

Laut gegen Nazis e.V., Hamburg

Jörn Menge (Vorsitzender)

Jung von Matt AG, Hamburg  
www.jvm.com

Jan Harbeck (Managing Creative Director)  
Sven Rebholz (Managing Director)  
Franziska Spiess (Managing Director)  
Simon Knittel (Executive Creative Director)  
Christian Wölky (Creative Director)  
Elena Knittelfelder (Creative Director)  
Katharina Boll (Copywriter)  
Michelle Grossheim (Strategy Director)  
Dominic Büker (Data Strategy Director)  
Julia Cramer (Production Director)  
Clarissa Nagel (Project Manager)

O2100 Digital GmbH, Hamburg  
Redgert Comms GmbH, Berlin  
Loft Tonstudios Berlin GmbH, Berlin  
SEHSUCHT Holding GmbH, Hamburg  
BLUT GmbH, Berlin

# RECHT GEGEN RECHTS



## AUFGABENSTELLUNG

Was als politischer Rechtsruck begann, ist mittlerweile weitaus mehr als das: Die Zahl rechtsmotivierter Straftaten ist allein in den letzten drei Jahren um 32 % gestiegen und hat damit 2023 einen neuen Höchststand erreicht. Das besorgt die breite Masse. Fast 70 % nannten den Rechtsextremismus als größte künftige Bedrohung für Deutschland.

### WIE RECHTE MIT KÜRZELN KASSE MACHEN.

Rechtsextreme sind innovativ, wenn es um die Verbreitung ihrer rassistischen Botschaften geht. Sie (er-)finden kontinuierlich neue Codes und Kürzel, die auf Merchandising-Artikeln nicht nur Verbote umgehen, sondern durch deren Verkauf auch eine Haupteinnahmequelle für ihre Organisationen sind. So infiltrieren sie unseren Alltag, ohne dass wir es merken. Und der Gesetzgeber ist machtlos.

### JETZT MÜSSEN WIR LAUT WERDEN.

Eins wird klar: Während der Rechtsruck durch Deutschland zieht, ist es wichtiger denn je, gemeinsam laut zu sein. Genau das macht der Verein Laut gegen Nazis seit vielen Jahren. Er bildet einen Zusammenschluss der Zivilgesellschaft gegen den stetig wachsenden Rechtsextremismus.

Was die Arbeit von Laut gegen Nazis erschwert: Der Verein steckt in einer schwierigen Situation, denn seit 2021 verzeichnet er rund 80 % weniger Spenden als zuvor. Durch die aktuellen Krisen in der Welt stehen neben Laut gegen Nazis auch andere NGOs in

Deutschland vor deutlichen Spendenrückgängen. Um die schnelle Verbreitung von Nazi-Codes zu bekämpfen, muss Laut gegen Nazis also noch lauter werden.

## ZIELSETZUNG

Die größte Herausforderung ist, nicht nur auf die subtilen Codes aufmerksam zu machen, sondern auch aktiv etwas dagegen zu unternehmen – und das ohne jegliches Media Budget. Davon ausgehend wollen wir Folgendes erreichen:

- **Für Aufmerksamkeit sorgen:** Die breite Öffentlichkeit soll auf das Problem der subtilen Codes und auf deren Verbreitung aufmerksam gemacht werden.
- **Spendengelder ankurbeln:** Mit Spendengeldern können wir aktiv gegen die Verbreitung von Codes und Rechtsextremismus vorgehen.

## STRATEGIE

**Unsere Ziele erreichen wir mit einem cleveren Schachzug: Wir sichern uns die Markenrechte an in der Szene bekannten Nazi-Kürzeln, um deren Verwendung strafbar zu machen.**

Auf diese Weise können wir diejenigen rechtlich verfolgen, die die gesicherten Nazi-Codes auf Merchandising-Artikeln verwenden, und so die Verbreitung rechtsextremer Ideologien stoppen.

Die Crux dabei: Um Markenrechte sichern zu können, ist die Initiative auf Spenden aus der Öffentlichkeit

## CASE SUMMARY

„Recht gegen Rechts“ gelang es, den Medienbuzz von 410 Millionen Impressions in Spenden zu übersetzen: Innerhalb der ersten vier Wochen wurde fünfmal mehr gespendet als erwartet – trotz Spendenrückgängen und Omnikrise.

angewiesen – denn Rechtsextremismus geht uns alle etwas an. Aber viele Menschen wissen nicht, wie sie gegen Rechtsextremismus effektiv vorgehen können. Wir wollen darüber aufklären, dass es versteckte Nazi-Codes gibt, die uneingeschränkt verbreitet werden. Mit einer Spende für Laut gegen Nazis kann dem ein Ende gesetzt werden.

Um möglichst viele Menschen in Deutschland aufzuklären und zum Hinschauen zu bewegen, werden reichweitenstarke Kanäle für die Kampagne verwendet.

### Die Kampagnenaktivierung beruht auf drei Säulen:

- **Großer Medienbuzz ohne Media Budget soll für Lautstärke sorgen.** Unsere Kampagne startete im Oktober 2023 mit der organischen Veröffentlichung des Case-Videos via Instagram, Tiktok, Youtube und Website. Es erklärt die Problematik der versteckten Codes und die innovative Idee hinter der Markenmeldung. Der organische Medienbuzz wird mit Pressekits und Inhalten zur Berichterstattung gepusht.
- **Verschiedene Anlaufstellen liefern wertvolle Informationen zur Kampagne und zur Rechtslage.** Über die Laut-gegen-Nazis-Webseite sowie die Landingpage für „Recht gegen Rechts“ wird über die Initiative informiert. Auf den Social-Media-Kanälen wird laufend über die Entwicklung berichtet und es werden Posts mit #LautGegenNazis und #RechtGegenRechts getaggt.

- **Spenden, leicht gemacht – mit klarem Spendenaufwurf und Verweis auf die betterplace-Website.** Bei allen unseren Maßnahmen wird auf die betterplace-Spendenseite für „Recht gegen Rechts“ verwiesen. So soll das Interesse an unserer Kampagne direkt in Spenden verwandelt werden.

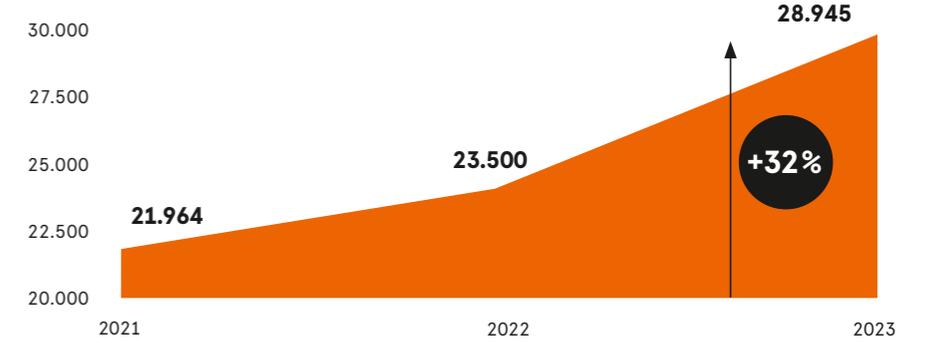
## ERGEBNISSE

**Viral und wirkungsvoll: Ein lautes Zeichen gegen rechts bewegt Medien und Menschen.**

Mit „Recht gegen Rechts“ hat Laut gegen Nazis die unsichtbaren Codes der Rechtsextremen aufgedeckt

## ENTWICKLUNG RECHTSMOTIVIERTER STRAFTATEN IN DEUTSCHLAND

2021–2023



Quelle: Küpper, B., Sandal-Önal, E. und Zick, A. (2022). Demokratiegefährdende Radikalisierung in der Mitte. Die distanzierte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland, 23, 91–136.

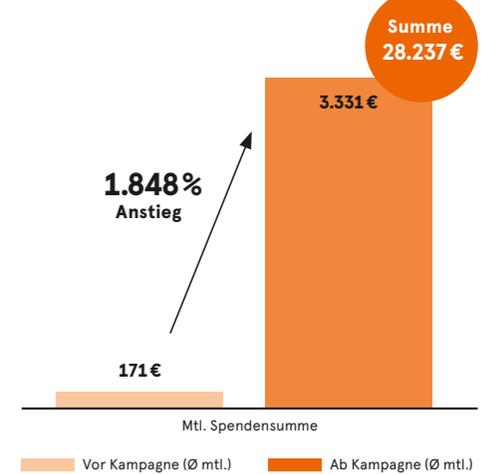
und damit deutschlandweit für ein Aufsehen gesorgt, das weit über den Erwartungen lag:

Ohne Media Budget erreichten wir eine mehr als viermal so hohe Reichweite wie geplant, mit mehr als 410 Millionen organischen Impressions. Die virale Verbreitung zeigte sich auch über Deutschland hinaus in 32 weiteren Ländern mit einer kumulierten Reichweite von 2,2 Milliarden.

Auch die Resonanz in Social Media und das Interesse an Laut gegen Nazis explodierten – von Reddit und Instagram über Facebook bis hin zu Podcasts. Innerhalb von nur einem Monat konnten wir so das Interesse an „Recht gegen Rechts“ und Laut gegen Nazis auf das 80-fache im Vergleich zum Vorkampagnenzeitraum steigern.

Noch wichtiger war jedoch, diese Reichweite in Spenden zu übersetzen. Allein innerhalb der ersten vier Wochen erhielten wir fünfmal so hohe Spenden wie erwartet. Die bis heute weiter stark wachsende Spendensumme gibt uns die Möglichkeit, zukünftig weitere 17 Marken anzumelden und somit von der Bildfläche verschwinden zu lassen. Das sind knapp 20 % aller aktuell genutzten Nazi-Codes in gängigen rechtsextremen Merch-Shops.

### SPENDENSUMME VOR DEM VS. WÄHREND DES KAMPAGNENZEITRAUMS 2023–2024



Quelle: berechnete Mittelwerte der Spendengelder für Laut gegen Nazis e.V. auf betterplace.org (November 2023 bis April 2024).

## MEDIENPRÄSENZ

Stand: 30. April 2024

