



Die Peripherie des religiös begründeten Extremismus:

Handreichung eins.

Die wichtigsten Merkmale der Peripherie des Extremismus.

Autoren:
Till Baaken
Dr. Friedhelm Hartwig

modus | zad

| Die wichtigsten Merkmale der Peripherie des Extremismus

Diese Handreichung ist die erste einer fünfteiligen Serie zur Peripherie des Extremismus auf YouTube und daraus abzuleitenden Schlussfolgerungen für die (Online-)Extremismusprävention. Sie beruht auf dem Projekt ABAT, einer explorativen Studie von Modus – Zentrum für angewandte Deradikalisierungsforschung, bei welchem wir die Online-Welt des Salafismus auf YouTube betrachtet haben.¹ In dieser Handreichung definieren wir die Peripherie, also die Randbereiche des Extremismus auf YouTube, beschreiben ihre Strategie und Wirkung und stellen eine Auswahl verschiedener Akteure² vor. Es soll einleitend ein tieferes Verständnis der besagten Peripherie sowie der aus ihr entstehenden Herausforderungen vermittelt werden.

| Was ist die Peripherie des Extremismus auf YouTube?

Die überwiegende Mehrheit der Kanäle mit Angeboten zum Thema Islam auf YouTube sind:

- | **Salafistische Kanäle**, auf denen bekannte Akteur*innen des salafistischen Milieus in Deutschland aktiv sind,
- | **islamistische Kanäle** der *Hizb ut-Tahrir* sowie
- | Kanäle, deren Inhalte Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen aufweisen. Diese werden im Folgenden als **hybride Missionskanäle** bzw. **Hybridkanäle** bezeichnet.

¹ <https://modus-zad.de/schwerpunkte/monitorings-trendanalysen/abat-online-salafismus/>.

² Da es sich ausschließlich um männliche Personen handelt, die Kanäle in der Peripherie des Extremismus betreiben, wird im Folgenden bewusst nicht gegendert.

Die Video-Ersteller aus dem Spektrum des islamistischen bzw. salafistischen Milieus haben erkannt, dass sich Jugendliche vor allem auf YouTube über politische, lebensweltliche und religiöse Fragen informieren. Akteure der Peripherie des Extremismus nutzen daher YouTube gezielt, um eine hohe Reichweite unter deutschsprachigen Muslim*innen zu erlangen. In der vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat finanzierten explorativen Studie

ABAT – „Aktuelle Begriffe, Akteure und Trends salafistischer (Online-)Diskurse und Implikationen für die Praxis der Radikalisierungsprävention“ wurden im Laufe des Jahres 2019 210 Kanäle einer Peripherie des Extremismus auf YouTube zugeordnet. Diese Kanäle dominieren das Informationsangebot zum Thema Islam auf YouTube. Wer also nach Informationen zu religiösen Fragen sucht, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit auf Inhalte dieser Anbieter stoßen.

Allein die 2019 analysierten 25 Kanäle mit der höchsten Anzahl an Abonnements aus der identifizierten PrE erreichen auch in 2020 insgesamt 975.550 Abonnent*innen und 135.823.551 Aufrufe ihrer Videos (Stand: 19. Oktober 2020).³ Am 25. April 2019 lagen diese Zahlen noch bei 510.166 Abonnent*innen und 70.132.227 Aufrufen. Es ist also fast eine Verdoppelung der Zahlen in einem Zeitraum von 18 Monaten zu beobachten.

Den nach Orientierung suchenden jungen Menschen wird eine Islamauslegung nahegelegt, die ein salafistisch-wahhabitisches Weltbild mit starker Orientierung an der islamischen Heilsgeschichte und Apokalypse prägt. Jugendliche werden zu einer aktiven Abgrenzung von der deutschen Mehrheitsgesellschaft und zur Schaffung einer religiös geprägten Gegenkultur

aufgefordert. Dabei wandeln sich Inhalte und Präsentationsformen ständig. Präventionsakteur*innen kommen hierbei häufig den berühmten „Schritt zu spät“, sei es bei der Thematisierung der Inhalte extremistischer Videos mit gefährdeten Jugendlichen offline oder bei der Erstellung von präventiv wirkenden Online-Kampagnen.

