- Marrs, Kira/Bultemeier, Anja** (Hg.), 2016: Frauen in der digitalen Arbeitswelt von morgen. München.
- Oliveira, Deborah**, 2017: Gender und Digitalisierung. Wie Technik alleine die Geschlechterfrage nicht lösen wird. HBS Working Paper Forschungsförderung 37.
- Rinne, Ulf/Zimmermann, Klaus F.**, 2016: Die digitale Arbeitswelt von heute und morgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 18-19, 3-9.
- Scheele, Alexandra**, 2008: Arbeit als politisches Feld. Politikwissenschaftliche Perspektiven für die feministische Arbeitsforschung. Münster.
- Scheele, Alexandra**, 2010: Emanzipatorische Potentiale einer Zusammenführung von Arbeit und Politik. In: Frey, Michael/Heilmann, Andreas/Lohr, Karin/Manske, Alexandra/Völker, Susanne (Hg.): Perspektiven auf Arbeit und Geschlecht. Transformationen, Reflexionen, Interventionen. München/Mering, 119-134.
- Scheele, Alexandra**, 2018: Digital First – Gleichstellung Second? Perspektiven auf die Zukunft der Arbeit. In: Demirović, Alex (Hg.): Wirtschaftsdemokratie neu denken. Münster, 105-117.
- Schnalzer, Kathrin/Ganz, Walter**, 2015: Herausforderungen der Arbeit industrienaher Dienstleistungen. In: Hirsch-Kreinsen, Hartmut/Ittermann, Peter/Niehaus, Jonathan (Hg.): Digitalisierung industrieller Arbeit. Die Vision Industrie 4.0 und ihre sozialen Herausforderungen. Baden-Baden, 87-108.
- Wajcman, Judy**, 2007: From Women and Technology to Gendered Technoscience. In: Information, Communication & Society. 10 (3), 287-298.
- Weber, Jutta**, 2016: From Science and Technology to Feminist Technoscience. In: Davis, Kathy/ Evans, Mary/Lorber, Judith (Hg.): Handbook of Gender and Women's Studies. London, 397-414.

„Wo bleibt euer Aufschrei?“¹ Rassistische Umdeutungen von #aufschrei und #metoo durch Identitäre Frauen

ALIA WIELENS

Einleitung

Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, Blogs, Apps, Kampagnen, Crowd-Funding – diese und weitere (soziale) Medien nutzt insbesondere die *Identitäre Bewegung*² als Plattform zur Verstärkung ihrer Selbstdarstellung sowie als „politisches Influencing“ (Hinze 2019, 17) und damit zur Mobilisierung und Rekrutierung. Durch die verkürzte Darstellung politischer Inhalte in kurzen Videoclips betreiben Identitäre eine „YouTubifizierung der Politik“ (Keen 2008, 79 zit. n. Salzborn 2017, 130).

In den letzten zwei Jahren haben identitäre Frauen verstärkt den Versuch unternommen, ihre extrem rechte Propaganda in Form von Kampagnen und Hashtags durch soziale Medien in die Gesamtgesellschaft zu tragen und damit ihre Diskurse zu normalisieren und letztere weiter nach rechts zu verschieben. Dafür nutzen sie einerseits gesamtgesellschaftliche „Anschlussstellen“ bzw. „Gelegenheitsstrukturen“ (Benthin

2004, 49), an denen sie ihre Diskurse andocken und versuchen andererseits, feministische Diskurse umzudeuten, wenn nicht sogar zu kapern (Wielens 2017). Die am 19. Dezember 2016 von Kontrakultur Halle, einem identitären Ableger aus Halle, veröffentlichte „Botschaft an die Frauen“ auf YouTube, sowie der identitäre Hashtag 120dB (2018) sind zwei Beispiele, wie Identitäre versuchen, sich feministische Debatten wie #aufschrei und #metoo unter rassistischen Vorzeichen anzueignen. Dafür können sie an den bereits rassistisch geführten Diskurs, den zum Ereignis gewordenen Köln (vgl. Dietze 2016), anknüpfen. Der Diskurs identitärer Frauen geht dabei allerdings über eine *Ethnisierung von Sexismus* (vgl. Jäger 1996) hinaus: Ohne die diskurstragende Kategorie Volk lässt sich die identitäre Propaganda nicht verstehen. Zuerst wird dazu ein kurzer Überblick über die Einordnung der Identitären Bewegung gegeben, bevor anhand der beiden Kampagnen die Aneignungsversuche aufgezeigt werden.

