

„Inshallah online“ – Wie religiöse Extremisten das Internet nutzen und was wir dagegen tun können

Zweiter öffentlicher Fachtag der Bundesarbeitsgemeinschaft religiös begründeter Extremismus (BAG ReEx)

Datum: 4. Mai 2018
Ort: Alfred Schnittke Akademie, Hamburg
Moderation: Latifa Kühn
Protokoll: Veronika Kabakova, Charlotte Leikert

Disclaimer

Die in der Dokumentation abgebildeten Debatten spiegeln nicht zwangsläufig die Meinungen der BAG ReEx wider. Die Texte wurden nicht von den jeweiligen Referent*innen verfasst, sondern basieren auf den Dokumentationen der Protokollantinnen. Sie wurden im Anschluss der Veranstaltung ausgearbeitet und inhaltlich von den jeweiligen Referierenden autorisiert. Zum Teil werden im Anschluss an die Inputs der Referent*innen einige Ausschnitte der Diskussionen und Rückfragen aus dem Publikum skizziert. Es handelt sich dabei keineswegs um eine vollständige Abbildung der Diskussion

Programm des Fachtages

- 9:30 **Begrüßung durch Tobias Meilicke** (Vorstand der BAG RelEx, Leiter der „Präventions- und Beratungsstelle gegen religiös begründeten Extremismus in Schleswig-Holstein“ der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein e.V.)
- 9:45 **Web 2.0 & Social Media – Nutzung, Mechanismen und Einfluss auf junge Menschen** (Christian Möller, Fachhochschule Kiel)
- 10:30 **Salafistische Angebote im Netz** (Fehime Oezmen, Jugendschutz.net)
- 11:45 **Inforunde zu ausgewählten Themen**
- Salafistische Propaganda von und für Frauen (Andrea Dänzer, TGSH)
 - Salafistische Ansprachen an Geflüchtete im Netz (Muhammed Akten, TGSH)
 - Salafistische Angebote für Kinder im Netz (Fehime Oezmen, Jugendschutz.net)
 - Rekrutierungsstrategien der Hizb ut-Tahrir in Deutschland (Patrick Möller, VPN)
 - Radikalisierungsprävention online: Herausforderungen und Chancen (Sebastian Ehlers, VPN)
- 12:30 Inforunde zu ausgewählten Themen (zweiter Durchgang)
- 14:15 **Online Angebote/ Projekte der deutschen Präventionslandschaft** (Mitglieder der BAG RelEx) – *Erster Durchgang*
- #Believe2society (IFAK e.V., Jan Rohr)
 - Bildmachen (Ufuq.de, Canan Korucu)
 - 5 hoch 4 (ZMD e.V., Suphian Al-Sayad)
 - Online Beratung gegen religiös begründeten Extremismus (TGD e.V., Nevin Uca)
- 14:45 Online Angebote/ Projekte der deutschen Präventionslandschaft (zweiter Durchgang)
- 15:30 Podiumsdiskussion¹

¹ Der Vollständigkeit halber wird die Podiumsdiskussion im Programm genannt. Sie ist jedoch nicht Teil der vorliegenden Dokumentation.

Begrüßung

Tobias Meilicke, stellvertretender Vorsitzender der Bundesarbeitsgemeinschaft religiös begründeter Extremismus (BAG ReEx) und Projektleiter der Beratungsstelle PROvention der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein e. V. (TGS-H)

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kollegen und Kolleginnen,

in der Lebenswelt junger Menschen spielt das Internet heute eine zentrale Rolle. Fast in jeder Minute sind sie online erreichbar über den Laptop oder das Smartphone, konsumieren Angebote im World Wide Web oder werden direkt in sozialen Netzwerken aktiv. Es ist daher wenig verwunderlich, dass auch Extremist*innen das Internet als Medium für sich entdeckt haben, um vor allem Jugendliche und Kinder gezielt anzusprechen und für ihre Themen zu gewinnen.

Unter anderem salafistische Akteure haben dabei in den letzten Jahren ihr Angebot stetig weiterentwickelt und professionalisiert. So finden sich auf YouTube zahlreiche Videos salafistischer Prediger*innen, die jugendaffine Themen wie „Ist Rapmusik haram [verboten]?“ oder „Wie verhält es sich mit Alkohol oder Sex im Islam?“ aufgreifen. Der sogenannte Islamische Staat hat eigene Apps für Kinder entwickelt, um das arabische Alphabet mithilfe von militaristischen Begriffen zu lernen. Salafistische Propagandafilme im Internet schüren Angst vor der Hölle und dem Ende der Welt. Dabei verarbeiten sie auch Ausschnitte aus Hollywood-Blockbustern, die die Jugendlichen bereits kennen. Zudem entstehen eigene geschlossene Propagandakanäle in Messengerdiensten

wie WhatsApp und Telegram. Dies sind jedoch nur einige Beispiele, die zeigen, wie aktiv das extremistische salafistische Milieu das Internet nutzt.

In der Präventions- und Distanzierungsarbeit in unserem Themenfeld haben wir das Internet in den letzten Jahren allerdings ziemlich vernachlässigt. Erst wenige Projekte sind entstanden, die gezielt Onlineangebote vorhalten – einige davon werden Sie heute im Laufe des Tages kennenlernen. Dies liegt auch daran, dass uns Prävention online vor zahlreiche Herausforderungen stellt. Fragen nach der Zielgruppe und ihrer Erreichbarkeit im anonymen und unendlichen Raum des Internets sind oft schwieriger zu beantworten als in unserer räumlich verorteten Offlinearbeit.

