

# Arbeitsstelle

# Rechtsextremismus

Hintergrundpapier 7/2009

## „Nationale Öffentlichkeitsarbeit“ Praxis, Strategie und Ziele rechtsextremer Pressearbeit

### 1. Einleitung

In einer im Mai dieses Jahres erschienen internen Handreichung des NPD-Bundesvorstands zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Partei<sup>1</sup> wird der Versuch unternommen, die mediale Selbstdarstellung der Landes- und Kreisverbände mit dem Ziel zu professionalisieren, NPD-seitig stärkeren Einfluss auf das Bild zu nehmen, welches die Partei in der Öffentlichkeit abgibt.

Hier soll die Handreichung des NPD-Bundesvorstandes vor dem Hintergrund dessen, welches Bild die extreme Rechte von der demokratischen Öffentlichkeit entwirft und wie sie mit ihren Vertreter/innen umgeht, analysiert werden. Außerdem soll gezeigt werden, welche Vorgehensweise die Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) ihren Aktivisten in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vorschlägt.<sup>2</sup>

### 2. „Presse und Fernsehen lügen“ – Wie die extreme Rechte die Pressefreiheit sieht

Das gebrochene Verhältnis der extremen Rechten zur Pressefreiheit hat eine lange Tradition. Die Ausstrahlung der Fernsehserie „Holocaust“ im Jahr 1979 versuchten die rechtsterroristischen „Deutschen Aktionsgruppen“ zu unterbinden, indem sie im Vorfeld Anschläge auf Sendemasten des Norddeutschen Rundfunks verübten.<sup>3</sup> In der Medienlandschaft erblickt die extreme Rechte keinen Pluralismus. Nach ihrer Lesart dienen Unterhaltungs- und Informationsprogramme vielmehr der allumfassenden Verblendung des deutschen Mediennutzers. Dahinter stünde ein dem normalen Medienkonsumenten verborgenes personelles Netzwerk von Interessengruppen, die eine nur schwer hintergehbare Meinungsmacht ausübten. Daher spiegele sich in der Medienberichterstattung der manipulative Zugriff auf Wesen, Fühlen und Wissen der deutschen Medienkonsumenten. Diese vermeintlich vollständige Geschlossenheit der Medienlandschaft wird sodann in Feindbildern personalisiert, die antisemitischen oder verschwörungstheoretischen Charakters sind. Eine solche vorgebliche Steuerung der Berichterstattung durch ein personelles Netzwerk, das zur Berichterstattung nur zulasse, was genehm sei, führt bei der extremen Rechten zur Ansicht, in der Bundesrepublik sei im eigentlichen Sinne keine Pressefreiheit gegeben.

Diese Skizze einer Medienwelt, die allgegenwärtig manipulativ auf die Bewusstseinslagen der Bevölkerung zugreife, um diese zu steuern, parallelisiert absichtsvoll die

<sup>1</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009.

<sup>2</sup> Zum Umgang mit den Presse- und Öffentlichkeitsstrategien der extremen Rechten vgl. Arbeitsstelle Rechtsextremismus bei Miteinander e. V. (Hrsg.), Streiten mit Neonazis? Zum Umgang mit öffentlichen Auftritten von Rechtsextremisten, Miteinander e. V., Magdeburg/Halle (Saale) 2008.

<sup>3</sup> Jaschke, Gerd/Rätsch, Birgit/Winterberg, Yury (Hrsg.), Nach Hitler. Radikale Rechte rüsten auf, Bertelsmann-Verlag, München 2001, S. 26-29.

Medienverhältnisse in westlichen Demokratien mit denen in totalitären Staaten, in dem – alle notwendigen Unterschiede mehr oder weniger nivellierend – auf George Orwell Bezug genommen wird.<sup>4</sup>

Als exemplarisches Beispiel für die Medientheorie der extremen Rechten kann ein Band aus dem rechtsextremen FZ Verlag<sup>5</sup> des ehemaligen DVU-Vorsitzenden Gerhard Frey gelten. In dessen Einleitung heißt es:

*„Bezeichnend ist dabei, wie diese Umerzieher ihre Manipulations-Maschen durch eine unerträgliche Arroganz vertuschen. Bestes Beispiel ist die Vergangenheitsbewältigung zu Lasten unseres Volkes.“<sup>6</sup>*

Für den Verfasser folgt daraus:

*„Wer eine >politisch unkorrekte< Gesinnung hat, wird in der Programmgestaltung schlicht und einfach nicht berücksichtigt.“<sup>7</sup>*

### 3. Feindbild Political Correctness

Kern extrem rechter Medientheorie ist diese wiederkehrende Klage über die angebliche diskursive Hegemonie einer liberalen Political Correctness in den westlichen Ländern. Diese verhindere nicht nur eine offene Debatte zu gesellschaftlich strittigen Themen, sondern leugne bzw. vertusche systematisch die dazugehörigen Fakten.