Extrem rechtes Netz: Eine ‚Kriegserklärung‘ der Identitären

Die zur Nouvelle Droite und Neuen Rechten³ zählende extrem rechte Génération identitaire (Identitäre Generation) hat in ihrer Entstehungsgeschichte von Beginn an die Verknüpfung realer und virtueller Räume gesucht und öffentlichkeitswirksam gearbeitet. Nach der Besetzung einer Moschee in Poitiers (Frankreich) im Oktober 2012 veröffentlichten sie das Video „Déclaration de guerre“ – „die Kriegserklärung“ an die 68er Bewegung (vgl. MarineNotreEspoir 2012). Seither versuchen Identitäre, sich online und offline Räume anzueignen, ihre extrem rechten Weltbilder in einen demokratischen Diskurs zu tragen und die Deutungshoheit über bestimmte Diskurse zu erlangen. Online sind sie auf individuell oder gemeinsam betriebenen YouTube-Kanälen, wie z.B. Laut gedacht, Facebook-Gruppen, Instagram und Twitter-Accounts oder großangelegten Kampagnen wie Defend Europe⁴ und 120 dB aktiv.

Die Génération identitaire entstand aus extrem rechten Gruppierungen und Parteien in Frankreich, genauer gesagt einerseits aus der Jugendabteilung des bloc identitaire im Jahr 2002, der sich dann im Jahr 2009 in die politische Partei Nouvelle Résistance umwandelte – und andererseits der Jeunesse identitaire (vgl. Camus 2017, 239). Sie verbreitete sich unter dem Lambda Symbol als gemeinsame Marke bzw. „Corporate Identity“ (Bruns/Glösl/Strobl 2016, 68) agierend bald in bis zu mindestens sieben weiteren europäischen Ländern.⁵ Erklärtes Ziel ist es, sowohl ‚kulturelle Hegemonie‘ herzustellen als auch Deutungshoheit über Diskurse zu erlangen. Eingebunden in ein extrem rechtes Netzwerk unterhalten Identitäre in Deutschland und Österreich sowohl Verbindungen in neonazistische und neurechte Kreise, wie die Kameradschaftsszene, Burschen- und Damenschaften, sowie zur Alternative für Deutschland (AfD) und zur Jungen Alternative (vgl. Ayyadi 2017, o. S.; Karig 2016, o. S.; vgl. Wielens 2017, 22, vgl. Wielens/Klieme/Inowlocki i. E.).⁶

Das identitäre Weltbild baut auf einem völkisch-rassistischen Ethnopluralismus als „Konstruktion kulturell homogener und identischer partikularer Abstammungsge-

meinschaften“ (Globisch 2011, 204) auf, in welchem dem Individuum nicht viel Wert zukommt. Während sich der Ethnopluralismus vordergründig auf (ahistorische, statische) Kulturen beruft, werden diese letztendlich zu einem biologistischen Verständnis von so genannter ‚Rasse‘ oder Volk gewendet (vgl. Wielens 2017, 27). Das Phantasma des ‚Großen Austauschs‘ spielt eine besondere Rolle: die von Identitären imaginierte homogene Volksgemeinschaft sehen die Identitären durch eine von Jüd*innen gesteuerte Einwanderung von Migrant*innen bedroht (vgl. Wielens 2017, 82). Antisemitische Figuren und Verschwörungstheorien sind Teil des Ethnopluralismus und grundlegend für das Verständnis des Großen Austauschs (vgl. ebd.). Während Jüd*innen als „Antivolk ohne Identität“ (Bergmann 2005, o. S.) verunglimpft werden, welches die ethnische Homogenität der eigenen „Volksgemeinschaft“ bedrohe (BpB 2016, o. S.), werden sie zu den eigentlichen Täter*innen erklärt, die für den gefühlten Verlust der eigenen nationalen Identität verantwortlich gemacht werden (Täter-Opfer-Umkehr).⁷

Geflüchtete und insbesondere muslimische Menschen sind für Identitäre äußere Feindbilder, während Liberale, Linke, Feminist*innen und Jüd*innen als innere Feinde markiert werden, welche für den *kulturellen Niedergang* verantwortlich gemacht werden (vgl. Bruns et al 2016, 61, Wielens 2017, 89). Diesen phantasierten Niedergang sehen die Identitären in der „Vermischung“ von „vermeintlich homogenen Kulturen und [...] in der Auflösung traditioneller Geschlechtervorstellungen“ (Bruns et al 2016, 61.). Der Aspekt der ‚Frauenrechte‘ ist gerade nach den sexuellen Übergriffen in Köln 2015/2016 zu einem der großen Themen der Identitären geworden (vgl. ebd.; vgl. Wielens 2017, 25). Dies zeigt sich anhand der beiden Kampagnen „Eine Botschaft an die Frauen“ und „120dB“, auf die folgend eingegangen wird.

