

Stop Thor Steinar

Informationen zur Rechten Modemarke

Rechter Lifestyle im Wandel

Seit einigen Jahren befindet sich der Kleidungsstil von Neonazis im Umbruch. Die bei vielen als kennzeichnend für die Szene erachteten kahl rasierten Schädel, Bomberjacken und Springerstiefel sind eine Ausnahme geworden. An ihre Stelle sind modische Kleidungsstücke getreten, die den/die Träger_in nur schwer als Neonazi erkennen lassen. Geschickt sollen diejenigen getäuscht werden, die sich an rechter Symbolik und Ideologie stören und intervenieren würden, wenn sie zur Schau getragen wird. Dieses Versteckspiel geht viel zu oft auf. Lehrer_innen erkennen braune Cliques in ihren Klassen nicht mehr und Eltern bemerken das Abdriften ihrer Kinder nach rechts nicht, während die Jugend ungestört Werbung für völkische und neonazistische Ideologie macht. Denn innerhalb der Subkultur werden die Symboliken und Codes unzweifelhaft verstanden. Wer sie trägt, outet sich als Gleichgesinnte_r. Die Kleidung ist in hohem Maße identitätsstiftend, da sie der Abgrenzung gegenüber anderen Subkulturen dient und ein Zusammengehörigkeitsgefühl schafft. Zudem wirbt sie über den Nacheiferungseffekt neue Anhänger_innen. Wir tun also aus vielerlei Gründen gut daran die neue rechte Mode zu entlarven und ihr den Garaus zu machen und aktiv dagegen vorzugehen

Thor Steinar - Hintergründe zum neuen Schick der Neonazis

Die erfolgreichste und am weitesten verbreitete rechte Marke, die sich dem neuen Kleidungsstil der Neonazis verschrieben und ihn selbst mit geprägt hat, ist Thor Steinar. Die Marke wird aus dem direktem Umfeld der Nazi-Szene produziert sowie vertrieben und bedient sich völkischer Symbolik mit NS-Bezug. Sie bietet stilvolle Kleidung in hoher Qualität, die vor allem von Neonazis getragen wird. Mit dieser Firmenstrategie gelang es große Kreise an potentiellen Abnehmer_innen anzusprechen und verhalf dem relativ jungen Unternehmen innerhalb kürzester Zeit zu großem unternehmerischen und finanziellen Erfolg.

Neonaziverbindungen der Marke

Im Jahr 2002 ließ Axel Kopelke aus Königs Wusterhausen die Marke und das dazu gehörige Runen-Logo international registrieren. Er war bis vor kurzem noch zusammen mit Uwe Meusel Geschäftsführer der in Zeesen (Brandenburg) ansässigen *Thor Steinar*-Vertriebsfirma *Mediatex* GmbH, die die Modemarke seit 2003 vertreibt.

Nach Auskunft lokaler Antifaschist_innen war Kopelke Teilnehmer völkischer Sonnenwendfeiern, einer NPD-Reichsgründungsfeier 2000 in Friedersdorf und eines Liederabends mit dem Neonazi-Barden Frank Rennicke. Uwe Meusel erklärte laut einem Bericht des Tagesspiegels 2004 bezüglich seiner Haltung zum Rechtsextremismus: „Ich muss mich hier nirgendwo distanzieren“.¹ Die offizielle

Thor Steinar-Homepage wurde von Udo Siegmund angemeldet. Auch er verfügt offenbar über gute Kontakte in die organisierte rechte Szene. So

besuchte er im Juni 2005 ein Konzert der Neonaziorganisation *National-socialistisk Front* (NSF) in Travard (Schweden).² In Dänemark teilte sich der dortige Thor Steinar-Ableger ein Postfach mit der CD-Firma Nordwind Records, die von Neonazis geführt wird, welche bereits für das internationale Neonazimusiknetzwerk *Blood & Honour* verantwortlich waren.³ Auch das Herstellerunternehmen *Mediatex* selbst hat sich, im Gegensatz zu anderen Marken wie z.B. *Lonsdale*, deren Motive von der rechten Szene instrumentalisiert wurden, nie von rechter Ideologie distanziert.

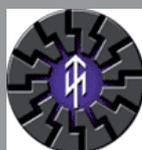
Kleidung und Bedeutung

Das Erfolgsrezept von Thor Steinar baut vor allem darauf, dass die Motive eindeutig zweideutige Aussagen haben, die dazu geeignet sind, rechtes Gedankengut zu transportieren. Die hintergründigen Bedeutungen erschließen

Ähnlichkeiten unverkenbar: Flagge des Deutschen Reichs von 1933-45 (oben) und ein Ärmelaufnäher von Thor Steinar (unten)



← Abzeichen der 32. SS-Division „30. Januar“



← Emblem des rechtsintellektuellen Thule-Seminars



↑ neues „Thor Steinar“ Logo



← altes „Thor Steinar“ Logo

1) Der Tagesspiegel, 12.11.2004, „Gericht geht gegen Kultkleidung der rechten Szene vor“ 2) AIB #71 „Thor Steinar“ und die Neonazisezene