Als Beweis für den angeblich durchgehend zensierten Umgang mit der Wahrheit in den Medien gilt der extremen Rechten u. a. das Thema „Ausländerkriminalität“, also die von nicht-deutschen bzw. eingebürgerten Migrant/innen begangenen Straftaten. Das Ausmaß dieses Kriminalitätsfeldes werde aus ideologischen Gründen seit Jahrzehnten bewusst verschleiert:

*„Während ewiggestrige Gutmenschen von ihrer heilen Multikultiwelt phantasieren, sieht sich der Bürger einer wachsenden Ausländerkriminalität, die immer brutalere Ausmaße annimmt, ausgesetzt. Warum die Rubrik Ausländerkriminalität? Es geht nicht darum, Ausländer anzuklagen, sondern es geht darum, Verbrechen anzuklagen! Druckmedien, wie Tageszeitungen verschweigen in ihrer Berichterstattung von Straftaten oft die Herkunft des Kriminellen.“<sup>8</sup>*

Will man die Strategien extrem rechter Akteure zum Umgang mit der Presse verstehen, so lohnt ein kurzer Exkurs in den Umgang demokratischer Medien mit dem Themenfeld Rechtsextremismus.

### 4. Extreme Rechte und Medien: Zwischen Analyse und ikonographischer Affirmation

Die mediale Berichterstattung über die Phänomenologie des Rechtsextremismus ist starken konjunkturellen Schwankungen unterworfen. Diese werden durch rechtsextreme Ereignislagen konstituiert, die ein exemplarisches Schlaglicht auf die Verhältnisse in einer Region werfen (rechte Gewalttaten, Wahlerfolge extrem rechter Parteien, u. a.). Bleiben

<sup>4</sup> „In einer Zeit des Universalbetrugs ist die Wahrheit zu sagen, eine revolutionäre Tat“, zitiert nach Georg Orwell: 1984, als Leitlogan bei Altermedia Deutschland, <<http://de.altermedia.info>>, am 14. September 2009.

<sup>5</sup> FZ Freiheitlicher Buch- und Zeitschriften-Verlag GmbH.

<sup>6</sup> Eggers, Sven, So lügt das Fernsehen, FZ Verlag, München 1996, S. 8.

<sup>7</sup> Ebenda, S. 9.

<sup>8</sup> Ausländerkriminalität, <[www.auslaenderkriminalitaet.info/netzseiten/portal.php](http://www.auslaenderkriminalitaet.info/netzseiten/portal.php)>, am 2. September 2009.

diese Ereignislagen aus, oder finden sie als solche in den Medien kein Echo, ist das Thema Rechtsextremismus aus den Medien und damit aus dem politischen Diskurs verschwunden. Ein weiteres Kennzeichen der medialen Aufbereitung rechtsextremer Ereignislagen ist die Tatsache, dass es faktisch keine Kontinuität der diskursiven und inhaltlichen Ergebnisse vorausgegangener Ereignisse und Debatten zum Thema gibt. So kommt es im öffentlichen Diskurs um das Thema Rechtsextremismus zu einer fortwährenden Redundanz von Problemaufrissen und Fragestellungen, welche Expert/innen und Betroffene für hinlänglich diskutiert halten.

Die Qualität der Berichterstattung über das Thema ist in starkem Maße vom Medienformat abhängig. Das Einfallstor für eine affirmative Ikonographie des Rechtsextremismus bildet die im Fernsehen wie im Printjournalismus verwendete Bildersprache, wenn es um die Illustration des Themas Neonazismus und Gewalt geht. Diese reproduziert vielfach gängige, quasi medienikonographische Klischees. So werden in Tageszeitungen Berichte über rechtsextreme Gewalttaten häufig mit einem Foto aus dem Jahr 1993 bebildert, welches Springerstiefel mit weißen Schnürsenkeln und Baseballschläger zeigt. Fernsehberichte greifen zur Illustration komplexer Sachverhalte auf Bilder zurück, welche Teilnehmer rechtsextremer Demonstrationen in ihrer gewaltästhetisierenden Selbstinszenierung ungebrochen zum Zwecke der emotionalisierenden Abschreckung wiedergeben. Diese Bildsprache zementiert bei Mediennutzer/innen ein komplexitätsreduziertes Bild der Erscheinungsform des Rechtsextremismus auf die Stichworte „Jugend“ und „Gewalt“. Auch Modernisierungsprozesse innerhalb der Szene werden so nicht erfasst.

