

DIGITAL REPORT

E L S E

F R E N K E L -

B R U N S W I K

I N S T I T U T

FÜR DEMOKRATIEFORSCHUNG IN SACHSEN
AN DER UNIVERSITÄT LEIPZIG

EFBI DIGITAL REPORT 2026-1

JOHANNES KIESS UND
GIDEON WETZEL

KONTAKT

TILMAN MECKEL
T: +49 341 97-37892
M: TILMAN.MECKEL@UNI-LEIPZIG.DE

EXTREM RECHTE ONLINE-MOBILISIERUNG

Seit 2022 präsentiert der „Digital Report“ des Else-Frenkel-Brunswik-Instituts an der Universität Leipzig in Kurzform laufende Untersuchungen zu demokratiefeindlicher Agitation und Mobilisierung im digitalen Raum mit Bezug zu Sachsen. Unser fortlaufendes Monitoring umfasst die automatisierte Datensammlung, computer-gestützte Datenanalyse sowie qualitative Methoden. Dadurch erhalten wir einen Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen in den Themenfeldern extreme Rechte/Rechtsextremismus, Rassismus, Antisemitismus, Antifeminismus und Verschwörungsglaube. Zudem untersuchen wir Mobilisierungsdynamiken und Netzwerke im antidemokratischen, hauptsächlich extrem rechten Bereich.

In der aktuellen Ausgabe steht die Nutzung neuer Technologien durch die extreme Rechte im Mittelpunkt.

Zunächst vertiefen wir unsere Auseinandersetzung mit der Plattform TikTok, die wir bereits in der vorherigen Ausgabe begonnen haben. Im Fokus steht ein aktuelles Phänomen extrem rechter Mobilisierung: die plattformspezifische Verwendung von Sounds, die als Vehikel dienen sollen, um Inhalte in den Mainstream zu transportieren. Gemeinsam mit unserem Gastautor Bastian Stock von der TU Dresden haben wir hierzu – ausgehend von Profilen bekannter Vertreter*innen der

Jungen Nationalisten Sachsen – ein TikTok-Netzwerk hinsichtlich der Verwendung viraler Sounds untersucht. Dabei konnten wir vier Inszenierungstypen ausmachen, die von der extremen Rechten für je unterschiedliche Mobilisierungsstrategien genutzt werden und an bekannte Bildwelten innerhalb der Szene anknüpfen.

Seit einigen Jahren wird die extreme Rechte häufig als „Early Adopter“ hinsichtlich technischer Neuerungen beschrieben, zuletzt im Zusammenhang mit der Nutzung der Social-Media-Plattform TikTok. In einem notwendigerweise knappen historischen Abriss gehen wir dieser These im zweiten Teil des Digital Reports nach und sondieren, wie in den letzten hundert Jahren neu aufkommende Technologien die Propaganda und Mobilisierung der extremen Rechten geprägt haben, ob diese Technologien auch von anderen politischen oder sozialen Bewegungen genutzt wurden und wie belastbar die These der extrem rechten „Early Adopter“ tatsächlich ist.

DIE JUNGEN NATIONALISTEN: STÜTZPUNKT SACHSEN AUF TIKTOK

Die Nutzung digitaler Plattformen zur Verbreitung antidemokratischer Ideologien ist ein etabliertes Phänomen der extremen Rechten (Askanius & Keller, 2021; Bogerts & Fielitz, 2019; Castelli Gattinara & Froio, 2024; Ekman, 2014; Gaudette et al., 2022; Hanzelka & Schmidt, 2017; Maarouf et al., 2022; Maly, 2019; Maurer, 2025; McSwiney et al., 2021). Mit dem Aufstieg von TikTok vollzieht sich jedoch ein fundamentaler Strukturwandel: Der Übergang von sozialen Netzwerken zu sogenannten *Recommendation Media*¹, deren Inhalte algorithmisch den Timelines zugeteilt werden, erfordert eine Neuausrichtung der analytischen Perspektive. Im Zentrum steht nicht mehr die Pflege gewachsener Follower-Netzwerke, sondern die strategische Ausnutzung algorithmischer Kuratierungsmechanismen, die passive Rezeptionsmuster für die Diffusion extremistischer Inhalte operationalisieren.

Sächsische Akteure aus dem extrem rechten Spektrum orientieren sich dabei an der „Metapolitik“, also der Mobilisierung im vorpolitischen Raum, der Identitären Bewegung. Ein zentrales, bisher wenig untersuchtes Instrument ist die Schaffung sogenannter *rhizomatischer Soundscapes*. TikTok-Sounds fungieren hierbei als primärer Vernetzungsmechanismus, der inhaltlich divergente Videos emotional verknüpft und algorithmisch verstärkt.

Um extrem rechte Inhalte zu verbreiten, werden bestehende virale Trends gekapert und extremistische Codes verschleiert. Die Inhalte werden dabei durch eine spezifische technische Gestaltung der Wahrnehmung angepasst: Durch den präzisen Einsatz von Schnittfrequenzen, Loops und musikalischer Taktung wird eine affektive Wirkung erzeugt, die die Aufmerksamkeit bindet und politische Botschaften emotional auflädt. Diese technisch erzeugte Unmittelbarkeit ermöglicht auch Profilen ohne gewachsene Community eine sofortige Reichweite.

Am Beispiel der Jungen Nationalisten (JN) Sachsen – der Jugendorganisation der Partei *Die Heimat* – untersuchen wir im Folgenden die strategische Aneignung dieser Sound-Infrastrukturen. Unsere zentrale Fragestellung lautet: Wie nutzen extrem rechte Akteure in Sachsen TikTok-Soundscapes und multimodale Inszenierungspraktiken, um ihre Inhalte zu verbreiten und zu normalisieren?

Zur Beantwortung wenden wir ein *Mixed-Methods-Design* an, das die netzwerkanalytische Identifikation eines metapolitischen Ökosystems mit einer qualitativen Tiefenanalyse exemplarischer Videos nach Wang (2021) und Traue (2013) verknüpft.

FORSCHUNGSSTAND: EXTREM RECHTE NUTZUNG VON TIKTOK

Während frühere digitale Mobilisierungsstrategien primär auf text- und bildbasierten Netzwerken wie Facebook und Instagram fußten, fungierte YouTube bereits früh als zentraler Kanal für audiovisuelle Propaganda. Hier lag der Fokus der Akteure jedoch vornehmlich auf der Bereitstellung längerer Formate, der Inszenierung pseudo-journalistischer Alternativmedien und einer starken

Bindung an gewachsene Abonnenten-Strukturen (Ekman, 2014; Heider, 2022). Es geht nicht mehr nur um Vernetzung, sondern um die algorithmische Ausnutzung spezifischer Kuratierungsmechanismen. Diese sogenannten *Consumptive Curation Affordances* sind technologische Möglichkeiten der sozialen Plattformen, um Inhalte selektiv zu konsumieren und die Feed-Zusammenstellung aktiv oder passiv zu beeinflussen. Extrem rechte Akteure nutzen sie und die damit verbundenen passive Rezeptionsmuster (*watch, scroll, repeat*), um antidemokratische Ideologien zu verbreiten (Entrena-Serrano, 2025).

Unter anderem manifestiert sich diese Entwicklung in der Mobilisierung gegen Demonstrationen im Rahmen des Christopher Street Days (CSD). Bei der Organisation der Gegenproteste nehmen die *Jungen Nationalisten* seit mehreren Jahren eine zentrale Rolle ein (Volk, 2025; Wetzel & Kiess, 2025; Niendorf & Wetzel, 2026). Strategisch orientieren sie sich dabei an der „Metapolitik“ der *Identitären Bewegung* (IB) und übernehmen hier insbesondere deren Konzept der „TikTok-Guerilla“. TikTok fungiert in diesem Gefüge nicht als neutraler Kanal, sondern als *Affordance-Struktur*. Der Algorithmus übernimmt die Auswahl der Inhalte auf Basis der Nutzerinteressen. Dieser Umstand begünstigt spezifische propagandistische Praktiken: Ziel extrem rechter Akteure ist das „Mainstreaming“ extremistischer Inhalte durch die Unterwanderung algorithmischer Kuratierung (O’Conner, 2021). Extremistische Ästhetiken und Codes werden durch die Kopplung an populäre oder harmlose Audio-Trends maskiert, um in den TikTok-Feed (For You Page) auch unpolitischer Nutzer einzudringen (Geboers & Bösch, 2025). Dadurch werden neue Zielgruppen erschlossen und Personen erreicht, welche sonst keine Berührungspunkte mit extremistischen Inhalten hätten. Die dabei eingesetzten Methoden reichen von *Talking-Head-Formaten*, die durch inszenierte Intimität Authentizität simulieren (Boucher, 2022), bis hin zum *Hijacking* populärer Diskurse (Ozduzen et al., 2023). Kombiniert wird dies häufig mit der Durchführung eigener Kampagnen (González-Aguilar et al., 2023).

