

Policy Brief

November 2022

Update zur rechtsextremen Infrastruktur auf Facebook, Instagram und YouTube in Deutschland

Über CEP

Das Counter Extremism Project (CEP) ist eine gemeinnützige, überparteiliche, internationale Organisation, die das Ziel verfolgt, der Bedrohung durch extremistische Ideologien entgegenzuwirken und pluralistisch-demokratische Kräfte zu stärken. Neben Büros in den Vereinigten Staaten verfügt CEP über Standorte in Berlin und Brüssel.

Kontakt: berlin@counterextremism.com

Alexander Ritzmann ist Senior Advisor von CEP; er arbeitet unter anderem zu wirksamen Strategien gegen extremistische/terroristische Akteure, insbesondere zu gewaltorientierten rechtsextremen (transnationalen) Netzwerken, offline und online.

Der ursprüngliche CEP-Bericht aus dem Jahr 2021: <https://bit.ly/3omCEpD>

Alle CEP-Papiere zur Online-Regulierung: <https://bit.ly/3Ejy3xZ>

Ergebnisse

- Eine von CEP Deutschland im September 2022 durchgeführte Recherche zeigt, dass ein großer Teil des "Who's Who" der (gewaltorientierten) deutschen Rechtsextremen immer noch auf Facebook, Instagram und YouTube präsent und aktiv ist. Diese Schlüsselakteure, viele davon bilden das Fundament des (transnationalen) gewaltorientierten rechtsextremen Milieus in Deutschland, nutzen die Plattformen um ihre Merchandise-Shops, Kampfsportvereine, Musiklabels, Bands und Prepper-Organisationen zu bewerben, um ihre extremistischen Aktivitäten zu finanzieren, neue Kunden zu erreichen und neue Mitglieder zu rekrutieren.
- Facebook, Instagram und YouTube schreiben in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs/Community Standards/Nutzungsbedingungen)¹, dass sie Rechtsextremen "nicht erlauben" ihre Plattformen zu nutzen und davon zu profitieren.
- Die aktuelle Recherche stützt sich auf einen CEP-Bericht vom November 2021, in dem dokumentiert wurde, dass viele der wichtigsten rechtsextremen Akteure in Deutschland auf den großen Social-Media-Plattformen aktiv sind.²

¹ <https://transparency.fb.com/policies/community-standards/dangerous-individuals-organizations/>,

Email-Austausch mit YouTube-Deutschland Vertreter, Oktober 2021

² <https://bit.ly/3omCEpD>

- Diese Schlüsselakteure verfolgen dabei eine Strategie der "extremen Normalisierung", bei der sie keine explizit illegalen Aktivitäten mehr auf den großen Social-Media-Plattformen durchführen, um zu vermeiden, dass sie dauerhaft gesperrt werden.
- CEP hat seine Forschungsergebnisse vor 13 Monaten direkt an Facebook und YouTube übermittelt. Seitdem ist wenig bis nichts passiert.
- Genau diese globalen Social-Media-Unternehmen verpflichten sich öffentlich gegen Hassreden, Extremismus und Terrorismus vorzugehen, z. B. auf dem EU-Internetforum, dem Christchurch Call To Action und dem United We Stand Summit.
- Warum ist dies ein ernstes Problem? Die beschriebenen rechtsextremen Schlüsselakteure propagieren nicht nur gefährliche Verschwörungsnarrative wie den "Großen Austausch" oder den "Weißen Genozid", der behauptet, dass eine jüdisch geführte Elite die "weiße Rasse" durch Massenmigration von "Nicht-Weißen", Feminismus und LGBTQI+-Rechten vernichten will. Sie bauen und betreiben auch die rechtsextremen "Erlebniswelten" wie Musikkonzerte und -festivals oder Mixed-Martial-Arts-Turniere auf, um die Reichweite rechtsextremer Milieus in Deutschland weiter zu vergrößern, was zu einer Zunahme politischer Gewalt und stochastischem Terrorismus führen kann.³

Einordnung

- Eine einfache und wirksame technische Lösung zur dauerhaften De-Plattformierung von rechtsextremen Schlüsselakteuren, die per Definition gegen die AGBs von Social-Media-Unternehmen verstoßen, wäre der Einsatz von Plattform-Crawlern, die kontinuierlich nach den entsprechenden Webadressen von Onlineshops/Websites suchen, die immer in den (neu) hochgeladenen Profil- oder Nutzerkontobeschreibungen enthalten sind. Einige Finanzdienstleister nutzen dieses Tool. Die Tatsache, dass solche einfachen Lösungen nicht umgesetzt werden, deutet darauf hin, dass Meta (Facebook/Instagram) und Google (YouTube) dieses Problem nicht ernst nehmen. Es bedeutet auch, dass sie mit der willkürlichen und inkonsequenten Nichtdurchsetzung ihrer Nutzungsbedingungen ohne Konsequenzen davonkommen.
- Bedenken hinsichtlich der Einschränkung der Meinungsfreiheit durch die Durchsetzung von Nutzungsbedingungen durch die Plattformen sind hier deplatziert. Dieses Grundrecht soll vor staatlicher Zensur und Repression schützen und gilt nicht in der Beziehung