Gleichzeitig bietet die große Anonymität auch schnellere Möglichkeiten, in einen offeneren Dialog zu kommen, weil die Sanktionsmöglichkeiten bei „Fehlverhalten“ viel begrenzter sind. So kann das Internet beispielsweise den Weg ebnen um Personen zu beraten, die aufgrund verschiedener Hemmnisse eine Face-to-Face-Beratung ablehnen. Es kann aber auch ein Medium sein, in dem Jugendliche Platz finden, um für sie relevante politische und soziale Themen zu erörtern und zu hinterfragen. Oder einfach der Raum, in dem wir dem intoleranten salafistischen Religionsverständnis einen weltoffenen Islam entgegensetzen können und diesen sichtbar machen. In der Onlineprävention liegt also ein großes Entwicklungspotenzial.

Lassen Sie uns heute gemeinsam über die Herausforderungen einer solchen Arbeit, aber auch über die Chancen ins Gespräch kommen und das Thema voranzubringen und vielleicht neue Impulse zu setzen.

Eingangsreferate

Web 2.0 und Social-Media-Nutzung. Mechanismen und Einfluss auf junge Menschen

Christian Möller, Fachhochschule Kiel

Der Medienwissenschaftler Christian Möller ist Dozent an der Fachhochschule Kiel und leitet dort das Institut für angewandte Publizistik. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten zählen Social Media, Medienregulierung und Jugendmedienschutz, Medienfreiheit und Mediensysteme international, Marketing und Markenführung von Medienunternehmen sowie Internet-Governance. Basierend auf der Lasswell-Formel („Wer sagt was in welchem Kanal zu wem mit welchem Effekt?“, 1948) gibt Christian Möller in seinem Vortrag einen – hier stark verkürzt dargestellten – Einblick in die Medienwirkungsforschung

Die komplette Mediennutzung (Fernsehen, Hörfunk, Handy, Internet) in Deutschland beträgt pro Person durchschnittlich circa zehn Stunden am Tag. Das Leitmedium ist weiterhin das Fernsehen, das Internet wird jedoch zunehmend relevanter. Am stärksten wird das Internet von der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen genutzt, sie ist täglich online. Mit zunehmendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Das Internet hat die Kommunikationsgewohnheiten stark verändert – jede Person möchte immer und zu jedem Zeitpunkt erreichbar sein.

In der Medienwirkungsforschung hat sich in den letzten 100 Jahren ein Paradigmenwechsel vollzogen: Geprägt vom Stimulus-Response-Modell dominierte in den 1920er-Jahren der Leitgedanke „Was machen die Medien mit uns?“. Später, etwa im dynamisch-transaktionalen Ansatz in den 1980ern,

wechselte die Perspektive hin zu der Frage „Was machen wir mit den Medien?“. Menschen nutzen Medien, um ihre Identität zu finden, ihre Identitätszugehörigkeit zu festigen und/oder um ihre Bedürfnisse zu befriedigen (Uses-and-Gratifications-Ansatz, 1960er-Jahre). Manche Mechanismen laufen dabei ab, ohne dass sie bewusst wahrgenommen werden.

Aufgrund der Fülle von Informationen treffen Medienschaffende eine Vorselektion, zum Beispiel wenn sie entscheiden, welche Geschehnisse in den Nachrichten thematisiert werden. Durch diesen Prozess des Gatekeepings werden nicht alle Informationen an die Rezipierenden weitergegeben. Das Agenda-Setting-Konzept beschreibt die Annahme, dass Medien zwar nicht bestimmen können, was Menschen denken, wohl aber durch Themensetzung einen Einfluss darauf haben, worüber gesprochen wird.

Zwei weitere Konzepte sind in der Medienwirkungsforschung relevant: Priming und Framing. Das Framing-Konzept beschreibt die Attribuierung und die Art der Darstellung von Informationen. Eine Information kann unterschiedlich „gerahmt“ werden: Ist das Glas halb leer oder halb voll? Eine kritische Reflexion der Medieninhalte erscheint daher notwendig. Das Priming-Konzept thematisiert die Häufigkeit, mit der ein Thema auftaucht: Je häufiger ein Thema in den Medien aufgegriffen wird, desto empfänglicher werden die Nutzer*innen dafür.

Zwei Dynamiken, die mit dem Internet und der Digitalisierung einhergehen, sind der Wegfall der Gatekeepingfunktion und die Vereinfachung der Medienproduktion. Ersteres beschreibt, dass jede Person im Internet Inhalte bereitstellen kann. Es gibt damit weniger Kontrolle über die verbreiteten

Informationen. Vereinfachung der Medienproduktion bedeutet, dass durch das nahezu immer verfügbare Internet jederzeit auf verschiedene Medien zugegriffen werden kann. So ist auch potenziell jede Person durch das Smartphone in der Lage, Medieninhalte beispielsweise in Form von Videos zu produzieren. Beides kann zur Folge haben, dass Seiten geschaffen werden, die professionell aufbereitet sind, jedoch Inhalte vorweisen, die willkürlich verfasst wurden oder schlichtweg falsch sind. Zudem führen Algorithmen dazu, dass nicht jede Person die im Netz vorhandenen Angebote gleichermaßen angezeigt bekommt: Die Ergebnisse von Suchmaschinen werden auch davon beeinflusst, wonach bereits gesucht wurde, und unterscheiden sich daher von Person zu Person. Zudem gibt es im Internet quasi nichts, was es nicht gibt. So kann man sich in geschlossenen Gruppen bei Facebook oder dem Messengerdienst Telegram mit Gleichgesinnten zusammenschließen. Dort entsteht schnell und teilweise beabsichtigt der Glaube, als einzige Gruppe eine allgemeingültige Wahrheit zu kennen.