Von diesem Funktionsmechanismus profitierten in der extremen Rechten die gewalttätigen Neonazis, solange ihr die Gewaltästhetisierung des Politischen innerhalb ihrer Selbstinszenierung als militante Gegner der Demokratie entgegenkam. Für die weitere Zunahme der Normalisierung und Akzeptanz der NPD als politischer Faktor ist die mediale Dauerrepräsentation des Klischees vom tumben, gewalttätigen Neonazi kontraproduktiv. Um dem entgegenzutreten, ist die Partei um ein Image bemüht, dass ihre Inhalte in einer kommunikativen Strategie verpackt, deren Forminszenierung auf Akzeptanz stößt. Gelingt dies, so gelingt auch die Vermittlung von neonazistischen Politikangeboten.

## **5. Die Pressearbeit der NPD – Strategische Kommunikation gegenüber den Medien**

Die Presse und Öffentlichkeitsarbeit der NPD und anderer extrem rechter Gruppen steht vor dem Problem, dass eine ungefilterte Wiedergabe ihrer politischen Inhalte seitens der Medien nicht stattfindet. In der Einleitung zur Broschüre des NPD-Bundesvorstandes heißt es deshalb:

*„Tatsache ist, dass wir uns auch in einem uns überwiegend feindlich gegenüberstehenden Umfeld um eine Beeinflussung der öffentlichen Meinung im Rahmen unserer Möglichkeiten bemühen müssen.“<sup>9</sup>*

Ziel der Handreichung ist es, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Landes- und Kreisverbände der NPD so zu professionalisieren, dass sie inhaltliche Blockaden gegen die Wiedergabe rechtsextremer Inhalte in den Medien unterlaufen können. Hierzu empfiehlt die Broschüre den Landes- und Kreisverbänden der Partei, sich in ihrer Öffentlichkeitsarbeit auf die kontinuierliche Kontaktpflege zu Lokaljournalisten zu konzentrieren. Diese seien aufgrund ihres Aufgabenzuschnitts als Vor-Ort-Berichterstatter/innen in den Redaktionen, geeignete Ansprechpartner/innen um die Politikangebote eines NPD-Kreisverbandes lokal zu verankern.

---

<sup>9</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfadens für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009, S. 3.

*„Lokalredakteure sind Mädchen für alles: Kommunalpolitik, Kommunalsport, Kommunalwirtschaft und das typisch lokale wie Ehrungen, Hochzeiten und Nachrufe.“<sup>10</sup>*

Nicht zu unrecht glaubt die NPD ihre Inhalte in diesem vorpolitischen Umfeld gut aufgehoben. So gelang es dem NPD-Kreisverband Nordsachsen im August 2008 eine ihrer Presseerklärungen ungekürzt im redaktionellen Teil des Lokalblattes „Torgauer Zeitung“ unterzubringen.<sup>11</sup>

Darüber hinaus stellen die kostenlosen, wöchentlichen Anzeigenblätter ein attraktives und leicht zu erreichendes Zielmedium der NPD dar.

*„In Anzeigenblättern sind Pressemitteilungen oft sehr gerne gesehen. Wo redaktionelle Arbeit nur als Kostenfaktor gesehen wird, übernimmt man gerne druckreife Nachrichten und Berichte von außen.“<sup>12</sup>*

Die Reichweite dieser Anzeigenblätter wird durch demokratische politische Akteur/innen vielfach unterschätzt. Diese erreichen jenen größer werdenden Teil der Bevölkerung, der sich keine regionale Tageszeitung leisten kann und will und folglich – bezogen auf die Rezeption von Printmedien – nur mittelbar am politischen Geschehen teilzunehmen bereit ist. Gelingt es der NPD in einem solchen – häufig weitgehend unpolitischen – Umfeld ihre Inhalte ungefiltert zu präsentieren, ist dies ein publizistischer Erfolg für die Partei.

