

PRAXIS READER

Begleitmaterial zur Fachkräfteschulung im
Rahmen des Projekts „Praxis Digital“



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Soziale Medien als Sozialraum: Bedeutung, Nutzung, Sozialisierung	6
3	Plattformen, Algorithmen und Mechanismen	11
4	Extremistische Akteur*innen im digitalen Raum	15
5	Islamismus: Ideologie, Strömungen und digitale Präsenz	19
6	Persuasion und Wirkung extremistischer Online-Inhalte	25
7	Digitale Einflussfaktoren in Radikalisierungsverläufen erkennen	29
8	Social Media in der Beratung	33
9	Medienkompetenzförderung und digitale Resilienz	38
10	Arbeitsmaterialien und Ressourcen	42
	Literatur	45
	Impressum	50

1 Einleitung

Zielsetzung des Praxis Readers

Radikalisierungsprozesse im Phänomenbereich Islamismus verlaufen heute selten rein „analog“. Sie entfalten sich zunehmend hybrid, also zugleich im sozialen Umfeld und im digitalen Raum. Soziale Medien, Messengerdienste und Videoplattformen sind dabei nicht nur Verbreitungskanäle, sondern stellen eigene Lebenswelten dar, in denen Zugehörigkeit, Identität und Weltdeutung verhandelt werden. Für Fachkräfte der Prävention und Beratung bedeutet das: Wer an die Lebensrealität seiner Zielgruppen anknüpfen möchte, muss die digitale Dimension von Radikalisierung verstehen, erkennen und einordnen können.

Genau hier setzt der vorliegende Praxis Reader an: Er ist das vertiefende Begleitmaterial zur Fachkräfteschulung des Projekts „Praxis Digital“ und bündelt das zentrale Wissen zu Online-Radikalisierung im Phänomenbereich Islamismus in kompakter und anwendungsorientierter Form. Er erklärt Plattformlogiken und Mechanismen, ordnet extremistische Online-Strategien ein, schärft den Blick für digitale Warnsignale und liefert konkrete Anregungen für Beratung und Medienkompetenzförderung.

An wen sich dieser Reader richtet

Der Reader richtet sich an Fachkräfte, die im direkten oder mittelbaren Kontakt mit radikalierungsgefährdeten oder bereits radikalisierten Menschen stehen. Dazu gehören insbesondere:

- Berater*innen der Sekundär- und Tertiärprävention, etwa in der Distanzierungs- und Ausstiegsarbeit, im Justizvollzug und in der Bewährungshilfe
- Fachkräfte der Sozialen Arbeit sowie der Jugend- und Familienhilfe
- Pädagog*innen und Multiplikator*innen im Bildungsbereich
- weitere Akteur*innen im Feld der Extremismusprävention sowie in benachbarten Arbeitsbereichen

Hinweise zur Nutzung

Der Reader ist so angelegt, dass er flexibel und unabhängig von einer Workshop-Teilnahme genutzt werden kann. Die Nutzung kann dabei auf drei Ebenen erfolgen:

- **Nachschlagen:** Schnelle Orientierung zu Begriffen, Plattformen, Codes und Mechanismen, etwa zur Vorbereitung eines Beratungsgesprächs
- **Vertiefen:** Fundierte Auseinandersetzung mit Hintergründen, etwa zu Persuasionsmechanismen und den Online-Strategien von islamistischen Akteur*innen
- **Anwenden:** Direkte Übertragung in die Praxis mithilfe von Checklisten, Leitfragen, Reflexionsimpulsen und Fallvignetten



Abb. 1: Übersicht der verschiedenen Info-Boxen im Praxis Reader

HINWEIS: Der Reader bildet den Stand zum Zeitpunkt der Erstellung ab. Plattformen, Trends, Strategien und Szenecodes verändern sich schnell. Einzelne Beispiele können daher rasch überholt sein. Das vermittelte Grundverständnis von Mechanismen und Dynamiken bleibt jedoch übertragbar.

2 Soziale Medien als Sozialraum: Bedeutung, Nutzung, Sozialisierung

Wer (digitale) Radikalisierung verstehen will, muss zuerst erkennen, welchen Stellenwert Soziale Medien im Alltag vieler Menschen einnehmen. Extremistische Ansprache funktioniert gerade deshalb, weil sie dort stattfindet, wo Menschen inzwischen ohnehin einen großen Teil ihres (sozialen) Lebens organisieren. Dieses Kapitel ordnet die digitale Mediennutzung empirisch ein und macht deutlich, warum die strikte Unterscheidung zwischen „online“ und „offline“ für die Praxis kaum noch trägt.

Wie digitale und Soziale Medien genutzt werden

Digitale Medien sind in Deutschland über alle Bevölkerungsgruppen hinweg im Alltag verankert und werden von den meisten Personen regelmäßig und intensiv genutzt.

Soziale Medien in Zahlen

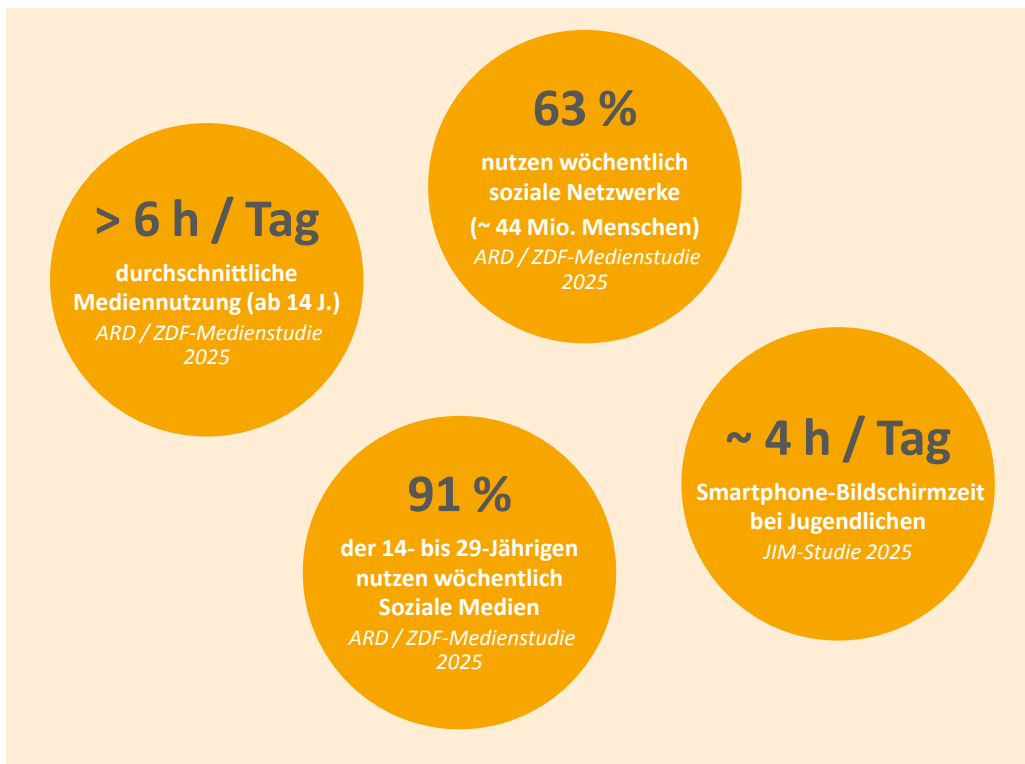


Abb. 2: Schlaglichter auf die gegenwärtige Nutzung Sozialer Medien in Deutschland

Die genutzten Plattformen und die Nutzungsdauer sind stark altersabhängig: In der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen sind Soziale Medien mit 91 % wöchentlicher Nutzung inzwischen nahezu allgegenwärtig. Doch auch in den älteren Gruppen ist der entsprechende Wert über die letzten Jahre stark gestiegen: So nutzen in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen inzwischen 76 % mindestens einmal wöchentlich Soziale Medien, in der der Altersgruppe der 50- bis 69-Jährigen sind es 53 % und in der Gruppe der über 70-Jährigen immerhin 29 %.

Plattformnutzung nach Altersgruppe

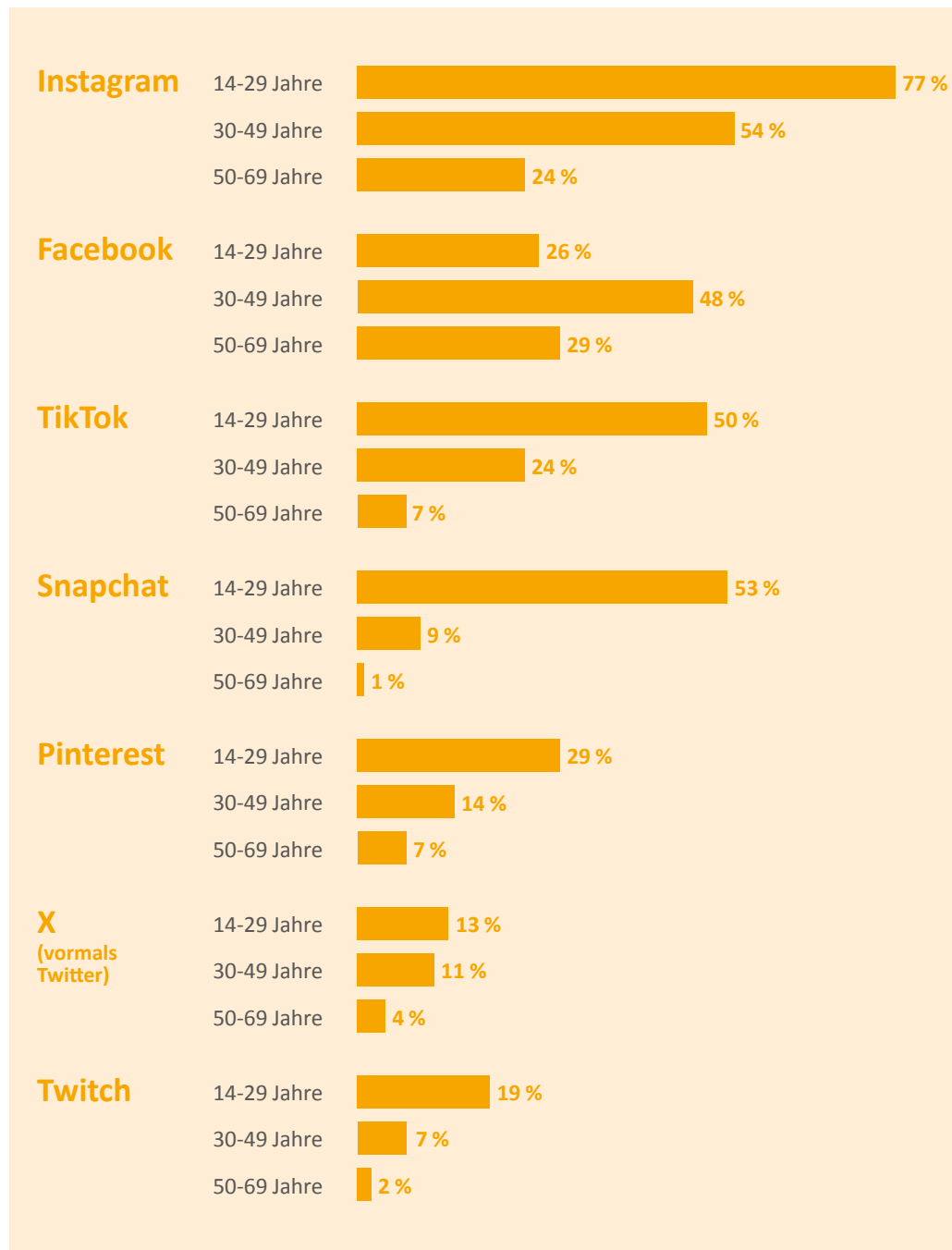


Abb. 3: Nutzung verschiedener Social Media-Plattformen in Deutschland nach Altersgruppen
(Quelle: ARD / ZDF Medienstudie 2025, Tabelle 4)

Bei Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren dominiert der Messenger WhatsApp mit 96 % regelmäßiger Nutzung. Bemerkenswert: TikTok ist nach Jahren des Wachstums erstmals leicht rückläufig, während KI-Anwendungen wie ChatGPT rasant an Bedeutung gewinnen (JIM-Studie 2025). Hinzu kommen geschlechtsspezifische Muster: Mädchen und junge Frauen nutzen kommunikations- und bildbasierte Plattformen tendenziell intensiver (z. B. WhatsApp, Instagram, Snapchat), während Jungen und junge Männer stärker in Gaming-nahen und Video- / Streaming-Räumen (z. B. YouTube, Twitch, Gaming-Plattformen) aktiv sind (JIM-Studien 2024 und 2025). Für die Praxis ist das relevant, weil sich extremistische Ansprache gezielt an solche geschlechtsspezifischen Nutzungsräume und Interessen andockt.

Wie Menschen Soziale Medien nutzen

Soziale Medien erfüllen mehrere Funktionen gleichzeitig. Grob lassen sich vier Kernbereiche unterscheiden:

Funktionen der Mediennutzung



Abb. 4: Funktion der Nutzung von Sozialen Medien

Diese Funktionen greifen ineinander: Dieselbe Plattform ist gleichzeitig Nachrichten- und Informationsquelle, Freund*innenkreis, Bühne und Unterhaltungsangebot. Genau diese Verschmelzung macht Soziale Medien so attraktiv, wirkmächtig und anschlussfähig für extremistische Ansprache, da ideologische Inhalte sich nahtlos aus Alltagsinhalten, Humor und Informationen bedienen und diese miteinander verbinden.

Veränderte Bedingungen des Aufwachsens und Zusammenlebens

Mit der Durchdringung des Alltags durch Soziale Medien verändern sich auch die Bedingungen von **Sozialisation**: Die Präsenz und Relevanz von Sozialen Medien in allen Bevölkerungsgruppen und Lebensbereichen verändert, wie Menschen Gesellschaft wahrnehmen und sich in dieser verhalten. Medienwissenschaftlich wird dies als Mediatisierung beschrieben (Krotz 2007): Immer mehr soziales Handeln ist von Sozialen Medien durchzogen oder durch diese beeinflusst. Das wirkt sich über die Lebensphasen hinweg unterschiedlich aus:

- **Kindheit**: Kinder wachsen heute selbstverständlich mit digitalen Geräten auf. Mediennutzung beginnt früh und prägt Spiel, Lernen und erste soziale Erfahrungen.
- **Adoleszenz**: Im Jugendalter werden Soziale Medien zum zentralen Raum für Identitätsentwicklung, Ablösung von den Eltern, Peer-Orientierung und für die Suche nach Zugehörigkeit und Anerkennung. Die durchschnittliche Smartphone-Nutzung steigt mit dem Alter auf über viereinhalb Stunden täglich bei den 18- bis 19-Jährigen. Zwei Drittel der Jugendlichen fällt es schwer, die eigene Bildschirmzeit zu regulieren (JIM-Studie 2025). Diese Lebensphase ist auch entwicklungspsychologisch besonders anschlussfähig für extremistische Sinnangebote.

- **Erwachsenenalter:** Auch Erwachsene organisieren Beruf, Information und Beziehungen zunehmend digital. Soziale Medien sind kein Generationenphänomen mehr, sondern Teil der gesamten Gesellschaft. Teilweise fehlt es in der höheren Altersgruppe an Medienkompetenz, gerade hinsichtlich der Sensibilität für Desinformation. Lebensältere Personen können bspw. durch „biografische Umbrüche, soziale Isolation, gesundheitliche Einschnitte oder Verlusterfahrungen“ (Friedrich 2026) empfänglich für extremistische Ansprachen werden.

Wichtig für die Praxis ist ein differenzierter Blick: Es gibt kein einheitliches „Social Media“ und keine einheitliche Nutzung. Welche Plattformen wie genutzt und verstanden werden, hängt von Alter, Milieu, Geschlecht und Interessen ab. Ein und derselbe Dienst kann für die einen Nachrichtenquelle, für andere Bühne, für wieder andere Rückzugsraum sein. Pauschale Annahmen („Jugendliche machen das eh alle gleich“, „Social Media verdimmt“) zeichnen ein verzerrtes Bild.

Die Verschränkung von Online und Offline

Eine strikte Trennung zwischen „digitaler“ und „analoger“ Welt wird der gegenwärtigen Lebensrealität nicht mehr gerecht. Für Menschen, die mit Internet und Smartphone aufgewachsen sind, sind beide Sphären längst zu einer Einheit verschmolzen. Forschung und auch viele junge Menschen sehen eine Unterscheidung zwischen „real“ bzw. „offline“ und „virtuell“ bzw. „online“ als kaum noch tragfähig an.

