



Die Peripherie des religiös begründeten Extremismus:

Handreichung fünf.

Nutzung von Playlists durch YouTube-Kanäle aus der Peripherie des religiös begründeten Extremismus

Autoren:
Till Baaken
Dr. Friedhelm Hartwig

modus | zad

Die Bedeutung von Playlists

Diese Handreichung ist die letzte einer fünfteiligen Serie zur Peripherie des Extremismus auf YouTube mit Schlussfolgerungen für die (Online-)Extremismusprävention. Sie beruht auf den Ergebnissen des Monitoring-Projektes ABAT, einer explorativen Studie von **modus|zad**, in der die Online-Welt des Salafismus auf YouTube analysiert wurde.¹ In dieser Handreichung geht es um die Nutzung von Playlists durch YouTube-Kanäle aus der Peripherie des religiös begründeten Extremismus (PrE).² Sie soll für Präventionsakteur*innen Ideen liefern, um ihre Inhalte erfolgreich bei entsprechenden Zielgruppen zu verbreiten.

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

² Eine ausführliche Definition erfolgt in der ersten Handreichung dieser Serie. Die überwiegende Mehrheit der Kanäle mit Angeboten zum Thema Islam auf YouTube bilden ein gemeinsames Netzwerk bzw. eine Blase, die mit dem Begriff „Peripherie des Extremismus“ (PrE) betitelt wird. Innerhalb dieser Blase können die Kanäle nach ihrer inhaltlichen Ausrichtung in drei Kategorien eingeteilt werden: 1) Salafistische Kanäle, auf denen bekannte Akteure des salafistischen Milieus in Deutschland aktiv sind, 2) islamistische Kanäle der *Hisb ut-Tahrir* sowie 3) Kanäle, deren Inhalte Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen aufweisen. Diese werden als „hybride Missionskanäle“ bzw. „Hybridkanäle“ bezeichnet.

Die Bedeutung und der Nutzen von Playlists für die Peripherie des religiös begründeten Extremismus

Die führenden Kanäle der PrE sind alle über themenzentrierte Playlists strukturiert. Gerade bei den populären hybriden Missionskanälen³, wie „Botschaft des Islam“ und „Machts Klick?“, aber auch salafistischen Kanälen, wie „PierreVogelDE“ oder „Abul Baraa Tube“, fallen diese systematisierten Playlists auf. Sie deuten möglicherweise auch auf eine langfristige Themenplanung hin. So sind für den Kanal „Machts Klick?“ Video-Kampagnen und -Serien charakteristisch, die im laufenden Jahr in Playlists zusammengefasst werden. Eine langfristige Themenplanung und die strukturierte Präsentation der Playlists scheinen wichtige Faktoren für den Erfolg der Kanäle zu sein.

Inhaltlich setzen sich die Playlists der PrE fast ausschließlich aus islamischen Themen zusammen, die, neben theologischen Grundlagen, vor allem Anweisungen zur persönlichen Frömmigkeit geben. Einige Kanäle der PrE, wie z. B. „Generation Islam“, bieten darüber hinaus auch Videos zu den Themenfeldern Politik, Gesellschaft, Geschichte oder mit populär- bis pseudowissenschaftlichen Inhalten an. So findet man bei „Generation Islam“ Playlists mit Schwerpunkten, wie „Analysen“, „Stellungnahmen“ oder „GI Interviews“, die an gängige journalistische Formate erinnern. Die genauere Analyse zeigt jedoch, dass solche redaktionellen Arbeiten durch „Generation Islam“ wohl nicht dauerhaft zu bewältigen sind, da in diesen Playlists seit langem keine neuen Videos mehr hochgeladen wurden.

³ Hybride Kanäle sind Kanäle, deren Inhalte Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen aufweisen.

