Tage) € 171,-

Einladungsblatt, DIN A 4
Gestaltung: Eigenarbeit
Druck: gesponsert

Motto-Plakate, DIN A 2
Gestaltung: Eigenarbeit
Druck: von Druckerei gesponsert

für die Malaktion vor Ort
• (Tapezier-)Tisch
• Papierbögen DIN-A-2 (gesponsert von einer Druckerei)
• Wachsmalstifte, 5 Sets (privat gespendet)

zum Plakatekleben
• Tapeziertisch und Leiter
• Kleister, Eimer, Quast (privat gespendet)

finanzielle Unterstützer

pro aktiv gegen rechts
Die Linke (Druck Einladungsblatt)

Wichtige Hinweise

Wenn **Unterschriftenlisten** auf der Plakatwand veröffentlicht werden sollen, müssen die Unterzeichnenden vorher darauf aufmerksam gemacht werden!

Veranstaltungen auf öffentlichem Grund müssen beim **Stadtamt** angemeldet werden. Vor Ort sollte die Genehmigung für eine eventuelle Kontrolle durch die Polizei bereit gehalten werden.

Juni/Juli 2009

Plakataktion der Standortgemeinschaft: Rote Karte gegen Rechts

Die Aktion

Wer durchs Stephaniviertel fährt oder geht, dem springt sie sofort ins Auge, die **Rote Karte gegen Rechts**. Das Motto zieht sich als Motiv durchs ganze Viertel: an Plakataufstellern entlang der Hauptverkehrsachse, in einzelnen Nebenstraßen sowie als Plakataushang in den Fenstern verschiedener Einrichtungen. Sechs Wochen lang beziehen die hiesige Standortgemeinschaft und der Stadtteilbeirat auf diese Weise öffentlich Position.



vom kleinsten gemeinsamen Nenner zur erfolgreichen Aktion

Im Zuge der Kampagne will sich auch die Standortgemeinschaft klar positionieren und solidarisieren. Dabei kann und will sie sich jedoch zu einem nicht explizit für die *Schließung* des Nazi-Ladens aussprechen und muss zum anderen bestehende Ressentiments innerhalb der eigenen Reihen gegenüber der Kampagne berücksichtigen. (s. rechts: Situation und Hintergrund)

der kleinste gemeinsame Nenner

Hier gilt es, zunächst den kleinsten gemeinsamen Nenner nach innen (Mitglieder) und nach außen (Kampagne) zu finden. In diesem Fall ist es die *Ablehnung rechtsextremer Gesinnung als solches*. Sie eint die unterschiedlichen Positionen innerhalb der Standortgemeinschaft und ist das *Bindeglied zur Kampagne*.

„Gegen Rechts“ ist zwar im Kontext der Kampagne ein recht unkonkretes Statement, lässt sich aber durch eine geschickte Inszenierung zu einem effektiven Kampagnen-Beitrag gestalten.

Wichtige Hinweise

Plakataufsteller müssen vom **Stadtamt** genehmigt werden! Die **Platzierung** unterliegt dabei bestimmten Kriterien.



effektive Inszenierung

Formulierung, Gestaltung und Platzierung der Botschaft: Die Verwendung des symbolträchtigen Motivs *Rote Karte gegen Rechts* der gleichnamigen Kampagne, die überdimensionale Darstellung als Plakat und die reihenweise Platzierung auf Plakataufstellern entlang der Hauptverkehrswege, verleiht der Aussage starke Präsenz und besonderen Nachdruck.

Zeitlicher und lokaler Kontext: Durch eine zeitgleiche (hier: Plakatwandgestaltung, s.S.14) und ortsnahe (hier: rund um den Standort von Plakatwand und Nazi-Laden) Durchführung der Aktion kann – ohne verbalen Bezug – der inhaltliche Kontext zur Kampagne geschaffen werden.

„Sabotage“-Akten entgegenwirken

Der zu erwartende, mutwillige Abriss einzelner Plakate kann zwar nicht verhindert, wohl aber öffentlich gemacht werden: „Diese Tafel wurde durch Unbekannt beschädigt und von uns wieder hergestellt“ lauten entsprechende Aufkleber.

Kooperationspartner/Mitherausgeber

Beirat Mitte und Bündnis Rote-Bunte-Karte sowie die ortsansässigen Einrichtungen St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde, Bremer Volkshochschule und Kulturkirche St. Stephani

Situation und Hintergrund

Der *Stephanikreis Ladenschluss* befand sich von Beginn an im Austausch mit der *Standortgemeinschaft Stephani* (Gewerbetreibende & Einrichtungen). Innerhalb des Vereins war die Ablehnung des Nazi-Ladens zwar Konsens. Hinsichtlich einer öffentlichen Positionierung und Solidarisierung mit der Kampagne zeigte man sich bislang jedoch indifferent:

So fürchteten LadenbesitzerInnen Übergriffe, wenn sie beispielsweise Protestplakate aushingen. Für andere stand das (von ihnen kritisierte) Auftreten der autonomen Antifas im Vordergrund. Wiederum andere forderten Solidarität mit den Zielen der Kampagne. Der Vorstand indes befürchtete einen formal-inhaltlichen Widerspruch zu den eigenen Statuten, wenn man für eine *Geschäftsschließung* eintrete.

Materialien und Kosten

Plakate

Druck: 100 Plakate, DIN A 1, ca € 270,-

Plakatmotiv „Rote Karte“

vom Bündnis Rote-Bunte-Karte zur Verfügung gestellt > rote-bunte-karte.de

Plakataufsteller

vom *Bündnis 90/ Die Grünen LV Bremen* zur Verfügung gestellt (Wahlkamp-Aufsteller)

Bekleben und Aufstellen

Kleister, Eimer, Quast und Kabelbinder

Finanzierung

Standortgemeinschaft Stephani, Beirat Mitte

Oktober 2009

Infoblatt: Fakten, Fakten, Fakten

„Das Geschäft [...] ist in weiten Kreisen als rechtsextremer Szeneladen bekannt. Auch wenn es auf juristischer Ebene (bislang) keine ausreichende Handhabe gibt, sprechen ausreichend **Fakten** für ein breit gefächertes Engagement auf allen denkbaren Ebenen, um eine Schließung des Ladens zu erwirken.“

So lautet die Einleitung zu einem Infoblatt. Anschließend kommen ausschließlich anerkannte, öffentliche Institutionen und Einrichtungen zu Wort und belegen im O-Ton (Zitate) die rechtsextreme Ausrichtung des scheinbar harmlosen Ladens und seine Verstrickung in die Bremer rechtsextreme Szene.

Situation und Hintergrund

Noch immer war die Brisanz des Ladens in Öffentlichkeit und Politik wenig präsent. Die Tatsache, dass sie sich hinter einer bewusst harmlosen Fassade verbarg, dämpfte offenbar den Handlungsdruck.

Die *Kampagne Ladenschluss* hatte zwar gut recherchierte Informationsmaterialien erstellt. Verbreitung und Beachtung fanden diese jedoch fast nur in den einschlägig engagierten Kreisen. Gleichzeitig gab es etliche ebensolcher Informationen seitens offizieller oder anderer anerkannter Stellen wie *spiegel.de*, die wiederum der allgemeinen Öffentlichkeit wenig bekannt waren und/oder kaum gezielte Verbreitung fanden.



Titelseite

Rückseite ▶

Sammlung und inhaltliche Aufbereitung

Zitate von **anerkannten „Autoritäten“**, wie Presse und Medien, Verfassungsschutz oder profilierte Rechtsextremismus-Experten verleihen Infoblättern und Broschüren Nachdruck und Glaubwürdigkeit. Die kommt auch den HerausgeberInnen selbst zugute und untermauert die Seriosität ihres Anliegens.

In diesem Fall kann – und soll – sogar der gesamte Inhalt über Zitate abgedeckt werden.

Soweit möglich werden dabei die Textauszüge mit Blick auf eine gute Lesbarkeit ausgewählt und folgen in der Aneinanderreihung einem **inhaltlich-logischen Aufbau**.

Hervorhebungen sorgen dabei für den roten Faden und geben den LeserInnen einen ersten inhaltlichen Überblick.

Die Anschläge auf die Jugendbildungsstätte „LidiceHaus“ im Februar 2008, **die Existenz des Geschäfts „Sportsfreund“**, das unter anderem in rechtsextremistischen Kreisen beliebte Kleidungsmarken verkauft, und die Aktivitäten der Bremer Skinhead-Bands **zeugen beispielhaft von einer aktiven rechtsextremistischen Szene in Bremen**.

*Verfassungsschutzbericht 2008, S.49**

Dies [gemeint sind Aktivitäten des Bündnis „Ladenschluss“, d. Verf.] richtete sich vor allem gegen das **Geschäft „Sportsfreund“** in der Bremer Innenstadt, **das regelmäßig von rechtsextremistischen Hooligans aufgesucht wird**.

Inhaber des Geschäfts ist ein **bekannter Bremer Hooligan** mit Verbindungen in die rechtsextremistische Szene.

Verfassungsschutzbericht 2008, S.58

Inhaber: Inh. Marten Ostendorf

Impressum der Internetseite des „Sportsfreund“

Neben Sportartikeln führt der „Sportsfreund“ auch **Kleidungsmarken, die in rechtsextremistischen Kreisen sehr beliebt sind**. Zu diesen Marken gehören zum Beispiel „Thor Steinar“ [...].

Verfassungsschutzbericht 2008, S. 58

Thor Steinar ist eine Bekleidungs-Marke, die ausgehend vom brandenburgischen Königs-Wusterhausen mittlerweile bundesweit in der neofaschistischen Szene über deren Versände verbreitet wird. Bezüge zum Germanisch/Heidnischen bestehen durch die Verwendung von Namen wie Asgard (Sitz der Götter) und Thor.

Ende 2004 geriet diese Marke jedoch zunehmend unter juristischen Druck. Mehrere Träger derartiger Kleidungsstücke wurden wegen Verstoß gegen den Paragraphen 86a [Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen; d.Verf.] angeklagt und verurteilt.

Die Grundlage hierfür war eine Ähnlichkeit des Logos mit Symbolen verbotener Organisationen aus dem Nationalsozialismus. Nach diesem kurzen Rückschlag ist Thor Steinar seit Anfang 2005 mit neuem Logo wieder bundesweit zu haben. Auch das neue Logo stellt eine Rune dar, die allerdings im Nationalsozialismus keine Verwendung fand.

Thor Steinar ist in vielen nicht-rechten Ladengeschäften und Bekleidungsketten weiterhin erhältlich, obwohl im Zuge der juristischen Auseinandersetzungen um diese Marke ein rechter Hintergrund mehr als deutlich wurde.

*www.dasversteckspiel.de ***

Vereine wie Hertha BSC Berlin, Werder Bremen und der FC St. Pauli verweigern „Thor Steinar“-Trägern nach eigenen Angaben den Zutritt zu ihren Spielstätten.

www.spiegel.de/panorama

Daneben bietet das Geschäft Kleidung und Fanartikel für Hooligans an, wie z.B. der **Marke „Sport frei“, die einem bekannten Bremer Neonazi gehört**.

Verfassungsschutzbericht 2008, S. 59

Die Räumlichkeiten gelten als Treffpunkt und Rückzugsort von Bremer Rechtsextremisten bei Auseinandersetzungen mit dem politischen Gegner [...].

Verfassungsschutzbericht 2008, S.58

Für die Verstrickung in die rechtsradikale und die Hooliganszene gibt es Belege. Am Tag der Demo [gemeint ist die „Ladenschluss“-Demonstration am 14. März 2009; d.Verf.] geht Andre S. in den Sportsfreund. Er wird dem Umfeld der rechten Standarte Bremen zugerechnet. Gegenüber, so dokumentiert dieses Foto, steht Andreas H., der wegen gefährlicher Körperverletzung zu drei Jahren und vier Monaten Gefängnis verurteilt wurde. [...] Auch Henrik O. steht am 14. März gegenüber vom Sportsfreund im abgesperrten Bereich. [...]

Radio Bremen, buten un binnen, 9. Juni 2009

Anmerkung: Henrik O. rühmte sich auf www.46jahre.de, zusammen mit einem Kameraden „auf den Straßen des Führers“ für Rudolf Hess unterwegs zu sein. Die Internetseite ist auf Henrik O. angemeldet und wurde am 3. September 2009 von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indiziert.

