



Unterwegs auf digitalen Straßen mit streetwork@online: Erfahrungen und Perspektiven der Online-Islamismus-Prävention

Annika Scheeres, Samira Tabti

Das Projekt „streetwork@online“

Social-Media- und Messenger-Dienste sind besonders über die Funktionen des Austauschs, der Unterhaltung und Information ein fester Bestandteil der Lebensrealität junger Menschen (mpfs, 2024 & Newman, 2023). Neben Potenzialen birgt dies allerdings auch Herausforderungen wie Anonymität oder die permanente Verfügbarkeit problematischer Inhalte. Hier setzt das Projekt des AVP e. V. „streetwork@online“ seit 2023 bundesweit an und ist mit aufsuchender Sozialarbeit zur Prävention von islamistischer Radikalisierung auf Instagram, TikTok, Discord, Facebook sowie Telegram und WhatsApp unterwegs. Das Projekt wird vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) gefördert und vom Thomasius Research Institut on Political Extremism (TPX) wissenschaftlich begleitet. Ziel ist es, junge Menschen, die mit extremistischen Inhalten konfrontiert werden und sich in risikobehafteten Lebenslagen befinden, in ihrem digitalen Lebensraum anzutreffen. Dabei soll ein proaktives und transparentes Gesprächsangebot geschaffen und bei Bedarf an Offline-Hilfsangebote verwiesen werden.

Islamismus online: Worin liegt die Attraktivität?

Religiöse Fragen, persönliche Krisen sowie die Suche nach Orientierung und Zugehörigkeit machen das Internet zu einem gefragten Ort – gerade bei Kindern und Jugendlichen mit negativen Migrationser-

fahrungen (Köpfer, 2014). Soziale Medien können jedoch durch algorithmisch verstärkte Inhalte in extremistische Echokammern führen (European Commission 2018, 6). So nutzen auch islamistische und salafistische Gruppierungen Social-Media- und Messenger-Diensten zur Verbreitung ihrer Inhalte und Rekrutierung (Rothut et al., 2022).

Die aktuelle islamistische und salafistische Szene ist heterogen, fragmentiert und zum Teil von Konflikten zwischen unterschiedlichen Strömungen geprägt. Dabei besteht ein fortwährender Wettstreit um Online-Präsenz (Tabti & Scheeres, 2024). Gerade reichweitenstarke Akteurinnen und Akteure passen sich strukturell und ästhetisch an die jeweiligen Trends und Plattformen an. Dazu zählen selbst ernannte Online-Predigende, welche per se keine verfassungswidrigen Inhalte teilen, jedoch meist ultrakonservative Weltbilder in vereinfachter Form mit alltagsnahen Handlungsanweisungen propagieren. Popkulturell von einer großen Zielgruppe gefeiert, können sie durch Polarisierung und Vernetzung einen Einstieg in extremistischere Ideologien vereinfachen (Brosda & Hügel, 2018, S. 136).

Über solch religiöse Auftritte hinaus findet es zudem Anklage, gesellschaftliche Missstände und Diskriminierungserfahrungen zur Propagierung einer „imaginierten Ummah“ aufzugreifen (Goertz & Goertz-Neumann, 2021, S. 88). Was wichtige Themen anspricht und zunächst Gemeinschaft suggeriert, kann in eine dichotome Weltsicht wie „Wir gegen Die“ kippen, geäußert durch Herabwürdigungen Anderer bis hin zu Gewaltaufrufen (Hartwig, 2025).

Ob simplifizierte, theologische Antworten mit Alltagsbezug oder Emotionalisierung aktueller Ereignisse, beides fällt in die primäre oder sekundäre Präventionsarbeit, etwa um ein Abrutschen in extremistische Ideologien vorzubeugen. Streetwork@online befasst sich zudem in der tertiären Prävention mit Menschen, die bereits dschihadistische Inhalte konsumieren und sich in kritischen Lebenslagen befinden. Dabei wird meist in geschlossenen Gruppen oder Filterblasen agiert, die exklusiver gegenüber der Allgemeinheit sind. Aber auch hier finden sich popkulturelle Brücken wie Gesänge des Islamischen Staat (IS) als Hintergrundmusik bei TikTok-Videos. Genau da gilt es herauszufinden, ob eine bewusste Motivation oder bloße Unwissenheit vorliegt.

Zielgruppe und Ansätze des Projektes

Eine adäquate Zielgruppenerfassung ist aufgrund uneinheitlicher Islamismus-Definitionen und der Gefahr von Stigmatisierung zentral (Kahl, 2023). Als Ausgangspunkt dienen Online-Netzwerke aus dem islamistischen oder salafistischen Spektrum, die durch das TPX mithilfe eines Predigenden-Netzwerk-Ansatzes herausgefiltert und kategorisiert wurden. Die aufsuchende Arbeit richtet sich folglich an die Followerschaft dieser Netzwerke, die kommentiert, liked und sich vernetzt. Anhand eines Indikatorensystems lassen sich inhaltliche Aussagen danach einordnen, ob persönliche Bedürfnisse, eine ideologisch-theologische Frage, politische Aussage oder ein menschenfeindlicher Kommentar in Bezug auf Andersgläubige oder Geschlecht vorliegt.

