

Islamistische Inhalte und Ansprachen im digitalen Raum

Kanäle, Strategien und jugendkulturelle Anknüpfungspunkte

Schwerpunkt!

Islamistische Inhalte und Ansprachen in sozialen Medien

Isabel Binzer, Bernd Zywietz

Was ist Islamismus?

Islamismus ist eine religiös begründete politische Ideologie, die den Islam als Grundlage für die Gesellschaftsordnung sieht und auf eine strikte Umsetzung religiöser Gesetze auf Basis der heiligen Schriften und Überlieferungen (Koran und Hadithe) hinwirkt (vgl. Pfahl-Taughber 2011). Islamistinnen und Islamisten nehmen für sich in Anspruch, den „einzig wahren Islam“ zu vertreten. In ihrem Weltbild steht eine gottgewollte, absolute Ordnung über der menschlichen; politische Handlungsanweisungen leiten sich aus religiösen Normen ab. Es gibt verschiedene Ausprägungen des Islam und mithin des Islamismus (z. B. sunnitisch und schiitisch). Zur Zielerreichung setzen gewaltorientierte Gruppen wie der sogenannte Islamische Staat (IS), Hamas oder Hisbollah auf den militärischen Dschihad („Heiligen Kampf“). Andere beschränken sich, so auch primär in Deutschland, auf puristische und politische Mittel zur gesellschaftlichen Umgestaltung im Rahmen der bestehenden Gesellschafts- und Rechtsordnung

(„legalistischer Islamismus“), wie im Fall der türkischen Bewegung Millî Görüş oder der transnationalen Hizb ut-Tahrir (vgl. Schmidinger 2020).

Mit der freiheitlich-demokratischen Grundordnung sind islamistische Vorstellungen und Ziele nicht kompatibel, insofern die angestrebte gottgewollte Herrschaftsordnung gegen das Prinzip der Volkssouveränität verstößt oder wenn nicht muslimischen Menschen entgegen dem Gleichheitsgrundsatz weniger Rechte zugestanden werden. Auch die religiös begründete Abwertung von Minderheitengruppen stellt ein Problem dar, nicht zuletzt unter Jugendschutzgesichtspunkten.

Aktuelle Strömungen und Akteurinnen und Akteure

Trotz Anschlägen wie in Mannheim oder Solingen 2024, Attentatsvorbereitungen auch durch Minderjährige und der Rolle, die unter anderem

Propaganda- und Gewaltvideos oder radikalisierende Chats dabei spielen: Das überwiegende Erscheinungsbild des Islamismus ist auf den dominanten Social-Media-Diensten kein gewaltorientiertes. Zwei Lager sind aktuell in Deutschland auszumachen: Salafistische Prediger sowie Akteurinnen und Akteure, die der Hizb ut-Tahrir nahestehen (zum Salafismus-Begriff vgl. Kraetzer 2018).

Bei ersteren handelt es sich einerseits um ältere, bereits länger aktive Salafisten wie der Ex-Boxer und Konvertit Pierre Vogel alias „Abu Hamza“ oder der libanesisch-palästinensische Ahmad Abul Baraa (bürgerlich: Ahmad Armih), andererseits um junge Gesichter und relative Newcomer wie „Sheikh Ibrahim“ (bürgerlich: Ibrahim El Azzazi) oder „Abdelhamid“ (bürgerlich: Dehran A.).¹ Im Online-Medienalltag junger Menschen sind sie als Bezugs- und Identifikationspersonen „mehr als nur Prediger, sondern geben sich als spirituelle Ansprechpersonen, Idole, Krisenhelfer und Online-Gemeindeleiter aus“ (C. Sliephack in: Leber 2025), die zugleich politisches Tagesgeschehen kommentieren und Rat zur Selbstoptimierung wie auch „Infotainment“ bieten (ebd.). So wenden sich im beliebten Frage-und- Antwort-Format Jugendliche etwa auf TikTok mit Fragen zur gottgefälligen Lebensführung sowie zu alters- und entwicklungstypischen Themen wie erster Liebe, Beziehungen und Sexualität an die Prediger. Dabei werden auch frauendiskriminierende oder queerfeindliche Sichtweisen vermittelt (vgl. jugendschutz.net 2024).