Auch heute während der Plakataktion [gemeint ist eine öffentliche Plakataktion des Stephani-Kreises „Ladenschluss“ am 9. Juni 2009; d.Verf.] geht kein Unbekannter in den Sportsfreund. Der Sänger der Band Kategorie C Hannes Ostendorf. Kategorie C ist die Polizei-Bezeichnung für gewaltbereite Fußballfans. Ostendorf wurde wegen eines Brandanschlags auf ein Asylbewerberheim verurteilt.

Radio Bremen, buten un binnen, 9. Juni 2009

(Die Aussagen zu den genannten Personen in beiden Textpassagen wurden in dem Filmbeitrag mit Foto- und Filmmaterial dokumentiert)

„KC - Hungerige Wölfe“ ist besonders wegen ihrer gewaltverherrlichenden Lieder in der Skinhead-Szene beliebt und trat in der Vergangenheit zusammen mit rechtsextremistischen Skinhead-Bands bei Konzerten auf.

Verfassungsschutzbericht 2008, S.57

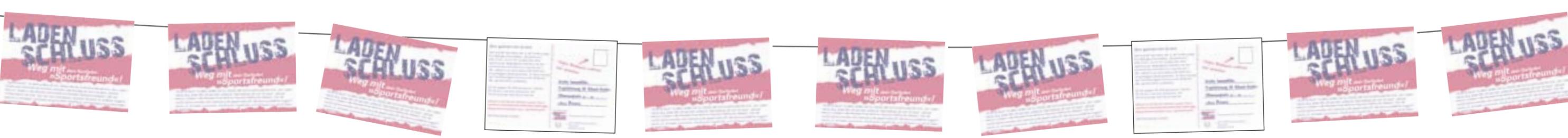
Im „Sportsfreund“ wurde am 15.09.2007 eine **Signierstunde mit dem Sänger der Hooligan-Band „KC-Hungerige Wölfe“** durchgeführt. [...] sind sich die befragten Experten/innen einig, dass es sich bei „KC - Hungerige Wölfe“ [...] um **eine rechtsextreme Musikband** handelt.

Am 16. Juni gab es eine Demonstration von unbewaffneten Antifaschist/innen gegen den Laden „Sportsfreund“ in der Faulenstraße. Laut Bericht auf taz.de sowie Auskünften der befragten Experten/innen **waren zur „Verteidigung“ des Ladens mindestens vier gewaltbereite und mit Reizgas und Schlagstöcken bewaffnete Hooligans anwesend**.

*Lagebild Rechtsextremismus im Lande Bremen, S. 29-30****

Anmerkung: Hooligans sind nicht per se rechtsextremistisch, sondern gelten eher als unpolitisch. Doch „...darf nicht verkannt werden, dass einzelne Mitglieder sehr wohl Rechtsextremisten sind [...] Seit den 80er Jahren versuchen Rechtsextremisten, sowohl Hooligans gezielt abzuwerben als auch die Hooligan-Szene zu unterwandern. In Bremen bestehen enge Verbindungen zwischen der Hooligan- und der Neonazi-Szene. Verbindungsglied zwischen der Hooligan-Szene und den Bremer Neonazis ist u.a. ein bekannter, überregional agierender Neonazi, der außerdem für den NPD-Verlag „Deutsche Stimme“ arbeitet. Verfassungsschutzbericht 2008, S. 56-57

PS: Auch die Betreiber des Ladens und Versandgeschäfts „Sieg oder Spielabbruch“ in Bremen-Hastedt sowie des Internethops „Heimdall Versand“, ansässig in Bremen-Nord, zählen mit ihren einschlägigen Angeboten zur rechtsextremen Szene!



Dezember 2009

Postkarten-Aktion: Leinen los gegen den „Sportsfreund“

Die Aktion

25 AktivistInnen ziehen eine 180 Meter lange Wäscheleine vom Standort des Nazi-Ladens zum Büro seines Vermieters in der Bahnhofsvorstadt. Bestückt ist die Leine mit 2.500 Postkarten, auf denen die UnterzeichnerInnen den Immobilienbesitzer auffordern, sich von seinem Mieter zu distanzieren.

Eine Handvoll Polizisten sichert den 25 „Postboten“ die Überquerung der großen Straßenkreuzungen und geleitet sie durch Bremens Fußgängerzone. JournalistInnen laufen nebenher, um sich zu informieren. Und der eine und die andere PassantIn schließen sich dem „virtuellen“ Demo-Zug an und unterschreiben ebenfalls ein Postkarte.

Am Ziel angekommen, gesellen sich noch einmal 500 Postkarten dazu. Gesammelt von weiteren AktivistInnen, die hier vor Ort auf die Aktion aufmerksam machen und an ihrem gut besuchten Infostand zeitweise einen regelrechten Run auf die Karten erleben.



Demo der Postkarten
Stellvertretend für 2.500 Menschen gehen ihre Unterschriften auf die Straße.

Sehr geehrter Herr [REDACTED],

Sie sind der Vermieter des in der Faulenstraße 9 ansässigen Geschäftes „Sportsfreund“. Wie Ihnen - durch die mediale Berichterstattung der vergangenen Monate und entsprechenden Hinweise von diversen Seiten - bekannt ist, wird dieses Geschäft von einschlägigen Nazis betrieben. Es dient sowohl als Finanzierungsort wie auch als Treffpunkt der rechten Szene in Bremen.

Ich bin gegen die Verbreitung von rechten Strukturen und trete deshalb für die Schließung des Sportsfreundes ein.

Setzen auch Sie ein Zeichen gegen Nazis und ihre menschenverachtenden Ideologie. Distanzieren sie sich vom „Sportsfreund“.

Mit freundlichen Grüßen,

Einfach Briefmarke aufkleben und abschieken!

V.l. u. r.: Hendrik Pflügel, Gohmert 15.02.07 Bremen

LADEN SCHLUSS <http://bremen.antifa.net/ladenschluss>

c/o St. Michaelis/ St. Stephani
Gemeinde
Stefanikirchhof 8

„Sportsfreund“ ist alles andere als ein nettes kleines Familienunternehmen. Der Laden macht sein Geschäft mit rechtem Lifestyle. Gleichzeitig hat sich mit dem „Sportsfreund“ mitten in der Bremer Innenstadt ein Neonazi-Treffpunkt etabliert, der die rechte Szene vernetzt. Von dort aus wird gezielt versucht, Brücken zu anderen Jugendzonen zu schlagen und bisher unpolitische Fußballfans und Hooligans für rechte Ideen zu begeistern.

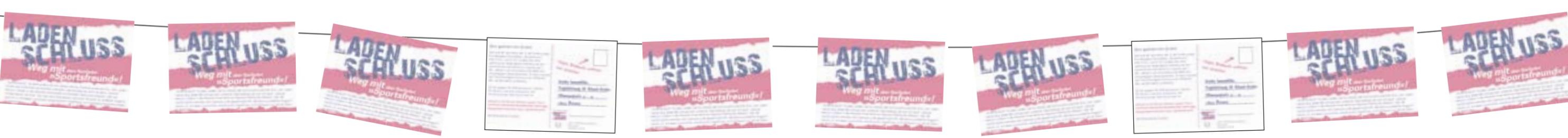
Auch der Adressat der Postkarten-Schwemme, der Vermieter des „Sportsfreundes“, ist bereits informiert. Etliche AktionsteilnehmerInnen hatten ihm ihre Karte bereits per Post zugesandt. Die Informationen darauf sind ihm nicht neu. Dennoch sah er hinsichtlich der Machenschaften seines Mieters bislang keinen Gesprächs- oder Handlungsbedarf. Heute ist das anders:

Während draußen die meterlange Wäscheleine, zwischen den Bäumen des Vorplatzes gespannt, flattert, lässt sich der Immobilienbesitzer unter Ausschluss der Presse auf eine Gespräch mit zwei VertreterInnen der Aktion ein. Sie überrei-

chen ihm exemplarisch einen Karton voll Postkarten und diskutieren mit ihm über den Nazi-Laden und seine Rolle als Vermieter. Dieser beruft sich auf seine liberale Grundhaltung und lehnt eine Stellungnahme als auch eine (vorzeitige) Kündigung seines Mieters „nur aufgrund seiner Gesinnung“ ab, stellt aber in Aussicht, den Mietvertrag nach Ablauf der noch verbleibenden Mietzeit von zwei Jahren (bis Nov. 2011) nicht zu mehr verlängern.

Ein Versprechen, an das wir vor Ablauf der Kündigungsfrist kontinuierlich erinnern werden.





Situation und Hintergrund

Nach der Infoveranstaltung im März (s.S.7) waren die Bremer *Kampagne Ladenschluss* und der *Stephanikreis* mit unterschiedlichen Schwerpunkten eher parallel als gemeinsam aktiv. Dabei hatten beide Initiativen bislang unterschiedliche Menschen und gesellschaftliche Kreise angesprochen. In einer gemeinsamen Aktion wollten wir nun zum einen unsere Potenziale bündeln und zum anderen unsere gemeinsame, solidarische Zielrichtung demonstrieren.

Ein gemeinsames Thema war die Rolle des Immobilienbesitzers, der dem „Sportsfreund“ die Geschäftsräume vermietet. Dabei handelte es sich um eine Immobilienfirma in München mit Niederlassung in Bremen-Mitte. Jegliche Kontaktversuche zu dessen Inhaber und Geschäftsführer blieben bis dato ohne positive Resonanz. Das Thema Nazi-Aktivitäten in seinem Mietobjekt schien ihn nicht zu interessieren.



von der Idee zum Aktionskonzept

Der Vermieter soll öffentlich und massenhaft in die Pflicht genommen werden – mittels tausender an ihn adressierte Postkarten. Für die Weiterentwicklung dieser Idee sind vor allem folgende Punkte maßgebend:

realistische Forderungen

- > Um möglichst viele Menschen einzubinden,
- > um öffentliche Unterstützung zu erwirken (z.B. durch Presse und Medien) und
- > um den Vermieter zu bewegen, die übermittelte Forderung zu erfüllen oder ihr zumindest entgegen zu kommen, ...

...gilt es, eben diese realistisch zu fassen. Die Forderung nach (vorzeitiger) Kündigung des Mietverhältnisses liegt nahe, wäre aber juristisch kaum zu erfüllen. Realistischer ist die Forderung, sich zu positionieren:

[...] Ich bin gegen die Verbreitung von rechten Strukturen und trete deshalb für die Schließung des „Sportsfreund“ ein.

Setzen auch Sie ein Zeichen gegen Nazis und ihre menschenverachtende Ideologie. Distanzieren Sie sich vom „Sportsfreund“!

Die Formulierung schließt bewusst die gesellschaftliche Verantwortung aller ein und betont das Warum, indem sie den Wesenskern, die menschenverachtende Ideologie, rechtsextremer Machenschaften benennt.



mehrere AdressatInnen

Der genaue Blick auf die Formulierung ist umso wichtiger, als neben dem direkt Angesprochenen weitere AdressatInnen dieser „Botschaften“ zu berücksichtigen sind:

Dies sind **alle erwünschten, potenziellen TeilnehmerInnen sowie ideellen UnterstützerInnen der Aktion**: politisch Interessierte, Geschäftsleute, FunktionsträgerInnen, PolitikerInnen usw..

Adressaten sind wie immer auch die **Medien**, die mit ihrer Berichterstattung entscheidend zur öffentlichen Wahrnehmung der Aktion beitragen.

Sie alle können nur durch eine angemessene, realisierbare Forderung für das Anliegen gewonnen werden. (s. Zeitungskommentar S. 29)

ausführliche Informationsmöglichkeit

Wer etwas unterzeichnen soll, will gut informiert sein. Interessierte und Presse wurden mit einem Faltblatt über die „Ladenschluss“-Kampagne und dem Infoblatt „Daten und Fakten“ versorgt. (s.S.22)



effektive Streuung

Wichtiges Ziel der Postkartenaktion ist es, dem Vermieter und der Öffentlichkeit eine große Zahl an UnterzeichnerInnen zu präsentieren. Deshalb werden die Karten vorrangig **an Infotischen, auf Veranstaltungen, in Gruppen und Initiativen direkt ausgegeben, unterschrieben und wieder eingesammelt**. Nur so lassen sie sich zählen und für eine öffentliche Übergabe verwenden. Auch andere Veranstaltungen im Stadtteil werden dafür genutzt werden.