Dass auch Kanäle mit einer wenig strukturierten und kaum gepflegten Playlisten-Rubrik populär sein können, zeigt der Spiegelkanal⁴ „Hindenburgstrasse“, der mit seiner Abonnent*innenzahl sogar vor „Generation Islam“ liegt. „Hindenburgstrasse“ bietet eine unstrukturierte Mischung von inhaltlich sehr unterschiedlichen Videos. Die Playlisten des Kanals bestehen nur aus vier Titeln, die zudem überwiegend aus älteren Videos bestehen und wenig aktualisiert werden. Trotzdem zählt der Account zu den populärsten Kanälen der PrE. Der Kanal zeigt, dass Spontaneität und ein vielfältiges, abwechslungsreiches Angebot von Inhalten offensichtlich ebenso vom Publikum honoriert werden, wie eine strukturierte, langfristig angelegte Content-Strategie, in der über Playlisten das Videoangebot zusätzlich noch

einmal übersichtlich auf den jeweiligen Kanälen nach Themenschwerpunkten sortiert wird.

Am Beispiel der Playlisten wird erneut deutlich, dass unterschiedliche, ja sogar gegensätzliche Rezepte zum Erfolg führen können. Es hängt somit von mehreren Faktoren ab, warum ein Kanal erfolgreich ist und bei einem bestimmten Zielpublikum ankommt: Unter den Top 25-Kanälen der PrE findet man viele Kontraste. Kanäle mit gepflegten Playlisten, über deren Struktur bereits auf den Übersichts-Seiten ein übersichtlicher attraktiver Einstieg in das Angebot zu sehen ist und einige wenige Ausnahmen, die unstrukturiert und spontan ihren Kanal gestalten, aber es dennoch bis in die obersten Ränge geschafft haben.

⁴ Spiegelkanäle laden fast ausschließlich Videos fremder Kanäle hoch und eine Nachbearbeitung dieser Videos ist kaum erkennbar ist.

Beispiele für Playlists populärer Kanäle der PrE

Unter den im **modus|zad** Monitoring-Projekt ABAT recherchierten Top-25-YouTube-Kanälen der PrE nutzen 21 Kanäle die YouTube-Rubrik *Playlists*, um ihr Video-Angebot themenzentriert anzubieten. Im Durchschnitt bieten die meisten Kanäle zwischen 10 und 20 Playlists je Kanal an. Unter den erfolgreichsten Kanälen der Jahre 2019-2020 sind jedoch auch drei Accounts, die zwischen 25 und 34 Playlists anbieten, wie die nachfolgende Tabelle zeigt. Eine möglichst hohe Zahl von Playlists muss jedoch kein Erfolgsgarant sein: Zwei Kanäle, „Habibiflo Dawah Produktion“ und „Flagge der Sunna“, bieten mehr als 40 Playlists an, bewegen sich jedoch nur im unteren Drittel der Top 25. Die Option, Playlists überhaupt nicht zu nutzen, scheint ein Nachteil zu sein – solche Kanäle liegen im unteren Drittel der Rangliste.⁵

Im Folgenden werden einige Playlists der erfolgreichsten Kanäle der PrE aufgeschlüsselt, die im Rahmen des Monitoring-Projektes besonders aufgefallen sind. Die ausgewählten Accounts repräsentieren unterschiedliche Kanaltypen und können folgenden Kategorien islamischer Strömungen zugeordnet werden: Hybride Missionskanäle, salafistische und islamistische Kanäle. Die fünf Kanäle gehören zu den Top 15 der PrE. „Abul Baraa Tube“ stieg im Verlauf des Monitorings um mehrere Plätze nach oben auf. Zudem bietet „Abul Baraa Tube“, gemeinsam mit „PierreVogelDE“, eines der differenziertesten Angebote an Playlists an, mit einer für die PrE vergleichsweise hohen Anzahl von hochgeladenen Videos. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick (Stand Feb. 2020):

Rang	Kanal	Kanaltyp	Playlist Rubriken	Videos in Playlists	Videos total
1	Botschaft des Islam	Anonyme Geschichtenerzähler	11	254	311
2	Machts Klick?	Predigerkanal	25	465	333
4	PierreVogelDE	Predigerkanal	30	634	479
7	Generation Islam	Journal-Kanal	18	421	357
14	Abul Baraa Tube	Predigerkanal	34	1101	1.359
Hybride Missionskanäle		Salafistische Kanäle	Islamistische Kanäle		

⁵ Es sind die Kanäle: „Fitrah Dawah“, „Marcel Krass“, „Stimme der Gelehrten“.