## **6. Leserbriefseiten als Forum politischer Propaganda**

Leserbriefkampagnen waren in der Geschichte der extremen Rechten der Bundesrepublik ein probates Mittel der politischen Propaganda. So wurden die Tageszeitungen anlässlich der Eröffnung der Ausstellung „Verbrechen der Wehrmacht“ 1997 in München von Leserbriefen geradezu überschwemmt.<sup>13</sup>

Leserbriefkampagnen bieten den Vorteil, die politische Meinung einer Partei im Gewand der vorgeblich vielstimmigen Meinungsäußerung von Bürger/innen erscheinen zu lassen. Dies suggeriert parteipolitische Neutralität, und eröffnet die Möglichkeit, die eigene Auffassung als Volksmeinung erscheinen zu lassen.

Ausführlich geht die Handreichung deshalb auf das publizistische Mittel des Leserbriefes als Möglichkeit ein, die eigenen politischen Auffassungen in der Zeitung gedruckt zu sehen. Einschränkend heißt es jedoch: *„Es kann also durchaus sein, dass sich die Zeitung auf den Standpunkt stellt, dass ein Leserbrief von Parteien [...] nicht veröffentlicht wird, da die Möglichkeit einer Presseveröffentlichung besteht. Mit der nötigen Fantasie sollte diese Hürde schon im Vorfeld zu nehmen sein.“<sup>14</sup>* Im Klartext werden die NPD-Aktivisten hier aufgefordert, Leserbriefe unter anderem Namen und in enger Abstimmung untereinander zu schreiben. Leserbriefe werden als *„(...) gutes Mittel der Selbstdarstellung und der Meinungsbeeinflussung (...)“<sup>15</sup>* angesehen.

---

<sup>10</sup> Ebenda, S. 14.

<sup>11</sup> Lokalgeschehen in Sachsen: Komplette NPD-Pressemitteilung als Nachricht, <<http://npd-blog.info/2008/08/21/lokalgeschehen-in-sachsen-komplette-npd-pressemitteilung-als-nachricht>>, am 6. September 2009.

<sup>12</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009, S. 16.

<sup>13</sup> Ulrich, Bernd (Hrsg.), Eine Ausstellung und ihre Folgen. Zur Rezeption der Ausstellung „Vernichtungskrieg – Verbrechen der Wehrmacht 1941 bis 1944“, Hamburger Institut für Sozialforschung, Hamburg 1999.

<sup>14</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009, S. 32.

<sup>15</sup> Ebenda, S. 32.

## 7. Warnhinweise zu Interviews

Da sich Funktionsträger der NPD und militante Neonazis in Interviews wiederholt um Kopf und Kragen redeten, und z. T. strafbare Aussagen trafen, geht die Handreichung der NPD auf diese publizistische Form besonders ausführlich ein. So gibt die Broschüre unter der Überschrift „10 Todsünden beim Interview“ u. a. diese Warnhinweise:

*„Ich gehe dem Journalisten in die Falle, weil ich seine Erwartungshaltung nicht erfragt habe.“*

*„Ich habe vorher nicht das Amt Presse/Öffentlichkeitsarbeit (des Bundesvorstandes der NPD, d. V.) kontaktiert (...).“*

*Ich gebe ein Interview – ohne vorherige Abstimmung – zu Fragen, die schon ein anderer Kamerad zuvor beantwortet hat. Vielleicht sogar widersprüchlich.“<sup>16</sup>*

Diese und weitere Regeln sollen verhindern, dass sich nicht für die Öffentlichkeitsarbeit vorgesehene rechtsextreme Aktivisten unvorbereitet und damit eventuell authentisch über ihre politischen Ziele und Strategien äußern. Nicht ohne Grund führen interne Hinweise zu Aufmärschen der rechtsextremen Szene die Verhaltensregel auf:

*„Vertretern der Presse ist kein Interview zu geben. Sie sind als nicht existent zu betrachten.“<sup>17</sup>*

Da die NPD nicht bei allen politischen Aktionen von kritischen Journalisten begleitet werden will, „(...) sollte vorher ein Kamerad beauftragt werden, von den Aktionen Fotos zu machen. Kurzen Text zu dem Foto verfassen (...) und schnell zur Redaktion bringen (...).“<sup>18</sup>

## 8. „Umgang mit kritischen Fragen und Einwänden“ – Die Kunst der Ausrede

Da NPD-Funktionsträger bei kritischen Journalisten keinen leichten Stand hat, gibt die Handreichung eine Vielzahl von Hinweisen, wie kritische Fragen und Einwände abgeschmettert werden können. Dabei bedienen sich die Autoren der Standardargumentation der PR- und Rhetorikstrategen: freundlich Ausweichen.