Verschränkung Online / Offline

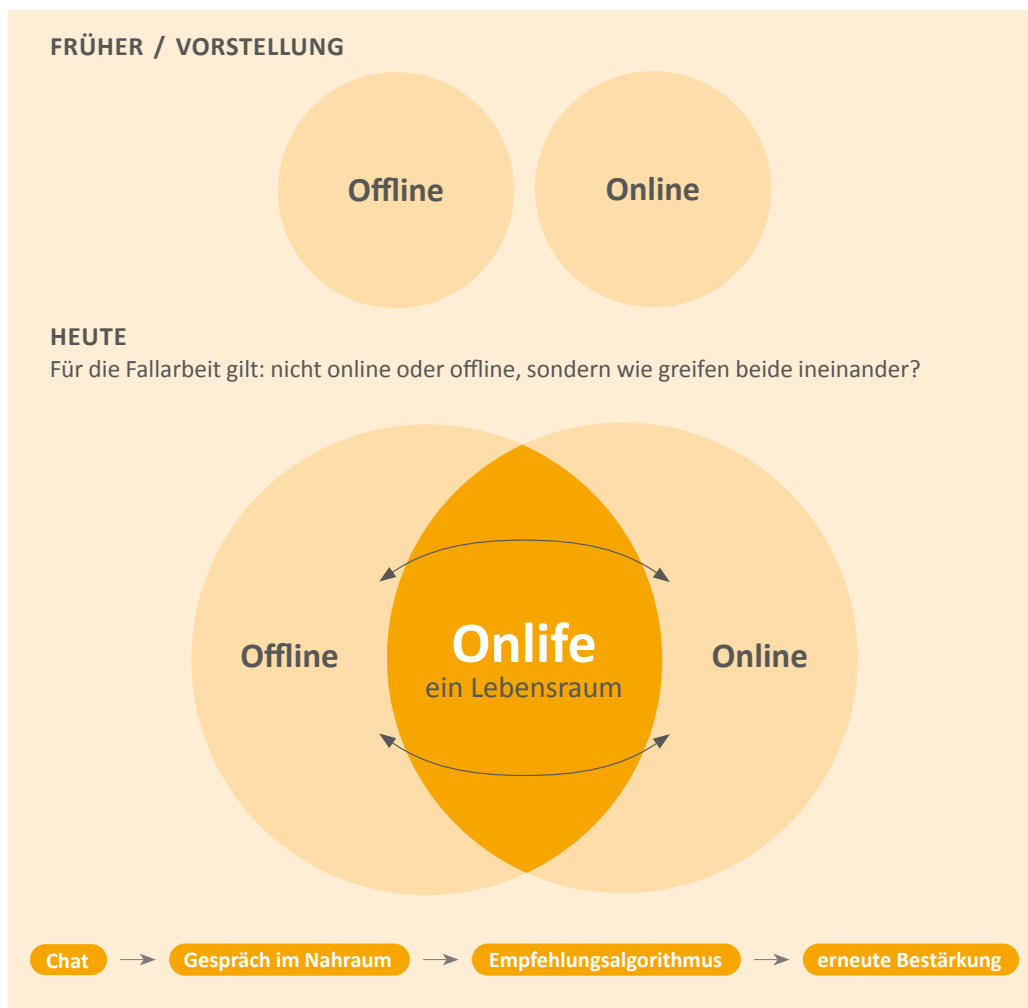


Abb. 5: Schaubild zur lebensweltlichen Verschränkung von „Online“ und „Offline“

Für die Präventions- und Beratungsarbeit hat diese Entwicklung unmittelbare Konsequenzen:

- Was online geschieht, ist **real und hat reale Wirkungen** auf Selbstbild, Beziehungen und Weltdeutung – es ist nicht „nur Internet“.
- Online- und Offline-Einflüsse **verstärken sich gegenseitig**: Digitale Inhalte werden im sozialen Nahraum verhandelt. Erfahrungen aus dem Nahraum prägen die Suche nach Online-Anschluss und das Agieren in den Sozialen Medien.
- Radikalisierungsverläufe lassen sich daher nicht in „online“ und „offline“ aufteilen. Sie sind **hybrid**. Fachkräfte müssen die digitale Lebenswelt ihrer Zielgruppen ernst nehmen und mitdenken.

Was heißt „Hybride Radikalisierung“?



Hybride Radikalisierung bedeutet: Online- und Offline-Einflüsse wirken nicht nach- oder nebeneinander, sondern gleichzeitig und ineinander verzahnt.

Eine Person kann sich in einem Chat ideologisch verändern, dieselben Inhalte „offline“ mit Freund*innen besprechen und über Empfehlungsalgorithmen weiteres Material erhalten. Für die Fallarbeit heißt das: Die Frage lautet nicht „online oder offline?“, sondern „wie greifen beide Einflüsse ineinander?“

3 Plattformen, Algorithmen und Mechanismen

Social Media-Plattformen sind nicht neutral. Sie sind so gebaut, dass sie Aufmerksamkeit binden. Genau diese Logik machen sich extremistische Akteur*innen zunutze. Dieses Kapitel erklärt, wie die zentralen Plattformen funktionieren, warum gerade emotionale Inhalte „nach oben“ gespült werden und welche psychologischen Mechanismen dabei wirken. Ziel ist nicht die Vermittlung von technischem Detailwissen, sondern ein belastbares Verständnis der Funktionslogiken, das im Beratungsalltag trägt.

Plattformen im Überblick

Die folgenden Steckbriefe geben eine schnelle Orientierung. Wichtig: Die Plattformlandschaft verändert sich rasch, und keine Plattform ist grundsätzlich extremistisch. Relevant ist, wie ihre Funktionen genutzt werden. Die Spalte „Relevanz für Radikalisierung“ benennt daher charakteristische Risiken, keine Automatismen.

PLATTFORM	HAUPT-FUNKTION	ZIELGRUPPE	RELEVANZ FÜR DAS THEMA RADIKALISIERUNG
TikTok	Kurzvideos, stark algorithmisch („For You“), Livestreams, „Stitches“ (Videoantworten auf andere Videos)	Meist sehr jung (Jugendliche, junge Erwachsene), aber auch ältere Nutzende	hohe Reichweite emotionalisierter Kurzformate; schnelle, niedrigschwellige Ansprache
Instagram	Bilder, Reels, Stories, Livestreams	breit, Schwerpunkt junge bis mittelalte Erwachsene	Ästhetisierung, Lifestyle- / Radikalisierungs-Mix, parasoziale Bindung an Influencer*innen
YouTube	Videos, lange und kurze Formate, Livestreams	sehr breit, alle Altersgruppen	Empfehlungslogik / Autoplay; Tiefe für ideologische Inhalte
Facebook	Netzwerk, Gruppen, Artikel, Livestreams	eher ältere Nutzende	(halb-)geschlossene Gruppen als Vernetzungs- und Verbreitungsraum
X (vormals Twitter)	Microblogging, Echtzeit-Diskurs, News, stark algorithmisch, Livestreams	eher erwachsen, männlich	Diskursverschiebung, Polarisierung, schnelle Verbreitung von Hate Speech und Desinformation

PLATTFORM	HAUPT-FUNKTION	ZIELGRUPPE	RELEVANZ FÜR DAS THEMA RADIKALISIERUNG
Telegram	Messenger (= Dark Social), Broadcast-Kanäle	themen- / szeneaffin	zentrale Rolle für Vertiefung, Vernetzung, unmoderierte Verbreitung, Austausch von Dateien
Dark Social (private Chats, Messenger, geschlossene Gruppen)	private, nicht- öffentliche Kommunikation	alle	schwer einsehbar; Ort der Bindung, Bestärkung und Mobilisierung
Gaming / Streaming (Discord, Twitch, Spiele-Chats)	Community, Voice / Chat, Live-Streaming	jung, überwiegend männlich	Anschluss / Zugehörigkeit; unbeobachtete Räume, provokativer Humor als Einstieg

Abb. 6: Übersicht über die gegenwärtig besonders relevanten Social Media-Plattformen und ihre Relevanz für das Thema Radikalisierung

Grob lassen sich die folgenden Funktionsräume unterscheiden, die im Radikalisierungsgeschehen zusammenspielen:

- **Reichweiten-Plattformen** (TikTok, Instagram, YouTube, Facebook): öffentlich, algorithmisch kuratiert, niedrigschwellig. Hier findet die Ansprache bzw. der erste Kontakt statt – Inhalte erreichen auch Menschen, die nicht aktiv danach suchen.
- **Geschlossene Räume** (Telegram, Messenger-Gruppen, „Dark Social“): halb- oder nicht-öffentlich, kaum moderiert, schwer einsehbar. Hier finden Vertiefung und Bindung statt.
- **Gaming- und Streaming-nahe Räume** (Discord, Twitch, Spiele-Chats): gemeinschaftsorientiert, jung, oft unbeobachtet. Hier entstehen Anschluss und Zugehörigkeit, teils außerhalb des Blickfeldes von Erziehungsberechtigten oder Fachkräften.

Charakteristisch für die Ansprache bei Radikalisierungsprozessen ist der Plattformwechsel: Die erste Ansprache erfolgt oft auf einer großen, offenen Plattform. Die weitere Bindung verlagert sich in geschlossene Räume, z. B. auf Messenger-Plattformen.

Aufmerksamkeitsökonomie: Warum emotionale Inhalte gewinnen

Soziale Medien finanzieren sich über Aufmerksamkeit. Je länger Menschen verweilen und je mehr sie interagieren, desto mehr Werbung lässt sich ausspielen. Die Empfehlungssysteme (Algorithmen) sind deshalb darauf optimiert, Aufenthaltsdauer und Engagement (Likes, Kommentare, Shares etc.) zu maximieren. Diese Funktionslogik wirkt sich auf verschiedenen Ebenen aus:

- **Dominanz affektstarker Inhalte:** Inhalte, die starke Gefühle, wie Empörung, Wut, Angst oder Begeisterung auslösen, erzeugen mehr Interaktion und werden dadurch breiter ausgespielt (Berger & Milkman 2012).
- **Negativitäts-Bias:** Bedrohliche, empörende oder polarisierende Inhalte performen tendenziell besser als sachliche. Das nutzen extremistische Akteur*innen aus, indem sie Feindbilder aufbauen, auf Ungerechtigkeiten fokussieren und Dringlichkeit vermitteln (Robertson et al. 2023).
- **Form vor Inhalt:** Kurze, visuell starke, emotional zugespitzte und ansprechend produzierte Formate funktionieren besonders gut (Brady, Crockett & Van Bavel 2020).

Für die Praxis heißt das: Was viral geht, ist oft das, was am stärksten emotionalisiert – nicht das, was am besten begründet oder recherchiert ist. Diese Funktionslogik Sozialer Medien kommt extremistischen Akteur*innen teilweise zugute. Das bedeutet jedoch auch, dass in den Sozialen Medien v. a. solche extremistischen Inhalte gut funktionieren, die sich eine gewisse Anschlussfähigkeit an den Mainstream bewahren.

Psychologische Mechanismen der Bindung

Plattformen nutzen gezielt verhaltenspsychologische Prinzipien, um Nutzung zur Gewohnheit zu machen und die Aufenthaltsdauer zu erhöhen:

- **Variable Belohnung:** Beim Scrollen wissen Nutzer*innen nie, ob als Nächstes etwas Interessantes kommt. Dieses unvorhersehbare Belohnungsmuster (vergleichbar mit einem Spielautomaten) macht endloses Weiterscrollen attraktiv.
- **Social Proof / Validierung:** Likes, Follower*innen- und Viewzahlen liefern soziale Bestätigung. Sie wirken als Statussignal und soziale Bestärkung. Dadurch kann das Bedürfnis nach Anerkennung zur Fixierung auf eine bestimmte Community führen.
- **Fear of Missing Out (FOMO):** Verschwindende Inhalte (Stories), Livestreams und ständige Updates erzeugen das Gefühl, etwas zu verpassen. Das fördert häufiges Nachsehen und permanente Erreichbarkeit, wodurch ebenfalls die Aufenthaltsdauer erhöht wird.

Diese Mechanismen haben nicht per se etwas mit Radikalisierung zu tun. Sie sind Teil des Geschäftsmodells der Plattformen. Problematisch werden sie, wenn extremistische Akteur*innen sie nutzen, um Bindung, Dringlichkeit und Gruppenzugehörigkeit zu erzeugen (siehe Kapitel 6).

Filterblasen, Echokammern und der Rabbit Hole-Effekt

Die drei Konzepte beschreiben, wie sich der Informations- und Deutungshorizont online verengen kann – algorithmisch (Filterblase), sozial (Echokammer) und dynamisch-steigernd im Sog der Empfehlungen (Rabbit Hole). In der Praxis greifen sie ineinander: algorithmische Vorsortierung, selbst gewählte oder algorithmisch erzeugte soziale Abschottung und Autoplay verstärken sich wechselseitig. Wichtig ist: Algorithmus und Nutzer*in beeinflussen sich gegenseitig – die Effekte wirken vor allem dann, wenn Inhalte aktiv gesucht, lange angesehen und durch eigenes Verhalten bestärkt werden.

Der Forschungsstand ist allerdings umstritten. Die drei Begriffe haben große bildhafte Überzeugungskraft, ihre empirische Bestätigung ist jedoch selektiv und stark kontextabhängig. Studien zeigen, dass die vorhergesagten Effekte seltener und schwächer auftreten als lange angenommen: Algorithmen haben einen messbaren, aber deutlich kleineren Einfluss als oft unterstellt – entscheidend bleibt das

Zusammenspiel mit dem Verhalten der Nutzer*innen (u. a. Bruns 2019; experimentelle YouTube-Studien). Pauschale Erklärungen, wie „Der Algorithmus hat ihn radikalisiert“, greifen daher zu kurz.

Konsequenz für die Beratungspraxis: Nutzen Sie Filterblase, Echokammer und Rabbit Hole als Denkmodelle – als Werkzeuge, um Dynamiken zu verstehen und gute Fragen zu stellen –, nicht als starre Wirkmechanismen, die ein Verhalten zwangsläufig erklären. Digitale Mechanismen können Radikalisierung beschleunigen und begünstigen, ersetzen aber nie die biografischen, sozialen und psychischen Faktoren. Sie sind ein Faktor unter mehreren (siehe Kapitel 7).

Drei Begriffe im Überblick: Filterblase, Echokammer, Rabbit Hole



Die drei Begriffe werden oft vermischt, meinen aber jeweils etwas anderes:

- **Filterblase:** die algorithmische Verengung: Empfehlungssysteme zeigen bevorzugt Inhalte, die zum bisherigen Verhalten passen; Abweichendes wird seltener ausgespielt.
- **Echokammer:** die soziale Verengung: In (halb-)geschlossenen Gruppen werden ähnliche Meinungen wiederholt und gegenseitig bestärkt, Widerspruch kommt kaum vor.
- **Rabbit Hole („Kaninchenbau“):** der dynamische Sog: Autoplay und Empfehlungen liefern ohne Zutun ständig „passenden“, oft zugespitzten Nachschub, sodass ein Pfad von harmlosen zu radikaleren Inhalten entstehen kann.

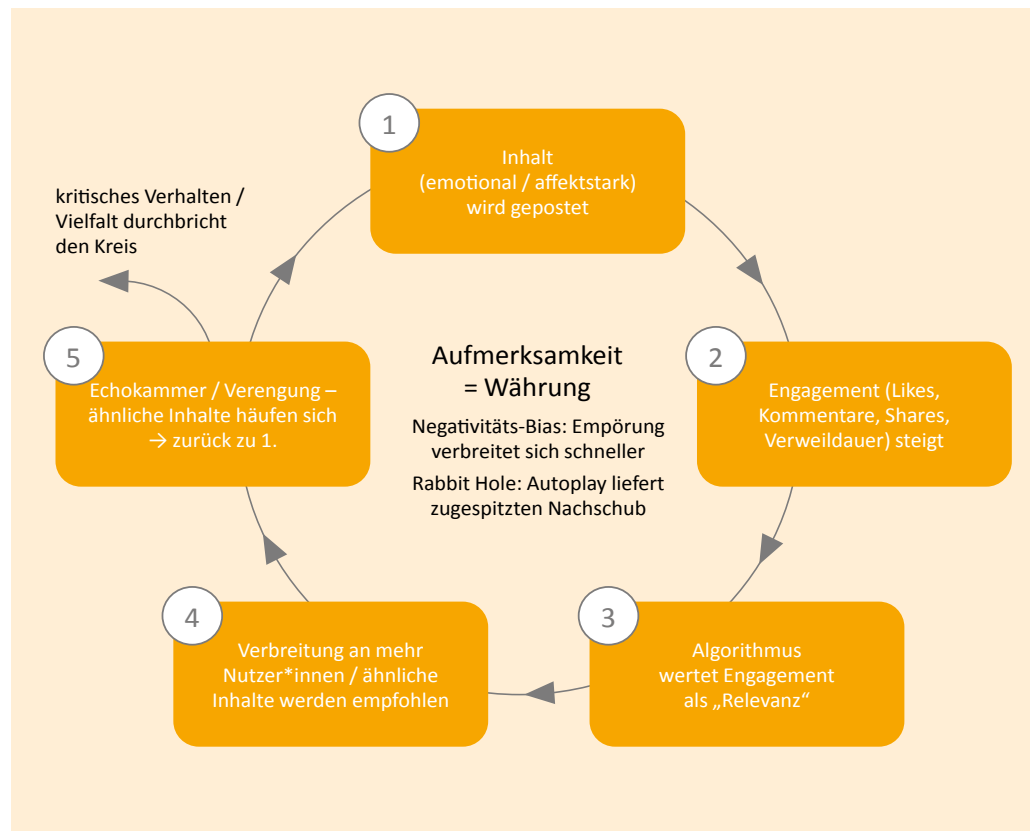


Abb. 7: Schaubild zur algorithmischen Verstärkung von affektstarken Inhalten in den Sozialen Medien

4 Extremistische Akteur*innen im digitalen Raum

Extremistische Akteur*innen nutzen gezielt die in Kapitel 3 beschriebenen Plattformlogiken. Dieses Kapitel zeigt, wie sich extremistische Online-Kommunikation von den Anfängen bis heute entwickelt hat und welche Ziele sie verfolgt. Es stellt darüber hinaus dar, mit welchen Strategien einschlägige Akteur*innen arbeiten und welche Kanäle sie nutzen. Die Perspektive ist dabei phänomenübergreifend – die islamismusspezifische Vertiefung folgt in Kapitel 5.