In der folgenden Playlisten-Analyse werden die Videos in ein Narrativ-Cluster eingeordnet, das im Projekt ABAT auf der Grundlage von drei identifizierten Krisen- und Konfliktfeldern⁶ entwickelt wurde:

- | **Allgemeine Konfliktzone:** Gesellschaft, Politik, nicht-muslimische Religionen und Überzeugungen, Integration, Rassismus etc.
- | **Individuelle muslimische Konfliktzone:** Werte, Moral, Verhalten, Tabus, Lebensweise, Lebenshilfe und Seelsorge, Kopftuch, Gender etc.
- | **Innermuslimische Konfliktzone:** Theologische Positionen, Methoden, Lehren, Gelehrte und Autoritäten, Strömungen, Ritus, Glaubensweisen, Heilsgeschichte, Apokalypse etc.

Diese Gliederung in drei Konfliktzonen wird dynamisch verstanden: Es sind drei thematische Narrativ-Cluster, die gemeinsam ein komplexes, miteinander verwobenes Netz von zentralen Narrativsträngen der PrE bilden. Ihre Verbindungen werden von den Akteuren in ihren Videos immer wieder neu, in unterschiedlichen Kombinationen, gestaltet. Inhaltliche Überschneidungen zwischen den jeweiligen Narrativ-Clustern werden dabei einbezogen. Die drei Konfliktzonen können zudem in inhaltlich unterscheidbare Unterkategorien differenziert werden. Mit Hilfe dieses analytischen Ansatzes ist es möglich, die Themenschwerpunkte der jeweiligen Playlisten in einem größeren Kontext einzuordnen und damit z. B. Schwerpunkte des Kanals oder das jeweilige Zielpublikum näher zu bestimmen.

⁶ Für eine genauere Aufschlüsselung der Krisen- und Konfliktfelder siehe dritte Handreichung dieser Serie.

| Playlist „Botschaft des Islam“

„Botschaft des Islam“ erhält für die PrE überdurchschnittlich viele Aufrufe pro Video, die in der Regel über 10.000 liegen. Häufig erreichen die Aufrufe sogar Werte über 50.000. Kein anderer Kanal der PrE erreicht diese Aufrufzahlen pro Video mit dieser regelmäßig wiederkehrenden Häufigkeit. Die Playlisten von „Botschaft des Islam“ sind gut strukturiert und bestimmen das Layout der Übersichts-Seite des Kanals. Gesellschaft, Politik oder andere Themen der „allgemeinen Konfliktzone“ scheinen keine Themenschwerpunkte bei „Botschaft des Islam“ zu sein, wohingegen Inhalte zu innermuslimischen und individuellen Problematiken häufiger zu finden sind. Kampagnen, die andere Kanäle der PrE, wie „Machts Klick?“ oder „Generation Islam“ immer wieder lancieren, sind bei „Botschaft des Islam“ nicht in dieser Form zu finden.

Nur selten werden aktuelle Ereignisse, wie Terroranschläge auf Muslime oder ein Kopftuchverbot, in Videos aufgegriffen. Zudem bleiben diese Videos unter 50.000 Aufrufen und werden demnach von den Zuschauer*innen vergleichsweise seltener konsumiert. Der Kanal setzt in der Content-Strategie auf zeitlosere Themen.