Das gilt auch für islamistische Inhalte insbesondere in Form von Videos. Ihre Wirkung erzielen sie auf zweierlei Weise: Zum einen entsteht durch kalkulierte Tabubrüche (etwa Enthauptungsvideos) auch in traditionellen Medien eine große Aufmerksamkeit und es wird Angst geschürt. Zum anderen haben Zuschauer*innen die Option, sich für die in anderen Videos dargestellte „schöne/perfekte Welt“ zu entscheiden. Oftmals werden Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens genutzt, um ein größeres Publikum anzusprechen und Jugendliche zu beeinflussen. Der „Erfolg“ des sogenannten Islamischen Staates beruht unter anderem auf den hier beschriebenen Möglichkeiten die das Internet bietet:

1. Er etabliert eine Marke.
2. Er bewegt sich auf verschiedenen Plattformen.
3. Er filtert die „Wahrheit“ und legt die Verteilung der Inhalte fest.
4. Er verkörpert die „einzig richtige Welt“ und wirkt auf sie ein.
5. Er beschreibt die Welt und wie sie aussieht.

Die Rekrutierungstaktiken und Ansprachen u.a. des sogenannten Islamischen Staates werden in anderen Beiträgen dieses Fachtages ausführlicher behandelt.

Kritische Medienkompetenz ist generell äußerst wichtig, um extremistische Ansprachen als solche zu erkennen, da diese Inhalte auch immer wieder in versteckter und subtiler Form verbreitet werden. Weiter ist es sinnvoll, die Mechanismen zu analysieren, sich ihre Sprache anzuschauen, präsent zu sein (also auch Social Media zu nutzen), falsche Informationen zu korrigieren, rechtliche Mittel zu nutzen oder alternative Narrative zu schaffen. Hierbei kann man sich nicht auf einen Bereich beschränken, vielmehr ist ein Zusammenwirken von online und offline der Schlüssel zum Erfolg.

Weiterführende Literatur

Bonfadelli, Heinz / Frieml, Thomas N. (2017) *Medienwirkungsforschung*, Stuttgart.

Salafistische Angebote im Netz

Fehime Oezmen, Jugendschutz.net

Fehime Oezmen arbeitet bei Jugendschutz.net im Bereich „Islamismus – Popkulturelle Propaganda und Gräueltaten“. Jugendschutz.net ist seit 1997 ein wichtiger Akteur des Jugendschutzes im Internet und das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Es ist jedoch keine Behörde, sondern kombiniert Recherchen und Maßnahmen gegen Jugendschutzverstöße mit der Sensibilisierung von Anbietern, Eltern und Jugendlichen für Risiken. Mit diesem mehrdimensionalen Ansatz kann zeitnah auf neue Phänomene im Internet reagiert werden. Die Aufgaben von Jugendschutz.net sind im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) geregelt und in einer Ländervereinbarung genauer bestimmt. Die Abteilung von Fehime Oezmen beschäftigt sich vor allem mit den Fragen, wie und wo Islamist*innen Jugendliche im Netz ködern, wie die Inhalte medienrechtlich einzuschätzen sind und welche Handlungsmöglichkeiten es gibt.

Islamist*innen nutzen das Internet, um Kinder und Jugendliche mit Angeboten in moderner Videospiele-Optik zu gewinnen. Sie konstruieren und imitieren bekannte Formate. Ein Beispiel dafür ist „Call of Jihad“, eine Adaption von „Call of Duty“, einem sogenannten Egoshooter-Videospiel, bei dem man in Ich-Perspektive in der virtuellen Welt gegen computergenerierte Gegner kämpft und diese meist mit Schusswaffen ausschalten muss. Die Aufmachung der Angebote ist hochprofessionell und jugendaffin. Durch die Nachahmung bedienen sich Islamist*innen der Seh- und Nutzungsgewohnheiten der Jugendlichen und docken an die jugendliche Lebenswelt an. So benutzen sie beispielsweise jugendaffine Kommunikationselemente wie Gifs – kurze, meist humorvolle und sich in Endlosschleife wiederholende Videos oder Bildsequenzen – und arbeiten stark mit Emotionalisierung. Allgemein wird das Internet als Medium dafür genutzt, um eine größere Reichweite zu erzielen. Auch werden beispielsweise

Werbespots bekannter Marken (zum Beispiel M&M's) adaptiert, um vor allem Jugendliche zu erreichen. Neben Facebook wird der Nachrichtendienst Telegram viel genutzt. Über scheinbar harmlose Seiten oder Gruppenchats gelangen die Jugendlichen zu islamistischen Angeboten und Propaganda. Eine weitere Verbindung in die Welt der Islamist*innen sind Medienformate und Themenfelder, die nichts mit Religion zu tun haben. Solche Seiten dienen dazu, Rezipient*innen unbewusst für sich zu gewinnen und über Verlinkungen auf weitere, etwa eindeutig islamistische Websites zu führen.

Wie wird nun mit Verstößen gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag vorgegangen? Wenn ein Inhaltsverantwortlicher in Deutschland identifiziert werden kann, leitet Jugendschutz.net ein medienrechtliches Aufsichtsverfahren bei der Kommission für Jugendmedienschutz ein. Der Regelfall ist das aber nicht, weil selten ein Inhaltsverantwortlicher klar auszumachen ist. In den meisten Fällen wird der direkte Kontakt zum entsprechenden Plattformsupport genutzt, um Inhalte mit Verstößen zu melden. Dies ist der effektivste Weg, um gefährdende Inhalte schnell aus dem Netz zu bekommen; die Löschrquote liegt bei einer Meldung durch Jugendschutz.net bei über 80 Prozent. Sind Inhaltsverantwortliche nicht zu identifizieren oder kommt es nicht zu einer Löschung, erhält die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) eine Indizierungsanregung. Wenn eine Gefahr für Leib und Leben besteht, beispielsweise bei konkreten Morddrohungen, wird der Fund an die Strafverfolgung weitergeleitet.

