

„Aktuelle Begriffe, Akteure und Trends salafistischer (Online-) Diskurse“

*Eine Handreichung für Praktiker*innen der Radikalisierungsprävention*

„Die Online Welt ist eine starke Waffe. Entweder vernichtet sie ganze Generationen, aber man kann damit auch ganze Generationen aufbauen. [...] Das heißt diese Online Welt ist ein Messer. Entweder lernst du es damit umzugehen, oder du schneidest dich damit.“

- „Macht's Klick?“

Problemstellung

Soziale Medien sind für Jugendliche zu selbstverständlichen und wichtigen Informationsquellen geworden. Extremistische Akteure haben dies schon früh erkannt und nutzen diese vielfältigen Optionen professionell, um gezielt ein junges Publikum für ihre Botschaften zu begeistern. Zudem kann man in den Sozialen Medien derzeit qualitative und ethische Barrieren, die bislang durch Standards des hochwertigen Journalismus oder des wissenschaftlichen Arbeitens in der Informationswelt definiert wurden, leicht umgehen und missachten. Somit öffnet das Internet für radikal Denkende bislang nicht dagewesene Möglichkeiten für Propaganda, Manipulation und die Verbreitung extremistischer Botschaften.

Da bis zu 86% der Jugendlichen sich derzeit auf YouTube über alltagsrelevante Themen informieren, nimmt YouTube eine zentrale Position gegenüber anderen Plattformen ein.¹ Bestätigt werden diese Ergebnisse zudem durch Interviews, die modus|zad mit Praktiker*innen der Radikalisierungsprävention durchgeführt hat. Welche Informationen bei einer Recherche auf YouTube zum Thema Islam Jugendlichen derzeit begegnet, wer die Inhalte dominiert und erfolgreich agiert, ist jedoch noch nicht systematisch im deutschsprachigen Raum untersucht worden. In der einjährigen Studie ABAT wurde dazu nun durch eine Datenbank und erste Analysen eine umfassende Basis geschaffen, um diese Wissenslücken zu schließen. Dadurch können in Zukunft grundlegende Themen,

¹ Expertengremium Rat für Kulturelle Bildung, „JUGEND / YOUTUBE / KULTURELLE BILDUNG. HORIZONT 2019“ (Tanusstein, 2019), 6–8.

Argumentationen und neue Trends im religiös begründeten Extremismus schneller erfasst und Praktiker*innen in der Prävention besser informiert werden.

Das Projekt

Einen umfangreichen, wissenschaftlich auswertbaren Überblick zur deutschsprachigen islamischen YouTube-Kultur fehlte bis zum Beginn des Projekts ABAT. Erstes Ziel der einjährigen Studie war es daher, durch eine umfangreiche Recherche mit einem *Mixed Method Approach* die wichtigsten Begriffe, Akteure und Trends zum Thema Islam auf YouTube im deutschsprachigen Raum systematisch zu erfassen. Basierend auf einem in ABAT erarbeiteten Kriterienkatalog, wurden dabei nur Kanäle in die Datenbank aufgenommen, deren Inhalte nicht-dschihadistisch geprägt waren und Dschihadismus oder Gewalt ausdrücklich ablehnten *aber dennoch* radikale oder extremistische Positionen verbreiteten. Insgesamt entstand so eine Datenbank mit 210 Kanälen. Sehr wahrscheinlich sind damit alle relevanten Kanäle für den deutschsprachigen Raum erfasst, die radikalere inhaltliche Positionen zum Thema Islam verbreiten.

Nach diesem „First Impression Screening“ (FIS) wurden, in Orientierung an den Abonnentenzahlen, die Top 25 Kanäle der Datenbank zu weiteren tiefergehenden inhaltlichen Analysen herangezogen, um erste Informationen und Handlungsempfehlungen für die Präventionspraxis zu erarbeiten.

