

Ladenschluss für Naziläden

...zum Selbermachen

Naziläden gibt es inzwischen fast in jeder Stadt.

Ob nun die Thor-Steinar-Filiale in bester Innenstadtlage oder der Nazimusik- und „Consdaple“- vertickende Oldschoolnaziladen – gemeinsam haben sie eins: sie verkaufen rechten Lifestyle, sie bieten ihren Kund_innen die Möglichkeit, sich eine rechte Identität aufrecht zu erhalten bzw. aufzubauen. Und nicht zuletzt vermitteln sie eine zutiefst verabscheuenswürdige Ideologie.

Mit diesem kleinen Leitfaden wollen wir ein paar Methoden dokumentieren, mit deren Hilfe ohne besonders großen Aufwand Öffentlichkeit gegen Naziläden erzeugt und effektiv Druck aufgebaut werden kann, um den Ladenschluss für Naziläden Realität werden zu lassen.

Selbstverständlich ist es zu begrüßen, wenn sich der Protest gegen Naziläden nicht in diesen Methoden erschöpft. Entscheidet sich der/die Vermieter_in für eine Klage, um den Mietvertrag aufzulösen, vergeht bis zu einer verbindlichen gerichtlichen Entscheidung meist eine Menge Zeit. Somit wandert auch weiterhin alles was das Naziherz begehrt über die Ladentheke. Dies sollte für alle Antifaschist_innen zum Anlass geben, kreativ und vielfältig zu intervenieren!

Ladenschlussbündnis Sachsen
www.ladenschlussbuendnis.blogspot.de
yyy@xxx.de



what to do...?

1. **Brief an den/die Vermieter_in des Naziladens**
 2. **Flyer an die Anwohner_innen**
 3. **...inform the media! Pressemitteilungen**
 4. **Thor Steinar & Co in nicht-rechten Läden**
 5. **Nicht-rechte Klamotten im Naziladen**
 6. **Präventionsbrief an potentielle Vermieter_innen von Naziläden**
 7. **more infos**
 8. **support your local Ladenschluss-group!!**
-

1. Brief an den/die Vermieter_in des Naziladens

Die Entscheidung, ob eine Klage gegen die Fortführung des Mietverhältnisses mit dem/der Betreiber_in eines Naziladens erhoben wird, obliegt natürlich dem/der Vermieter_in.

Ein Vorteil besteht im existierenden gesellschaftlichen Konsens, dass neonazistische Positionen geächtet werden, woraus ein Distanzierungsdruck entsteht. Dieser ist besonders dort hoch, wo es einen Ruf zu verlieren gibt und es ist möglich, dass der/die Vermieter_in schnell und vehement auf Abstand geht. Dies geschah beispielsweise in Frankfurt (Oder), als sich eine „Thor Steinar“-Filiale bei der Deutschen Bahn einmietete und bereits nach zehn Tage nach dem Einräumen der Regale auch schon wieder die Kündigung im Postkasten hatte.

Das geht auch bei euch. Selbst kleinste Gruppen oder Einzelpersonen können mit minimalem Aufwand einen Brief aufsetzen. Etwas Arbeit kostet es höchstens, den/die Vermieter_in herauszufinden – wobei mensch sich nicht scheuen sollte dafür Nachbar_innen des Naziladens oder den/die Hausmeister_in zu fragen.

Ausschlaggebend ist die Art des Umgangs mit dem/der Vermieter_in. Ähnlich einer Pressemitteilung sollte die Kontaktaufnahme sachlich, höflich aber auch fordernd und direkt sein. Der Schriftverkehr wird per Postbrief geführt, um eine gewisse Ernsthaftigkeit zu demonstrieren. Dieses Anliegen wird unterstrichen, indem das Angebot auf Kooperation unterbreitet und für Nachfragen eine Ansprechorganisation bzw. -person im Brief genannt wird. Zu empfehlen ist das Beilegen einer Broschüre der Kampagne „Investigate Thor Steinar“, um ausführliche Hintergrundinformationen zu geben (zu bestellen gegen Porto auf <http://investigatethorsteinar.blogspot.de>)

Im Folgenden ist ein Musterbrief beigefügt, welcher noch allgemein auf Thor Steinar zugeschnitten ist. Hinzugefügt werden könnten noch Informationen, ob der/die Betreiber_in des Naziladens tiefergehend in die rechte Szene verstrickt ist, auf entsprechenden Demonstrationen teilgenommen hat oder sonst wie auffällig geworden ist.