Ein zentraler Verbreitungsweg, der auch von sächsischen Akteuren genutzt wird, ist die Verwendung von TikTok-Sounds (Bösch & Divon, 2024; Geboers & Pilipets, 2024). Diese fungieren nicht bloß als akustische Untermauerung, sondern als primärer Mechanismus der Vernetzung und Kuratierung: Sie verknüpfen unterschiedliche Inhalte zu *rhizomatischen Soundscapes*, die durch eine gemeinsame affektive Konnotation stabilisiert werden (Geboers & Bösch, 2025, 4). Diese Sound-Infrastruktur ermöglicht spezifische propagandistische Taktiken: Zum einen werden populäre Sounds gekapert (*Audio Hijacking*), um extremistische Inhalte parasitär an virale Trends zu

1) *Recommendation Media* bezeichnet den distributionslogischen Wandel von sozialer Vernetzung hin zu algorithmischer Auswahl. Inhalte werden hierbei primär durch maschinelles Lernen auf Basis individueller Verhaltensdaten und statistischer Wahrscheinlichkeiten ausgespielt, anstatt durch aktive Suche oder soziale Bindungen.

koppeln. Zum anderen werden extremistische Codes visuell oder auditiv hinter harmlosen Popkultur-Referenzen verborgen (*Cloaking*), um Content-Moderation zu umgehen und eine „Plausible Deniability“ zu erzeugen. Durch Praktiken wie das *Remixing* (z.B. „Slowed & Reverb“) oder das strategische Umbenennen von „Original Sounds“ wird zudem eine mimetische Aneignung (Wang, 2021) vollzogen. Diese Methode wird auch gezielt in Kampagnen genutzt, um originale Sounds zu kapern, oder Contentsperren zu umgehen. Dies geschieht durch das Umbenennen eigener Sounds oder durch die Abwandlung oder das remixen bereits genutzter Sounds, als eine Methode des *Cloaking* (Bösch & Divon, 2024, S. 7).

Der Hauptträger dieser Strategie ist *User Generated Content* (UGC), der eine „Demokratisierung der Propaganda“ ermöglicht, indem nicht mehr nur zentrale Kader, sondern eine breite Basis an Nutzern die Botschaften verstärken. Dadurch kommt es zum *manufacturing of consensus* (Guinaudeau et al., 2022, 470), also der Konstruktion eines vermeintlich gesellschaftlichen Konsenses. Damit bedienen sie sich einer Form der automatisierten Propaganda (Woolley & Guilbeault, 2017), durch die eine vermeintliche Graswurzel-Unterstützung simuliert wird. Ziel ist die Normalisierung rechter Rituale im digitalen Mainstream (Miller-Idriss, 2018, 2020).

In der Ökonomie der Aufmerksamkeit auf TikTok verliert der *Social Graph* (insbesondere die Zahl der Follower) zugunsten des *Interest Graphs* (Views, Viewtime, Likes) an Relevanz. Dies begünstigt kurzlebige Account-Strategien, die im Gegensatz zu den auf Langfristigkeit angelegten Backup-Strukturen auf Instagram stehen: Profile werden als taktische Einweg-Instrumente genutzt, da der algorithmische *Cold Start* neuen Accounts sofortige Sichtbarkeit ermöglicht (Entrena-Serrano, 2025). Technisch basiert dies auf der Transition zu *Recommendation Media*: Der Algorithmus von TikTok kuratiert die einzelnen Feeds nicht primär basierend auf sozialen Verbindungen, sondern durch die Analyse *multimodaler Signale* (Computer Vision, NLP, Audio-Analyse) sowie verhaltensbasierter Metriken wie der *Retention Rate* (Traue, 2013, 120), die Auskunft über die Bindung der User an die Plattform bieten. Mithilfe der Verwendung von Sounds und Schnitten, die auf der Plattform bereits erfolgreich sind, eröffnen dies extremistischen Akteuren die Möglichkeit der „Virality from Nowhere“. Eine solche plattformspezifische Anpassung der Darbietung nennt sich *Grammatisierung* (ebd.).

METHODE

Bei der Datenerhebung folgen wir einem *Mixed-Methods-Design*, das Netzwerkexploration mit qualitativer Tiefenanalyse verknüpft. Ausgangspunkt bildeten 37 *Seed-Profile* sächsischer JN-Akteure (JN, *Mädelbund Sachsen*, *Deutsche Jugend Voran*), welche gezielt ausgewählt wurden. Mittels Snowball-Sampling über die offizielle API identifizierten wir 363 Profile und reduzierten diese nach manueller Bereinigung auf ein Kern-Netzwerk von 301 Profilen (JN, Vorfeld, Influencer). Im zweiten Schritt vollzogen wir einen analytischen Perspektivwechsel vom Akteur zum *Soundscape* (Geboers & Bösch, 2025): Basierend auf den Metadaten extrahierten wir die 20 am häufigsten genutzten Sounds und wählten aus diesen jene Sounds für die Tiefenanalyse, die eine hohe mimetische Affordanz (Aufforderung zur Nachahmung) oder signifikante audiovisuelle Dissonanz (*Cloaking*)

aufwiesen. Die qualitative Analyse von 30 exemplarischen Videos unternahmen wir deduktiv anhand des Coding-Schemas nach Wang (2021) sowie Traue (2013) zur Bestimmung der *Grammatisierung* und *Atmosphäre*.

Mit dem Ziel, den mimetischen Kern des Netzwerks zu isolieren, filterten wir die Daten mithilfe der offiziellen TikTok-API. Um reine Konsumenten (*Lurker*) von aktiven Multiplikatoren zu trennen, berücksichtigten wir nur Profile, die (a) *eigenen Content* publizieren und (b) eine hohe *In-Group-Verknüpfung* aufweisen. Konkret wählten wir nur Follower, die mindestens fünf Seed-Profilen folgten (Indikator für ideologische Festigung), sowie Profile, die von mindestens zwei Seed-Profilen zurück-gefolgt wurden.

Insgesamt stießen wir somit auf 363 Accounts. Die Konsolidierung des Datensatzes erfolgte durch ein manuelles *Qualitative Content Audit*. Als Ausschlusskriterium für „irrelevante“ Profile diente uns das Fehlen einer multimodalen politischen Codierung: Accounts, die weder visuell (Wang, 2021) noch auditiv (durch Nutzung politisch konnotierter *Soundscapes*; Geboers & Bösch, 2025) eine Zugehörigkeit zum extrem rechten Spektrum signalisierten, sortierten wir aus.

Das resultierende Kern-Netzwerk (N=301) bildet ein *metapolitisches Ökosystem* ab: Neben den klassischen Parteistrukturen (54 JN, 9 *Die Heimat*, 11 AfD, 11 *Der III. Weg*, 3 Neuer Deutscher Standard) identifizierten wir 15 extrem rechte Influencer, die als *mimetische Vorbilder* fungieren, sowie 15 Online-Shops. Letztere nehmen eine Schlüsselrolle ein, da sie die materiellen Ressourcen für die *inszenierte kollektive Identität* bereitstellen und somit die ästhetische Uniformierung der *darstellenden Praxis* ermöglichen.

Auf Basis der mithilfe der offiziellen API ermittelten Sound-IDs und der damit verknüpften Sounds wurden die 20 dominanten *Soundscapes* des Netzwerks identifiziert. Aus diesem Cluster erfolgte die selektive Auswahl für die Tiefenanalyse anhand dreier qualitativer Kriterien:

- 1) Mimetische Affordanz: Sounds, die spezifische körperliche Handlungsmuster (*Body Movements*) evozieren.
- 2) Cloaking-Intensität: Sounds, die eine signifikante Dissonanz zwischen populärkultureller Codierung und extremistischer visueller Nutzung aufweisen.
- 3) Affektive Dichte: Sounds, die eine eindeutige politische *Atmosphäre* (Traue 2013) – etwa Heroismus oder Bedrohung – durch technische Formung strukturieren und affektiv aufladen.

Insgesamt wählten wir 30 exemplarische Videos (Inhalte der Seed-Profile sowie der verästelten weiteren Inhalte) für die qualitative Analyse aus. Bei dieser folgten wir strikt dem multimodalen Zugang nach Wang (2021) und untersuchten das Zusammenspiel verschiedener Ebenen bei der Inszenierung rechtsextremer Identität – insbesondere Requisiten, Kleidung als Botschaft sowie die räumliche Beziehung der Akteure untereinander und zur Zuschauerschaft. Ziel war die Typologisierung der Content-Producer anhand ihrer Darstellungsmuster: Im Rahmen der Analyse untersuchten wir, inwiefern die verschiedenen Akteursgruppen – vom offiziellen Parteikader bis hin zum szeneeinternen Influencer – unterschiedliche Darstellungsmuster nutzen. Hierbei vollzogen wir einen analytischen Pivot: Wir betrachteten nicht nur die Person, sondern analysierten, wie durch spezifische Soundscapes entweder Autorität im Modus des *Make-Believe* inszeniert oder extremistische Inhalte durch technisches *Cloaking* verschleiert werden.

IN-DEPTH-ANALYSE AUSGEWÄHLTER VIDEOBEITRÄGE

Anhand des untersuchten Materials lassen sich vier Typen der Inszenierung herauskristallisieren, die von sächsischen Akteuren der *Jungen Nationalisten* (JN) auf TikTok genutzt werden. Allen gemeinsam ist, dass sie mithilfe spezifischer Soundscapes Inhalte erstellen, die zur Identifikation einladen. Sie unterscheiden sich jedoch hinsichtlich ihrer ästhetischen Gestaltung, ihrer ideologischen Ansprache sowie der verfolgten Mobilisierungsziele. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Analyse entlang dieser Typisierung vorgestellt.

VÖLKISCHE IDYLLE: DIE THEATRALIK DER UNSCHULD

Dieser Typus, der vor allem von extrem rechten Frauen genutzt wird, arbeitet mit dem Prinzip des *Make-Believe*. Anstatt eine offensichtliche Inszenierung zur Schau zu stellen, wird hier eine ungebrochene, vermeintlich natürliche Realität simuliert, um Authentizität zu suggerieren. Exemplarisch zeigt sich dies in der videografischen Inszenierung einer jungen Frau auf einer Wiese, die durch das *Mise-en-scène* einer unberührten Natur, weiße „Unschuld“ vermittelnde Kleidung und das Fehlen harter Schnitte eine Atmosphäre der zeitlosen Ruhe und Unschuld generiert. Die Hintergrundmusik fungiert hier als zentrales Element der atmosphärischen Grammatisierung. Durch den Einsatz nostalgischer, ruhiger Klänge aus Songs wie „Golden Brown“ (The Stranglers, 1981) oder „Am Tag, als Conny Kramer starb“ (Juliane Werding, 1972) wird eine Atmosphäre der Geborgenheit geschaffen, die im scharfen Kontrast zur Hektik der digitalen Moderne steht und emotionale Resonanzräume für regressive Sehnsüchte öffnet. Die erwähnten Sounds sind dabei besonders populär, womit der Mechanismus des *Audio Hijacking* bedient wird.