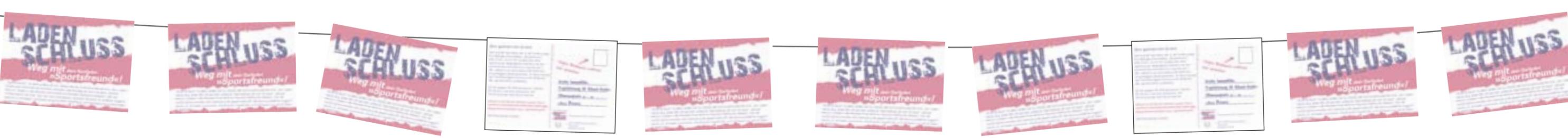
gezielte Verteilung

Außerdem erhalten sämtliche Bremer Abgeordnete über ihre **Postfächer in der Bremischen Bürgerschaft** eine Karte nebst Infomaterial. Auf diese Weise werden sie direkt aufgefordert, sich mit der Existenz des Nazi-Ladens in der eigenen Stadt auseinander zu setzen.

breite Streuung

Ziel ist in diesem Fall auch, durch eine breite Streuung noch mehr Menschen über den Nazi-Laden aufzuklären und die Kampagne bekannt zu machen. Daher geht eine Teilaufgabe der Karten in die **öffentlichen Auslagen von Kneipen und Einrichtungen**, deren BesucherInnen potenziell offen für solche Kampagnen sind. Wieviele dieser Karten unterschrieben und direkt verschickt werden, lässt sich natürlich nicht ermitteln.

Eine weitere Möglichkeit der breiten Streuung ist die Verteilung über **Freecard-Ständer** in Lokalen und Veranstaltungszentren. In unserem Fall würde die erforderliche Mindestauflage und die damit verbundene flächendeckende Verteilung allerdings einen zu hohen Streuverlust (zu viele potenziell Nicht-Interessierte) bedeuten.



Materialien und Kosten

Postkarten

Druck 10.000 Ex. € 290,-

Informationsmaterialien

Druck von je 5.000 Ex.
 Faltblatt „Ladenschluss“ (s.S.5) € 200,-
 Infoblatt „Sportsfreund“ (s.S.22) € 200,-

Materialien für die Aktion

für den „Demo-Zug“: Wäscheleinen

für die Aktion vor Ort

Infostand, Lautsprecher, Sammelkisten

finanzielle Unterstützer

Stadtteilbeirat Bremen-Mitte

Praktische Hinweise

Eine mit Postkarten behängte Wäscheleine lässt sich am besten in **Teilstücken von 5 bis 7 Metern** tragen.

Für die Vorbereitung muss **ausreichend Zeit und Raum** eingeplant werden. Zum Locher und Aufziehen von 2.500 Karten benötigt man zu acht ca. 2 Stunden. Um Verknotungen zu vermeiden, können die fertigen Leinenstücke am besten zwischen zwei Stühlen o.ä. lang gespannt werden.

Eine zwischen den Originalkarten platzierte **vergrößerte Postkarte** erlaubt es den PassantInnen und PressevertreterInnen, das Motto der Aktion schnell zu erfassen.

öffentliche Übergabe

Als zentraler Bestandteil der Aktion soll die Übergabe der unterzeichneten Postkarten für medienwirksames Aufsehen sorgen. Hier ist zweierlei zu bedenken: Der Vermieter könnte sich weigern, seine Tür für einen Waschkorb voller Postkarten zu öffnen. Und: Die Masse an UnterzeichnerInnen soll sichtbar sein. In beiderlei Hinsicht eignet sich eine Wäscheleine (statt des „klassischen“ Wäschekorbs) als Überbringer:

Masse visualisieren

Meter über Meter an einer Wäscheleine aufgereiht demonstrieren die Karten die große Anzahl an UnterzeichnerInnen.

Ablehnung umgehen

Rund um den Vorplatz seines Bürogebäudes gespannt, präsentieren sich die Postkarten ihrem Adressaten und der Öffentlichkeit – ohne von ersterem abgelehnt werden zu können.

Demo-Teilnahme via Postkarte

Auch die Zustellung der Wäscheleinen-Karten erfolgt öffentlich und zieht sich entlang der geografischen Linie zwischen Nazi-Laden und Vermieter. **Der Wäscheleinen-Zug bekommt darüber hinaus den Charakter einer Demo:** Stellvertretend für 2.500 Menschen gehen ihre Unterschriften auf die Straße.

Angemeldet als „Wäscheleinen-Spaziergang“ mit wenigen TeilnehmerInnen ist es möglich, die gewünschte Route mitten durch die Fußgängerzone genehmigt zu bekommen. Der Polizeiaufwand ist gering, die Störung des Verkehrs ebenso – Interesse und Wohlwollen der PassantInnen umso größer.

Presseinformation

3.000 Unterschriften an den Vermieter des Naziladens „Sportsfreund“ übergeben

„Setzen auch Sie ein Zeichen gegen Nazis. Distanzieren Sie sich vom ‚Sportsfreund!‘“ An die 3.000 Bremerinnen und Bremer unterzeichneten diesen Aufruf der Kampagne Ladenschluss und des Stephanikreis „Ladenschluss“. Gerichtet ist er an den Vermieter des Ladens „Sportsfreund“ in der Faulenstraße, die [redacted].

Rund 2.500 Unterschriften auf vorgefertigten Postkarten sammelten die beiden Initiativen innerhalb von nur fünf Wochen ein. Auf 180 Meter Wäscheleine aufgezogen trug der Stephanikreis „Ladenschluss“ sie am Freitag, 11.12.09 vom Fangturm-Markt im Stephaniviertel durch die Obernstraße bis zum [redacted], dem Sitz der Immobilienfirma. Dort informierte be-

reits die Kampagne Ladenschluss Passanten über die Aktion und sammelte innerhalb einer Stunde weitere 500 Unterschriften ein. „Es war zeitweise ein richtiger Run auf die Unterschriftenkarten“, so eine der Beteiligten.

Anschließend überbrachten Pastor Friedrich Scherrer vom Stephanikreis „Ladenschluss“ und eine Vertreterin der Kampagne Ladenschluss die Karten Herrn [redacted], dem Vermieter. Nachdem dieser in den vergangenen Monaten auf mehrmalige Anfragen der Initiativen nicht reagiert hatte, nahm er sich nun Zeit, um das Anliegen zu diskutieren.

Im Ergebnis sagt Herr [redacted] zu, gemeinsam mit den InitiatorInnen und einem Vertreter von „Haus und Grund“ die Sachlage und Handlungsmöglichkeiten, insbesondere hinsichtlich einer Kündigung des Naziladens, zu beraten. Dazu will man auch eine/n VertreterIn der erfolgreichen Ladenschluss-Kampagne in Hamburg einladen.

Bremer Anzeiger
13.12.2012

BREMER-ANZEIGER-KOMMENTAR

Ein klares Zeichen setzen

Von Matthias Koch

Es geht nicht darum, dem Vermieter des umstrittenen Ladens „Sportsfreund“ in irgendeiner Form rechtes Gedankengut zu unterstellen, und selbstverständlich trägt er keine Verantwortung dafür, welche Meinung seine Mieter haben, oder womit sie Geschäfte machen.

Dennoch ist auch er gefordert, wenn es darum geht, sich gegen braune Seilschaften, die zunehmend auch in die

Geschäftswelt eindringen, zu stellen – und das hat wenig damit zu tun, jemandem aufgrund seiner Gesinnung das Geschäft zu schließen.

Es geht vielmehr darum, sich klar zu positionieren. Dazu kann den Vermieter zwar niemand verpflichten, aber er könnte die Chance ergreifen und ein Zeichen gegen rechte Geschäftsstrukturen setzen – wie es die Menschen im Stephanitor tun. Zudem sollte es auch im Eigentum des Immobili-

besitzers liegen, sich mit dem Laden, der laut Polizei und Verfassungsschutz als rechter Treffpunkt gilt, auseinanderzusetzen – denn letztlich kann ein derartiger Nachbar ganze Straßenzüge in Verruf bringen und zu Wertminderungen der umliegenden Immobilien führen.

Bleibt zu hoffen, dass der braune Spuk in der City zumindest spätestens nach Ablauf der Mietzeit des „Sportsfreund“ endlich ein Ende findet.

April 2010

Politischer Beschluss: Einstimmig gegen Nazi-Läden

Der Beschluss

„Der Beirat Mitte beschließt einstimmig:

- Der Beirat Mitte teilt die Auffassung der zuständigen Stellen, dass es sich bei dem Laden „Sportsfreund“ in der Bremer Faulenstraße nicht um ein harmloses Bekleidungsgeschäft handelt, sondern dieser vielmehr der Bremer rechten Szene zuzuordnen ist und Funktionen im Rahmen einer rechtsradikalen Strategie wahrnimmt, die darauf angelegt ist, insbesondere Jugendliche im Sinne einer rechtsradikalen und fremdenfeindlichen Gesinnung zu beeinflussen.
- Der Beirat Mitte wendet sich gegen jede Form von Fremdenfeindlichkeit und Rassismus und setzt sich für das gleichberechtigte und demokratische Miteinander aller Menschen im Stadtteil unabhängig von ihrer ethnischen und kulturellen Herkunft ein.
- Der Beirat Mitte unterstützt die Forderung der Initiative aus Anwohnern und anderen gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen im Stephani-Viertel nach umgehender Schließung des Ladens „Sportsfreund“ in der Bremer Faulenstraße.
- Der Beirat Mitte unterstützt die Einrichtung eines Runden Tisches zur Erarbeitung einer Handreichung für die Vermietung von Geschäftsimmobilien zur Verhinderung von rechtsextremen Geschäften.“

Beschluss des Beirats Mitte (Stadtteilparlament) vom 12.04.2010

Beschlussfassung mit Nutzen für die Kampagne

Dem nebenstehendem Beschluss geht im Rahmen einer öffentlichen Beiratssitzung eine Bestandsaufnahme und Diskussion voraus. Dazu bittet der Beirat den Stephanikreis Ladenschluss sowie zwei Fachleute und Rechtsextremismusexperten aus der Jugendarbeit* um einen Beitrag bzw. Stellungnahmen.

öffentliches Forum

Der Kampagne wird damit ein öffentliches Forum geboten, das ihrem Anliegen (noch mehr) politisches Gewicht verleiht – und ein entsprechendes Medieninteresse erwarten lässt.

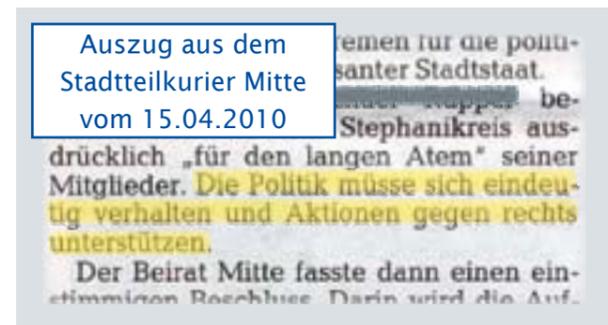
Die Initiative ist also zum einen „in der Pflicht“, den Beschlussantrag durch einen gut fundierten Beitrag zu unterstützen. Zum anderen erhält sie damit die Gelegenheit, Hintergründe und Ziele der Kampagne differenzierter als bisher öffentlich darzulegen und um Unterstützung für das weitere Vorgehen zu werben.

konzeptionell ausgerichtete Vorbereitung

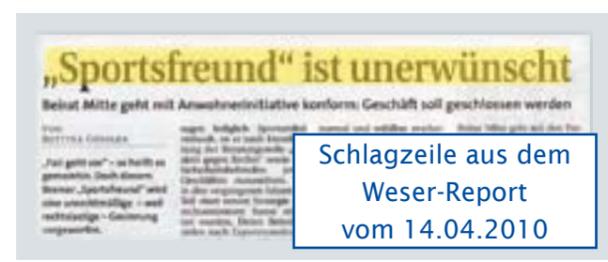
In der Vorbereitung ist es hilfreich, den Beitrag/Vortrag nach W-Fragen (z.B. warum – was – wie) zu strukturieren.