Kurzer historischer Abriss

Extremistische Akteur*innen nutzen schon immer Medien. Neu ist die Art der Medien und die damit einhergehende Geschwindigkeit, Reichweite und Niedrigschwelligkeit. Die Entwicklung lässt sich grob in den folgenden Phasen darstellen:

- **Print und frühe Foren:** Extremistische Akteur*innen nutzen zunächst gedruckte Magazine und ab den 1990er Jahren geschlossene Internetforen, später zunehmend Online-Magazine. Dschihadistische Akteur*innen veröffentlichen professionell produzierte Online-Magazine, um Ideologien und terroristische Anleitungen zu verbreiten. Terroristische Gruppen erstellen bereits Videos, um sich zu Anschlägen zu bekennen. Diese werden meist über VHS-Kassetten verbreitet und z. B. an Nachrichtensender verschickt.
- **Web 2.0 und Dschihadismus online:** Mit dem Aufkommen von YouTube und den großen sozialen Netzwerken professionalisieren sich die Akteur*innen und können Videos und Inhalte eigenständig reichweitenstark verbreiten. Ab ca. 2014 betrieb der sog. „Islamische Staat“ (IS) eine professionelle Medienmaschinerie, mit Videos, Magazinen und einer eigenen „Nachrichtenagentur“. Hier entsteht professionelle Propaganda, die auf die Verbreitung über das Internet optimiert ist.
- **Deplatforming und Folgen:** Koordinierte Löschwellen auf den großen Plattformen treffen vor allem offen verfassungsfeindliche und dschihadistische Inhalte und Akteur*innen (gekennzeichnet durch Gewaltdarstellungen, eindeutige Symbole, Anschlags- und Terrorbezüge). In der Folge verlagern sich offen strafbare Inhalte in geschlossene Räume wie Telegram (schwerer einseh- und moderierbar, aber auch reichweiteschwächer). Auf den offenen Mainstream-Plattformen bleiben Akteur*innen präsent, passen ihre Inhalte aber gezielt an die Löschschwellen an.
- **Mainstreaming unterhalb der Löschschwelle:** Heute sind islamistische Inhalte breit auf TikTok, Instagram, YouTube & Co. präsent. Dabei handelt es sich jedoch im Normalfall nicht um Inhalte aus dem dschihadistischen Spektrum, sondern um Inhalte nicht-dschihadistischer islamistischer Akteur*innen. Diese sind meist so gestaltet, dass sie nicht gegen Plattformregeln verstoßen; sie wirken alltagsnah, emotional und ästhetisch. Die Ideologie wird dabei ästhetisiert und zwischen den Zeilen versteckt. Zudem ist das Spektrum über viele Kanäle fragmentiert aktiv. Sicherheitsbehörden beschreiben den Trend als „jünger und digitaler“: Radikalisierung verläuft zum Teil eigeninitiativ im Netz, niedrigschwellig und durch jugendaffine Formate auf den großen Plattformen (Verfassungsschutzbericht 2024).

Die zentrale Verschiebung: Statt klar erkennbarer, löschrbarer „Propaganda“ sind heute auf den Mainstream-Plattformen vor allem alltagsnahe, emotionale und oft auf den ersten Blick harmlos wirkende Inhalte präsent, die sich nahtlos in den Feed einfügen. Diese stammen meist von islamistischen, aber nicht dschihadistischen Akteur*innen. Vereinzelt finden sich auch dschihadistische Inhalte auf TikTok & Co, die meisten der offen gewaltbereiten und verfassungsfeindlichen islamistischen Inhalte, finden sich jedoch in geschlossenen Räumen.

Ziele extremistischer Online-Aktivitäten

Extremistische Akteur*innen verfolgen mit ihrer Online-Kommunikation verschiedene Ziele, die ineinandergreifen:

- **Verbreitung der Ideologie:** die eigene Ideologie verbreiten und verankern
- **Erzeugung von Verunsicherung und Angst:** schüren von Bedrohungsgefühlen und Verstärkung von Polarisierung
- **Diskreditierung und Einschüchterung:** politische Gegner*innen, Aussteiger*innen, Journalist*innen herabsetzen und einschüchtern
- **Rekrutierung und Bindung:** ansprechen von Menschen, um sie an die jeweilige Szene heranzuführen und zu halten
- **Radikalisierung bis hin zu stochastischem Terrorismus:** Radikalisierung von Menschen auf der Einstellungs- und Verhaltensebene bis hin zu Gewalthandlungen

Stochastischer Terrorismus



Der Begriff beschreibt, wie digitale Propaganda und Hass die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass einzelne Personen Gewalttaten ausüben, ohne dass es einen klassischen Auftrag oder eine Anweisung gibt. Eine Vielzahl von Akteur*innen verbreitet Feindbilder, Aufstachelung oder „Handlungsaufrufe“ – in der Folge schreiten einzelne, in der Fachliteratur als „einsame Wölfe“ (lone wolf) beschriebene Personen, zur Tat. Es ist nicht vorhersehbar, welche Personen das sind, aber, dass es statistisch auf Dauer zu Taten kommt. Die breit gestreute Verbreitung von Inhalten über die Sozialen Medien ersetzt beim stochastischen Terrorismus also die Organisations- und Auftragsstruktur von klassischen Terrornetzwerken.

Für die Praxis ist wichtig: Bei den meisten offen zugänglichen Inhalten handelt es sich um islamistische, nicht um dschihadistische Inhalte. Nicht jeder Inhalt zielt auf Gewaltbereitschaft oder gar Anschläge. Viele Inhalte arbeiten jedoch an der **langfristigen Verschiebung von Wahrnehmung, Zugehörigkeit und von Einstellungen hin zu antidemokratischen und anti-pluralistischen Weltbildern.**

Strategien: Wie extremistische Inhalte wirken

Extremistische Akteur*innen kombinieren verschiedene Persuasionsmuster mit den Engagement-Logiken der Plattformen (siehe Kapitel 3). Für die Praxis sind die folgenden Beobachtungen besonders relevant:

- **Niedrigschwelligkeit und Tarnung:** Extremistische Akteur*innen gestalten ihre Inhalte online oft so, dass sie auf den ersten Blick harmlos wirken. Die Ideologie verbirgt sich in diesen Fällen z. B. hinter Alltags-, Lifestyle- oder Humorinhalten und ist so auf Social Media anschlussfähig.
- **Emotion vor Argument:** Extremistische Akteur*innen stellen Gefühle wie Empörung, Angst, Stolz, Zugehörigkeit, Wut und Hass ins Zentrum ihrer Inhalte, nicht sachliche oder logische Zusammenhänge.
- **Parasoziale Beziehungen:** Extremistische Akteur*innen, z. B. Prediger*innen oder als Influencer*innen tätige Einzelpersonen, bauen über regelmäßige und persönlich wirkende Formate eine scheinbare Nähe zum Publikum auf. Durch diese „Beziehung“ vertraut das Publikum ihnen und nimmt die entsprechenden Botschaften unkritischer und offener auf.
- **Multimodalität:** Inhalte werden gezielt so produziert, dass sie über mehrere mediale Ebenen gleichzeitig wirken. Sprache, Bild, Musik / Klang, Ästhetik, Symbole wirken zusammen. Die Inhalte werden dadurch eingängig, performen auf den Plattformen und entfalten eine starke emotionale Wirkung.

Mediale Strategien extremistischer Akteur*innen

STRATEGIE	WIRKUNG	BEISPIEL
Emotionalisierung	Überwältigung durch starke Gefühle / Affekte, Sachebene gerät in den Hintergrund	Dramatisierende Musik, eindringliche Appelle und wirkungsstarke Bilder, z. B. von Leid / Krisengebieten
Polarisierung	Schaffung eines „Wir gegen die“-Gefühls, keine Ambivalenz	Zuspitzung Gut / Böse, Unterteilung in „Freund und Feind“
Opfernarrative	Erzeugung von Gemeinschaft durch Betonung kollektiver Kränkung / Bedrohung	„Wir“ und „unsere“ Meinungen werden unterdrückt und benachteiligt
Bezug auf vulnerable Gruppen	Zustimmung über Mitgefühl generieren	Bezug auf ältere Menschen, Opfer von Krieg, Krisen oder Vertreibung
Präsentation einfacher Lösungen	Reduzierung von Komplexität	Unsere Ideologie löst all diese Probleme
Gemeinschaftsgefühl	Zugehörigkeit und Identität bieten	Bezug auf die religiöse Gemeinschaft (umma), Rede von „Bruderschaft“ oder „Schwesternschaft“, „gemeinsamer Kampf“
Ästhetisierung	Höhere Glaubhaftigkeit, Attraktivität	Professionelle Produktion der Inhalte (Fotografie / Kameraarbeit / Animationen), Branding, Logos
Handlungsdruck / Handlungsaufrufe	Erzeugen von Dringlichkeit	Aufrufe wie „Jetzt handeln – bevor es zu spät ist“, oft verbunden mit Bedrohungsszenarien
Humor	Tabubruch verharmlosen, Anschlussfähigkeit erzeugen, unterhalten	Memes, ironische / humorvolle Formulierungen
Parasoziale Beziehungen	„Beziehung“ verstärkt Botschaft und verringert Kritikfähigkeit	Direkte Ansprache der Follower*innen, Q+A-Formate, Suggestion von Vertrautheit („Ich bin doch einer von euch“)
Multimodalität	Wirkung über mehrere Sinne / Ebenen gleichzeitig	Gezielte Kombination von Bild, Text, Sound, die im Zusammenspiel ihren Sinn entfaltet
Niedrigschwelligkeit / Tarnung	Verstecken von Ideologie in Alltagsinhalten	Lifestyle- und Alltagsbilder, ideologische Botschaft nur unterschwellig

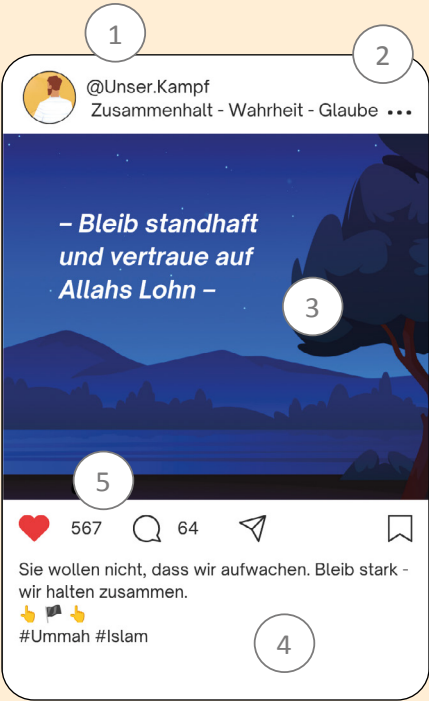
Abb. 8: Übersicht über die relevanten medialen Strategien von extremistischen Akteur*innen in den Sozialen Medien

Genutzte Kanäle

Die Kanalwahl extremistischer Akteur*innen folgt der in Kapitel 3 beschriebenen Logik: Je nach Ziel setzen sie auf offene und reichweitenstarke Plattformen, auf geschlossene Räume (Messenger / Dark Social) oder z. B. auf Gaming-nahe Communitys.

- Reichweite und Ansprache: Vor allem niedrigschwellige Ansprache auf Plattformen wie TikTok, Instagram, YouTube, Facebook - teilweise auch zielgruppenspezifische Ansprache in Gaming-nahen Räumen wie Discord, Twitch und Spiele-Chats (siehe Kapitel 6)
- Vertiefung, Vernetzung und Organisation: „Dark Social“, also Telegram und andere Messenger sowie geschlossene Gruppen

Beispiel: Content-Strategien (extremistischer) Akteur*innen in den Sozialen Medien



Das Diagramm zeigt einen abstrahierten Social Media-Post mit fünf nummerierten Strategien zur Herstellung von Zustimmung:

- 1** Nahbarer Name und Profilbild: Häufig wird über einen nahbaren und harmlos wirkenden Namen erste Anschlussfähigkeit hergestellt.
- 2** Bioslogans: Durch Begriffe wie „Zusammenhalt“, „Gemeinschaft“, „Wahrheit“ wird Gemeinschaftsgefühl hergestellt.
- 3** Ästhetische Bilder und Slogans: Mit ästhetischen Bildern (entweder bewusst harmlos, z. B. Naturbilder oder gezielt emotionale Motive) und ausgewählten Slogans wird Anschlussfähigkeit geschaffen.
- 4** Narrative: U. a. über den Text im Captionfeld werden Narrative, wie die Darstellung als Opfer, einfache Antworten oder polarisierende Weltbilder verbreitet.
- 5** Hohe Like- und Viewzahlen: Durch hohe Interaktionszahlen werden Inhalte algorithmisch verstärkt und es entsteht zudem ein Normalisierungs- und Gemeinschaftseffekt.

Abb. 9: Abstrahierter Social Media-Post mit exemplarischer Darstellung von medialen Strategien zur Herstellung von Zustimmung

5 Islamismus: Ideologie, Strömungen und digitale Präsenz

Was verstehen wir unter Islamismus?

Definition, Strömungen und zentrale Gruppen

Islamismus bezeichnet eine politische Ideologie, die den Islam nicht ausschließlich als Religion versteht, sondern als Grundlage für die Gestaltung von Gesellschaft, Recht und Staat. Im Unterschied zum Islam als Glaubensgemeinschaft erhebt der Islamismus den Anspruch, die politische und gesellschaftliche Ordnung aus einer bestimmten Interpretation islamischer Quellen abzuleiten. Dabei wird häufig die Vorstellung vertreten, dass göttliches Recht über von Menschen geschaffenen politischen Ordnungen steht (Bundesamt für Verfassungsschutz, o. J.). Islamistische Akteur*innen verfolgen das Ziel einer stärkeren „Islamisierung“ von Gesellschaft und Politik, unterscheiden sich jedoch erheblich hinsichtlich ihrer Strategien, Zielvorstellungen und ihres Verhältnisses zu Gewalt (Gaub 2014).

Islamismus ist daher kein einheitliches Phänomen, sondern umfasst unterschiedliche Strömungen. In der wissenschaftlichen Literatur wird häufig zwischen legalistischen, politischen und dschihadistischen Formen des Islamismus unterschieden. Drei ideologisch-religiöse Strömungen sind gegenwärtig in Deutschland besonders stark öffentlich sichtbar und im Kontext von Radikalisierungsprozessen relevant:

- **Salafismus:** Eine der relevantesten und in Deutschland größten sunnitisch-islamistischen Strömungen ist der Salafismus. Der Verfassungsschutz rechnet 11.200 Personen „salafistischen Bestrebungen“ zu (Bundesministerium des Innern 2026, 228). Der Salafismus propagiert eine Orientierung am Lebensstil der „Salaf“ (übersetzt „die frommen Altvorderen“), damit sind die ersten drei Generationen nach dem Propheten gemeint. Salafist*innen orientieren sich meist wörtlich an Koran und Sunna und lehnen Neuerungen oder andere Interpretationen weitestgehend ab (Pfahl-Traughber 2015, o. S.).
- **Hizb ut-Tahrir:** Ebenfalls auf sunnitischem Fundament steht die transnationale islamistische Bewegung Hizb ut-Tahrir (HuT). Die Hizb ut-Tahrir propagiert das Ziel eines globalen Kalifatstaates nach den Vorstellungen des Gründers Taqī ad-Dīn an-Nabhānī und geht stark kampagnenförmig und agitatorisch vor. Seit 2003 unterliegt die Hizb ut-Tahrir in Deutschland einem Betätigungsverbot, das jedoch regelmäßig durch Tarnorganisationen unterlaufen wird. In den vergangenen Jahren erlangten v. a. die HuT-nahen Initiativen und Social Media-Kanäle „Muslim Interaktiv“ (seit November 2025 verboten) sowie „Generation Islam“ und „Realität Islam“ (inzwischen umbenannt), größere Bekanntheit (Möller 2025).
- **Schiitischer Islamismus:** Neben sunnitisch geprägtem Islamismus stellt der schiitische Islamismus gegenwärtig eine weitere relevante Strömung dar. Sein ideologisches Fundament bildet das maßgeblich von Ayatollah Khomeini ausformulierte Herrschaftsmodell der „Statthalter-schaft des Rechtsgelehrten“ (velāyat-e faqīh), das dem obersten religiösen Führer uneingeschränkte politische Autorität zuspricht (Landesamt für Verfassungsschutz Hamburg o. J.). In Deutschland wird diese Strömung maßgeblich von Strukturen getragen, die dem Export der „Islamischen Revolution“ iranischer Prägung verpflichtet sind. Zentraler Akteur war über Jahrzehnte das „Islamische Zentrum Hamburg“ (IZH), das als Vertretung des iranischen Revolutionsführers galt und im Juli 2024 mit seinen Teilorganisationen verboten wurde. Die libanesische „Hizb Allah“, für die auch in Deutschland Unterstützungs- und Rückzugsstrukturen bestehen, ist ein Teil des schiitischen Islamismus. Seit April 2020 unterliegt „Hizb Allah“ in Deutschland einem Betätigungsverbot (Bundesministerium des Inneren 2024; Landesamt für Verfassungsschutz Baden- Württemberg o. J.).

In der (digitalen) Praxis stehen teils nicht nur die ideologischen Strömungen, sondern auch die Vorgehensweisen und Ziele der Gruppierungen im Vordergrund. Diese skizziert die folgende Tabelle.

Islamistische Strategien und Akteur*innen

VORGEHENS-WEISE	ZIELE UND MERKMALE	MITTEL DER UMSETZUNG	BEISPIEL
Missionierung (da'wa)	Fokus auf religiöse Reinheit, individuelle Lebensführung und islamkonformes Verhalten, teils Ablehnung demokratischer Systeme und Wahlen	Missionierungsaktivitäten im (halb-) öffentlichen Raum; Versuche, Personen von einer islamistischen Lesart zu überzeugen	Salafistische „Lies“-Kampagne, „Was danach?“ (salafistische DMG Braunschweig)
Aktivistische Aktionen	Veränderung der gesellschaftlichen Struktur, Religion als zentrale Prämisse für individuelles, moralisches, politisches und gesellschaftliches Leben	Missionierung, Aktionen, Proteste, Demonstrationen, öffentlichkeitswirksame Aktionen im öffentlichen Raum	Hizb ut-Tahrir-nahe Gruppen wie Muslim Interaktiv, Generation Islam, Realität Islam
Politische Einflussnahme	Veränderung der politisch-staatlichen Struktur, Religion als zentrale Prämisse für politische und gesellschaftliche Gestaltung	Partei, politische Einflussnahme als Organisation oder Interessensgruppierung, Beeinflussung politischer Entscheider*innen	Muslimbruderschaft
Unterstützung von islamistischer Gewalt	Stärkung gewaltbereiter / militanter Strukturen und Akteur*innen (im Ausland), Aufrechterhaltung ideologischer Nähe zum bewaffneten Kampf, ohne eigene Strafverfolgung durch direkte Gewaltausübung zu riskieren	Finanzierung (Spenden, Geldtransfers an militante Gruppen), logistische Hilfe (Ausreiseunterstützung, Kontaktvermittlung), Verbreitung von Propagandamaterialien, ideologische Rechtfertigung / Verherrlichung von Gewalt ohne eigene Ausführung	Ansaar International, Free our Sisters, namenlose Unterstützer*innen-Netzwerke
Ausübung von Gewalt	Umsturz bestehender politischer Systeme, Errichtung eines Kalifats; der Fokus richtet sich entweder zunächst auf die Bekämpfung von „Feinden“ im eigenen Land oder in anderen Ländern	Gewalt als (ein) zentrales Mittel zur Durchsetzung politischer Ziele; bewaffneter Kampf, Anschläge etc.	dschihadistische Organisationen wie Al-Qaida, „Islamischer Staat“, Boko Haram, al-Shaabab; schiitische Milizen wie die Hisbollah

Abb. 10: Übersicht unterschiedlicher islamistischer Vorgehensweisen und entsprechender Akteur*innen

Verbreitete und aktuelle Narrative

Trotz ideologischer Unterschiede greifen islamistische Akteur*innen häufig auf ähnliche Narrative zurück. Besonders verbreitet sind Darstellungen einer globalen muslimischen Gemeinschaft (Umma), die angeblich von äußeren Feinden bedroht werde, oft verbunden mit einem Feindbild „des Westens“ oder „der Amerikaner“ sowie mit Verschwörungserzählungen und Antisemitismus. Hinzu kommen Narrative von Diskriminierung, Ausgrenzung und Ungerechtigkeit, die individuelle Erfahrungen mit politischen Konflikten verbinden, die an reale Alltagserfahrungen anknüpfen. Solche Erzählungen schaffen eine gemeinsame Identität und fördern die Wahrnehmung eines Gegensatzes zwischen einer vermeintlich authentischen muslimischen Gemeinschaft und einer feindlichen Außenwelt. Die Gegenüberstellung von „wir“ und „sie“ bildet dabei ein zentrales Element vieler islamistischer Kommunikationsstrategien.