³ Die Gesamtabonnent*innenzahl setzt sich zusammen aus allen Abonnent*innen der 25 wichtigsten Kanäle aus dem Projekt ABAT (2019), wobei Doppelungen möglich sind, d. h. ein*e User*in folgt mehreren Kanälen. Die Gesamtaufbruchzahl der Videos bezieht sich auf die Ansichten der Videos aller identifizierten Kanäle seit ihrem Bestehen. Hierbei werden Mehrfachklicks derselben Userin/desselben Users einzeln gezählt.

Was macht die Inhalte der Peripherie des Extremismus attraktiv?

Mit einem intuitiven *Storytelling* koppeln Kanäle aus der PrE eine nachvollziehbare Argumentationsweise mit Schwarz-Weiß-Narrativen. Dabei erhöhen die emotionalen und anfangs stark an der Lebenswelt muslimischer Jugendlicher orientiert wirkenden Aussagen die Identifikation mit Protagonisten sowie deren Glaubwürdigkeit. Die Protagonisten liefern einfache Antworten auf komplexe Fragen und erlangen dabei eine Vorbildfunktion. Zentrales Problem für die Präventionsarbeit ist dabei der Mangel an anderen muslimischen Vorbildern in den Medien. Dies wurde auch von einer Teilnehmerin des von **modus|zad** für diese Handreichungen durchgeführten Viewing-Workshops⁴ thematisiert:

Ich bin hier aufgewachsen und hatte „[keine Vorbilder], bestimmt gab es Menschen vor mir, die so viel an Arbeit geleistet haben. Aber die waren nicht präsent. Wie sollte ich als Kind wissen, dass es Kopftuch tragende Ärztinnen gibt?“

Die direkte und emotionale Ansprache der User*innen, die auf den ersten Blick schlüssig wirkende Argumentation und die Betonung von Gemeinschaft sind rhetorische Stilmittel, die auch die Teilnehmer*innen des Viewing-Workshops als mögliche Ursachen für die Beliebtheit der Videos ausmachten. Entsprechend ist auch für

die alternativen Erzählungen seitens der Prävention, neben einem schlüssigen Storytelling, die Mobilisierung gemeinsamer Werte wirkungsvoll. Über eine direkte Ansprache der User*innen und die Thematisierung universeller Werte, die Islam und demokratische Gesellschaft verbinden, kann sowohl Orientierung ermöglicht als auch ein Gefühl von Gemeinschaft vermittelt werden.

Die hohen Klickzahlen weisen darauf hin, dass die Produzenter*innen der Kanäle ein gutes Gespür für die Themen und Fragen aufweisen, die für junge Menschen relevant sind. Zudem greifen die Kanäle gesellschaftlich emotional diskutierte Themen und aktuelle politische Geschehnisse zeitnah in den Videos auf, was die Attraktivität dieser Angebote nochmals erhöht. Ebenso werden gesellschaftliche Missstände artikuliert und einfache Handlungsmöglichkeiten propagiert, die diesen entgegenwirken sollen.

In vielen der beliebtesten Videos aus der PrE ist eine Imitation jugendkultureller Ausdrucksformen beobachtbar. Auf diese Weise wird eine direkte Anknüpfung an die Lebenswelten der jungen Menschen erwirkt, welche eine niedrigschwellige Ansprache ermöglicht. So erinnert die Aufmachung des Kanals „Generation Islam“ beispielsweise an das Format *AJ+* von *Al-Jazeera*. Die Videos von „*STARCMOON*

⁴ Der „Viewing Workshop“ fand mit 2 Medienpädagoginnen und vier muslimischen Jugendlichen statt. Außerdem waren zwei Praktiker*innen der Deradikalisierungsarbeit von Violence Prevention Network anwesend. Ziel war es, ausgewählte Videos zu analysieren und gemeinsam mit dem Monitoring-Team von **modus|zad** problematische Schlüssel narrative in der Peripherie des Extremismus zu identifizieren.