Warum. Um die Notwendigkeit der Kampagne und des anstehenden Beschlusses zu untermauern, wird ein Beitrag des hiesigen Regionalfernsehens gezeigt. Er ist anlässlich der Malaktion (s.S.14f) entstanden und stellt detailliert die Verflechtung des Ladens mit der rechtsextremen Szene dar. Alternativ können die notwendigen Hintergrundinformationen auch über Zusammenstellung von gesicherten Erkenntnissen belegt werden. (s. Beispiel Infoblatt S. 22)

* Jugendbildungsstätte LidiceHaus und Fanprojekt Bremen



Was. Zentral ist die Frage, was erreicht werden soll und kann. Eine differenzierte Darstellung der Ziele unterstreicht die Plausibilität und politische Bedeutung der Kampagne (Es geht nicht „nur“ darum, den Laden aus dem Stadtteil zu verbannen. Es geht auch darum, Öffentlichkeit zu schaffen, Zeichen gegen Rechts zu setzen, um breiter und nachhaltiger wirken zu können). Sie hilft zudem, das Anliegen aller auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen:



Wie. Eine Zusammenschau der bisherigen Aktionen, verbunden mit einem Dank an alle UnterstützerInnen, illustriert die Handlungsfelder, AdressatInnen und Erfolge der Kampagne. Nach der anschließenden Vorstellung weiterer Ideen kann gemeinsam über die künftige Zusammenarbeit beraten werden. Letzteres führt in diesem Fall sogar zu einer Erweiterung des Beiratsbeschlusses führt (letzter Punkt: „Runder Tisch“).

Darstellungsform

Der gesamte Vortrag wird über einen Beamer mit Fotos, Dokumenten und Entwürfen für künftige Aktionen bebildert und unterstützt.

Situation und Hintergrund

Von Beginn an hatten VertreterInnen des Stadtteilbeirates Mitte, in dessen Bezirk das Stephaniviertel liegt, die Arbeit des Stephanikreises begleitet. In der Anfangsphase nahmen sie regelmäßig an den Sitzungen teil, um gemeinsam mit uns Handlungsmöglichkeiten zu diskutieren und über Formen der Zusammenarbeit zu beraten.

In der Folge unterstützte der Beirat finanziell den Druck des Infoblattes sowie die Postkartenaktion (s.S. 22+24) und beteiligte sich an der von der Standortgemeinschaft Stephani initiierten Plakataktion (s.S.20). Außerdem wandte sich das Stadtteilparlament selbst per Brief an den Vermieter des Ladenbesitzers und bat um ein informelles Gespräch. Dieser blieb jedoch unbeantwortet.

Im Zuge der fortschreitenden Kampagne war es dem Beirat wichtig, öffentlich Stellung zu beziehen. Und auch der Stephanikreis wünschte sich eine offizielle, ideelle Unterstützung durch die Politik.

Materialien und Equipment

Informationsmaterialien

der Kampagne zur Verteilung unter den Beiratsmitgliedern, Gästen und PressevertreterInnen.

Laptop und Beamer

zur Präsentation der bisherigen und der geplanten Aktionen (und in diesem Fall auch zur Vorführung des Filmbeitrags)



(geplant)

Straßenbahn-Werbung: Nie wieder Faschismus! auf der ganzen Linie

Die Aktion

Einen Monat lang fährt sie täglich viele Male direkt am Nazi-Laden vorbei: die Straßenbahn Linie 2 mit der Aufschrift „Nie wieder Faschismus!“. Auf ihrer Strecke kreuzt sie ein weiteres Nazi-Geschäft, zwölf Haltestellen entfernt. Der dort ansässige, rechte Internetversand-Betreiber agiert zwar eher verdeckt. Doch wenn er aus dem Fenster schaut, bekommt auch er es zu lesen: „Wir wollen keinen Nazi-Laden im Stephaniviertel, in Bemen oder anderswo!“ lautet eine weitere Aufschrift.

Wer hinter diesen Appellen steht, können die wartenden Fahrgäste an den Haltestellen genauer studieren: Auf der Werbefläche des Triebwagens reihen sich neben dem *Stephanikreis* die weitaus bekannteren Logos der Bremischen Evangelischen Kirche, des DGB, der DGB Jugend, des Bremer Friedensforums, der Standortgemeinschaft Stephani, des Lidice Hauses und etliche mehr. Was es mit dieser „Werbekampagne“ auf sich hat, erfahren sie dann drinnen: Auf so genannten Deckenflächenplakaten gibt es Infos über den Nazi-Laden und die Kampagne. Ebenso auf der Plakatwand gleich neben dem Nazi-Laden.

Doch leider ist diese Aktion nur ein Traum. Nicht realisierbar wegen der Geschäftsstatuten der Bremer Straßenbahn AG. Doch die Idee ist gut. So gut, dass sie beflügelt – und auch verpflichtet. Denn die genannten Einrichtungen haben tatsächlich schon zugesagt mitzumachen und dafür auch einen finanziellen Beitrag zu leisten...

Situation und Hintergrund

Der Beschluss des Beirats Mitte (S.30) hatte der Kampagne Auftrieb gegeben. Mit dieser Rückenstärkung wollten wir nun den öffentlichen Druck auf den Laden durch Einbindung weiterer gesellschaftlicher Institutionen aus Kirche, Gewerkschaft und Jugendarbeit usw. weiter ausbauen.

Die Straßenbahnaktion konnte jedoch nicht realisiert werden. Die Bremer Straßenbahn AG (BSAG) lehnte die Beschriftung ab, weil sie als öffentliches Unternehmen festgelegt hat, „keinerlei politische Werbung auf [...] Fahrzeugen [...] zuzulassen“, obgleich sie die Aussagen inhaltlich unterstützte.

Dissens beim Aktionsmotto

Trotz großer Zustimmung für die Aktionsform gab es Uneinigkeit hinsichtlich des Mottos. „Schöner leben ohne Nazis“ stieß im internen Kreis als auch bei einigen angesprochenen potenziellen Unterstützern auf Unmut („zu personenbezogen“). Die Alternative „bunt statt braun“ war hingegen anderen zu schwach und unkonkret. Nach dem ablehnenden Bescheid der BSAG vertagte sich die Konsenssuche auf die nächste gemeinsame Aktion.

Idee und Konzept

seien hier trotzdem dargestellt, weil sie inspirierend für anderen Aktionen sein können.* Sie sind in dem nebenstehenden Brief beschrieben, mit dem gezielt potenzielle UnterstützerInnen um Beteiligung gebeten wurden.

* So ist in unserem Fall als Alternative zur Straßenbahn-Aktion die Plakatwand-Idee (s.S. 42) entstanden – die im Übrigen wesentlich weniger kostete.

Nie wieder Faschismus!



Straßenbahn, Einstiegsseite bedruckt

Bitte um Beteiligung

Mitten in der Bremer Innenstadt, in der Faulenstraße 9, existiert, wie inzwischen weit bekannt, der Nazi-Laden „Sportsfreund“. Der *Stephani-Kreis Ladenschluss* engagiert sich seit Anfang 2008 für eine Schließung des Geschäfts. Da sich dies auf mietrechtlicher Ebene eher schwierig darstellt, setzen wir vor allem auf öffentlichkeitswirksame Aktionen, um deutliche Signale gegen die Verbreitung rechtsextremer Strukturen zu setzen und dabei die Menschen unserer Stadt einzubinden.

Anlässlich des diesjährigen Jahrestages der Reichsprogromnacht vom 9. November 1938 planen wir, einen Monat lang eine Straßenbahn der Linie 2 mit unseren Botschaften bedruckt durch die Faulenstraße fahren zu lassen. Parallel wollen wir eine Plakatwand neben dem „Sportsfreund“ mieten und als überdimensionale Unterschriftenliste nutzen. Die Texte lauten:

9. Nov.1938–9. Nov.2010 | Nie wieder Faschismus | Schöner leben ohne Nazis | Wir wollen keinen Nazi-Laden im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo (Logos der UnterstützerInnen)

Um die Gesamtkosten von circa 3.900 Euro zu decken und um die Aktion auf eine breite, öffentliche Unterstützerbasis zu stellen, bitten wir herzlich um Ihre Beteiligung. Alle Unterstützer werden (mit ihrem Logo) auf Straßenbahn und Plakatwand abgedruckt.

Wir freuen uns, wenn Sie dabei sind!

für den Stephani-Kreis Ladenschluss

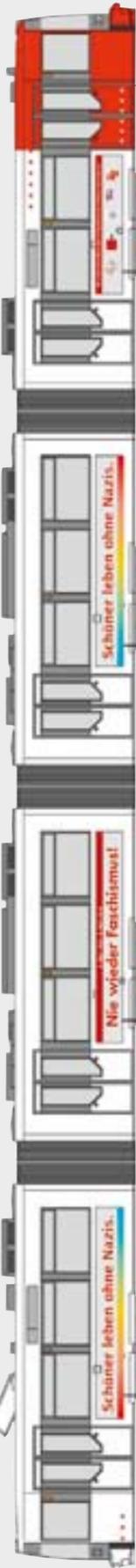
Pastor Friedrich Scherrer () und Ines Hillmann ()
stephanikreis@rote-bunte-karte.de



Brief an verschiedene gesellschaftliche Akteure aus Politik, Kirche, Gewerkschaft, Jugend- und Bildungsarbeit usw.

Schöner leben ohne Nazis.

>>>>>



Bereits zugesagt haben:

- Bremer Friedensforum
- Bremische Evangelische Kirche
- Bündnis Rote-Bunte-Karte
- DGB Bremen
- DGB Jugend
- LidiceHaus
- Standortgemeinschaft Stephani

Die Nennung beteiligter Organisationen* hilft, weitere UnterstützerInnen zu gewinnen.

* nur mit deren Einverständnis!

Wenn auch Sie dabei sein wollen, teilen Sie uns bitte Ihre Kontaktdaten unter

stephanikreis@rote-bunte-karte.de

mit. Wichtig sind dabei insbesondere:

Ihr Name, unter dem Sie bzw. Ihre Einrichtung/Firma/Organisation als UnterstützerIn aufgeführt werden sollen, und **Ihre E-Mail-Adresse**, über die wir Sie über den weiteren Ablauf (Start der Aktion, Pressetermin u.ä.) informieren können.

Ihren finanziellen Beitrag überweisen Sie bitte an:

Kontoinhaber: [redacted]
Kontonummer: [redacted]
Stichwort: Stephanikreis Ladenschluss

Vielen Dank!

Mehr Informationen zum „Sportsfreund“ s. Beiblatt:



Kosten

Straßenbahnbeschriftung
1 Seite, Laufzeit: 1 Monat € 2.985,-

Deckenlächchenplakat
60x15 cm, je € 23,-
zzgl. Produktionskosten

(geplant für den 9. November 2010)

Antifaschistische Stadterkundung: Brückenschlag in die Gegenwart

Die Aktion

Wie in jedem Jahr findet am 9. November um 11 Uhr am Mahnmal für die Bremer Opfer der Reichspogromnacht eine Gedenkstunde der Bremischen Bürgerschaft statt. Ehrengast und Hauptredner ist dieses Mal ein jüdischer Mitbürger, der über sein Schicksal und das seiner Familie im Nazi-Deutschland erzählt. Auch SchülerInnen der benachbarten katholischen Schule beteiligen sich wieder mit eigenen Beiträgen an der Mahnstunde.

Anschließend lädt der Stephanikreis gemeinsam mit dem Verein *Erinnern für die Zukunft* zu einem „Brückenschlag in die Gegenwart“. Bei einer antifaschistischen Stadterkundung soll es um die Opfer des Nationalsozialismus gehen – und um die rechtsextreme Gefahr heute: Hier markiert ein Stolperstein den ehemaligen Wohnort von Ludwig Fürstenthal, er wurde 1941 nach Minsk deportiert und ermordet. – Von der nächsten Haltestelle aus sind es nur ein paar Stationen bis zum Domizil eines rechten Internetversands, er vertreibt Kleidung im rechtslastigem Lifestyle und Musik der rechten Hooliganszene. – Der nächste Stolperstein ist dem Ehepaar Finkelstein gewidmet, 1942 ins Ghetto Lodz deportiert, beide haben den Holocaust nicht überlebt. – Wenige Hundert Meter weiter, am Ende der Sichtachse zur Bahnhofsvorstadt befindet sich eine rechte Szenekneipe.