Identitäre im Netz: Die Kampagnen Eine Botschaft an die Frauen und #120dB

Anhand der identitären Kampagnen „Botschaft an die Frauen“ und „#120dB“ soll aufgezeigt werden, wie sich identitäre Frauen Anschlussmöglichkeiten um das Ereignis Köln bedienen, um ihren extrem rechten Diskurs in die Gesellschaft zu tragen. Dabei wird argumentiert, dass identitäre Frauen feministische Kampagnen wie #aufschrei und #metoo nutzen, um diese zu delegitimieren und rassistisch für sich zu wenden. Dies geht über eine Ethnisierung von Sexismus hinaus. Denn der Diskurs Identitärer ist nur anhand der diskurstragenden Kategorie Volk und des Konzepts des Großen Austauschs zu verstehen.

Eine Botschaft an die Frauen – Rekrutierung auf YouTube

Das 2016 qualitativ professionell produzierte, schwarz-weiß Video der Kontrakultur Halle, ein identitärer Ableger in Halle, zeigt in Portraitperspektive drei junge selbstbewusste und entschlossene Sprecherinnen vor schwarzem Hintergrund, hinterlegt

mit populärkultureller Filmmusik (Zack Hemsey). Die drei identitären Frauen, die in der Reihenfolge abwechselnd sprechen, sind mit ihrem alternativen Auftreten nicht direkt einer (extrem) rechten Gruppierung zuzuordnen.⁸ Stattdessen stellen sie drei verschiedene Charaktere dar, die sich in ihrer Wirkmächtigkeit von sanft bis aggressiv zeigen: Person Eins mit braunen Haaren und Pony eröffnet das Video. Während Person zwei mit langen blonden Zöpfchen sanft präsentiert, tritt Person Drei mit Piercing und Pony am professionellsten, aber auch aggressivsten auf (vgl. Wielens 2017, 69). Insgesamt hatte das Video allein auf YouTube bis Dezember 2017 80.314 Aufrufe (vgl. ebd., 70). Während die visuelle Ebene drei individuell starke Frauen portraitiert, fokussiert die textliche Ebene auf eine nicht-private, unpersönliche Ebene und argumentiert nicht auf Grundlage eigener Erfahrungen, sondern verallgemeinernd für alle (weißen deutschen) Frauen in Deutschland. Im Video mobilisieren identitäre Frauen für ihren „Aufschrei“ gegen importierte Gewalt und gegen die als schuldig befundenen Volksverräter*innen: Liberale, Linke und vor allem Feminist*innen.⁹

Doch erst das Anknüpfen an „Gelegenheitsstrukturen“ (Benthin 2004, 10) ermöglicht Identitären die Aneignung und Verschiebung von Diskursen. Das beste Beispiel dafür stellt der Diskurs um die Vorfälle der Silvesternacht 2015/16, das zum *Ereignis* gewordene *Köln* (vgl. Dietze 2016), dar. Öffentlich wurde Köln zu einem Wendepunkt im Diskurs zu sexistischer und sexualisierter Gewalt mit rassistischen Vorzeichen. An dieser Gelegenheitsstruktur heften sich identitäre Frauen mit dem Video „Botschaft an die Frauen“ an. Sie machen sich die bereits eröffneten Diskursfelder zu eigen und schaffen es „ideologische Konstrukte und ein spezifisches Deutungswissen in der Öffentlichkeit wirksam werden zu lassen“ (Benthin 2004, 10). Köln als Symbol oder Chiffre dient den Identitären als Kristallisationspunkt, in welchem der *Import von Sexismus* und damit letztlich der imaginierte *Große Austausch* sichtbar wurde:

Die Silvesternacht von Köln hat das Leben der Frauen in unserem Land verändert. Über eintausend Männer, so genannte Flüchtlinge, versammelten sich, um Frauen zu demütigen, zu entehren und zu berauben. Fast ein Jahr ist das jetzt her. Noch immer sind 22 Vergewaltigungen und unzählige Nötigungen und sexuelle Übergriffe nicht aufgeklärt. Seitdem vergeht kaum ein Tag, an dem es nicht zu Gewalt von Einwanderern gegen Frauen kommt (Kontrakultur Halle 2016, #00:00:26-6#).

Die Videosequenz zeigt, wie Identitäre Köln als Anfang einer Kette von Ereignissen konstruieren, die als Beweisführung dazu dienen soll, Migranten und Geflüchtete des Imports von Sexismus und der Gewalt an deutschen Frauen schuldig zu sprechen. Statt Sexismus als ein strukturelles gesamtgesellschaftliches Herrschaftssystem zu begreifen, wird es durch die Verbindung zum Einwanderungsdiskurs als ein Problem *der Anderen* konstruiert. Identitäre gehen allerdings über die von Margret Jäger (1996) beschriebene Ethnisierung von Sexismus hinaus. Im Großen Austausch imaginieren sich Identitäre und das ‚Volk‘ als Opfer eines Krieges, aus-