Islam“ weisen eine Computerspiel-Ästhetik auf. Die professionell wirkende Bild- und Ton-

gestaltung der Videos erhöht die Glaubwürdigkeit der Inhalte und somit auch die Attraktivität.

Die wichtigsten Merkmale der Peripherie des Extremismus auf YouTube

- | Die YouTube-Kanäle der PrE bilden eine Blase zum Thema Islam. Wer einem dieser Kanäle folgt, konsumiert oft auch andere aus dem Spektrum.
- | Der YouTube-Empfehlungsalgorithmus trägt dazu bei, dass User*innen auf diese Blase stoßen und in dieser bleiben. Wenn ein Video aus der Blase angesehen wurde, werden weitere Videos aus dieser Blase vorgeschlagen; umso mehr Videos aus dieser Blase gesehen werden, desto gezielter beziehen sich die Vorschläge auf Kanäle der PrE.
- | Die Betreiber der Kanäle präsentieren eine große Vielfalt an Formaten, Stilen und Inhalten. Die Kanäle weisen eine hohe Dynamik auf und zeigen große Bereitschaft zur medialen Anpassung an die Vorlieben der User*innen.
- | Das zentrale Interesse des Publikums richtet sich offensichtlich auf das Thema Islam und auf damit zusammenhängende Fragen der „richtigen“ Glaubens- bzw. der „korrekten“ Lebensweise. Aus dem User*innenverhalten lässt sich mittels Netzwerkanalysen zeigen, dass ideologische Unterschiede, Rivalitäten oder Abgrenzungen unter den Kanalbetreibern für das Publikum offenbar keine entscheidende Rolle spielen.
- | In der Rangliste der Top-25-Kanäle hat es im untersuchten Zeitraum Februar bis November 2019 keine nennenswerten Positionverschiebungen gegeben. Auch die Zusammensetzung der Top-25-Kanäle blieb konstant.

Akteure, Formate und Trends der Peripherie des Extremismus auf YouTube

Über Akteure, Formate und Trends sowie Vielfalt und Gemeinsamkeiten der Kanäle ist bereits im Rahmen des Projektes ABAT ausführlich in mehreren Blogbeiträgen⁵ und in einem „modus|insight“

Report⁶ berichtet worden. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse kurz in Form von Schlaglichtern zusammengefasst und um neue Erkenntnisse der fortlaufenden Analysen ergänzt.

Einheit trotz Vielfalt, „Digitale Umma“

Die Kanäle der PrE präsentieren eine große Vielfalt an Akteur*innen, Stilen und Inhalten. Sie alle vermitteln jedoch das Bild einer harmonischen, einheitlichen „digitalen Umma“ (Gemeinschaft

der Gläubigen) in scharfer Abgrenzung zu einem festen Kanon von islamischen Strömungen und Glaubenshaltungen, die sie für unislamisch erklären und als Feindbilder darstellen.

Mission, Glaube und Lebensführung

Die Botschaften und Handlungsanweisungen werden autoritär vermittelt. Als deren Verkünder treten in den YouTube-Videos ausschließlich Männer auf, die den Eindruck erwecken, das einzig Richtige „auf Gottes Weg“ zu tun. Eine Kernaussage wird in allen Kanälen wieder-

holt: Nur man selbst verkünde den „einzigen, wahren“ Islam. Geprägt sind die Aussagen von einem Ausschließlichkeitsanspruch: Wenn man auf die Mahnungen hört und die Ratschläge befolgt, gelangt man ins Paradies – wenn nicht, drohen Gottes Strafen und die Hölle.

⁵ <https://modus-zad.de/blog/>.

⁶ https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2020/03/modus_insight_Die_Peripherie_Des_Extremismus_auf_YouTube2020.pdf.