Die mit starken missionarischen Intentionen versehenen Videos von „Botschaft des Islam“ vermitteln dabei in autoritärer Weise persönliche Ratschläge mit zwingenden Handlungsaufforderungen. Sie versuchen zudem, in der Rhetorik, Bildsprache und im Ton starke Emotionen zu wecken. Besonders hohe Werte erreichen Videos über die Apokalypse, Hölle, das Paradies und Engel sowie Koranrezitationen. Gleich darauf folgen Videos zum großen Themenkomplex Liebe, Ehe und Beziehungen sowie die Bewältigung von persönlichen Enttäuschungen, Leid und Konflikten. Die anonym bleibenden Sprecher vermitteln Autorität und Sendungsbewusstsein mit viel Empathie und eingängigen Antworten auf komplexe Fragestellungen. Es wird eine klare Vorstellung vermittelt, was richtig und was falsch ist und wo die Trennlinie zwischen Glaube und Unglaube verläuft. Für das Publikum wird nie offengelegt, mit welcher theologischen Kompetenz, Ausbildung oder Referenz die Aussagen fundiert sind. Abweichende theologische Auslegungen und Deutungen werden nicht erwähnt. Es reichen schlicht die Zitate aus Koran, Sunna oder von muslimischen Gelehrten, sowie die scheinbar zwingende Botschaft einer einzigen absoluten Antwort als Lösung.

| Playlist „Machts Klick?“

Die Playlisten von „Machts Klick?“ gehören zu einer der umfangreichsten innerhalb der Blase. Die Themen betreffen die gelebte Frömmigkeit als Muslim*in in einer säkularen bzw. christlich geprägten Mehrheitsgesellschaft. Deutlicher, als bei „Botschaft des Islam“, sind die Videos nach Kampagnen und thematischen Schwerpunkten organisiert. Ein Großteil der Videoproduktionen wird offenbar nach einem Redaktionsplan strukturiert. Kein anderer Kanal der PrE erscheint mit seinen Videoproduktionen und dem gesamten Produktionsverlauf so durchgeplant wie „Machts Klick?“.

Seit dem Beitritt auf YouTube, im Jahre 2015, produziert „Machts Klick?“ Videos und Videoserien gegen Musliminnen, die selbstbewusst in der deutschen Öffentlichkeit auftreten, ohne Kopftuch ihren Glauben leben oder ihr Kopftuch in einer Form tragen, die im Verständnis von „Machts

Klick?“ unislamisch sei. Die „Kopftuch-“ oder „Hijabi“-Kampagnen gehören zu den markantesten Kampagnen des Kanals. Weiterhin werden Musliminnen angegriffen, die selbstbewusst und im Verständnis von „Machts Klick?“, viel zu freizügig auf Social Media Plattformen aktiv sind. Ihnen wird die Empfehlung zu einem „digitalen Hijab“ entgegengesetzt.⁷ Weitere zentrale Inhalte von „Machts Klick?“ sind die wiederkehrenden Ramadan-Kampagnen sowie die Serien „15 Ratschläge für Jugendliche“ oder „1 Frage 1 Antwort“.

Die aus mehreren Videos konzipierten Serien strukturieren die Playlisten von „Machts Klick?“ wesentlich. Auch wenn viele Themen tiefgreifende Implikationen für den Bereich Gesellschaft / Politik beinhalten und die Inhalte der Videos theologische Vorentscheidungen voraussetzen, liegt der Schwerpunkt von „Machts Klick?“ deutlich im Konfliktfeld individueller muslimischer Probleme.