Beispielbrief an den/die Vermieter_in

[Adresse Vermieter_in]

Sehr geehrter Herr/Frau [Vermieter_in],

wie sie wahrscheinlich schon wissen, befindet sich im Erdgeschoss des Ferdinandplatzes 1 in Dresden das „Larvik“, ein bekanntes Bekleidungsgeschäft der rechtsextremen Szene. Sie sind nach unseren Erkenntnissen Vermieter dieser Räumlichkeiten. Aus diesem Grund möchten wir Ihnen mit diesem Schreiben Informationen über den Hintergrund des Ladengeschäftes zukommen lassen. Wir verknüpfen damit die Erwartung, dass Sie im Rahmen Ihrer Möglichkeiten alles daran setzen, das Mietverhältnis mit dem rechten Bekleidungsgeschäft auf kurzem Weg zu beenden.

Das Sortiment des Larvik besteht ausschließlich aus Artikeln der Marke „Thor Steinar“. Dies ist eine Modemarke, die aus dem Umfeld der Neonaziszene produziert und vertrieben wird, die sich völkischer Symbolik mit NS-Bezug bedient und die hauptsächlich von Neonazis getragen wird. Das alte Logo der Marke musste geändert werden, da es lange Zeit wegen seiner Ähnlichkeit mit nationalsozialistischer Symbolik strafrechtlich verfolgt wurde. Derzeit klagt der Staat Norwegen gegen die rechte Marke, da „Thor Steinar“ die Nationalflagge des Landes ohne Einwilligung verwendet. Firmen wie Ebay haben bereits Konsequenzen gezogen und ein Verbot ausgesprochen, die Marke über ihre Plattform zu verkaufen. Ebenso ist das Tragen von „Thor Steinar“-Kleidung im Deutschen Bundestag, im Landtag Mecklenburg-Vorpommerns sowie in zahlreichen Fußballstadien verboten. Wir haben ihnen eine Informationsbroschüre beigelegt, die ausführlich die Kollektion von „Thor Steinar“ analysiert.

Die eigentliche Gefahr, die von solcher Kleidung mit subtiler, nationaler Ästhetik ausgeht ist, dass es sich um Symboliken handelt, die als Verständigungs- und Identifizierungscode in der Neonazi-Szene kursieren. Diese sind meist nur von Eingeweihten eindeutig zu identifizieren. So ist es Neonazis möglich, dem üblichem Szenecode zu entsprechen, ohne Ächtungen aus der Zivilgesellschaft fürchten zu müssen. Petra Müller von der „Initiative für politische Aufklärung Hunsrück“ hatte treffend formuliert: "Wir betrachten Kleidungslabel wie Thor Steinar [...] als Einstiegsdroge für Jugendliche in die rechtsextreme Szene". Ebenso der Brandenburger Verfassungsschutz: „Das Tragen von „Thor Steinar“ dient als identitätsstiftendes Erkennungszeichen unter Rechtsextremisten.“

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich über den Hintergrund der verkauften Marke weiter informieren und intensiv prüfen, welche Möglichkeiten Sie haben, um dem Geschäft zu kündigen. Aufgrund öffentlichen Drucks und der ablehnenden Haltung der Vermieter gegenüber „Thor Steinar“ wurden in den letzten Monaten Ladengeschäfte der Marke u.a. in Berlin, Magdeburg und Leipzig gekündigt. So hoffentlich auch bald in Dresden.