Flexible Akteure, User*innen-orientiert

Die Kanäle der PrE orientieren sich flexibel an ihren User*innen und passen sich an die Interessen und Bedarfe ihres Publikums an. Für jeden Geschmack ist ein Predigertyp präsent, sei es als seriöser Dozent in westlicher Kleidung, als Prediger in einem an salafistische Ideale angepassten Gewand oder als Referent in der Kleidung eines

klassischen wahhabitischen Gelehrten. Aufgrund ihres Erscheinungsbildes sind einige Akteure demnach ebenso für ältere Generationen attraktiv. Auch in der Themenwahl achten die Akteure sehr auf die Interessen ihres Publikums, wie z. B. aktuelle gesellschaftliche Probleme oder persönliche Krisen in verschiedenen Lebensphasen.

Formate zwischen Professionalität und Improvisation

Die Angebotsbreite an unterschiedlichen Formaten kommt der Vielfalt der Bedürfnisse und Vorlieben eines Publikums entgegen, das nicht nur aus Jugendlichen besteht. Auch junge Erwachsene und Familien werden angesprochen. Einige Kanäle präsentieren ihr Angebot professionell, d.h. in einem modernen Layout und mit durchdachten Vorträgen, die speziell auf die Videoproduktion abzielen. Manche Formate entsprechen Nachrichtenjournals, die unterschiedliche Rubriken in thematisch gegliederten Playlists anbieten. Diese Akteure überlassen nichts dem

Zufall. Andere Videos wirken dagegen improvisiert bzw. amateurhaft. Dies betrifft beispielsweise Mitschnitte von Freitagspredigten oder Lehr- und Diskussionsveranstaltungen. Weder in der Kameraführung noch in der Gestaltung des Settings sind hier gestalterische Ambitionen erkennbar. Die Playliststruktur dieser Kanäle ergibt sich eher zufällig aus der Chronologie der Videobeiträge. Die Videos sind meist ein Nebenprodukt von Offline-Aktivitäten, d.h. sie werden für die sozialen Medien ohne großen Aufwand „zweitverwertet“.

| Anonymität oder charismatische Persönlichkeit

Einige Kanäle verzichten auf eine visuell erkennbare Person als Verkünder der Botschaften und setzen allein auf wiederkehrende, vertraute Stimmen zu starken Bildern und emotionaler Musik. Andere präsentieren eine dominante Persönlichkeit, die überlegenes Sendungsbewusstsein ausstrahlt.

Die Frage nach Glaubwürdigkeit, Legitimität und Autorität sollte zukünftig tiefergehend untersucht werden, denn zu den erfolgreichsten Kanälen gehören auch zwei Kanäle, die bewusst mit Anonymität in der Präsentation agieren.

| Vorbilder im Ausland

Die Produzent*innen der deutschen Kanäle übernehmen Inhalte und Stile aus englisch-, türkisch- oder arabischsprachigen Angeboten. Es scheint eine hohe Orientierung an islamistischen Akteuren und Gelehrten in Saudi-Arabien, den Golfstaaten,

der Türkei sowie Großbritannien zu geben. Dieses Phänomen wird in dem vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat geförderten und seit Anfang des Jahres 2020 laufenden Projekts KorRex bei **modus|zad** weiter untersucht.⁷

⁷ Für mehr Informationen zu KorRex: <https://modus-zad.de/schwerpunkte/monitorings-trendanalysen/korrex2020/>.

Die Trends 2019 in der Peripherie des Extremismus

Zum Ende des Untersuchungszeitraumes setzte sich die Rangliste der Top-25-Kanäle der Peripherie des Extremismus bzgl. der Abonnent*innenzahlen wie folgt zusammen:

Rangliste der Top-Kanäle 2019⁸

Rang	Kanal / Abo	Anonym	Akteur/e	Spiegelkanal	Predigerportal	TV-Format	Magazin	Aktivität
1	Botschaft des Islam	x					x	➔
2	Machts Klick?		x				x	➔
>100.000 Abonnent*innen								
3	Lorans Yusuf	x					x	➔
4	PierreVogelDE		x				x	➔
5	Iman TV		x			x	x	➔
> 40.000 Abonnent*innen								
6	Generation Islam		x				x	➔
7	Hindenburgstrasse		x	x			x	➔
8	Der Islam verbindet	x	x					➔
9	Pierre Vogel Abu Hamza Official Page		x					➔
10	STAR MOON Islam	x		x			x	➔
11	Fitrah Dawah		x					➔
12	Young Muslim		x					➔
13	Wissen für alle (Scheich Abdellatif)		x				x	➔
14	Habibflo Dawah Produktion		x	x	x		x	➔
15	Abu Mikail Islamstudent		x				x	➔
16	Abul Baraa Tube		x				x	➔
17	Realität Islam		x				x	➔
18	Marcel Krass		x					(1)
>10.000 Abonnent*innen								
19	HAQQ Analytics	x					x	(2)
20	Stimme der Gelehrten		x	x	x			➔
21	Die einzige Wahrheit		x	x	x			(3)
22	EZE Einladung zum Erfolg CH		x	x	x			➔
23	FlaggeDerSunna		x				x	(4)
24	DMG Deutschsprachige Muslimische Gemeinschaft e. V.		x	x	x		x	➔
25	Luqman – Kraftvolle Ermahnungen		x	x	x		x	(5)

⁸ Stand November 2019.

Legende der Ranglistentabelle

Hybride Missionskanäle
Salafistische Kanäle
Islamistische Kanäle der <i>Hizb ut-Tahrir</i>
Salafistische Spiegelkanäle/Predigerportale

Täglich: 

Wöchentlich: 

Ca. 2- bis 3-mal im Monat: 

(im Jahresdurchschnitt 2019)

Erläuterungen zu den Nummern der Ranglistentabelle

Für die folgenden Kanäle konnte aus unterschiedlichen Gründen kein Trend ermittelt werden:

- (1)** „Marcel Krass“: Wiederbelebung des Kanals nach elf Monaten Pause am 25.02.2020 mit der von Marcel Krass selbst initiierten Kampagne: „Online-Petition: Ernennung eines Bundesbeauftragten.“ Seitdem lädt er wöchentlich auf dem Kanal Videos hoch.
- (2)** „Haqq Analytics“: vormals „Haram Check“. Der Kanal produziert im selben Stil Videos und hat nur den Namen, aber nicht das Konzept geändert. Letztes Video am 08.11.2019. Der generelle Trend der Abonent*innenzahlen und Aufrufe geht im Jahr 2019 nach unten, obwohl es vier Mal im Jahr auch ansteigende Abonnentenzahlen gegeben hat, die aber nicht ausreichten, um den generellen Trend zu ändern: Dezember 2018 – Januar 2019, Februar – April (Maximum), Juni – Juli und September – Oktober.
- (3)** „Stimme der Gelehrten“: Letztes Video am 29.03.2015. Monatlich wird der Kanal jedoch immer noch durchschnittlich 2.000 Mal aufgerufen. Der Kanal wirkt als Archiv für Vorträge von berühmten salafistisch und wahhabitischen Predigern aus Saudi-Arabien mit deutscher Übersetzung.
- (4)** „FlaggeDerSunna“ (Scheich Hassan Dabbagh, auch Abu Jamal genannt): Sehr unregelmäßige Videoproduktion; im Jahr 2019 gab es mehrere Pausen. Die letzte Pause dauerte vom 05.08. bis 22.12.2019. Seitdem werden auf dem Kanal wieder monatlich 3 bis 4 Videos hochgeladen. Die Aufrufe sind daher auch im Januar 2020 von zwischenzeitig 2.200 auf 44.172 Aufrufe gestiegen. Der Trend im Februar 2020 zeigt aber wieder deutlich nach unten. Der größte Erfolg war das am 29.12.2019 eingestellte Video „Wichtige Ratschläge an die hiesigen Muslim*innen – Eine Chutbah von Scheich Abu Jamal“ mit 25.006 Aufrufen (Stand: 19.03.2020). Der Kanal kooperiert mit As-Sunna Verlag und Al-Tamhid Verlag. Scheich Hassan Dabbagh ist eng mit den einschlägigen salafistischen Orten an-Nur-Moschee und as-Sahaba-Moschee in Berlin verbunden.
- (5)** „Luqman – Kraftvolle Ermahnungen“: Letztes Video am 11.03.2020. Der Kanal ist unregelmäßig aktiv. Es werden selten Videos hochgeladen. Trotzdem bleibt der Kanal mit durchschnittlich 8.000 Aufrufen im Monat weiterhin unter den Top 25.