sich für Außenstehende erst bei genauerer Betrachtung und mit Hilfe der nötigen Hintergrundinformationen. Nahezu durch das gesamte Sortiment zieht sich eine ideologische Anlehnung an den Nationalsozialismus, Kolonialismus, völkisch-mythologische Begebenheiten sowie Gewaltdarstellungen. Dies beginnt schon beim Markennamen Thor Steinar, der sich wie folgt konstruieren lässt. Thor ist eine bekannte Gottheit der nordisch-germanischen Mythen. Er ist Sinnbild für Stärke und unzählbaren Zorn, wird aber auch als Beschützer der Menschen angesehen. Zum Zusatz „Steinar“ gibt es zwei gebräuchliche Deutungsmöglichkeiten. Die erste bezieht sich auf den General der Waffen-SS und SS-Obergruppenführer Felix Steiner (1896-1966). Er war als Führer der SS-Reichsstandarte „Deutschland“ an der Besetzung der Tschechoslowakei und an den Feldzügen gegen Polen und Frankreich beteiligt. Später war er Kommandeur der SS-Panzer-Division „Wiking“, die 1941 in Galizien 600 Menschen jüdischen Glaubens ermordete und sich in der Ukraine am Holocaust beteiligte. Die zweite Deutungsmöglichkeit bezieht sich auf den Anthroposophen Rudolf Steiner (1861-1925), der bereits zu Lebzeiten für seine zweifelhafte Wissenschaft und rassistischen Themen kritisiert wurde. Steiner benutzte eine Rassensystematik, die sich auf die Hautfarben bezieht und diesen bestimmte Eigenschaften zuschreibt. Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien in Bonn überprüfte zuletzt Ende 2007, ob Schriften von Steiner auf den Index kommen.⁴

Das ursprüngliche Logo der Marke hat einen eindeutig nationalsozialistischen

Bezug und wurde daher durch mehrere Gerichte verboten. Es besteht aus der Kombination zweier im NS verwendeter Runen und vermittelt durch deren Gebrauch eine vermeintlich nordische Identität. Während in Brandenburg das Verbot durch das Oberlandesgericht im September 2005 mit der Begründung aufgehoben wurde, nur wissende bzw. prüfende Betrachter_innen würden die verfassungswidrigen Zeichen im Logo sehen, bleibt das alte Logo in Berlin und Sachsen-Anhalt weiterhin verboten.

Thor Steinar stellt über Andeutungen zur nordischen und germanischen Mythologie einen Bezug zu germanisch-völkischen Inhalten her, welche auch NS-Organisationen in ihren Inhalten und Zeichen verwendeten. Ein Beispiel dafür ist das Motiv „Merseburg“, das neben einem germanisch-heidnischen Zauberspruch eine aus drei Pferdeköpfen bestehende Triskele zeigt. Sie erinnert in ihrer Form an ein dreiarmliges Hakenkreuz und tauchte als Standarte der 27. SS-Freiwilligen-Grenadier-Division „Langemark“ auf. Heute findet sie bei diversen rechten Organisationen, wie *Blood & Honour* oder dem *Ku-Klux-Klan* Verwendung. Neben den mythisch-nordischen Bezügen, deren Überschneidung zur nationalsozialistischen Ideologie leicht erkennbar ist, stellt Thor Steinar mit Aufschriften wie „Division Thor Steinar“, „Viking Division“, „Nordland“, „Nordmark“ oder „Marinebrigade“ weitere Bezüge zum Zweiten Weltkrieg und dem Nationalsozialismus her. Namen von SS-Divisionen finden sich genauso wie Bezeichnungen von Einheiten der SA oder einem „Arbeitserziehungslager.“ Ein weiteres großes Bezugsfeld für die

Motive von Thor Steinar ist die deutsche Kolonialgeschichte. Formulierungen wie „ein Platz an der Sonne“ oder Wörter wie „Expedition“ und „Heia Safari“ suggerieren Urlaub, Sommer und Abenteuer. Dahinter steht jedoch mehr. Die Rede vom „Platz an der Sonne“ entstammt dem deutschen Reichskanzler Bernhard von Bülow und gilt als einprägsamste Formel für das deutsche Weltmachtstreben in der Zeit vor dem ersten Weltkrieg. Der Ausspruch „Heia Safari“ ist Titel verschiedener eindeutig konnotierter Lieder. Das erste war ein Marschlied deutscher Afrika-Kämpfer. Darin heißt es u.a.: „Und Sieger, die sind wir im weiten Weltrevier, Das deutsche Korps in Afrika heia heia Safari“.⁵ Auch die mittlerweile verbotene Rechtsrockband Landser gebrauchte in ihrem „Reichskoloniallied“ den Ausspruch „Heia Safari“. Als letztes Bezugsfeld der Kollektion seien hier Sport-, Gewalt- und Waffenbezüge genannt, welche sich ebenfalls großer Popularität in der rechten Szene erfreuen. Die Namen der Motive „3. Halbzeit“, „Ski Heil“, „Weidmanns Heil“, „Shooting Club“ und „Hausbesuche“ sprechen für sich genommen eine deutliche Sprache und sind oft mit Silhouetten von Sturm- und Maschinengewehren verziert. Kenner_innen der Hooliganszene werden einige Begriffe bekannt sein - „3. Halbzeit“ als gewalttätige Ausschreitungen nach einem beendeten Fußballspiel oder „Hausbesuche“ als gezieltes Aufsuchen einer Person in ihrer Wohnung mit Absicht der Gewaltanwendung. Mit der Formulierung „Survival of the Strongest“ wird auch ein sozialdarwinistischer Kontext angesprochen.

Interessierte finden in der neuen Broschüre „Investigate Thor Steinar“ eine detaillierte Analyse zur rechten Marke, die sich auf 36 Seiten u.a. intensiv mit der Kollektion auseinandersetzt. Sie kann unter der email-Adresse investigate-ts@emdash.org bestellt oder über die Recherchegruppe Frankfurt (Oder) bezogen werden. Im Internet ist sie auch als PDF unter der Adresse <http://investigatethorsteinar.blogspot.de> verfügbar.