Diskussion

- *Gelingt es Jugendschutz.net, auch in geschlossene Gruppe einzutreten, denn da liegt ja die größte Gefahr?*

Das ist nicht möglich. Da im Bereich Islamismus vier Mitarbeiter*innen tätig sind, geben die Ressourcen dies nicht her. Sie konzentrieren sich auf deutschsprachige Seiten, versuchen jedoch neben den circa 300 deutschen Kanälen auch türkisch- und arabischsprachige Kanäle zu beobachten. Aber es liegt nicht nur an den Ressourcen, sondern es spielen auch ethische Gründe eine Rolle. Außerdem ist Jugendschutz.net keine Sicherheitsbehörde, ganz abgesehen davon, dass das Kompetenzzentrum beispielsweise zu WhatsApp-Gruppen so gut wie keine Zugangsmöglichkeiten hat. In geschlossenen Facebook-Gruppen muss man oft interagieren und Fragen beantworten. So etwas macht Jugendschutz.net nur in Ausnahmefällen, nach Rücksprache mit dem Justizariat und wenn die Gruppe eine gewisse Größe hat.

- *Kommen Hinweise auch von der Zivilbevölkerung, die mit diesen Angeboten in Berührung gekommen sind?*

Ja, aber vermehrt im Bereich Rechtsextremismus, weniger im Bereich Islamismus – dort recherchiert Jugendschutz.net meist selbst.

Inforunde zu ausgewählten Themen

Salafistische Propaganda von und für Frauen

Andrea Dänzer, Beratungsstelle PROvention der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein e. V. (TGS-H)

Andrea Dänzer studierte Politik- und Nahoststudien, Konfliktresolution und Mediation in Erlangen, Damaskus, Kairo und Tel Aviv. Zudem absolvierte Sie eine Weiterbildung zur Systemischen Beraterin. Bei PROvention, der Präventions- und Beratungsstelle gegen religiös begründeten Extremismus in Schleswig-Holstein (unter Trägerschaft der TGS-H), war Sie bis Ende Juli 2018 in der Beratung von Angehörigen und Betroffenen aktiv und gab regelmäßig Fortbildungen und Vorträge zum Themenfeld.

Andrea Dänzer spricht über Onlinepräsentationen von Frauen und Mädchen im salafistischen Milieu. Zu Beginn geht sie auf die Relevanz und Aktualität des Themas ein sowie auf die weit verbreitete, aber irriige Wahrnehmung von diesen Frauen als manipuliert und fremdbestimmt: Gerade das Internet bietet Frauen und Mädchen – trotz der ideologiegestützten mangelnden öffentlichen Sichtbarkeit von Frauen – vielfältige Möglichkeiten die eigenen Ansichten auszudrücken und zu festigen. Zudem können sie sich miteinander solidarisieren und aktiv für die als richtig empfundene Sache engagieren. Anwerbe- und Rekrutierungsversuche bis hin zur Verbreitung von Propaganda für dschihadistische Organisationen werden durch das Internet erleichtert.

Auffallend ist die hohe Verknüpfung und Einführung dezidiert jugendkultureller Aspekte in die salafistische Lebenswelt der meist jungen Frauen und Mädchen.

So werden beispielsweise Hauptfiguren aus Disneyfilmen mit Niqab und Prophetenbart verfremdet, um das eigene Ideal von Männlichkeit und Weiblichkeit darzustellen und zu teilen. Auch das Ideal der schicksalhaften, von Allah vorherbestimmten Liebe, mit dem man durch diese Filme ebenfalls vertraut ist, wird in zahlreichen Posts und Gestaltungsvarianten thematisiert und mit religiösen Versatzstücken versehen. Im dschihadistischen Bereich wird zuweilen auf fiktive weibliche Kämpferinnen, wie Mulan oder Lara Croft, angespielt. Aber auch gängige jugendkulturelle Sprüche und Slogans werden adaptiert: So steht zum Beispiel „Keep calm and love Niqab“ oder „Haters gonna hate“ unter Abbildungen von coolen Frauen mit Sonnenbrille und Vollverschleierung. Gerade Letztere erfährt online eine starke Ästhetisierung und positive Aufladung, zum einen weil sie als „schön“ beschrieben und kollektiv bewundert wird, zum anderen weil sie den eigenen moralischen Überlegenheitsanspruch untermauert und als Abgrenzung zur vermeintlich ungläubigen und moralisch verkommenen, sexuell getriebenen und auf Äußerlichkeiten fixierten Gesellschaft fungiert. Der Schleier wird als Mittel der eigenen Freiheit und Selbstbestimmung diskursiv verortet. Er dient dazu, sich dieser Gesellschaft und ihren Maßstäben zu entziehen. Nicht selten spielen dabei eigene Erfahrungen eine Rolle. Ein weiteres häufig auftretendes Element in diesen Darstellungen ist die Gemeinschaft der gläubigen Schwestern, deren freundschaftliche Bande – weil durch den Glauben erwirkt – als einzig und allein wahrhaftig, aufrichtig und belastbar angesehen werden: Eine gute Freundin wünscht sich für ihre Schwestern im Glauben nur das Paradies. Neben der Verortung der eigenen Identität bietet der virtuelle Raum aber auch Platz für die Beschreibung des vermeintlich antagonistischen Anderen. Hier finden sich dichotome Weltbilder, das gängige Narrativ der weltweiten Unterdrückung der Muslime, Emotionalisierung und Solidarisierung mit den

Opfern westlicher Politik. Für diese werden mitunter Spenden gesammelt oder „Cupcakes for Syria“ gebacken. Es gibt also auch für Frauen genug Raum für verschiedenste Aktivitäten. Auch im IS-Gebiet konnten Frauen als Propagandistinnen wirken und waren gerade für die Anwerbung anderer Frauen probate Akteurinnen.

Der virtuelle Raum wird also genutzt, um sich selbst zu definieren und abzugrenzen, aber auch um für die eigene Sache zu werben und aktiv zu sein. Die eigene Identität wird erhöht, elitär verortet, die andere dämonisiert. Die diskursive Identitätsbildung wird verstärkt durch eine für den Phänomenbereich typische Wagenburgmentalität und „natürliche“ Prozesse neuer interaktiver Medien (etwa die Filterblase).

