



Executive Summary

1/2023

Inhalt

Executive Summary	3
Einleitung	3
YouTube und YouTube Shorts	3
TikTok und Instagram	5
Empfehlungen für die Praxis.	6

Executive Summary

Quartalsbericht 01/2023: Basismonitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus

Einleitung

Zentrales Ziel des bpb-Basismonitorings des religiös begründeten Extremismus (PrE) ist ein niedrighschwelliger beschleunigter Wissenstransfer von angewandter Forschung zur Präventionspraxis und politischen Bildung. Die PrE bezieht sich auf eine Konstellation von ca. 200 deutschsprachigen YouTube-, TikTok- und einigen Instagram-Kanälen, von denen die meisten sunnitisch-fundamentalistische Narrative verbreiten, Gewalt ablehnen und als nicht-dschihadistisch eingestuft werden können. Ihnen gemeinsam ist eine starke missionarische Ausrichtung und die Ablehnung

aller anderen Religionen einschließlich schiitischer, alevitischer und mystischer Glaubensströmungen im Islam. Kennzeichnend für ihre zentralen Botschaften sind zudem überwiegend polarisierende Urteile mit einer deutlich tendenziösen, selektiven Auswahl von Informationen und einer Umdeutung von Begriffen im Dienste der propagierten Glaubensüberzeugungen oder Ideologien.

Das Projekt wird im Auftrag der *Bundeszentrale für politische Bildung/bpb* durchgeführt und von *modus | zad* umgesetzt.

YouTube und YouTube Shorts

Das erste Quartal 2023 birgt bereits einige spannende Entwicklungen auf YouTube. Im Vergleich zum Vorjahr zeichnet sich eine neue Konstellation der meistgesehenen PrE-Kanäle ab: „Deen Akademie“ (Marcel Krass), „Anas Islam“ und „IMAN TV“ haben die Spitzenpositionen innerhalb der PrE übernommen. Darüber hinaus verzeichnen diese drei Kanäle einen Anstieg der Abonnentenzahlen von bis zu 52 % („Anas Islam“).

Das Erdbeben in der Türkei und in Syrien, die Verbrennung einer Kopie des Korans in Schweden, die zunehmenden Spannungen in Israel/Palästina und die Gewalt in der Silvesternacht 2022/23 in Deutschland beherrschten die Schlagzeilen im ersten Quartal 2023. Mit zwei Ausnahmen erhalten die PrE-Videos auf YouTube zu diesen aktuellen gesellschaftspolitischen Themen jedoch erstaunlich wenig Aufmerksamkeit (<33.000 Aufrufe).

Es zeichnen sich im ersten Quartal 2023 zwei eher gegensätzliche Trends bei der Konzeption von Kanälen und Formaten auf YouTube ab. Zum einen sind es strukturierte, in einem formellen Rahmen (Predigt, Vortrag) angelegte, betont sachlich erscheinende Videos der Kanäle „Deen Akademie“ und „Föderalen Islamischen Union“ (FIU) mit Marcel Krass. Sie sind eingebettet in das Gemeindeleben einer Moschee, Lehrangebote einer Akademie und einer Organisation zur Wahrung der Rechte von Muslim*innen in Deutschland. Zum anderen sind es die häufig konfrontativen, auf Kommunikation (Live-Talk-Format), Reaction Videos und Aktionen im öffentlichen Raum (Interviews, Protest, Street-Dawah) ausgerichteten Formate von „Anas Islam“.

Ein dritter Trend zeichnete sich bereits in der zweiten Hälfte des Jahres 2022 ab. Er betrifft die stärkere Einbindung aktueller gesell-

schaftspolitischer Themen und ausschließlich männlicher Influencer aus dem popkulturellen Milieu außerhalb des üblichen Rahmens.

Zuletzt ist von einem vierten Trend auszugehen: Entsprechend zahlreichen Angeboten von Influencer*innen außerhalb der PrE werden wahrscheinlich die Chat- und Live-Talk-Formate auf Discord oder Twitch in den kommenden Monaten auch in der PrE zunehmen.