Visuell wird diese Strategie durch Kostüme unterstützt, die eine traditionelle Weiblichkeit referenzieren – etwa durch Kleider, offenes Haar und den Verzicht auf grelle Modecodes. Damit wird eine Anschlussfähigkeit an die *Cottagecore*-Ästhetik sowie den *Tradwife*-Trend, also die Sehnsucht nach einem romantisierten, naturbezogenen, unschuldigen Landleben, hergestellt. Die ideologische Indoktrination erfolgt in diesem Setting nicht

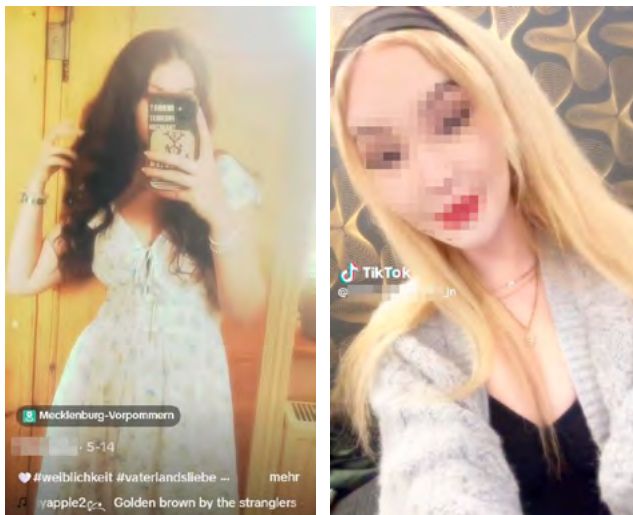


ABBILDUNG 1 : VÖLKISCHE IDYLLE

konfrontativ, sondern subtil über die Platzierung politischer Codes als scheinbar zufällige Requisiten, wie etwa eine Handyhülle mit der Aufschrift „Heimat“. Diese Form der metapolitischen Normalisierung zielt darauf ab, extremistische Inhalte mit einer vermeintlich schützenswerten kulturellen Tradition zu rahmen und so die Barriere für unpolitische Nutzerinnen zu senken.

LIFESTYLE-PROPAGANDA: THEATRALIK DER NORMALISIERUNG

Dieser Typus zielt darauf ab, an die zeitgenössische Jugendkultur anzuschließen. Hier manifestiert sich die Strategie des *Cloaking* am deutlichsten durch eine gezielte audiovisuelle Dissonanz. Ein prägnantes Beispiel liefert ein Video, in dem eine Protagonistin zwar ein T-Shirt der *Jungen Nationalisten* trägt, jedoch ein gängiges *Lip-Sync* zu einem harmlosen Schlager performt. Das visuelle Bekenntnis zum Rechtsextremismus wird durch die auditive Harmlosigkeit und die *Nachahmung* eines viralen Trends maskiert, was die Moderationsmechanismen der Plattform unterläuft und den Inhalt als gutmütigen „Girl-Content“ tarnt. Der Trend ist eng mit dem Schlagerlied verknüpft, welches gehijackt wird. Die Akteure übernehmen den Habitus populärer Influencer, indem sie gängige Formate wie Outfit-Checks oder Tattoos-Showcases adaptieren. So wird beispielsweise politische Symbolik wie die „Schwarze Sonne“ nicht im Kontext politischer Agitation, sondern als rebellisches Lifestyle-Attribut innerhalb einer Schwarz-Weiß-Ästhetik inszeniert, die eher an Musikvideos als an Parteipropaganda erinnert. Durch die Verwendung des Selfie-Modus und den direkten Blick in die Kamera wird in der Beziehung zu den Nutzern zudem eine parasoziale Intimität simuliert. Diese „Girlfriend Experience“ dient der affektiven Bindung an die *In-Group*, wobei die politische Ideologie als sekundäres Identitätsmerkmal in den Hintergrund tritt, um die Einstiegshürde in das antidemokratische Milieu zu minimieren.

DER POLITISCHE SOLDAT: THEATRALIK DER TAT

Dieser Typus stellt das aktive, wehrhafte Subjekt in den Mittelpunkt und richtet sich vor allem an ein männliches Publikum. Nach Wang (2021) wird hier durch Nachahmung ein idealisiertes Bild von Wehrhaftigkeit dargestellt. Dies manifestiert sich beispielsweise in Spiegelf selfies, bei denen sich der Protagonist mit geballter Faust und in Kampfsport-Kleidung inszeniert, wodurch der Körper selbst zur politischen Requisite der Stärke stilisiert wird. Die genutzten Kostüme – oft Merchandise einschlägiger extrem rechter Kampfsportmarken oder taktische Kleidung – fungieren als Uniformierung, um die Zugehörigkeit zu einer militanten „Warrior Community“ zu markieren. Diese Videos nutzen oft aggressive, treibende Hintergrundmusik wie Phonk oder Techno sowie schnelle, harte auf die Hintergrundmusik getimte Schnitte, um ein hohes Maß an Spannung durch diese Präsentation zu erzeugen. Diese technische Grammatisierung zwingt den Nutzer durch audiovisuelle Reizdichte in die Rezeption und hindert das Weiterscrollen. Die Bewegungsmuster sind dabei strikt handlungsorientiert: Gezeigt werden Szenen des Trainings, des Plakatierens bei Nacht oder des Posierens, was den Imperativ der „Tat“ vermittelt. Die Inszenierung zielt darauf ab, politische Arbeit nicht als diskursiven Prozess, sondern als heroischen Akt des eigenen „Wider-

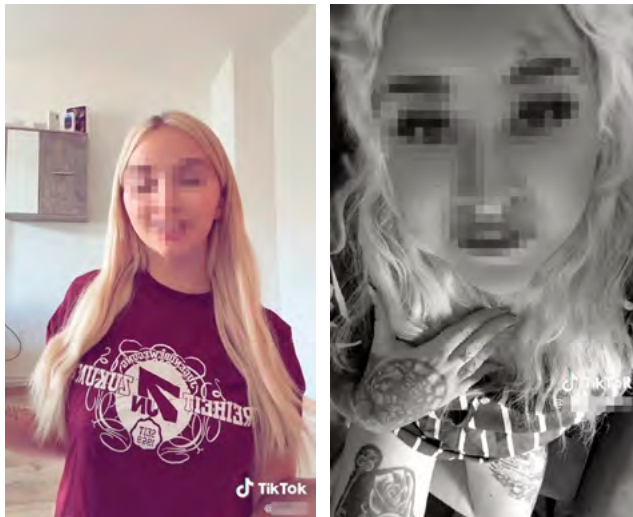


ABBILDUNG 2: LIFESTYLE-PROPAGANDA

stands“ gegen die liberale Gesellschaft zu rahmen, der physische Präsenz und Disziplin erfordert.

DER KOLLEKTIVE KÖRPER: THEATRALIK DER MASSE

TikTok-Videos dieses Typus visualisieren die angebliche Macht der Bewegung, indem das Individuum vollständig hinter der Formation zurücktritt. In den analysierten Videos von Demonstrationen und Aufmärschen findet eine filmische Formung der Masse statt. Dabei werden die individuellen Teilnehmenden durch technische Mittel, wie harte Schnitte und eine präzise Taktung auf den Rhythmus der Musik, in eine einheitliche, rhythmische Bewegung überführt. Die Masse wird so zu einem rein ästhetischen Objekt ‚grammatisiert‘, bei dem nicht mehr der einzelne Mensch, sondern das wehende Fahnenmeer oder der Gleichschritt als zentrale Bildelemente fungieren. Durch eine strenge Taktung der Bildschnitte auf den Rhythmus militanter Marschmusik oder harter Techno-Beats wird die physische Bewegung der Gruppe filmisch in eine überwältigende ästhetische Erfahrung transformiert. Die Identität der Akteure wird dabei nicht über Gesichter transportiert, die oft verpixelt oder verpixelt sind, sondern über die Dominanz von Requisiten: Fahnenmeere, Banner und Fackeln füllen den Bildraum und ersetzen das Subjekt durch das Symbol. Die Position zu den Zuschauern ist videografisch fast ausschließlich durch die Totale oder die Froschperspektive geprägt, was die Gruppe optisch überhöht und den Zuschauer in eine unterlegene Position versetzt. Diese konstruierte Atmosphäre der Stärke ist als Machtdemon-

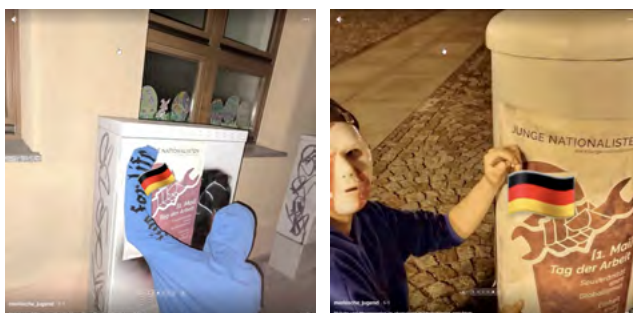


ABBILDUNG 3: DER POLITISCHE SOLDAT

stration angelegt, welche die Handlungsfähigkeit der Gruppe im öffentlichen Raum belegen soll. Strategisch zielt diese Inszenierung sowohl auf die Einschüchterung politischer Gegner als auch auf die affektive Selbstvergewisserung der eigenen Anhängerschaft ab.