Diskussion

Verschiedene Themen werden diskutiert, unter anderem die Bedeutung der Mutter-Tochter-Beziehung für den Hinwendungsprozess zu salafistischem Gedankengut. Zudem wird gefragt, ob durch den Fokus auf das Jenseits/Paradies eine Suizidgefährdung vorliegt, was Dänzer verneint. Auch die individuellen psychosozialen Funktionen der einzelnen besprochenen Aspekte, insbesondere der Vollverschleierung, werden diskutiert.

Salafistische Ansprachen an Geflüchtete im Internet

Muhammed Akten, Mitarbeiter bei der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein e. V. (TGS-H)

Muhammed Akten studierte Islamische Theologie und Pädagogik im Bachelor an der Marmara Universität und Islamische Grundwissenschaften im Master an der Istanbul Universität. Er verbrachte vor und während seines Studiums längere Auslandsaufenthalte in Kairo. Nach ein paar Jahren als Lehrkraft im Schuldienst in Istanbul kehrte er nach Deutschland zurück und war ehrenamtlich in der Flüchtlingshilfe tätig, wo er schwerpunktmäßig pädagogische Arbeit leistete. Muhammed Akten war von März bis September 2018 bei dem Projekt „Kick-Off“ in der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein (TGS-H) tätig. Derzeit promoviert er über Gegennarrative in der Deradikalisierungs- und Präventionsarbeit.

In Radikalisierungsprozessen gibt es immer wiederkehrende Themen, darunter die Einteilung der Welt in Gläubige und Ungläubige, die ausgeprägte Jenseitsorientierung, die Idealisierung der Scharia und die Abwertung der Demokratie, die Kritik der gegenwärtigen Gesellschaft beziehungsweise der Ungerechtigkeiten, die Dschihad-Auslegungen und die Alltagsreligiosität.

Auch wenn sich Salafist*innen durchaus gezielt an Geflüchtete richten, gibt es kaum Hinweise auf eine spezifische Ansprache von Geflüchteten im Internet. Die Salafist*innen verfolgen eher die (Offline-)Strategie der direkten Beziehungsarbeit: Sie besuchen Unterkünfte, machen Geschenke, zeigen Interesse und Empathie. Darüber hinaus versuchen sie, psychischen Beistand zu leisten und die Zuhörenden zu motivieren, sich ihnen anzuschließen. Dazu nutzen sie neben Unterkünften auch Moscheen. Wichtig ist für sie vor allem die Face-to-

Face-Arbeit. Hierbei steht der enge Kontakt zu den Menschen im Vordergrund. Hergestellt wird ein erster Kontakt durch die Verteilung von Lebensmitteln oder Kleidung und durch Hilfe bei der Wohnungssuche, bei Behördengängen oder Arztbesuchen. Geflüchtete sind hierbei jedoch nicht die einzige Zielgruppe. Vielmehr ist dies eine gängige Annäherung von Salafist*innen. Außerdem suchen sich Salafist*innen Verbündete, indem sie sich öffentlich für die Unterstützung der Bevölkerung in Syrien aussprechen. Hierzu bieten sie dann Infoabende und Hinweise für mögliche Hilfsorganisation an. Diese haben unter anderem Angebote für Winter- und Nothilfe für Obdachlose oder Geflüchtete. In ihrer Ansprache und Predigt gehen sie bezüglich der Sprache auf die jeweilige Zielgruppe ein. Eindeutige Aussagen, ob Organisationen dem salafistischen Spektrum zuzuordnen sind, erweisen sich allerdings oftmals als schwierig. Ein Beispiel dafür ist die Organisation Ansaar International e. V. Zwar gibt es Überschneidungen im Personenkreis, dennoch kann die Organisation nicht eindeutig dem salafistischen Spektrum zugeordnet werden.

Neben der Face-to-Face-Arbeit gibt es auch Anwerbungsversuche via Internet. Dabei wird das Internet allerdings genutzt, um eine breit gefächerte Masse und nicht spezifisch Geflüchtete anzusprechen. Eine der größten Herausforderungen für die Salafist*innen ist es jedoch, Flüchtlinge anzusprechen, die zum Beispiel vor religiös begründetem Extremismus wie dem IS flüchten mussten, um Frieden zu finden.

Diskussion

- *Wie sind Sie vorgegangen, um an die gesammelten Informationen zu gelangen?*
Herr Akten ist viel in Fake-Profilen und auch auf offenen Profilen tätig. Die Radikalisierung findet allerdings meist nicht im Internet statt, weil dafür der direkte Kontakt und die Beziehungsebene wichtig sind.
- *Wie genau verläuft die Ansprache bei Geflüchteten in den Unterkünften?*
Salafist*innen suchen die entsprechenden Orte auf. Sie warten, bis die Sozialarbeiter*innen weg sind und treten dann persönlich an die Menschen heran.
- *Wie genau sieht die Zusammenarbeit von Moscheen und den Unterkünften aus – denn genau diese könnten doch Halt und Schutz bieten?*
Viele Sammelstellen lehnen eine Zusammenarbeit ab, weil sie sich nicht in der Lage sehen, die Einstellungen der Moscheen adäquat einzuschätzen zu können. Besonders mit Expert*innen, die sich mit diesem Thema befassen, kann eine Zusammenarbeit mit Moscheen gelingen.

