



# Monitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus (PrE)

Bericht zwei

Januar/ Februar 2021

## Monitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus

### Inhalt der 2. Berichtsausgabe:

- | Salafistische Kanäle mit deutlichem Aufwärtstrend
- | Top-Themen: (1) Tod; (2) Apokalypse; (3) Abwertung des Judentums und Christentums
- | Neue Kampagne: „Das Hijab-Projekt“
- | Multiple Plattformstrategien der extremistischen Akteur\*innen

### Salafistische Prediger und Kanäle setzen ihren Aufwärtstrend fort

Die bereits im ersten Bericht erwähnten Kanäle „Abul Baraa Tube“, „Parkhaus 76“ (vormals: „Hindenburgstrasse“) und „Islamictutors“ zeigen weiterhin einen deutlichen Aufwärtstrend. Etwas geringere Wachstumsraten weisen die Kanäle „Deutschsprachige Muslimische Gemeinschaft Braunschweig e.V.“ und „Iman TV“ auf. Damit steigen die Kanäle „Abul Baraa Tube“, „DMG e.V.“ und „Islamictutors“ jeweils um zwei Plätze auf.<sup>1</sup> Bis auf den Kanal „Islamictutors“ gehören sämt-

liche Kanäle mit Aufwärtstrend zum salafistischen Prediger-Cluster der PrE, in deren Zentrum Pierre Vogel, Abul Baraa und Marcel Krass stehen. Die inhaltliche Orientierung der fünf Prediger von „Islamictutors“ ist anhand ihrer YouTube-Präsenz nicht so offensichtlich erkennbar. Sie treten nicht im Kontext des zuvor genannten Prediger-Clusters auf. Dennoch beanspruchen sie, ebenso wie die zuvor genannten Kanäle auch, einen „authentischen Islam“ zu vermitteln. Es gibt zudem Hinweise, die über ihre sunnitisch-fundamentalistische Orientierung hinaus auf Verbindungen in das salafistische Spektrum hindeuten.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Vgl. die Kanalliste der deutschsprachigen PrE im ersten Bericht des Monitorings. Eine aktualisierte Kanalliste der deutschsprachigen PrE wird in vierteljährlichen Abständen in dieser Berichtsserie veröffentlicht. Die höchsten Wachstumsraten zum ersten Berichtszeitraum zeigen: „Abul Baraa Tube“ (7,2 %), „Islamic Tutors“ (6,6 %), „Parkhaus 76“ (3,0 %), „DMG e.V.“ (1,6 %) und „Iman TV“ (1,5 %).

<sup>2</sup> Die fünf Prediger von „Islamictutors“ scheinen alle Absolventen der Universität von Medina zu sein, an der wahhabitisch-salafistische Lehrinhalte dominieren. Pierre Vogel empfiehlt den Kanal. Zudem raten die Prediger von „Islamictutors“ offenbar Interessierten, sich an salafistische Prediger und Moscheen zu wenden, wenn sie an ihrem jeweiligen Wohnort Anschluss suchen. S. den Artikel des Journalisten Paul Schwenn: <https://www.vice.com/de/article/qjdk77/instragram-salafisten-islamisten-islamfluencer> (Zuletzt abgerufen, am 22.02.2021).

## Top-Video-Themen: Tod; Apokalypse; Abwertung des Judentums und Christentums

Mit großem Abstand hat das Video „Da kommt etwas Gewaltiges auf uns zu“ (31.01.2021, 60.000 Aufrufe) von „Macht's Klick“ die höchste Aufrufzahl im Berichtszeitraum erreicht. Der Tod als drohende, unvermittelte Realität ist auch Thema weiterer Videos mit überdurchschnittlich hohen Aufrufzahlen im Kanal „Botschaft des Islam“.<sup>3</sup> Das große Interesse beim Publikum an Themen zum Tod und an Ereignissen der Apokalypse aus islamischer Sicht zeigt sich auch in den Aufrufzahlen im Kanal „Lorans Yusuf“ zu seiner aktuellen Serie „Zeichen der Stunde“ sowie in den Themenschwerpunkten des nach längerer Pause wieder aktiven Kanals „StarC Moon Islam“ (s. Bericht 1). Das Thema Tod und Apokalypse erreicht immer wieder hohe Aufrufzahlen. In Präventionsprojekten sollte man sich daher auch mit diesem Thema regelmäßig beschäftigen.