FAZIT

Die Analyse der *Jungen Nationalisten Sachsen* auf TikTok verdeutlicht die Anpassung extremer rechter Akteure an die Logik von *Recommendation Media*. An die Stelle gewachsener Follower-Strukturen tritt die gezielte Bezugnahme auf algorithmische Kuratierungsmechanismen des *Interest Graphs*. Dadurch kann Reichweite unabhängig von stabilen Netzwerken generiert und potenziell auch ein Publikum adressiert werden, das über klassische Verbreitungswege nicht erreichbar wäre. Zentral ist der Einsatz von *Audio Hijacking* und *Cloaking*. Virale Trends werden aufgegriffen und mit ideologischen Versatzstücken kombiniert, wodurch populäre Sounds zu Trägermedien politischer Botschaften werden. Extrem rechte Inhalte werden in bestehende Soundscapes eingebettet und in die algorithmische Zirkulation integriert. Das *Cloaking* verschleiert politische Codierungen durch popkulturell anschlussfähige Formate und ermöglicht ihre Einbettung in alltägliche Nutzungskontexte.

Die netzwerkanalytische Rekonstruktion des Ökosystems und die qualitative Tiefenanalyse zeigen eine konsistente Inszenierungslogik. Es konnten vier Typen identifiziert werden: „Völkische Idylle“, „Lifestyle-Propaganda“, „Politischer Soldat“ und „Kollektiver Körper“. Diese nutzen plattformspezifische *Affordances* wie Soundscapes, Schnittfrequenzen und affektive Verdichtung, um unterschiedliche Identifikationsangebote zu formulieren. TikTok fungiert damit nicht nur als Distributionskanal, sondern als struktureller Möglichkeitsraum, in dem algorithmische Kuration selbst zum Bezugspunkt propagandistischer Praktiken wird. *Recommendation Media* ermöglichen der extremen Rechten neue Formen metapolitischer Intervention, in denen technische Infrastrukturen, ästhetische Verfahren und affektive Atmosphären eng verschränkt sind. Dadurch schafft es die extreme Rechte, die Grenzen zwischen harmlosem Content und aggressiver Ideologisierung zu verwischen und ihre Inhalte im Mainstream zu verbreiten. Damit einher geht die Gefahr zunehmender Mobilisierung.



ABBILDUNG 4: DER KOLLEKTIVE KÖRPER

LITERATUR

- Askanius, Tina/Keller, Nadine (2021). Murder fantasies in memes: Fascist aesthetics of death threats and the banalization of white supremacist violence. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2522–2539. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1974517>
- Bogerts, Lisa/Fielitz, Maik (2019). „Do You Want Meme War?“ Understanding the Visual Memes of the German Far Right. In M. Fielitz & N. Thurston (Hrsg.), *Post-digital cultures of the far right. Online actions and offline consequences in Europe and the US* (Bd. 71, S. 137–154). transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839446706-010>
- Bösch, Marcus/Divon, Tom (2024). The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine. *New Media & Society*, 26(9), 5081–5106. <https://doi.org/10.1177/14614448241251804>
- Boucher, Vincent (2022). Down the TikTok rabbit hole: Testing the TikTok algorithm's contribution to right wing extremist radicalization. Queen's University (Canada).
- Castelli Gattinara, Pietro/Froio, Caterina (2024). When the Far Right Makes the News: Protest Characteristics and Media Coverage of Far-Right Mobilization in Europe. *Comparative Political Studies*, 57(3), 419–452. <https://doi.org/10.1177/00104140231169029>
- Ekman, Mattias (2014). The dark side of online activism: Swedish right-wing extremist video activism on YouTube. *Mediekultur: Journal of media and communication research*, 30(56). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v30i56.8967>
- Entrena-Serrano, Carlos (2025). Watch, Scroll, Repeat: How Interface Design Shapes Consumptive Curation Affordances on TikTok. *Social Media + Society*, 11(3), 20563051251358529. <https://doi.org/10.1177/20563051251358529>
- Gaudette, Tiana/Scrivens, Ryan/Venkatesh, Vivek (2022). The Role of the Internet in Facilitating Violent Extremism: Insights from Former Right-Wing Extremists. *Terrorism and Political Violence*, 34(7), 1339–1356. <https://doi.org/10.1080/09546553.2020.1784147>
- Geboers, Marloes/Bösch, Marcus (2025). Malicious earworms and useful memes, how the far-right surfs on TikTok audio trends (Version 1). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2506.20695>
- Geboers, Marloes/Pilipets, Elena (2024). Networked masterplots: Music, pro-Russian sentiment, and participatory propaganda on TikTok. *Journal of Digital Social Research*, 6(1), 90–103. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v6i1.201>
- González-Aguilar, Juan Manuel/Segado-Boj, Francisco /Makhortykh, Mykola (2023). Populist Right Parties on TikTok: Spectacularization, Personalization, and Hate Speech. *Media and Communication*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6358>
- Guinaudeau, Benjamin/Munger, Kevin/Votta, Fabio (2022). Fifteen Seconds of Fame: TikTok and the Supply Side of Social Video. *Computational Communication Research*, 4(2), 463–485. <https://doi.org/10.5117/CCR2022.2.004.GUIN>
- Hanzelka, Jan/Schmidt, Ina (2017). *Dynamics Of Cyber Hate In Social Media: A Comparative Analysis Of Anti-Muslim Movements In The Czech Republic And Germany*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.495778>
- Maarouf, Abdurahman/Pröllochs, Nicolas/Feuerriegel, Stefan (2022). *The Virality of Hate Speech on Social Media*. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2210.13770>
- Maly, Ico (2019). New Right Metapolitics and the Algorithmic Activism of Schild & Vrienden. *Social Media + Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119856700>
- Maurer, Moritz (2025). Conspiratoriness and meme culture: Transgressive dynamics in right-wing esoteric social media discourse. *Religion*, 55(1), 43–66. <https://doi.org/10.1080/0048721X.2024.2317865>
- McSwiney, Jordan/Vaughan, Michael/Heft, Annett/Hoffmann, Matthias (2021). Sharing the hate? Memes and transnationality in the far right's digital visual culture. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2502–2521. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961006>
- Miller-Idriss, Cynthia (2018). *The Extreme Gone Mainstream*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400888931>
- Miller-Idriss, Cynthia (2020). *Hate in the Homeland*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691234298>
- Naderifar, Mahin/Goli, Hamideh/Ghaljaie, Fereshteh (2017). Snowball sampling: A purposeful method of sampling in qualitative research. *Strides in development of medical education*, 14(3), 1–6.
- Niendorf, Johanna/Wetzel, Gideon (2026). Angriffe auf Vielfalt. Anti-CSD-Proteste und die Mobilisierung rechter Jugendlicher in Sachsen. In O. Decker/J. Kiess/P. Kocyba (Hrsg.), *Demokratie in Sachsen. Jahrbuch des Else-Frenkel-Brunswik-Instituts für 2025* (S. 111–126). Leipzig: edition überland.
- O'Connor, Ciarán (2021). Hatecape: An In-Depth Analysis of Extremism and Hate Speech on TikTok. https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/08/HateScape_v5.pdf (11.03.2026).
- Ozduzen, Ozge/Ferenczi, Nelli/Holmes, Isabel (2023). „Let us teach our children“: Online racism and everyday far-right ideologies on TikTok. *Visual Studies*, 38(5), 834–850. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2023.2274890>
- Traue, Boris (2013). Visuelle Diskursanalyse: Von programmatischer
- Vorschlag zur Untersuchung von Sicht- und Sagbarkeiten im Medienwandel. URL: <https://opus.bibliothek.uni-augsburg.de/opus4/front-door/index/index/docId/99374> (11.03.2026).
- Volk, Sabine (2025). Pride im Visier: Rechtsextremismus, Queerfeindlichkeit und die aktuelle Bewegungsforschung. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 38(3), 518–528. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2025-0047>
- Wang, Yiting (2021). Multimodal analysis: Researching short-form videos and the theatrical practices. *Proceedings of the 104th Association for Education in Journalism and Mass Communication*, 1, 1–19.
- Wetzel, Gideon/Kiess, Johannes (2025). TikTok im Bunderstagswahlkampf 2025 und extrem Rechte Jugendmobilisierung. *EFBI Digital Report 2025-1*. https://efbi.de/files/efbi/pdfs/Digital%20Reports/2025_1_EFBI_Digital%20Report_V05_final.pdf (11.03.2026).
- Woolley, Samuel C./Guilbeault, Douglas R. (2017). Computational Propaganda in the United States of America: Manufacturing Consensus Online (Working Paper). University of Oxford.

DAS IST ALLES NUR GEKLAUT – DER TECH-MYTHOS EXTREM RECHTER EARLY-ADOPTERS

Die extreme Rechte gilt in der Nutzung von Technologie zur Verbreitung von Propaganda häufig als „Early Adopter“ (z.B. Fielitz, 2019, 107; Holzinger et al., 2024, 78; Grigori, 2022; Ebner, 2019). Diese These möchten wir kritisch überprüfen. Dazu skizzieren wir zunächst, wie die extreme Rechte in Deutschland Technologien historisch adaptiert und genutzt hat. Wir schlagen dazu einen Bogen vom Wahlkampf und der anschließenden Machtübernahme der Nationalsozialisten in den 1930er Jahren über die Nachkriegszeit bis in die 1980er Jahre. Den Schwerpunkt bildet dann der Zeitraum von den 1990er Jahren bis in die Gegenwart. Anhand ausgewählter Beispiele diskutieren wir, ob und inwiefern extrem rechte Akteur*innen neu aufkommende Technologien tatsächlich frühzeitig bzw. als erste umfassend eingesetzt haben und welche Gründe dahinterstanden. Dabei erheben wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit, versuchen jedoch, zentrale Phänomene und Plattformen abzudecken. Vor allem wollen wir dazu anregen, die extreme Rechte und ihre „Erfolge“ kritischer zu diskutieren.