Projektergebnisse

Das Netzwerk: eine Informationsblase

Die in der ABAT-Datenbank erfassten Kanäle dominieren das Angebot zum Thema Islam im deutschsprachigen Raum. Weiterführende Netzwerkanalysen zeigen zudem, dass die Kanäle einen eigenen Bereich auf YouTube formieren, der in der Grafik deutlich als gelb markierter Bereich unten links erkennbar ist. Die Kanäle bilden eine Informationsblase, in der es Pole gibt, die zunehmend extremistischere Inhalte verbreiten sowie Gateway Kanäle, wie „Macht’s Klick“ oder „Botschaft des Islam“, die ihre Nutzer*innen in die Blase hineinleiten, aber auch außerhalb des Kerns liegen und gut mit allgemeineren Themen verknüpft sind. YouTube Kanäle mit dem Ziel der Präventionsarbeit, einem wissenschaftlich-kritischen, auf Dialog der Religionen oder die Vielfalt der islamischen Konfessionen ausgerichtete Kanäle erscheinen in dieser Blase nicht und waren während der Recherche auch selten in den Suchergebnissen zu finden.

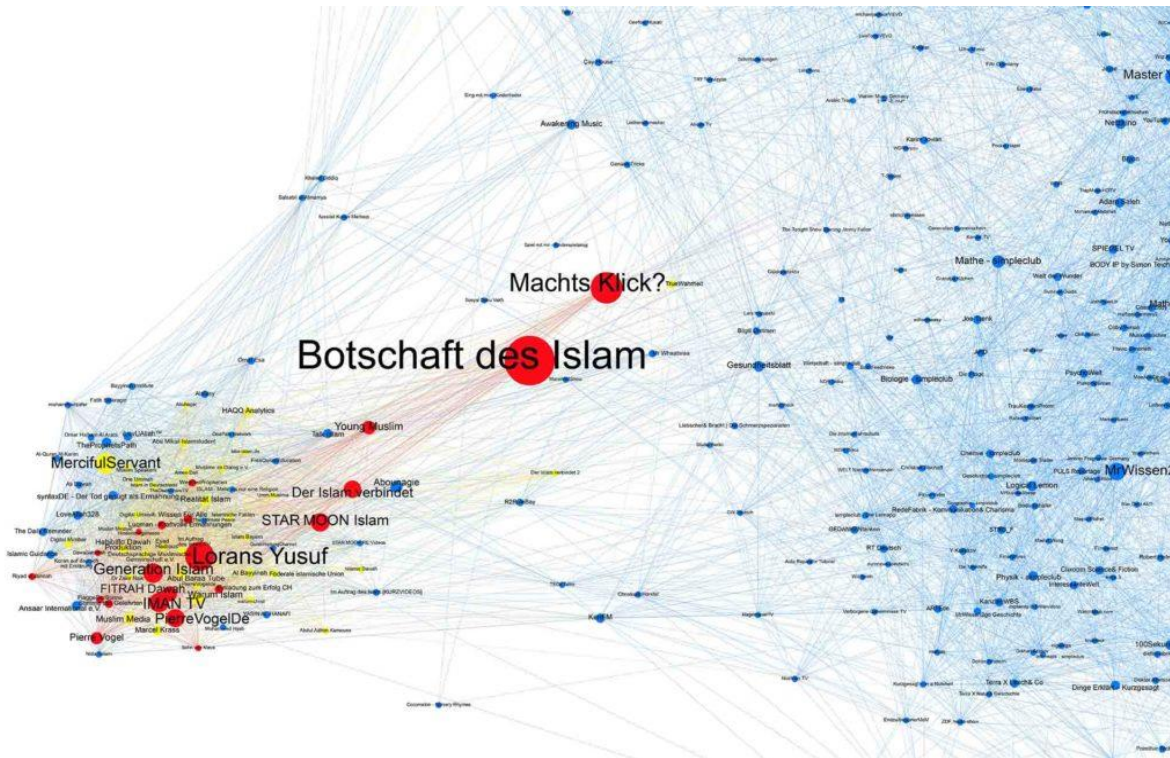


Abbildung 1: Das Netzwerk (für eine zoombare Version der Karte siehe: <https://modus-zad.de/blog/die-blase-der-peripherie/>)

Nutzer*innen innerhalb dieser Blase scheinen dabei nicht zwischen salafistischen, islamistischen oder konservativen Kanälen zu unterscheiden. Sie klicken sich vielmehr kreuz und quer durch die Videos und „ liken“ diese, solange es allgemein um das Thema Islam geht. Da sie wenig differenziert und reflektiert auswählen, können sie so auch innerhalb des Netzwerkes leicht von Akteuren beeinflusst werden. Der YouTube-Algorithmus fördert zudem durch Videos, die nahezu ausschließlich aus dieser Blase stammen, diese in sich homogene Informationsflut. So werden die Nutzer*innen auf immer extrem(istisch)ere Inhalte geleitet. Das heißt, dass Menschen, die nach Informationen über den Islam suchen, schnell in diesen Mikrokosmos einer sogenannten Echo-Kammer gezogen werden. Dies kann über einfache „Wie mache ich etwas“-Fragen („Wie bete ich richtig?“), Fragen nach dem Weltgeschehen („Christchurch Attentat“) oder Informationsfragen („Was ist ein Hijab?“) geschehen.

„Peripherie des religiös begründeten Extremismus“

Eine tiefgehende inhaltliche Analyse der Kanäle dieser Blase, entsprechend des von ABAT entwickelten Kriterienkataloges, führte zu dem Ergebnis, dass dieses Cluster vorläufig mit dem Arbeitsbegriff „Peripherie des religiös begründeten Extremismus“ bezeichnet werden kann. Gemeinsame Merkmale dieser Kanäle sind:

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

- | Sämtliche Kanäle führen ihre Wurzeln auf den sunnitischen Islam zurück, mit dem Fokus auf Koran und Sunna sowie den Lebensvorbildern des Propheten und seiner Gefährt*innen.
- | Schiitische oder sufische Glaubensüberzeugungen werden strikt abgelehnt, als minderwertig und sektiererisch bezeichnet oder verschwiegen.
- | Fast jeder Kanal ist um eine sehr homogene Darstellung des Islams ohne Spannungen, Widersprüche oder offene Fragen, die nicht eindeutig beantwortet werden können, bemüht.
- | Ein gemeinsames Ziel ist die Betonung einer einheitlichen gemeinsamen Ummah und Mission.
- | Ihre Vortragenden sind durch ein hohes Sendungsbewusstsein und den Anspruch, die alleinige Wahrheit zu verbreiten, geprägt.
- | Ihre dichotome Argumentation verbreitet eine „Theologie der Angst“, in der Verführung durch den Teufel, Sünde und Schuld, die Apokalypse sowie die Bestrafung in der Hölle zentrale Elemente sind.
- | Es sind ausschließlich Männer, die vortragen, sogar auch dann, wenn es um frauenspezifische Themen geht.

Diese Ansammlung von Kanälen des Peripherie-Clusters mit gemeinsamen Merkmalen kann weiterhin inhaltlich in drei Kategorien unterteilt werden:

- | **Salafistische Kanäle**, auf denen auch bekannte Akteure des salafistischen Milieus in Deutschland aktiv sind,
- | **islamistische Kanäle** der Hizb ut-Tahrir Bewegung sowie
- | Kanäle, in deren Inhalten zumindest Versatzstücke islamistischer oder salafistischer Glaubensüberzeugungen deutlich werden. Wir kennzeichnen sie im Folgenden als **hybride Missionskanäle** bzw. **Hybridkanäle**.

Die drei Gruppen können zudem in weitere Unterkategorien differenziert werden. So ist es z.B. sinnvoll, in der ersten Gruppe zwischen dem Netzwerk des salafistischen Trios **Pierre Vogel**, **Marcel Krass** und **Abul Baraa** zu unterscheiden, die offenbar enger zusammen agieren und anderen salafistischen Predigern, die sich eigenständig ohne eine identifizierbare Vernetzung präsentieren. In der Gruppe der islamistischen Kanäle sollten zudem neben der Hizb ut-Tahrir auch auf Kanäle geachtet werden, die vom türkisch-nationalistischen Islamismus bestimmt sind. Darüber hinaus ist für alle drei Kanalgruppen noch die erweiterte transnationale Perspektive wichtig, z.B. mögliche Einflüsse aus Großbritannien, der Balkanregion, Saudi-Arabien und weiteren Golfstaaten.

Themenschwerpunkte und Zielgruppen der Peripherie

Jugendliche und junge Erwachsene sind die Hauptzielgruppe der Themen und Kampagnen, aber das Spektrum der Inhalte und die Form ihrer Präsentation geht weit über diese junge Zielgruppe hinaus. Ein wichtiger Ausgangspunkt der Argumentation vieler Videos sind Krisen in jeglicher Form, die auch in anderen Lebensphasen relevant sein können. Erfolg, Beruf, Familie, Erziehung oder grundsätzlich Fragen nach dem Sinn des Lebens oder des Leiden in der Welt sind generationsübergreifende Fragen, die in jedem Lebensalter relevant sein können. Wichtige behandelte Themen und Kampagnen sind z.B.:

Positive	Negative
<ul style="list-style-type: none"> • Trennung der Geschlechter • Disziplin, Sport und Fleiß • Wissen über den Islam, Mission • Heilige Ehe vermehrt die Gläubigen • Verhüllung, auch ein „digitaler Hijab“ • Andere ermahnen: „das Gute gebieten, das Schlechte verbieten“ • Einheit der Muslime: Ummah Muhammads stärken und nicht spalten, d.h. • Klare Trennung: Glaube – Unglaube, Gläubige – Ungläubige, Richtig – Falsch, Gut – Böse • Siegesbewusstsein: Allah ist auf ihrer Seite, sie vertreten den „wahren Islam“ • Klare Moralvorstellungen und Ritus • Freundschaften und Leben nur mit richtig Gläubigen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ungläubige • Modisch gekleidete „Hijabi“ • Konsum: Mode, Schminke, teure Autos • Orte der Begegnung zwischen den Geschlechtern, den Religionen im Dialog • Blogger*innen und Comedy • Shisha-Bars, Parties, Feste, Konzerte • Zinsen/Kredite, • viel essen, trinken, spazieren gehen und lachen • Juden und Christen • Medien, Politik, Demokratie

Die Formate

Die Formate der Peripherie des Extremismus bilden die ganze Bandbreite der YouTube-Landschaft ab. Ausgerichtet auf die jeweilige Zielgruppe und die verschiedenen Geschmäcker des Publikums werden Formensprache und Stil, aber auch Thema und Sprache angepasst. Oft benutzen dieselben Akteure, Prediger und auch Kanäle mehrere der Formensprachen um eine größtmögliche Wirkung zu erzielen.

a) Der freundliche Imam von Nebenan – Lehrmeister – traditionaler Prediger

Um den Einstieg in die Peripherie des religiös begründeten Extremismus möglichst niedrigschwellig zu gestalten, geben sich viele Creators nahbar und kumpelhaft. Ohne schwierige Koranzitate und Hadithe vermitteln sie Inhalte klar, verständlich und in einfachen Worten. Unter Zuhilfenahme vieler Beispiele wird anhand der Lebenswelt der Nutzer*innen erklärt, wie sich gläubige Muslim*innen in ihrer Interpretation der Religion verhalten sollen. Stilistisch sind die Videos einfach gehalten: Ein schlichter Hintergrund mit einem Sprecher, der unaufgeregt erzählt. Meist sind diese Videos nur zwischen zwei und zehn Minuten lang und haben einen für Jugendliche zugänglichen „Instagram“-Look (hochkant, wie mit dem Smartphone gefilmt). Ansonsten treten die Identifikationsfiguren gerne vor Regalen voller Bücher oder in der freien Natur auf, möglicherweise um Gelehrsamkeit oder Verbundenheit zur Schöpfung zu symbolisieren.

b) Aufgezeichnete Predigten

Aufgezeichnete Predigten sind eine klassische Formensprache, die nicht viel Aufwand in der Produktion benötigt. Bei einer Predigt auf Deutsch in der Moschee läuft eine Kamera, frontal auf den Prediger gerichtet, das Publikum wird nicht gezeigt. Bei manchen Videos wird die Predigt nachträglich mit Musik oder Soundeffekten hinterlegt, um eine erhöhte Emotionalisierung zu erzielen. Inhaltlich werden äußerst anschauliche Beispiele verwendet. Die Videos sind meist etwas länger als die Clips anderer Stilrichtungen, die kürzeren in der Regel zehn Minuten, aber auch 50 Minuten sind nicht außergewöhnlich. Eine *Chutba* (auf Deutsch auch „Freitagspredigt“ genannt) ist beispielsweise zwischen 20 und 40 Minuten lang. Thematisch drehen sich die Vorträge oft um das „richtige“ muslimische Leben, um Moral und Wertvorstellungen und die Schöpfungsgeschichte. Neben der einfachen Produktionsweise können die aufgezeichneten Predigten auch dazu dienen, die religiöse Legitimität der predigenden Person in den Augen der Nutzer*innen zu erhöhen. Diese Legitimität wirkt sich dann auch auf die Glaubhaftigkeit der anderen Videos der Akteure aus.

c) Straßen-Dawah

Straßen-Dawah Videos sind ebenso ein sehr klassischer Stil. Einige Kanäle konzentrieren sich fast nur auf diese Form der Glaubensvermittlung und geben Offline sogar „Dawah-Seminare“, die sie vorher in Online Videos bewerben. Durch geschickte Argumentationsstrategien und nachträgliche Schnitte erscheint es in den Clips immer wieder so, als hätten die Dawah-Treibenden zu jedem Zeitpunkt recht behalten und die Passanten (in den Videos oft betitelt als „Atheist“, „Christ“ oder sogar „Missionar“) überzeugt. Für die Nutzer*innen wird so suggeriert, dass der Islam die einzig wahre Religion mit den besten Grundsätzen sei, die für alle Zweifler immer eine Antwort parat habe. Der Sinn ist nicht, die Passanten tatsächlich zu überzeugen (was jedoch manchmal geschieht und dann teilweise sogar in einer Konvertierung direkt zelebriert wird), sondern die Nutzer*innen der Videos mit Argumenten in ihren eigenen Ansichten zu bekräftigen. Die Videos sind meist zwischen 20 und 40 Minuten lang und stellen oft einen Teil einer gesamten Kampagne dar. Gerade in der Öffentlichkeit erfahren diese eine große Aufmerksamkeit, so etwa die im Jahr 2017 verbotene „Lies!“-Kampagne, die ebenfalls online zu sehen war. Wird ein Dawah-Betreiber in Videos so dargestellt, als hätte er immer Recht, so kann dies auch eine hohe Überzeugungskraft auf Nutzer*innen ausüben.

d) Epische Geschichtenerzähler

Videos epischer Geschichtenerzähler bestehen vor allem durch ihre mächtige Bildsprache und Wortgewalt. Die Kanäle nutzen zumeist Bewegtbild-Material aus verschiedenen Computerspielen (Abbildung 8 und 9) und deren Trailern, aber auch Standbilder (Abbildung 10) und Stockfotos sowie teils Fernsehmaterial oder eindrucksvolle Naturaufnahmen und –kamerafahrten, schneiden diese zusammen und hinterlegen die Collagen dann mit aufgenommenen Erzählungen. Die Erzählstimme ist dabei männlich und tief (von einem Kommentator unter einem der Videos als „düster“ und „böartig“ beschrieben). Sie soll wohl absichtlich an die Stimmen von Sprechern in Actionfilmtrailern erinnern und ähnelt zusätzlich der akustischen Inszenierung „Gottes“ oder des Propheten in Filmen und Popkultur. Zudem nutzen Videos der Kategorie eindringliche, laute Rufe mit Halleffekten und untertiteln die Videos meist in deutscher Sprache. Musikalisch werden die Videos oft durch emotionserweckende (Computerspiel)-Musik oder *anāshīd* ergänzt. Die Videos sind meist zwischen zehn und zwanzig Minuten lang und behandeln typischerweise religiöse (sunnitische) Geschichten, die Apokalypse, den Tod und den Teufel, Sünden und Verlockungen, sowie „historische“ Geschichten über „gegnerische“ (islamische) Glaubensschulen. Auch Verschwörungstheorien, Geschichten über die Altvorderen und Jinns und Engel sowie religiöse Verhaltensanweisungen sind häufig grundlegende Bestandteile der Videos. Auffällig ist das sehr beschränkte Nutzen von Koranzitaten

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

und Hadithen, die zur Untermauerung der Geschichten dienen könnten. Daraus lässt sich schließen, dass diese Formensprache weniger auf die Wissensvermittlung über den Islam abzielt, sondern vielmehr versucht, die Nutzer*innen auf einer emotionalen Ebene anzusprechen und abzuholen.

e) Fernseh-Formensprachen

Im Setting eines Aufnahmestudios oder auch im Stil einer Fernsehdokumentation werden von einigen Kanälen politische Bildung aus ihrer islam(isti)schen Weltansicht betrieben, aber auch religiöse Erklärungen verbreitet. Diese Formensprache soll wahrscheinlich Seriosität und Authentizität vermitteln. Das „Studio“ wird mithilfe von Standmikrofonen und Aufstellern entweder simuliert oder mit Hilfe eines „Green-Screens“ nachträglich eingeblendet. In den Videos im Dokumentationsstil werden unter anderem Einblendungen aus dem Fernsehen angeeignet und Szenen von verletzten Kindern und Kriegsbilder gezeigt. Werden westliche Historiker*innen und Wissenschaftler*innen normalerweise als unglaubwürdig und „feindlich“ deklariert, spielt die Bezugnahme auf diese im Dokumentationsstil eine besondere Rolle. In diesem Fall sollen sie wahrscheinlich Legitimität suggerieren. Auch rücken aktuelle politische Themen, die in anderen Formensprachen nur eine sekundäre Rolle spielen, hier vermehrt in den Vordergrund. Aktuelle thematische Fokusse sind der Syrienkonflikt, der IS, politische Entscheidungen westeuropäischer Länder bzw. der USA, die Viktimisierung von Muslim*innen auf der Welt und in Deutschland sowie die Vereinbarkeit von Wissenschaft und Religion.

f) Spiegelkanäle (Predigerportale)

Vier der „Top 25“ Kanäle sind Spiegelkanäle, so zum Beispiel „Habibflo Dawah Produktion“ und „Stimme der Gelehrten“. Sie legen sich nicht auf eine besondere Formensprache fest, sondern erfüllen in etwa die Aufgabe eines „Magazins“. Die Kanäle spiegeln hochgeladene Videos anderer Kanäle und übersetzen Predigten aus anderen Sprachen (bzw. untertiteln sie auf Deutsch), während sie kein eigenes Material erstellen. Es stehen weder bestimmte salafistische Prediger im Vordergrund, noch werden die Inhalte interpretiert, ausgewertet oder verlinkt. Spiegelkanäle fungieren so als Orientierungshilfe und Archiv für die interessierte Zielgruppe. Sie sind ausgesprochen aktiv, fast täglich werden Videos hochgeladen. Auch das Alter der gespiegelten Predigten und Videos scheint keine Rolle zu spielen. Wer hinter den Kanälen steht, ist für die Nutzer*innen nicht erkennbar. Es sind auf den Spiegelkanälen bereits über viele Jahre aktive, die deutschsprachige salafistische Szene prägende Persönlichkeiten wie Pierre Vogel, Abul Baraa, Neil bin Radhan, Dr. Zakir Naik, Eyad Hadrous, Ibrahim

Abou Nagie oder Marcel Krass zu finden. Im Spiegelkanal „Einladung zum Erfolg“ sind auch Videos vom Kanal „Botschaft des Islam“ aufgenommen worden, der im Projekt als hybrider Kanal eingestuft wird.

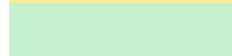
Die Kanäle

Diese Kanäle sind die „Top 25“ Kanäle sortiert nach Abonnentenzahl. Die Kanäle sind nach unserer Einschätzung entsprechend der inhaltlichen Kategorien farbkodiert:

Hybride Kanäle



Salafistische Kanäle



Islamistische



Spiegelkanäle



Kanal Name

1	Botschaft des Islam
2	Macht's Klick
3	Lorans Yusuf
4	PierreVogelDE
5	IMAN TV
6	Generation Islam
7	Hindenburgstrasse
8	Der Islam verbindet
9	Pierre Vogel Abu Hamza Offical Page (pierre vogelDE1)
10	STAR☉MOON Islam
11	Fitrah Dawah
12	Young Muslim
13	Wissen für alle (Sh. Abdellatif)
14	Habibiflo Dawah Produktion
15	Abu Mikail Islamstudent
16	Abul Baraa Tube
17	Realität Islam
18	Marcel Krass
19	HAQQ Analytics

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

20	Stimme der Gelehrten
21	Die einzige Wahrheit
22	Einladung zum Erfolg CH
23	FlaggeDerSunna
24	Deutschsprachige Muslimische Gemeinschaft e.V. (DMG e.V.)
25	Luqman-Kraftvolle Ermahnungen

Erkenntnisse und Ausblick

- | Die Kanäle der religiös begründeten Extremismusperipherie bilden eine Blase innerhalb der YouTube-Landschaft. Wer einem Kanal folgt, folgt oft auch mehreren Kanälen aus dem Spektrum. Zudem gibt es *Gateway* Kanäle die, gestützt durch den Algorithmus, Zugänge zu dieser Blase bilden.
- | Der YouTube-Empfehlungsalgorithmus trägt dazu bei, dass Nutzer*innen auf diese Blase stoßen und in dieser bleiben. Wenn ein Video aus der Blase angesehen wurde, werden vermehrt Videos aus dieser Blase vorgeschlagen.
- | Die Kanäle präsentieren eine große Vielfalt an Formensprachen, Stilen und Inhalten. Sie entfalten eine hohe Dynamik und Bereitschaft zur medialen Anpassung an die Nutzer*innen-Vorlieben.
- | Das zentrale Interesse des Publikums richtet sich offensichtlich auf das Thema Islam und auf damit zusammenhängende Fragen des „richtigen“ Glaubens- bzw. der „korrekten“ Lebensweise. Aus der „Nutzer*innen/Publikums-perspektive“ bzw. dem „Nutzer*innen-Verhalten“ lässt sich mittels Netzwerkanalyse zeigen, dass offenbar ideologische Unterschiede, Rivalitäten oder Abgrenzungen unter den Akteuren und Content-Produzenten für das Publikum keine entscheidende Rolle spielen.
- | Der Stil, das Layout, die Formate, die Themen und die Empfehlungen verweisen darauf, dass die Produzent*innen der Seiten ihre Orientierungen und Inhalte häufig aus dem englisch- und/oder arabischsprachigen Ausland beziehen. Es scheint eine enge Rezeption und Verknüpfung zum wahhabitischen Netz der Gelehrten in Saudi-Arabien und den Golfstaaten, den islamistischen und salafistischen Bewegungen aus dem türkisch geprägten Raum sowie Großbritanniens zu geben.

- | In der Rangliste der „Top 25“ Kanäle hat es im untersuchten Zeitraum Februar bis November 2019 keine nennenswerten Verschiebungen gegeben. Die Zusammensetzung der „Top 25“ Kanäle blieb konstant.
- | Präventionsakteure erhalten mit den Ergebnissen des Projekts ABAT erstmals einen Überblick über YouTube Kanäle, die die Informationen über Islam auf YouTube dominieren. Damit können sie Aussagen, Handlungen, Argumente und Informationsquellen ihre Klient*innen besser einschätzen und zielgerichteter darauf reagieren.

Was können wir tun?

Die **medienpädagogische Arbeit und Erziehung zum Thema Internet** als Informationsquelle muss weiter mit dem Fokus auf folgende Themen intensiviert werden: Aufklärung über: die Wirkung von Algorithmen und Informationsblasen, effektive Suchstrategien, kritisches Bewusstsein zur Bewertung der Qualität der Inhalte und Informationsquellen, Sensibilität für Framing, faire Argumentations- und Debattenkultur sowie seriöse Informationsquellen (auch offline).

Zudem zeigt die bisherige inhaltliche Analyse **ethische und theologische Herausforderungen**, die für einen islamischen Religionsunterricht und islamische Glaubenslehre wichtige Themen bietet. Einige Beispiele sind: Islamische Theologie und Glauben in einer vornehmlich christlich-jüdisch und gleichzeitig säkular geprägten Mehrheitsgesellschaft, Vielfalt und Dialog der Konfessionen und Rechtsschulen im Islam, Dialog bzw. Trialog der abrahamitischen Religionen, Dichotomie und Anspruch als Offenbarungsreligion.

Zu guter Letzt muss die **Zusammenarbeit mit den Plattformbetreibern** intensiviert werden: Verbesserung der Standards der Community-Richtlinien und ihre inhaltliche Durchsetzung, frühzeitigere Reaktion auf extremistische Tendenzen und Kampagnen, Transparenz der Entscheidungen, Macht und Verzerrung der Algorithmen.

*Wenn Fragen oder Anmerkungen zu dieser Handreichung bestehen sind wir per Telefon: **030/40755120**, Mail: info@modus-zad.de oder twitter: **@modus_zad** jederzeit für Sie erreichbar*

Impressum

Modus – Zentrum für angewandte Deradikalisierungsforschung gGmbH

Alt-Moabit 73

10555 Berlin

Autoren: Till Baaken, Dr. Friedhelm Hartwig

Das Projekt „ABAT Online-Salafismus“ wurde gefördert durch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat.

Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages