

ONLINE

CIVIL

COURAGE

INITIATIVE

OCCI DE Insight Report

(Juni 2018)

Plattformwanderung als Folge der Entfernung rechtsextremer Profile, neonazistische Propaganda und die islamistische Gruppe „Generation Islam“

In den letzten drei Monaten des Jahres ist wieder einiges passiert. Daher ist es Zeit, euch als OCCI-Community über die neusten Entwicklungen in den Bereichen Extremismus und Online-Hass auf dem Laufenden zu halten. Im ersten Teil geben wir einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen bezüglich der Entfernung identitärer Accounts auf Facebook und Instagram und die möglichen Konsequenzen für die Plattformnutzung rechtsextremer Aktivisten online. Zudem analysiert der Insight Report die neonazistische Propaganda der potentiellen Terrorgruppe Nordadler, die online zu unserem Erstaunen auch mehrere Monate nach den Verhaftungen von Gruppenmitgliedern immer noch auf verschiedenen Plattformen zu finden ist. Im Bereich Online-Islamismus präsentieren wir unsere Analysen der von vor allem von der Gruppe „Generation Islam“ koordinierten Twitteraktion #NichtOhneMeinKopftuch. Abschließend gibt es hierzu zusätzlich noch ein Interview mit Pierre Asisi von UFUQ, einem Verein, der in politischen Bildung und Prävention zu den Themen Islam, Islamfeindlichkeit und Islamismus arbeitet. Wir hoffen, dass dieser Insight Report für euch in eurer alltäglichen Arbeit hilfreich sein wird und freuen uns wie immer über Rückmeldungen!

ENTFERNUNG VON IB-ACCOUNTS UND PLATTFORMWANDERUNG

In den vergangenen Monaten hatte die rechtsextreme Identitäre Bewegung mit verschiedenen rechtlichen Vorwürfen sowie Einschränkungen von Seiten sozialer Medien Unternehmen zu kämpfen. Gegen mehrere Mitglieder der „Identitären Bewegung Österreich“ (IBÖ) wurde wegen Verhetzung, Bildung einer kriminellen Vereinigung, Sachbeschädigung und Nötigung von der Staatsanwaltschaft Graz Anklage erhoben. Dies führte Ende April in den sozialen Medien unter dem Hashtag #heimatliebeistkeinverbrechen zu Solidaritätsbekundungen von Sympathisanten der IB im deutschsprachigen Raum. Mit dieser Botschaft sollte ausgedrückt werden, dass der Prozess gegen die IB politisch motiviert sei und „patriotischer Aktivismus“ kriminalisiert werden solle.

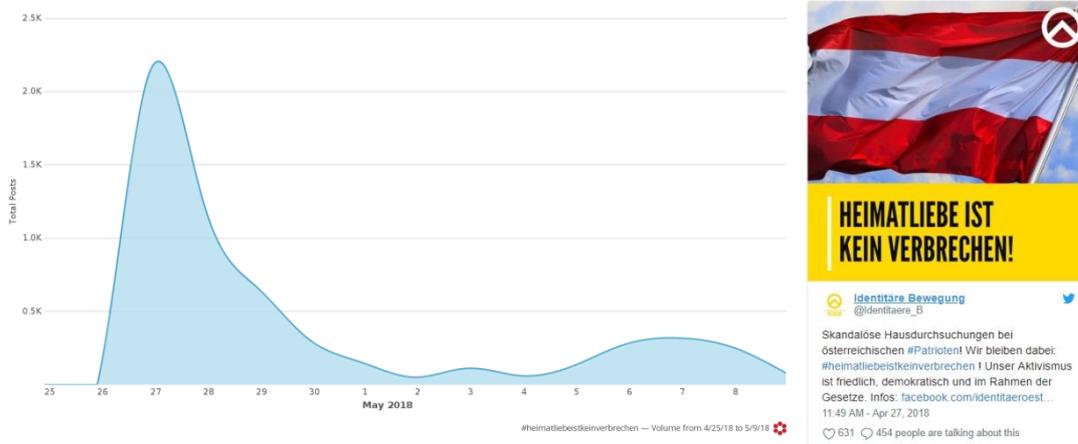


Abbildung: Verwendung des Hashtags #heimatliebeistkeinverbrechen (links) und Post der IBÖ (rechts)