³ <https://dserver.bundestag.de/btd/19/194/1919408.pdf>
https://www.jstor.org/stable/27073433#metadata_info_tab_contents

zwischen Unternehmen wie Meta und Geschäftspartnern/Nutzern, wie der Bundesgerichtshof gerade erst im letzten Jahr festgestellt hat.⁴

- Das neue EU-Gesetz für digitale Dienste (DSA) scheint die Unternehmen nicht direkt zur Durchsetzung ihrer Nutzungsbedingungen zu verpflichten, sondern folgt weitgehend der Logik von "notice and action", die von Dritten wie Nutzern oder „trusted flaggers“ verlangt, jedes einzelne Profil immer wieder zu melden, da sich die Social-Media Unternehmen weigern, eine wirksame technische Lösung anzuwenden.
- Stellen Sie sich vor, die größten Einzelhändler und Einkaufszentren in Deutschland würden wichtigen (gewaltorientierten) Rechtsextremisten die Anmietung/Nutzung von Verkaufsflächen gestatten und ihnen dabei helfen, rechtsextreme (legale) Waren zu verkaufen und zu bewerben, die gegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Einzelhändler verstoßen. Wie würde die Öffentlichkeit reagieren?


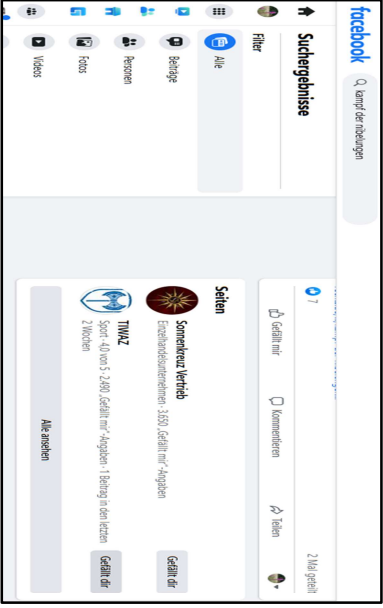
Empfehlungen

- Zivilgesellschaft und Politik müssen Meta und Google klar machen, dass Nachlässigkeit, Ignoranz oder Heuchelei im Kampf gegen den Rechtsextremismus nicht länger akzeptiert werden, zumal das Verhalten der Unternehmen finanzielle Gewinne für rechtsextreme Schlüsselakteure generiert und damit potenziell den (gewalttätigen) Extremismus unterstützt.
- Da die Frage, ob Nutzer Plattformen rechtlich dazu zwingen können, ihre eigenen Gemeinschaftsstandards durchzusetzen, in Deutschland terra incognita ist, sollten zivilgesellschaftliche Organisationen diesbezüglich rechtliche Schritte in Erwägung ziehen, um diese Option zu prüfen. Zum Schutz der Nutzer könnten Verbandsklagen erwogen werden.

⁴ <https://www.bundesgerichtshof.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/2021149.html>

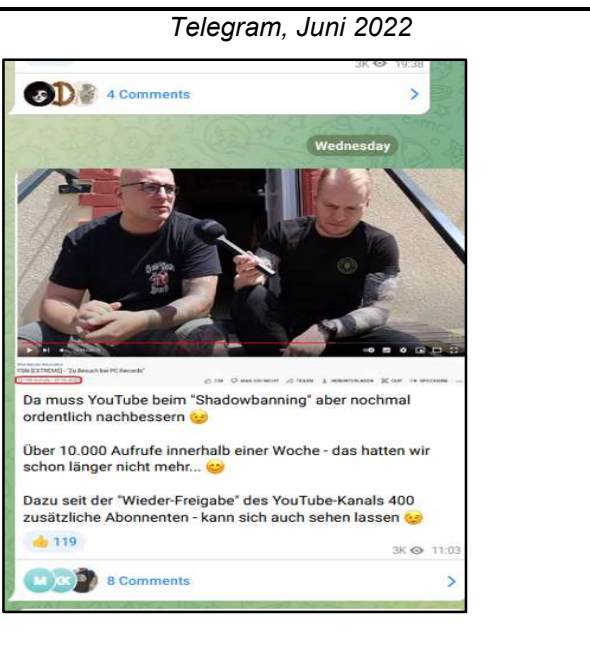
Anhang/Beispiele

Während mehrere weniger relevante rechtsextreme Organisationen oder Personen von Facebook⁵, Instagram und YouTube verbannt sind, dürfen viele der wichtigsten rechtsextremen Schlüsselakteure die Plattformen weiterhin nutzen.

