

Polizeiliche Kriminalprävention

Gemeinsame Projektgruppe des AK II, AK IV, DFK und ProPK „Informations- und Aufklärungskampagne über den Rechtsextremismus“



Az.: 401-407

Datum: 17. Oktober 2005

- Stand 17.10.2005 -

Konzeption zur Informations- und Aufklärungskampagne über neue Erscheinungsformen des Rechtsextremismus

Inhalte:

Problemsituation

Ziele

Zielgruppen

Informations- und Aufklärungskampagne

Kooperationspartner

Finanzierung

Vertrieb

Evaluation

Öffentlichkeitsarbeit

Zeitplan



1. Problemsituation und Ausgangslage

Rechtsextremistische Parteien versuchen verstärkt, ihr wahres Gesicht zu verbergen, um neue Anhänger und Parteimitglieder aus dem Lager der Protestwähler zu gewinnen. Dabei werden bestehende Frustrationspotenziale in der Gesellschaft genutzt, um Einfluss im politischen wie im gesellschaftlichen Alltag zu gewinnen.

Zeitgleich geben rechtsextremistische Gruppierungen zunehmend vor, sich von Gewalttättern zu distanzieren und streben ein seriöses Auftreten in der Öffentlichkeit an. Ihre eigentliche Zielsetzung, die Abschaffung der freiheitlichen demokratischen Grundordnung, haben die rechtsextremistischen Parteien dabei keinesfalls aufgegeben.

Die neuen Erscheinungsformen des Rechtsextremismus (z. B. verändertes Erscheinungsbild der rechten Szene, neue Vorgehensweisen bei Veranstaltungen und der Anmeldung von Demonstrationen, zunehmende Verbreitung rechtsextremistischen Gedankengutes über Musik-CDs, Spam-Mails und zahlreiche Verkaufsartikel sowie verstärkte Präsenz rechtsextremistischer Kreise im Internet) liegen vielfach unterhalb der Schwelle der Strafbarkeit. Sich hieraus mittelbar entwickelnde Straftaten sind nicht immer Ausdruck einer täterseitig vorhandenen geschlossenen rechten Ideologie. Vielfach liegen ihnen zum Teil Unwissen, Ignoranz, Vorurteile sowie auch jugendtypisches Protestverhalten (Tabubrüche) zugrunde.

Vor diesem Hintergrund gilt es junge Menschen aufzuklären und sie über die neuen Erscheinungsformen des Rechtsextremismus zu informieren. Eine solche Informations- und Aufklärungskampagne ist darauf auszurichten, dass Jugendliche die Vorgehensweise und Gefahren des Rechtsextremismus frühzeitig erkennen und sich diesen Gruppierungen nicht anschließen.

Über die Fortentwicklung und ggf. Neubelebung der derzeit in Bund und Ländern schon bestehenden Programme und Initiativen gegen Rechtsextremismus und Fremdenfeindlichkeit hinaus, sollte dabei der Strategiewechsel des Rechtsextremismus in einem breiten Ansatz - unter Einbindung von Spezialisten aus den Bereichen Staatsschutz und Kultus - thematisiert werden.

Ferner ist bei der geplanten Initiative auf ausreichenden Spielraum zu achten, damit erfolgreich und bewährte Projekte, die beispielsweise unmittelbar vor Ort ansetzen, zielgruppenorientiert und vernetzt angelegt sind, verschiedene Akteure sowie gesellschaftliche Kräfte einbinden und den Aspekt der Nachhaltigkeit berücksichtigen, unter dieser Dachkampagne weitergeführt werden können.



2. Ziele

2.1 Präventionsziele

Rechtsextremistische und fremdenfeindliche Straftaten sollen ebenso wie der Zulauf junger Menschen zu rechtsextremistischen Gruppierungen verhindert werden. Ihre Einstellungen und die Fähigkeit, Probleme und Konflikte vorurteils- und gewaltfrei lösen zu können, sollen gefestigt werden. Außerdem gilt es, die Medienkompetenz junger Menschen zu steigern.

2.2 Programmziele

Der Strategiewechsel im Bereich des Rechtsextremismus soll aufgezeigt und thematisiert werden. Das Problembewusstsein bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Kenntnisstand über Gefahren des Rechtsextremismus bedürfen der Förderung.

Junge Menschen sollen über die neuen Erscheinungsformen, Symbole und Kommunikationswege rechtsextremistischer Gruppen aufgeklärt werden, die verstärkt die neuen Medien wie Internet und Verbreitung von Musik für sich nutzen.

Der Kenntnisstand von Lehrkräften und Verantwortlichen der Jugendarbeit über die neuen Erscheinungsformen des Rechtsextremismus soll erhöht werden. Des Weiteren soll die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema Rechtsextremismus im Schulbereich und bei Jugendeinrichtungen gefördert werden.