gelöst durch Einwanderung, ursächlich inszeniert aber durch die zum Feindbild erklärten Feminist*innen und (links)liberale Politik. Um ihren Großen Austausch zu konstruieren, reihen identitäre Frauen Fälle sexualisierter Gewalt aneinander, die eine Systematik erzeugen, welche letztlich bis zum „Krieg gegen unsere Kultur“ (Kontrakultur Halle 2016, #00:02:58-1#) „Krieg gegen das deutsche ‚Volk‘“ weiterspannen wird. Die Frauenbewegung zählen Identitäre strategisch zur Kultur dazu, wenn sie Sexismus als einen „Angriff auf alles, was sich Frauen in einem Jahrhundert erkämpft haben“ (ebd.), begreifen. So sehen Identitäre die „Waffe“ der Täter dieses imaginierten Krieges in der „Demütigung der Frau“ (ebd.). Angeklagt und als „Volksverräter*innen“ verurteilt, werden jedoch diejenigen, die hinter dem systematischen Großen Austausch identifiziert werden: Einerseits Linke, Liberale und Jüd*innen, da sie im identitären Denken durch Migration an der „Fragmentierung des deutschen Volks“ (Sellner 2016, #00:06:35-9#) arbeiten. Und andererseits Feminist*innen, angerufen als kollektives „ihr“, weil sie die deutsche Männlichkeit „verweichlichen“ (Manescu nach Sellner 2017, #00:25:25-8#). Denn erst durch die Schwächung deutscher Männlichkeit werde es möglich, dass „dieses Männliche aus de(r) fremdländische(n), eben nicht europäische(n) Kultur“ (ebd.) sich „so breitmachen kann“ (ebd.). Stattdessen wollten Feminist*innen Identitären „weismachen“, „(d)as machen Deutsche auch“ (Kontrakultur Halle 2016, #00:02:07-0#) und „Fremden Schutz gewähren, doch die Frauen schützt ihr nicht“ (ebd., #00:02:21-1#).¹⁰

Die Empörung konstruieren identitäre Frauen durch die Parallelisierung der #aufschrei Debatte mit systematisierten Fällen von Mord und Vergewaltigung durch Migranten und Geflüchtete: „Ihr habt einen Shitstorm losgetreten, weil Rainer Brüderle eine Journalistin angebaggert hat, aber ihr schweigt, wenn es um Mord und Vergewaltigung geht“ (ebd., #00:02:21-1#). Gleichzeitig versuchen sie einerseits, feministische Politiken und die #aufschrei Debatte über diese Parallelisierung zu entkräften, zu delegitimieren und als Verrat am Volk zu konstruieren. Andererseits inszenieren sie sich als die wahren „Frauenrechtler“ (Compact Magazin 2017, 15), wenn sie namentlich anknüpfend an die #aufschrei Debatte, (deutsche weiße) Frauen fragen: „Wo bleibt euer Aufschrei?“ (ebd., #00:02:54-9#) und ‚ihr‘ Volk proklamieren (vgl. ebd. #00:03:03-0#“). Für die Empörung, den *Aufschrei*, auf welchen Identitäre hinarbeiten, welche sich auch als „Affektmobilisierung und Verstandes-suspendierung“ (Salzborn 2017, 128) begreifen lässt, bedienen sie sich technischer Spezifika des Internets (vgl. ebd.). Auf der Textebene adressieren und rekrutieren sie deutsche Frauen gegen einen konstruierten Krieg, in welchem sie sich als Opfer imaginieren können. Diese Inszenierung als Opfer potenziert sich in der Kampagne um 120 Dezibel, wie wir folgend sehen werden.

120dB

2018 veröffentlichen identitäre Frauen eine neue Homepage unter dem Namen „120 Dezibel. Der wahre Austausch“:

120 Dezibel ist die Lautstärke eines handelsüblichen Taschenalarms, den heute viele Frauen bei sich tragen. 120 Dezibel ist der Name unseres Aufschreis gegen importierte Gewalt. Mach mit und erzähle unter #120db von deinen Erfahrungen mit Überfremdung, Gewalt und Missbrauch (120dB 2018).

Der Flyer, der im IB-Onlineshop¹¹ bestellt werden kann, titelt „Den Opfern importierter Gewalt eine Stimme geben“ (120db 2018, Material). Damit schließt er einerseits an das Video „Botschaft an die Frauen“ an, in welchem eine vorgeblich importierte Gewalt als Normalität bereits hergestellt wurde. Andererseits instrumentalisiert 120dB #metoo, indem z.B. der Aufbau der #metoo Debatte u.a. als Tweet auf Twitter übernommen wird. Frauen können mit Angabe ihres Namens und Orts von Erlebnissen „importierter“ sexistischer und sexualisierter Gewalt berichten:

Hattest du auch schon Erlebnisse mit importierter Gewalt oder sexueller Belästigung durch Merkels Lieblinge und wärest zudem bereit darüber zu sprechen? Reiche uns deinen Erlebnisbericht ein, damit auch dein Fall nicht verschwiegen bleibt (120db 2018).