Schließlich hat das erste Quartal 2023 gezeigt, dass die Verwendung von YouTube Shorts die Bekanntheit und Popularität einiger Kanäle tatsächlich steigern kann. YouTube-Kurzfilme werden in der Regel wesentlich häufiger angesehen (>400.000 Aufrufe) als längere, reguläre YouTube Videos. Dieses Format trägt in Abstimmung mit TikTok wesentlich zur Ausweitung des niedrighwelligen Targetings bei.

| TikTok und Instagram

Neben TikTok wurde für den Quartalsbericht 01/2023 auch Instagram selektiv ausgewertet. Auffällig ist das geringe Level an Interaktionen der PrE-Accounts auf Instagram, insbesondere im Vergleich zu TikTok. Zudem werden Instagram-Inhalte von den Follower*innen deutlich seltener aufgerufen als Inhalte auf TikTok. Auf Instagram wird das muslimische Publikum hauptsächlich durch digitale Diskussionen oder Q&A-Formate angesprochen, zusätzlich zu zahlreichen Bildern/Sharepics mit religiösen Inhalten. Einige wichtige PrE-Akteure (z. B. „muslimInteractive“) nutzen Instagram jedoch intensiver als YouTube für Kampagnenmobilisierung und kurze Propagandabotschaften.

Zu Beginn des Jahres 2023 zeigten sich die PrE-Akteure auf TikTok und Instagram extrem politisch. Neben vielen begleitenden Themen sorgten die Ereignisse und vor allem die anschließenden Diskussionen rund um die Silvesternacht 2022/23 in Deutschland für Aufsehen und lösten die heftige Kritik an der Fußball-WM nahtlos ab. Angriffe auf Einsatzkräfte und zahlreiche Randalierer in der Silvesternacht in Berlin führten zu rassistischen Äußerungen von CDU-Politikern, die einige PrE-Akteure, vor allem „Realitaetislam“ und „Musliminteraktiv“, auf ihren Social-Media-Kanälen polarisierend interpretierten. Dabei wurde das vielschichtige Echo in der deutschen Medienlandschaft ignoriert. Vielmehr interpretierten die genannten TikTok-Kanäle die Aussagen der Politiker als ausschließlich islamfeindlich.

Während der Verhandlungen über den NATO-Beitritt Schwedens kam es zu landesweiten Protesten und Demonstrationen, die darin gipfelten, dass ein Rechtsextremist vor der türkischen Botschaft in Anwesenheit der

schwedischen Polizei ein Exemplar des Korans verbrannte. Auch PrE-Akteure auf TikTok und Instagram hielten den Vorfall in ihren Videos fest. „Musliminteraktiv“ organisierte am 4. Februar 2023 eine Gegenkundgebung in Hamburg und „realitaetislam“ warf der Regierung vor, die Koranverbrennung in Auftrag gegeben zu haben.

Auch das Erdbeben in der Türkei und Syrien am 6. Februar 2023 fand Eingang in den Themenkanon der PrE. Einige PrE-Akteure interpretierten die verheerende Naturkatastrophe als ein Zeichen Gottes bzw. als Hinweis auf die nahende Endzeit. Akteure wie „realitaetislam“ und „musliminteraktiv“ bezeichneten das Ereignis als Prüfung für die muslimische Gemeinschaft und riefen eindringlich dazu auf, am Glauben festzuhalten, anstatt ihn in Frage zu stellen. „Musliminteraktiv“ äußerte seine Empörung über die Karikatur zum Erdbeben in der Satirezeitschrift Charlie Hebdo und kritisierte die mangelnde Sensibilität unter dem „Deckmantel“ der Meinungsfreiheit. So finden sich innerhalb der PrE auf TikTok und Instagram unterschiedliche Interpretationen und Aufrufe zum Handeln. Auf der gemäßigten Seite steht „anas_islam_official“, auf der radikaleren „musliminteraktiv“ und „realitaetislam“. Letztere erhielt auf TikTok die meiste Aufmerksamkeit in Hinblick auf deutlich höheren Klickzahlen und die Menge der hochgeladenen Videos.

Schließlich kam es auf den Accounts „yunuspeace“ und „islamcontent5778ii“ erneut zu einer Debatte zwischen Yunus Peace und Ibrahim al-Azzazi, die bereits im ersten Quartalsbericht des Jahres 2021 beschrieben wurde. Darüber hinaus entstand auch eine Reaction-Video-Debatte zwischen den Influencern Sharo und Ibrahim al-Azzazi, die weiterhin auf TikTok ausgetragen wird.

| Empfehlungen für die Praxis

Informationen zum Islam, Predigten und islamische Lebenshilfe sind unter dem Publikum der PrE weiterhin stark gefragt. Auf den Plattformen, welche im bpb-Basismonitoring analysiert werden, sind jedoch umfangreiche und einseitige sunnitisch-fundamentalistische und islamistische Angebote dominant. Weiterhin besteht ein Mangel an differenzierteren Angeboten zu islamischen Themen.