Salafistische Angebote für Kinder im Netz

Fehime Oezmen, Jugendschutz.net

Fehime Oezmen arbeitet bei Jugendschutz.net im Bereich „Islamismus – Popkulturelle Propaganda und Gräueltaten“. Jugendschutz.net ist seit 1997 ein wichtiger Akteur des Jugendschutzes im Internet und das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Es ist jedoch keine Behörde, sondern kombiniert Recherchen und Maßnahmen gegen Jugendschutzverstöße mit der Sensibilisierung von Anbietern, Eltern und Jugendlichen für Risiken. Mit diesem mehrdimensionalen Ansatz kann zeitnah auf neue Phänomene im Internet reagiert werden. Die Aufgaben von Jugendschutz.net sind im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) geregelt und in einer Ländervereinbarung genauer bestimmt. Die Abteilung von Fehime Oezmen beschäftigt sich vor allem mit den Fragen, wie und wo Islamist*innen Jugendliche im Netz ködern, wie die Inhalte medienrechtlich einzuschätzen sind und welche Handlungsmöglichkeiten es gibt

Islamist*innen ködern User*innen vielfach durch hochprofessionelle und jugendaffine Formate. Dabei vermischen sich in brutalen Videos, schockierenden Bildern und poppigen Memen Grauen, Action und Popkultur. Kinder sind inzwischen in den Fokus dschihadistischer Propaganda geraten – entweder inszeniert als Henker und Kämpfer oder, wie 2016 bemerkt wurde, als Zielgruppe für Apps. Solche Apps führen Kinder spielerisch an extremistische Ideologien heran, etwa indem militante und prodschihadistische Darstellungen in Lese-, Rechen- und Schreibaufgaben integriert werden.

Es wird viel mit Visuellem gearbeitet und auf die Macht der Bilder gesetzt: Die Botschaften sind leicht und schnell erfassbar, setzen auf eindringliche, häufig emotionale Wirkung. Die Visualisierung von Kernelementen der Ideologie kann helfen, Mythen und Weltbilder zu verankern. Dabei werden Symbole aus der

Lebenswelt umgedeutet: Mit adaptierten Comics, Marken oder Spielen findet eine Anlehnung an die Popkultur statt. Das „coole“ Design macht die Botschaft anschlussfähig. Ein Beispiel dafür ist die App „Huruf“ (arabisch „Buchstaben“): *„Startet die App, erklingt ein Nasheed, also ein A-cappella-Gesang. Auf dem Startbildschirm ist die Flagge des IS zu sehen. User gelangen von dort zu interaktiven Spielen, bei denen sie Luftballons mit Buchstaben zum Platzen bringen können oder Buchstaben möglichst genau nachmalen müssen. In einem weiteren Spiel liest eine Kinderstimme das Alphabet vor. Verknüpft wird dies jeweils mit zugehörigen Begriffen und Bildern, die in vielen Fällen militaristischer und dschihadistischer Ikonographie entspringen“* (www.hass-im-netz.info, abgerufen am 20.12.2018).

Wenn Sie im Netz auf problematische Inhalte stoßen, können Sie diese bei Jugenschutz.net melden. Auch Seiten wie die der Bundeszentrale für politische Bildung helfen bei einer Einordnung und Recherche nach weiteren Informationen.

Rekrutierungsstrategien der Hizb ut-Tahrir in Deutschland

Patrick Möller, Violence Prevention Network e. V.

Patrick Möller studierte Islamwissenschaft an der Philipps-Universität Marburg und an der United Arab Emirates University in Al-Ain, Vereinigte Arabische Emirate. In seinem Studium konzentrierte er sich auf die Entwicklung des deutschen Salafismus und den Aufstieg des Dschihadismus. Seit 2015 arbeitet er im Bereich Qualifizierung für Violence Prevention Network e. V. in der Beratungsstelle Hessen in Frankfurt am Main.

Die Gruppierung Hizb ut-Tahrir, offiziell Hizb ut-Tahrir al-Islami („Islamische Befreiungspartei“), wurde 1953 im heutigen Jordanien durch den Palästinenser Taqi ud-Din an-Nabhani gegründet. Sie strebt einen Unterwanderungsprozess der staatlichen und gesellschaftlichen Institutionen an, um einen Umwälzungsprozess und die eigene Machtübernahme zu erreichen. Aktiv ist die Hizb ut-Tahrir in über 40 Ländern, wobei sie in den meisten mehrheitlich muslimischen Ländern verboten, in westlichen Ländern (bis auf Deutschland) hingegen legal ist. Die Vereinigung der Muslime unter einem weltweiten Kalifat ist das Ziel dieser panislamistischen Bewegung, die ursprünglich auch als radikale Alternative zur Muslimbruderschaft aktiv war. Laut einer Einschätzung des Verfassungsschutzes in Berlin zählt die Hizb ut-Tahrir zur Unterkategorie jener gewaltbereiten Islamist*innen, die Gewalt zur Zielerreichung befürworten, sie selbst aber nicht anwenden. In Deutschland ist die Hizb ut-Tahrir vor allem im universitären Bereich aktiv, im Januar 2003 wurde die Gruppierung jedoch durch den damaligen Bundesinnenminister Otto Schily verboten. Daraufhin verlegte die Hizb ut-Tahrir ihre Aktivitäten in den Untergrund und ist dort weiterhin aktiv:

2017 wurden rund 350 Personen der Hizb ut-Tahrir zugerechnet. In der muslimischen Community und der radikalislamischen Szene jedoch ist sie zumeist isoliert und wird gar verachtet, wobei vor allem Salafisten sie auch theologisch angreifen.

Seit 2012 ist eine deutliche Zunahme radikalislamischer Facebook-Seiten mit Bezügen zur Hizb ut-Tahrir zu verzeichnen. Sie werden zumeist von Privatpersonen geführt, die der Gruppierung angehören oder ideologisch nahestehen. Einige der Anhänger*innen bewegen sich trotz ideologischer Differenzen auch im salafistischen Milieu. So wurden Beiträge geteilt, die von Salafist*innen oder sogar Dschihadist*innen stammen. Als 2012 im Netz Videos eines jungen Predigers mit dem Pseudonym Ibn Yakub erschienen, tauchten seine Beiträge auch auf der Website der radikalen, salafistischen Missionarsbewegung „Die wahre Religion“ auf. Seine Reden überschneiden sich mit den Lehren der Hizb ut-Tahrir. 2015/2016 trat er auch in Videos der Initiative „Generation Islam“ auf, deren Inhalte immer wieder starke Indizien für eine ideologische Nähe zur Hizb ut-Tahrir sind. „Generation Islam“ wurde 2013 gegründet und behandelt aktuelle politisch-gesellschaftliche Themen, so auch Diskriminierung und Islamfeindlichkeit. Die Bewegung betreibt Manipulation und Propaganda, schürt Feindbilder, verbreitet eine Opferideologie und Verschwörungstheorien. Neben „Generation Islam“ existiert noch ein weiterer Zusammenschluss, „Realität Islam“, der 2015 gegründet wurde. Ähnlich wie „Generation Islam“ setzt auch „Realität Islam“ den Islam als Lebensordnung. Im Jahr 2016 gab es mehrere Veranstaltungen im Rhein-Main-Gebiet, an denen Hunderte Besucher*innen, darunter vor allem Jugendliche, teilnahmen. Anders als „Generation Islam“ ist „Realität Islam“ verstärkt offline aktiv. Es ist nicht

endgültig geklärt, ob die Hizb ut-Tahrir durch ihre Netzwerke und Plattformen wirklich neue Anhänger*innen für sich gewinnen kann. Es gelingt ihr jedoch, radikalislamische Ideologien zu verbreiten und zur Feindschaft gegenüber dem Staat und der Gesellschaft aufzurufen. Dies geschieht, ohne dass den „normalen“ Internetnutzer*innen klar ist, welche Personen und Intentionen hinter dem Netzwerk stecken.

Im April 2018 startete „Realität Islam“ eine Petition gegen ein in Nordrhein-Westfalen diskutiertes Kopftuchverbot für unter 14-jährige Mädchen. Dabei traten die Anhänger auch in zahlreichen Fußgängerzonen in Großstädten auf und sammelten Unterschriften. Sie trafen einen zentralen Nerv bei den Muslimen, die sich durch die politische Debatte angegriffen und bedroht fühlten. Bis Ende Oktober unterzeichneten mehr als 170 000 Menschen die Petition. Ein „Erfolg“, der in der islamistischen Szene in Deutschland seinesgleichen sucht.

Diskussion

- *Die Ansprache der Hizb ut-Tahrir richtet sich nicht an Salafist*innen oder Radikale. An welchen Orten sucht die Hizb ut-Tahrir nach neuen Anhänger*innen?*

Die Hizb ut-Tahrir ködert Anhänger*innen unter anderem auf gewöhnlichen Facebook-Seiten, bei denen Jugendlichen oftmals gar nicht klar ist, welche Gruppierung hinter der Seite steckt und welche Absichten sie mit den Inhalten verfolgt. Genau das ist fatal, denn Jugendliche reflektieren die Inhalte oft wenig und lassen sich davon schnell mitreißen.

Weiterführende Literatur

Pankhurst, Reza (2016) *Hizb ut-Tahrir – The Untold History of the Liberation Party*, London.

Ahmed, Houriya / Stuart, Hannah (2009) *Hizb ut-Tahrir – Ideology and Strategy*, London. *Anmerkung der Protokollantin: online verfügbar unter <http://henryjacksonsociety.org/wp-content/uploads/2013/01/HIZB.pdf> (abgerufen: 17.11.18).*

Radikalisierungsprävention online: Herausforderungen und Chancen

Sebastian Ehlers, Violence Prevention Network e. V.

Sebastian Ehlers leitet bei Violence Prevention Network e. V. den Bereich Radikalisierungsprävention | Online. Mit dem Ziel, Formate des zielgruppengerechten Zugangs zu radikalierungsgefährdeten und radikalisierten Jugendlichen aufzubauen, entwickelte er das Online Team bei VPN von Grund auf. Er hat nach seinem Jurastudium mehrere Jahre als Produktionsleiter eines mittelständischen Werbetechnikbetriebes gearbeitet, als Head of Marketing | WebTV einer international renommierten Filmproduktionsfirma erste Erfahrungen in der Entwicklung neuer Geschäftsfelder machen können und war als Head of Marketing Teil des Managementteams eines Venture Capital finanzierten Technologie-Start-Ups.

Onlinekommunikation und soziale Medien sind für die Verbreitung von ideologischer Propaganda extremistischer Gruppierungen von wachsender Bedeutung. Das sich rasant ändernde Kommunikationsverhalten von Jugendlichen stellt die praktische Radikalisierungsprävention und Deradikalisierung vor immer neue Herausforderungen. Jugendliche sind heute an den schnellen und unmittelbaren Zugang zu Informationen gewöhnt, sie leben mit und in parallelen Lebensprozessen, kommunizieren verstärkt in Bildern und sind 24/7 online. Das hat auch Konsequenzen für die Präventions- und Deradikalisierungsarbeit: Wie können Kommunikationsangebote zivilgesellschaftlicher Träger mit begrenzten Ressourcen und erkennbarer Urheberschaft Schritt halten mit Angeboten aus einem extremistischen Umfeld, die rund um die Uhr erreichbar sind und eine entsprechend hohe Response-Rate aufweisen?

So wie die Kommunikationsmöglichkeiten des Internets vielfältige Chancen zur Kontaktaufnahme mit radikalierungsgefährdeten oder bereits radikalisierten Jugendlichen bieten, so sind die Strukturen der sozialen Netzwerke auch Teil des Problems: Tritt man einem Menschen persönlich gegenüber, wirken sämtliche Aspekte der verbalen und nonverbalen Kommunikation und bilden die Grundlage für ein vertrauensvolles Gespräch. In der Onlinekommunikation ist es deutlich schwieriger, einen Kontakt aufzubauen und zu pflegen. Schnelllebigkeit und vermeintliche Anonymität des Mediums führen dazu, dass es angesprochenen Personen sehr leicht fällt, die Kommunikation abubrechen und gegebenenfalls dauerhaft zu blocken. Es ist eine große Herausforderung, den angesprochenen Personen auf digitalem Wege die Authentizität und Persönlichkeit zu bieten, die für den Aufbau und die Festigung einer Vertrauensbeziehung erforderlich sind.

Um den Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppe zu entsprechen, muss auf Trägerseite sehr flexibel und schnell agiert werden. Dies ist oftmals kaum mit den Rahmenbedingungen und Regelungen vereinbar, innerhalb derer staatliche und nichtstaatliche Organisationen und Initiativen der Radikalisierungsprävention und Deradikalisierung agieren. Zudem sind Form und Inhalt der Kommunikation wie auch die Geschwindigkeit des kommunikativen Wandels für alle, die nicht innerhalb dieser sich ändernden Kommunikationsstrukturen agieren, kaum nachvollziehbar. Der Altersunterschied zu den Klient*innen kann in diesem Zusammenhang schnell zu einem Problem werden und macht einmal mehr die Notwendigkeit der Einbindung von Vertreter*innen der Peergroup in entsprechende Präventionsansätze deutlich.

Vor diesem Hintergrund bietet Violence Prevention Network zum Beispiel im Projekt Salam2You jungen Menschen die Möglichkeit, sich über Fragen ihrer Lebensrealität auszutauschen, diese medial aufzubereiten und in den sozialen Medien zu veröffentlichen.

In der Praxis der Radikalisierungsprävention und Deradikalisierung kann es nicht darum gehen, sich zwischen Online- und Offlineansätzen zu entscheiden. Vielmehr ist es für den Zugang zur Zielgruppe mit Blick auf das sich ständig ändernde Kommunikations- und Vernetzungsverhalten essenziell, die Onlinekontaktaufnahme als wichtige Ergänzung zur klassischen Face-to-Face-Beziehungsarbeit zu betrachten.

Onlineangebote und Projekte in der deutschen Präventionslandschaft, konzipiert von Mitgliedern der Bundesarbeitsgemeinschaft religiös begründeter Extremismus

Believe2Society: ein Projekt des Vereins für multikulturelle Kinder- und Jugendhilfe – Migrationsarbeit e. V. (IFAK)

Vorgestellt von Jan Rohr

Believe2Society ist ein YouTube-Projekt für Jugendliche zu Themen wie Gemeinschaft, Zusammenleben und Glaube in Deutschland. Jugendliche arbeiten gemeinsam mit bekannten YouTuber*innen und Künstler*innen an Videoclips. Je nach Wünschen und Ideen der Teilnehmenden werden Clips in allen möglichen Bereichen produziert – von Rap über Lifestyle bis zu Kunst.

Instagram: www.instagram.com/believe2society

Facebook: www.facebook.com/believe2society

YouTube: www.youtube.com/channel/UCDG77aaOhy7h_fJfTi0dPig

bildmachen: ein Projekt von Ufuq e. V.

Vorgestellt von Canan Korucu

Jugendliche sind in ihrem digitalen Alltag zunehmend mit Falschinformationen, Hate Speech sowie islamistischen und rechtsextremistischen Inhalten konfrontiert. Daher gewinnen soziale Medien auch in der Präventionsarbeit an Bedeutung. Das Projekt „bildmachen“ soll Jugendliche und pädagogische Fachkräfte für die Anwerbestrategien islamistischer, insbesondere salafistischer

Gruppen sensibilisieren und Möglichkeiten zur Gestaltung eigener Inhalte in sozialen Medien zeigen. Das interdisziplinäre Projekt schärft die kritische Medienkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Umgang mit islamistischen Ansprachen und zeigt alternative Zugänge sowie Perspektiven zu lebensweltbezogenen Fragen.

In zweitägigen Workshops werden Jugendliche ermutigt, sich mit ihren Perspektiven zu gesellschaftspolitischen und religiösen Fragen in Form von selbst gestalteten Medienprodukten wie Memen oder Gifs online einzubringen. Ergänzt wird das Workshopangebot durch halbtägige Fortbildungen für pädagogische Fachkräfte, in denen Hintergrundinformationen über Strategien und Narrative islamistischer Akteur*innen sowie Ansätze alternativer Narrative in sozialen Medien vermittelt werden.

Unter der Leitung von Ufuq e. V. (Berlin) wird das Projekt in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (München), der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Nordrhein-Westfalen e. V. (Köln) sowie dem Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (Hamburg) in vier Bundesländern umgesetzt. Angestrebt ist eine Ausweitung des Projekts auf weitere Bundesländer.

Website: www.bildmachen.net

Instagram: www.instagram.com/bildmachen_net

Facebook: www.facebook.com/bildmachen.net

Twitter: twitter.com/bildmachen_net

5 hoch 4: ein Projekt des Zentralrats der Muslime in Deutschland e. V.

Vorgestellt von Suphian Al-Sayad

5 hoch 4 ist eine Präventionsplattform für Jugendliche. Sie wird betreut von Expert*innen des Zentralrats der Muslime in Deutschland. Nach dem Motto „von Jugendlichen für Jugendliche“ liegt der Fokus vor allem auf den sozialen Medien, vordergründig auf Facebook und YouTube. Angesprochen sind primär junge Muslim*innen, aber auch nichtmuslimische Jugendliche sind willkommen.

Website: www.5hoch4.com

Instagram: www.instagram.com/5hoch4/

Facebook: www.facebook.com/5hoch4/

Onlineberatung gegen religiös begründeten Extremismus: ein Projekt der Türkischen Gemeinde in Deutschland e. V.

Vorgestellt von Nevin Uca

Die Onlineberatung richtet sich an türkeistämmige, aber auch an arabisch- und deutschstämmige Eltern und Erziehungsberechtigte, die sich von bestehenden Angeboten nicht angesprochen fühlen. Als innovatives, niedrighwelliges Angebot ergänzt die Onlineberatung das Spektrum bestehender Beratungsangebote. Sie ist systemisch ausgerichtet, anonym und kostenfrei. Gefördert wird das Projekt vom Inneren Sicherheitsfonds der Europäischen Union und im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben!“.

Website: <https://emel-onlineberatung.org>

E-Mail: onlineberatung@tgd.de