An den Stolpersteinen werden Rosen hinterlegt.



Situation und Hintergrund

Der 9. November hat mit der Gedenkstunde der Bremischen Bürgerschaft und der „Nacht der Jugend“ im Rathaus seit Jahren gute politische Tradition. Für uns ein Anknüpfungspunkt, um auf die aktuelle Gefahr von rechts aufmerksam zu machen.

Endpunkt der Route sind die Stolpersteine der Familie Bialystock. Sie flüchtete 1938/39 nach Belgien, wurde dort interniert und nach Auschwitz deportiert. Alle drei wurden ermordet. Schräg gegenüber von ihrem ehemaligem Wohnhaus befindet sich der Nazi-Laden „Sportsfreund“.

Leider findet diese Veranstaltung wegen zu knapper Planung, zu später Einladung, nicht statt.

Die „Stolpersteine“ des Künstlers Gunter Demnig erinnern an die Opfer der NS-Zeit in Form kleiner Gedenktafeln, die vor deren letzten selbstgewählten Wohnort ins Trottoir eingelassen sind. Mehr dazu auf: stolpersteine.com



Januar 2011

Neues Bündnis: Keine Geschäfte mit Rechten!

Der Runde Tisch

Sie sitzen alle an einem Tisch, VertreterInnen des *Stephanikreis Ladenschluss*, der *Standortgemeinschaft Stephani*, der *CityInitiative*, des *Beirat Mitte* sowie von *Haus & Grund Bremen*, und sind sich sofort einig: „Derartige geschäftliche Aktivitäten lehnen wir entschieden ab.“ Stein des Anstoßes ist der rechte Szeneladen in der Bremer Innenstadt.

Unter fachlicher Begleitung und Moderation des Rechtsextremismusexperten vom *LidiceHaus* diskutiert der „runde Tisch“ die Situation vor Ort und berät über gemeinsame Handlungsoptionen. Und schon auf der nächsten Sitzung wird der Entwurf einer Charta diskutiert, hier und da präzisiert oder umformuliert, und beschlossen.

Kernpunkt der gemeinsamen Erklärung ist die Ablehnung von Geschäftsbeziehungen jeglicher Art mit Personen, FreiberuflerInnen oder Gewerbetreibenden, die der rechtsextremen Szene zuzuordnen sind: keine Miet- oder Pachtverträge, keine gemeinsame Werbeaktionen, keine Aufnahme als Mitglied, keine Annahme von Spenden.

Auch die ersten Mit-Unterzeichner, weitere Bremer Interessensverbände, Einrichtungen und Initiativen, sind schnell gefunden. Und so geht's nur wenige Wochen später gemeinsam vor die Presse. Die berichtet gut und ausführlich über die (Bremer) „Erklärung gegen Ausgrenzung, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit, für Freiheit, Toleranz und Respekt“ – und hilft so, weitere Mit-Unterzeichner ins Boot zu holen. Neun Monate später sind es 30 Bremer Organisationen.

Auf der Suche nach weiteren KooperationspartnerInnen zum Runden Tisch...

Wenn sich Rechtsextreme im öffentlichen Raum breit machen (wollen), verkehren sie auch auf rein formalen Ebenen und innerhalb bestimmter, vorgegebener Strukturen: Als Ladenbetreiber schließen sie Mietverträge mit ImmobilienbesitzerInnen und sind per Gesetz Mitglied der kommunalen Handelskammer. Häufig existiert in ihrem Umkreis eine Interessens- oder Werbegemeinschaft. Und außerdem gehört ihr Standort einem bestimmten politischen (Verwaltungs-)Bezirk an.



Verbände, Kammern und Interessensgemeinschaften wie

auch politische Gremien, die zwangsläufig formale Berührungspunkte mit rechtsextremen Akteuren haben, können zu wichtigen Unterstützern werden. Um auszuloten, ob und was im Sinne der Kampagne gemeinsam machbar ist, sollen deren Vorstände bzw. Geschäftsführer zu einem **ergebnisoffenen(!) Runden Tisch** eingeladen werden.

...und vom runden Tisch zur gemeinsamen Aktionsform.

Ein gewisser Minimal-Konsens in der Sache, aber auch das Verständnis für die jeweiligen, zum Beispiel verbandspolitisch bedingten, Positionen, Handlungsspielräume und Gepflogenheiten der anderen TeilnehmerInnen ist Voraussetzung für eine kooperative, und im besten Fall konstruktive, sprich: erfolgreiche Sitzung.

Leitfragen

Unter dieser Prämisse führen folgende in der Einladung angekündigten Leitfragen durch das erste gemeinsame Treffen:

Welche Bedeutung haben rechtsextreme Geschäftsstrukturen (in Bremen)?

> Information

Wie stehen Handel, Wirtschaft und Politik dazu?

> Austausch

Und wie wollen und können wir hier agieren?

> gemeinsame Beratung

Gemeinsame Absichten und Ziele

Wir haben zwar keine rechtliche Handhabe gegen den bestehenden Nazi-Laden, aber wir können unsere Mitglieder und andere Verbände aufklären, wir können uns positionieren, uns gegen jegliche Geschäftsbeziehung mit rechtsextremen Personen aussprechen und wir können andere Organisationen aufrufen, es ebenso zu tun – so lautet zusammen gefasst der gemeinsame Entschluss am Runden Tisch. Er manifestiert sich in einer gemeinsamen

Charta gegen rechtsextreme Geschäftsstrukturen

Diese versteht sich ausdrücklich als ein **politisches Instrument** und enthebt sich damit der (ineffektiven) Diskussion, ob ein Laden, der in rechtsextremen Strukturen verhaftet ist, formal legal betrieben wird oder nicht. (s.S. 38, letzter Absatz)

Verbreitung und öffentliche Präsentation

Die ersten mit-unterzeichnenden Organisationen werden noch vor dem Pressetermin gesucht. So ist die Unterzeichnerliste der „Bremer Erklärung“ bereits am Wachsen und kann nach der Berichterstattung schnell weitere Kreise ziehen.

Durch die öffentliche Präsentation in Form eines **Pressegesprächs** wird der heterogenen Zusammensetzung der Gruppe Rechnung ge-

Situation und Hintergrund

Spätestens durch das öffentliche Engagement von Standortgemeinschaft und Beirat (s.S. 20+30) rückten auch andere einflussreiche, gesellschaftliche Akteure in den Blick unserer Kampagne. Die Idee, sie zu einem Runden Tisch einzuladen, existierte zwar schon länger. Doch erst zu diesem Zeitpunkt konnte sie mit guten Erfolgsaussichten umgesetzt werden. Denn zum einen war das Thema in der Öffentlichkeit hinlänglich präsent war. Zum anderen waren wir schon zu Dritt: Beirat und Standortgemeinschaft unterstützen nicht nur das Vorhaben sondern traten auch als Mit-Einladende auf.

tragen. Die einzelnen InitiatorInnen erläutern ihre Motivation zur Teilnahme am Runden Tisch und die Bedeutung der Charta für ihre jeweilige Organisation und Mitglieder. Für die MedienvertreterInnen sind dies wiederum konkrete Anknüpfungspunkte, um einzelne, themenspezifische Aspekte zu vertiefen.

Verstetigung

Zur Verstetigung des Engagements berichten die InitiatorInnen in ihren verbandsinternen als auch in öffentlichen Publikationen über Hintergrund und Zweck der Charta und stellen diese ihren Mitgliedern im Original-Wortlaut zur Verfügung.

Außerdem vermitteln sie bei Bedarf Beratung und eine bereits existierende Handreichung (s. Anhang: Materialien) mit Mietvertragsklauseln zum Schutz vor Verträgen mit rechtsextremen LadenbetreiberInnen oder VeranstalterInnen.

Erklärung

gegen Ausgrenzung, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit für Freiheit, Toleranz und Respekt

Niemand darf wegen seines Geschlechts, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner sozialen Stellung, sexuellen Identität, seiner religiösen und politischen Anschauungen bevorzugt oder benachteiligt werden. [...] Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden.

aus: Artikel 2 der Landesverfassung der Freien Hansestadt Bremen

Unter dem Deckmantel einer normalen, geschäftlichen Tätigkeit werden seit einigen Jahren immer wieder Betriebe gegründet, die nach außen als normale Geschäftsbetriebe auftreten, tatsächlich aber tief in rechtsextreme Strukturen und Netzwerke verstrickt sind.

Hinter oft modern und/oder harmlos klingenden Namen fungieren sie als Anlaufstelle für Rechtsextreme, als Treffpunkt rechter Szenen und Multiplikator für rassistisches, menschenfeindliches und gewaltverherrlichendes Gedankengut. Sie verbreiten vordergründig moderne Musik, Kult- und Fan-artikel und neben unverfänglichen Waren CDs rechtsextremer Bands, Devotionalien, Kleidungsmarken und -label der Neo-Nazi-Szene.

Wir, die Unterzeichner, lehnen derartige geschäftliche Aktivitäten entschieden ab. Dabei geht es nicht um die Frage, ob ein Geschäft als solches legal betrieben wird, ob die angebotenen Waren verboten sind oder dass unsere Grundrechte auch für Personen mit rechtsextremen Hintergrund gelten. Wir wollen den Akteuren politisch entgegentreten und dazu beitragen, ihnen die Grundlagen für die Verbreitung ihrer menschenfeindlichen Ideologie und der Verherrlichung des autoritären Regimes der Nationalsozialisten zu entziehen.

Wir setzen uns dafür ein und empfehlen unseren Mitgliedern, an Personen, Freiberufler oder Gewerbetreibende, die rechtsextremen Strukturen zuzuordnen sind, die rassistische und fremdenfeindliche Ideologie direkt oder indirekt verbreiten, die Waren verkaufen, vermitteln oder herstellen oder Dienstleistungen anbieten, die symbolhaft für diese Gesinnung stehen oder diese verherrlichen,

- keine Geschäfts-, Veranstaltungs- oder Praxisräume sowie Lagerflächen zu vermieten, zu verpachten oder zur Verfügung zu stellen und
- bestehende Vereinbarungen und Verträge aufzukündigen

sowie von ihnen

- keine Spenden oder sonstige Unterstützung anzunehmen,
- die Beteiligung an gemeinsamen werblichen Auftritten abzulehnen,
- die Aufnahme einer Mitgliedschaft abzulehnen und
- eine bestehende Mitgliedschaft aufzulösen.

Standortgemeinschaft Stephani e.V., CityInitiative Bremen Werbung e.V., Haus & Grund Bremen e.V. – Jugendbildungsstätte LidiceHaus gGmbH, Paritätisches Bildungswerk Landesverband Bremen e.V., DGB Bremen (Vorstand) Die Wachmannstraße e.V., Architektenkammer der Freien Hansestadt Bremen, Ingenieurkammer der Freien Hansestadt Bremen, Interessensgemeinschaft Medienmeile Bremen, Bremer Volkshochschule, Schlachte Marketing und Service Verband e.V., Martinsclub Bremen e.V., Bremer Seemannsmission e.V., Landessportbund Bremen e.V., Fanprojekt Bremen e.V., Landesverband der Bremer Gartenfreunde Bremen e.V., AG Wohnen Bremen/Bremerhaven

eine Initiative des Stephanikreis Ladenschluss

mit Unterstützung von
Beirat Mitte, Beirat Östliche Vorstadt, Beirat Schwachhausen,
Dr. Klaus Hübotter, Ehrenbürger der Stadt Bremen, Hans Koschnick,
Ehrenbürger der Stadt Bremen, Rosa-Luxemburg-Stiftung Bremen,
Zuflucht Ökumenische Ausländerarbeit e.V., Diakonisches Werk Bremen,
Verein Innere Mission Bremen, St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde,
forum Kirche, Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband Bremen

(Stand 22. Oktober 2011)

Fortlaufende Pressemitteilungen informieren darüber hinaus die Medien über den aktuellen Zuwachs an UnterzeichnerInnen.