Kritische Fragen sollen pariert werden in dem sie quitiert werden:

*„Gut, dass Sie mir diese Frage stellen. Dass gibt mir die Gelegenheit, hier noch einmal die Position der NPD zu diesem Thema zu erläutern.“*

Ggf. können sie vertagt werden, weil man keine Aussage treffen mag oder kann:

*„Die Antwort auf später vertagen, da wir im Moment – warum auch immer – keine Antwort geben können.“*

Alternativ wird vorgeschlagen, die Antwort zu verweigern:

*„Ich kommentiere grundsätzlich keine Gerüchte.“ „Zu Personalfragen äußern wir uns grundsätzlich nicht.“*

<sup>16</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009, S. 28.

<sup>17</sup> Anweisung der Veranstalter an die Teilnehmer der rechtsextremen Demonstration am 19. Januar 2008 in Magdeburg.

<sup>18</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Leitfaden für Landes- und Kreisverbände, NPD-Bundesverband, Berlin 2009, S. 18.

Neben dieser formalen Art, kritische Fragen und Einwände zurückzuweisen, hat die NPD an anderer Stelle rhetorische Argumentationsfiguren vorformuliert, die es Funktionsträgern in Diskussionen ermöglichen sollen, kritische Fragen zur ideologischen Kontinuität der Partei mit dem Nationalsozialismus vom Tisch zu wischen:

*„Adolf Hitler ist tot und die NSDAP aufgelöst, was soll also die Frage? (...) Als .... Geborener lebe ich nicht in der Vergangenheit, sondern in der Gegenwart. Die Menschen haben andere Probleme, als sich ständig mit einer Zeit zu beschäftigen, die mehr als sechzig Jahre zurückliegt.“<sup>19</sup>*

## 9. Fazit

Die Broschüre des NPD-Bundesvorstandes zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Partei vor Ort zielt ihrem Inhalt nach auf die zumeist ehrenamtlich tätigen Funktionsträger der NPD und sucht diesen Basiswissen in Sachen Pressearbeit sowie eine feste ideologische Orientierung zu bieten. Die Hinweise der Broschüre sollen das politische Selbstbewusstsein der Aktivisten stärken, und ihnen Handlungssicherheit gegenüber den als feindlich wahrgenommen Medien geben. Bewusst setzt die NPD darauf, dass wenn Neonazis nicht mehr im Gewand der medialer Klischees auftreten, sie im politischen Raum auf Akzeptanz stoßen, weil für die mediale Wahrnehmung eines politischen Inhalts der Präsentationskontext von entscheidender Bedeutung ist.

Dennoch offenbart die Handreichung das ambivalente Verhältnis der NPD zu den Medien. Einerseits möchte man sich die Mechanismen einer funktionierenden Medienlandschaft zunutze machen, die man andererseits als manipulatives Instrument des politischen Systems denunziert.

Wie ein roter Faden zieht sich durch die Handreichung die durchaus verständliche Intention der NPD, das Bild welches von ihr in der Öffentlichkeit entsteht, so weit als möglich selbst zu bestimmen bzw. darauf Einfluss nehmen zu wollen. Dabei referiert die Broschüre einerseits die Standards einer professionellen Pressearbeit, andererseits verlieren die mutmaßlichen Autoren um NPD-Parteisprecher Beier die ideologischen Leitlinien der Ziele des eigenen publizistischen Auftretens nie aus den Augen. Dies ließe sich auf die Formel bringen: im Ton verbindlich, in der Sache hart. Denn die Aneignung von PR-Strategien durch die NPD dient nicht dazu, das politische Tun und Lassen der Partei zu verändern, sondern dessen medialen Resonanzraum zu erweitern.

Die Broschüre der NPD soll dazu beitragen, dass die Partei in der medialen und Wahrnehmung als ein einheitliches und seriöses Politikangebot angenommen wird, das auch von vielen Bürger/innen akzeptiert werden kann. Die Broschüre gibt Aufschluss darüber, welche „Verkaufsstrategie“ ihrer Inhalte die NPD gegenüber der Öffentlichkeit vertreten möchte. Dass die extreme Rechte dafür den neonazistischen Inhalt tarnen muss, versteht sich von selbst. Dieser wird immer dort offenbar, wo Funktionäre und Aktivisten der Partei Klartext reden wenn es um Themen wie Migration, NS-Vergangenheit oder soziale Fragen geht.

So bleibt festzustellen: Die zeitgemäße Politur moderner Medienkommunikation ändert am neonazistischen Charakter der NPD nichts.