Ein weiteres Schwerpunktthema im Berichtszeitraum ist die Abwertung von Christentum und Judentum. „Iman TV“ erreicht hier die höchste Aufmerksamkeit.<sup>4</sup> Weiterhin äußert

sich Pierre Vogel in diesem Berichtszeitraum auffallend häufig zu dem Thema.<sup>5</sup> Damit wird die Herabsetzung anderer Religionen fortgesetzt, die regelmäßig um die Weihnachtstage in der PrE einsetzt (s. Empfehlungen Bericht 1). In diesem Themenfeld erreichen auch Videos, die Glaubensübertritte zum Islam dokumentieren, regelmäßig hohe Aufrufzahlen.<sup>6</sup>

Die Themen Glaubensfreiheit und –vielfalt sowie Gleichberechtigung und gegenseitige Wertschätzung innerhalb des Spektrums islamischer Strömungen und zu anderen Glaubensüberzeugungen sind hier besonders betroffen. So erfolgen auch immer wieder scharfe Angriffe gegen Schiiten, muslimische Mystiker oder die Ahmadiyya<sup>7</sup>. Generell werden Gläubige anderer Religionen und Strömungen des Islams abgewertet und im Kontext der Heilsgeschichte als verlorene Sünder dargestellt. Hinsichtlich der Fähigkeit zum Dialog, Ambiguitätstoleranz und der Gefahr einer zunehmenden Polarisierung besteht hier weiterhin ein wichtiges Handlungsfeld in der Präventionsarbeit.

<sup>3</sup> „Botschaft des Islam“: „Sie hätte damit nicht gerechnet...“ (24.01.2021, 22.000 Aufrufe) und „Wenn der Abend kommt, erwarte nicht den morgen“ (17.01.2021, 22.000 Aufrufe).

<sup>4</sup> „Iman TV“: „Das einzige schlüssige Gotteskonzept“ (27.01.2021, 26.000 Aufrufe), „Gottes Wort ist widerspruchsfrei“ (18.01.2021, 25.000 Aufrufe).

<sup>5</sup> „Pierre Vogel Offiziell“, z. B.: „Islamhassender Missionar wird Muslim und dann von Christen angegriffen“ (30.01.2021, 25.000 Aufrufe), „Jüdischer Rabbiner über Muslime“ (05.02.2021, 10.000 Aufrufe) u. a.

<sup>6</sup> In diesem Berichtszeitraum z. B.: „Pierre VogelDE“, „Abul Baraa Tube“ und „DMG e.V.“ mit Aufrufzahlen im vier- und fünfstelligen Bereich.

<sup>7</sup> Die Ahmadiyya entstand aus den Lehren von Mirza Ghulam Ahmad (1839-1908) im indischen Punjab. Der Hauptunterschied zwischen den Glaubensgemeinschaften der Ahmadiyya und anderen muslimischen Strömungen besteht in der Bewertung ihres Gründers als Prophet bzw. als „Mudschaddid“ (Erneuerer des Islams).

## Neue Kampagne: „Das Hijab-Projekt“

Am Ende des aktuellen Berichtszeitraums fällt noch ein Video auf, in dem Abu Rumaisa auf dem Kanal „DMG e.V.“ eine neue Kampagne ankündigt: „Das Hijab-Projekt“ („DMG e.V.“, 15.02.2021). „Schwestern“, die bislang keinen Hijab getragen haben und dazu erstmals bereit sind, können kostenlos einen Hijab erhalten. Kampagnen, die das Tragen des Hijabs unterstützen, werden regel-

mäßig in der PrE von vielen Kanälen geschickt verbreitet. Hinzu kommen aggressive Kampagnen gegen Frauen, die den Hijab nach Überzeugung der Akteur\*innen der PrE in falscher Form tragen oder sogar missbrauchen. Sehr wahrscheinlich wird dieses Thema in den kommenden Wochen, insbesondere während des Ramadans, erneut eine größere Bedeutung erlangen.