Die Präventionsressourcen verschiedener Kooperationspartner und Multiplikatoren der Prävention sollen zusammengeführt werden.

3. Zielgruppen

Zielgruppe der Initiative sind Kinder und Jugendliche an weiterführenden Schulen ab 13 Jahren bis ca. 16 Jahren, (6. bis 9. Klasse) die mit dem Spielfilmangebot und dem Kreativwettbewerb angesprochen werden.

Der weiteren Zielgruppe Lehrkräfte und Jugendvereine (z.B. Verantwortliche für Jugendarbeit), die die Informationen an die Schüler weitervermitteln sollen, wird eine Filmdokumentation, Filmbegleitheft und weitere Sachinformationen zur Verfügung gestellt.



4. Informations- und Aufklärungskampagne

Die Informations- und Aufklärungskampagne soll gemeinsam mit den Kooperationspartnern Polizeiliche Kriminalprävention, Initiative SCHAU HIN!, Musiksender MTV und dem Institut für Kino- und Filmkultur unter Einbindung von Schulen umgesetzt werden. Ferner sollen Identifikationsfiguren bzw. prominente Persönlichkeiten beispielsweise aus Sport, Musik oder Entertainment als Botschafter der Kampagne gewonnen werden.

Die Kampagne besteht aus zwei Teilen. Zum einen wird ein **Informationsangebot** für Lehrkräfte zur Themenbehandlung in der Klasse herausgegeben. Das Angebot umfasst ein aussagekräftiges Filmangebot für Schüler.

Hieran anknüpfend wird ein **Kreativwettbewerb** „TV-Spot gegen rechts“ (45 sec) an den weiterführenden Schulen in Deutschland (6. bis 8. Klasse) ausgeschrieben. Die Prämierung des Gewinner-Teams findet im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung statt.

4.1 Allgemeine Voraussetzungen und Grundlagen der Initiative

- Die Aufklärungskampagne ist als Dachkampagne angelegt. Sie soll als Impulsgeber dienen, die neuen Erscheinungsformen des Rechtsextremismus zu thematisieren. Dabei soll die Verwendung der in den Ländern zum Teil bereits vorhandenen eigenen Medien und Initiativen möglich sein.
- Eine intensive und interaktive Auseinandersetzung mit den Inhalten der Informations- und Aufklärungskampagne soll Nachhaltigkeit gewährleisten.
- Um die Kampagne zu bewerben, ist die Einbindung von Identifikationsfiguren und Meinungsführern (Trendsettern) geplant.
- Zur Erarbeitung der Unterlagen für die Schulen werden Fachleute aus dem Kultus- und Schulbereich eingebunden.
- Für die erfolgreiche Umsetzung der Kampagne ist die Unterstützung und Beteiligung der Schulen zwingend geboten.

4.2 Filmangebot zur Erörterung neuer Erscheinungsformen incl. Begleitheft

Zur Aufklärung über die neuen Erscheinungsformen des Rechtsextremismus und als Einstieg für die Erörterung wird ein Spielfilm auf DVD angeboten. Vorschläge zur Filmauswahl unterbreitet das Institut für Kino- und Filmkultur. Außerdem wird auch die Möglichkeit der Verwendung eines attraktiven Dokumentarfilmes in Erwä-



gung gezogen. Die Abklärung und Sichtung des vorhandenen Filmmaterials erfolgt derzeit.

Ergänzt wird das Filmangebot durch ein Filmbegleitheft für Lehrer mit methodisch-didaktisch aufbereiteten Schlüsselfragen zum Thema Rechtsextremismus.

4.3 Wettbewerb

4.3.1 Ausschreiben eines Kreativwettbewerbs „TV-Spot gegen rechts“ (45 sec) an den weiterführenden Schulen in Deutschland (6. bis 8. Klasse)

Anknüpfend an das Filmangebot sollen sich Schüler selbständig, im Team und kreativ mit dem Thema Rechtsextremismus auseinandersetzen und darüber einen TV-Spot gegen Rechtsextremismus erarbeiten und drehen. Zur Initiierung und Begleitung werden Medien und eine unterstützende Arbeitsanleitung zur Verfügung gestellt.

4.3.2 Prämierung der Einreichungen / Jury

Zur bundesweiten Bewertung der zunächst bei den Ländern eingereichten TV-Spots wird eine namhafte, professionell besetzte Jury zusammentreten. Details sind noch zwischen den Kooperationspartnern abzustimmen. Es bleibt den Bundesländern unbenommen, eigene Bewertungen und Prämierungen vorzunehmen.

Die Prämierung des Gewinner-Teams findet im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung statt.

4.4 Begleitende Materialien zur Initiative

4.4.1 Informationsangebot im Internet

Begleitend zur Kampagne wird eine Website erstellt und eine Verlinkung zu den Kooperationspartnern vorgenommen. Außerdem wird der bestehende Internet-Auftritt www.polizei-beratung.de des Programms Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) zum Thema Rechtsextremismus aktualisiert.