Weitere zentrale Akteurinnen und Akteure des deutschen Online-Islamismus sind Personen und Gruppen (Generation Islam, Realität Islam und Muslim Interaktiv), die der Hizb ut-Tahrir (HuT) nahestehen. Bei der seit 2003 in Deutschland verbotenen HuT handelt es sich um eine panislamische Partei, die für die historische (Wieder-)Errichtung des Kalifats im Nahen Osten eintritt, zum Regierungssturz in muslimisch geprägten Ländern aufruft und dem Staat Israel das Existenzrecht abspricht. Islam und Demokratie gelten ihr als unvereinbar (vgl. zu HuT-Ideologie und -Geschichte Möller 2022). Unterschiedlich deutlich formuliert finden sich diese Positionen auch in den Web-Angeboten der oben genannten Gruppen, die ihren Fokus auf Deutschland, deutsche Politik und Lebensverhältnisse legen und weniger religiös, sondern quasi muslimisch-identitätspolitisch, sozial- und politaktivistisch auftreten. Während sich salafistische Influencerinnen und Influencer vor allem als religiöse Autoritäten in entsprechend traditioneller Aufmachung gerieren, bieten HuT-nahe Content-

Creatorinnen und -Creatoren andere Attraktionsmomente und Identifikationspotenziale. Stilistisch, etwa mit modischer Streetwear, gepflegtem Auftreten, professionellen und visuell ansprechenden Aktions- und Themen-Videos (die z. B. „Einheitlichkeit“ und eine „starke muslimische Identität“ vermitteln) sowie in ihren social-media-affinen Agitationstechniken bilden sie eine Art Äquivalent zur rechtsextremen Identitären Bewegung.

Islamistische Akteurinnen und Akteure passen ihr Auftreten den dynamischen Vermarktungsmöglichkeiten und Trends in den sozialen Medien an. So haben sich Ende Mai 2025 „Realität Islam“ (RI) und „Generation Islam“ (GI) nach jahrelanger Betätigung und „Markenaufbau“ ohne Angaben von Gründen aufgelöst und ihre Inhalte weitestgehend aus dem Netz entfernt. Bekannte Gesichter der Gruppen wie der Konvertit Raimund „Suhaib“ Hoffmann und Ali Kil (RI) sowie Ahmad Tamim und Bilal Oromo (GI) übernahmen die ehemaligen Gruppen-Accounts und vermarkten darauf nun jeweils ihre eigene Person. Ein möglicher Grund ist, dass die Marken RI und GI unter anderem durch Berichte von Presse und Verfassungsschutz als zu beschädigt angesehen wurden. Weiterhin wird angesichts der Entwicklungen auf etwa TikTok stärker auf ein nahbareres und individualisiertes Auftreten gesetzt. Dort treten vermehrt Einzelpersonen in Erscheinung, die sich selbst als aktivistische oder vermeintlich religiös gelehrte Stimme zu Wort melden, jedoch nicht eindeutig religiös-ideologisch zuordbar bleiben. In dieser Content-Sphäre verschwimmen die Grenzen zwischen individuellen islamischen und islamistischen Profilen zunehmend. Inwiefern sich hier ein Zusatz-, Alternativ- oder Gegenangebot zur etablierten vor allem salafistischen Szene ausbildet, die mitunter sogar kritisch hinterfragt wird, bleibt abzuwarten.

Islamistische Nutzung von Social Media: damals und heute

Ob auf Instagram, TikTok, YouTube oder X (vormals Twitter): Islamistinnen und Islamisten sind auf allen großen Plattformen vertreten. Auch Messenger wie WhatsApp, wo mittlerweile öffentliche Kanäle erstellt und „Broadcast“-Nachrichten an viele verschickt werden können, sind zunehmend beliebt. Telegram, bekannt für mangelhaftes Vorgehen gegen unzulässige Inhalte, dient daneben als Ausweichplattform insbesondere für die Verbreitung dschihadistischer Inhalte wie teils zum direkten

Austausch mit oder unter Extremistinnen und Extremisten (wie im Fall des Attentäters von Solingen). Doch auch nicht-gewaltorientierte Islamistinnen und Islamisten nutzen Telegram, um sich expliziter zu bestimmten Themen zu äußern, etwa in puncto Queerfeindlichkeit.