Im öffentlichen Kommentarraum wird auf die „One-to-Many-Kommunikation“ zurückgegriffen, bei der es eine breite, aber stille Mitlesendenschaft mitzudenken gilt. Um geschützter und intensiver in den Austausch zu kommen, kann per Direktnachricht in die „One-to-One-Kommunikation“ gewechselt werden. Eine transparente Haltung in Bezug auf die Rolle der Streetworkenden ist dabei essenziell, um Ziele und Möglichkeiten des Gesprächs abzustecken und die notwendige Vertrauensbasis zu schaffen.

Da das Projekt unter anderem einen Fokus auf weibliche Personen hat, ist ein vielfältiges Team etwa bei Geschlecht, Ausbildung oder kultureller Lebenswelt wichtig, um passgenaue Zugangs- und Verweismöglichkeiten zu bieten. Je nachdem umfassen Empowerment, gezielte Hilfsangebote, ein „offenes Ohr“ oder reine Aufklärungsarbeit die Reaktionspalette

der Streetworkenden.

Zusätzlich zu dieser „Non-Content-Streetwork-Arbeit“ veröffentlicht das Projekt für Content-Streetwork Beiträge auf den einschlägigen Plattformen. Aktuelle, trendbewusste und zielgruppengerechte Inhalte werden teilweise von Peers aus der muslimischen Community über die Kampagne „PEERspective“ selbst erstellt.

„Beste Abla“ oder „Maulwurf“ – Reaktionen und Erfahrungen des Online-Streetworks

Die Reaktionen auf die Anfragen und Inhalte des Streetworks sind so vielfältig wie der Online-Content selbst. Da Anonymität und Freiwilligkeit seitens der Zielgruppe treibende Faktoren darstellen, ist ein „dickes Fell“ für abgebrochene oder asynchrone Kommunikation Voraussetzung für die aufsuchende digitale Sozialarbeit. Gerade Jugendliche hegen jedoch ein großes Interesse an zunächst anonymen, niedrigschwvellen Kontaktangeboten online, was sich an den vielen positiven Reaktionen zeigt (vgl. auch Hörmann et al., 2023).

Über den „One-to-Many-Ansatz“ ist es bereits durch wenige öffentliche Kommentare möglich, Fakenews zu enttarnen, polarisierende Inhalte aufzuweichen, kritische Stimmen zu empowern und langfristig ein Hilfsangebot zu hinterlassen. Hasserfüllte Kommentare können so durch Spiegelung „ja stimmt, war sauer tut mir leid“ oder alternative Angebote „die Quelle kannte ich gar nicht danke Bro“ relativiert werden.

Im „One-to-One-Kontakt“ bedarf es Authentizität und soziale Neutralität, um die individuellen Bedürfnisse, die sich oftmals hinter vermeintlich sachlichen Argumenten verstecken, herauszuarbeiten. Sobald die Motivation und Expertise der Streetworkenden dargelegt ist, herrscht oft großes Interesse am Austausch und an Unterstützungsangeboten, etwa bei der Suche einer passenden Beratungsstelle. Die Länge des Kontaktes ist dabei sehr unterschiedlich und reicht von kurz, aber intensiv bis zu monatelanger Begleitung oder situativen Anfragen wie: „Wie schätzt du eigentlich den Prediger ein?“. Dafür hat sich auch eine Kommunikations-Struktur auf Discord zur niedrigschwvellen Kontaktaufnahme und moderierten, täglichen Austauschmöglichkeit in der Community als hilfreich erwiesen. Anders als zu vermuten, erweisen sich nicht Anfeindungen seitens der Akteurinnen und Akteure oder Zielgruppe als eine der größten Hürden im Online-Streetwork, sondern die Technik mit all ihren

Begleiterscheinungen durch intransparente Löschung von Nachrichten oder Profilen sowie offene Fragen zum Datenschutz und Umgang mit rechtswidrigen Inhalten.

Perspektiven

Online- und Offline-Lebensräume sind sowohl für die Zielgruppe als auch für extremistische Akteurinnen und Akteure nicht mehr zu trennen. Radikalisierungsprozesse verlaufen selten bloß digital, sondern verstärken sich häufig wechselseitig. Beide Räume müssen deswegen in der Prävention berücksichtigt werden: Digitale Angebote sollten nicht isoliert stehen, sondern mit analogen Strukturen wie Schulen, Beratungsstellen oder aufsuchender Sozialarbeit verknüpft werden.