Umgang mit Kritik

Presseinfos können auch genutzt werden, auf kritische Stimmen zu reagieren. So machen häufig Verbände oder öffentliche Institutionen die Unterzeichnung gemeinsamer Statements von einer „politisch neutral“ gehaltenen Formulierung abhängig. Konkret wird meist gefordert, dass man sich gegen jede Art von Extremismus wenden müsse. Wie eine Antwort dazu im Sinne der Kampagne und der Charta aussehen kann, zeigt nachstehende Pressemitteilung:

Pressemitteilung

Bremer Erklärung gegen rechtsextreme Geschäftsstrukturen zieht weitere Kreise

Im Januar veröffentlichte der Stephanikreis Ladenschluss in Zusammenarbeit mit Haus & Grund Bremen e.V., der Standortgemeinschaft Stephani, der cityInitiative, dem LidiceHaus und dem Beirat Mitte ein Charta gegen rechtsextreme Geschäftsstrukturen. Inzwischen ist die Unterzeichnerliste auf 15 Bremer Institutionen angewachsen.

Zu Ihnen gehören unter anderem [...]. Sie alle treten dafür ein, an „Personen, Freiberufler oder Gewerbetreibende, die rechtsextremen Strukturen zuzuordnen sind“, keine Räumlichkeiten zu vermieten sowie jegliche Kooperation als auch eine Mitgliedschaft (im jeweils eigenen Verband) abzulehnen.

[...]

Doch es gibt auch kritische Stimmen, die etwa Einseitigkeit beklagen, weil in der Charta andere extremistische Spektren außen vorgelassen seien. Dabei geht es den VerfasserInnen nicht um ein allgemein gehaltenes

Beteiligte

- Stephanikreis Ladenschluss
 - Haus & Grund Bremen (Verband der Immobilienbesitzer)
 - CityInitiative (Interessensvertretung der Kaufleute in der Bremer Innenstadt)
 - Standortgemeinschaft Stephani (Gewerbetreibenden und Einrichtungen)
 - Stadtteilbeirat Mitte
- eingeladen, aber nicht teilgenommen:
Handelskammer Bremen

Moderation und fachliche Beratung:
Rechtsextremismusexperte des LidiceHaus

Statement. Vielmehr will man mit der „Erklärung gegen Ausgrenzung, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit“ ganz konkreten, aktuellen Entwicklungen begegnen: nämlich der Etablierung von Geschäftsstrukturen, die im rechtsextremen Spektrum angesiedelt sind und der Verbreitung einer bekanntermaßen menschenverachtenden Ideologie dienen. Bei dieser Einschätzung beruft man sich unter anderem auf den aktuellen Bremer Verfassungsschutzbericht. Auch der von anderen Kritikern befürchtete Gefahr der Vorverurteilung einzelner Geschäftsleute begegnet man durch möglichst sorgsame und umfassende Informationsbeschaffung.

Bremer Verbände, Organisationen und Einrichtungen, die sich auf dieser Grundlage gegen rechtsextreme Strukturen positionieren wollen, sind weiterhin eingeladen, die Erklärung mit zu unterzeichnen. Informationsmaterial und Handreichungen, z.B. zur Gestaltung von Mietverträgen, werden zur Verfügung gestellt. Konkrete Anwendung findet die Charta beispielsweise, wenn (organisierte) Rechtsextreme Spenden anbieten, eine Mitgliedschaft im Sport- oder Kleingartenverein beantragen, sich an öffentlichen Gemeinschaftsaktionen beteiligen, Veranstaltungs- oder Geschäftsräume mieten wollen.

Januar bis April 2011

Aktion Infostände: Kontinuierlich gegen Rechts

Mit schöner Regelmäßigkeit, jeden Samstag vormittag, heißt es: Wir wollen keine Nazis in unserer Stadt – keinen rechten Szeneladen, keine NPD-Demo und keine rechtsextreme Abgeordneten in der Bürgerschaft! Vielfach Zustimmung bei den PassantInnen, die am Infostand vorbei kommen. Das Thema ist hoch aktuell, viele sind durch die angekündigte Demo der NPD sensibilisiert und offen für Infos und Diskussionen. Jedes Mal ist es eine andere Gruppe, die sie mit Flyern über den wenige Meter weiter ansässigen Nazi-Laden, dem Aufruf zur anstehenden Anti-NPD-Demo sowie eigenen Infomaterialien versorgt.

Situation und Hintergrund

Im Vorfeld der anstehenden Bürgerschaftswahl meldete die NPD eine Demonstration in Bremen an. Ein Aktionsbündnis aus über 100 Bremer Organisationen bereitete Aktionen vor, in dessen Zentrum eine Gegen-Demo stand.

Zeitgleich planten wir eine mehrwöchige Plakataktion, zu der im Vorfeld noch einmal verstärkt über den Laden aufgeklärt werden sollte. (s. S. 42)

Beteiligte (in alphabetischer Reihenfolge)

- Antifa-Gruppen – DGB Jugend – Die Linke – DKP – Kampagne Ladenschluss – Stephanikreis Ladenschluss – VVN/BdA



Wichtige Hinweise und Tipps

Infostände müssen vom zuständigen Stadtamt genehmigt werden!

Zu Wahlkampfzeiten haben Parteien bei der Vergabe von Standplätzen Vorrang. Wenn eine Partei die Aktion unterstützt und diese selbst anmeldet, kann man sich den Standort und Zeit wie gewünscht sichern. Für Parteien und gemeinnützige Vereine ist dies zudem i.d.R. kostenlos.

Soweit möglich ist die ortsnahe Lagerung der Standardausrüstung (Tisch, Infomaterialien etc.) sehr hilfreich, z.B. im Haus/Keller von AnwohnerInnen. So müssen die beteiligten Gruppen nur ihr jeweils eigenes Material transportieren.

März bis Juni 2011

Plakatwand-Aktion: Logos gegen Nazi-Läden

Die Aktion

Beim ersten Mal sind es rund 40, beim zweiten Mal schon weit über 60 Bremer Initiativen, Organisationen und Verbände, die ein gemeinsames Zeichen gegen die Verbreitung rechtsextremer Geschäftsstrukturen setzen. Gleich neben dem rechten Szeneladen gruppieren sich ihre Logos auf einer Plakatwand rund um das Motto:

**Wir wollen keinen Nazi-Laden – im Stephani-
viertel, in Bremen oder anderswo!**

Eine imposante, bunte Versammlung, der sich schon beim nächsten Mal weitere Bremer Institutionen anschließen wollen.

Auch der Aufruf zur anstehenden Anti-NPD-Demo findet Platz auf der Großflächen-Wand. Er läuft als Banner unter dem Titel RIGOROS. BEHERZT. ZUSAMMEN. ZUSAMMEN. BEHERZT. RIGOROS. bei jeder Plakataktion mit.

Die soll insgesamt sieben Mal für je zehn Tage statt finden. Doch kurz vor dem zweiten Termin zeigt sich vor Ort eine veränderte Situation: Der Ladenbetreiber ist – vorzeitig! – ausgezogen und richtet sich gerade, hinter zugeklebten Schaufensterscheiben, im benachbarten Stadtteil, in der Falkenstraße, neu ein.

Was tun? Die Plakatwand ist nicht mobil und für die nächsten drei Male bereits fest gebucht. Da hilft ein knallgelber Aufkleber und ergänzt kurzerhand das Motto um den Zusatz **auch nicht in der Falkenstraße 32**.

Die Botschaft kommt an. Am nächsten Tag ist der Aufkleber abgerissen, die neue Adresse sollte wohl noch geheim bleiben. Doch ein neuer Adressaufkleber ist schnell zu Hand.

Situation und Hintergrund

Die Zeit für ein öffentlichkeitswirksames Bremer Statement war reif. Erste Beteiligungszusagen gab es bereits für die ursprünglich zu diesem Zweck geplante Straßenbahnbeschriftung (s.S.32). Als Alternative bot sich eine erneute Großflächen-Plakatierung neben dem Laden nahezu an. Zusätzlichen Auftrieb gab der Idee ein zeitgleich gegründetes Bremer Aktionsbündnis gegen eine geplante NPD-Demonstration. Der *Stephanikreis* beteiligte sich daran und brachte auch sein eigenes Anliegen ein.

Während der Plakataktion zog der Ladenbetreiber vorzeitig* aus und bezog andere Geschäftsräume. Dass sein neuer Standort noch vor Eröffnung bekannt wurde, ist der mittlerweile stark erhöhten Sensibilität der AnwohnerInnen zu verdanken.

Wir wollen keinen Nazi-Laden

**auch nicht in der
Falkenstraße 32**

im Stephaniertel,
in Bremen
oder anderswo



von der Idee zum Aufruf

Zentrales Anliegen ist ein öffentlichkeitswirksames Statement auf möglichst breiter, gesellschaftlicher Basis. Eine für alle (potenziell) Beteiligten inhaltlich wie stilistisch passende Formulierung ist dabei das A und O.

Das gemeinsames Motto

ist in diesem Fall der schlichte Satz „Wir wollen keinen Nazi-Laden!“. Er ist so konkret wie allgemein, benennt klar den Gegenstand des gemeinsamen Protestes und ist offen für alle individuellen Begründungen. Er enthält keine Forderung, (die aus welchen Gründen auch immer abgelehnt werden könnte) sondern eine Feststellung und ist damit umso kraftvoller.

* laut Auskunft des Vermieters, s. Seite 25

Die öffentliche Plattform

Plakatwände, Straßenbahnbeschriftungen und ähnliche Werbeträger im öffentlichen Raum haben per se einen hohen Aufmerksamkeitswert. Genauso wichtig ist, dass Außenstehende die dargestellte Botschaft verstehen und den konkreten Bezug (zum Nazi-Laden) herstellen können. Hier sind die inhaltlich-textliche Gestaltung [1], die Standortwahl [2], der Zeitpunkt [3] und/oder die begleitende öffentliche Information [4] entscheidend:

Für die Verbreitung des Statements bietet sich die Plakatwand neben dem Laden geradezu an [2]. Zu diesem Zeitpunkt kann davon ausgegangen werden, dass die informierte Öffentlichkeit um die Existenz des Ladens weiß [3]. Begleitende Informationen werden über Infostände (s.S.41) und Pressemitteilungen [4] verbreitet.



Plakatwand und Nazi-Laden

penetrante Wiederholung

Neben der allgemeinen Öffentlichkeit ist der Ladenbesitzer selbst Adressat der Plakatkampagne. Durch wiederholte Plakatierung soll er nachhaltig unter Druck gesetzt werden. Großflächen-Plakatwände werden in der Regel in Dekaden à 9-11 Tage vermietet. Geplant werden sieben Dekaden verteilt über vier Monate.

Die Plakatierung durch die Akteure selbst erzeugt zusätzlichen öffentlichen Druck und spart nebenbei auch noch Kosten.

Erste Vorabschau

Für eine erste Vorabschau wird die Plakatwand in Quer- und Hochformatreihen mit Feldern in der Größe von DIN A 3 eingeteilt. Zum einen sind die meisten Logos in dieser Größe aus der Entfernung gut zu erkennen. Zum anderen kann dieses Format über einen eigenen Laserdrucker selbst kostenfrei oder -günstig ausgedruckt werden.

Kalkulation und Finanzierung

Um die anfallenden Kosten zu decken, werden die angesprochenen, potenziellen TeilnehmerInnen der Aktion um einen finanziellen Beitrag von 50 oder 100 Euro gebeten.

Der kalkulierte Gesamtbetrag für die gesamte Laufzeit über sieben Dekaden plus Nachdruck des Infoblatts (s.S.22) beträgt circa 1.700 Euro. Bei einem durchschnittlichen Betrag von 75 Euro wären also die Einwerbung von mindestens 22 zahlenden TeilnehmerInnen nötig. Dies scheint realisierbar.

Aufruf und Verteiler

Der Aufruf zur Teilnahme wird in Form eines zweiseitigen A-4-Flyers gestaltet. Er informiert auf der ersten Seite über Idee und Ziele der Aktion, zur Visualisierung der geplanten Plakatwand dient eine Vorab-Skizze. Diese wird nach dem ersten Durchlauf durch ein Foto ersetzt. Die zweite Seite enthält ein Formular zur Teilnahmebestätigung nebst Feldern zum Ankreuzen des jeweiligen Kostenbeitrags. Wichtig ist auch die Option „Wir können uns leider nicht finanziell beteiligen, möchten aber mit dabei sein“. So fühlen sich explizit auch weniger zahlungskräftige Gruppen angesprochen.