Mit 120dB knüpfen Identitäre an Diskursstrategien aus der „Botschaft an die Frauen“ wie den Großen Austausch und Volksverrat an, indem sie u.a. rechte Synonyme für Geflüchtete, „Merkels Lieblinge“ (ebd.), verwenden.

Identitäre (Frauen) positionieren sich mit beiden Kampagnen gegen verschwimmende Grenzen – zwischen Geschlechtern und ‚Völkern‘. Die Verschränkung zwischen beiden resultiert aus einer Volksideologie, in welcher Frauen(*körper*) als Grenzkörper zum *Volk* imaginiert werden. Deutsche Frauen als Grenzkörper zum *Volk* werden durch die importierte sexualisierte Gewalt bedroht, und deutsche Männer können dieses *Volk* aufgrund ihrer geschwächten Männlichkeit nicht mehr verteidigen.¹²

Identitäre versuchen durch die Verschränkung verschiedener Diskursstränge, vornehmlich der Diskurse zu Frauenrechten mit Rassismus, Nationalismus und Antisemitismus, feministische Diskurse zu kapern und sich selbst als den „wahren(n) Aufschrei“ (120dB) zu konstruieren.

Soziale Medien als Mittel zur Normalisierung rechter Diskurse

Identitäre Kampagnen arbeiten vermehrt mit sozialen Medien, die als „Multiplikations-, Resonanz- und Mobilisierungsraum“ (Salzborn 2017, 127) und damit als Rekrutierungsinstrument fungieren. Die Eroberung der sozialen Medien muss einerseits als „neu-rechte Reaktion auf gesellschaftliche Modernisierungsprozesse in Form einer spezifischen politisch-kulturellen Kommunikations- und Interventionspraxis“ (Benthin 2004, 49) verstanden werden und andererseits als strategisches Handeln, welches „mit den kommunikativen Mitteln moderner (Medien-)Gesellschaften strategisch versucht, eine breitere Öffentlichkeit für Themen und Ziele der radikalen Rechten zu sensibilisieren und zu mobilisieren“ (ebd.).

Beide Kampagnen fügen sich in ein identitäres und völkisches Bild von Geschlecht ein, welches auf einem biologistischen und nationalsozialistischen Verständnis und

Frauenbild von Mutterschaft beruht, in welchem beide Geschlechter als komplementär, („gleich-wertig“), aber nicht „gleichartig“ begriffen werden (vgl. u.a. Bruns/Glösl/Strobl 2016, 201ff). Die Familie stellt in diesem Kontext die ‚Zelle des Volks‘ dar. Frauen kommt die Funktion zu, das Volk zu erhalten und zu reproduzieren, der eingeforderten soldatischen Männlichkeit der Schutz der Grenzen (vgl. ebd.). Für die Differenz der *Geschlechter* und der *Völker* setzen sich identitäre Frauen als die wahren „Frauenrechtler“ (sic!) (Compact 2017, 15) und Schützer*innen des (deutschen) Volks ein (vgl. Wielens 2017, 89).

Das Anknüpfen an den Diskurs um Köln zeigt, dass sich identitäre Frauen gesamtgesellschaftlicher Anschlussstellen bedienen, um ihre extrem rechte Ideologie in den Gesamtdiskurs zu transportieren und Diskurse weiter zu radikalisieren (vgl. ebd., 7). Identitäre, wie Neue Rechte allgemein, müssen verstärkt in ihrer Strategie, politisch-ideologisch rechte Normalisierung und Radikalisierung von Diskursen (vgl. Benthin 2004, 43) zu betreiben, in den Blick genommen werden. Denn durch ihre Strategie der „Entgrenzung“ (ebd.) wird Unsagbares sagbar und die Akzeptanz für extrem rechte Positionen in die hegemoniale politische Öffentlichkeit getragen (vgl. ebd.) und unter dem Deckmantel der „Meinungsfreiheit“ legitimiert.

Identitäre eignen sich virtuelle und reale Räume an. Die Auseinandersetzung mit extrem rechten Akteur*innen, ob auf der Buchmesse, an den Universitäten oder im Netz hat von wissenschaftlicher und zivilgesellschaftlicher Seite viel zu lange auf sich warten lassen, sodass es ihnen teilweise gelungen ist Diskurse zu verschieben. Samuel Salzborn (2017, 132) sieht daher den einzigen „Ausweg aus diesem Dilemma“ in der „konsequenten Ausgrenzung völkischer Positionen aus den öffentlichen Debatten“:

Denn diametral zu der von Noelle-Neumann (1980) beschriebenen ‚Schweigespирale‘, bei der Menschen aufgrund ihrer Annahme, ihre Position sei nicht mehrheitsfähig, mit ihr öffentlich zurückhaltend umgehen, agieren die völkischen Rebell(inn)en: sie folgen einer permanent raunenden Gerüchtespirale, bei der sie sich durch die wahrheitswidrige Unterstellung, ausgegrenzt zu sein, permanent Gehör für ihre antidemokratischen Positionen verschaffen und sie dadurch verbreiten können.