4.4.2 Medien zur Bewerbung

Zur Bewerbung der Initiative werden begleitende Medien, wie Flyer und Poster angeboten. Alle Materialien werden auch zum Download im Internet eingestellt.



5. Kooperationspartner

Für die Kampagnenkooperation stehen derzeit die Initiative „SCHAU HIN!“ (Eine Initiative des BMFSFJ sowie TV-Spielfilm mit den Partnern ARCOR, ARD und ZDF) sowie das Institut für Kino- und Filmkultur (IKF) zur Verfügung. Ferner konnte der Filmschauspieler Till Demtröder aus der ZDF-Serie „Großstadtrevier“ für die Initiative gewonnen werden.

In die Kampagne wird das Know-how der Verfassungsschutzbehörden einbezogen. Der Schul- und Kulturbereich wird bei der Erstellung der Filmmedien eingebunden. Ferner ist es zwingend geboten, die Schulen für die Umsetzung zu gewinnen. Erste Absprachen mit dem Kulturbereich sind erfolgreich verlaufen. So begrüßt der Generalsekretär des Sekretariats der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder die Initiative und bittet die Kultusministerien, zur Erhöhung der Akzeptanz des Projektes in geeigneter Weise beizutragen. Soweit bislang Rückmeldungen aus den Kultusministerien vorliegen, beispielsweise aus Baden-Württemberg, Brandenburg und Berlin, wird die Informations- und Aufklärungskampagne uneingeschränkt unterstützt.

6. Finanzierung

Die Kampagne wird anteilig über den Haushalt des ProPK und über die externen Kooperationspartner finanziert.

Für die Entwicklung und Produktion des Filmangebotes mit Filmbegleitheft und Poster sowie der Materialien des Kreativwettbewerbes werden voraussichtlich Kosten in Höhe von rund 150.000 € anfallen. Die erforderlichen Finanzmittel sind im Finanz- und Maßnahmenplan des ProPK für 2005/6 berücksichtigt.

Die Kooperationspartner von SCHAU HIN! beteiligen sich in Eigenleistung an der Entwicklung, Bewerbung und Umsetzung des Kampagnenkonzeptes.

7. Vertrieb

Der Vertrieb wird im Rahmen der Möglichkeiten durch die Länder vorgenommen. Die Medienpakete sollen über die Kommission Polizeiliche Kriminalprävention (KPK) und die Kooperationspartner an die weiterführenden Schulen und Jugendeinrichtungen verteilt werden. Die Kontaktaufnahme mit den Schulen soll beispielsweise im Rahmen der Präventionsarbeit der Polizei erfolgen.



8. Evaluation

Die Kampagne soll evaluiert werden. Hierzu wird ein Evaluationskonzept erstellt.

9. Öffentlichkeitsarbeit

- Pressekonferenz von SCHAU HIN! voraussichtlich am 24. November 2005 mit einer ersten Ankündigung der Informations- und Aufklärungskampagne.
- Pressekonferenz im Rahmen der IMK im Dezember 2005 mit der Vorstellung und gleichzeitigem Start der Kampagne.
- Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit im Laufe des Jahres 2006, z.B. im Rahmen von Messen, wie der „didacta“.

10. Zeitplan der Medienproduktion und -verteilung sowie des Wettbewerbes

In zeitlicher Abhängigkeit vom Zustandekommen der erforderlichen Gremienbeschlüsse kann mit der finalen Festlegung und Erarbeitung der Inhalte des Filmangebotes und Filmbegleitheftes und der anschließenden Produktion der Medien frühestens Ende Oktober 2005 begonnen werden.

Der Versand bzw. die Verteilung der Medienpakete mit dem Filmmaterial an die Schulen erfolgt durch die Polizei voraussichtlich ab Dezember 2005.

Innerhalb des I. Quartals 2006 erfolgt die Erarbeitung und Herausgabe der begleitenden Medien zum Kreativwettbewerb. Ab Frühjahr 2006 beginnt die Bewerbung des Kreativwettbewerbs im Rahmen von publikumswirksamen Messen und durch die Verteilung der Flyer an Schulen.

Der Wettbewerb wird voraussichtlich von März bis Spätherbst 2006 andauern.

Nach Ende der Laufzeit werden die Landeskriminalämter die eingereichten TV-Spot - mit der Möglichkeit zu einer eigenen Vorauswahl und Prämierung - sammeln und zur Bundesprämierung weiterleiten.

Innerhalb des I. Quartals 2007 werden die bundesweit eingereichten Beiträge gesichtet und durch eine Bundesjury bewertet.

Voraussichtlich im Frühjahr 2007 erfolgt die Prämierung im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Veranstaltung.