Zur Verteilung des Aufrufs werden vor allem persönliche Kontakte zu einzelnen Organisationen genutzt als auch Veranstaltungen, wie in diesem Fall die Sitzungen des Aktionsbündnisses gegen die geplante Nazi-Demo (s. Hintergründe, S. 43)



Aufruf Seite 1

Beim 1. Aufruf dient eine Vorab-Skizze der Plakatwand der Visualisierung der Idee.

Plakatwand Faulenstraße

ab 15. März 2011

Bitte um Beteiligung

In der Bremer Innenstadt, in der Faulenstraße 9, existiert, wie inzwischen weit bekannt, der rechtsextremere Szeneladen „Sportsfreund“. Der Stephanikreis Ladenschluss engagiert sich seit Anfang 2008 für eine Schließung des Geschäfts. Dabei setzen wir vor allem auf öffentlichkeitswirksame Aktionen. Die nächste findet ab Mitte März statt: Sieben mal prangt für jeweils 10 Tage im Mittelpunkt einer Plakatwand, gleich neben dem Geschäft, die Losung „Wir wollen keinen Nazi-Laden!“.

Wir laden Bremer Initiativen, Organisationen und Einrichtungen, Firmen und Verbände ein, sich mit ihrem Logo/einem Kleinplakat daran zu beteiligen. **Wir wollen zeigen, dass sich eine große, öffentliche Mehrheit gegen die Verbreitung rechtsextremer Strukturen in unserer Stadt stellt!** So auch gegen den angekündigten Nazi-Aufmarsch am 1. Mai: ein Banner am oberen Plakatrand das Motto der geplanten Bremer Gegenaktionen aufgreifen.

Wir freuen uns über eine große Beteiligung und – soweit möglich – über finanzielle Unterstützung (s. Rückseite).

Der Stephanikreis Ladenschluss

b.w.





Aufruf Seite 2

Ab dem 2. Aufruf „wirbt“ ein Foto von der Plakataktion um weitere Teilnehmer.

Plakatwand Faulenstraße
(Fortsetzung: 26.04.-05.05.2011)

Wir beteiligen uns an der Plakatwand mit unserem Logo / einem Plakat sowie einem Kostenbeitrag von 50 Euro 100 Euro ____ Euro für Plakatwand-Miete, Motto-Plakat (A1-Druck) und Infomaterialien

und überweisen den Betrag auf das Konto: [redacted] Postbank Hannover . BLZ: 25010030 . Stichwort: Stephanikreis Ladenschluss

Wir können uns leider nicht finanziell beteiligen, möchten aber mit dabei sein.

Organisation/Einrichtung/Initiative: _____

AnsprechpartnerIn _____ Tel. _____

E-Mail _____ Unterschrift _____

Bitte senden an: Fax 0421. [redacted] oder stephanikreis@rote-bunte-karte.de | Logo bitte per Mail!

Stephanikreis Ladenschluss, c/o [redacted]

bitte zurücksenden bis zum 14.04.2011 DANKE!

Planung und Organisation

Vor der Durchführung der Plakataktion sind etliche Vorbereitungsschritte einzuplanen:

Der erste lautet: **Plakatwand rechtzeitig buchen!** Die im Fachjargon so genannten *Großflächen* sind oft schon weit im Voraus ausgebucht. Name und Kontaktdaten der jeweiligen Vermieter befinden sich meist auf einem kleinen Schild am Rand der Tafel.

Abruf und Vorbereitung der Logos

Auch der Aufruf zur Teilnahme muss rechtzeitig verteilt werden! Hilfreich ist, für die Rückmeldung (Teilnahmebestätigung) und die Zusendung der Logos einen Termin zu setzen. Die digitalen Logos sollten in möglichst hoher Auflösung geliefert werden, damit sie nicht zu unsauber/grobpixelig erscheinen.

Klebeschema und Plakatierung

Damit alle Logos Platz auf der Plakatwand finden, wird - vor dem Ausdruck der Logos - ein Klebeschema angelegt (s.u.). Dabei können sich, abweichend zur ersten Vorabschau, auch andere Formate ergeben. Zu guter Letzt hilft das Schema vor Ort, die Logos zügig zu plakatieren.

Buch- und Kontoführung

Von Beginn an ist der kontinuierliche Überblick über folgende Fragen wichtig: Wer ist schon angesprochen worden, wer noch nicht? Wer hat eine Teilnahmebestätigung geschickt, wessen Rückmeldung steht noch aus? Wessen Logo liegt bereits vor, wessen noch nicht? Wieviel Geld muss noch eingeworben werden? Wer hat bereits überwiesen, wer muss eventuell daran erinnert werden? Eine stete Buchführung trägt hier entscheidend zum Gelingen der Aktion bei.

RIGOROS.	BEHERZT.	ZUSAMMEN.	ZUSAMMEN.	BEHERZT.	RIGOROS.
[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]
[Logo]	[Logo]	[Logo]	Wir wollen keinen Nazi-Laden	[Logo]	[Logo]
[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]
[Logo]	[Logo]	[Logo]	ROTE KARTE GEGEN RECHTS	[Logo]	[Logo]
[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]
[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]	[Logo]

Klebeschema

Pressemitteilung



Pressemitteilung

Gemeinsame Plakataktion gegen rechte Szeneläden

Wir wollen keinen Nazi-Laden! Unter diesem Motto sprechen sich über **40 Bremer Organisationen, Einrichtungen und Initiativen auf einer gemeinsamen Plakatwand in der Faulenstraße öffentlich gegen die Verbreitung rechtsextremer Geschäftsstrukturen in Bremen aus.**

Die Plakatierung ist eine Initiative des „Stephanikreis Ladenschluss“. Er nimmt die geplanten Anti-NPD-Aktionen am 1. Mai zum Anlass, um einmal mehr „auch auf die alltägliche Präsenz rechtsextremer Aktivitäten in unserer Stadt aufmerksam zu machen und zu zeigen, dass sich eine große, öffentliche Mehrheit dagegen stellt“. Zu den Teilnehmenden zählen Menschenrechtsinitiativen, Gewerkschaften, Sportverbände, Parteien, Bildungs- und Jugendeinrichtungen.

Der Standort in der Faulenstraße ist bewusst gewählt. Gleich neben der Plakatwand ist der rechtsextreme Szeneladen „Sportsfreund“ ansässig. Er steht seit drei Jahren immer wieder im Fokus der Bremer Kampagne „Ladenschluss“. Wie der Stephanikreis betont, geht es dabei nicht nur um diesen Laden und darum, den eigenen Stadtteil „nazi-frei“ zu halten. Vielmehr will man, durch die Einbindung von Bündnispartnern aus ganz Bremen und aus unterschiedlichen Zusammenhängen eine Atmosphäre fördern, in der sich Rechtsextreme „einfach nicht mehr wohl fühlen können“.

Die Plakataktion „Wir wollen keinen Nazi-Laden im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo“ beginnt am Dienstag, den 15. März, dauert zehn Tage und soll bis zum Sommer mehrmals wiederholt werden.

Bremen, den 11. März 2011

Stephanikreis Ladenschluss
c/o Ines Hillmann . 0421. [redacted] . stephanikreis@rote-bunte-karte.de

Die Beteiligten

(in alphabetischer Reihenfolge):

- AntiDiskriminierungs-AG Werderfans gg Rassismus
- Arbeitskreis Bremer Protest gegen Diskriminierung und für Gleichstellung behinderter Menschen
- ASTA der Hochschule für Künste
- ASTA der Universität Bremen
- AWO Bremen
- BeN Bremer entwicklungspolitisches Netzwerk
- Beirat Mitte
- biz Bremer Informationszentrum für Menschenrechte
- Blaumeier Atelier
- Bremer Friedensforum
- Bremer Sportjugend
- Bremer Volkshochschule
- Bündnis 90 / Die Grünen
- Bündnis Keinen Meter
- Bündnis Rote-Bunte-Karte
- DGB Bremen
- DGB Jugend Bremen-Elbe-Weser
- Diakonisches Werk Bremen e.V.
- Die Jugendherbergen im Nordwesten
- Die Linke Landesverband Bremen
- DKP Bezirk Land Bremen
- Dr. Hübotter Wohnungsbau GmbH
- Erinnern für die Zukunft e.V.
- ESG Evangelische Studentengemeinde
- Evangelische Immanuel-Gemeinde
- Fan-Projekt Bremen e.V.
- Flüchtlingsrat Bremen
- Forum Kirche (Bremische Evangelische Kirche)
- Freunde u. Förderer der Villa Ichon in Bremen e.V.
- Gesundheitstreffpunkt West
- GEW Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft
- Gröpelinger Sportmeile
- Grüne Jugend Bremen
- Gesundheitstreffpunkt West
- HFK Hochschule für Kunst und Musik
- IG Metall Bremen
- Innere Mission Bremen
- Kampagne Ladenschluss
- Katholischer Gemeindeverband in Bremen
- KSJ Katholische Studierende Jugend Bremen

- Landesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe Bremen
- Landessportbund Bremen e.V.
- Lebenshilfe Bremen e.V.
- LidiceHaus Jugendbildungsstätte Bremen gmbH
- Martinsclub Bremen e.V.
- Naturfreundjugend Bremen e.V., Buchte
- NGG Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten Bremen
- Netzwerk Selbsthilfe
- Paritätische Bildungswerk LV Bremen
- Rat & Tat Zentrum
- Respekt, Jugendgruppe Rat & Tat
- Rosa-Luxemburg-Stiftung Bremen
- ServiceBureau Jugendinformation
- SPD Landesorganisation Bremen
- Spurensuche 1933-1945 Bremen
- Standortgemeinschaft Stephani
- Stephanikreis Ladenschluss
- St.Michaelis-St.Stephani-Gemeinde
- TURA Turn- und Rasensportverein Bremen e.V.
- Verbraucherzentrale Bremen e.V.
- Vertrauensleute Arcelor Mittal Bremen
- Vertrauensleute u.Kolleginn/en d. Becks Brauerei
- Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge
- VVN-BdA Vereinig. d. Verfolgten des Naziregimes – Bund der Antifaschistinnen u. Antifaschisten, LV Bremen
- Zuflucht – Ökumenische Ausländerarbeit e.V.

Materialien und Kosten
je Buchungsdekade (9-11 Tage)

Buchung der Plakatwand
1 Dekade (9-11 Tage), ca. € 190,-

Motto-Plakate, DIN A 1
Druck, je ca € 30,-

Logo-Ausdrucke
ca 60 x DIN A 3 , gesponsert von axent (Mitglied im Stephanikreis Ladenschluss und Standortgemeinschaft Stephani)

Infoblatt, DIN A 4
Nachdruck, 2.500 Ex. € 138,-

zum Plakatekleben vor Ort
Tapeziertisch, Leiter, Kleister, Eimer, Quast

(Juni 2011)

Kooperation: Kein Nazi-Laden, nirgendwo!

Planungen

„Wir wollen keinen Nazi-Laden!“ heißt es auf der Plakatwand im Stephaniviertel. Und „auch nicht in der Falkenstraße 32!“ leuchtet es seit dem Umzug des Ladens Rot auf Gelb gleich darunter. Wenig später zieht die Plakataktion hinterher, wenn auch in etwas anderer Gestalt: 20 bunte Plakataufsteller mit über 60 Logos reihen sich nun links und rechts die ganze Falkenstraße entlang.

So jedenfalls ist es geplant – und dann gar nicht mehr nötig. Denn plötzlich ist der Laden wieder dicht, der Vermieter hat dem Betreiber gekündigt!



Entwurf des
Plakataufstellers
(Montage)

Situation und Hintergrund

Am 30. April war es plötzlich soweit: Der „Sportsfreund“ zog vorzeitig(!) aus der Faulenstraße im Stephaniviertel aus. Leider war es nur ein Umzug zur Falkenstraße im benachbarten Stadtteil. Doch noch vor seiner Eröffnung unter dem nun weniger harmlosen Namen „Gladiator“ machte sich vor Ort schnell Widerstand breit.