Digitale Medien sind sowohl als Verstärkerfunktion (vgl. Salzborn 2017, 127) sowie als Rahmen, über den eine Modernisierung rechter Diskurse stattfindet, zu betrachten (vgl. Wielens/Klieme/Inowlocki 2019). Zwar sind Frauenthemen in der extremen Rechten kein neues Terrain und Thema, die versuchte Aneignung explizit feministischer Kampagnen aber schon. Das bedeutet Anknüpfungen an Mainstream-Diskurse einerseits und Kontinuitäten „klassischer“ Themen der Rechten zum Nationalsozialismus wie zum Beispiel der Täter-Opfer-Umkehr andererseits (vgl. ebd.). Die (digitalen) Medien stützen das Projekt des Kampfes um rechte Hegemonie der Identitären. Das fehlende Bewusstsein für das instrumentell-strategische Verhältnis der Rechten zur oft bemühten Meinungsfreiheit (vgl. Salzborn 2017, 17), verkürt extrem rechte Ideologien zu „Meinungen“, denen mit einem besseren Argument zu

begegnen sei. Tatsächlich erscheint dies als Ausdruck einer „Phantomsouveränität“ (Wiels/Klieme/Inowlocki 2019), und trägt damit zur Verrohung demokratischer Diskurse bei (vgl. ebd.).

Anmerkungen

- 1 Kontrakultur Halle, 2016, o. S.
- 2 Identitäre nutzen insbesondere soziale Medien, um ihre Wirkmächtigkeit zu verstärken. Die tatsächliche Größe Identitärer in Deutschland beruft sich ca. auf 400 Personen (vgl. Glösel 2018, o. S.). Hentges/Kököran/Nottbohm (2014, 20) haben die Identitäre Bewegung (IB) aus bewegungstheoretischer Sicht analysiert und kommen zu dem Fazit, dass es sich um keine Bewegung im engeren Sinne handelt, sie am ehesten als kulturorientierte und identitätsorientierte ‚Bewegung‘ zu charakterisieren sei. Gleichzeitig plädieren sie dafür, den vermeintlichen Widerspruch zwischen virtueller und realer Ebene aufzulösen, um dadurch den ideologisierenden und mobilisierenden Einfluss Identitärer auf Jugendliche in den Blick zu nehmen (vgl. ebd., 1).
- 3 Die Nouvelle Droite (Frankreich) entstand in den 1960er Jahren aus antidemokratisch-antegalitären Rechten in Frankreich und erklärte die Kulturrevolution von rechts (vgl. Schmid 2009, 5ff). In den gegründeten elitären Think-Tanks wie GRECE und dem Club d’Horloge diskutieren vor allem Akademiker*innen und Intellektuelle die notwendige Vorarbeit zum „Kampf um die Neugewinnung ideologischen und kulturellen Terrains“ (ebd., 7). Im Fokus stand die „nationale Identität“ (vgl. Hentges et al, 2014, 1). Die Zusammenarbeit zwischen Hennig Eichberg und Alain de Benoist zeigen Synergien zwischen der Nouvelle Droite und Neuen Rechten auf (vgl. Weiß 2017, 32). Dabei wird insbesondere auch versucht ideologische Anleihen bei Linken zu finden, um sich in keine eindeutige Denkrichtung einordnen zu lassen (vgl. ebd., 33). Trotz der Synergien sind Kontexte und theoretische Bezüge teils andere.
- 4 Im Sommer 2017 charterten Identitäre ein Schiff (C-Star) und im April 2018 einen Helikopter, um in ihrer menschenverachtenden Kampagne ‚Defend Europe‘ Menschen aktiv von der Flucht abzuhalten.
- 5 Die Génération identitaire (GI) dient zwar allen anderen identitären Gruppen in Europa als gemeinsamer Rahmen vereinend unter dem gelben Lambda-Symbol, doch unterscheiden sie sich kontextspezifisch. Dieses Feld bedarf allerdings weiterer Forschung. Aufgrund der europäischen Ausrichtung und Ausbreitung der IB ist es auch wichtig Parallelen, Anknüpfungspunkte, aber auch Unterschiede der IB in unterschiedlichen Ländern herauszuarbeiten, um verstehen zu können aus welchen Kontexten und gesellschaftlichen (Herrschafts-) Verhältnissen Identitäre ihre Annahmen produzieren. Jean-Yves Camus (vgl. 2017, 245ff) beschreibt diese Unterschiede und Kontexte anhand der französischen Génération Identitaire. Sie nehme starken Bezug auf einen einheitlichen jakobinischen Staat und suche die Verbindung zwischen französischem Regionalismus, Nationalismus und einer ethno-kulturellen Einheit Europas (vgl. ebd., 245), während in Deutschland der Bezug auf die Strömung der Konservativen Revolution sehr ausgeprägt ist (vgl. TheNocturnalTimes 2017, o. S.).
- 6 Die Überschneidungen werden insbesondere im identitären Haus in Halle sichtbar (vgl. Redaktion 2017, o. S.; vgl. TheNocturnalTimes 2017, o. S.).
- 7 Holz (2004) beschreibt diese Figur als die Gefahr des „inneren Feindes“ oder als „die Figur des Dritten“, in welcher argumentiert werde, dass In- und Ausländer deutlich voneinander abgrenzbare Identitäten markieren, wohingegen „‚der Jude‘ weder das eine noch das andere sei und damit den Dritten in der Unterscheidung zwischen der eigenen und der anderen Nation“ (Salzborn 2010, 184) darstellt. Während die andere Nation lediglich eine andere Identität habe als die eigene, symbolisieren Jüd*innen in antisemitischen Phantasien die „Nicht- Identität“ (ebd.) und stellen eine Gefahr für die eigene nationale Ordnung dar (vgl. ebd.).
- 8 Die drei Sprecherinnen sind sowohl in verschiedenen identitären Regionalgruppen als auch in anderen extrem rechten Netzwerken (z.B. Damenschaften) organisiert.