Hinsichtlich der Relevanz einzelner Plattformen wie der Anspracheformen hat sich die islamistische Szene in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren dem Zeitgeist, der Popularität und den Vorzügen verschiedener Plattformen immer wieder angepasst. Mit dem Aufkommen sozialer Medien ab Mitte der 2000er-Jahre wurden Dienste wie Facebook und YouTube für Propaganda, Kontaktanbahnung und -pflege genutzt. Noch in den 2010ern dominierten islamistische Online-Angebote das Netz, wenn es um das Thema Islam im Internet ging. Hauptakteurinnen und -akteure, online wie offline, waren salafistische Gruppen, unter anderem die seit 2016 verbotene Organisation „Die wahre Religion“ beziehungsweise Stiftung „Lies!“ um den salafistischen Prediger Ibrahim Abou Nagie. Bekannt wurde diese durch Koranverteilaktionen und die sogenannte „Street Dawa“, also Missionsarbeit in Fußgängerzonen. Videoaufnahmen davon oder von Predigten jener Zeit kursieren bis heute im Netz. Zwischen 2014 und 2018 erreichten die Online-Aktivitäten der Terrororganisation IS ihren Höhepunkt. Social-Media-Inhalte reichten von massenhaften Propaganda-Videoinhalten über Digital-Magazine bis zur „Instagramification“ des Dschihad im Sinne einer individuellen Selbstinszenierung von Anhängerinnen und Anhängern (vgl. Zywietz 2020). Nach der Niederlage des IS, dem internationalen Vorgehen durch Sicherheitsbehörden und Internetdienste gegen ihn und andere Gruppen sowie mehreren Verhaftungen salafistischer Onlineprediger (etwa Sven Lau), war die deutsche islamistische Online-Szene in den späten 2010er-Jahren temporär geschwächt, stark gespalten und verfiel in eine Art „Schockstarre“. Einschlägige ältere und neuere Akteurinnen und Akteure wählten schließlich ein deutlich subtileres, individuelleres, professionelleres Auftreten – auch im Zuge neuer Dienste (z. B. TikTok) und Tendenzen der Selbstinszenierung.

Aktuelle islamistische Akteurinnen und Akteure setzen in ihrer diensteübergreifenden Inszenierung die Plattformen jeweils gemäß ihres spezifischen Angebots- und Nutzungscharakters ein und verknüpfen die eigenen Auftritte untereinander. Längere Erklär- und Ansprachevideos (inklusive Predigten), die bis zu einer Stunde dauern können, finden sich auf YouTube. Kurze pointierte Ausschnitte daraus oder

andere Clips mit plakativen Überschriften werden hingegen auf Instagram und TikTok ausgespielt. Diese beiden besonders schnelllebigen oder auf schnell konsumierbaren Content setzenden Dienste werden genutzt, um Präsenz zu zeigen, Reichweite zu generieren und auf Kanäle zu lotsen, in denen ausführlicher und gegebenenfalls direkter kommuniziert und indoktriniert wird. TikTok dient zudem dazu, etwa mit Selfie-Videos (scheinbar) spontan, authentisch und nahbar aufzutreten, etwa mit Statements aus dem Auto heraus zu aktuellen Ereignissen wie antimuslimischen Übergriffen oder dem Nahostkonflikt.