1930ER/1940ER JAHRE: NATIONALSOZIALISMUS

Die 1920er Jahre waren von zahlreichen technischen Innovationen geprägt, die durch militärische Entwicklungen im Ersten Weltkrieg beschleunigt worden waren und nun zunehmend auch zivile Anwendung fanden. Die Nationalsozialisten nutzten viele dieser Technologien systematisch für propagandistische Zwecke – sowohl im Wahlkampf als auch nach der Machtübernahme.

Ein besonders prägnantes Beispiel – neben dem massenweisen Einsatz von Anzeigen und Flugblättern – war die Nutzung des Flugzeugs im Wahlkampf. Nur dadurch war es Adolf Hitler möglich, an einem Tag in mehreren Städten aufzutreten. 1932 wurde unter dem Titel „Hitler über Deutschland“ eine Kampagne durchgeführt, die diesen Mobilitätsvorteil gezielt inszenierte: Diese Form des Wahlkampfs war neu und vermittelte den Eindruck von Omnipräsenz, Modernität, Vitalität und Aufbruchsstimmung. Zugleich verlieh sie der NSDAP ein Image von Dynamik und Jugendlichkeit (Scriba, 2015).

Unmittelbar nach der Machtübernahme wurde am 13. März 1933 das „Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda“ unter Joseph Goebbels gegründet. Presse, Literatur, Film und Rundfunk wurden fortan zentral gesteuert, „gleichgeschaltet“ und systematisch für propagandistische Zwecke eingesetzt. Die technische Grundlage für die massenhafte Verbreitung des Rundfunks war bereits im Ersten Weltkrieg geschaffen worden. Um den Rundfunk möglichst flächendeckend nutzbar zu machen, verpflichtete das Propagandaministerium Hersteller zur Produktion standardisierter, baugleicher Radioempfänger – der sogenannten Volksempfänger (König, 2003). Diese sollten kostengünstig in Serie ge-

fertigt und dadurch für breite Bevölkerungsschichten erschwinglich werden. Zwar waren der Begriff und das Konzept schon Jahre zuvor erdacht, aber die Idee in der Wirtschaftskrise nicht umgesetzt worden (Diller, 1983). Für Goebbels stellte der Rundfunk das effektivste Mittel der Massenbeeinflussung dar. Ziel war nicht argumentatives Überzeugen, sondern die emotionale Ansprache der Bevölkerung – ein Ansatz, den viele andere Parteien der Weimarer Republik nicht verfolgten.

Auch bei Großveranstaltungen wurden technische Innovationen für die Inszenierung genutzt. Bei öffentlichen Auftritten, etwa den Reichsparteitagen, kam moderne Lautsprechertechnik zum Einsatz, die nicht nur der Verständlichkeit diente, sondern den Raum symbolisch strukturierte und Machtverhältnisse sichtbar machte (Wieselberg/Epping-Jäger, 2009). Lichtinstallationen wie der von Albert Speer entworfene „Lichtdom“ verstärkten diese Wirkung. Erst die Aufrüstung der Wehrmacht ermöglichte den Einsatz der hierfür nötigen leistungsstarken Scheinwerfer in großer Zahl. Akustik und Licht formten so den öffentlichen Raum zu einem politischen Inszenierungsraum (Schmidt, 2020). Reden und Veranstaltungen wurden aufgezeichnet und anschließend medial weiterverwertet, wodurch eine frühe Form multimedialer Propagandaverbreitung entstand, die strukturell bereits heutigen digitalen Weiterverwertungslogiken ähnelt.

1950ER-1970ER JAHRE: VERVIELFÄLTIGUNGSTECHNOLOGIEN

Nach dem Sieg der Alliierten, den Verboten nationalsozialistischer Organisationen und den (teilweisen und schleppenden) juristischen Aufarbeitungen befand sich die extreme Rechte zunächst in einer politisch marginalisierten Position. Während das sogenannte Wirtschaftswunder die gesellschaftliche Stabilisierung der Bundesrepublik begleitete, agierten neonazistische Akteur*innen vor allem außerhalb institutioneller Machtstrukturen (wenn sie sich nicht in die neuen Machtstrukturen integrierten) und entwickelten ihre Kommunikationsstrategien aus dieser Opposition heraus. Die 1950er waren von Wiederaufbau und Reorganisation geprägt. Trotz eines kurzen Auflebens Anfang der 1950er durch die Sozialistische Reichspartei, welche sich in Tradition der NSDAP sah, war die organisierte extreme Rechte weitestgehend marginalisiert.

Erst mit Gründung der *Nationaldemokratischen Partei Deutschlands* (NPD) 1964 kam es zu einem erneuten Erstarken der extremen Rechten. Diese nutzte vor allem Flugblätter, Wursendungen und eigene Zeitungen in hoher Stückzahl (bpb, 1968). Später wurden bei militanten Neonazis vor allem jene Medienformen genutzt, die im Konsumbereich verfügbar waren und sich kostengünstig vervielfältigen ließen. Dazu gehörten Tonkasset-

ten, Videobänder sowie Kopierer, mit denen Flugblätter, Fanzines, Broschüren und Aufkleber (re)produziert wurden. Die extreme Rechte nahm hier jedoch keine Vorreiterrolle ein. Vielmehr wurde die Gegenöffentlichkeit der 1960er Jahre von der linken, außerparlamentarischen oppositionellen Bewegung durch eine Vielzahl von Flugblättern, Aufklärungsbroschüren, Musikstücken und Filmen geprägt (Lachenmeier, 2007).

Auch der Nachdruck ideologischer Schriften spielte in diesem Zeitraum eine wichtige Rolle. Mithilfe von Kopiertechnik wurden etwa verbotene oder schwer erhältliche Texte reproduziert und verbreitet, darunter nationalsozialistische Schriften oder international kursierende extrem rechte Literatur. Ein bedeutender Einfluss ging zudem von den USA aus (Janse, 2022). Dort konnten extrem rechte Netzwerke aufgrund anderer rechtlicher Rahmenbedingungen, insbesondere einer liberaleren Handhabung der Meinungsfreiheit, vergleichsweise offen agieren und ihre Publikations- und Vernetzungsstrategien weiterentwickeln. Diese Praktiken wirkten zeitverzögert auf europäische Szenen zurück (Kahn, 2021).

1980ER UND 1990ER JAHRE: ANFÄNGE DES INTERNETS

In den 1980er und 1990er Jahren spielten sogenannte Fanzines eine wichtige Rolle in jugendkulturellen Szenen. Diese in Do-it-yourself-Produktion erstellten Hefte – meist mit Schreibmaschine gestaltet und per Kopierer vervielfältigt – entstanden ursprünglich in der Punk-Szene. Mit der Abspaltung der Nazi-Skinheads wurde das Format übernommen und für eigene Zwecke adaptiert. Fanzines dienten dabei nicht nur der Verbreitung von Musikrezensionen, Szenenachrichten oder politischen Texten, sondern erfüllten vor allem eine wichtige Funktion für die subkulturelle Vergemeinschaftung. Über Zines wurden Authentizität, Szenezugehörigkeit und „richtiger“ Geschmack ausgehandelt, wodurch sie zur Ausbildung von Status und Hierarchien innerhalb der Szenen beitrugen (Prokúpková, 2020).

Anfang der 1990er Jahre nutzten Neonazis Anrufbeantwortersysteme, um Szeneangehörige über Aktivitäten zu informieren. Die entsprechenden Telefonnummern waren als „Nationale Infotelefone“ (NIT) bekannt und kursierten innerhalb der Szene. Regelmäßig aktualisierte Bandansagen informierten über Demonstrationen, Treffen und Aktionen. Das Konzept des Infotelefonstammte ursprünglich aus linken Kontexten (AIB, 1993). Inhaltlich enthielten die Ansagen der NIT neben organisatorischen Informationen häufig Gewaltaufrufe, Diffamierungen politischer Gegner sowie ideologische Botschaften, die sprachlich so formuliert waren, dass sie sich knapp innerhalb rechtlicher Grenzen bewegten (Müller, 1994). Langfristig erwiesen sich die Infotelefone jedoch als wenig effektiv. Zudem gerieten sie ins Visier der Sicherheitsbehörden und wurden überwacht, weshalb viele dieser Angebote bereits nach wenigen Jahren wieder eingestellt wurden (AIB, 1993).

Parallel dazu entwickelten sich die frühen Strukturen des Internets weiter. Über Akustikkoppler und Modems konnten Nutzer*innen sich per Telefonleitung mit sogenannten Mailboxen – *Bulletin Board Systems* (BBS) – verbinden. Diese meist privat betriebenen Plattformen ermöglichten sowohl private Nachrichten als auch öffentliche Beiträge auf digitalen „Schwarzen Brettern“. Netzwerke wie FidoNet, Usenet oder das Z-Netz existierten

bereits seit den späten 1980er Jahren in Deutschland, wurden aber zunächst wieder vor allem von technikaffinen, häufig eher links oder libertär orientierten Nutzer*innen verwendet (Dietzsch/Maegerle, 1997). Rechts-extreme Akteur*innen begegneten diesen Netzwerken ambivalent: Einerseits lehnten sie sie ideologisch ab und diffamierten sie als „linksextrem“, andererseits versuchten sie, vergleichbare Strukturen aufzubauen (ebd.). Auch US-amerikanische Neonazis nutzten bereits seit den 1980er Jahren Computer zur Kommunikation. Innerhalb der NPD wurde diese Entwicklung dann institutionell aufgegriffen. Nach der Wahl Günter Deckerts zum Parteivorsitzenden 1991 richtete die Partei einen „Arbeitskreis Medien und Technik“ ein. Ab 1992 war sie über den BTX-Dienst der Deutschen Telekom präsent (ebd.).