---

<sup>19</sup> NPD-Bundesvorstand (Hrsg.), Argumente für Kandidaten und Funktionsträger, NPD-Bundesverband, Berlin 2007, S. 34.

## 10. Weiterführende Literaturhinweise

- Arbeitsstelle Rechtsextremismus bei Miteinander e. V. (Hrsg.), Streiten mit Neonazis? Zum Umgang mit öffentlichen Auftritten von Rechtsextremisten, Miteinander e. V., Magdeburg/Halle (Saale) 2008.
- Jaschke, Gerd/Rätsch, Birgit/Winterberg, Yury (Hrsg.), Nach Hitler. Radikale Rechte rüsten auf, Bertelsmann-Verlag, München 2001.
- Kramer, Henri, Hört nichts, sieht nichts – schreibt nichts?! Wie sächsische Lokaljournalisten im Wahljahr 2004 mit dem Phänomen Rechtsextremismus umgegangen sind und was sich daran ändern müsste, ungedruckte Zusammenfassung einer Abschlussarbeit an der Universität Leipzig 2006.
- Pfeiffer, Thomas, Für Volk und Vaterland. Das Mediennetz der Rechten, Aufbau-Taschenbuch-Verlag, Berlin 2002.
- Ulrich, Bernd (Hrsg.), Eine Ausstellung und ihre Folgen. Zur Rezeption der Ausstellung „Vernichtungskrieg – Verbrechen der Wehrmacht 1941 bis 1944“, Hamburger Institut für Sozialforschung, Hamburg 1999.

## Zu den Hintergrundinformationen der Arbeitsstelle Rechtsextremismus

Die Hintergrundinformationen der Arbeitsstelle Rechtsextremismus bei Miteinander e. V. erscheinen in loser Folge. Sie decken aktuelle Themen und Begrifflichkeiten des modernen Rechtsextremismus ab.

Die Arbeitsstelle Rechtsextremismus ist ein Teilprojekt des Vereins Miteinander e. V. Durch die Arbeitsstelle werden Informationen zum Rechtsextremismus in Sachsen-Anhalt und darüber hinaus für die interessierte Öffentlichkeit und die Beratungsarbeit des Vereins aufbereitet.

Der gemeinnützige Verein Miteinander – Netzwerk für Demokratie und Weltoffenheit in Sachsen-Anhalt e. V. setzt sich für eine offene, plurale und demokratische Gesellschaft in Sachsen-Anhalt und darüber hinaus ein. Wir arbeiten gegen Rassismus, Antisemitismus und alle anderen Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit, die zu Diskriminierung, Ausgrenzung und Gewalt führen. Ein besonderes Anliegen ist uns die Stärkung demokratischer Akteur/innen der Zivilgesellschaft und nicht-rechter Jugendlicher sowie die Unterstützung von Opfern rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt.

Wir sind in den Handlungsfeldern der Analyse, Beratung, Unterstützung und (Jugend-)Bildung tätig mit dem Ziel, einen Beitrag zur Demokratisierung der Gesellschaft in Sachsen-Anhalt zu leisten. Die besondere Qualität unserer Arbeit liegt darin, aus einem breiten Methoden- und Beratungsspektrum auf die jeweils spezifischen Problemlagen zugeschnittene Angebote zu entwickeln. Von unseren Bildungs- und Beratungsangeboten profitieren sowohl Jugendliche als auch Erwachsene. Der Verein engagiert sich in der Jugend- und Erwachsenenbildung, der Gemeinwesenarbeit, der Beratung von Zivilgesellschaft und kommunalen Akteur/innen sowie der Opferhilfe.

Autor: David Begrich  
Redaktion: Sebastian Striegel  
Redaktionsschluss: 30.09.2009

Miteinander e. V.  
Arbeitsstelle Rechtsextremismus Magdeburg  
David Begrich  
Erich-Weinert-Straße 30  
39104 Magdeburg  
Tel.: 0391-6207759  
begrich.gs@miteinander-ev.de

Miteinander e. V.  
Arbeitsstelle Rechtsextremismus Halle  
Torsten Hahnel  
Platanenstraße 9  
06114 Halle (Saale)  
Tel.: 0345-2266456  
hahnel.rzs@miteinander-ev.de



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend



*Gefördert im Rahmen des Bundesprogramms „kompetent. für Demokratie. Beratungsnetzwerke gegen Rechtsextremismus“ und mit Mitteln des Ministeriums für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt.*