- 9 In einer kritischen Diskursanalyse wurden Videos und publizierte Interviews identitärer Frauen untersucht. Die beiden Kampagnen werden als Beispiele herausgegriffen. Die Strategien der identitären Frauen lassen sich aufgrund dieser Analyse aber auch verallgemeinern.
- 10 Auf die verschiedenen antisemitischen Figuren, die Identitäre anrufen, kann im Rahmen dieses Artikels nicht näher eingegangen werden.
- 11 Auf ibladen.de verkaufen Identitäre unter dem Motto „Deutschlands größter patriotischer Materialversand“ ihre Merchandise-Produkte, von Bekleidung, Flugblättern, Büchern bis hin zu „identitärem“ Bier und orientieren sich an antifaschistischen und linken Onlineshops.
- 12 Es sei angemerkt, dass zu spekulieren bleibt, inwiefern die hergestellte Hypersexualität von migrantischen Männern von Identitären ersehnt wird und bereits auf kolonial-rassistische Fantasien aufbauen kann (vgl. Wielens 2017, 66).

Literaturverzeichnis

- Ayyadi**, Kira, 2017: „Kontrakultur“ Halle: Eine rechtsextreme Marketing-Agentur. Internet: www.belltower.news/artikel/„kontrakultur“-halle-eine-rechtsextreme-marketing-agentur-11973 (27.10.2017).
- Benthin**, Rainer, 2004: Auf dem Weg in die Mitte. Öffentlichkeitsstrategien der Neuen Rechten. Frankfurt am Main, New York.
- Bergmann**, Werner, 2005: Antisemitismus im Rechtsextremismus. Internet: www.bpb.de/politik/extremismus/antisemitismus/37964/rechtsextremismus (30.11.2017).
- Bruns**, Julian/**Glösel**, Kathrin/**Strobl**, Natascha, 2016: Die Identitären. Handbuch zur Jugendbewegung der Neuen Rechten in Europa. Münster.
- Bundeszentrale für politische Bildung** (BPB), 2016: Wesensmerkmale Rechtsextremismus. Internet: www.bpb.de/lernen/themen-im-unterricht/224198/wesensmerkmale-rechtsextremismus (21.11.2017).
- Camus**, Jean-Yves, 2017: Die Identitäre Bewegung oder die Konstruktion eines Mythos europäischer Ursprünge. In: Hentges, Gudrun/Nottbohm, Kristina/Platzer, Hans-Wolfgang (Hg.): Europäische Identität in der Krise? Europäische Identitätsforschung und Rechtspopulismusforschung im Dialog. Wiesbaden, 233-247.
- Dietze**, Gabriele, 2016: Das ‚Ereignis Köln‘. In: *Femina Politica* 2016. 25 (1), 93-102.
- Globisch**, Claudia, 2011: „Deutschland den Deutschen, Türkei den Türken, Israelis raus aus Palästina“. Zum Verhältnis von Ethnopluralismus und Antisemitismus, in: Globisch, Claudia/Pufelska, Agnieszka/Weiß, Volker (Hg.): Die Dynamik der europäischen Rechten. Geschichte, Kontinuitäten und Wandel. Wiesbaden, 203-225.
- Glösel**, Kathrin, 2018: Die Identitären: wie rechtsextreme Ideologie popularisiert wird. Vortrag am 12.10.18, Club Voltaire, Frankfurt. Unpublizierter Vortragstext.
- Hentges**, Gudrun/**Kökgiran**, Gürcan/**Nottbohm**, Kristina, 2014: Die identitäre Bewegung Deutschland (IBD) – Bewegung oder virtuelles Phänomen? In: *Forschungsjournal Soziale Bewegung – Plus*. Supplement zu Heft 3/2014, 1-26.
- Hinze**, Nora, 2019: Politisches Influencing. Die Identitären bei Instagram. In: *Lotta. Antifaschistische Zeitung aus NRW, Rheinland-Pfalz und Hessen*. 2018/19 (73), 17-19.
- Holz**, Klaus, 2004: Die antisemitische Konstruktion des Dritten und die nationale Ordnung der Welt. In: von Braun, Christa/Ziege, Eva-Maria (Hg.): Das bewegliche Vorurteil. Aspekte des internationalen Antisemitismus. Würzburg, 43-61.
- Jäger**, Margret, 1996: Fatale Effekte. Die Kritik am Patriarchat im Einwanderungsdiskurs. Duisburg.