## Multiple Plattformstrategien der extremistischen Akteur\*innen

Präventionsprojekte sollten in ihrer Planung unbedingt die gesamte Bandbreite der Onlineauftritte extremistischer Akteur\*innen berücksichtigen. So ergeben unsere Analysen, dass die populärsten YouTube-Kanäle der PrE auf einer Vielzahl von Online-Plattformen präsent sind (s.u. Tabelle). Dies trifft vor allem auf die aktuell im Trend liegenden Kanäle „Abul Baraa Tube“ und „Islamictutors“ zu. Wir stellen zudem fest, dass die Top-25-Kanäle im Vergleich zu weiter hinten platzierten Kanälen über mehr Onlinepräsenzen auf anderen Social-Media-Plattformen verfügen. Außerhalb der Top-25 scheint der jüngste Erfolg der aufstrebenden YouTube-Kanäle, wie „Muslim Mindset“ oder „Zac Nour“, mit sehr hohen Abonnement-Zahlen auf TikTok verknüpft zu sein.<sup>8</sup>

Überraschend ist, dass viele YouTube-Kanäle der PrE häufig nicht auf ihre weiteren Onlinepräsenzen direkt verlinken. Am seltensten werden die eigenen Profile auf den Plattformen Telegram und TikTok beworben. Diese Erkenntnis erhärtet unsere Annahme, dass sich die Online-Kommunikationsstrategien der PrE über mehrere Kanäle hinweg ausdifferenzieren und nicht immer miteinander verknüpft sind. Am Beispiel des aktuell immer populärer werdenden Kanals „Islamictutors“ können diese Dynamiken gut nachvollzogen werden:

„Islamictutors“ ist neben YouTube auch auf Facebook (1.638 Abonnements), Instagram (5.807 Abonnements), Twitter (16 Abonnements), TikTok (17.300 Abonnements) und Telegram<sup>9</sup> vertreten.<sup>10</sup> Zudem konnte eine eigene Webseite<sup>11</sup> identifiziert werden. Diese Bandbreite wird allerdings auf

<sup>8</sup> „Muslim Mindset“: 29.700 Abonnements, „Zac Nour“: 259.300 Abonnements (Stand: 18.02.2021).

<sup>9</sup> Auf der Webseite werden Telegram-Gruppen erwähnt, Verlinkungen konnten nicht gefunden werden.

<sup>10</sup> Stand: 18.02.2021.

<sup>11</sup> Abrufbar unter: <https://www.islamictutors.com> (Zuletzt abgerufen, am 01.03.2021).

dem YouTube-Kanal von „Islamictutors“ nicht ersichtlich. Die Kanalbetreiber verlinken dort momentan lediglich zur eigenen Webseite und zum Instagram-Profil. Ein Grund für das Verschweigen des reichweitenstarken TikTok-Auftritts könnte an verschiedenen plattformspezifischen Kommunikationsstrategien liegen. Während sich „Islamictutors“ auf YouTube als „Team aus Doktoranden, Master- und Bachelorstudenten der Islamwissenschaften“ mit eindeutigem Lehr- und Missionierungsauftrag inszeniert, geben sie auf TikTok lediglich an, dass man auf ihrer Webseite „kostenlos Arabisch und Islam lernen“ könne. Dieser Hinweis ist mit mehreren Emojis versehen. Auch auf der inhaltlichen Ebene gibt es zwischen den beiden Plattformen erwähnenswerte Unterschiede. Die für TikTok typischen kurzen Videoclips umreißen im aktuellen Berichtszeitraum weitgehend nur oberflächlich religiöse Themen (z.B. Diesseits und Jenseits; Versuchung und Belohnung) sowie die Relevanz der Stadt Medina für den Islam. Für eine detaillierte Auseinandersetzung mit den Themen bietet die Plattform TikTok keinen Raum. Dementgegen wird auf YouTube das missionarische Anliegen der Kanalbetreiber stärker ersichtlich. Hier nutzen sie das Live-Talk-

Format mit paralleler Chat-Option sowie Diskussionsrunden, Animationsvideos und Kurzfilme.

Die Kommunikationsstrategien von „Islamictutors“ unterscheiden sich auf YouTube und TikTok hinsichtlich der Zielgruppen, Formate und Inhalte. Auf TikTok wird z. B. eine besonders junge Zielgruppe mit kurzen Videoclips und einprägenden Emojis und Hashtags angesprochen. Der Anspruch der Kanalbetreiber, die Nutzer\*innen gemäß ihrer Islamauslegung zu missionieren, wird hingegen auf YouTube ersichtlich. So wird in umfangreichen Diskussionsrunden u.a. dargelegt, inwiefern der Islam Alltagsprobleme auflösen und einen jeden Menschen rechtleiten könne.

Für Präventionsakteur\*innen ist es daher wichtig, stets einen differenzierten und aktuellen Überblick über die gesamte Bandbreite der Onlineauftritte der PrE-Akteur\*innen zu haben. So können plattform- sowie zielgruppenspezifische Online-Präventionsprogramme zielgenauer entwickelt und mögliche plattformübergreifende Dynamiken frühzeitig erkannt werden. Besonders hilfreich sind dabei zeitnahe, plattformspezifische Informationen zu der jeweiligen Zielgruppe, den inhaltlichen Ansprachen und den verwendeten Formaten.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die wichtigsten Onlineauftritte der Top-25-Kanäle der PrE zum 12.02.2021:

Kanäle der PrE	Webseite	Instagram	Facebook	Telegram	Twitter	TikTok
Botschaft des Islam		X	X		X	X
Macht's Klick		X	X	X		X
Lorans Yusuf		X	X	X	X	X
Parkhaus 76						
PierreVogelDE		X	X	X		X <sup>12</sup>
Iman TV	X	X	X		X	
Generation Islam	X	X	X	X	X	
Pierre Vogel Offiziell		X	X			X
Abul Baraa Tube	X	X	X	X		X
Fitrah Dawah	X	X	X	X		
Der Islam verbindet	X	X	X			X
STARMOON Islam		X				X
Young Muslim		X	X	X		X
Muslim Media	offline	X	X			
Wissen für alle (Sh. Abdellatif)			X			
DMG e.V. <sup>13</sup>	X	X	offline	X		
Habibflo Dawah Produktion						
Abu Mikail (Islamstudent)	X	X	X	X		X
Islamrat TV	X	X	X		X	
Ansaar International e.V.	X	X	X	X	X	
Marcel Krass	X	X	X	X	X	
Realität Islam	offline	X	X		gesperrt	
Islamictutors	X	X	X	X	X	X
Warum Islam						
Einladung zum Erfolg CH				X		

<sup>12</sup> Für die beiden YouTube-Accounts „Pierre VogelDE“ und „Pierre Vogel Offiziell“ konnte insgesamt nur ein TikTok-Profil ausgemacht werden.

<sup>13</sup> Deutschsprachige Muslimische Gemeinschaft Braunschweig e.V.

# | Impressum

## **Herausgeber**

Bundeszentrale für politische Bildung  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn  
[www.bpb.de](http://www.bpb.de)  
[info@bpb.de](mailto:info@bpb.de)



## **Autoren**

Kevin Weyda  
Dr. Friedhelm Hartwig

## **Redaktion**

Arne Busse  
Katharina Max-Schackert

## **Grafik + Produktion**

[www.schnittmarke.biz](http://www.schnittmarke.biz)

## **Kontakt**

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

**modus | zad**

© 2021



▪  
▪  
Bundeszentrale für  
politische Bildung

Bundeszentrale für politische Bildung  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn

[www.bpb.de](http://www.bpb.de)  
[info@bpb.de](mailto:info@bpb.de)