⁷ Der propagierte „digitale Hijab“ bedeutet für „Machts Klick?“ das Gesicht und das eigene, weibliche Geschlecht online nicht preiszugeben, wie auch nicht in Kontakt mit Männern zu kommen, sofern es sich vermeiden lässt.

| Playlist „PierreVogelDE“

Die Playlisten-Rubriken von „PierreVogelDE“ lesen sich wie salafistische Lehrbücher zur Unterweisung von frommen Laien. Islam-Unterricht und Mission stehen im Zentrum, es gibt jedoch auch eine umfangreiche Rubrik zu „Aktuelle[n] Stellungnahmen und Aktionen“. Pierre Vogel äußert sich zudem häufig zu tagesaktuellen Ereignissen. Dabei verknüpft er, ähnlich wie auch Marcel Krass, seinen biografischen Weg zum islamischen Glauben immer wieder mit seinen Botschaften – ein Charakteristikum, das ihn von Kanälen wie „Botschaft des Islam“, „Machts Klick?“ oder „Abul Baraa Tube“ deutlich unterscheidet.

Auf „PierreVogelDE“ findet man drei übergeordnete Playlist-Rubriken, denen weitere untergeordnet sind: (1) eine „Eigene Playlist“, die eine vielfältige Mischung an Themen darstellt, (2) eine umfangreiche Rubrik mit Themen wie „Der letzte Prophet Gottes“, „Wie nehme ich den Islam an?“, „Aufklärung über Fehlinformationen“ und „Hat das was mit dem Islam zu tun?“. (3) Schließlich sind in einer dritten Rubrik Videos zu „Verschiedene[n] Unterrichtsreihen / Kurse[n]“ mit einem lehrenden Ansatz zusammengefasst. Deutlich wird dabei, dass Pierre Vogel alle drei Narrativ-Cluster mit Videos bedient.

| Playlist „Abul Baraa Tube“

Islam-Unterricht und Ratschläge zu Fragen in allen Lebenslagen, auf der Basis salafistischer Lehren, sind die Schwerpunkte von Ahmad Abul Baraa. Zahlreiche zentrale Begriffe des Salafismus, wie z. B. die Betonung von „aqida“, „tauhid“ oder „manhadsch“,⁸ prägen, im Gegensatz zu der Gruppe der führenden hybriden Missionskanälen, seine Playlist-Serien, Videotitel und Vorträge. Er präsentiert sich im Stil eines klassischen

islamischen Predigers und Gelehrten und stellt gerne Wissensfragen an seine Zuhörer*innen-schaft während seiner Vorträge. Die meisten Videos sind Mitschnitte aus Freitagspredigten, Seminaren und Frage-Antwort-Runden. Bei ihm findet man kaum vorproduzierte Videos. In der Regel läuft die Kamera mit einer festen Einstellung bei einer seiner Veranstaltungen mit. Aus dem Fundus werden dann Ausschnitte hochgeladen.

⁸ Aqida (arab.): Glaubenslehre, insbesondere die zusammenfassenden Bekenntnisschriften diverser islamischer Strömungen. Tauhid (arab.): Islamische Lehre und Bekenntnis von der Einheit Gottes. Manhadsch (arab.): Lehre von der umfassenden praktischen Umsetzung der Glaubensüberzeugung im realen Alltag auf der persönlichen, gesellschaftlichen und politischen Ebene.

Die Rubriken seiner Playlist sind sehr aussagekräftig und lassen seine inhaltlichen Positionen klar erkennen. Hier wird ein Themenkatalog

entfaltet, der ähnlich wie bei Pierre Vogel, aus Lehrbüchern zur Unterweisung frommer salafistischer Laien stammen könnte.

| Playlist „Generation Islam“

Der Kanal „Generation Islam“ zeigt eine der umfangreichsten Playlisten mit der größten Diversität an Themen und Formaten in der PrE. Neben dem Kanal „Realität Islam“ zählt dieser Kanal zu denjenigen Kanälen der PrE, die Inhalte der islamistischen Bewegung Hizb ut-Tahrir propagieren (von uns als islamistische Kanäle betitelt). Bei „Generation Islam“ ist deutlich zu erkennen, dass man mit unterschiedlichsten journalistischen Formaten experimentiert. Einige der Formate ruhen jedoch über längere Zeiträume oder werden nicht weitergeführt, obwohl diese hohe Aufrufzahlen erhalten haben. Hierzu zählen beispielsweise

