

Klaus-Dieter Frank

Rechtsextremismus und Unternehmensreaktionen



PETER LANG

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · New York · Paris · Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Abkürzungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Kapitel I: Einführung 13

1	Einleitung	13
2	Untersuchungsbeschreibung	15
2.1	Fragestellung und Zielsetzung	16
2.2	Abgrenzung	19
2.3	Datenerhebung	20
3	Rechtsextremismus	26

Kapitel II: Beschreibung der Unternehmensreaktionen 31

1	Reaktionszeitpunkt	31
2	Die Eigenschaften der Unternehmensreaktionen	33
3	Reaktionstypen	37
3.1	Reaktionstypen innerhalb der Betriebsgrenze	40
3.1.1	Mitarbeiterinformation	40
3.1.2	Möglichkeit zur Aktivität	55
3.1.3	Arbeitsplatz	64
3.1.4	Arbeitsrecht	70
3.1.5	Innerbetriebliche Bildung	72
3.2	Reaktionstypen außerhalb der Betriebsgrenze	76
3.2.1	Öffentlichkeitsarbeit	76
3.2.2	Direktinitiative	87
3.2.3	Social Sponsoring	95
4	Reaktionsinitiatoren und Kooperationen	100
5	Ergebnis	105

Kapitel III: Reaktionsmöglichkeiten - Defizite und Grenzen der Unternehmensreaktionen 109

1	Reaktionsmöglichkeiten und Defizite der Unternehmensreaktionen . .	112
1.1	Rechtsextreme Erscheinungsformen	115
1.1.1	Aktive rechtsextreme Erscheinungsformen	119
1.1.2	Passive rechtsextreme Erscheinungsformen	131
1.2	Rechtsextreme Orientierungen	139
1.2.1	Ideologien der Ungleichheit	141
1.2.2	Gewaltakzeptanz	147
1.2.3	Mentalitäten	149
1.3	Ursachen für den Rechtsextremismus	152
1.3.1	Individueller Aspekt	156
1.3.2	Gesamtgesellschaftlicher Aspekt	159
2	Grenzen der Unternehmensreaktionen	171
2.1	Konflikt mit der Effizienz	172
2.2	Täter und interne Konfrontation	175
2.3	Eingeschränkter Zugang	176
2.4	Maßnahmen und Arbeitsteilung	177
3	Zusammenfassung	179

Kapitel IV: Erklärungsversuch, warum Unternehmen nicht auf den Rechtsextremismus reagierten 181

1	Erklärungsdeutung	182
2	Quantitätsdeutung	183
3	Lösungsdeutung	186
4	Ergebnis	187

Kapitel V: Ausblick 189