Bitte halten Sie uns über Ihre diesbezüglichen Aktivitäten auf dem Laufenden. Wir hoffen auf eine konstruktive Zusammenarbeit. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

Name

vom Aktionsbündnis >>Ladenschluss jetzt! Larvik dichtmachen<<

Email: mail@ladenschluss-jetzt.org

Internet: www.ladenschluss-jetzt.de

2. Flyer an die Anwohner_innen

Zum Aufbauen von öffentlichem Druck wäre es zunächst sinnvoll, einen kurzen kompakten Flyer in die Briefkästen der Anwohner_innen der umliegenden Häuser bzw. im Viertel zu werfen. Papierformat und Argumentation sollten dabei erheblich kleiner ausfallen und nicht übermäßig kompliziert geschrieben sein. Wichtig ist dabei den Menschen eine Handlungsmöglichkeit in die Hand zu drücken z.B., dass sie sich bei ihrem Vermieter über den Naziladen in ihrer Umgebung beschweren und dessen Kündigung fordern.

Beispielbrief an die Anwohner_innen

NAZIGESCHÄFT IN IHRER NACHBARSCHAFT!

Wie Sie vielleicht schon bemerkt haben, befindet sich seit Kurzem im Erdgeschoss des Albert-Wolf-Platzes 2 das Geschäft „Eaststyle Streetwear“.

Nach außen recht unscheinbar, richtet sich das Sortiment dieses Ladens aufgrund der angebotenen Marken ausschließlich an Neonazis und Hooligans. Verkauft werden Artikel der Marke „Eric and sons“ sowie "Thor Steinar". Beide Marken bedienen sich subtiler nationaler Ästhetik sowie germanisch-heidnischer Symbolik und Mystik.

Die eigentliche Gefahr dieser Kleidung und ihrer Symbolik besteht darin, dass es sich dabei um Verständigungs- und Identifizierungscodes handelt, welche in der Neonazi-Szene kursieren. Diese sind meist nur von Eingeweihten auf den ersten Blick richtig zu deuten. Das weit verbreitete Klischee von Skinheads mit Bomberjacken entspricht nur noch selten den realen Gegebenheiten. Vielmehr orientieren sich Kleidungsmarken, welche rechtes Klientel als Zielgruppe haben, heutzutage eher an sportlicher Optik sowie an anderen jugendlichen Subkulturen, wie z.B. der Hip-Hop-Szene. Somit ist es Neonazis möglich, dem üblichem Szenecode zu entsprechen und somit Anerkennung unter anderen Neonazis zu gewinnen, jedoch ohne Ächtungen aus der Gesellschaft fürchten zu müssen. Petra Müller von der "Initiative für politische Aufklärung Hunsrück" formuliert dazu: „Wir betrachten Kleidungslabel wie Thor Steinar oder Erik and Sons als Einstiegsdroge für Jugendliche in die rechtsextreme Szene.“

Firmen wie Ebay haben bereits Konsequenzen gezogen und ein Verbot, die beiden Marken über ihre Plattform zu verkaufen, ausgesprochen.

Der Betreiber des "Eaststyle Streetwear", Toni Beger, ist ein bekannter rechter Schläger und Organisator von Neonazi-Konzerten. Außerdem beteiligt sich Beger nicht nur an neonazistischen Demonstrationen, wie am 06. September in Kamenz, sondern auch an gewaltsamen Übergriffen, wie beispielsweise am 31. Mai 2007, als er zusammen mit ca. 20 weiteren Neonazis versuchte, ein linkes Wohn- und Kulturprojekt anzugreifen. Somit visiert das "Eaststyle" nicht nur eine rechte Kundschaft als Zielgruppe an, sondern es sorgt ebenfalls für den Lebensunterhalt einzelner Neonazis.

Nun sind Sie gefragt: beschweren Sie sich bei Ihrem Vermieter über die Anwesenheit eines Nazigeschäftes in Ihrer Nachbarschaft!

Weitere Infos: www.ladenschluss-jetzt.org

3. ...inform the media! Pressemitteilungen

Soll der Laden so schnell wie möglich verschwinden, ist es notwendig, dass dieser auch von den Medien thematisiert wird. Zum Einem wird so zusätzlicher Druck auf Vermieter_innen und Betreiber_innen des Ladens ausgeübt und zum Anderen kann sich niemand hinter der Ausrede verstecken, nicht von dem Naziladen gewusst zu haben.

Zuerst sollte man sich einen Presseverteiler erstellen, in welchen alle lokalen Medien (Tageszeitung, Anzeigenblätter, freie Journalisten, Radio, TV, ...) aufgenommen werden. Es empfiehlt sich, nicht die allgemeine Kontakt-Mailadresse, sondern gleich die Adresse von den passenden Redaktionsbereichen aufzunehmen.