Auf TikTok und Instagram, aber auch X, nutzen Islamistinnen und Islamisten Hashtags, um den eigenen Content in eigene Diskurszusammenhänge einzubinden und so über bestimmte Themen beziehungsweise deren Schlagworte anzusprechen. Teils rufen sie gezielt, meist in politischen Debatten (Gaza, Kopftuchstreit) zu „Twitter-Storms“ auf: der gezielten vielfachen Verwendung eines vorgegebenen Hashtags zu einem bestimmten Zeitpunkt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Breitenrelevanz zu suggerieren. X spielt dabei eine Sonderrolle, insofern der Dienst gegenwärtig generell primär für Meinungskämpfe genutzt wird. Schlagabtausche sind hier rauer und konfrontativer als etwa auf TikTok, Instagram und dem mittlerweile nur mehr bedingt relevantem Facebook. Diese Dienste sind nicht nur stärker auf Selbstdarstellung (z. B. bei Protestaktionen und Kundgebungen etwa von „Muslim Aktiv“ in Hamburg 2024) und soziale Vernetzung ausgerichtet. Besonders auf TikTok erfolgt über den Vorschlagsalgorithmus schnell eine Echokammerbildung, in denen Nutzenden gleichgestimmte Inhalte angezeigt werden. Entsprechend sind diese gerade für Kinder und Jugendliche so relevante Plattformen – einschließlich YouTube als quasi Videothek – für Marken- und Reichweitenbildung von Islamistinnen und Islamisten besonders bedeutsam.

Die Reichweite der einzelnen Accounts reichen von wenigen hunderten bis zu mehreren hunderttausend Followerinnen und Followern; einige Videos (etwa solche mit berühmten Rappenden als Gesprächsgästen) erzielen über eine Million Klicks. Allerdings sind die jeweiligen Zahlen nur bedingt aussagekräftig: Accounts werden bisweilen von Diensten gelöscht, sodass erst wieder Reichweite aufgebaut werden muss; zugleich gibt es eine Vielzahl von Spiegel-Accounts. Zudem werden Inhalte oder Auszüge daraus von anderen islamistischen Profilen, von Sympathisanten, jedoch auch von sonstiger Followerschaft (z. B. rein für die eigene

Anzahl an Views) aufgegriffen oder als eigener Content veröffentlicht und weiterverbreitet. Als eine Art Szene-Prominenz sind Akteure wie El Azzazi schließlich selbst bisweilen vielfach Thema, etwa in Reaction-Videos (vgl. Hartwig 2023).

Zentrale Themen und Narrative

Für die Ideologie HuT-naher, teils auch anderer aktivistisch auftretender oder gar dschihadistischer Islamistinnen und Islamisten sind zwei Narrative zentral: Die Vorstellung eines Kampfes „des Westens“ gegen „die Muslime“ sowie die Vision eines Kalifats im Nahen Osten als religionsstaatliche Ordnungsform der „Umma“ (Gemeinschaft der Musliminnen und Muslime). Ersteres liefert den Akteurinnen und Akteuren einen Erklär- oder Deutungsrahmen diverser realer, teils jedoch auch überzeichnetner oder gar konstruierter Missstände, Konflikte oder Ereignisse: der Niedergang historischer muslimischer Vorherrschaft, vergangene und gegenwärtige Kriege und Krisen (z. B. in Nahost), muslimfeindliche Übergriffe im Alltag, Migrations- und Integrationspolitik oder die Darstellung von Islam und Islamismus in der Berichterstattung. Alles sei Teil eines vermeintlichen Plans eines als muslimfeindlich dargestellten „Westens“. Konkret beklagen die Akteurinnen und Akteure neben einem allgemeinen „Meinungsdiktat“ in Deutschland, was Werte-, Gleichheits- und Liberalisierungsfragen betrifft, eine „Assimilationsagenda“, die Musliminnen und Muslime ihrer Identität beraube.

Lösung aller Probleme bietet in diesem Weltbild das Kalifat in der Nachfolge des Osmanischen Reichs: Als Gegenentwurf zum westlichen Nationalstaat soll darin eine islamische Rechts- und Sittenordnung herrschen, wobei Nicht-Musliminnen und -Muslimen nicht die gleichen Rechte zuständen. Für das Kalifat wären nicht nur aktuelle Regierungen und Regierungsformen in muslimisch geprägten Ländern zu überwinden, sondern auch der Staat Israel zu beseitigen. Selbst wenn dies aus Sorge um Repression bestenfalls kaschiert kommuniziert wird, zeigen sich diese Vorstellungen etwa in Demonstrationen zum Gaza-Konflikt, wenn auf den immergleichen Plakaten für ein Kalifat geworben wird, dessen stilisierter Umriss auch das Gebiet Israels umfasst.

Während Aktivistinnen und Aktivisten in ihrer Ansprache verstärkt an politische Debatten anknüpfen, setzen Salafistinnen und Salafisten thematisch eher auf religiöse sowie Alltagspraxis junger Menschen. In ihren Beiträgen geht es häufig um Gebote

und Verbote für muslimische Gläubige sowie die vermeintlich korrekte muslimische Lebensweise. Zentrale wiederkehrende Botschaft ist, sich vom vermeintlich sündhaften Lebensstil des „Westens“ und dessen Einflüssen fernzuhalten. So sollen Musliminnen und Muslime etwa nicht an demokratischen Wahlen teilnehmen, denn diese seien „haram“: nur Gott stünde es zu, Gesetze zu erlassen. Feminismus oder die LGBTIQ*-Community werden als „Weg des Teufels“ abgelehnt. Auch Nichtmuslime sollen nicht zu Freunden genommen werden. Unheil und Höllenstrafe drohten allen, die sich nicht an die strengen Vorgaben der Prediger halten. Dabei wird insbesondere zur „Lossagung“ von der nichtmuslimischen Mehrheitsgesellschaft und schließlich zur Abschottung in der angeblich einzig sicheren muslimischen Community aufgerufen. In dieser kulturellen und gesellschaftlichen Abgrenzungspropaganda, der polarisierten Weltsicht und ablehnenden Haltung gegenüber „westlichen“ oder liberalen Werten stimmen klassisch-salafistische und aktivistische Islamistinnen und Islamisten weitestgehend überein.

Reiz- und Radikalisierungsthema Gaza-Konflikt

Der Nahostkonflikt ist seit je her zentrales Mobilisierungsthema islamistischer Online-Propaganda, wurde aber seit dem terroristischen Überfall auf Israel unter Führung der Hamas am 7. Oktober 2023 und den darauffolgenden Militärschlägen Israels erneut zum dominantesten, absehbar nachhaltigsten Thema des Islamismus im Internet. Spezifisch wird dabei das Leid der palästinensischen Zivilbevölkerung weit über extremistische Milieus hinaus aufgegriffen: Israel wird einseitig als Aggressor dargestellt und dämonisiert, während die Taten der Hamas oder der Gruppe Islamischer Dschihad in Palästina praktisch nicht thematisiert werden.

Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen Mainstream-Stimmen und Extremistinnen und Extremisten, sowie zwischen berechtigter Solidarität mit der palästinensischen Bevölkerung und dem Kapern eben dieser Solidarität insbesondere durch islamistische Aktivistinnen und Aktivisten. Sie nutzen etwa den Namen Israel nur in Anführungszeichen oder verfremdet („Isr43l“), um seine Existenz zu delegitimieren und den Staat als „koloniales Projekt“ zu diffamieren, das aus ihrer Sicht einen Pakt mit den (ebenso muslimfeindlichen) westlichen Staaten geschlossen habe. Der Konflikt bietet Anlass und Gelegenheit, die Vereinigung muslimischer Armeen

gegen Israel zu fordern. Bisweilen scheinen antisemitische Verschwörungsnarrative durch; allerdings wird das Feindbild der „Zionisten“ von Jüdinnen und Juden meist gezielt unterschieden. Jenseits der Anklage der humanitären Katastrophe in Gaza oder des israelischen Vorgehens instrumentalisieren Islamistinnen und Islamisten zudem teils drastische Bilder von Zerstörung und zivilen Opfern – vor allem weinende, verletzte und tote (Klein-)Kinder – für ihre Gräuel- und Unrechtspropaganda und zur Verbreitung etwa ihrer Kalifats-Visionen.

Entsprechend hat das aufwühlende Thema Gaza-Konflikt nicht nur nicht-islamistische Nutzende und Influencerinnen und Influencer politisiert, teils gar radikaliert: Ihre fortgesetzte Behandlung sowie ihre kritische Positionierung gegen eine pro-israelische „deutsche Staatsräson“ hat diese Akteurinnen und Akteure für neue Personengruppen anschlussfähig gemacht, die sich mit ihren Protesten und gegebenenfalls einer migrantisch-prägten Perspektive (einmal mehr) marginalisiert und als „antisemitisch“ deklariert mundtot gemacht wähnen.

Jugendkulturelle Anknüpfungspunkte

Im großen Spektrum des Online-Islamismus sind verschiedene Attraktionsmomente und Anknüpfungspunkte für Minderjährige und ihre alterstypischen Bedürfnisse und Interessen gegeben. Dabei profitieren salafistische Gruppen davon, dass sie eine Nische besetzen, indem sie einfache und konkrete Antworten auf viele Fragen offerieren, die sich insbesondere muslimische Jugendliche hinsichtlich des Glaubens und damit verbundener Lebensführung stellen. Schon unverfängliche Suchbegriffe wie „Islam Dating“ führen zu Videos von Salafistinnen und Salafisten. Mit ihren umfassenden, so strikten wie klaren Regularien (von Gebet über Kleidung bis zu Geschlechterverhalten) bieten sie darüber hinaus in Entwicklungsprozessen der Ablösung und Abgrenzung von der Familie alternative Gemeinschaften, Zugehörigkeit, neue soziale Rollen und Identitäten (vgl. Frank/Scholz 2022, S. 175). Zudem eröffnen sie Jugendlichen eine Möglichkeit, sich „in Bezug auf ihre Gleichaltrigengruppe mit ihrem radikalen Wandel im Prinzip eine Zeitlang selbst fremd [zu machen] und eine Art Krisenexperiment mit sich selbst“ durchzuführen (ebd.). In islamistischen Kreisen wird gerade das „Fremdsein“, das Nichtdazugehören romantisiert und als Zeichen dafür erachtet, sich auf dem „richtigen Weg“ zu befinden.

Ein spezifisches attraktives Rollenmodell- und Identitätsangebot für junge männliche und migrante Personen bieten HuT-nahe Gruppen, allen voran „Muslim Interaktiv“ (MI): Über inszenierte Statussymbole (teure Uhren und Autos), dezent-stylistische Kleidung (mit dem Logo der Gruppe), gepflegtes Äußeres (Bart und Boxerschnitt) wird Muslim-Sein mit milieu- und szenetypischen Erfolgsmerkmalen (inklusive eines bestimmten stilistisch-ästhetischen Auftretens) verbunden. Beides, so signalisiert das, ist vereinbar und erreichbar. Damit wird nicht nur die Option eines attraktiven, neuen Selbstbilds präsentiert, in dem Religiosität und „weltliche“ Symbole sich nicht wie im klassischen Salafismus widersprechen, sondern vor allem ein Gegenentwurf geboten zu den eigenen oder fremd-zugeschriebenen Ich- und Eigengruppenvorstellungen aufgrund von rassistischen und islamophoben Abwertungserfahrungen. Diskriminierung und Marginalisierung werden darin selbstermächtigend zu Themen aktivistischer Beteiligung: Neben Lifestyle vermitteln die rhetorisch versierten und im Jargon von Macht-, Kolonialismus- und Rassismuskritik bewanderten MI-Akteurinnen und -Akteure das anschlussfähige Selbstwirksamkeitsvorbild engagierter, starker, widerständiger (Vor-)Kämpfer für die Rechte „der Muslime“ und gegen deren vermeintlich systematische soziale und politische Unterdrückung.

Herausforderungen durch Islamismus begegnen

Jugendliche können islamistische Inhalte und Auftritte heutzutage meistens nicht ohne weiteres als solche erkennen. Das liegt an der überwiegend subtilen Ansprache. Der erste Zugang ist meist unverfänglich, erfolgt etwa bei der Suche nach Rat zu glaubenskonformer Lebensführung (Ehe oder Verhalten im Fastenmonat) oder beim Reposten scheinbar aufrichtiger Protestinhalte und Solidaritätsbekundungen zu Gaza. Problematische Botschaften, die etwa Frauen ein Recht auf Selbstbestimmung absprechen oder sich gegen queere Menschen richten, werden oft beiläufig (ab-)wertend umschrieben (etwa LGBTIQ* als „Abscheulichkeit“ oder „Kufr“, arabisch „Unglaube“) oder teils bewusst rein in der eigenen Auslegung der religiösen Quellen thematisiert. HuT-nahe Akteurinnen und Akteure adressieren reale soziale und politische Missstände, „holen“ damit Jugendliche etwa in ihren Rassismus-erfahrungen „ab“ und instrumentalisieren sie erst im nächsten Schritt oder auf den zweiten Blick ersicht-

lich ideologisch. Generell ist selten klar bestimmbar und meist umstritten, ab wo ein auch ultrakonservatives Ausleben des Islam oder politisches Engagement in seinem Namen seine Grenzen im freien demokratischen Miteinander hat oder haben soll (Stichwort „Kopftuchstreit“).

Für Kinder und Jugendliche auf ihrem Weg zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit lässt sich allerdings eine negative Beeinflussung dann ausmachen, wenn unter anderem

- religiös begründet zu Intoleranz, gar Feindseligkeit (gegenüber Andersdenken und -glaubenden) und Abwertungsdenken (gegen Andersgläubige und -denkende, gegen weibliche und/oder queere Personen) erzogen wird,
- Angst (vor Höllenstrafe oder einer allgegenwärtigen Gefahr durch Muslimfeinde), Minderwertigkeitsgefühle und Selbsthass erzeugt werden (etwa unter sich als homosexuell oder trans-erfahrenden Jugendlichen) oder
- in doktrinärer Enge mit Absolutheitsanspruch die Befähigung zu eigenständigem Denken und unabhängigen Entscheiden zu unterdrücken gesucht wird.

Merkmale problematischer Online-Ansprachen, auf die zu achten und für die zu sensibilisieren sind, sind daher insbesondere propagiertes gruppenbezogenes Schwarz-Weiß-Denken und Pauschalisieren, das Be- schwören vermeintlich existenzieller Bedrohungen oder einer Unvereinbarkeit von Islam und Demokratie, permanente Skandalisierung, angstpädagogische Emotionalisierung und Moralisieren oder das Erzeugen von Handlungsdruck gegen Missstände oder Personen, die sie vermeintlich verkörpern, vorzugehen (z. B. jüdische Personen oder vermeintliche unzüchtige Mitschülerinnen und -schüler).

Nötig ist dabei nicht nur die Förderung individueller Medien-, sondern auch einer Rhetorik- und Argumentationskompetenz, außerdem die Befähigung, ästhetisch-gestalterische (Selbst-)Inszenierungen von Islamistinnen und Islamisten (als coole Engagierte, Vorkämpfer oder fromme Autoritäten) nebst der ihrer Feindbilder zu durchschauen.

Nicht zuletzt stoßen Islamistinnen und Islamisten jedoch dort auf Gehör, wo sich junge Menschen marginalisiert, ungehört und diskriminiert fühlen. Nötig ist daher, Rassismuserfahrungen auf gesellschaftlicher wie institutioneller Ebene ernst zu nehmen, etwa schulische Antidiskriminierungsstrukturen weiter auszubauen und politische Ereignisse wie den Gaza-Konflikt im Schulunterricht angemessen

zu thematisieren. Wichtig ist dabei zu vermitteln, dass und wie Ambivalenzen und Ambiguitäten manchmal auszuhalten sind und die Welt komplexer ist als es Extremistinnen und Extremisten glauben machen möchten.

Was die Internetdienste betrifft, so könnten diese proaktiver besonders gegen in Deutschland verbotene Gruppen oder illegale dschihadistische Kennzeichen vorgehen, etwa mittels Bilderkennung durch Künstliche Intelligenz. Auf Basis verlässlicher Altersprüfung ließen sich bestimmte riskante Funktionen (z. B. Livestreams) altersdifferenziert begrenzen und konsequenter Gewaltdarstellungen aus dem Nahostkonflikt löschen – vor allem, wenn es um die Darstellung von Kindern und Jugendlichen als Opfer geht. Um die islamistische Erzählung von der angeblichen Unterdrückung des Glaubens von Musliminnen und Muslimen zu entkräften, sollte schließlich deutlich werden, dass ein Vorgehen gegen Inhalte und sogar ganze Social-Media-Auftritte, etwa auf Basis der Community-Richtlinien oder des Jugendmedienschutzes, selbst nicht politisch oder (anti-)religiös begründet ist. Dies nicht zuletzt, um verständlich zu machen, wo die Grenzen des Erlaubten, auch in religiösen Kontexten, verlaufen.

Literatur

- Frank, Anja und Scholz, Anna Felicitas (2022). Islamismus in der Jugendphase. Eine rekonstruktive Studie zu Radikalisierungsprozessen. Opladen u. a. O.
- Hartwig, Friedhelm et al. (2023). Monitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus (PrE), Quartalsbericht 1 / 2023. Bundeszentrale für politische Bildung, https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2023/04/modus_bpb_2023-QB1-1.pdf (zuletzt aufgerufen: 10.07.2025)
- jugendschutz.net (2024). Islamistisches Influencing. Demokratie- und Menschenfeindlichkeit im Namen des Islam. <https://www.jugendschutz.net/mediathek/artikel/report-islamistisches-influencing> (zuletzt aufgerufen: 10.07.2025)
- Kraetzer, Ulrich (2018). Die salafistische Szene in Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung, <https://www.bpb.de/themen/infodienst/211610/die-salafistische-szene-in-deutschland/> (zuletzt aufgerufen: 10.07.2025)
- Möller, Patrick (2022). Hizb ut-Tahrir – Comeback einer verbotenen Organisation, in: Rauf Ceylan, Michael Kiefer (Hrsg.). Der islamistische Fundamentalismus im 21. Jahrhundert. Analyse extremistischer Gruppen in westlichen Gesellschaften. Wiesbaden.
- Leber, Sebastian (2025). „Möchtest du die Vergebung Allahs? Dann höre keine Musik“. Islamistische Influencer in Deutschland. Tagesspiegel, 06.07.2025, <https://www.tagesspiegel.de/politik/islamistische-influencer-in-deutschland-mochtest-du-die-vergebung-allahs-dann-hore-keine-musik-13971686.html> (zuletzt aufgerufen: 10.07.2025)
- Schmidinger, Thomas (2020). „Legalistischer Islamismus“ als Herausforderung für die Prävention Was tun, wenn Gewalt nicht das Pro-

blem ist? Bundeszentrale für politische Bildung, <https://www.bpb.de/themen/infodienst/322922/legalistischer-islamismus-als-herausforderung-fuer-die-praevention/> (zuletzt aufgerufen: 05.07.2025)

Steinberg, Guido (2014). Al-Qaidas deutsche Kämpfer. Die Globalisierung des islamistischen Terrorismus. Hamburg.

Pfahl-Taughber, Armin (2011). Islamismus – Was ist das überhaupt? Definition – Merkmale – Zuordnungen. Bundeszentrale für politische Bildung, <https://www.bpb.de/themen/islamismus/dossier-islamismus/36339/islamismus-was-ist-das-ueberhaupt/> (zuletzt aufgerufen: 10.07.2025)

Zywietz, Bernd (2020) (Hrsg.) Propaganda des ‚Islamischen Staat‘. Formen und Formate. Wiesbaden.

Anmerkung

¹ Um letztgenannte ist es jüngst aufgrund von Verurteilungen oder Verfahren wegen Volksverhetzung (El Azzazi) und Spendenbetrug (Abdelhamid) allerdings gegenwärtig ruhig geworden. Eine Ausnahmerscheinung unter Online-Islamistinnen und -Islamisten stellt zudem die salafismusnahe Konvertitin und Ex-Boxerin Hanna Hansen dar, insofern Frauen derartiges „Zurschaustellen“ religiös untersagt ist.

Zu den Personen

Isabel Binzer ist Fachreferentin für Politischen Extremismus bei jugendschutz.net, Soziologin und Politikwissenschaftlerin. Sie beschäftigt sich insbesondere mit islamistischer Onlinepropaganda, Queerfeindlichkeit und Antifeminismus auf jugendaffinen Plattformen.

Dr. Bernd Zywietz ist Leiter des Bereichs Politischer Extremismus bei jugendschutz.net, Medienwissenschaftler und Herausgeber der Buchreihe „Aktivismus- und Propagandaforschung“ (Springer VS).