Ebenfalls 1992 gründete der Erlanger Informatiker Thomas Hetzer aus dem Umfeld der NPD-Jugendorganisation *Junge Nationalisten* (JN) die Mailbox „Widerstand BBS“. Gemeinsam mit der Nürnberger Mailbox „Phantom“ entstand daraus das „Deutsche National Netz“, das ab 1993 unter dem Namen „Thule-Netz“ firmierte. Der Name fungierte als ideologischer Code mit Bezug zur Thule-Gesellschaft. 1996 umfasste das Netzwerk insgesamt 17 Mailboxen im deutschsprachigen Raum (Deutscher Bundestag, 2019). Im Gegensatz zu vielen anderen Netzen war es zentralistisch organisiert.

Ursprünglich sollte das Netzwerk der Rekrutierung neuer Unterstützer*innen dienen. Allerdings wurden seine Mailboxen in anderen Netzwerken häufig blockiert – eine frühe Form des Deplatformings. Dadurch entwickelte sich das System zunehmend zu einem abgeschotteten Kadernetz. Technisch handelte es sich nicht um eine Eigenentwicklung, sondern um die Übernahme bestehender Konzepte ohne ausreichende Sicherheitsstandards. Die öffentliche Wahrnehmung überschätzte seine tatsächliche Bedeutung deutlich; ein Großteil der Inhalte bestand aus abgeschriebenem Material aus Schulungsunterlagen oder ideologischen Texten. Verschlüsselungsprogramme wie PGP wurden kaum genutzt, sodass viele Beteiligte trotz Pseudonymen identifiziert werden konnten. Kai D., einer der Betreiber des Thule-Netzwerkes, erhielt als V-Mann des Verfassungsschutzes zusätzlich zu seinem monatlichen Honorar in Höhe von 800 D-Mark auch Geld für Computer-Hardware (Szymanski, 2012). Schätzungen zufolge sind auf diese Weise über einen Zeitraum von zehn Jahren insgesamt etwa 150.000 D-Mark staatlicher Mittel in das Thule-Netz geflossen.

2000ER: DAS WEB 1.0 ...

Mit der breiteren Verfügbarkeit des webbasierten Internets verlagerte sich Ende der 1990er Jahre auch die Kommunikation der extremen Rechten zunehmend auf Websites. Mailboxsysteme verloren an Bedeutung. Das später sogenannte Web 1.0 umfasste vor allem statische Webseiten, bot jedoch bereits interaktive Elemente wie Gästebücher, Foren und Kommentarfunktionen, die Austausch ermöglichten.

Ab 2003 existierte ein deutschsprachiger Ableger des ursprünglich aus den USA stammenden neonazistischen Portals „Altermedia“. Dieses orientierte sich konzeptionell und visuell am linkspolitischen Portal „Indymedia“. Anders als beim Vorbild konnten Nutzer*innen jedoch keine unmoderierten Beiträge veröffentlichen. Stattdessen stellten die Betreiber*innen selbst Inhalte zusammen oder übernahmen sie aus anderen Quellen.

Ziel war der Aufbau einer extrem rechten Gegenöffentlichkeit. Die Beiträge waren geprägt von antisemitischer und rassistischer Propaganda sowie Holocaustleugnung. Trotz seiner Popularität in Teilen der Szene wurde das Portal von der NPD kritisch gesehen, da dort auch Parteiangehörige öffentlich kritisiert wurden. Nach strafrechtlichen Ermittlungen und Verurteilungen der Betreiber wurde „Altermedia“ 2016 verboten (bpb, o.J.).

Ein weiteres Beispiel für die Nachahmung etablierter Plattformmodelle war „Metapedia“, eine extrem rechte Version der Wikipedia, die 2006 in Schweden entstand und auch im deutschsprachigen Raum genutzt wurde. Technisch basierte sie auf der freien MediaWiki-Software. Anders als beim pluralistischen Vorbild konnten dort auch geschichtsrevisionistische und extrem rechte Inhalte veröffentlicht werden. Für den Austausch innerhalb der Szene gewann zudem das Forum „Thiazi.net“ an Bedeutung, das sich 2007 aus dem deutschsprachigen Bereich des Forums „skandi.net“ entwickelte. Nach Ermittlungen und Festnahmen im Umfeld der Betreiber war die Seite ab Mitte 2012 nicht mehr erreichbar (Jüttner, 2012). Ein weiteres wichtiges Medium war das Blog „Politically Incorrect (PI-News)“, das seit 2004 existiert und sich gegen eine angebliche „Islamisierung Europas“ richtet. Das Bundesamt für Verfassungsschutz stuft das Portal 2021 als erwiesen extremistisch ein (Geyer, 2014). Auch dieses hat inzwischen an Relevanz eingebüßt.

... UND DAS WEB 2.0

Die zentrale Neuerung des Web 2.0 war der grundlegende Wandel hin zu nutzergeneriertem Inhalt. Während zuvor technische Kenntnisse und Ressourcen nötig waren, um eigene Webseiten zu betreiben, übernahmen Plattformen diese Infrastruktur und senkten die Einstiegshürden erheblich. Gleichzeitig verbesserten erschwingliche Aufnahmegeräte, steigende Rechenleistung und der Ausbau der Internetinfrastruktur die Möglichkeiten zur Produktion von Bild-, Ton- und Videoinhalten. Kein Gerät verkörpert diese Entwicklung stärker als das Smartphone.

Das Medienportal „Volksfrontmedia“, später „Media Pro Patria“, nutzte früh Onlinevideos und veröffentlichte zwischen 2006 und 2010 zahlreiche Wahlkampf-, Musik- und Propagandavideos auf einer eigenen Website sowie auf YouTube. Die Betreiber stammten aus dem Umfeld des „Nationalen Zentrums“ in Butzbach (Rieb, 2022) und gehörten militanten Neonazistrukturen an, standen zugleich aber auch in Verbindung zur NPD und ihrer Jugendorganisation (Merling, 2010). Inhaltlich folgten diese ersten Web-2.0-Inhalte der Strategie der sogenannten *Autonomen Nationalisten* (Staud/Radke, 2014). Die Videos orientierten sich formal an jugendaffinen Musik- und Werbeästhetiken und griffen Themen wie Hardcore-Musik, Straight Edge oder Globalisierungskritik auf, die ursprünglich eher links konnotiert waren. Diese Inhalte wurden mit antisemitischen, völkischen und ethnopluralistischen Ideologieelementen vermischt. Schnelle Schnitte, dynamische Abfilmungen und zur Kamera laufende Sprecher*innen verliehen den Produktionen eine jugendliche Anmutung und stellten frühe Varianten später verbreiteter Videoformate dar. Die Nutzung von Onlinevideos bedeutete für rechte Propaganda eine qualitative Erweiterung, beruhte jedoch einmal mehr auf ästhetischen und strategischen Vorbildern aus anderen politischen und subkulturellen Kontexten (Zentralstelle der Länder für Jugendschutz im Internet, 2009).

Ab 2006 sorgten Aktionen unter dem Titel „Die Unsterblichen“ für Aufmerksamkeit. Dabei handelte es sich um inszenierte Fackelmärsche, die als Flashmobs organisiert wurden. Teilnehmende trugen schwarze Kleidung im Stil der *Autonomen Nationalisten* sowie weiße Theatermasken, die Assoziationen zu Gruppen wie dem Ku-Klux-Klan oder Anonymous hervorriefen. Die Aktionen bezogen sich propagandistisch auf den Mythos eines drohenden „Volkstods“ und erlangten insbesondere durch die Verbreitung entsprechender Videos im Internet größere Bekanntheit. Vergleichbare Aktionsformen existierten zuvor bereits in linken Kontexten. So hatten etwa 2004 Gruppen unter dem Titel „Die Überflüssigen“ ebenfalls mit weißen Theatermasken in Form von Flashmobs gegen Sozialabbau protestiert (Gensing, 2012).

2010ER UND 2020ER: DURCHSETZUNG DER PLATTFORMÖKONOMIE

Mit dem Aufstieg sozialer Netzwerke verschob sich die digitale Kommunikationslandschaft erneut und noch massiver. Plattformen wie Facebook ermöglichten es politischen Bewegungen, große Reichweiten mit vergleichsweise geringem Aufwand zu erzielen. Bewegungen wie PEGIDA nutzten diese Infrastruktur gezielt zur Mobilisierung und Vernetzung (Stier et al., 2017). PEGIDA entstand sogar aus einer Facebook-Gruppe heraus. Die AfD gilt als erste deutsche Partei, die sich Facebook erfolgreich zunutze machte (Lucht et al., 2017; Haller, 2019). Diese Erfolge knüpften an amerikanische Vorbilder an, insbesondere die Trump-Kampagne 2016 (Benkler et al., 2018).

Auch die *Identitäre Bewegung* (IB) setzte stark auf visuelle Inszenierung. Aktionen wurden so gestaltet, dass sie medienwirksam dokumentiert und online verbreitet werden konnten. Einzelpersonen fungierten dabei zunehmend als identitätsstiftende Figuren. Parallel entstanden Onlineformate und Influencer-ähnliche Auftritte, die politisches Messaging mit popkulturellen Stilmitteln verbanden. Das YouTube-Projekt „Ruhrpott Roulette“ orientierte sich an erfolgreichen Formaten bekannter YouTuber: So wurden bekannte Pop-Songs umgedichtet (z.B. Hetztape) oder Challenges übernommen und mit rassistischen, antisemitischen, misogynen und transphoben Inhalten versetzt (Müller, 2019). Weiterhin traten IB-Angehörige wie Rebellanie als Influencer*innen auf Plattformen wie Instagram auf.