Unter den „Top 5“ der Rangliste fanden im Untersuchungszeitraum April bis November 2019 keine wesentlichen Veränderungen statt. Betrachtet man die Abonnent*innenzahlen, liegen die beiden populärsten Kanäle, „Botschaft des Islam“ und „Machts Klick?“ auch 2020 weiterhin mit großem Abstand an der Spitze. Der zweitplatzierte Kanal „Machts Klick?“ zeigt dabei eine leichte Zuwachsrate. Beide Kanäle gehören zur Gruppe der „hybriden Missionskanäle“.

Einer der bekanntesten und am längsten aktiven Salafisten Deutschlands, Pierre Vogel, ist weiterhin sehr populär. Er ist gleich mit zwei Kanälen unter den Top 25 vertreten und in das große Netzwerk gut eingebunden. Seine Videos werden auch auf vielen anderen Kanälen des salafistischen Spekt-

rums, insbesondere auf den Spiegelkanälen und Predigerportalen, hochgeladen. Zudem betreibt Pierre Vogel eine ganze Reihe von Kanälen, die bislang nicht die Top 25 erreicht haben. Hinsichtlich der Zahl der produzierten Videos ist Pierre Vogel der aktivste Akteur der Blase.

Die islamistische Bewegung *Hizb ut-Tahrir* (seit 2003 Vereins- und Betätigungsverbot in Deutschland) wurde in den letzten zwei Jahren vielfach als Bewegung diskutiert, die wachsende Popularität genieße. Empirisch konnte das auf Grundlage der YouTube-Analyse hinsichtlich der Aufrufzahlen durch das Projekt ABAT nicht verifiziert werden.

| Mögliche Lösungsstrategien

Die Erkenntnisse des Projekts ABAT zeigen vor allem: Das Netzwerk der 210 Kanäle der PrE vertritt relativ homogene Meinungen mit klaren Schlüsselnachrichten und Feindbildern. Aufgrund von fehlenden Alternativen können die Akteure eine Deutungshoheit auf YouTube in Bezug auf Fragen der User*innen nach dem richtigen Glauben, Glaubensgewissheit und religiöser Orientierung aufrechterhalten. In dieser und den

folgenden Handreichungen sind die Lösungsstrategien aufgeteilt in „upstream“ (Zielgruppe, die nicht radikalisiert ist), „midstream“ (Zielgruppe, die Interesse an den Themen zeigt) und „downstream“ (Zielgruppe, die sich teilweise oder vollständig mit den Positionen der PrE identifiziert). Daher stellt sich hier die Frage, wie man insbesondere „upstream“ verhindern kann, dass noch mehr User*innen in diese Blase gezogen werden?

| Aufsuchende Arbeit in Kommentarspalten

Die aufsuchende Arbeit in der YouTube-Kommentarfunktion beinhaltet eine direkte Kommunikation mit anderen User*innen oder dem/der Videoersteller*in selbst, um die Zielgruppe in der Blase zu erreichen. Dieses Vorgehen kann zwei Strategien umfassen: 1) Durch qualifizierte, nicht beleidigende oder demütigende Gegenstimmen werden Kommentator*innen und Leser*innen der Kommentare zum Nachdenken gebracht oder 2) Platzierte Werbung weist auf Präventionskanäle oder -angebote hin.

Vorteile: Das Kommentieren unter den Videos erfordert wenig Ressourcen. Durch eine Masse an Kommentaren verschiedener Accounts unter den Videos der PrE wird den Kommentator*innen und Leser*innen suggeriert, dass

die vertretenen Standpunkte in dem Video nicht die einzig mögliche Interpretation sind.