Zugleich bieten islamistische Narrative Zugehörigkeit, Orientierung und einfache Antworten auf komplexe gesellschaftliche Fragen (von Berg, 2022; Schuurman, 2023). Im digitalen Raum werden diese Narrative durch spezifische sprachliche und visuelle Codes transportiert. Häufig verwendete Begriffe sind beispielsweise *Umma* (muslimische Gemeinschaft), *Hijra* (Auswanderung), *Da'wa* (Missionierung), *Tawhid* (Einheit Gottes) oder *Khilafa* (Kalifat). Daneben finden sich Selbstbezeichnungen wie *Akhi* („Mein Bruder“), *Ukhti* („Meine Schwester“), *Umm* („Mutter von“) oder *Muhajirah* („Auswanderin“), die Zugehörigkeit und Identität signalisieren. In Sozialen Medien werden zudem religiöse Formeln, arabische Schriftzüge, Flaggen, bestimmte Farbschemata oder stilisierte Darstellungen historischer Ereignisse eingesetzt, um Gemeinschaftsgefühl und Wiedererkennbarkeit zu erzeugen (Esholdt 2022).

Mit der zunehmenden Ausbreitung extremistischer Kommunikation auf digitalen Plattformen haben sich die Ausdrucksformen islamistischer Online-Propaganda in den vergangenen Jahren erheblich verändert. Während islamistische Akteur*innen früher vor allem auf längere Predigten, umfangreiche Textdokumente, Forenbeiträge oder lange Videobotschaften zurückgriffen, dominieren heute kurze, visuell ansprechende und plattformspezifisch optimierte Formate. Dadurch verschwimmen die Grenzen zwischen religiöser Kommunikation, Lifestyle-Content, politischer Meinungsäußerung und extremistischer Propaganda zunehmend (Cuppens 2022).

Am niedrighschwelligen Ende des Spektrums finden sich Inhalte, die auf den ersten Blick kaum ideologisch erscheinen. Dazu gehören religiöse Alltagstipps, Beiträge zu Kleidung, Ernährung, Partnerschaft, Fitness oder psychischer Gesundheit, die mit religiösen Bezügen verknüpft werden.

Solche Inhalte vermitteln häufig Zugehörigkeit, Orientierung sowie Gemeinschaftsgefühl und sprechen insbesondere junge Menschen an, die nach Identität, Sinn oder sozialer Anerkennung suchen. Gerade diese Form der Alltagskommunikation kann als Einstiegspunkt in weiterführende ideologische Angebote dienen, ohne unmittelbar als extremistische Kommunikation wahrgenommen zu werden (Cuppens 2022; von Berg 2022).

Eine zweite Kategorie umfasst religiöse Bildungs- und Identitätsinhalte. Hierzu zählen Koran- und Hadith-Auslegungen, kurze religiöse Erklärvideos, Fragerunden zu religiösen Themen oder Beiträge über vermeintlich „authentische“ islamische Lebensweisen. Salafistische Akteur*innen präsentieren sich dabei häufig als Vermittler*innen religiöser Wahrheit und betonen die Notwendigkeit, zum „ursprünglichen“ Islam der ersten Generationen von Muslim*innen zurückzukehren. Der Anspruch, über die einzig richtige Interpretation des Islam zu verfügen, stellt ein zentrales Merkmal salafistischer Ideologie dar (Meijer 2023).

Eine weitere wichtige Kategorie bilden gemeinschaftsorientierte Inhalte. Diese Beiträge zielen darauf ab, ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zur muslimischen Gemeinschaft (Umma) zu erzeugen und kollektive Identitäten zu stärken. Häufig werden dabei Erfahrungen von Ausgrenzung, Diskriminierung oder gesellschaftlicher Benachteiligung aufgegriffen und in ein Narrativ eingebettet, dass die muslimische Gemeinschaft als bedrohte Gruppe darstellt, gegen die sich unbekannte Mächte verschworen hätten. Die Konstruktion einer klaren Trennlinie zwischen einer vermeintlich authentischen Eigengruppe und einer feindlichen Außenwelt dient dabei der Stärkung kollektiver Identität und kann gleichzeitig Distanzierungsprozesse gegenüber der Mehrheitsgesellschaft fördern (von Berg 2022; Meijer, 2023).

Besonders wirksam sind in diesem Zusammenhang emotionalisierende Inhalte. Diese greifen aktuelle Krisen, Kriege, Diskriminierungserfahrungen oder Bilder menschlichen Leids auf und verbinden sie mit islamistischen Deutungsmustern und antisemitischen Narrativen. Emotionen wie Empörung, Angst, Trauer, Wut oder Solidarität spielen hierbei eine zentrale Rolle. Berichte über antimuslimischen Rassismus oder Darstellungen von Leid muslimischer Bevölkerungsgruppen werden genutzt, um moralische Empörung zu erzeugen und politische Botschaften zu vermitteln. Die emotionale Ansprache erleichtert dabei die Identifikation mit den dargestellten Personen und Narrativen und kann die Bereitschaft erhöhen, weiterführende ideologische Inhalte zu akzeptieren (Schuurman 2023; von Berg 2022).

Darauf aufbauend finden sich mobilisierende Inhalte, die zu konkretem Handeln auffordern. Dabei muss es sich nicht zwangsläufig um Gewalt handeln. Häufig geht es zunächst um die Teilnahme an Online-Kampagnen, das Teilen bestimmter Inhalte, das Spenden für vermeintlich humanitäre Projekte, die Teilnahme an religiösen Veranstaltungen oder die Unterstützung ideologischer Akteur*innen. Die schrittweise verlaufende Einbindung von Nutzer*innen in digitale Netzwerke gilt als wichtiger Mechanismus der Online-Radikalisierung (Cuppens 2022).

Erst am Ende dieses Spektrums stehen offen extremistische und gewaltlegitimierende Inhalte. Diese umfassen die Verherrlichung dschihadistischer Gruppen, die Heroisierung von Kämpfern, die Legitimation terroristischer Gewalt sowie Aufrufe zur Unterstützung oder Nachahmung entsprechender Organisationen. Dschihadistisch-salafistische Gruppen wie Al-Qaida oder der sogenannte „Islamische Staat“ nutzen dabei Narrative von Opfergemeinschaft, „Märtyrertum“, Pflichtbewusstsein und religiöser Erlösung, um Gewalt als moralisch gerechtfertigt darzustellen (Meijer 2023).

Aktuelle Entwicklungen zeigen zudem, dass islamistische Online-Propaganda zunehmend von technologischen Innovationen profitiert. Neben klassischen Videos und Bildbeiträgen werden mittlerweile auch KI-generierte Bilder, Illustrationen und visuelle Narrative eingesetzt. Untersuchungen zu „IS“-Propaganda zeigen, dass Unterstützer*innen generative KI nutzen, um große Mengen an emotionalisierenden und professionell wirkenden Inhalten zu produzieren. Diese reichen von stilisierten Darstellungen von Kämpfern und Märtyrern bis hin zu idealisierten Bildern von Gemeinschaft, Familie oder religiöser Zugehörigkeit (Criezis 2024).

Verwendung von Codes und Symbolen

Neben diesen etablierten visuellen und sprachlichen Codes nutzen islamistische Akteur*innen zunehmend plattformspezifische und technische Verschleierungsstrategien. Geo-Tagging und Ortsfunktionen werden strategisch eingesetzt, um lokale Gemeinschaften zu mobilisieren und territoriale Ansprüche darzustellen, besonders in Bezug auf umstrittene Regionen wie Palästina, Kaschmir oder Syrien, wo geografische Markierungen emotionale Aufladung erfahren. Auditive Codes spielen eine zentrale Rolle: Nasheed (religiöse Gesänge ohne Instrumentalbegleitung) dienen nicht nur der emotionalen Mobilisierung, sondern auch als Erkennungszeichen von Zugehörigkeit; ihre charakteristischen Melodien und arabischen Texte sind oft eindeutig islamistischen Gruppen zuzuordnen und funktionieren als akustische Marker. Häufig wird auf den sogenannten „Islamischen Staat“ oder Al-Qaida Bezug genommen. Emojis und sprachliche Chiffren sind ebenfalls wichtige Erkennungszeichen geworden – bestimmte Emoji-Kombinationen (z. B. Schwerter, schwarze Flaggen oder Gebetszeichen), numerische Codes oder absichtlich falsch geschriebene Begriffe ermöglichen es Nutzer*innen, Inhalte zu teilen und zu diskutieren, während sie Algorithmen und Moderator*innen umgehen. Hashtags werden dabei sowohl zur thematischen Vernetzung als auch zur Signalisierung ideologischer Zugehörigkeit genutzt. Diese dezentralisierten, oft subtilen Erkennungszeichen ermöglichen es islamistischen Netzwerken, auch auf Plattformen mit strikteren Moderationsrichtlinien präsent zu bleiben und neue Anhänger*innen niedrigschwellig zu erreichen.

Bandbreite islamistischer Inhalte

Die Übergänge zwischen den einzelnen Kategorien sind in der Praxis häufig fließend. Nutzer*innen bewegen sich zunächst über religiöse oder Lifestyle-bezogene Inhalte in digitalen Gemeinschaften und kommen erst später mit explizit politischen oder extremistischen Botschaften in Kontakt. Radikalisierungsprozesse verlaufen daher selten linear, sondern entwickeln sich häufig schrittweise über verschiedene Formate, Plattformen und soziale Netzwerke hinweg (Esholdt 2022; Cuppens 2022). Die hohe Anpassungsfähigkeit islamistischer Akteur*innen an neue Plattformlogiken, technische Entwicklungen und gesellschaftliche Debatten macht die Identifikation problematischer Inhalte besonders herausfordernd. Gleichzeitig verdeutlicht sie, dass islamistische Online-Kommunikation heute nicht allein aus offen extremistischer Propaganda besteht, sondern ein breites Spektrum an religiösen, sozialen, emotionalen und politischen Inhalten umfasst, die sich gegenseitig ergänzen und verstärken können (Esholdt, 2022; Criezis, 2024).

Typologie islamistischer Inhalte in den Sozialen Medien

KATEGORIE	BEISPIELFORMAT
Lifestyle Themen Religiöse Alltagstipps, Beiträge zu Kleidung, Ernährung, Partnerschaft, Fitness oder psychischer Gesundheit, die mit religiösen Bezügen verknüpft werden	Nach dem Schema erlaubt (halal) und verboten (haram) aufgebaute Fragen zu Kleidung und Lebensmitteln, bspw.: „Darf ich als Muslimin in die Shisha Bar gehen?“
Religiöse Bildung und Identität Koran- und Hadith-Auslegungen, kurze religiöse Erklärvideos, Fragerunden zu religiösen Themen oder Beiträge über vermeintlich „authentische“ islamische Lebensweisen	Bspw. Rezitation von Koranversen, die zu Gottesfurcht und Standhaftigkeit im Glauben aufrufen. Dabei werden häufig Analogien zwischen dem ursprünglichen Kontext und der Gegenwart genutzt.
Gemeinschaftsstiftend Erfahrungen von Ausgrenzung, Diskriminierung oder gesellschaftlicher Benachteiligung werden aufgegriffen und in ein Narrativ eingebettet, das die muslimische Gemeinschaft als bedrohte Gruppe darstellt, gegen die sich andere Mächte verschworen haben	Islamfeindliche Übergriffe oder diskutierte Gesetze, wie ein Verbot des Kopftuches, werden als Aufhänger für entsprechende Botschaften genutzt, bspw. „Der Westen ist strukturell islamfeindlich, wir Muslime wurden schon immer unterdrückt, wenn wir unseren Glauben ausleben wollten.“
Mobilisierung Teilnahme an Online-Kampagnen, das Teilen bestimmter Inhalte, das Spenden für vermeintlich humanitäre Projekte, die Teilnahme an religiösen Veranstaltungen oder die Unterstützung ideologischer Akteur*innen	Die Ankündigung einer Unterschriftenkampagne, für die auch online unterschrieben werden kann. Verbunden mit dem Aufruf teilzunehmen, aktiv zu werden und ein Zeichen zu setzen. Bspw. werden anlässlich des Krieges in Gaza Unterschriften gegen eine Unterstützung Israels durch die deutsche Regierung gesammelt.

KATEGORIE	BEISPIELFORMAT
Legitimierung von Gewalt Verherrlichung dschihadistischer Gruppen, die Heroisierung von Kämpfern, die Legitimation terroristischer Gewalt sowie Aufrufe zur Unterstützung oder Nachahmung entsprechender Organisationen	Angriffe des sog. „IS“ werden in dschihadistischen Kanälen bspw. wie folgt kommentiert: „Frohe Botschaft: Die Brüder führen derzeit eine erfolgreiche Offensive in Nigeria durch. Teilen und verbreiten. Allahu Akbar.“

Abb. 11: Typologie islamistischer Inhalte in den Sozialen Medien

Exemplarische Darstellung: Aneignung von Emojis, Codes und Symbolen

Die hier aufgeführten Codes und Symbole zeigen, wie islamistische Akteur*innen Emojis und Zahlen-codes als Erkennungszeichen und als Symbole für die eigene Ideologie nutzen. Die gezeigte Auswahl ist exemplarisch und nicht vollständig. Die Verwendung bestimmter Codes und Symbole unterliegt außerdem einem stetigen Wandel.

	Die schwarze Fahne soll den bewaffneten Kampf (Dschihad) symbolisieren. Sie wird außerdem als Sympathiebekundung für den sog. „IS“ verwendet.
	Das Ninja-Emoji zeigt eine schwarz gekleidete, verumtumte Person mit einem Schwert auf dem Rücken und erinnert dabei an „IS“-Kämpfer aus den Videos der Terrororganisation. Das Emoji wird verwendet, um Unterstützung für gewaltbereite islamistische Gruppen auszudrücken.
	Der sog. „Tahid-Finger“ ist Teil des islamischen Gebets und grundsätzlich kein extremistisches Symbol. Terroristische Gruppierungen haben sich das Zeichen durch regelmäßige Nutzung in ihren Propagandaformaten angeeignet und nutzen es, um ihre vermeintliche Überlegenheit zu demonstrieren.
	Ein Messer-Emoji wird häufig verwendet, um Sympathie für Gewaltanwendung zu bekunden oder selbst Gewalt anzudrohen. Durch Anschläge mit einfachen Tatmitteln wie Messer ist dieses in den vergangenen Jahren in der Szene zu einem Symbol für Gewaltbereitschaft geworden.
	Zwei Flugzeuge teils verknüpft mit der Jahreszahl „2001“ sollen die Anschläge auf das World Trade Center vom 11. September 2001 symbolisieren.
	Diese in Leetspeak geschriebene Zahlenkombination steht für „ISIS“. In Leetspeak werden Buchstaben durch ähnliche Ziffern ersetzt, die 1 steht hier für das „I“, die 5 für ein „S“. Die Reihenfolge kann variieren, wenn eine arabische Lesart (von rechts nach links) gewählt wird.

Abb. 12: Beispielhafte Übersicht zur Nutzung von Codes und Symbolen durch islamistische Akteur*innen

6 Persuasion und Wirkung extremistischer Online-Inhalte

Mainstream-Plattformen als Einstiegsräume in Radikalisierung

Mainstream-Plattformen, wie YouTube, Facebook oder X sowie Gaming-bezogene Online-Angebote, können Ausgangspunkte für Radikalisierungsprozesse sein. Dabei führen weder der Kontakt mit einzelnen Inhalten noch die Nutzung bestimmter Plattformen zwangsläufig zu einer Radikalisierung. Vielmehr entstehen Radikalisierungsprozesse durch das Zusammenwirken individueller Vulnerabilitäten, sozialer Beziehungen sowie digitaler und analoger Einflussfaktoren (Whittaker, 2022). Mainstream-Plattformen fungieren in diesem Zusammenhang als digitale Einstiegsräume, in denen Nutzer*innen erstmals mit ideologischen Narrativen, extremistischen Akteur*innen oder entsprechenden Deutungsangeboten in Berührung kommen können.