Im Bereich digitaler Spiele (Gaming) entwickelten sich ebenfalls Szenen mit extrem rechten Akteur*innen. Dort traten Phänomene wie koordinierte Trollkampagnen, diskriminierende Kommunikationspraktiken sowie Desinformation auf. Gleichzeitig wurde versucht, eigene Spieleprojekte oder Studios mit ideologischer Ausrichtung zu etablieren (Franz/Prinz, 2021). Gaming-Communities fungierten dabei auch als Übergangsräume zu Imageboards und anderen anonymen Onlineforen.

In den 2020er Jahren gewannen dann einerseits Messenger-Dienste und andererseits algorithmisch gesteuerte Plattformen weiter an Bedeutung. Besonders Telegram entwickelte sich zu einem wichtigen Kommunikationsraum für extrem rechte Netzwerke, da dort geringere Moderationshürden bestehen (Kiess et al., 2022; Kiess/Wetzel, 2023). Plattformen wie Instagram und TikTok eröffneten wiederum neue Möglichkeiten der Reichweitensteigerung durch algorithmische Empfehlungssysteme.

Zeitweise führte verstärktes Deplatforming auf großen Plattformen wie YouTube dazu, dass extrem rechte Akteur*innen parallel auf sogenannte Alt-Tech-Plattformen wie Odysee oder Gab auswichen.

Der zunehmende Einsatz von sogenannter Künstlicher Intelligenz (KI) erweitert die technischen Möglichkeiten zusätzlich. KI-generierte Bilder, Videos, Texte und Musik können Propagandaproduktion beschleunigen und skalieren. Damit entstehen neue Formen digitaler Agitation, bei denen automatisierte Inhalte als Multiplikatoren wirken.

DISKUSSION UND FAZIT

Mit neuen Technologien können Reichweiten erhöht und Kosten gesenkt werden – entscheidende Vorteile für Bewegungen mit massenpolitischem Anspruch. Bereits der Nationalsozialismus verstand sich als moderne Bewegung und nutzte bewusst neue Technologien, um Massenwirkung zu erzielen. Nach 1945 agierte die extreme Rechte dagegen zunächst geschwächt und griff, wie andere oppositionelle Gruppen, auf die wenigen verfügbaren Kommunikationsmittel zurück. In den folgenden Jahrzehnten zeigte sich wiederholt, dass extrem rechte Akteur*innen selten originäre technische Innovationen entwickelten. Stattdessen übernahmen sie bestehende Modelle anderer Bewegungen, adaptierten sie für eigene Zwecke und profitieren von überproportionaler medialer Aufmerksamkeit für Tabubrüche.

Erst mit dem Aufkommen sozialer Plattformen lässt sich eine Verschiebung beobachten: Einige extrem rechte Akteur*innen nutzen neue Plattformen frühzeitig und experimentieren intensiv mit Formaten. Dabei zeigt sich, dass extreme Äußerungen und die Verwendung emotionalisierender und konfliktorientierter Sprache in der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie häufig für hohe Reichweite sorgen (Jungherr et al., 2019; Brady et al., 2020). Dies wird verstärkt durch eine hohe Aktivität und Interaktion (Kommentare, Likes, Shares) innerhalb der Gruppen, wodurch der Eindruck einer breiteren Zustimmung entsteht (Bail, 2021). Untersuchungen zeigen durchaus, dass andere politische Bewegungen bei vergleichbarer Nutzung ähnliche Effekte erzielen (Wetzel/Kiess, 2025). Die Unterschiede hinsichtlich des Erfolgs und im Ergebnis der Wahrnehmung als „early adopters“ liegen unserer Einschätzung nach daher weniger in der technischen Kompetenz als in der strategischen Schwerpunktsetzung und in der medialen Wahrnehmung.

Die historische Betrachtung zeigt, dass die Einschätzung der extremen Rechten als technologische Vorreiter meist nicht zutrifft. In vielen Fällen wurden Technologien bereits zuvor von anderen, häufig emanzipatorischen oder subkulturellen Bewegungen genutzt. Rechte Akteur*innen übernahmen diese Ansätze oft erst später, erhielten dann jedoch aufgrund medialer Aufmerksamkeit den Ruf besonderer Innovationsfähigkeit. Zugleich klaffen propagierter Anspruch und tatsächliche Reichweite oder Wirkung häufig auseinander. Schon in früheren Phasen wurden Aktivitäten medial größer dargestellt, als sie real waren. Die Inszenierung der *Freien Sachsen* als bundeslandweiter Bewegungsakteur und Taktgeber der sächsischen Protestszene (Kiess/Nattke, 2024) reiht sich hier ein.

Gleichwohl sind die Medienstrategien der extremen Rechten zentral für die Analyse gegenwärtiger Entwicklungen. Mehrere strukturelle Faktoren begünstigen heute

die Nutzung neuer Technologien durch extrem rechte Szenen. Dezentrale Kommunikationsformen, wie sie soziale Plattformen bieten, sind schwerer zu kontrollieren und eignen sich daher besonders für subkulturelle oder eher im Verborgenen agierende Milieus. Niedrige Eintrittshürden und geringe Kosten ermöglichen schnelle Verbreitung – etwa durch Kopiertechnik, Kassetten und Mailboxsysteme früher oder über soziale Plattformen heute. Hinzu kommen Möglichkeiten zur Anonymität, Pseudonymität und Verschlüsselung, die Schutz vor Strafverfolgung oder sozialer Sanktion versprechen. Frühzeitig entstand zudem eine internationale Vernetzung, insbesondere zwischen Szenen in den USA, Deutschland und Skandinavien (Conway et al. 2019). Ideologisch spielt der Anspruch eine Rolle, eine Gegenöffentlichkeit aufzubauen. Alternative Medien dienen dabei nicht nur der Außenkommunikation, sondern auch der Selbstvergewisserung innerhalb der Szene. Räume mit wenig Moderation oder Regulierung sind dafür besonders attraktiv, weil dort Propagandamaterial, verbotene Schriften oder Musik einfacher verbreitet werden können.

LITERATUR

- Antifaschistisches Infoblatt (AIB) (1993). Das „Nationales Infotelefon“ aus Wiesbaden. Antifaschistisches Infoblatt, AIB 22 - 2.1993. URL: <https://antifainfoblatt.de/aib22/das-nationales-infotelefon-aus-wiesbaden> (04.03.2026).
- Bail, Chris (2021). *Breaking the Social Media Prism: How to Make Our Platforms Less Polarizing*. Princeton: Princeton University Press.
- Benkler, Yochai/Faris, Rob/Hal, Roberts (2018). *Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press.
- Brady, William J./Crockett, M. J./Van Bavel, Jay J. (2020). The MAD Model of Moral Contagion: The Role of Motivation, Attention, and Design in the Spread of Moralized Content Online. *Perspectives on Psychological Science*, 15(4), 978–1010.
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (o.J.). „Altermedia“. Glossar Rechtsextremismus. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/500757/altermedia/> (04.03.2026).
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (Hrsg.) (1968). Erfahrungen aus der Beobachtung und Abwehr rechtsradikaler und antisemitischer Tendenzen im Jahre 1967. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 15/1968. URL: https://www.bpb.de/system/files/apuz_files/1968-15-/Apuz-1968-15-Rechtsradikalismus_in_der_Bundesrepublik_im_Jahre_1967.pdf (13.03.2026).
- , Maura/Scrivens, Ryan/Macnair, Logan (2019). Right-Wing Extremists' Persistent Online Presence: History and Contemporary Trends. *ICCT Policy Brief, October 2019*. URL: <https://icct.nl/sites/default/files/import/publication/Right-Wing-Extremists-Persistent-Online-Presence.pdf> (13.03.2026).
- Deutscher Bundestag (2019). *Erkenntnisse zum „Thule-Netz“*. *Parlamentarnachrichten*, 21.11.2019. URL: https://www.bundestag.de/webarchiv/presse/hib/2019_11/669608-669608 (04.03.2026).
- Dilling, Ansgar (1983). Der Volksempfänger – Propaganda- und Wirtschaftsfaktor. *Studienkreis Rundfunk und Geschichte Mitteilungen* 9(3), 140–157.
- Dietzsch, Martin/Maegerle, Anton (1997). „Befreite Zone“ Thule-Netz? In Stiftung Dokumentationsarchiv des österreichischen Widerstandes (Hrsg.), *Das Netz des Hasses. Rassistische, rechtsextreme und neonazistische Propaganda im Internet* (S. 170–192). Wien: Deuticke. URL: <https://diss-duisburg.de/2012/10/thule-netz/> (04.03.2026).
- Ebner, Julia (2019). *Radikalisierungsmaschinen. Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren*. Berlin: Suhrkamp.
- Fielitz, Maik (2019). Post-digitale Kulturen der extremen Rechten. In Friedrich Burschel (Hrsg.), *Autoritäre Formierungen. Der Durchmarsch von rechts geht weiter* (S. 105–115). Berlin: Rosa-Luxemburg-Stiftung.
- Franz, Piotr/Prinz, Mick (2021). Toxische Spielestudios. In Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.), *Unverpixelter Hass – Toxische und rechtsextreme Gaming-Communitys* (S. 34–38). Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. URL: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/02/unverpixelter-hass-netz-final.pdf> (09.03.2026).
- Gensing, Patrick (2012). Überflüssig, nicht unsterblich. *Publikative.org*, 08.06.2012. URL: <https://web.archive.org/web/20120610071542/http://www.publikative.org/2012/06/08/uberflussig-nicht-unsterblich/> (04.03.2026).
- Geyer, Steven (2014). Virtuelle Kreuzritter. *Bundeszentrale für politische Bildung*, 17.03.2014. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/180751/virtuelle-kreuzritter/> (04.03.2026).
- Grigori, Eva (2022). Soziale Arbeit und rechtsextreme Lebenswelten im virtuellen Raum. In Christopher Gille/Birgit Jagusch/Chehata Yasmine (Hrsg.), *Die extreme Rechte in der Sozialen Arbeit. Grundlagen – Arbeitsfelder – Handlungsmöglichkeiten* (S. 250–263). Weinheim: Beltz Juventa.
- Haller, André (2019). Die Online-Kampagnen im Bundestagswahlkampf 2017. Eine quantitative Auswertung der Facebook-Reichweiten von Parteien und Kandidatinnen und Kandidaten. In Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf* (S. 49–72). Wiesbaden: Springer.
- Holzinger, Roland/Steinmaurer, Thomas/Wasner, Christian (2024). Digitale Mobilisierung. Zur Rolle von Akteur:innen und Plattformen in der österreichischen Corona-Protestbewegung. *MedienJournal*, 47(4), 59–82.
- Janse, Annelotte (2022). From Letters to Bombs. Transnational Ties of West German Right-Wing Extremists, 1972–1978. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 14(3), 241–258.
- Jungherr, Andreas/Schroeder, Ralph/Stier, Sebastian (2019). Digital Media and the Surge of Political Outsiders: Explaining the Success of Political Challengers in the United States, Germany, and China. *Social Media + Society*, 5(3), 2056305119875439.
- Jüttner, Julia (2012). Nazis offline. *Der Spiegel*, 14.06.2012. URL: <https://www.spiegel.de/panorama/justiz/festnahmen-nach-razzia-wegen-thiazi-a-838925.html> (04.03.2026).
- Kahn, Michelle Lynn (2021). The American Influence on German Neo-Nazism. An Entangled History of Hate, 1970s–1990s. *The Journal of Holocaust Research*, 35(2), 91–105.
- Kiess, Johannes/Nissen, Sophie/Wetzel, Gideon/Winkler, Benjamin (2022). *Pilotausgabe. EFBI Digital Report 2022-o*. Leipzig: Else-Frenkel-Brunswik-Institut.
- Kiess, Johannes/Wetzel, Gideon (2023). *Rückgang der Mobilisierung – Fortsetzung der Agitation. EFBI Digital Report 2023-1*. Leipzig: Else-Frenkel-Brunswik-Institut.
- Kiess, Johannes/Nattke, Michael (2024). *Widerstand über alles. Wie die Freien Sachsen die extreme Rechte mobilisieren*. Leipzig: edition überland.
- König, Wolfgang (2003). Der Volksempfänger und die Radioindustrie. Ein Beitrag zum Verhältnis von Wirtschaft und Politik im Nationalsozialismus. *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, 90(3), 269–289.
- Lachenmeier, Dominik (2007). Die Achtundsechziger-Bewegung zwischen etablierter und alternativer Öffentlichkeit. In Martin Klimke/Joachim Scharloth (Hrsg.), *1968. Handbuch zur Kultur- und Mediengeschichte der Studentenbewegung* (S. 61–72). Stuttgart: J. B. Metzler.
- Lucht, Jens/Udris, Linards/Vogler, Daniel (2017). *Politische Inszenierungen. Eine Inhalts- und Resonanzanalyse der Facebook-Seiten bundesdeutscher Parteien*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Merling, Bernd (2010). Volksfront Medien (Jena/Butzbach). *Antifaschismus2.0*, 16.04.2010. URL: <https://web.archive.org/web/20250606091601/https://antifaschismus2.de/literatur/318-volksfront-medien-jenabutzbach/> (04.03.2026).
- Müller, Peter (1994). Schon wieder ein „Nationales Info-Telefon“ installiert. *Die Tageszeitung: taz*, 21.05.1994. URL: <https://taz.de/Schon-wieder-ein-Nationales-Info-Telefon-installiert/156172/> (04.03.2026).
- Müller, Stefan (2019). Menschenverachtung als „Satire“. Neue Projekte der „Identitären Bewegung“ im Ruhrgebiet. *Lotta Magazin*, 15.07.2019. URL: <https://lotta-magazin.de/ausgabe/75/menschenverachtung-als-satire/> (09.03.2026).
- Prokúpková, Vendula (2020). The Role of Fanzines in the (Re)Production of Subcultural Capital. The Authenticity, Taste and Performance of „Coolness“ in the Zines of the Subculture of Czech White Power Skinheads in the 1990s. *Forum Historiae*, 14(1), 116–130.
- Rieb, Bruno (2022). NSU-Bericht. *Der neue Landbote*, 01.11.2022. URL: <https://landbote.info/nsu-bericht/> (04.03.2026).
- Schmidt, Alexander (2020). Faszination „Lichtdom“. *Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände*, 28.07.2020. URL: <https://museen.nuernberg.de/dokuzentrum/sammlung/ans-licht-geholt/vad/faszination-lichtdom> (13.03.2026).
- Scriba, Arnulf (2015). „Die NS-Propaganda“. LEMO, Deutsches Historisches Museum, Berlin. URL: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/ns-propaganda> (04.03.2026).
- Staud, Toralf/Radke, Johannes (2014). Das braune Netz. *Bundeszentrale für politische Bildung*, 18.03.2014. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/180893/das-braune-netz/> (04.03.2026).
- Stier, Sebastian/Posch, Lisa/Bleier, Armin/Strohmaier, Markus (2017). When populists become popular: comparing Facebook use by the right-wing movement Pegida and German political parties. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1365–1388.
- Szymanski, Mike (2012). NSU-Ausschuss – Staat hat Neonazi-Netz finanziert. *Süddeutsche Zeitung*, 15.11.2012. URL: <https://www.sueddeutsche.de/bayern/nsu-ausschuss-im-bayerischen-landtag-das-staatliche-neonazi-netz-1.1523498> (04.03.2026).
- Wieselberg, Lukas/Epping-Jäger, Cornelia (2009). Nationalsozialistische Lautsprecher. *science.ORF.at*, 11.12.2009. URL: <https://sciencev2.orf.at/stories/1633856/index.html> (04.03.2026).
- Wetzel, Gideon/Kiess, Johannes (2025). Der kurze Atem des AfD-TikTok-Erfolgs. In Johannes Kiess/Gideon Wetzel (Hrsg.), *TikTok im Bundestagswahlkampf 2025 und extrem rechte Jugendmobilisierung. Digital Report 2025-1* (S. 4–10). Leipzig: Else-Frenkel-Brunswik-Institut.
- Zentralstelle der Länder für Jugendschutz im Internet (2009). *Rechtsextremismus Online – Jugendliche im Visier der Szene. Trends und Gegenstrategien. Projektbericht 2008 der Zentralstelle der Länder für Jugendschutz im Internet*. URL: <https://www.bpb.de/system/files/pdf/VBZLHA.pdf> (04.03.2026).

AUTOREN

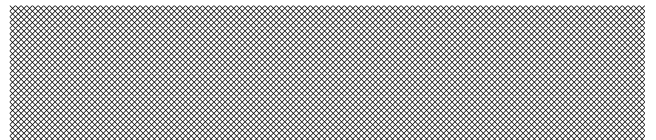
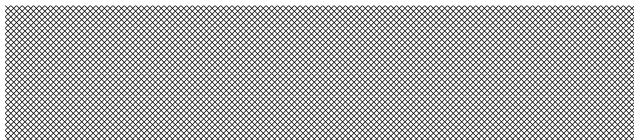
Johannes Kiess ist stellvertretender Direktor des EFBI und leitet dort u.a. den Bereich Monitoring extrem rechter Mobilisierung in Sachsen.

Bastian Stock hat einen Masterabschluss in Politikwissenschaft und arbeitet als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TU Dresden. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen politische Beteiligung, Protestbewegungen und Rechtsextremismus. Aktuell befasst er sich insbesondere mit den diskursiven, ästhetischen und organisatorischen Dynamiken rechter Mobilisierungen sowie deren Wechselwirkungen mit digitalen Öffentlichkeiten.

Gideon Wetzel ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am EFBI im Bereich Online-Monitoring.

KOOPERATIONSPARTNER

Das Projekt *de:bunk. Verschwörungstheoretischem Antisemitismus entgegenzutreten* ist ein Modellprojekt im Bundesprogramm *Demokratie leben* mit Förderunterstützung des Landesprogramms *Weltoffenes Sachsen*. Es befasst sich mit der Analyse, Prävention und dem Ausprobieren von Handlungsstrategien zu Verschwörungsideologien und Antisemitismus in Sachsen. Im Vordergrund steht die Zusammenarbeit mit Lehrkräften oder Pädagoginnen und Pädagogen, welche wiederum für ihre Arbeit mit Kindern und Jugendlichen sensibilisiert und unterstützt werden. *de:bunk* arbeitet zudem modellhaft in drei sächsischen Regionen und erprobt dort verschiedene Strategien zum Umgang mit Verschwörungsideologien. Das Projekt unterhält auch ein Fortbildungs- und Vortragsprogramm und kann landesweit hierfür aufgesucht werden.



IMPRESSUM

Redaktion: Dr. Johannes Kiess, Gideon Wetzel
Lektorat: Tilman Meckel
Gestaltung und Satz: Markus Dreßen
Redaktionsschluss: 21. März 2026
Druck: Merkur Druck, Leipzig
www.efbi.de

ANSPRECHPARTNER BEI DER AAS

Benjamin Winkler, Projektleiter
debunk@amadeu-antonio-stiftung.de



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Research Centre Global
Dynamics | ReCentGlobe



Das Projekt wird finanziert durch Mittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushalts.