

---

## **Jamal al-Khatib – Mein Weg! Online-Campaigning als Methode der Politischen Bildung**

*Fabian Reicher & Felix Lippe*

### **Zusammenfassung**

Jugendliche kommen online häufig mit extremistischen Inhalten in Berührung. Dieser Raum kann jedoch auch für politische Bildung genutzt werden: „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ ist eine Online-Kampagne, in der das Internet als informeller Lernort von Jugendlichen verstanden wird, an dem entsprechende lebensweltorientierte Angebote gesetzt werden können. Der Impuls für das Projekt ging von einem inhaftierten Jugendlichen aus, der sozialarbeiterisch betreut wird und der sich nach seinem Ausstieg aus der jihadistischen Szene dafür einsetzen wollte, andere Jugendliche davor zu bewahren, die gleichen Fehler zu begehen. Weitere Jugendliche schlossen sich an. Entsprechend dem Peer-to-Peer Ansatz bildeten ihre Erfahrungen die Grundlage für die Projektinhalte. Neben den Professionist\*innen besteht das Projektteam dabei aus Jugendlichen, die aus der jihadistischen Szene ausgestiegen sind und Jugendlichen, die sich in der „Hochphase“ des sog. IS resilient gegenüber jihadistischen Narrativen gezeigt haben. Mit der Methode der Narrativen Biographiearbeit wurden gemeinsam Videos mit alternativen Narrativen zu jihadistischer Propaganda produziert. Diese wurden in einer Online-Kampagne auf verschiedenen Social-Media-Plattformen veröffentlicht, über die Kampagnenfigur „Jamal al-Khatib“ an die Dialoggruppe herangetragen und mit der Methode Online-Streetwork vermittelt. Mit vier Videos konnten so über 200.000 Views und über 16.000 Online-Interaktionen erzielt werden. Die dazugehörigen pädagogischen Materialien werden von Multiplikator\*innen in unterschiedlichen pädagogischen Settings verwendet.

### **Schlüsselwörter**

Online-Kampagne, politische Bildung, Extremismusprävention, Alternative Narrative, Online-Streetwork, Narrative Biographiearbeit, partizipativ, Peer-to-Peer, Soziale Medien, Video

### **Abstract**

The online sphere is a place where adolescents often encounter extremist propaganda. The internet can also be used for political education, however. „Jamal al-Khatib – My path!“ is an online campaign in which the internet is understood as an informal learning environment for adolescents which can be used to offer political education in a manner that is geared towards young people’s circumstances and experiences. The project was initiated by a young man in prison who is supervised by a social worker of our project team. His intention, after he extricated himself from the jihadi scene, was to prevent other young people from repeating the same mistakes he made. Other adolescents joined the team. In accordance with our peer-to-peer approach, their experiences formed the basis for the contents of our project. Besides the professionals, the team consists of adolescents who dropped out of the jihadi scene as well as those who, during the heyday of the IS, proved to be resilient against jihadist narratives. Resorting to the method of „narrative biography work,“ videos featuring alternatives to jihadist propaganda were produced. Subsequently they were posted on different social media platforms, delivered to the target group via the fictional character of Jamal al-Khatib and discussed in the course of online street work. Altogether the four videos received 200.000 views and 16.000 interactions online. The corresponding educational material is used by practitioners in different educational settings.

### **Keywords**

Online campaign, political education, prevention of violent extremism, alternative narratives, online streetwork, narrative biography work, participatory, peer-to-peer, social media, video

## Autoren

- **Reicher, Fabian**, BA, Sozialarbeiter
- **Lippe, Felix**, M.Sc., MA
- Der Verein *turn - Verein für Gewalt- und Extremismusprävention* wurde 2017 gegründet, um das Online-Streetwork-Projekt „Jamal al-Khatib - Mein Weg!“ durchführen zu können. Neben den am Projekt teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen, bildete sich ein transdisziplinäres Netzwerk, das mittlerweile Expert\*innen aus den Bereichen Jugendsozialarbeit, Islamwissenschaft, Filmproduktion, Psychologie, Psychotherapie, Sozialpädagogik, Musikproduktion, Grafikdesign, Politikwissenschaft und Digital-Management umfasst. Finanziert wurde die erste Staffel von „Jamal al-Khatib“ von der Stadt Wien, dem Zukunftsfonds Österreich und dem Bundesnetzwerk Offene Jugendarbeit in Wien. Die dazu entwickelten pädagogischen Materialien stehen auf der Homepage gratis zum Download bereit. Die zweite Staffel wird von der Bundeszentrale für Politische Bildung finanziert und erscheint im 2. Quartal 2019.
- **Kontakt:** Web: [www.turnprevention.com](http://www.turnprevention.com)  
E-Mail: [info@turnprevention.com](mailto:info@turnprevention.com)

**Anmerkung:** Die abwechselnd gewählte männliche bzw. weibliche Form steht jeweils pars pro toto, wechselt je nach Kontext und stellt keine Bewertung des jeweils anderen Geschlechts dar.

## 1. Ausgangslage

Seit Mitte der 1990er Jahre verbreiten sunnitische Extremist\*innen Videoaufnahmen, Bilder und vor allem Schriften (kurze Flyer bis hin zu mehrere tausend Seiten umfassende Bücher) über das Internet. Lange Zeit war es hauptsächlich al-Qa'ida, mittlerweile ist es allen voran der sog. „Islamische Staat (IS)“, der mit seinen Medienzentren wie „Al Hayat“ oder „Amaq“ diese Tradition fortsetzt und Inhalte in unterschiedlichen Formaten (hauptsächlich Videos) entwickelt und online verbreitet.

Vor allem das sogenannte Web 2.0, die New und Social Media, werden konsequent von Sympathisant\*innen und (virtuellen) Führern des Jihads systematisch und professionell genutzt, um auf möglichst allen Ebenen des Internets präsent zu sein. Das ermöglicht eine Interaktion mit potentiellen Befürworter\*innen und dient neben der aktiven Rekrutierung vor allem der Verbreitung jihadistischer Inhalte.

Jihadistische Propagandamedien können mittlerweile kaum mehr offen über offizielle Accounts auf Social Media ihre Inhalte propagieren, daher werden innerhalb geschlossener Telegram-Kanäle und -Gruppen Medien-Operationen organisiert. Inhalte, aufbereitet in unterschiedlichen Formaten, werden von diesen geschlossenen Kommunikationsräumen aus durch unterschiedliche Accounts auf Plattformen wie Twitter, YouTube und Facebook hochgeladen und zum Download bereitgestellt. Auch wenn die Plattformen die Inhalte wieder löschen, werden sie bis dahin hundertfach geteilt, von Sympathisant\*innen runtergeladen und mit anderen Accounts wieder online gestellt (Prucha, 2016). Das Löschen von extremistischen Inhalten funktioniert daher nicht und auch Uploadfilter und Algorithmen, die extremistische Inhalte erkennen und Uploads verhindern sollen, erweisen sich als äußerst problematisch. Denn wer soll festlegen, welche Inhalte warum als extremistisch einzustufen sind? So wurden beispielsweise auch Videos des hier vorgestellten Projekts auf mehreren Plattformen zeitweise gesperrt.

Gezielt streuen Propagandist\*innen auch Übersetzungen und vermitteln damit eine klare Identität und ein Angebot. Schlüsselbegriffe aus dem Arabischen werden dabei in einem deutschsprachigen Kontext für ein deutschsprachiges Zielpublikum maßgeschneidert und über das Internet verbreitet. Das Framing und die Gestaltung der Videos sind auf die (jugendkulturelle) Lebenswelt europäischer Jugendlicher abgestimmt und knüpfen emotional bei ihren Alltagserfahrungen an. Die Videos sind speziell auf ihre Sehgewohnheiten ausgerichtet, professionell produziert und mit Spezialeffekten animiert. Das zentrale Narrativ jihadistischer Propaganda ist dabei die angebliche Bedrohung der konstruierten Eigengruppe, durch die alle Muslime verpflichtet werden sollen, sich dem Kampf gegen diese angebliche Bedrohung anzuschließen (Salafismus online, 2018). Dieser „Call to Action“, der Appell, Verantwortung zu übernehmen und sich den jeweiligen transnationalen jihadistischen Gruppierungen anzuschließen, ist auch eines der Hauptattraktivitätsmomente der Propaganda des sog. IS (Salazar, 2016).

Das Staatsgebilde des sog. IS ist die ultimative Fusion der virtuellen Räume mit realen Territorien. Mittlerweile gibt es Ableger von al-Qa'ida und dem sog. IS in mindestens 12 Ländern (Freeman, Henderson & Oliver, 2014). Die über das Internet verbreitete Theologie spielt dabei auch eine zentrale Rolle bei der Rekrutierung und Radikalisierung. Der Verlust des realen Territoriums in Syrien mindert heutzutage jedoch nicht die Strahlkraft der Videos, die das „Kalifat“ als echtes Projekt preisen.

Eine Hegemonie in den Online-Lebenswelten (muslimischer) Jugendlicher können allerdings vor allem neosalafistische Propagandamedien erreichen. Gerade bei bestimmten Themenfeldern und Fragen dominieren neosalafistische Positionen online. Sie agieren meist im legalen Rahmen und können daher Social Media mit ihren Inhalten direkt bespielen und mit der Zielgruppe in Interaktion treten, ohne dazu geschlossene Telegram-Gruppen nutzen zu müssen. Die Seiten zeichnen sich durch ein professionelles Community-Management aus und um höhere Reichweiten zu erzielen, verwenden sie unterschiedliche Strategien zur Verschlagwortung und Platzierung. Inhalte werden in sogenannten „trending topics“ gepostet und Hashtags gekapert, um mit ihrem ideologischen Framing an (muslimischen) Mainstream-Diskursen und der Lebenswelt (muslimischer) Jugendlicher anzuknüpfen und mögliche neue Sympathisant\*innen rekrutieren zu können (Salafismus online, 2018).

Die ideologischen Propagandaelemente und Narrative überschneiden sich dabei zum Teil mit den jihadistischen, der wesentlichste Unterschied ist die Legitimation bzw. der Aufruf zur Gewalt. Insbesondere beim Framing in Bezug auf den Krieg in Syrien überschneiden sich ab 2014 sowohl propagandistische Inhalte und Narrative (das Anknüpfen beim Ungerechtigkeitsempfinden von Jugendlichen und der Appell, Solidarität mit der notleidenden Zivilbevölkerung in Syrien zu zeigen), aber auch Netzwerke und Online-Kanäle sehr stark (Said, 2015).

Social Media sind also sowohl für jihadistische als auch für neosalafistische Propagandamedien ein Ort, an dem (online) rekrutiert wird. Durch ihre ausgeklügelten Strategien können Jugendliche bereits durch harmlose, unpolitische Suchanfragen auf ihre Inhalte, Online-Kanäle und Netzwerke gelangen. So kommen Mayrhofer, Neuburg und Schwarzl (2017) in ihrer Studie zu

e-youth work und der Nutzung sozialer Medien durch Jugendliche in Österreich zu dem Schluss, dass das Internet eine zentrale Rolle dabei spielt, dass Jugendliche mit extremistischen Inhalten in Berührung kommen. Erschwerend kommt laut den Autor\*innen hinzu, dass jugendliche Nutzer\*innen der Offenen Jugendarbeit insgesamt eine hohe Vulnerabilität gegenüber Vereinnahmungs- und Manipulationsversuchen im Netz aufweisen, da es unter vielen nur einen geringen Grad an Kompetenz zur Quellenkritik gibt (ebd.). Gleichzeitig wird festgehalten, dass diese Jugendlichen in hohem Maße bereit sind, Kontakten im Internet zu trauen (ebd.).

Vor diesem Hintergrund muss festgehalten werden, dass der Bereich der Digitalen Jugendarbeit in Bezug zum Nutzungsverhalten Jugendlicher wenig ausgebaut erscheint (ebd.). Es besteht großer Bedarf an innovativen Projekten, um diesen Bereich zu entwickeln. Außerdem erscheint es wesentlich, auf Social Media lebensweltorientierte Angebote politischer Bildung zu setzen.

## **2. Ziele und Dialoggruppen**

Das Projekt „Jamal al-Khatib - Mein Weg!“ setzt genau hier an. Im Rahmen der Online-Kampagne findet auf Social Media eine Auseinandersetzung mit eben jenen Themenfeldern und Fragen statt, zu denen im Internet Antworten von extremistischen Positionen dominieren und für deren Reflexion es offline oft keinen Raum gibt, wodurch sie eine Hinwendung zu Extremismus befördern können. Das Projekt und die beteiligten Jugendlichen versuchen alternative Antworten auf diese Fragen zu geben und damit die Online-Dialoggruppen zu erreichen. Ziel ist es, Reflexionsprozesse und Diskussionen über diese Themen anzuregen, alternative Narrative zu jihadistischer Propaganda zu vermitteln, Jugendliche im Umgang mit Konflikten, Kompromissen und Widersprüchen zu stärken und ihre Ambiguitätstoleranz zu fördern.

Die Dialoggruppen des Projektes sind:

- 1) Die Online-Dialoggruppen, also Jugendliche und junge Erwachsene, die online mit den Kampagnen-Accounts erreicht und als Teil unserer Online-Community gewonnen werden sollen. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Jugendliche, die aus unterschiedlichen Gründen vulnerabel für jihadistische Online-Propaganda sind (primäre bis sekundäre Prävention), also Jugendliche, die Gefahr laufen, über Suchanfragen zu Themen ihrer Lebenswelt auf extremistische Inhalte, Online-Kanäle und Netzwerke zu stoßen. Außerdem sollen auch Jugendliche erreicht werden, die bereits mit jihadistischen Gruppen und Narrativen sympathisieren und die sich in szenespezifischen Social-Media-Blasen aufhalten (sekundäre bis tertiäre Prävention) und in deren Online-Lebenswelten extremistische Inhalte dominieren. Also Jugendliche, die sich möglicherweise auch schon in geschlossenen (Telegram-)Kanälen und Gruppen befinden.
- 2) Die jugendlichen Projektteilnehmer\*innen, mit denen offline gearbeitet wird. Ihnen wird die Möglichkeit geboten, ihre eigenen Biografien zu reflektieren (Biografiearbeit), diese Erfahrungen mit denen anderer Jugendlicher zu vergleichen, ihre Schlüsse daraus an Gleichaltrige weiterzugeben (Peer Education) und damit in einem für sie relevanten Diskurs öffentlich sprechmächtig zu werden (Empowerment).

- 3) Multiplikator\*innen, die die Videos und die pädagogischen Materialien, die dazu erstellt werden, in ihren jeweiligen pädagogischen Handlungsfeldern nutzen können. Dazu werden auch Workshops und Schulungen angeboten.

### **3. Narrative Biographiearbeit und partizipative Erstellung der Videos**

Die Geschichte von Jamal al-Khatib, über die die Inhalte an die Dialoggruppe herangetragen werden, basiert auf den Texten, autobiographischen Erzählungen und Gedanken, die mit dem jugendlichen Projektteam mit der Methode der Narrativen Biographiearbeit erarbeitet werden.

Die Jugendlichen werden von Kolleg\*innen des Vereins turn seit Jahren sozialarbeiterisch betreut und teilweise bei ihren individuellen Wegen aus der jihadistischen Szene heraus begleitet und unterstützt. Dadurch konnte ein sehr gutes Vertrauensverhältnis entstehen.

Ein zentraler Gedanke hinter der Erarbeitung von Alternativen Narrativen ist, dass es, bei aller Unterschiedlichkeit individueller Fanatisierungsprozesse, auch Gemeinsamkeiten gibt: Erfahrungen von Ohnmacht und Erniedrigung, sowie Entfremdung von der Gesellschaft als Ganzes (vgl. Schmidinger, 2016). Für diese Erfahrungen ist nicht unbedingt relevant, ob es zu tatsächlicher Diskriminierung oder Ausgrenzung gekommen ist: Entscheidend ist das Gefühl, nicht dazuzugehören, Außenseiter\*in, ohnmächtig und fremdbestimmt zu sein.

Dazu kommt die Wut – die Wut über Ungerechtigkeiten, die individuell erfahren werden, aber auch die Wut über die Beschaffenheit der Welt. Hierzu stellen sich viele Jugendliche ähnliche Fragen: Wie kann es sein, dass so viele Menschen von Krieg und Ungerechtigkeit betroffen sind, es jedoch scheinbar niemanden interessiert, während Menschenrechte doch angeblich für alle Menschen gleichermaßen gelten sollten?

An diese Wut knüpfen jihadistische Narrative (vor allem auf der emotionalen Ebene) an, sie versehen sie mit einem ideologischen Framing und einem „Call to Action“, also mit scheinbaren Angeboten, gegen diese Ungerechtigkeiten vorgehen zu können. Es reicht daher nicht, jihadistische Narrative nur zu dekonstruieren ohne gleichzeitig die Wut und das Ungerechtigkeitsempfinden ihrer Zielgruppe mit in den Fokus zu nehmen. Die Gründe für diese Wut (wie Krieg, Rassismus, Ungerechtigkeit) sind real. „Wer in Anbetracht der Beschaffenheit dieser Welt keine Wut verspürt, hat kein Herz“ (Peham, 2015). Wut ist also auch als legitimer Antrieb zu begreifen, die Frage ist nur, ob es möglich wird, konstruktive bzw. progressive Formen für einen Umgang mit ihr zu finden.

Angelehnt an Paolo Freires (1973) pädagogisches Paradigma *Aktion und Reflexion* ist es wesentlich, den Jugendlichen einen Rahmen zu bieten, damit diese selbst aktiv werden können, um die Gesellschaft mitzugestalten und progressiv gegen Ungerechtigkeit „zu kämpfen“. Nur so ist es möglich, der Ohnmacht und Entfremdung entgegenzuwirken.

Im Zuge des Projektes führen Sozialarbeiter\*innen im ersten Schritt gemeinsam mit Islamwissenschaftler\*innen und den Jugendlichen mehrere narrative Einzelinterviews und Gruppendiskussionen durch. Bei der gemeinsamen Reflexion werden Themen gesammelt, Probleme formuliert und neue Perspektiven und Handlungsoptionen entwickelt.

Der Schwerpunkt der Biographiearbeit liegt dabei auf der Phase der politischen Sozialisation, dem Ein- und Ausstieg in die jihadistische Szene, sowie den dafür entscheidenden biographischen Momenten. Dabei werden im Rahmen der retrospektiven Sinngebung neue Perspektiven auf diese Momente entwickelt. Von der individuellen Ebene führt dieser Prozess zur gesellschaftlichen Ebene und der Frage „Was hat das mit der Welt zu tun?“. Dabei werden problematische Strukturen, die eine Hinwendung zu jihadistischen Narrativen befördern können, kritisch hinterfragt und alternative Utopien überlegt.

In weiterer Folge werden jihadistische Narrative dekonstruiert, die Mechanismen dahinter abstrahiert und die Bedürfnisse, die hinter der Hinwendung stehen, untersucht, um die Mechanismen phänomenübergreifend diskutieren zu können. Mit der Methode des Reframing werden die Narrative und die Bedürfnisse dahinter in einen anderen Rahmen gesetzt und mit alternativer Bedeutung gefüllt sowie alternative Narrative und konkrete alternative Angebote (wie z.B. humanitäres Engagement und Solidarität mit der notleidenden Zivilbevölkerung in Syrien) dazu erarbeitet. Diese Narrative stellen menschenfeindlichen Ideologien die Idee einer anderen Gesellschaft gegenüber, einer Gesellschaft aufgebaut auf Werten, wie z. B. gleichen Rechten für alle, Solidarität und Demokratie.

Am Ende dieses Prozesses entstehen unter wissenschaftlicher Begleitung Texte, welche als Vorlage für die Videos dienen. Im zweiten Schritt erfolgt in Kooperation mit einer Filmproduktionsfirma die filmische Umsetzung dieser Texte. Die Jugendlichen arbeiten dabei aktiv an der Konzeption der Videos, über Skripterstellung bis hin zu Dreh und Endproduktion, mit. Außerdem erfolgt im Rahmen von Arbeitstreffen eine Auseinandersetzung mit Themen wie dem Umgang mit Sozialen Medien und Online-Campaigning. Es werden Gesprächsführung und diskursive Zugänge im Rahmen von Online-Interventionen (von Social-Media-Policy über Deeskalation bis hin zu taktischer Gesprächsführung) diskutiert. Die gewonnenen Erkenntnisse können so im Zuge der Online-Kampagne, entsprechend des Peer-to-Peer Ansatzes, auch durch die teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen angewendet werden.

#### **4. Gestaltung, Framing und Storytelling**

Die im Zuge der narrativen Biographiearbeit erarbeiteten alternativen Narrative zu jihadistischer und islamistischer Online-Propaganda werden über die Geschichte der fiktiven Erzählerfigur „Jamal al-Khatib“ transportiert. Der Grund für die Wahl einer fiktiven Figur als Erzähler ist einerseits der Schutz der beteiligten jugendlichen Aussteiger, andererseits bietet die fiktive Figur durch die Möglichkeit einer „comichaften Überhöhung“ breitere Identifikationsmöglichkeiten als *role model* für die jugendliche Dialoggruppe an.



Jamal al-Khatib ist eine dunkle, anonyme Gestalt, ein „Antiheld“. Er dient als Projektionsfläche für Jugendliche, die seine wechselnden Funktionen als Beobachter, Täter, Opfer und Beistehender aus der eigenen Lebensrealität in allen Schattierungen kennen und die widersprüchlichen Konfliktsituationen in europäischen Gesellschaften nachempfinden können. Jamal als Figur ist konfrontativ, aus seiner Wahrnehmung heraus muss er sich direkt mit seiner eigenen Umwelt auseinandersetzen, da er sonst in seinem eigenen Leben nicht vom Fleck kommt.

Abgesehen von dem speziellen Umfeld, in dem die Videos spielen, sind sie im Grunde um klassisch erzählte Themenkomplexe herum aufgebaut. Während jedem der Hauptvideos ein übergeordnetes Thema zugeordnet wird, das für die Dialoggruppe Relevanz hat, werden die Inhalte durch die filmische Handlung sowohl auf einer emotionalen Storytelling-Ebene als auch durch eine Verfestigung mittels konkreter Fallbeispiele für alternative Handlungskonzepte vermittelt (vgl. Weilnböck & Uhlmann, 2018).

Der spezielle Ansatz in den Videos von „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ ergibt sich durch die durchgehende Arbeit mit den Jugendlichen und der Auseinandersetzung mit ihrer Lebenswelt, die die Erzählung mit Wirkung und Authentizität aufladen. Durch die Einbindung audiovisueller Codes (Nashid-Gesang, Kleidung, Auswahl der Spielorte, religiöse Keywords, bestimmte Gesten) entsteht eine Bildwelt mit einheitlicher episodischer Identifikation. Hinzu kommt das Einbeziehen religiöser Inhalte durch Koran- und Hadithzitate in Inhalt und Grafik. Die Ästhetik wechselt zwischen schnell geschnittenen Detailmontagen und aufbereiteten Spielszenen, die tiefer in den Charakter der Hauptfigur blicken lassen, um die Sehgewohnheiten der Zielgruppe auf qualitativ hoher Ebene zu erfüllen (vgl. Frischlich, Rieger, Morten & Bente, 2017). Anleihen werden dabei bei unterschiedlichen jugend- und subkulturellen Formaten genommen, der Fokus liegt aber auf Produktionen neosalafistischer und jihadistischer Propagandamedien, insbesondere IS-Propagandavideos.

So können die Dialoggruppen audiovisuell abgeholt werden, denn dieses Framing macht die Videos auch für Personen der Dialoggruppe relevant, die bereits mit jihadistischen Narrativen sympathisieren und daher die alternativen Narrative nicht von vorneherein (vollständig) gutheißen würden.

## **5. Online-Streetwork**

Entscheidend für die Verbreitung der Videos und für das Erreichen der Dialoggruppen sind eine durchdachte digitale Distributionsstrategie und gezieltes Targeting im Hinblick auf ihre Interessen. So können die Videos gezielt in die Online-Lebenswelt der Dialoggruppe herangetragen werden. Sie dienen als eine Art „digitaler Flyer“ mit dem Interesse geweckt und zum Dialog über die Inhalte der Videos auf den Kanälen von Jamal al-Khatib eingeladen wird.

Die eigenen Kanäle auf den Social Media Plattformen sehen wir dabei in erster Linie als Diskussionsplattformen für Jugendliche und junge Erwachsene, die Figur Jamal al-Khatib und seine Geschichten als Projektionsfläche, über die Diskurse (online) ausverhandelt werden können. Sowohl die Videos als auch die Kampagne

beinhalten also einen „Call to Action“: Einerseits die Aufforderung, in Diskussion über die Inhalte zu treten und Kritik daran zu üben, andererseits auch den Aufruf, selbst Formen des progressiven Widerstandes gegen Ungerechtigkeiten zu finden.

Die Message von Jamal, die auch vom „Team Jamal“ als erster Kommentar unter den Videos veröffentlicht wird, ist: „Eure Meinung ist sehr wichtig. Schreibt hier, was ihr von den Videos haltet und diskutiert miteinander. Ihr könnt auch streiten. Wichtig ist, dass ihr mit Respekt miteinander umgeht.“ Die alternativen Narrative der Videos sollen also von der Online-Dialoggruppe nicht einfach übernommen, sondern diskutiert und kritisch hinterfragt werden. Die Narrative und Geschichten sollen mit lokalen Diskursen in Verbindung gebracht, transformiert und mit eigener Bedeutung gefüllt werden.

Ziel ist es, dass sowohl die jugendlichen Projektteilnehmer\*innen als auch die Online-Dialoggruppe eine *Innere Autonomie* in dem Sinne entwickeln, dass das Denken und Handeln von eigenen Werten und Normen geleitet wird (vgl. Gebhardt, 2017). Jugendlichen Spielräume für Verhandlungen und eigene Meinungsbildung zuzugestehen, sie dabei zu unterstützen, den Mut zu haben, nicht zu gefallen und sich vom Gruppendruck zu lösen, sind wichtige Faktoren politischer Bildung. Sie immunisieren gegen die Anziehungskraft extremistischer Gruppierungen, denn diese sind immer autoritär strukturiert. Jugendliche sollen dabei die Inhalte politischer Bildung nicht eins zu eins in ihr Weltbild übernehmen, sondern sich ihre eigene Meinung dazu bilden.

Im Rahmen der Online-Kampagne tritt das Projektteam mit der Methode Online-Streetwork auf den eigenen Kanälen der Social-Media-Plattformen mit unterschiedlichen Profilen mit den Online-Dialoggruppen in Interaktion. Dabei werden sozialarbeiterische, religionspädagogische, islamwissenschaftliche und Peer-to-Peer-Interventionen miteinander kombiniert.

Welche diskursive Intervention gewählt wird und wie die Diskussionen geführt werden, entscheiden die an der Onlinephase beteiligten Mitarbeiter\*innen gemeinsam mit den jugendlichen Projektteilnehmer\*innen. Kommuniziert wird dabei innerhalb des gesamten Projektteams über verschlüsselte Messengerdienste, um schnell auf Diskussionsbeiträge der Online-Dialoggruppen reagieren zu können. In vielen Fällen kamen die Vorschläge für Diskussionsbeiträge von den am Projekt beteiligten Jugendlichen.

Den Online-Dialoggruppen wird die Möglichkeit gegeben, auf unterschiedliche Arten mit unserem Projektteam in Interaktion zu treten, einerseits in der Öffentlichkeit der Kommentarspalten, aber z. B. auch über persönliche Nachrichten oder verschlüsselte Kommunikationswege, um für sensiblere Themen auch ein beratendes Gesprächsangebot anbieten zu können. Im Bedarfsfall und je nach Thema, Offline-Sozialraum und Präventionsstufe vermitteln wir Jugendliche an geeignete Einrichtungen unseres Netzwerks, denn weder die primäre, sekundäre, noch die tertiäre Prävention kommt in diesem Fall ganz ohne Face-to-Face Settings aus.



## 6. Wirkung des Projekts

### 6.1 Reichweite

Im Zuge der Praxisbegleitforschung wurde die Wirkung der Online-Kampagne untersucht. Hinsichtlich der Wirkung war zunächst die Reichweite der Videos von Interesse. Hier bieten die sogenannten Insights der Social Media Plattformen selbst erste Anhaltspunkte. Ein Blick auf die von Facebook zur Verfügung gestellten Daten offenbart folgende Zahlen für den Projektzeitraum bzw. für den Zeitraum seit dem Start der Online Kampagne im Juli 2017 bis zum Ende des Jahres 2018:

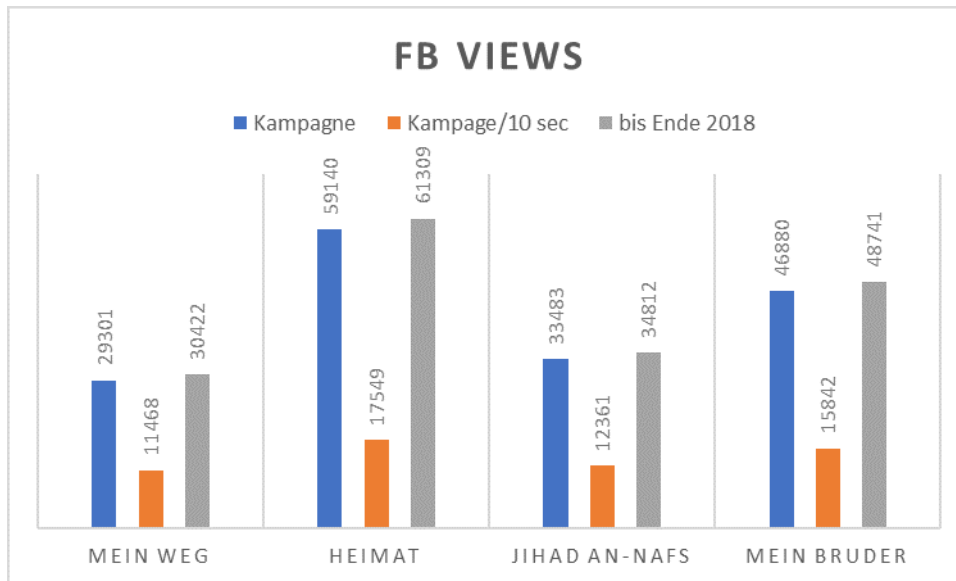


Diagramm 1: Facebook-Views

Auf YouTube kommen die „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ Videos der ersten Staffel bis Jahresende 2018 insgesamt auf rund 35.000 Views (Mein Weg: rund 14.700; Heimat: rund 5.700; Jihad an-Nafs: rund 5.800; Mein Bruder: rund 9.100). Diese Zahlen sind jedoch vor dem Hintergrund zu betrachten, dass es auf allen drei Social-Media-Plattformen, die im Rahmen der Online-Kampagne bespielt wurden, zu Sperrungen bzw. zu einer Beeinträchtigung der Reichweite kam. So wurde auf YouTube und Twitter zeitweise die Möglichkeit eingeschränkt, die Videos zu bewerben und der Jamal al-Khatib Facebook-Account wurde sogar für eine Woche komplett gesperrt, kurz nachdem das erste Video online ging.

### 6.2 Dialoggruppen

Viel wichtiger als die Frage *wie viele* User\*innen mit der Kampagne erreicht wurden ist jedoch die Frage, *wer* auf die „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ Videos aufmerksam gemacht werden konnte. Online-Projekte im Bereich der Extremismusprävention sehen sich oft der berechtigten Kritik ausgesetzt, dass sie zwar teilweise viele Aufrufe aufweisen können, man jedoch keine Möglichkeit hat zu überprüfen, ob auch die vorhergesehene Dialoggruppe erreicht werden konnte. Zwar liefern die Insights der Social Media Plattformen erste Anhaltspunkte: So waren 56 % der Zuseher auf Facebook und 53 % der Follower zwischen 18 und 24 Jahre alt und

94 % der Zuseher, sowie 89 % der Follower männlich, was der vorhergesehenen Dialoggruppe in Bezug auf Alter und Geschlecht der ersten Staffel von „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ entspricht.

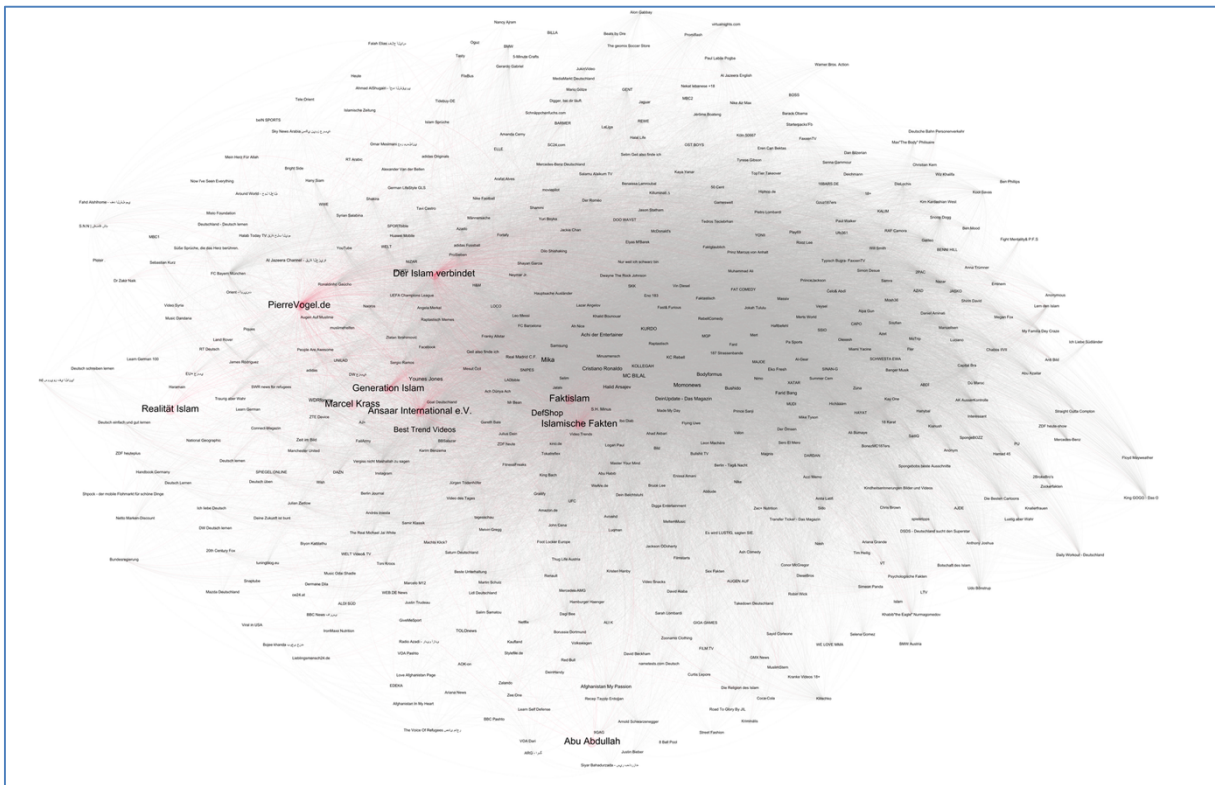


Abb. 1: Soziale Netzwerk Analyse I (für größere Darstellung mit Zoommöglichkeit hier klicken: <https://bit.ly/2PdUj0N>)

Um der Frage nach dem Erreichen der vorhergesehenen Online-Dialoggruppen nachzugehen, genügen die von den Plattformen bereitgestellten demographischen Daten jedoch nicht. Im Zuge der quantitativen Auswertung der Online-Kampagne wurde daher auf Facebook zusätzlich mit Hilfe eines eigens programmierten automatisierten Programms [1] untersucht, bei welchen Seiten die Profile auf „Gefällt mir“ geklickt hatten, bei denen auch die Jamal al-Khatib Seite unter den „Gefällt mir“ Angaben zu finden war [2]. Die Auswertung einer Stichprobe von 500 [3] dieser Facebook-Profilen ergab, dass rund ein Fünftel auch bei den Facebook-Seiten „Pierre Vogel.de“ und „Ansaar International e.V.“ eine „Gefällt mir“ Angabe gemacht hatten, also bei den Seiten eines deutschsprachigen Predigers bzw. einer Organisation, die durchaus dem neosalafistischen Spektrum zugeordnet werden können.

Zu den beliebtesten Seiten gehörten außerdem Community-Seiten, wie „Islamische Fakten“ (rund 25 % der Stichprobe), „Fakt Islam“ (rund 20 %), „Der Islam verbindet“ (rund 15 %), „Generation Islam“ (rund 15 %) und „Realität Islam“ (rund 8 %). Zusammen mit den demographischen Daten geben diese Zahlen Grund zu der Annahme, dass ein Teil der vorgesehenen Dialoggruppe, nämlich Jugendliche und junge Erwachsene die Gefahr laufen, über Suchanfragen zu Themen ihrer Lebenswelt auf extremistische Inhalte zu stoßen, erreicht werden konnten.

So handelt es sich beispielsweise bei den Facebook-Seiten „Generation Islam“ und „Realität Islam“ um recht einflussreiche Online-Initiativen, die von Expert\*innen als islamistisch eingeschätzt werden und die dem ideologischen Umfeld der in vielen Ländern verbotenen Hizb ut-Tahrir zugeordnet werden (Schölermann, 2018). Mit Kampagnen wie „#NichtOhneMeinKopftuch“ vermitteln sie ihre Narrative, indem sie an Alltagsthemen (muslimischer) Jugendlicher anknüpfen, wie in diesem Fall ein Kopftuchverbot für unter 14-jährige Schülerinnen, das letztes Jahr in Nordrhein-Westfalen im Gespräch war (Institute for Strategic Dialogue, 2018). So betonen sie beispielsweise in ihren Inhalten die Unterscheidung zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen. Indem diese Seiten solche „Wir-gegen-die-Anderen“-Narrative bedienen, tragen sie zur gesellschaftlichen Polarisierung bei, möglicherweise beeinflussen sie so auch Facebook-User\*innen, die sich ursprünglich lediglich für die auf der Seite angesprochenen Themen interessierten (ebd.).

Hervorgehoben werden muss, dass es sich bei den oben genannten Prozentangaben nicht um Facebook-Profile handelte, die etwa die Videos negativ kommentierten, sondern tatsächlich um Profile, die angegeben haben, dass ihnen die Seite von „Jamal al-Khatib – mein Weg!“ gefällt. Ein „Like“ bedeutet dabei nicht automatisch, dass die User\*innen die Alternativen Narrative (transformiert) in ihr Weltbild übernommen haben, es weist jedoch darauf hin, dass sie die Inhalte positiv aufgefasst haben oder zumindest bezüglich der Online-Kampagne auf dem Laufenden gehalten werden wollten.

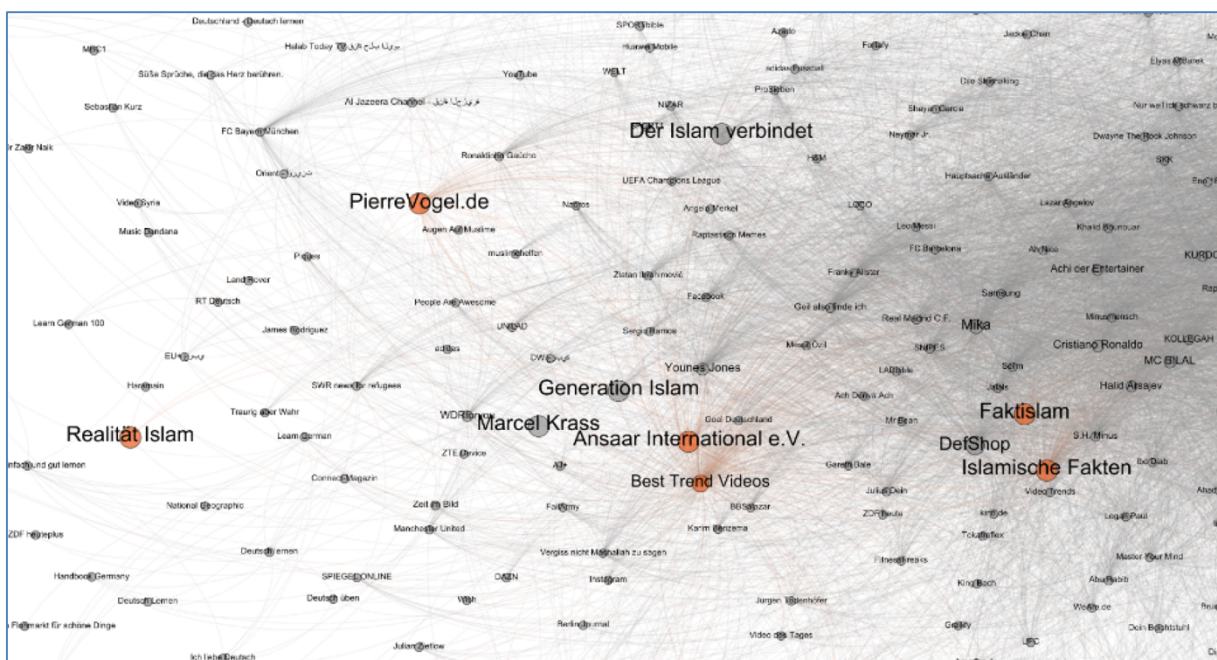


Abb. 2: Soziale Netzwerk Analyse II (für größere Darstellung mit Zoommöglichkeit hier klicken: <https://bit.ly/2KLL216>)

Außerdem wurde eine explorative Soziale Netzwerkanalyse der Profile und der dazugehörigen „Gefällt mir“ Angaben durchgeführt, die es erlaubt, u.a. durch die graphische Darstellung von sozialen Verbindungen (*social ties*), verborgene Strukturen zu verdeutlichen (vgl. de Nooy, Mrvar, & Batagelj, 2018). Die

Ergebnisse weisen darauf hin, dass es gelungen ist, auch den Teil der Online-Dialoggruppe erreichen, der sich in szenespezifischen Social-Media-Filterblasen aufhält und in deren Online-Lebenswelt extremistische Inhalte dominieren [4].

Die erste Auswertung der oben genannten Stichprobe macht deutlich, dass sich innerhalb der „Gefällt mir“ Angaben der Jamal al-Khatib-Abonent\*innen Cluster bilden. Das größte Cluster stellen Personen des öffentlichen Lebens und hier vor allem deutschsprachige Rapper dar. Daneben lässt sich jedoch auch ein kleineres Cluster von Personen identifizieren, die Jamal al-Khatib und gleichzeitig die Facebook-Seiten der oben erwähnten Prediger bzw. Community-Seiten geliked hatten. So zeigt die erste Auswertung, dass von den 20 % der Jamal al-Khatib-Abonent\*innen, die auch „PierreVogel.de“ geliked hatten, rund die Hälfte auch bei der Seite „Ansaar International e.V.“ eine „Gefällt mir“ Angabe gemacht hatten.

Auch die Community-Seiten „Islamische Fakten“ (44), „FaktIslam“ (37) und „Generation Islam“ (31) gehören zu den 25 beliebtesten Facebook-Seiten der Jamal al-Khatib-Abonent\*innen, die bei „Pierre Vogel.de“ eine „Gefällt mir“ Angabe gemacht hatten. Diese Beobachtung ist noch deutlicher, wirft man einen Blick auf die beliebtesten Seiten der Jamal al-Khatib-Abonent\*innen, die auch bei der Facebook Seite „Realität Islam“ auf „Gefällt mir“ geklickt hatten. Von diesen 40 Abonent\*innen hatten 27 auch „Ansaar International e.V.“, 24 „Pierre Vogel.de“ und 23 „FaktIslam“ und „Islamische Fakten“ geliked, was der Top 4 der beliebtesten Seiten dieser Facebook Profile entspricht.

Sofern es sich hinter den Profilen um echte Personen handelt, wurden diese beim Scrollen durch den täglichen Facebook Feed auch mit Posts konfrontiert, die zu großen Teilen von Facebook-Seiten getätigt wurden, die neosalafistische bzw. islamistische Inhalte teilten. Von dem Moment an, wo diese Personen auch bei der Facebook Seite „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ auf „Gefällt mir“ geklickt hatten, wurden auch die Posts und Videos von Jamal al-Khatib in die Timeline dieser Profile gespült.

An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass diese Analyse in dem Sinne in ihrer Aussagekraft begrenzt ist, als dass eine „Gefällt mir“ Angabe bei Facebook nicht automatisch bedeutet, dass die Person dahinter tatsächlich ein\*e Sympathisant\*in der Inhalte der jeweiligen Person oder Organisation ist. Es handelt sich jedoch zumindest um Facebook-Seiten, von denen man erwarten kann, dass sie von Sympathisant\*innen neosalafistischer bzw. jihadistischer Narrative „geliked“ werden.

### **6.3 Interventionen**

Dem Projektteam von „Jamal al-Khatib – Mein Weg!“ war es jedoch nicht nur ein Anliegen, die vorgesehenen Dialoggruppen mit der Online Kampagne zu erreichen und die Videos in ihren Timelines zu platzieren. Ziel war es auch, mit ihnen in Diskussion zu treten. Im Folgenden sollen daher anhand einer Diskussion, die in der Kommentarspalte unter dem „Jamal al-Khatib - Mein Weg!“ Video „Jihad an-Nafs“ zwischen dem Projektteam und einem Facebook-User geführt wurde, exemplarisch einige Ansätze der Online-Streetwork-Intervention illustriert werden.



Zunächst wird Jamal auf den Jihad-Begriff angesprochen, außerdem äußert der User die Kritik, dass Demonstrationen (wie sie im Video als alternative Handlungsoptionen für das Bedürfnis nach politischer Beteiligung und dem Kampf gegen Ungerechtigkeit angesprochen werden) auf denen „Männer und Frauen gemischt sind“ ineffektiv und erniedrigend seien. Das Team Jamal reagiert kritisch („Ich finde nicht, dass [...]“) aber zugewandt („Was genau findest du daran erniedrigend?“). Gleichzeitig wird hier nach dem Verunsicherungsansatz gearbeitet: Der User soll nicht nur seine Meinung wiedergeben, sondern diese auch begründen, um ihn auf Widersprüche aufmerksam machen zu können („Was genau findest du daran erniedrigend?“). Auch wird an dieser Stelle die Aussage des Users reframed (sinngemäß: (1) Du sagst, Menschen die demonstrieren gehen sind weicher als Kuscheltiere. (2) Viele Männer und Frauen die z.B. in Ägypten an Demonstrationen teilgenommen haben sitzen im Gefängnis. (3) Sind also auch diese Leute, die für ihre Überzeugung sogar eine Gefängnisstrafe, Folter und Ermordung in Kauf nehmen weicher als Kuscheltiere?).

Der User reagiert daraufhin, indem er auf das andere von ihm angesprochene Thema, den Jihad-Begriff, zu sprechen kommt und nach Quellen für die Aussagen von Jamal verlangt. Team Jamal kombiniert daraufhin die sozialarbeiterische Intervention mit einer islamwissenschaftlichen, nennt mehrere theologische Quellen (inklusive weiterführendem Link) und wiederholt die Frage nach einer Begründung für die Aussage des Users. Dieser reagiert mit einem Beispiel, woraufhin Team Jamal wiederum Position bezieht („also ich fühle mich durch frauen die gemeinsam mit uns gegen ungerechtigkeiten auf die straße gehen nicht erniedrigt!“), bleibt jedoch zugewandt, indem es bei dem Beispiel des Users bleibt und nachhakt. An dieser Stelle bricht der User die Diskussion ab. Daraufhin tritt ein weiterer User der Online-Dialoggruppe in die Diskussion ein und argumentiert ähnlich wie das Team Jamal. Daraufhin endet die Diskussion.

Hier wird ein Unterschied zwischen Online-Streetwork und herkömmlichem Streetwork deutlich: Durch das Online-Setting entsteht eine größere Distanz und eine geringere Verbindlichkeit, die es viel einfacher macht, sich einer Diskussion zu entziehen bzw. nicht zu reagieren. Auf der anderen Seite bietet das Online-Setting auch einen großen Vorteil. Durch die große Reichweite, die die Online-Videos haben, können auch viel mehr Personen aus der Dialoggruppe mit den diskursiven Interventionen erreicht werden. Immerhin werden die Interventionen auf öffentlichen Social-Media-Plattformen angewendet. Dass auch andere Personen bei den Diskussionen mitlesen, wird z. B. am Ende der Diskussion deutlich, wo ein weiterer User mit einem Kommentar einsteigt.

## **7. Ausblick: Staffel 2**

Aufbauend auf den Erfahrungen und Erfolgen der ersten Online-Kampagne hat der Verein turn in Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für Politische Bildung eine zweite Staffel von "Jamal al-Khatib - Mein Weg!" produziert. Das Projekt soll auf den ganzen deutschsprachigen Raum übertragen und thematisch und inhaltlich ausgeweitet und weiterentwickelt werden, v.a. durch ein zusätzliches Video mit einer weiblichen Protagonistin, das in Zusammenarbeit mit einer Gruppe von jungen Frauen produziert wird. Die zweite Online Kampagne wird mit dem ersten Video am 16. Mai 2019 starten.

## Anmerkungen

[1] Es handelt sich um ein Programm, das mit der Programmiersprache Python programmiert wurde. Dafür wurden verschiedene Python Module benutzt, mit deren Hilfe Informationen von öffentlich zugänglichen Facebook-Seiten (in diesem Fall „Gefällt mir“ Angaben) extrahiert werden können.

[2] Bei der Untersuchung der „Gefällt mir“ Angaben wurden ausschließlich Daten herangezogen, die öffentlich zugänglich sind. Alle personenbezogenen Daten wurden nach der Erstellung des Graphen gelöscht. Das Programm verstößt nicht gegen die Richtlinien von Facebook.

[3] Die Größe der Stichprobe hat v.a. praktische Gründe: Trotz der Automatisierung dauert die Datenerhebung pro Facebook-Account ca. zehn Minuten. Das Programm lief also über 83 Stunden. Statistisch gesehen ist die Stichprobe jedoch repräsentativ: Die Accounts von 500 von insgesamt rund 1.600 Abonnenten von „Jamal al-Khatib“ wurden zur Untersuchung herangezogen.

[4] Der Graph wurde mit der Software Gephi erstellt. In der Sozialen Netzwerkanalyse [Bild SNA 1 & Bild SNA 2] stellen Knoten Facebook-Seiten von Personen bzw. Organisationen des öffentlichen Lebens dar, die von den Jamal al-Khatib-Abonent\*innen geliked wurden. Die Kanten sind gewichtet anhand der Anzahl der Personen, die jeweils zwei Knoten geliked haben: Umso mehr gemeinsame „Gefällt mir“ Angaben, umso breiter wird die Kante dargestellt.

## Literatur

De Nooy, W., Mrvar, A. & Matagelj, V. (2018). *Exploratory Social Network Analysis with Pajek*. Cambridge: Cambridge University Press.

Freire, P. (1973). *Pädagogik der Unterdrückten*. Reinbek: Rowohlt.

Freeman, C., Henderson, B. & Oliver, M. (2014). *Al-Qaeda map: Isis, Boko Haram and other affiliates' strongholds across Africa and Asia*. Zugriff am 23.03.2019. Verfügbar unter <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/al-qaeda/10893889/Al-Qaeda-map-Isis-Boko-Haram-and-other-affiliates-strongholds-across-Africa-and-Asia.html>

Frischlich, L., Rieger, D., Morten, A. & Bente, G. (Hrsg.) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE) des Bundeskriminalamts (2017). *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand*. Zugriff am 25.03.2019. Verfügbar unter <https://bit.ly/2GiIZwd>

Gebhardt, M (2017). *Die Weiße Rose: Wie aus ganz normalen Deutschen Widerstandskämpfer wurden*. München: Deutsche Verlagsanstalt.

Institute for Strategic Dialogue (2018). *OCCI DE Inside Report: Plattformwanderung als Folge der Entfernung rechtsextremer Profile, neonazistische Propaganda und die islamistische Gruppe „Generation Islam“* Zugriff am 25.2.2019. Verfügbar unter [http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/06/IR-Juni-OCCI\\_DE.pdf](http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/06/IR-Juni-OCCI_DE.pdf)



- Mayrhofer, H., Neuburg, F. & Schwarzl, C. (2017). *Bestandserhebung zu e-youth work in der Offenen Jugendarbeit in Österreich. Zwischenbericht zum KIRAS-Forschungsprojekt „E-YOUTH.works – Offene Jugendarbeit in und mit neuen Medien als Schutzmaßnahme gegen radikalisierte Internetpropaganda“*. Zugriff am 26.03.2019. Verfügbar unter [https://www.irks.at/assets/irks/Publikationen/Working%20Paper/IRKS\\_WP19\\_E-Youth\\_Bestandsaufnahme.pdf](https://www.irks.at/assets/irks/Publikationen/Working%20Paper/IRKS_WP19_E-Youth_Bestandsaufnahme.pdf)
- Prucha, N. (2016). IS and the Jihadist Information Highway – Projecting Influence and Religious Identity via Telegram. *Perspectives on terrorism*, 10 (6), 48-58.
- Said, B.T. (2015). *Islamischer Staat: IS-Miliz, al-Qaida und die deutschen Brigaden*. München: C.H. Beck.
- Peham, A. (2015). *Radikalisierung, Ideologie und Gewalt – zum Vergleich extremistischer Strömungen*. Vortrag in Wien.
- Salafismus online: Propagandastrategien erkennen – Manipulation entgehen*. Ludwigshafen: Klicksafe c/o Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz in Kooperation mit Kompetenzzentrum jugendschutz.net und ufuq.de. Zugriff am 12.04.2019, verfügbar unter <https://bit.ly/2PhpHex>
- Salazar, P. J. (2016). *Die Sprache des Terrors: Warum wir die Propaganda des IS verstehen müssen, um ihn bekämpfen zu können*. München: Pantheon.
- Schmidinger, T. (2016). *Jihadismus. Ideologie, Prävention und Deradikalisierung*. Wien: Mandelbaum.
- Schölermann, S. (2018). *Zuwachs in der Hamburger Salafisten Szene*. Zugriff am 25.03.2018. Verfügbar unter <https://bit.ly/2KHQCBB>
- Weilnböck, H. & Uhlmann, M. (2018). *Thesen zu guter Praxis in der Extremismusprävention und in der Programmgestaltung*. Zugriff am 23.03.2019. Verfügbar unter <http://www.bpb.de/politik/extremismus/radikalisierungspraevention/264235/20-thesen-zu-guter-praeventionspraxis>