Ein niedrigschwelliges Aufklärungs- und Hilfsangebot auf Social-Media- und Messenger-Diensten findet aufgrund der Zugänglichkeit viel positive Resonanz. Anonymität und Schnelllebigkeit im Netz erfordern neben Flexibilität besonders dort oft unterrepräsentierte Werte wie Authentizität, Empathie und soziale Neutralität. Um über einen Sachebenenbasierten Zugang hinaus einen Mehrwert für die Person und ihr Umfeld zu schaffen, ist eine Kommunikation auf Augenhöhe sowie Berücksichtigung kultureller oder geschlechtsspezifischer Umstände notwendig für die Beziehungsarbeit.

Letztendlich erfordert eine hybride Zielgruppe auch hybride Methoden: So vielfältig islamistische und salafistische Angebote sind, so divers sind die Motive und Problemlagen der Zielgruppe. Viele konsumieren Inhalte parallel, ohne sich der teils widersprüchlichen ideologischen Hintergründe bewusst zu sein. Auch werden Plattformen sowohl gleichzeitig als auch unterschiedlich zur Communitybildung, Unterhaltung oder als Lernraum genutzt. Diese Diversifizierung des digitalen Nutzungsverhaltens erfordert angepasste Präventionsansätze, welche die Unterschiede der Medien, ihrer Inhalte sowie Bedürfnisse der Zielgruppe berücksichtigen.

Literatur

- Brosda, C., & Hügel, H. (Hrsg.). (2018). *Medien und Islamismus: Zwischen Pop und Propaganda*. transcript Verlag.
- Decker, O., Kiess, J., Heller, A., & Brähler, E. (Hrsg.). (2022). *Autoritäre Dynamiken in unsicheren Zeiten: Neue Herausforderungen – alte Reaktionen? Leipziger Autoritarismus-Studie 2022*. Psychosozial-Verlag.

- European Commission. (2018). *Tackling online disinformation: A European approach*. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804 (Zugriff am 09. Juli 2025)
- Goertz, S., & Goertz-Neumann, M. (Hrsg.). (2021). *Politisch motivierte Kriminalität und Radikalisierung* (2. Aufl.). Kriminalistik Verlag.
- Hartwig, F. (2025). Islamistische Propaganda auf Social Media. Aus *Politik und Zeitgeschichte, 16–19/2025*. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/islamismus-2025/561179/islamistische-propaganda-auf-social-media/>
- Hörmann, M., Tschopp, D., & Engelhardt, H. (Hrsg.). (2023). *Digitale Beratung in der Sozialen Arbeit: Grundlagen – Konzepte – Praxis*. Kohlhammer. <https://doi.org/10.5771/9783170421776>
- Kahl, M. (2023, 5. Dezember). Umstrittene Begriffe pragmatisch definieren: Beispiel „Islamismus“ PRIF Blog. <https://blog.prif.org/2023/12/05/umstrittene-begriffe-pragmatisch-definieren-beispiel-islamismus/> (Zugriff am 14. Juli 2025)
- Köpfer, A. (2014). Migrationserfahrungen und ihre Bedeutung für die Identitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen. In P. Mecheril (Hrsg.), *Handbuch Migration und Erziehung* (S. 111–123). Beltz.
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest. (2024). *JIM-Studie 2024: Jugend, Information, Medien*. <https://mpfs.de/studie/jim-studie-2024/> (Zugriff am 09. Juli 2025)
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Rothut, S., Schulze, H., Hohner, J., Greipel, S., Rieger, D., & Döring, M. (2022). *Radikalisierung im Internet: Ein systematischer Überblick über Forschungsstand, Wirkungsebenen sowie Implikationen für Wissenschaft und Praxis* (CoRE-NRW Kurzgutachten Nr. 5). Bonn International Center for Conflict Studies gGmbH. <https://nbn-re-solving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-88147-1>
- Tabti, S., & Scheeres, A. (2024). *Salafismus im Netz: Wettstreit um mediale Präsenz oder theologische Deutungshoheit?* KN:IX – Kompetenznetzwerk gegen Islam- und Muslimfeindlichkeit. <https://kn-ix.de/publikationen/analyse-16/>

Zu den Personen

Annika Scheeres, M.Sc. Soziologie und Sozialforschung, begleitet seit 2023 über das TPX-Institut „streetwork@online“ (www.streetwork.online) wissenschaftlich zur Methodenkonzeption und Qualitätssicherung.

Samira Tabti, M.A., ist Religionswissenschaftlerin mit dem Schwerpunkt Islam, Moderne und Digitalisierung. Seit 2023 begleitet sie ebenfalls das Projekt „streetwork@online“ am TPX-Institut (www.tpx-institut.de) wissenschaftlich.