Dafür sorgten vor allem LehrerInnen, SchülerInnen, Schulleitung und Eltern der benachbarten Schule, die schon seit längerem das Siegel „Schule ohne Rassismus“ trug. Dafür sorgten eine Spontan-Demo der *Kampagne Ladenschluss* und alsbald eine Presseerklärung des Beirats Mitte. Erste Aktionstreffen, an denen auch AnwohnerInnen teilnahmen, waren der Beginn eines neuen Bündnisses. Auch die Hausverwaltung, so hörte man, setze alles daran, den Mieter wieder los zu werden. Allerdings unter Ausschluss der Öffentlichkeit.

Der *Stephanikreis Ladenschluss* rückte nun in die zweite Reihe, begriff sich nicht mehr als Initiator sondern als Kooperationspartner des neuen Bündnisses und brachte auf dessen Treffen nunmehr seine Erfahrungen und Potenziale ein. Über 60 Bremer Initiativen, Einrichtungen und Organisationen hatten sich bereits im Zuge der Plakataktion im Stephaniviertel (s.S.42) dem Protest angeschlossen. Deren Bereitschaft, die dort abgebrochene Aktion am neuen Standort fortzusetzen, stellte ein unschätzbares Potenzial dar, in finanzieller wie ideeller Hinsicht. Es galt nur eine neue, ebenso öffentlichkeitswirksame Form zu finden, denn eine geeignete Großflächenwand stand hier nicht zu Verfügung.

Endgültige Schließung

„Liebe TeilnehmerInnen!
Mit großer Freude sagen wir heute unsere weitere Plakataktion ab. Denn: Der rechte Szeneladen (ehemals „Sportsfreund“) ist an seinem neuen Standort in der Falkenstraße nach nur zwei Monaten wieder geschlossen!!! [...] Vermieterin und Verwaltungsgesellschaft haben sich, nachdem sie über ihren neuen Mieter in Kenntnis gesetzt wurden, um eine sofortige Auflösung des Mietvertrages bemüht. Wir werden nun die weitere Entwicklung beobachten – und unsere Plakataktion je nach Gegebenheit an anderer Stelle einbringen. [...]“

Mit dieser Rundmail ist die Bremer Kampagne gegen den rechten Szeneladen nicht nur vorläufig beendet. Eine weitere Plakataktion (s.S.42) hat nicht mehr stattgefunden. Dieser Ladenschluss war endgültig! Zumindest auf Bremer Gebiet.

Nachspiel

Ein halbes Jahr später meldet der Betreiber einer Baguetterie in Lilienthal, einer Nachbargemeinde von Bremen, die Erweiterung seines Gewerbes an: Künftig wolle er auch Kleidung und CDs anbieten. Schnell formiert sich öffentlicher Widerstand, handelt es sich bei dem Inhaber doch um den einschlägig vorbestraften Sänger der Hooligan-Band Kategorie C – und Bruder des ehemaligen „Sportsfreund“-Betreibers.

Darüber ist die Lilienthaler Öffentlichkeit dank der Initiative des ortsansässigen *DLRG*-Verbandes und der alten/neuen Bremer Initiative *Kampagne Ladenschluss 2.0* bereits im Bilde. Erst eine Demo, dann ein offener Brief von Vereinen, Geschäftsleuten, und BürgerInnen – und schon berichten die Medien von einer weiteren Geschäftsschließung. Ob „freiwillig“ oder auf Druck des Vermieters, ist bis heute unklar.

Fazit

Ladenschluss! Nach über drei Jahren Widerstand ist der rechte Szeneladen in Bremen endgültig geschlossen – ein großer Erfolg! Er zeigt einmal mehr, dass sich Engagement und Ausdauer lohnen. Er zeigt aber auch, wie wichtig es ist, dass der Protest gegen rechtsextreme Strukturen von einem möglichst breiten Spektrum gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen getragen wird. Dass dies möglich war, lag nicht zuletzt an der Bereitschaft der Akteure, unterschiedliche Positionierungen, Handlungsspielräume und -weisen zu akzeptieren und diese bei der Entwicklung geeigneter und kreativer Aktionsformen zu berücksichtigen.

Sicherlich stellt das Engagement für die Schließung eines rechten Szeneladens „nur“ einen Mosaikstein bei der Bekämpfung rechtsextremer Infrastrukturen dar. Umso wichtiger ist, dass dies öffentlich geschieht, richtet es sich doch gegen die Strategie der Rechtsextremen, sich im öffentlichen Raum dauerhaft zu etablieren. Die vorzeitige Auflösung der beiden Mietverträge geschah zwar hinter verschlossenen Türen, die Konditionen sind nicht bekannt. Doch der öffentliche Protest hat dafür gesorgt, dass es überhaupt dazu gekommen ist. Er hat dafür gesorgt, dass das Thema rechte Infrastrukturen für lange Zeit in den hiesigen Medien und der Öffentlichkeit präsent war. Und er hat dafür gesorgt, dass Bremer Verbände und Organisationen per gemeinsamer Charta erklären: „Keine Geschäfte mit Rechten!“.

So kann – und so muss es weiter gehen. Denn es gibt auch einen Wermutstropfen für die Bremer Kampagne: Der ehemalige Ladenbesitzer besetzt inzwischen virtuellen (öffentlichen) Raum und betreibt einen Shop bei ebay. Doch so wie sich Rechtsextreme nicht erst seit heute im Internet breit machen, so wächst (über social media) auch der Protest dort. Wir hoffen, diese Dokumentation dient auch hier als Inspirationsquelle.

Bücher und Broschüren (eine kleine Auswahl)

Agentur für soziale Perspektiven e.v. (asp)
Das Versteckspiel
Lifestyle, Symbole und Codes von neonazistischen und extrem rechten Gruppen. 42 S., dasversteckspiel.de

Verein für Demokratische Kultur in Berlin e.V. (VDK),
Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin (MBR)
Ladenschluss jetzt!
Kommunale Handlungsstrategien im Umgang mit rechtsextremer Infrastruktur. 20 S., mbr-berlin.de

MBR Berlin u.a.
Rechtsextremist/innen nicht auf den Leim gehen
Ratgeber für die Gastronomie. 20 S., mbr-berlin.de
Regionalausgaben für Hamburg, Bremen, Brandenburg

Kein Bock auf Nazis
Schülerzeitung. keinbockaufnazis.de

Nora Langenbacher und Dietmar Molthagen
Rechtsextremismus? Nicht mit mir!
Bildungsmodule und Hintergrundtexte für Jugendliche
52 S., library.fes.de

Initiative „Keine Bedienung für Nazis“.
Rassisten werden hier nicht bedient
16 S., keinebedienungfuernazis.de

Ev. luth. Landeskirche Hannover
Wir müssen mal nach dem/n Rechten sehen!
Leitfaden für die Arbeit in Kirchengemeinden

LOBBI, Rostsock/Neubrandenburg
Im Fokus von Neonazis
Rechte Einschüchterungsversuche
60 S., lobbi-mv.de

Hintergrundwissen

Toralf Staud, Holger Kulick
Das Buch gegen Nazis
303 S., Kiepenheuer & Witsch

Wilhelm Heitmeyer (Hrsg.)
Deutsche Zustände
Buchreihe zu Erscheinungsweisen, Ursachen und Entwicklungen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit.
Suhrkamp-Verlag

Noah Sow
Deutschland, Schwarz, Weiss
Der alltägliche Rassismus. 319 S., Goldmann

Links (eine kleine Auswahl)

dasversteckspiel.de
Hrsg. Agentur für soziale Perspektiven e.v. (asp)
Infoportal zu rechten Symbolen, Dresscodes und mehr

mut-gegen-rechte-gewalt.de
Ein Projekt der Amadeu Antonio Stiftung und des Magazins *stern*

netz-gegen-nazis.de
der Wochenzeitung DIE ZEIT

keinbockaufnazis.de
Hrsg. Arge Musiker Gegen Rechts

recht-gegen-rechts.de
Infos und Hinweise zum rechtlichen Umgang mit Rechtsextremismus

schule-ohne-rassismus.org
Internetseite des gleichnamigen, bundesweiten Projektes von AktionCourage, Berlin

rote-bunte-karte.de (Rote Karte gegen Rechts)
Website des gleichnamigen Bündnisses

Recherchen und Aufklärung

blog.schattenbericht.de (Berlin)

bremer-schattenbericht.com

Beratungseinrichtungen

arug.de
Arbeitsstelle Rechtsextremismus u. Gewalt
Braunschweig

mbr-berlin.de
Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin

rechtejugendliche-ratloseeltern.de
LidiceHaus, Bremen

weitere regionale Einrichtungen:

bag-raa.de
(Bundesarbeitsgemeinschaft) Regionale Arbeitsstellen für Bildung, Integration und Demokratie (RAA)

staatliche Träger: s. toleranz-foerdern-kompetenz-staerken.de > Bundesprogramm > Beratungsnetzwerke

Herzlichen Dank!

Nur mit Unterstützung vieler Menschen und Organisationen konnte es uns allen gelingen, den Nazi-Laden aus unserem Stadtteil und unserer Stadt zu vertreiben.

Unser allererster Dank geht an die jungen **Antifas** und die **Kampagne Ladenschluss**, die den Stein ins Rollen gebracht haben. Mit ihren fundierten Recherchen und Informationen haben sie mehr als den Grundstein für die Kampagne gelegt. Vielen Dank für die Diskussionen und die Zusammenarbeit!

Wir bedanken uns herzlich bei der St. Michaelis-St. Stephani-Gemeinde, die unsere Arbeit ideell mitgetragen und uns stets ihre **Räumlichkeiten** zur Verfügung gestellt hat.

Ein herzliches Dankeschön für ihre **persönliche und tatkräftige Unterstützung** gilt (in chronologischer Reihenfolge) :

Cornelius Peltz-Förster,
damals von *pro aktiv gegen rechts*,
für die Beratung in der schwierigen
Anfangs- und Findungszeit

Michael Rüppel und Holger Ilgner
vom *Beirat Mitte*
für ihre Solidarität und die gemeinsamen,
konstruktiven Diskussionen und Beratungen
sowie dem Beirat für seine Unterstützung

Andrea Müller
Rechtsextremismusexperte des *LidiceHaus*
für die gute Moderation und die sachkundige
wie konstruktive Unterstützung unserer
Veranstaltungen

Ekkehard Lentz
vom *Bremer Friedensforum*
für die Verwaltung unserer Finanzen und die
professionelle Begleitung bei der Erstellung
dieser Broschüre

Wir danken **allen, die sich unseren Aktionen angeschlossen haben** – allen, die Ideen beigesteuert, Plakate gemalt und geklebt, Postkarten verbreitet und unterzeichnet, an Infoständen mit diskutiert, die Bremer Erklärung verbreitet, Logos geschickt und/oder für die finanzielle Rückenstärkung gesorgt haben.

Wir danken den Bremer Medien, die die Kampagne mit ihrer Berichterstattung begleitet und mitvorangebracht haben. Ein besonderer Dank gilt Olaf Kretschmer (damals *Radio Bremen*), für seinen Fernsehbeitrag über die Bremer rechte Szene anlässlich unserer Malaktion.

Herzlichen Dank für die **ideelle und finanzielle Unterstützung dieser Broschüre**:

Beirat Mitte
biz, Bremer Informationszentrum
für Menschenrechte
Bremer Friedensforum
Bremische Evangelische Kirche
Bündnis 90 / Die Grünen
DGB Bremen
DGB Jugend
Die Schwelle
DKP Bremen
edition axent
Fanprojekt Bremen
Hans Koschnick
Dr. Kwapisz
LidiceHaus
Friedrich Scherrer
Solidaritätsfonds der DKP
SPD Landesorganisation Bremen
W. Preuß-Hardow
VVN / BdA
sowie allen Beteiligten der Plakataktion

RIGOROS.

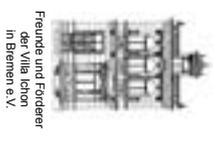
BEHERZT.

ZUSAMMEN.

ZUSAMMEN.

BEHERZT.

RIGOROS.



Wir wollen keinen Nazi-Laden



im Stephaniviertel, in Bremen oder anderswo



ROTE KARTE GEGEN RECHTS