User*innen und Influencer*innen müssen sich zudem mit einer aktiven lautstarken Community auseinandersetzen, die diese Überzeugungen mit toxischen Videos propagieren und mit ihren Kommentaren gegen Kritik verteidigen. Häufig sind Einzelpersonen Ziel dieser Angriffe. In Zukunft ist es auch denkbar, dass ein solches (koordiniertes) Vorgehen verstärkt gegen Präventionsprojekte und Mitarbeiter*innen gerichtet wird. Auf solche Situationen sollte man gut vorbereitet sein, ein Sicherheitskonzept erarbeiten und dafür in der Projektplanung Ressourcen schaffen.

Die Reaction-Debatten zeigen erneut, dass es dringend notwendig ist, Resilienz und Ambiguitätstoleranz zu stärken. Formate, in der unterschiedliche Meinungen einen Raum erhalten können und sich eine lebendige und differenzierte Debattenkultur innerhalb der Community entwickeln kann, scheinen nach wie vor eine geringe Wirksamkeit in der hier beobachteten Community zu zeigen. Gerade in den Chat-Verläufen und Kommentaren sind selten differenzierte Positionen oder Mitteilungen zu finden. Falsche Informationen oder kryptische Anschuldigungen werden kaum hinterfragt oder korrigiert. Influencer*innen erhalten selten in ihrer Moderation oder ihren Versuchen journalistische Formate (Interview, Kommentar) umzusetzen kritische Anmerkungen

über Defizite in der Moderation. Zudem sind Plattformen, wie Discord und Twitch, die Instant Messaging, Chat- und Live-Talk-Formate sowie Sprach- und Videokonferenzen ermöglichen, aussichtsreiche Social-Media-Angebote für zukünftige oder bestehende Onlineprojekte.

Präventionsprojekte sollten auch prüfen, inwieweit sie TikTok und YouTube Shorts unterstützend in ihre Arbeit integrieren können. Über diese Formate kann ein breites Spektrum an Nutzer*innen und Zielgruppen erreicht werden. Darüber hinaus scheinen sich diese kurzen Videoformate aufgrund der hohen Anzahl an toxischen Inhalten und Kommentaren derzeit zu einem immer wichtigeren Arbeitsfeld für die aufsuchende Präventionsarbeit zu entwickeln.

Ereignisse wie die Koranverbrennung oder auch die Silvesternacht 2022/23 müssen in einem geschützten Raum aufgearbeitet und besprochen werden können. Insbesondere die Akteur*innen der islamistischen Gruppe von Kanälen der PrE nehmen aktuelle Ereignisse zum Anlass und nutzen sie als Aufhänger zur Verbreitung und Verfestigung ihrer ideologischen Botschaften und einseitigen Erklärungsmuster. Die dargelegten Kernthemen der PrE auf TikTok und Instagram zeigen, wie wichtig politische Bildung besonders bei jungen Menschen ist. Die Fähigkeit, sich kritisch und differenziert mit unterschiedlichen Informationen auseinandersetzen zu können, ist von immenser Bedeutung, um die Botschaften der PrE-Akteur*innen und ihnen nahestehender Influencer*innen einordnen und bewerten zu können. Um dies zu gewährleisten, müssen relevante Zielgruppen vor allem in ihren analytischen Fähigkeiten, ihrer Medienkompetenz und ihrer Medienkritikfähigkeit gestärkt werden.

| Impressum

Herausgeber

Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn
www.bpb.de
info@bpb.de



Autoren

Dr. Friedhelm Hartwig
Johanna Seelig
Derya Buğur

Redaktion

Shohreh Karimian
Katharina Max-Schackert

Grafik + Produktion

www.schnittmarke.biz

Kontakt

Modus – Zentrum für angewandte Deradikalisierungsforschung gGmbH
Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin

modus | zad

© 2023



▪
▪
Bundeszentrale für
politische Bildung

Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn

www.bpb.de
info@bpb.de