die Formate mit historischem oder dokumentarischem Anspruch wie „GI History“ und „Analysen“. Darüber hinaus zeigt der Kanal auch typische TV-Formate, wie z.B. Interviews und bietet eine Serie mit Animationen an. Ein weiteres Markenzeichen von „Generation Islam“ sind schnelle Reaktionen auf tagesaktuelle Ereignisse und, ähnlich wie bei „Machts Klick?“, Kampagnen, die vor allem auf Twitter Unterstützer*innen mobilisieren sollen. Thematisch ist „Generation Islam“ breit aufgestellt und umfasst in den Playlisten alle drei Konfliktzonen mit unterschiedlichen Narrativ-Clustern.

| Herausforderung: Zugang zur Zielgruppe

Die YouTube Netzwerkanalysen der ABAT-Studie haben eindeutig gezeigt, dass von Präventionsakteur*innen produzierte Inhalte die User*innen der Blase kaum erreichen. Die Schlüsselnachrichten extremistischer Akteure sind dort weiterhin dominant. Um auf YouTube auch für Präventionsprojekte eine stärkere und nachhaltigere Präsenz in der Informationsblase der PrE zu eröffnen, können gut strukturierte Playlists weitere aussichtsreiche Möglichkeiten erschließen.

YouTube verfügt über eine integrierte Funktion, durch welche User*innen eigene Playlists mit Inhalten verschiedener Kanäle erstellen können, aber auch die Kanäle selber können eigene Playlists in Abstimmung mit ihren Projektzielen komponieren. Solche Playlists haben direkte Auswirkungen auf das User*innenverhalten, da sie zum einen den Algorithmus beeinflussen, und andererseits auch als *Play Next Funktion* („Als nächstes Abspielen“) von YouTube erscheinen und automatisch abgespielt werden. Um User*innen in der Blase der PrE zu erreichen, ist es auch möglich, dass man unproblematische Inhalte der Blase der PrE mit für die Prävention geeigneten Inhalten in einer Playlist mischt. Diese kuratierten Playlists tragen dann die von Präventionsakteur*innen erstellten Inhalte automatisch in die Blase hinein und können dort rezipiert werden.

Vorteile: Die Umsetzung ist sehr einfach, ressourcenschonend und recycelt bereits produzierte Inhalte, die eventuell qualitativ hochwertig und für die Zielgruppe passgenau sind, aber den Zugang zur Zielgruppe noch nicht gefunden haben.

Nachteile/Risiken: Im Sinne des Grundsatzes *do no harm* ist darauf zu achten, dass keine extremistischen Inhalte in die kuratierte Playlist aufgenommen werden, da so auch User*innen auf Inhalte der Blase gestoßen werden. Da diese Blase aber derzeit die Deutungshoheit zum Thema Islam auf YouTube genießt, ist dieses Risiko als weniger problematisch anzusehen, da die Zielgruppe auch ohne diese Playlists den Weg in die Blase findet. Um den Effekt für diese User*innen abzufedern, wäre eine Anmoderation der Liste denkbar, auch eine aufsuchende Arbeit in den Kommentarspalten der inkludierten Videos wäre eine Möglichkeit.

| Ergebnis

Playlisten werden von vielen erfolgreichen Kanälen der PrE auf YouTube als Strategie verstanden. Ihre Akteure haben diese Chance erkannt und nutzen thematisch gut aufbereitete Playlisten, um ihre Inhalte erfolgreich zu platzieren. Durch eine Untermischung von Präventionsinhalten mit Inhalten der PrE ist es kostengünstig möglich, eine nachhaltigere Präsenz in der PrE zu erreichen. Diese Methode besteht bisher nur theoretisch und müsste in der Praxis erprobt werden.

| 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