Karig, Friedemann, 2016: Die ‚Identitäre Bewegung‘ hetzt im Hipstergewand. Ihre Frauen mischen Propaganda in hübsche Instagram-Feeds. Internet: www.jetzt.de/mischen/die-identitaere-bewegung-hetzt-im-hipstergewand (22.1.2017).

Redaktion, 2017: Ein identitäres Haus für die Kontrakultur Halle. Kubitschek Traum vom Nazikiez. Internet: lsa-rechtsausen.net/Ein-Identitaeres-Haus-Fuer-Die-Kontrakultur-Halle/ (24.01.2019).

Schmid, Bernard, 2009: Die Neue Rechte in Frankreich. Münster.

Salzborn, Samuel, 2010: Antisemitismus als negative Leitidee der Moderne. Sozialwissenschaftliche Theorien im Vergleich. Frankfurt am Main.

Salzborn, Samuel, 2017: Angriff der Antidemokraten. Die völkische Rebellion der Neuen Rechten. Weinheim, Basel.

TheNokturnalTimes, 2017: „Von nichts gewusst“: Realität und Selbstbild der Identitären (Bewegung). Internet: www.youtube.com/watch?v=QiCxYmSz_mU (16.11.2017).

Weiß, Volker, 2017: Die autoritäre Revolte. Stuttgart.

Wielens, Alia, 2017: „Wo bleibt euer Aufschrei?“ „Feministische Rebellion von Rechts?“ Eine kritische Analyse und Rekonstruktion der Diskursverschränkung von Rassismus und (Anti-)Sexismus unter Identitären Frauen. Unveröffentlichte Masterarbeit Universität Frankfurt.

Wielens, Alia/Klieme, Matti-Léon/Inowlocki, Lena, 2019 (im Erscheinen): Diskursmodernisierung durch „Identitäre Bewegung“ und „Junge Alternative“ im Verhältnis zu früheren extrem rechten Gruppen. In: Reinprecht, Christoph/Kranebitter, Andreas (Hg): Die Soziologie und der Nationalsozialismus in Österreich. Bielefeld.

Eigendarstellungen in Videos, Interviews und auf Homepages

120 Dezibel, 2018: 120 Dezibel. Der wahre Aufschrei. Internet: www.120-db.info (26.1.2019).

Compact Magazin, 2017: „Jung wild, patriotisch – Marc Dassen im Gespräch mit Mädels der Identitären Bewegung (IB)“ in: Compact 02/2017, 14-16.

Kontrakultur Halle, 2016: „Identitäre Bewegung: Eine Botschaft an die Frauen“. Internet: www.youtube.com/watch?v=sTMoGod5d6o (30.10.2017), 71.819 Aufrufe.

MarineNotreEspoir, 2012: Génération identitaire “clip integral” et presentation choisie par les medias. Internet: www.youtube.com/watch?v=lwCq_lNmwko (26.1.2019), 79.222 Aufrufe.

Sellner, Martin, 2016: Frauen – Was ist mit los mit euch? Internet: www.youtube.com/watch?v=GRHk09qHxo4 (28.7.2017, 20.10.2017 Video aufgrund von Hatespeech gelöscht), 77.739 Aufrufe.

Sellner, Martin, 2017: Im Gespräch mit Aline – Aktivismus, Frauen und Europa, live auf YouTube übertragen am 16.4.2017: www.youtube.com/watch?v=StRjSxP4kNI (28.7.2017), 28.568 Aufrufe.