Obwohl große Plattformen über Inhaltsmoderation und Nutzungsrichtlinien verfügen, schaffen ihre technischen Eigenschaften Bedingungen, unter denen polarisierende und emotionalisierende Inhalte hohe Reichweiten erzielen können. Extremistische oder extremismusnahe Inhalte erscheinen dabei häufig nicht isoliert, sondern eingebettet zwischen alltäglichen Themen, wie Sport, Gaming, Fitness, Ernährung, Beziehungen, Comedy oder Prominente. Viele dieser Beiträge überschreiten weder gesetzliche Grenzen noch verstoßen sie eindeutig gegen die Richtlinien der Plattformen. Solche Inhalte enthalten häufig keine offenen Gewaltaufrufe oder eindeutige extremistische Botschaften, greifen jedoch wiederholt Feindbilder, Verschwörungserzählungen oder antipluralistische Narrative auf und können dadurch den schrittweisen Zugang zu extremistischer Ideologie erleichtern (Mehra et al. 2025).

Funktionen, wie Kommentieren, Teilen, Livestreams oder Benachrichtigungen, fördern die kontinuierliche Auseinandersetzung mit Inhalten und erleichtern soziale Interaktionen. Dadurch können nicht nur „starke zwischenmenschliche Beziehungen“, sondern auch „ein stärkerer Einfluss auf Individuen, ihre Einstellungen und ihr Verhalten“ entstehen (Greipl et al., 2023). Gleichzeitig können hohe Interaktionsraten dazu beitragen, dass polarisierende Inhalte verstärkt empfohlen und verbreitet werden. Welche Rolle algorithmische Empfehlungssysteme für individuelle Radikalisierungsprozesse spielen, ist bislang nicht abschließend geklärt. Der aktuelle Forschungsstand geht davon aus, dass Algorithmen die Sichtbarkeit entsprechender Inhalte erhöhen können, Radikalisierung jedoch nur im Zusammenspiel mit individuellen und sozialen Faktoren erklärt werden kann (Whittaker 2022).

Digitale Plattformen dienen dabei nicht ausschließlich der Verbreitung von Inhalten. Sie ermöglichen ebenso den Aufbau sozialer Beziehungen, die Bildung von Gemeinschaften und den langfristigen Austausch zwischen Nutzer*innen. Digitale und analoge Lebenswelten lassen sich dabei kaum voneinander trennen. Online-Kommunikation ergänzt bestehende soziale Beziehungen und kann Radikalisierungsprozesse sowohl online als auch offline beeinflussen (Whittaker 2022).

Auf YouTube finden sich beispielsweise Coaching- und Selbstoptimierungsformate, die sich vordergründig mit Fitness, Ernährung oder persönlichem Erfolg beschäftigen. Gleichzeitig verbreiten einzelne Akteur*innen regelmäßig Verschwörungserzählungen, antifeministische Positionen oder diskriminierende Geschlechterbilder. Charakteristisch ist dabei, dass ideologische Botschaften selten isoliert auftreten, sondern in Lifestyle-, Unterhaltungs- oder Bildungsinhalte eingebettet werden. Humor, persönliche Erfahrungen oder scheinbar unpolitische Themen dienen als niedrighschwellige Zugänge, über die antipluralistische Narrative schrittweise vermittelt werden können (Mehra et al. 2025).

Gaming als spezifischer Einstiegsraum

Auch Gaming stellt einen potenziellen Einstiegsraum dar. In kompetitiven Multiplayer-Spielen sind Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit und diskriminierende Sprache häufig Bestandteil der Kommunikation. Darüber hinaus können historische oder politische Konflikte in vereinfachter Form dargestellt und ideologisch aufgeladen werden. Von Nutzer*innen erstellte Inhalte gehen teilweise noch weiter und ermöglichen das Nachspielen von Anschlagsszenarien oder anderen Gewaltereignissen. Gaming-Plattformen übernehmen dabei häufig weniger die Funktion einer unmittelbaren Radikalisierungsumgebung als vielmehr die eines sozialen Begegnungsraums. Gemeinsames Spielen, Voice-Chats und Community-Server fördern Vertrauen, Zugehörigkeit und langfristige Beziehungen. Insbesondere angrenzende Plattformen, wie Discord, können diese sozialen Dynamiken verstärken und den weiteren Kontakt mit ideologischen Inhalten erleichtern (Schlegel & Amarasingam 2022; Whittaker 2022). Gleichzeitig ist es in Gaming-Communitys häufig schwierig, problematische Inhalte eindeutig einzuordnen, da Provokation, vermeintlicher Humor und jugendliche Grenzüberschreitungen eine klare Abgrenzung zwischen spielerischem Verhalten und ideologischer Kommunikation erschweren.

Hybridisierung von Ideologien und Milieus

Das digitale extremistische Ökosystem hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Neben etablierten Phänomenbereichen, wie Islamismus und Rechtsextremismus, entstehen neue Strömungen, während ideologische Grenzen zunehmend verschwimmen. Einzelne Elemente extremistischer Ideologien werden aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang gelöst und mit anderen Narrativen kombiniert (Brinkmüller et al. 2025). Dadurch entstehen hybride Weltbilder, die sich nicht mehr eindeutig einem einzelnen Phänomenbereich zuordnen lassen. Gleichzeitig verschwimmen auch die Grenzen zwischen eindeutig extremistischen und scheinbar harmlosen Inhalten. Implizit extremistischer Content arbeitet häufig mit Andeutungen, Symbolen, Codes oder wiederkehrenden Narrativen, ohne offen extremistische Positionen zu vertreten. Dadurch bleibt der ideologische Gehalt für Außenstehende oft schwer erkennbar, während er innerhalb entsprechender Communitys eindeutig verstanden wird (Mehra et al. 2025).

Ein Beispiel für diese Hybridisierung sind Teile der sogenannten Manosphere sowie der Neuen Rechten. Beide Milieus greifen traditionelle Geschlechter- und Familienbilder auf, verbinden diese jedoch häufig mit Verschwörungserzählungen, Antisemitismus, Rassismus oder demokratiefeindlichen Positionen. In der Manosphere wird eine vermeintliche Krise der Männlichkeit beschrieben, die auf Feminismus und gesellschaftlichen Wandel zurückgeführt wird. Die Neue Rechte knüpft an ähnliche Identitäts- und Bedrohungserzählungen an und verbindet diese mit ethnopluralistischen oder migrationsfeindlichen Narrativen. Charakteristisch ist, dass Akteur*innen häufig nur einzelne ideologische Elemente übernehmen und sich gleichzeitig gegen eine Einordnung als extremistisch abgrenzen (Brinkmüller et al. 2025; Nicholas et al. 2024). Dadurch entstehen Inhalte, die gesellschaftlich anschlussfähig wirken, aber menschenfeindliche Einstellungen normalisieren und den Übergang zu explizit extremistischen Weltbildern erleichtern können (Mehra et al. 2025). Auch im islamistischen Milieu wurden Akteure der Manosphere, wie Andrew Tate, immer wieder diskutiert. Traditionelle Rollen- und Geschlechterbilder, Verschwörungserzählungen, Antisemitismus und eine Verortung außerhalb des „Mainstreams“ bieten auch hier ideologische Anknüpfungspunkte.

Diese Hybridisierung und Fragmentierung stellen Wissenschaft und Präventionspraxis vor neue Herausforderungen. Viele Akteur*innen verbreiten keine geschlossenen ideologischen Weltbilder, sondern einzelne Narrative oder Feindbilder (Gartenstein-Ross et al. 2025). Ihre Inhalte sind häufig nicht strafrechtlich relevant und bewegen sich im Rahmen der Meinungsfreiheit (Brinkmüller et al. 2025). Dennoch können sie antipluralistische Einstellungen normalisieren, demokratische Institutionen delegitimieren und als Einstieg in weitergehende Radikalisierungsprozesse dienen.

Niedrigschwellige Ansprache

Die Ansprache in diesen digitalen Räumen ist überwiegend niedrigschwellig und alltagsnah. Themen, wie Gesundheit, Ernährung, Selbstoptimierung, Beziehungen oder Gaming, dienen als Türöffner. Nutzer*innen werden direkt angesprochen, etwa mit Formulierungen wie „Hast du dich auch schon einmal gefragt ...?“ oder „Wir alle kennen das ...“. Die Akteur*innen präsentieren sich authentisch und nahbar, treten zugleich aber als vermeintliche Expert*innen mit exklusivem Wissen auf. Gegenpositionen werden zunächst aufgegriffen, anschließend jedoch als uninformiert oder widersprüchlich dargestellt. Dadurch entsteht der Eindruck, die eigene Position sei besonders rational und überlegen. Diese Kombination aus Nahbarkeit, Selbstsicherheit und einfachen Erklärungen kann insbesondere für junge Menschen überzeugend wirken. Gleichzeitig werden ideologische Botschaften häufig über emotionale Geschichten, Humor, Memes oder Lifestyle-Inhalte vermittelt, wodurch sie weniger als politische Kommunikation wahrgenommen werden und leichter Anschluss an den Alltag der Nutzer*innen finden (Mehra et al. 2025).

Die Konstruktion von In- und Outgroups erfolgt in diesen Einstiegsräumen meist schrittweise. Abwertungen anderer Gruppen werden zunächst indirekt formuliert oder über Ironie, Codes und vermeintlichen Humor vermittelt. Gerade diese impliziten Kommunikationsformen können dazu beitragen, menschenfeindliche Einstellungen zu normalisieren, ohne unmittelbar als extremistische Inhalte wahrgenommen zu werden (Mehra et al. 2025). Die eigene Gruppe wird als besonders informiert, moralisch überlegen oder handlungsfähig dargestellt, während anderen Gruppen Wissen, Vernunft oder moralische Integrität abgesprochen werden.

Aus dieser Gegenüberstellung von In- und Outgroup können sich weitere Radikalisierungsprozesse entwickeln. Wenn die eigene Gruppe zugleich als überlegen und bedroht dargestellt wird, erscheinen politische Gegner*innen oder gesellschaftliche Minderheiten zunehmend als Hindernis für die Verwirklichung der eigenen Ziele. Diese Feindbilder werden emotional aufgeladen und schrittweise entmenslicht, während die eigene Gruppe als Trägerin einer vermeintlich besseren gesellschaftlichen Zukunft inszeniert wird (Jost, 2018). Die wiederholte Konfrontation mit antipluralistischen und menschenfeindlichen Narrativen kann dazu beitragen, diskriminierende Positionen zunehmend als legitim oder gesellschaftlich akzeptabel wahrzunehmen (Mehra et al. 2025).

Psychosoziale Funktionen digitaler extremistischer Räume

Die Attraktivität extremistischer Inhalte erklärt sich schließlich auch durch ihre Funktion bei der Befriedigung psychosozialer Bedürfnisse. In Krisensituationen können vertraute Orientierungen verloren gehen und bisherige Bewältigungsstrategien versagen. Extremistische Angebote versprechen in solchen Situationen Orientierung, Zugehörigkeit, Anerkennung sowie einfache Erklärungen für komplexe gesellschaftliche und persönliche Herausforderungen (Beelmann 2019). Auslöser solcher Krisenerfahrungen können persönliche Ereignisse, wie die Trennung der Eltern, der Verlust nahestehender Personen oder Arbeitslosigkeit, sein. Ebenso können gesellschaftliche Entwicklungen, wie Kriege, Migration oder die COVID-19-Pandemie, als fundamentale Bedrohung bestehender Sicherheiten erlebt werden (Beelmann 2019). Die nachfolgende Tabelle verdeutlicht beispielhaft, welche psychosozialen Bedürfnisse durch extremistische Angebote angesprochen werden können. In der Praxis wirken diese Faktoren jedoch selten isoliert. Orientierung, Identitätsstiftung, Zugehörigkeit und Selbsterhöhung greifen meist ineinander und tragen gemeinsam zur Attraktivität extremistischer Ideologien und Gruppen bei.

BEDÜRFNIS / GEFÜHL	EXTREMISTISCHES ANGEBOT	BEISPIEL FÜR KONKRETE ANSPRACHE IN SOCIAL MEDIA-INHALTEN
Zugehörigkeit / Einsamkeit	Gemeinschaft	Gemeinsames Grillen, Gebet, Demonstrationen, parasoziale Beziehungen
Orientierung / Unsicherheit, Angst	Eindeutigkeit, Wahrheit, Gewissheit	Eigene Positionen kommen als absolute Wahrheit daher, Zweifel werden nicht kommuniziert oder gar nicht erst zuge- lassen, Kritik wird „wegdiskutiert“
Selbstwirksamkeit / Ohnmacht	Aktivismus, Abenteuer	Demonstrationen, illegale Aktionen, wie Graffiti, Brandstiftung bis hin zum bewaffneten Kampf
Sinnerleben	Große Erzählungen	Gut gegen Böse, „wir“ gegen den Westen, die Eliten, die „Juden“, etc.; „wir“ für die Freiheit, die Gerechtigkeit etc.
Selbstaufwertung / Minderwertigkeitsgefühle	Anerkennung, Überhöhung der In-group, Abwertung von Out-groups	Teil einer kleinen, auserwählten Gruppe zu sein (bspw. Salafismus), Erzählungen von vergangener Stärke, klare Feind- bilder
Identität	Verschiedene Rollen- und Selbstbilder	Ansprechen als Muslim*in, Widerständler*in, Kämpfer*in, Unterdrückte*r, Rächer*in etc.

Abb. 13: Übersicht zum Zusammenwirken von individuellen Bedürfnissen und extremistischer Ansprache in den Sozialen Medien



Abb. 14: Schaubild zur multimodalen Wirkung von extremistischen Social Media-Inhalten

7 Digitale Einflussfaktoren in Radikalisierungsverläufen erkennen

In den bisherigen Kapiteln wurde gezeigt, wie digitale Inhalte wirken. Im Folgenden geht es um die Kernfrage bei der praktischen Arbeit: **Woran erkenne ich digitale Einflüsse, und wie ordne ich sie ein, ohne überzureagieren oder wichtige Hinweise zu übersehen?** Beides ist problematisch: Wer Warnsignale übersieht, greift u. U. zu spät ein; wer normales Verhalten überinterpretiert, kann stigmatisieren und riskiert einen Vertrauensverlust. Das folgende Kapitel liefert Orientierung. Es ist ausdrücklich als Einschätzungshilfe, nicht als Diagnoseinstrument zu verstehen.

Ein einzelnes Anzeichen ist noch kein hinreichender Hinweis



Es gibt **keinen** Einzelindikator für (digitale) Radikalisierung. Kein Symbol, kein Begriff, keine App, kein Follow und keine spezifische Glaubenspraxis alleine sind ein hinreichender Hinweis für einen Radikalisierungsprozess. Aussagekraft entsteht erst aus einem **Muster an Hinweisen**, einer **Dynamik** (Veränderung und Verstärkung über Zeit) und dem **Zusammenspiel mit biografischen und sozialen Faktoren**. „Digitale“ Hinweise sind also ein Faktor unter vielen und müssen immer im Kontext betrachtet werden.

Anzeichen digitaler Beeinflussung

Mögliche Hinweise lassen sich in die folgenden vier Bereiche gliedern:

- **Veränderte Sprache:** Plötzliche Übernahme von Szene-Begriffen, Verwendung von abwertendem, menschenfeindlichem oder demokratiefeindlichem Vokabular, rigide Schwarz-Weiß-Rhetorik, „Wir-gegen-die“-Sprachbilder
- **Veränderte Verwendung von Symbolik und Referenzen:** Neue Symbole (Emojis) in Profil, Bio oder Posts; wiederholtes Teilen bestimmter Formate und Inhalte (z. B. von bestimmten Accounts, Fokus auf ein szenerelevantes Thema etc.)
- **Auffälliges Online-Verhalten:** Deutliche Veränderung der Nutzung, Heimlichkeit, Zweit-Accounts, abrupter Rückzug oder Intensivierung, Tag-Nacht-Verschiebung
- **Bezug auf einschlägige Akteur*innen und Szenenarrative:** Starke Fixierung auf bestimmte Akteur*innen / Influencer*innen / Prediger*innen, deren Aussagen wörtlich und völlig unkritisch übernommen werden (parasoziale Beziehung, vgl. Kapitel 4 und 6).

Eine besondere Relevanz hat der **Plattformwechsel**: Verlagert sich die Kommunikation einer Person mit mutmaßlich islamistischen Akteur*innen von offenen Plattformen hinein in **geschlossene Räume** (bspw. Telegram, kleine Chatgruppen) und wird diese zunehmend abgeschirmt, ist das ein wichtiges Signal: Bindung und Mobilisierung sind dort der weiteren Beobachtung und Moderation sowie dem möglichen Korrektiv der übrigen Plattformnutzer*innen entzogen und können daher intensiver ablaufen.

Digitale Hinweise nie isoliert bewerten

Anzeichen aus dem digitalen Raum werden erst im Kontext aussagekräftig. Entscheidend ist, wie sie mit weiteren Faktoren zusammenspielen:

- **Biografische Faktoren:** Brüche, Verluste, Kränkungen, Diskriminierungserfahrungen, Sinnsuche
- **Soziale Faktoren:** Zusammensetzung und Entwicklungen in der Peergroup, Familie, Gefühle von Zugehörigkeit, reale Konflikte
- **Schutzfaktoren:** Stabile Beziehungen, Anerkennung in anderen Lebensbereichen, Ambiguitätstoleranz, konstruktive Sinn- und Zugehörigkeitsangebote

Eine seriöse Einschätzung digitaler Einflussfaktoren auf mögliche Radikalisierungsprozesse fragt nicht „Welches Emoji benutzt die Person?“, sondern blickt auf Veränderungen, auf den Kontext verschiedener Faktoren und auf Bedürfnisse hinter Veränderungen (siehe Kapitel 6). Schutzfaktoren sollten bei einer Bewertung genauso berücksichtigt werden wie Anzeichen und Risiken.

Differenzieren: Jugendtypisch, religiös oder ideologisch verfestigt?

Ein häufiger Fehler liegt darin, jugendtypisches Verhalten oder gelebte Religiosität vorschnell als Radikalisierung zu interpretieren. Dabei sind Provokation, Identitätssuche, demonstrative Religiosität oder wertkonservative, aber demokratiekompatible Haltungen per se kein Warnsignal für eine Radikalisierung. Problematisch wird es, wo sich eine ideologische Verengung und eine dynamische Steigerung von Einstellungen und Verhalten abzeichnen: Abwertung und Entmenschlichung anderer, Legitimation von Gewalt, Ablehnung demokratischer und menschenrechtlicher Grundprinzipien, Druck und Zwang gegenüber Andersdenkenden.

Die eigene Wahrnehmung prüfen

Bevor Sie eine bestimmte Verhaltensweise einzuordnen versuchen, ist oft ein Blick auf die eigene Reaktion sinnvoll: Reagiere ich auf das Verhalten – oder auf einen mir lebensweltlich fremden, religiösen Bezug? Verwechsle ich religiöse Praxis oder jugendliche Provokation mit Gefahr? Alarmismus und Stigmatisierung schaden der Beziehung und verunmöglichen gemeinsame Arbeit. Zugleich ist es enorm wichtig, für tatsächliche Hinweise auf Radikalisierungsprozesse sensibel zu bleiben.



Checkliste: Digitale Einflüsse einschätzen

Hinweis: Einzelne Anzeichen müssen immer einzelfallspezifisch und im jeweiligen Kontext bewertet werden. Die Tabelle dient nur als Orientierungshilfe.

Bedeutung	Verhaltensmuster / Beispiel	Handlungsempfehlung
Unauffällig / jugendtypisch	Intensive Nutzung Sozialer Medien, Religiosität und Interesse an Religion und gesellschaftlichen Themen, Provokation, Interesse an Identitäts- / Politikthemen, phasenweise Begeisterung für einzelne Influencer*innen	Mediennutzung in regulärem Austausch thematisieren und auf Medienkompetenzorientierte Angebote hinweisen
Leichtes Warnsignal → erhöhte Aufmerksamkeit sinnvoll	Häufung verschiedener Anzeichen (s. o.); abrupte Sprach- / Symbolwechsel oder -aneignungen, wörtliche Übernahme von Szenenarrativen oder szenetypischen Vokabeln	Beziehung und Kontakt halten, zu Inhalten, Narrativen und Akteur*innen ins Gespräch gehen, ggf. Beratungsstelle hinzuziehen
Akuter Handlungsbedarf	Legitimation / Verherrlichung von Gewalt in Gesprächen, Chats, Posts; Entmenslichung anderer; konkrete Androhungen von Gewalt oder Aktionen; Anzeichen von Mobilisierung für Aktionen oder Ausreise; Kontakt zu Rekrutierenden für islamistische oder dschihadistische Gruppen	Unverzüglich spezialisierte Beratungsstelle hinzuziehen, ggf. Sicherheitsbehörden einbeziehen

Abb. 15: Tabelle zur Einschätzung von Anzeichen für Radikalisierungsprozesse aus dem digitalen Raum

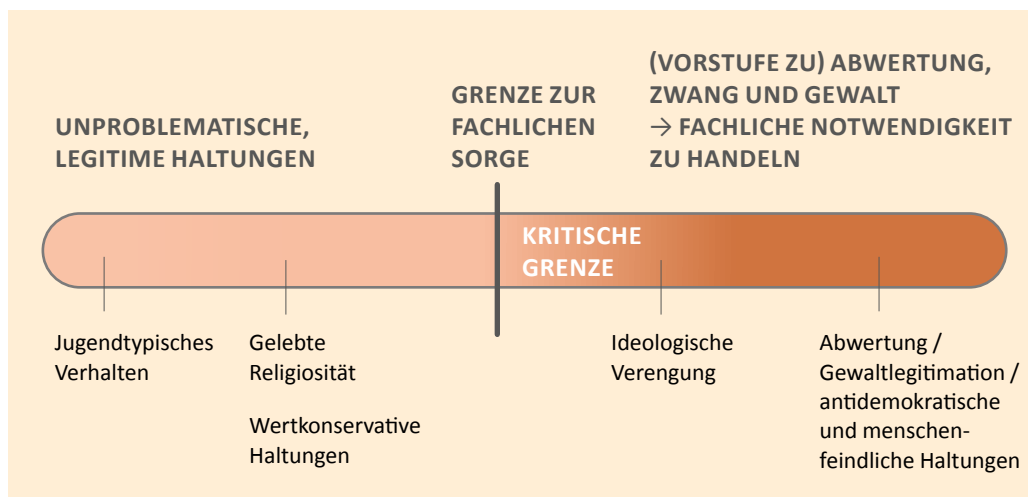


Abb. 16: Einordnungshilfe für die Notwendigkeit von professioneller Intervention in Beratungskontexten



Abb. 17 (1, 2, 3): Fallvignetten zur Einordnung von Beratungsfällen mit digitalen Einflussfaktoren

8 Social Media in der Beratung

Soziale Medien sind für viele Klient*innen ein selbstverständlicher Bestandteil ihres Alltags und dienen nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der Informationssuche, Identitätsbildung und Orientierung (mpfs 2024; Calmbach et al. 2024). Entsprechend spielen digitale Inhalte zunehmend auch in Beratungsprozessen der Radikalisierungsprävention eine wichtige Rolle. Daher stellt sich die Frage, wie Social Media-Inhalte professionell in der Beratungspraxis aufgegriffen werden können, ohne Gespräche zu eskalieren, sich in inhaltlichen Diskussionen zu verlieren oder die Beratungsbeziehung zu gefährden. Dabei ist nochmal wichtig zu verstehen, dass die meisten extremistischen Inhalte nicht nur aufgrund ihres Informationsgehalts konsumiert werden, sondern auch, weil sie bspw. Orientierung bieten, Zugehörigkeit vermitteln, Unsicherheiten reduzieren und Anerkennung schaffen (Rieger et al. 2021).

Umgang mit problematischen Social Media-Inhalten und Propagandamaterial

Wenn Klient*innen extremistische Social Media-Inhalte konsumieren und diese in die Beratung einbringen, können Fachkräften dadurch Einblicke in aktuelle Interessen, Identitätsfragen und Deutungsmuster erhalten. Die Inhalte werden damit nicht nur zum Gegenstand der Reflexion, sondern auch zu einer wichtigen Quelle lebensweltlicher Informationen (von Lautz et al. 2023). Zugleich können problematische Inhalte bei Fachkräften Irritationen und den Impuls auslösen, den Wahrheitsgehalt in Frage zu stellen oder ideologische Aussagen unmittelbar zu diskutieren und mit Gegenargumenten zu reagieren. Für die Beratungspraxis hat sich die Unterscheidung zwischen einer inhaltlichen und einer funktionalen Gesprächsführung als hilfreich erwiesen. Während beide Perspektiven relevante Zugänge zu digitalen Inhalten eröffnen, setzen sie unterschiedliche Schwerpunkte. Die folgende Übersicht stellt beide Ansätze gegenüber.

	INHALTLICHE PERSPEKTIVE	FUNKTIONALE PERSPEKTIVE
Worum geht es?	Um die Aussagen und Botschaften des Inhalts	Um die Bedeutung des Inhalts für die Person
Was wird betrachtet?	Argumente, Narrative, Ideologien	Bedürfnisse, Gefühle, Zugehörigkeit, Orientierung
Typische Frage	„Welche Aussagen werden hier getroffen?“	„Warum spricht dich dieser Inhalt an?“
Ziel	Kritische Einordnung und Reflexion	Verstehen der Attraktivität und Gesprächsöffnung
Nutzen für die Beratung	Reflexion von Weltbildern und Fehlinformationen	Aufbau von Vertrauen und Zugang zu persönlichen Themen

Abb. 18: Übersicht zur Differenzierung der inhaltlichen von der funktionalen Perspektive bei der Einschätzung von Social Media-Inhalten

Praxisbeispiel: Vom Inhalt zum Bedürfnis

Klient*in: „Dieser Prediger sagt endlich die Wahrheit, die anderen reden immer nur drum herum.“

Berater*in: „Was gefällt dir an seinen Beiträgen besonders?“

Klient*in: „Er sagt halt direkt, was richtig und falsch ist.“

Berater*in: „Ist es vor allem diese Klarheit, die dir wichtig ist?“

Klient*in: „Ja, klar, da weiß man dann wenigstens, woran man ist.“

Berater*in: „Das klingt so, als ob Orientierung gerade ein wichtiges Thema für dich ist.“

→ **Was passiert hier?** Die beratende Person diskutiert nicht unmittelbar über die Aussagen oder möglichen ideologischen Inhalte des Predigers. Stattdessen fragt sie danach, was die Beiträge für die ratsuchende Person attraktiv macht. Dadurch wird das dahinterliegende Bedürfnis nach Klarheit und Orientierung sichtbar. Diese Erkenntnis kann im weiteren Gespräch genutzt werden, um persönliche Unsicherheiten, Erfahrungen oder alternative Orientierungsquellen zu thematisieren.

→ **Mögliche Anschlussformulierungen:**

„Wo wünschst du dir im Moment mehr Klarheit?“

„Gibt es Situationen, in denen du dich besonders orientierungslos fühlst?“

„Wer oder was gibt dir außerhalb von Social Media Orientierung?“

„Was macht es für dich leichter, wenn jemand sehr klare Antworten gibt?“

Abb. 19: Praxisbeispiel zur bedürfnisorientierten Bearbeitung von Social Media-Inhalten in der Beratung

In der Beratung kann außerdem die Frage relevant sein, welche Formen von Zugehörigkeit, Bestätigung oder Gemeinschaft durch bestimmte Online-Kontakte erlebt werden. (von Lautz et al. 2023). Eine verstehensorientierte Perspektive fragt demnach zunächst nach der Bedeutung, die bestimmte Inhalte, Symbole oder Kommunikationsformen für die jeweilige Person besitzen. Erst auf dieser Grundlage können pädagogische und beratende Interventionen fachlich fundiert erfolgen (Mohammed Oulad M'Hand & Nadar 2020).

Extremistische Online-Inhalte arbeiten oft mit vereinfachenden Erklärungen und eindeutigen Schuldzuweisungen. Sie können zwar Orientierung bieten, reduzieren jedoch häufig gesellschaftliche Komplexität und blenden widersprüchliche Informationen aus (vgl. Rieger et al. 2021; Landesanstalt für Medien NRW, 2025). Beratung kann dazu beitragen, diese Ambivalenzen sichtbar zu machen und unterschiedliche Perspektiven einzubeziehen. Ein solcher deeskalierender Umgang bedeutet jedoch nicht, problematische Social Media-Inhalte oder Einstellungen zu bestätigen. Vielmehr geht es darum, die subjektive Bedeutung dieser Inhalte ernstzunehmen, die dahinterliegenden Erfahrungen und Bedürfnisse zu verstehen und die Fähigkeit zur Reflexion und zum Perspektivwechsel zu stärken (Kart et al. 2024). Darüber hinaus kann eine gemeinsame Analyse der Inhalte helfen, herauszufinden, welche Botschaften vermittelt, welche Emotionen angesprochen werden und welche Perspektiven möglicherweise fehlen. Dies stärkt die Medienkompetenz und fördert eine kritisch-reflektierte Auseinandersetzung mit digitalen Inhalten (Siller et al. 2020). (vgl. Kapitel 9.)

Gerade bei emotionalen Themen spielt die Qualität der bisherigen Beratungsbeziehung eine entscheidende Rolle. Viele Klient*innen haben Erfahrungen mit Ausgrenzung, Diskriminierung oder fehlender Zugehörigkeit gemacht. Vertrauen und Anerkennung bilden dementsprechend eine Grundlage dafür, dass sensible Themen überhaupt bearbeitet werden können (Kart et al. 2024). Werden ihre Sichtweisen vorschnell zurückgewiesen, kann dies bestehende Abgrenzungs- oder Misstrauenshaltungen verstärken. So zeigen die Erfahrungsberichte von Fachkräften, dass gerade zu Beginn einer Zusammenarbeit die Beziehungsarbeit wichtiger ist als die Diskussion über Positionen oder Weltanschauungen. Ziel ist es, die Person dort abzuholen, wo sie aktuell steht, und einen Raum zu schaffen, in dem auch schwierige Themen besprechbar werden (Kart et al. 2024).

Leitfragen für die Beratung

Fragen, die Denkprozesse anregen, Ambivalenzen sichtbar machen und Reflexion ermöglichen:

Zum Einstieg

- Was hat dich an diesem Beitrag angesprochen?
- Was gibt dir dieser Inhalt?
- Wann schaust du solche Videos oder Beiträge besonders häufig?

Zur Funktion des Inhalts

- Gibt dir der Inhalt eher Orientierung, Bestätigung, Zugehörigkeit oder Entlastung?
- Welche Gefühle löst er bei dir aus?
- Welche Fragen beantwortet er für dich?

Zum Perspektivwechsel

- Wer kommt in dem Beitrag nicht zu Wort?
- Welche Informationen fehlen möglicherweise?
- Gibt es Erfahrungen, die nicht zu dieser Erklärung passen?

Zur Quellenkritik

- Weißt du, wer den Beitrag erstellt hat?
- Was könnte das Ziel des Beitrags sein?
- Wollen wir gemeinsam schauen, ob es weitere Informationen dazu gibt?

Abb. 20: Übersicht zu zentralen Leitfragen für die Beratungsarbeit im Kontext von Social Media-Inhalten

Sensible Thematisierung religiöser Bezüge



Wenn Social Media-Inhalte religiöse Sprache, Symbole, Prediger*innen oder religiöse Autoritäten aufgreifen, ist besondere Sensibilität erforderlich. Allgemeine religiöse Bezüge sollten nicht direkt als Hinweis auf eine mögliche Radikalisierung verstanden werden. Für die Beratung ist zunächst entscheidend, welche Bedeutung diese Inhalte für die ratsuchende Person haben: Geht es um Glaubensfragen, Orientierung, Zugehörigkeit, Identität, Abgrenzung oder um die Suche nach klaren Regeln? Eine inhaltliche Auseinandersetzung mit religiösen Aussagen kann sinnvoll sein, wenn die ratsuchende Person selbst Fragen stellt, Widersprüche wahrnimmt oder über Deutungen sprechen möchte (Langner 2020). Weniger hilfreich ist es, wenn Fachkräfte unvorbereitet in ein theologisches Streitgespräch geraten oder religiöse Aussagen vorschnell bewerten. In solchen Fällen kann es sinnvoll sein, die Funktion des Inhalts zu klären und bei Bedarf religiöse oder fachliche Expertise einzubeziehen.

Exkurs: Geschlechtsspezifische Ansprachen auf Social Media erkennen



Geschlechtsspezifische Rollenbilder finden sich in islamistischen Social Media-Inhalten sowohl in offen ideologischen Beiträgen als auch eingebettet in alltagsnahe Themen wie Fitness, Beziehungen oder Familie. Für die Beratung kann es hilfreich sein, diese Ansprachen als Teil der digitalen Lebenswelt von Klient*innen wahrzunehmen. Männliche Klienten werden dabei häufig über Rollenangebote, wie den „Beschützer“, den „Kämpfer“ oder den moralisch überlegenen „Lehrer“, angesprochen. Diese Rollen werden mit Eigenschaften wie Disziplin, körperlicher Stärke, Verantwortung und Autorität verknüpft. Weibliche Klientinnen werden dagegen häufiger über Themen wie Familie, Fürsorge, Bedeckung oder moralische Verantwortung adressiert.

In der Beratung werden diese Geschlechterbilder häufig nicht direkt angesprochen. Stattdessen zeigen sie sich in Gesprächen über Respekt, Ehre, Verantwortung, Partnerschaft oder Familie. Social Media-Inhalte können deshalb ein niedrigschwelliger Einstieg sein, um über dahinterliegende Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit ins Gespräch zu kommen. Leitfragen können beispielsweise sein:

- Was macht diesen Mann bzw. diese Frau in dem Beitrag erfolgreich oder bewundernswert?
- Welche Erwartungen werden hier an Männer und Frauen gestellt?
- Welche Eigenschaften werden belohnt? Welche werden eher abgewertet?
- Findest du diese Vorstellungen realistisch oder eher ein Ideal? Warum?

Professionelle Haltung im Umgang mit kontroversen Inhalten

Die Reflexion der eigenen Rolle stellt eine zentrale Voraussetzung professionellen Handelns dar. Berater*innen bringen eigene Werte, Deutungsmuster und gesellschaftliche Erfahrungen in Beratungsprozesse ein, die ihre Wahrnehmung und Bewertung von digitalen Inhalten beeinflussen können. Professionelle Reflexivität ermöglicht es, diese Einflüsse bewusst wahrzunehmen und die eigene Haltung kritisch zu hinterfragen (Schön 1983; Dewe & Otto 2018). Insbesondere in der Radikalisierungsprävention ist dies bedeutsam, da Fachkräfte häufig in Spannungsfeldern zwischen demokratischer Positionierung, Beziehungsarbeit und ergebnisoffener Prozessbegleitung agieren (Mohammad Oulad M'Hand & Nader 2020; Kart et al. 2025). Eine reflektierte professionelle Haltung unterstützt dabei, zwischen Person und Position zu unterscheiden, Ambivalenzen auszuhalten und Veränderungsprozesse über tragfähige Arbeitsbeziehungen zu fördern (Thiersch 2020).

Die zunehmende Bedeutung Sozialer Medien erweitert zudem die fachlichen Anforderungen an Berater*innen. Anders als viele traditionelle Beratungsfelder verändern sich digitale Kommunikationsräume in kurzer Zeit (Campayo 2020). Professionelles Handeln zeichnet sich jedoch nicht dadurch aus, alle aktuellen digitalen Entwicklungen umfassend zu kennen, sondern dadurch, Unsicherheiten wahrzunehmen, Informationsbedarfe zu erkennen und bei Bedarf zusätzliche fachliche Expertise einzubeziehen. Regelmäßige Fortbildungen, kollegiale Beratung und interdisziplinärer Austausch können dazu beitragen, aktuelle Entwicklungen einzuordnen und die eigene Handlungssicherheit zu stärken. Selbstreflexion umfasst in diesem Zusammenhang auch die kritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Wissenstand sowie die Bereitschaft, den eigenen fachlichen Wissensstand fortlaufend zu erweitern.

Fragen zur Selbstreflexion



- Welche Social Media-Inhalte lösen bei mir sofort Sorge, Ärger oder Ablehnung aus?
- Wann neige ich dazu, schnell widersprechen oder belehren zu wollen?
- Welche religiösen Begriffe, Symbole oder Akteur*innen verunsichern mich?
- Welche eigenen Bilder über bestimmte Gruppen bringe ich mit?
- Kann ich zwischen der Person, ihren Bedürfnissen, ihren Aussagen und möglichen ideologischen Bezügen unterscheiden?
- Wann muss ich klar Position beziehen?
- Wo liegen die Grenzen meines Wissens?
- Wann brauche ich kollegiale Beratung, Supervision oder zusätzliche fachliche Expertise?
- Die Reflexion der eigenen Haltung ist eine zentrale Voraussetzung professioneller Beratungsarbeit. Sie unterstützt dabei, offen für unterschiedliche Perspektiven zu bleiben und Gespräche auch bei schwierigen Themen konstruktiv zu gestalten.

Abb. 21: Reflexionsbox zur eigenen Haltung im Beratungskontext

9 Medienkompetenzförderung und digitale Resilienz

Digitale Medien sind zentrale Orte gesellschaftlicher Kommunikation, Identitätsentwicklung und Meinungsbildung. Sie bieten vielfältige Möglichkeiten zur Information, Beteiligung und Vernetzung. Zugleich bergen sie Risiken durch Desinformation, Verschwörungserzählungen, Hassrede und extremistische Ansprachen. Islamistische Akteur*innen nutzen digitale Plattformen gezielt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, Zugehörigkeit anzubieten und ideologische Inhalte niedrigschwellig zu verbreiten (Stein et al. 2024). Die Präventions- und Beratungsarbeit steht daher nicht nur vor der Herausforderung, problematische Inhalte zu erkennen; sie muss auch dazu im Stande sein, Kompetenzen zu fördern, die Klient*innen dazu befähigen, digitale Informationen kritisch einzuordnen und manipulative Strategien zu erkennen.

Medienkompetenz und digitale Resilienz als Schutzfaktoren

Medienkompetenz beschreibt die Fähigkeit, Medien kritisch, reflektiert und selbstbestimmt zu nutzen (Baacke 1999). Sie umfasst nicht nur technische Fertigkeiten, sondern auch die Fähigkeit, Informationen zu bewerten, Quellen einzuordnen und die gesellschaftlichen Bedingungen medialer Kommunikation zu verstehen (Siller et al. 2020).

Digitale Resilienz geht darüber hinaus. Sie bezeichnet die Fähigkeit, digitale Herausforderungen, Risiken und Belastungen zu bewältigen, ohne die eigene Handlungsfähigkeit zu verlieren (Livingstone et al. 2019). Dazu gehören beispielsweise:

- der Umgang mit Desinformation
- die Verarbeitung belastender Inhalte
- die Fähigkeit zur Konfliktbewältigung in digitalen Räumen
- die Reflexion emotionalisierender Inhalte
- die Fähigkeit, Unterstützung zu suchen und anzunehmen

Forschung zu islamistischen Radikalisierungsprozessen zeigt, dass digitale Medien selten die einzige Ursache einer Radikalisierung sind. Sie können jedoch bestehende Identitätskonflikte, Zugehörigkeitssuchen oder Krisenerfahrungen verstärken und damit Radikalisierungsverläufe beeinflussen (Stein et al. 2024). Medienkompetenz und digitale Resilienz sind daher wichtige Schutzfaktoren.

Methoden für die Praxis

Im Beratungs- oder Präventionskontext wird Raum dafür geboten, digitale Inhalte gemeinsam zu reflektieren und zu diskutieren, wie Informationen wahrgenommen, bewertet und weiterverarbeitet werden (vgl. Kapitel 7). Ziel ist nicht die Kontrolle der Mediennutzung, sondern das gemeinsame Verstehen digitaler Lebenswelten. Fachkräfte können mit Hilfe der folgenden Methoden Klient*innen dabei unterstützen, ihre Wahrnehmungen zu reflektieren, Informationsquellen kritisch zu prüfen und alternative Perspektiven zu entwickeln.

METHODE IM EINZELSETTING: VERTRAUENSLANDKARTE

Viele Klient*innen orientieren sich bei der Suche nach und der Einordnung von Informationen stärker an Personen als an Institutionen. Deshalb kann es hilfreich sein, gemeinsam zu reflektieren, welchen Quellen Vertrauen geschenkt wird. Das Erstellen einer „Vertrauenslandkarte“ kann Quellenbewusstsein fördern, ohne einzelne Quellen unmittelbar abzuwerten.

Vorgehen:

- Der*die Klient*in notiert wichtige Informationsquellen (z. B. Freund*innen, Influencer*innen, Nachrichtenportale, Prediger*innen oder Social Media-Kanäle).
- Anschließend werden die Quellen nach dem Grad des Vertrauens sortiert (hoch – mittel – gering, alternativ: Skala von 1 bis 10).
- Gemeinsam wird reflektiert:
 - Warum vertraust du dieser Quelle?
 - Woher bezieht sie ihre Informationen?
 - Woran erkennst du, ob Informationen glaubwürdig sind?
 - Welche anderen Perspektiven könnten hilfreich sein?

METHODE FÜR DIE GRUPPENARBEIT: FAKTENCHECK-CHALLENGE

Bei der Faktencheck-Challenge analysieren Kleingruppen ausgewählte Social Media-Beiträge, Videos oder Screenshots und überprüfen deren Glaubwürdigkeit anhand festgelegter Kriterien. Die Beiträge können sowohl verlässliche als auch irreführende oder manipulativ aufbereitete Informationen enthalten.

Vorgehen:

- Die Gruppen recherchieren beispielsweise:
 - Wer ist Urheber*in des Beitrags?
 - Werden Quellen oder Belege genannt?
 - Lassen sich die Informationen durch andere Quellen bestätigen?
 - Werden Bilder oder Zitate möglicherweise aus dem Zusammenhang gerissen?
 - Welche sprachlichen oder emotionalen Strategien werden eingesetzt?
- Anschließend präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse und begründen ihre Einschätzung. In der gemeinsamen Auswertung werden die angewandten Prüfschritte reflektiert und unterschiedliche Bewertungen diskutiert.

Kritische Quellenprüfung und Umgang mit Desinformation

Extremistische und verschwörungsideologische Inhalte beinhalten oft emotionalisierende Darstellungen, selektive Informationen oder bewusst irreführende Behauptungen. Die Fähigkeit zur Quellenbewertung ist daher ein zentraler Bestandteil digitaler Resilienz.

Folgende Kriterien können bei der Bewertung von Quellen helfen:

1. Wer veröffentlicht die Information?
2. Ist die Quelle nachvollziehbar und transparent?
3. Werden Belege oder Primärquellen genannt?
4. Berichten auch andere seriöse Quellen darüber?
5. Werden starke Emotionen gezielt angesprochen?
6. Sind Bild- oder Videomaterialien authentisch?

Wichtig: Desinformation muss nicht immer vollständig erfunden sein. Häufig werden reale Ereignisse verkürzt, aus dem Zusammenhang gerissen oder selektiv dargestellt.

„Ablauf Quellenprüfung“

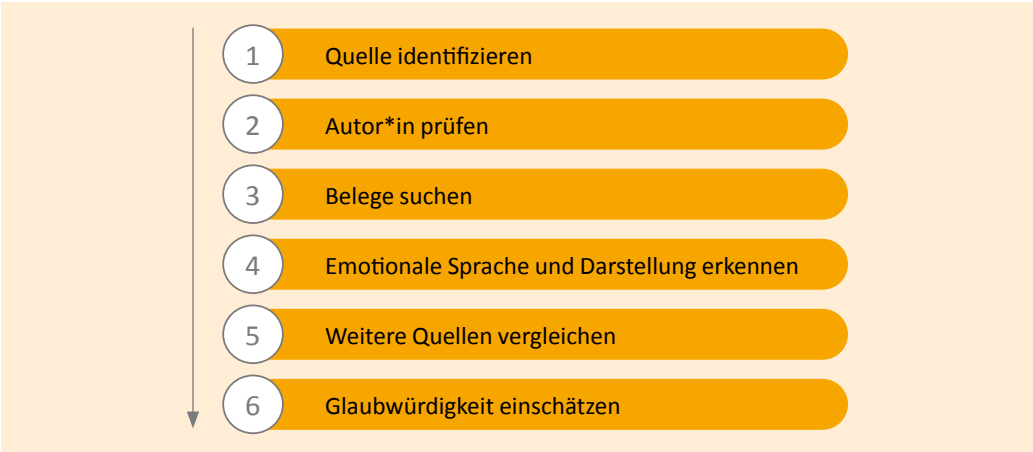


Abb. 22: Schaubild zum Ablauf einer Quellenprüfung

Alternative Narrative und plurale Perspektiven

Die Präventionspraxis darf sich nicht auf die Widerlegung extremistischer Aussagen beschränken. Reine Gegenargumente entfalten häufig nur begrenzte Wirkung, wenn sie zentrale Bedürfnisse nach Zugehörigkeit, Orientierung oder Anerkennung nicht berücksichtigen (Frischlich et al. 2018). Alternative Narrative setzen deshalb an den zugrunde liegenden Bedürfnissen an und eröffnen zusätzliche Deutungs- und Handlungsmöglichkeiten.

Zentrale Prinzipien dabei sind:

- Komplexität statt Vereinfachung
- Vielfalt statt „Freund-Feind-Denken“
- Zugehörigkeit ohne Ausgrenzung
- Selbstwirksamkeit ohne Extremismus
- Religiöse Identität ohne demokratiefeindliche Ideologien

Alternative Narrative in der Praxis: Konstruktive Gegenerzählungen zu islamistischen Narrativen

NARRATIV	ALTERNATIVE PERSPEKTIVE
„Es gibt nur eine richtige Auslegung des Islam.“	„Islamische Traditionen sind historisch und gegenwärtig vielfältig. Unterschiedliche religiöse Positionen und Interpretationen gehören seit jeher zur islamischen Glaubenslehre.“
„Demokratie und Islam sind unvereinbar.“	„Viele Muslim*innen verbinden ihren Glauben mit demokratischen Werten wie Gerechtigkeit, Verantwortung, Beteiligung und Respekt gegenüber anderen Menschen.“
„Gewalt ist notwendig, um Ungerechtigkeit zu bekämpfen.“	„Gesellschaftliche Veränderungen können durch Dialog, zivilgesellschaftliches Engagement und demokratische Beteiligung erreicht werden. Gewalt verursacht häufig neues Leid und verschärft Konflikte.“

Hinweis: Alternative Narrative sollen nicht belehren oder moralisieren. Ziel ist es, einseitige Deutungen zu hinterfragen, pluralistische Perspektiven sichtbar zu machen und konstruktive Identitäts- und Zugehörigkeitsangebote zu stärken.

Abb. 23: Übersicht alternativer Narrative zu islamistischen Kernerzählungen

Tools, Methoden und Projekte zur vertiefenden Medienkompetenzförderung

Für die Praxis stehen zahlreiche erprobte Materialien, Methoden und Projekte zur Verfügung, die Fachkräfte bei der Förderung von Medienkompetenz und digitaler Resilienz unterstützen können. Die Angebote reichen von Informations- und Unterrichtsmaterialien über interaktive Lernformate bis hin zu Beratungs- und Faktencheck-Angeboten. Sie helfen dabei, Kompetenzen zur kritischen Bewertung von Informationen aufzubauen, Desinformation zu erkennen, digitale Risiken zu reflektieren und einen selbstbestimmten Umgang mit Sozialen Medien zu fördern. Viele der Angebote sind kostenfrei verfügbar und können sowohl in der Einzelarbeit als auch in Gruppenformaten eingesetzt werden.

ANGEBOT	KURZBESCHREIBUNG	ZIELGRUPPE	ZUGANG
klicksafe	Materialien zu Medienkompetenz, Desinformation und digitaler Bildung	Jugendliche, Fachkräfte	www.klicksafe.de
JUUUUPORT	Peer-Beratung zu Online-Problemen	Jugendliche	www.juuuport.de
Faktenfinder (ARD)	Faktenchecks und Materialien zu Desinformation	Jugendliche, Erwachsene	www.tagesschau.de/faktenfinder
CORRECTIV Faktencheck	Recherche und Faktenprüfung zu aktuellen Themen	Jugendliche, Erwachsene	www.correctiv.org
No World Order	Materialien zu Extremismusprävention und Medienbildung	Fachkräfte	https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/no-world-order/
Handysektor	Digitale Lebenswelten und Medienkompetenz	Jugendliche	www.handysektor.de
EU Kids Online	Forschung und Materialien zu Online-Risiken	Fachkräfte	www.eukidsonline.de

Abb. 24: Übersicht zu relevanten medienpädagogischen Projekten und Angeboten

10 Arbeitsmaterialien und Ressourcen

Dieses Kapitel bündelt das Praxiswissen der vorherigen Kapitel: Checklisten für den Einsatz in der Praxis, ein Glossar zum Nachschlagen, kommentierte Literatur sowie eine Übersicht von Anlaufstellen. Es ist als Werkzeugkasten für den Arbeitsalltag gedacht.

Bitte vor Gebrauch prüfen

Die Beratungsstellenlandschaft, Links und Kontaktdaten ändern sich.
Bitte prüfen Sie vor der Weitergabe, ob die jeweiligen Daten noch aktuell sind.



Checkliste 1: Digitale Einflussfaktoren im Beratungsgespräch



VORBEREITUNG UND GESPRÄCHSHALTUNG (VGL. KAPITEL 7 UND 8)

- ☐ Habe ich Veränderungen (z. B. Sprache, Verwendung von Symbolen oder Hashtags, Verhalten) über den Zeitverlauf im Blick, statt eines Einzelindikators?
- ☐ Bewerte ich digitale Hinweise im Kontext (Biografie, soziales Umfeld, Schutzfaktoren)?
- ☐ Unterscheide ich zwischen jugendtypischem Verhalten / Religiosität und einer ideologischen Verengung (Abwertung, Gewaltlegitimation)?
- ☐ Frage ich nach der bedürfniserfüllenden Funktion („Was gibt mir der Inhalt?“) statt nur nach der Beschaffenheit des Inhalts?
- ☐ Habe ich meine eigene Reaktion reflektiert (Alarmismus oder Bias)?
- ☐ Halte ich die Beziehung, auch wenn mir Inhalte problematisch erscheinen?
- ☐ Weiß ich, wann ich Fachberatung oder externe Unterstützung hinzuziehe?

Checkliste 2: Analyse extremistischer Online-Inhalte

FAKTOREN BEIM SICHTEN VON INHALTEN

- ☐ Absender*in / Urheber*in: Wer postet, mit welcher (para-)sozialen Beziehungen zum Publikum?
- ☐ Botschaft / Narrativ: Welche Narrative herrschen vor (z. B. Opfernarrativ, Wir-gegen-die, einfache Lösungen...)?
- ☐ Wirkebenen: Wie und auf welchen Ebenen (sprachlich, visuell, auditiv) wirken die Inhalte?
- ☐ Strategie: Welche Strategien sind erkennbar (Emotionalisierung, Humor, Ästhetisierung etc.)?
- ☐ Bedürfnisse: Welches Bedürfnis spricht der jeweilige Inhalt an (z. B. Zugehörigkeit, Anerkennung, Sinn etc.)?
- ☐ Ziel: Hat der Inhalt ein explizites Ziel, z. B. Rekrutierung von Anhänger*innen, Verbreitung von Ideologie oder gar Anstiftung zur Gewalt?

Checkliste 3: Selbstreflexion der eigenen Haltung

- ☐ Reagiere ich auf das Verhalten, auf einen spezifischen Inhalt oder auf einen religiösen oder kulturellen Bezug?
- ☐ Verwechsele ich Provokation oder jugendtypisches Verhalten mit Gefahr?
- ☐ Bin ich mir meiner eigenen Unsicherheiten oder Vorurteile bewusst?

Glossar

BEGRIFF	ERKLÄRUNG
Algorithmus	Software, die auswählt, welcher Inhalt wem gezeigt wird: Auf vielen Websites und in Social Media-Apps im Hintergrund aktiv, im Kontext Social Media optimiert auf Verweildauer und Interaktion.
Aufmerksamkeits-ökonomie	Geschäftsmodell, in dem Aufmerksamkeit die wichtigste Metrik ist. Begünstigt Inhalte, die viel Aufmerksamkeit erzeugen
Dark Social	Nicht-öffentliche Kommunikation und Plattformen (z. B. Messenger, geschlossene Foren)
Deplatforming	Löschung bzw. Sperrung von Accounts und Akteur*innen auf bestimmten Plattformen
Echokammer	Soziale Verengung auf digitalen Plattformen: Menschen mit der gleichen Meinung kommunizieren miteinander und verstärken sich gegenseitig
Filterblase	Inhaltliche Verengung auf digitalen Plattformen: Algorithmische , Systeme erzeugen nur noch (weltanschaulich) gleichartige Inhalte
FOMO	„Fear of Missing Out“, auch „Angst, etwas zu verpassen“: Effekt, der dafür sorgt, dass Menschen viel Zeit auf Social Media verbringen
Hybride Ideologien	Vermischung von Versatzstücken einzelner extremistischer Ideologien zu einem spezifischen, extremistischen Weltbild
Hybride Radikalisierung	Zusammenwirken von Online- und Offline-Einflüsse bei Radikalisierungsprozessen
Mainstreaming	Einsickern (extremistischer) Haltungen in große Plattformen und in den gesellschaftlichen Diskurs
Multimodalität	Wirkung von Inhalten über mehrere Sinnesebenen hinweg
Parasoziale Beziehung	Gefühlte (freundschaftliche) Nähe zu medialen Akteur*innen, wodurch eine kritische Haltung schwindet
Rabbit Hole	„Sog“ in ein (ggf. extremistisches) Thema hinein, befördert durch Algorithmen und Autoplay-Funktion
Social Proof	Soziale Bestätigung durch Likes, Viewzahlen und Kommentare auf Social Media-Plattformen
Stochastischer Terrorismus	Extremistische Inhalte im Internet erhöhen die Wahrscheinlichkeit von individuellen Gewalttaten, ohne, dass es direkte Befehls- oder Kommandostrukturen dafür gibt.
Szenecodes / Chiffren	Symbole, Begriffe, Emojis, Memes, die zur Selbstvergewisserung innerhalb des Milieus und zur Abgrenzung nach außen dienen.

Abb. 25: Glossar der wichtigsten Begriffe im Kontext Radikalisierung und Soziale Medien

Bundesweite Beratungsstellen und Anlaufstellen

STELLE	FUNKTION	KONTAKT
„Beratungsstelle Radikalisierung“ des Kompetenzzentrums des Bundes für Islamismusprävention und Deradikalisierung (BAMF)	Bundesweite Erstanlaufstelle für Angehörige / Fachkräfte bei Radikalisierungsverdacht; vermittelt Beratung vor Ort	Hotline 0911 943 43 43 (Mo- Fr 09:00-15:00 Uhr) beratungsstelle-radikalisierung.de
Violence Prevention Network gGmbH	Beratung (Bayern, Berlin, Hessen, Sachsen, Thüringen), Distanzierung / Ausstieg, Fortbildung	violence-prevention-network.de/ Bundesweite Beratungs-Hotline Tel.: 0176 461 362 55 (24 / 7)
Ufuq.de	Pädagogik / Prävention, Fortbildungen, Materialien	ufuq.de
KN:IX connect – Verbund Islamismusprävention und Demokratieförderung	Fachnetzwerk, Wissenstransfer, Monitoring	kn-ix.de
Bundesarbeitsgemeinschaft religiös begründeter Extremismus	Dachverband zivilgesellschaftlicher Präventionsangebote	bag-relex.de

Abb. 26: Übersicht relevanter Beratungs- und Anlaufstellen im Kontext islamistische Radikalisierung

Literatur

Aktion Jugendschutz NRW (AJS). 2024. Handreichung Islamistische Radikalisierung – Jugend stark machen. <https://ajs.nrw/wp-content/uploads/2024/03/Handreichung-Islamistische-Radikalisierung.pdf>. Zugriff am 13.07.2026.

Baacke, D. 1999. Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. München: kopaed.

Beelmann, A. 2019. „Grundlagen eines entwicklungsorientierten Modells der Radikalisierung.“ In Prävention und Demokratieförderung. Gutachterliche Stellungnahmen zum 24. Deutschen Präventionstag, hrsg. von E. Marks. Forum Verlag. <https://www.praeventionstag.de/dokumentation/download.cms?id=2792>. Zugriff am 13.07.2026.

Berg, A. von. 2022. Individuum und Gemeinschaft: Distanzierungsprozesse im islamistischen Extremismus. Wiesbaden: Springer VS.

Berger, J., Milkman, Katherine L. 2012. „What Makes Online Content Viral?“ Journal of Marketing Research 49 (2).

Brady, Crockett und Van Bavel. 2020. „The MAD Model of Moral Contagion.“ Perspectives on Psychological Science 15 (4).

Brinkmöller, N., B. Büchenschütz und L. Kreisel. 2025. Hybridisierung, Fragmentierung, Individualisierung – Extremistische Ideologien im Wandel? <https://violence-prevention-network.de/wp-content/uploads/2025/11/Violence-Prevention-Network-Schriftenreihe-Heft-15.pdf>. Zugriff am 19.06.2026.

Bruns, Axel. 2019. Are Filter Bubbles Real? Cambridge: Polity Press.

Bundesamt für Verfassungsschutz. o. J.-a. „Begriff und Erscheinungsformen des Islamismus.“ https://www.verfassungsschutz.de/DE/themen/islamismus-und-islamistischer-terrorismus/begriff-und-erscheinungsformen/begriff-und-erscheinungsformen_artikel.html. Zugriff am 13.07.2026.

Bundesamt für Verfassungsschutz. o. J.-b. „Jihadistische Internetpropaganda.“ <https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/hintergruende/DE/islamismus-und-islamistischer-terrorismus/jihadistische-internetpropaganda.html>. Zugriff am 13.07.2026.

Bundesministerium des Innern. 2020. „Betätigungsverbot gegen die Hizb Allah.“ <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2020/04/betaetigungsverbot-hizb-allah.html>. Zugriff am 13.07.2026.

Bundesministerium des Innern. 2024. „Pressemitteilung zum IZH-Verbot vom 24.07.2024.“ <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2024/07/exekutive3.html>. Zugriff am 13.07.2026.

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). o. J. „Die Hizb ut-Tahrir in Deutschland.“ Infodienst Radikalisierungsprävention. <https://www.bpb.de/themen/infodienst/329054/die-hizb-ut-tahrir-in-deutschland/>. Zugriff am 13.07.2026.

Calmbach, M., B. Flaig, R. Gaber, T. Gensheimer, H. Möller-Slawinski, C. Schleer und N. Wisniewski. 2024. *Wie ticken Jugendliche? 2024. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Campayo, S. 2020. „Professionelles Handeln mit Blick auf Digitalisierung.“ In *Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung*, hrsg. von N. Kutscher, T. Ley, U. Seelmeyer, F. Siller, A. Tillmann und I. Zorn, 290–301. Weinheim: Beltz Juventa.

Criezis, M. 2024. „AI Caliphate: The creation of pro-Islamic State propaganda using generative AI.“ *Global Network on Extremism and Technology (GNET)*, 5. Februar 2024. <https://gnet-research.org/2024/02/05/ai-caliphate-pro-islamic-state-propaganda-and-generative-ai/>. Zugriff am 13.07.2026.

Cuppens, T. 2022. „Conference Note: Offline Exclusion, Online Inclusion?“ *Journal for Deradicalization* 33: 318–328.

Dewe, B., und H.-U. Otto. 2018. „Profession.“ In *Handbuch Soziale Arbeit*, hrsg. von H.-U. Otto, H. Thiersch, R. Treptow und H. Ziegler, 6. Aufl., 1191–1202. München: Reinhardt.

Esholdt, H. F. 2022. „The attractions of Salafi-jihadism as a gendered counterculture: Propaganda narratives from the Swedish online ‚sisters in deen‘.“ In *Salafi-Jihadism and Digital Media*, 66–91. Routledge.

Floridi, Luciano, Hrsg. 2015. *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Cham: Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-04093-6>.

Friedrich, Benedikt. 2026. „ALTERnative Perspektiven? Islamistischer Extremismus jenseits der Adoleszenz.“ Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/themen/infodienst/576160/alternative-perspektiven-islamistischer-extremismus-jenseits-der-adoleszenz/>.

Frischlich, L., D. Rieger, A. Morten und G. Bente. 2018. „The Power of a Good Story: Narrative Persuasion in Extremist Propaganda and Videos against Violent Extremism.“ *International Journal of Conflict and Violence* 12.

Gartenstein-Ross, D., A. Zammit, E. Chace-Donahue und M. Urban. 2025. „Composite violent extremism: Conceptualizing attackers who increasingly challenge traditional categories of terrorism.“ *Studies in Conflict & Terrorism* 48 (12): 1343–1369.

Gaub, F. 2014. *Islamism and Islamists: A Very Short Introduction*. Brief Issue 28. Paris: European Union Institute for Security Studies (EUISS).

Greipl, S., J. Hohner, H. Schulze und D. Rieger. 2023. „Radikalisierung im Internet: Ansätze zur Differenzierung, empirische Befunde und Perspektiven zu Online-Gruppendynamiken.“ *MOTRA-Monitor* 2023. Ludwig-Maximilians-Universität München.

HateAid. o. J. „Stochastischer Terrorismus: Vom Hass zum Attentat.“ <https://hateaid.org/stochastischer-terrorismus/>. Zugriff am 13.07.2026.

Hugger, Kai-Uwe. 2020. „Zur gegenwärtigen Bedeutung von digitalen Medien in jugendlichen Lebenswelten.“ Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. (BKJ), 18. Oktober 2020. <https://bkj.de/digital/wissensbasis/beitrag/zur-gegenwaertigen-bedeutung-von-digitalen-medien-in-jugendlichen-lebenswelten>. Zugriff am 13.07.2026.

Innenministerium Niedersachsen. o. J. „Durchsuchung bei Hizb ut-Tahrir-Anhängern“. <https://www.mi.niedersachsen.de/startseite/aktuelles/presseinformationen/-60734.html>. Zugriff am 13.07.2026.

Jost, J. 2018. „Der Tunnelblick im Kopf. Psychologische Faktoren in extremistischer und terroristischer Radikalisierung.“ Bundeszentrale für politische Bildung, 17. September 2018. <https://www.bpb.de/themen/islamismus/dossier-islamismus/275872/der-tunnelblick-im-kopf/>. Zugriff am 19.06.2026. Zugriff am 13.07.2026.

Kart, Mehmet, Eike Bösing, Yannick von Lautz und Margit Stein. 2025. „Professionelle Beziehungsgestaltung in der Präventions- und Deradikalisierungsarbeit im Kontext islamistischer Radikalisierung.“ In Sozialarbeiterische Beziehungsgestaltung. Einblicke in Theorie, Praxis und Forschung, hrsg. von Jeanette Pohl, Wolfgang Klug und Daniel Niebauer, 203–218. Nomos.

Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS). o. J. „Von Hate Speech in den sozialen Netzwerken zu extremistischer Gewalt?“ <https://www.kas.de/de/web/extremismus/von-hate-speech-in-den-sozialen-netzwerken-zu-extremistischer-gewalt->. Zugriff am 13.07.2026.

Krotz, Friedrich. 2007. Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-531-90414-6>. Zugriff am 13.07.2026.

Lamberty, P. 2020. „Die Psychologie des Verschwörungsglaubens.“ Bundeszentrale für politische Bildung, 11. November 2020. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/318704/die-psychologie-des-verschwoerungsglaubens/>. Zugriff am 19.06.2026. Zugriff am 13.07.2026.

Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg. o. J.-a. „Schiitischer Islamismus.“ <https://www.verfassungsschutz-bw.de/Lde/Startseite/Arbeitsfelder/Schiitischer%20Islamismus>. Zugriff am 13.07.2026.

Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg. o. J.-b. „Social Media und Islamismus.“ <https://www.verfassungsschutz-bw.de/Lde/Startseite/Meldungen+und+Archiv/Social+Media+und+Islamismus>. Zugriff am 13.07.2026.

Landesamt für Verfassungsschutz Hamburg. o. J. „Schiitischer Islamismus.“ <https://www.hamburg.de/politik-und-verwaltung/behoerden/behoerde-fuer-inneres-und-sport/aemter/landesamt-fuer-verfassungsschutz-hamburg/islamismus/schiitischer-islamismus>. Zugriff am 13.07.2026.

Landesanstalt für Medien NRW. 2025. Digitale Grauzonen: Radikalisierungspotenziale von islamistischen Videos und Kommentarspalten. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien NRW.

- Langner, J. 2020. „Religion als Ressource in der Radikalisierungsprävention?“ In Religion als Faktor der Radikalisierung? Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis, hrsg. von A. Foitzik, A. Frank, M. Glaser und M. Herding, 80–91. DJI Verlag.
- Lautz, Y. von, E. Bösing, M. Dannemann, M. Stein und M. Kart. 2023. „Die Rolle digitaler Lebenswelten in der Abwendung junger Menschen vom Islamismus im Fokus von Forschung und Präventionspraxis.“ In Soziale Arbeit und gesellschaftliche Transformation zwischen Exklusion und Inklusion: Analysen und Perspektiven, hrsg. von B. Friele, M. Kart, D. Kergel, J. Rieger, B. Schomers, K. Sen, M. Staats und P. Trotzke, 65–79. Springer VS.
- Livingstone, S., M. Stoilova und R. Nandagiri. 2019. Children’s data and privacy online: Growing up in a digital age. An evidence review. London: London School of Economics and Political Science.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). 2024. JIM-Studie 2024. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. https://mpfs.de/app/uploads/2024/11/JIM_2024_PDF_barrierearm.pdf. Zugriff am 13.07.2026.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). 2025. JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart. https://mpfs.de/app/uploads/2025/11/JIM_2025_PDF_barrierearm.pdf. Zugriff am 13.07.2026.
- Mehra, T., und B. van Ginkel. 2025. „Boundaries to Borderline Content: Defining the Scope of Implicit Extremist Content.“ International Centre for Counter-Terrorism (ICCT), 2.
- Meijer, R. 2023. „Global Salafism.“ In The Wiley Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements, hrsg. von D. A. Snow, D. della Porta, D. McAdam und B. Klandermans, 2. Aufl. Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.
- Mensch und Digitalisierung. 2025. „Echokammern, Filterblasen und Rabbit Holes: Psychologische Mechanismen, empirische Evidenz und gesellschaftliche Implikationen.“ <https://www.menschunddigitalisierung.de/2025/05/echokammern-filterblasen-und-rabbit.html>. Zugriff am 13.07.2026.
- Ministerium des Innern NRW. 2025. „Verfassungsschutzbericht 2024: Extremismus wird jünger und digitaler ...“ <https://www.im.nrw/verfassungsschutzbericht-2024-extremismus-wird-juenger-und-digitaler-spionage-und-cyberangriffe>. Zugriff am 13.07.2026.
- Mohammed Oulad M’Hand, S., und M. Nadar. 2020. Schwer erreichbare Zielgruppen für die Radikalisierungsprävention: Erfahrungen und Ansätze der Sozialen Arbeit. CoRE-NRW Kurzgutachten 1. Bonn: Bonn International Center for Conversion (BICC). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-88948-3>. Zugriff am 13.07.2026.
- Nicholas, L., et al. 2024. „Antifeminist, manosphere and right-wing extremist sentiment among men who use domestic and family violence: masculinism, misinformation, and the justificatory logics of violence.“ International Journal for Masculinity Studies 21 (2). <https://doi.org/10.1080/18902138.2024.2430513>. Zugriff am 13.07.2026.
- Prävention gegen gewaltbereiten Salafismus NRW. o. J. „Die Plattformen der islamistischen Szene.“ <https://www.gegen-gewaltbereiten-salafismus.nrw/de/hintergruende/im-fokus/online-praevention/die-plattformen-der-islamistischen-szene>. Zugriff am 13.07.2026.

- Rieger, D., H. Schulze, J. Hohner und S. Greipl. 2021. „Wie das Internet Radikalisierungsprozesse fördert: Fünf Ansatzpunkte für die Forschung.“ MOTRA-Monitor: 206–239.
- Robertson et al. 2023. „Negativity drives online news consumption.“ *Nature Human Behaviour* 7 (5).
- Schlegel, L., und A. Amarasingam. 2022. Examining the Intersection Between Gaming and Violent Extremism. UN Office of Counter-Terrorism: UN Counter-Terrorism Centre. https://www.un.org/counterterrorism/sites/default/files/221005_research_launch_on_gaming_ve.pdf. Zugriff am 19.06.2026.
- Schön, D. A. 1983. *The Reflective Practitioner. How Professionals Think in Action*. New York: Basic Books.
- Schuurman, B. 2020. „Non-involvement in terrorist violence.“ *Perspectives on Terrorism* 14 (6): 14–26.
- Siller, F., A. Tillmann und I. Zorn. 2020. „Medienkompetenz und medienpädagogische Kompetenz in der Sozialen Arbeit.“ In *Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung*, hrsg. von N. Kutscher et al., 315–332. Beltz Juventa.
- Stein, M., E. Bösing, M. Kart und Y. von Lautz. 2024. „Die Rolle digitaler Medien in der Hinwendung zu islamistischer Radikalisierung.“ *MedienPädagogik* 59: 123–140.
- Thiersch, H. 2020. *Lebensweltorientierte Soziale Arbeit*. 10. Aufl. Weinheim: Beltz Juventa.
- Tippelt, Florian. 2025. „Social Media zwischen Wachstum und Sättigung: Nutzungsmuster und Plattformdynamiken in Deutschland. Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2025.“ *Media Perspektiven* 31/2025. https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2025/MP_31_2025_ARD_ZDF-Medienstudie_Social_Media_zwischen_Wachstum_und_Saettigung_Nutzungsmuster_und_Plattformdynamiken_in_Deutschland.pdf. Zugriff am 13.07.2026.
- ufuq.de. o. J.-a. „„Konfrontative Religionsbekundung“?! Pädagogische Zugänge zu Konflikten jenseits von religiösem Othering und Alarmismus.“ <https://www.ufuq.de/aktuelles/konfrontative-religionsbekundung-paedagogische-zugaenge-zu-konflikten-jenseits-von-religioesem-othering-und-alarmismus/>. Zugriff am 13.07.2026.
- ufuq.de. o. J.-b. „Radikalisierungsprävention im digitalen Raum: Dynamiken, Anschlussfähigkeit und professionelle Handlungsperspektiven.“ <https://www.ufuq.de/online-bibliothek/radikalisierungspraevention-im-digitalen-raum/>. Zugriff am 13.07.2026.
- Violence Prevention Network / KN:IX. 2024. *KN:IX Report 2024 / KN:IX Plus-Monitoring*.
- Whittaker, J. 2022. *Online Radicalisation: What We Know*. Radicalisation Awareness Network (RAN), European Commission. https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2023-11/RAN-online-radicalisation_en.pdf. Zugriff am 13.07.2026.
- Wissenschaftskommunikation.de. o. J. „Abgetaucht im Rabbit Hole? Neues aus der Forschung.“ <https://www.wissenschaftskommunikation.de/abgetaucht-im-rabbit-hole-neues-aus-der-forschung-84029/>. Zugriff am 13.07.2026.

Impressum

HERAUSGEGEBEN VON

Violence Prevention Network gGmbH
Projekt Praxis Digital
Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin
(030) 917 05 464
post@violence-prevention-network.de
www.violence-prevention-network.de

©Violence Prevention Network | 2026

Eingetragen beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg
unter der Handelsregisternummer HRB 221974 B

AUTOR*INNEN

Team Praxis Digital

KONTAKT

praxisdigital@violence-prevention-network.de

LAYOUT

Grafikladen Berlin

Das Projekt wird gefördert durch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.

Gefördert durch:



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge

Für inhaltliche Aussagen und Meinungsäußerungen tragen die Publizierenden dieser
Veröffentlichung die Verantwortung.



Violence
Prevention Network