Im Kopf der PM sollten Datum, Ort, thematische Einordnung und eine Überschrift enthalten sein.

Formuliert sein sollte die PM überzeugend, sachlich und freundlich, aber auch kurz und knapp – lange Textwüste, viele Absätze, Parolen sind kontraproduktiv.

Super wäre es, noch ein Zitat hinzuzufügen, welches das Anliegen der PM umreißt. Als Quelle dafür ist ein_e Pressesprecher_in (keine Sorge, Name kann ja auch fiktiv sein) anzugeben, welche zum Abschluss der PM nochmals genannt werden sollte, ebenso wie die Gruppe/Organisation, für die diese_r spricht.

Wenn vorhanden, sollte noch eine Internetquelle mit angegeben werden, damit Journalisten sich bei Bedarf weiter informieren können.

Beispiel einer Pressemitteilung

10.10.2008, Dresden

Das Dresdner Bündnis „Ladenschluss Jetzt – Larvik dichtmachen!“ bittet freundlich um die Beachtung der folgenden Pressemitteilung:

Neuer Naziladen in der Stadt

Am 1.10.2008 wurde auf dem Ferdinandplatz 1 in Dresden die Thor Steinar - Filiale „Larvik“ eröffnet.

Thor Steinar ist eine Modemarke, die aus dem Umfeld der Neonaziszene produziert und vertrieben wird, die sich völkischer Symbolik mit NS-Bezug bedient und die hauptsächlich von Neonazis getragen wird. Das alte Logo der Marke musste geändert werden, da es lange Zeit wegen seiner Ähnlichkeit mit nationalsozialistischer Symbolik strafrechtlich verfolgt wurde. Derzeit klagt der Staat Norwegen gegen die rechte Marke, da „Thor Steinar“ die Nationalflagge des Landes ohne Einwilligung verwendet. Firmen wie Ebay haben bereits Konsequenzen gezogen und ein Verbot ausgesprochen, die Marke über ihre Plattform zu verkaufen. Ebenso ist das Tragen von „Thor Steinar“-Kleidung im Deutschen Bundestag, im Landtag Mecklenburg-Vorpommerns sowie in zahlreichen Fußballstadien verboten.

Die Dresdner Kampagne „Ladenschluss jetzt! Larvik dichtmachen“ kündigt für die Zukunft öffentlichkeitswirksame Aktionen an, um gegen Thor Steinar Stellung zu beziehen. Dazu Jonas Lemke, ein Mitglied der Kampagne: „Wir werden es nicht hinnehmen, dass sich Thor Steinar in Dresden bequem macht. Angestrebt wird eine breite Aufklärungskampagne.“

Jelena Schneider, ein Mitglied der Kampagne
Für die Kampagne „Ladenschluss jetzt! Larvik dichtmachen“

Kontakt: mail@ladenschluss-jetzt.org
Internet: <http://www.ladenschluss-jetzt.org>

4. Thor Steinar & Co in nicht-rechten Läden

Es gibt einzelne Fälle, in denen Naziklamotten wie „Thor Steinar“, „Brachial“ oder „Eric & Sons“ neben anderen, „normalen“ Klamotten, also nicht in expliziten Naziläden verkauft werden. Meist geht es dabei nur um die Kohle, die Hintergründe um die Nazimarken sind meist nicht bekannt oder es wird darüber hinweg geschaut.

Zwar ist eine solche Situation des unwissenden Anbieter dank breiten Informationskampagnen seltener geworden. Tritt aber dieser Fall auf, ist es sehr wichtig aktiv zu werden, da gerade das Anbieten von Nazikleidung neben gewöhnlicher Mode stark dazu beiträgt, dass sich rechte Kleidung in nicht-rechten Szenen verbreitet und so als normal akzeptiert wird.

Solchen Geschäften kann ein leicht veränderter Brief mit der höflich aber direkten Bitte zugesandt werden, Nazikleidung nicht weiter im Sortiment anzubieten. Da die sich normal gebenden Geschäfte es tunlichst vermeiden wollen als Naziläden abgestempelt zu werden, stehen die Chancen gut, dass der Aufforderung Folge geleistet wird.

Beispielbrief an Marken, welche neben Nazimode verkauft wird

Betreff: Bitte um Intervention – Verkaufsstellen in Leipzig mit Thor-Steinar- und Lonsdale-Bekleidung im Sortiment

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir wenden uns hiermit an Sie als Marke, die sich gegen Rassismus und rechte Einstellungen engagiert.

In unserer Stadt hat im letzten Jahr eine Filiale der BekleidungsMarke Thor Steinar, das „Tønsberg“, eröffnet.

Wie Ihnen bekannt sein dürfte, sind die Betreiber der Thor Steinar-Herstellerfirma Mediatex mit der politischen Rechten verknüpft, die Marke selbst ist in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Dresscodes der Neonaziszene geworden. Unserer Einschätzung nach steht Thor Steinar, neben den kommerziellen Interessen, für den Versuch eine subtile rechte Alltagskultur zu installieren. Eine Distanzierung von Seiten der Herstellerfirma bleibt bis heute aus.

Nachdem der Eigentümer der so genannten grünen Zitadelle in Magdeburg im Februar erfolgreich gegen die dortige Thor-Steinar-Filiale „Narvik“ klagte, wird auch in Leipzig in Kürze die Räumungsklage gegen das „Tønsberg“ verhandelt. Dies ist ein Ergebnis von kontinuierlicher zivilgesellschaftlicher Informations- und Protestarbeit, die unter anderem durch unser Bündnis getragen wurde. In Reaktion auf einen offenen Brief, den wir im November an den Oberbürgermeister der Stadt Leipzig richteten, sprach dieser sich öffentlich klar gegen die Existenz eines solchen Ladens in der Stadt aus. Auch die Räumungsklage der Immovaria-Immobilienfirma, die das Haus verwaltete, in dem die Thor-Steinar-Filiale (noch) ansässig ist, ist zum großen Teil Ergebnis des öffentlichen Drucks. Schließlich ist noch der traditionsreiche Leipziger Studentenclub Moritzbastei zu erwähnen, der Thor-Steinar-Symbolik in seinen Räumlichkeiten seit November 2007 nicht mehr duldet.

Während also gespannt auf die Verhandlung in Sachen Räumung des „Tønsberg“ geblickt wird, ist uns aufgefallen, dass auch andere Läden in der Stadt Thor Steinar-Bekleidung verkaufen. In den Läden „Miss Liberty“ und „Mc Trend“ in der Leipziger Innenstadt wird allerdings neben Thor Steinar auch Lonsdale-Bekleidung verkauft. Da wir die klare Distanzierung von rechten Zusammenhängen, die die Punch GmbH in Wort und Tat vorgenommen hat, kennen und schätzen, wollen wir Sie mit diesem Schreiben um Prüfung der Belieferung der benannten Leipziger Läden, die auch Thor Steinar in ihrem Sortiment haben, bitten. Keinesfalls geht es uns dabei um die pauschale Denunzierung der jeweiligen Ladeninhaber. Da die direkte Ansprache der Ladeninhaber allerdings nicht zu deren Entscheidung führte, Thor Steinar aus dem Sortiment zu nehmen, kam uns die Idee Sie um Unterstützung zu bitten.

Wir freuen uns über eine Rückmeldung, stehen für Nachfragen gerne zur Verfügung und verbleiben mit freundlichen Grüßen,

Bündnis „Ladenschluss“

5. Nicht-rechte Klamotten im Naziladen

Das eben beschriebene Spiel lässt sich auch umdrehen. Oft haben eindeutige Naziläden auch Produkte von unpolitischen Firmen im Angebot. Diese haben potentiell Angst vor Imageverlust und wollen ihre Kollektion nicht in Verbindung mit Nazikleidung sehen. Auch hier kann ein Brief wieder Wunder bewirken. Hilfreich für diese Argumentation wären Belege die über die rechte Gesinnung des Ladenbetreibers.

Ein entsprechendes Anschreiben kann aus den vorhandenen Beispielbriefen dieses Leitfadens leicht selbst zusammengestellt werden.

6. Präventionsbrief an Vermieter_innen

Es kam bisher oft vor, dass Thor-Steinar Filialen in Mietverträge schwammige Angaben zum Warensortiment gemacht haben. Aus diesem Grund war es möglich, Mietverträge aufzulösen. Aber oft war es auch der Unkenntnis der Vermieter_innen geschuldet, dass ein Mietvertrag zu Stande kam.

In beiden Fällen hilft nur eins: Aufklärung potentieller Vermmieter_innen. Auch dazu ein Beispielbrief.

Sehr geehrte Damen und Herren,

nachdem die Filiale der bei Neonazis beliebten Bekleidungsmarke „Thor Steinar“ in der Richard-Wagner-Straße in der Leipziger Innenstadt nun glücklicherweise zum 30. Juni 2009 schließen wird, möchten wir uns an Sie wenden. Wir befürchten, dass die „Thor-Steinar“-Vertriebsfirmen MediaTex bzw. Protex GmbH versuchen, neue Gewerberäume in Leipzig anzumieten. Dem entsprechend äußerte sich der Rechtsvertreter der MediaTex GmbH im Rahmen der Räumungsverhandlung am Oberlandesgericht Dresden im März 2009.

Wie in Leipzig sind bundesweit verschiedene Rechtsstreite gegen das „Thor-Steinar“-Firmengeflecht anhängig. Vermieterinnen und Vermieter der betroffenen Gewerberäumlichkeiten versuchen auf diese Weise und mit der Begründung beim Abschluss des Mietvertrages nicht ausreichend über das Warensortiment der Mieter informiert oder gar „arglistig getäuscht“ worden zu sein, die vorzeitige Auflösung der Mietverträge zu erwirken.

Die Eröffnung von Läden in lukrativen Lagen oder die Aufnahme ins Sortiment von Bekleidungsläden gehört zur kalkulierten Strategie von Herstellern politisch rechts aufgeladener Marken-Bekleidung. So wollen sie das eigene Image aufbessern und breitere Käufer- und Käuferinnenschichten erschließen.

Um Mietverträge ohne Probleme abschließen zu können, werden Angaben zu in den Läden zu verkaufenden Kleidungsstücken und anderen Waren gut getarnt: Von einfacher "Streetwear" oder auch "jugendlich, sportlicher Kleidung" ist da oftmals die Rede.

Die bereits erwähnte Marke „Thor Steinar“ betreibt derzeit neun eigene Filialen in deutschen Städten, nach eigenen Angaben will sie zudem zwanzig neue Läden eröffnen. „Thor Steinar“ ist momentan einer der wichtigsten Dresscodes der Neonazi-Szene. Die Protagonisten ihrer Vertriebsfirmen haben sich niemals von der extrem rechten Käuferklientel distanziert.

Das ursprüngliche Logo der Marke wurde juristisch verboten, weil es den Kennzeichen ehemaliger nationalsozialistischer Organisationen zum Verwechseln ähnlich sieht. Es zeigt zwei Runen, die auch im Nationalsozialismus verwendet wurden und, schräg gestellt, das Emblem der „Waffen-SS“ erkennen lassen. Auch die Motive der aktuellen Kollektion nehmen Anleihen an im Nationalsozialismus verwendeten Bildern, Symbolen und Begriffen und sind zunehmend gewaltverherrlichend.

Wie alle Orte, die für Neonazis interessant sind, sind Thor-Steinar-Geschäfte Orte realer Bedrohung. Sie schaffen einen Raum der Angst. Dieses Klima wirkt sich auch auf umliegende Geschäfte und wird oft ein Problem für die Vermieterinnen und Vermieter dieser Objekte.

Es finden sich allerdings auch immer wieder Menschen zusammen, die solche Geschäfte in ihrer Umgebung nicht einfach dulden möchten. Eine breite Sensibilisierung für die Problematik, für die menschenverachtende Ideologie, die hinter den modern-jugendlich aufgemachten Produkten und Geschäften steht, erreichte oft erst lauter,

zivilgesellschaftlicher Protest. Von den unliebsamen Mieterinnen und Mietern und einer erhöhten öffentlichen Aufmerksamkeit sind zwangsläufig immer andere Mieterinnen und Mieter in der Nachbarschaft der Objekte betroffen. Unzufriedenheit und Beschwerden sind oft die Folge. Auch kommt es leider immer wieder zu Sachbeschädigungen und Zerstörungen im näheren Umfeld von Geschäften, die bei Neonazis beliebte Bekleidung verkaufen. Das ist ein ernstes Problem für Vermietende und Nachbargeschäfte wie auch alle, die sich dem friedlichen Protest verschrieben haben.

Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen, dass die eingemieteten Verkäufer entsprechender politisch rechts aufgeladener Bekleidung oder Accessoires sich oft hartnäckig an die Objekte klammern und auf eine Kündigung des Mietvertrages seitens der Vermieterinnen und Vermieter ein langer und kostspieliger Rechtsstreit folgt.

Am besten für eine demokratische Gesellschaft und auch für Vermieterinnen oder Vermieter ist also, wenn derartige Läden oder Waren von vornherein keine Chance bekommen.

Doch was können Sie tun?

- Erkundigen Sie sich genau, welche Waren in ihren Objekten verkauft werden sollen und lassen Sie sich eine Liste geben. Überprüfen Sie die Liste auf mögliche Artikel aus der Naziszene.
- Erkundigen Sie sich detailliert nach den Mieterinnen und Mietern von Geschäftsräumen. Sind diese möglicherweise neonazistische Organisationen oder bekannte Persönlichkeiten aus dem Nazispektrum?
- Prüfen Sie mit juristischer Unterstützung ob Sie ihre Mietverträge um eine Klausel ergänzen können, mit der der Verkauf von Produkten, die Rassismus, Antisemitismus oder Demokratiefindlichkeit propagieren, ausgeschlossen wird. Eine Liste der bekanntesten Neonazimarken bzw. Marken, die bewusst auf extrem rechte Käufer zielen, finden sie im Anhang an dieses Schreiben.
- Lassen Sie sich beraten. Ansprechpartner finden Sie unter anderem beim Kulturbüro Sachsen e. V./ Mobiles Beratungsteam für den Regierungsbezirk Leipzig, Hauptstrasse 33, 04463 Großpöna, Tel./Fax: 034 297 - 14 56 76, mbt.rb.leipzig@kulturbuero-sachsen.de oder bei der Fachstelle Extremismus und Gewaltprävention der Stadt Leipzig, Neues Rathaus, Zimmer 124, Telefon: (0341) 123-4314, Fax: (0341) 123-4315, berit.lahm@leipzig.de

Schützen Sie sich und ihre Immobilien. Lassen Sie Neonazis nicht Ihre Mietobjekte und Räumlichkeiten für ihre menschenfeindliche Propaganda nutzen.

Wir bitten Sie herzlich, dieses Schreiben an Gewerbetreibende, die ihnen zugänglich sind, weiterzureichen.

Mit freundlichen Grüßen,

i.A. "Ladenschluss"-Aktionsbündnis gegen Nazis

7. more facts:

Investigate Thor Steinar

<http://investigatethorsteinar.blogspot.de>

Tips zur Selbstorganisation:

www.whatwecando.de/content/handeln_organisieren.htm

8. support your local Ladenschluss-crew!

Chemnitz

Offenes AntiFa Plenum

<http://oap.rothaus-chemnitz.de/>

oap@rothaus-chemnitz.de

Freiberg

Antifa Freiberg

www.afg.blogspot.de

antifa_freiberg@gawab.com

Dresden

Aktionsbündnis „Ladenschluss Jetzt! Larvik dichtmachen!“

www.ladenschluss-jetzt.org

mail@ladenschluss-jetzt.org

Leipzig

Ladenschluss. Aktionsbündnis gegen Nazis

www.ladenschluss.blogspot.de

ladenschluss@email.de

Vogtland

Antifaschistische Gruppen des Vogtlandes

www.agv.blogspot.de

agv@gawab.com

Westerzgebirge

Autonome Antifa Westerzgebirge

www.aawe.blogspot.de

aawe@safe-mail.net

Zwickau

Aktionsbündnis gegen den Naziladen „The Last Resort“

<http://dasletzte.blogspot.de/>

kontakt.aktionsbündnis@web.de