Nachteile/Risiken: Die Reaktionen bzw. Gegenstimmen auf die eigenen Kommentare müssen moderiert werden, da man sonst von anderen User*innen als „Troll“ oder „Bot“ klassifiziert wird. Um pädagogisch mit sich in einem Radikalisierungsprozess befindlichen (jungen) Menschen arbeiten zu können, müssten die Kontakte in andere Plattformen oder offline überführt werden. Eine aufsuchende Arbeit in Kommentarspalten der Akteure der PrE wurde bisher noch nicht auf YouTube umgesetzt und benötigt eine wissenschaftliche Begleitung, um Erfolg und Misserfolg bewerten zu können und Reaktionen einzuschätzen.

| Das Alternativangebot: Ein eigenes verlinktes Netzwerk schaffen

Eine Möglichkeit, der Blase der PrE entgegenzutreten, könnte das Knüpfen eines alternativen Netzwerks sein. Es sollte aus mindestens 20 verschiedenen Kanälen mit unterschiedlichen Akteur*innen bestehen, die sich gegenseitig unterstützen, verlinken und aufeinander antworten. Die Wirkweise der Algorithmen könnte man als eine Art „Schutzschild“ nutzen, indem User*innen, wenn sie bereits auf ein Video geklickt haben, immer mehr Präventionsinhalte vorgeschlagen bekommen. So entsteht auch eine positive Community, die organisch wächst und sich gegenseitig bestärkt. Dabei vertritt jeder der Kanäle eine eigene, sehr klare Position, beispielsweise für oder gegen das Kopftuchverbot, steht aber in einem konstruktiven Dialog mit den anderen im Netzwerk. Wenn die einzelnen Akteur*innen sehr deutliche Meinungen repräsentieren, aber „vorbildlich“ mit diversen Meinungen der anderen umgehen und interagieren, wird nicht nur eine Vielfalt aufgezeigt, sondern auch ein Zeichen für Dialog gesetzt. Einzelne Kanäle böten so die Eindeutigkeit, die den relevanten Zielgruppen gefällt, aber die Inhalte blieben kontrovers und in der Blase selbst umstritten. Gleichzeitig würde durch

die hohe Anzahl an Kanälen und klaren Inhalten die Deutungshoheit der PrE infrage gestellt. Suchergebnisse auf YouTube zeigten dann eine neue Diversität von Meinungen und Auslegungen auf.

Vorteile: Diese Lösungsstrategie setzt auf die langfristige, systemische Veränderung des Netzwerks auf YouTube und auf ein längerfristig verfügbares Informationsangebot zu den für die Zielgruppe relevanten Themen. Insoweit ist diese Strategie kein schnelles Mindern von Symptomen, sondern geht gezielt an die Ursachen heran (ohne die Wirkungsmechanismen des YouTube-Algorithmus selbst verändern zu können).

Nachteile/Risiken: Die Umsetzung dieser Strategie, also die Entstehung eines komplett neuen „positiven“ Kontextes auf YouTube, ist äußerst zeit- und ressourcenintensiv und würde sich nur über mehrere Jahre mit einer aktiven Koordinierungsstelle und exzellenten Medienmacher*innen sowie einem *Community Management* und fortlaufendem Monitoring umsetzen lassen. Zusätzlich macht diese Strategie nur Sinn, wenn eine langfristige Finanzierung gesichert ist.

| Impressum

Herausgeber

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



Autoren

Till Baaken
Dr. Friedhelm Hartwig

Redaktion

Arne Busse
Katharina Max-Schackert

Grafik + Produktion

www.schnittmarke.biz

Diese Handreichung wurde im Auftrag der bpb von **modus|zad** erstellt. Sie basiert auf Forschungserkenntnissen aus den Projekten „ABAT – Aktuelle Begriffe, Akteur*innen und Trends salafistischer (Online-)Diskurse und Implikationen für die Praxis der Radikalisierungsprävention“ und „KorRex – Korrelationen der religiös begründeten englisch- und deutschsprachigen Extremismusperipherie auf YouTube und Implikationen für die Radikalisierungsprävention“. Beide Projekte wurden finanziert vom Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat.

Kontakt

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

modus | zad

© 2020



▪
▪
Bundeszentrale für
politische Bildung

Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn

www.bpb.de
info@bpb.de