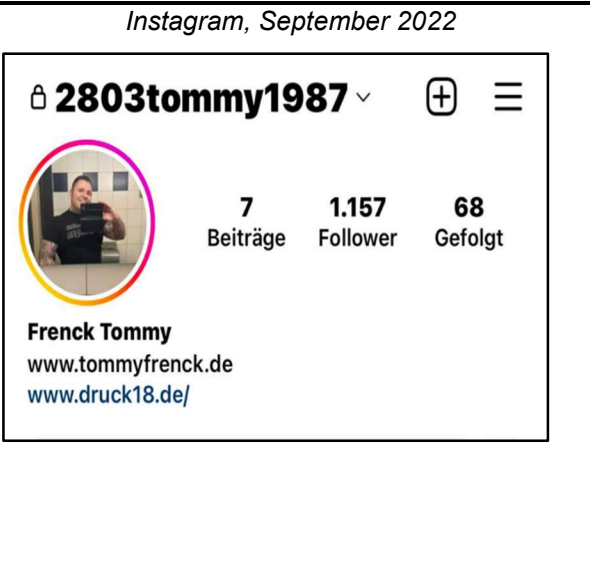
<p>1) Thorsten Heise, ein führender Schlüsselakteur des gewaltorientierten rechtsextremen (transnationalen) Milieus (NPD/Kameradschaften/Blood&Honor/ Schild und Schwert Festival/Kampfsport), bewirbt auf Facebook seine Unternehmen und die „Jungs fürs Grobe“, die „Arische Bruderschaft“.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Facebook, Oktober 2022</i></p> 
<p>2) Wie der CEP-Bericht aus dem Jahr 2021 zeigte, hatte „Kampf der Nibelungen“ (KdN), die führende deutsche (transnationale) rechtsextreme Mixed Martial Arts Gruppe, mehrere Jahre lang zwei Facebook-Profile, darunter eines für ihren Merchandise-Shop. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Papiers sind diese Profile nicht mehr aktiv. Wenn ein Nutzer jetzt nach KdN sucht, empfiehlt Facebook ihm stattdessen TIWAZ, die zweitgrößte rechtsextreme Kampfsportveranstaltung und Sonnenkreuz Vertrieb, ebenfalls ein Schlüsselakteur.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Facebook, September 2022</i></p>  <p style="text-align: right;"><i>Diese Empfehlungen werden auch Nutzer_innen angezeigt, die zuvor kein Interesse an rechtsextremen Profilen auf Facebook gezeigt haben.</i></p>

⁵ Facebook's Liste von "dangerous/terrorist organizations": <https://theintercept.com/document/2021/10/12/facebook-dangerous-individuals-and-organizations-list-reproduced-snapshot/>

3) **FSN-The Revolution**, ein Video-Podcast, der von wichtigen Schlüsselakteuren betrieben wird und in dem die zugehörige Kleidungsmarke "Angar Aryan" beworben wird, verspottet die inkonsequenten und ineffektiven Sperr-, Entfernungs- und Shadowbanning-Maßnahmen von YouTube. FSN-The Revolution betreibt derzeit mehrere Kanäle auf YouTube mit mehr als 12.000 Followern; das hier besprochene Video hatte innerhalb einer Woche 10.000 Aufrufe.



4) **Tommy Frenck**, ein wichtiger Schlüsselakteur, der mehrere persönliche und geschäftliche Profile auf Facebook und Instagram betreibt, erstellt neue Profile, sobald ein bestehendes gelöscht wird. Während er mit den neuen Profilnamen variiert, enthalten die Profilbeschreibung immer seinen vollständigen Namen und die Weblinks zu seinen Waren- und Prepper-Läden, in denen T-Shirts, Macheten und Armbrüste gekauft werden können.



5) **Erik & Sons**, ein rechtsextrems Bekleidungsunternehmen, wurde 2017 wegen des Verkaufs antisemitischer Slogans auf Kleidung strafrechtlich verfolgt und wird häufig in deutschen Verfassungsschutzberichten erwähnt. Sie betreiben ein Profil mit 56.000 Followern auf Facebook, wo sie ihre Produkte direkt bei Männern im Alter von 35-55 Jahren bewerben.



6) Im Video-Podcast eines wichtigen Schlüsselakteurs **Der Dritte Blickwinkel** beschwerte sich dieser darüber, dass er von YouTube aufgefordert wurde, während der ausgestrahlten Episoden ein ständiges Banner für "kommerzielle Werbung" einzublenden, weil er häufig Marken und Produkte seiner Unternehmen erwähnt. Dies legt den Schluss nahe, dass YouTube die Sendung bewertet und festgestellt hat, dass der Moderator für seine rechtsextreme Warenmarke und seinen Shop wirbt, und ihn dann gezwungen hat, seinen Video-Podcast als kommerzielles Unternehmen zu kennzeichnen. Die Tatsache, dass die Person, der Podcast und das Label ein wichtiger Teil der rechtsextremen Szene sind, schien für YouTube nicht von Bedeutung zu sein.

YouTube, October 2020



7) Zwei deutsche rechtsextreme Parteien, Die Rechte und Der Dritte Weg, sind auf Facebook und Instagram verboten. Die älteste, größte und gefährlichste rechtsextreme Partei, die **Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD)**, darf jedoch mehr als 50 Parteiprofile/Accounts auf Facebook mit mehr als 200.000 Anhängern betreiben, die auch von den Algorithmen von Facebook den Nutzern empfohlen werden (Vorgeschlagene Seiten).

Facebook, April 2022