Einen Monat später kam dann der Rückschlag für die IB, als Facebook und Instagram aufgrund von wiederholten Verstößen gegen deren Community-Standards eine große Anzahl an Accounts, welche den Namen „Identitäre Bewegung“ enthielten sowie die Accounts einiger bekannter IB-Aktivisten löschte. Dies veranlasste Martin Sellner, den Co-Vorsitzenden der IBÖ, in einer Reihe von Videos bekanntzugeben, dass er sich zukünftig vor allem auf die russische Facebook-Alternative VK konzentrieren wolle. Zusätzlich rief Sellner seine Follower und Unterstützer dazu auf, ihm auf VK zu folgen. Facebook beschrieb er hingegen als die politisch „schlimmste“ soziale Medien Plattform und resümierte: „Lieber habe ich es, dass Putin meine Daten hat als irgendso ein SJW [Social Justice Warrior] im Silicon Valley.“ Zwar ließ sich auf VK verfolgen, dass einige IB-Anhänger Sellner tatsächlich zu folgen schienen und Profile auf VK erstellten, aber inwiefern es sich hier um eine signifikante Plattformwanderungsbewegung handelt, bleibt abzuwarten.



Abbildung: Martin Sellner begrüßt seine Anhänger bei VK

Neben der Verwendung bereits existierender Plattformen treiben IB-Aktivisten den Aufbau eigener Plattformen wie Patriot Peer, welche der Vernetzung rechtsextremer Aktivisten dienen soll, voran. In Sellners Sonntagstream auf YouTube am 03. Juni, wenige Tage nach der Löschung der identitären Facebook- und Instagram-Accounts, gab ein weiterer identitärer Aktivist bekannt, eine spezielle Chatplattform zu entwickeln. Des Weiteren wurde die Möglichkeit diskutiert, Facebook für die Entfernung der identitären Accounts zu verklagen, jedoch wurde dazu keine genauen Details bekannt gegeben. Es wird interessant

zu beobachten sein, ob und wie sich der identitäre Diskurs durch die Verdrängung auf alternative Plattformen verändert und möglicherweise radikalisiert. Auch wenn rechtliche Maßnahmen oder das Entfernen von Accounts in bestimmten Fällen legitim und wichtig sein können, ist es von großer Bedeutung den Narrativen rechtsextremer Gruppen, deren Verbreitung durch solche Maßnahmen nicht unbedingt zurückgehen muss, durch Gegenredeaktionen und alternative Narrative, welche die Vorteile von kultureller Vielfalt und einer offenen Gesellschaft betonen, direkt etwas entgegenzusetzen.

NEONAZISTISCHE PROPAGANDA DER GRUPPE „NORDADLER“

Am 17.04.2018 kam es in den drei Bundesländern zu Razzien bei den Mitgliedern der Gruppe „Nordadler“, denen vorgeworfen wurde, eine rechtsextreme Terrorzelle gegründet und Anschläge geplant zu haben. In der Folgezeit stellte sich heraus, dass Wladislav S., ein Mitglied der „Nordadler-Gruppe“ gut mit Sascha L. befreundet war, der bis zu seiner Konversion zum Islam 2014 selber Mitglied einer militanten Neo-Nazi Gruppe war und in Videos auf YouTube zu Gewalt gegen Muslime, Immigranten und Linke aufrief. Sascha L. wurde Ende 2017 für die Planung eines terroristischen Anschlags im Namen des Islamischen Staats zu drei Jahren und drei Monaten Haftstrafe verurteilt. Wladislav L. hatte beim Prozess von Sascha L. angegeben, dass die beiden sich in „nationalsozialistischen Kreisen“ kennengelernt hätten.¹

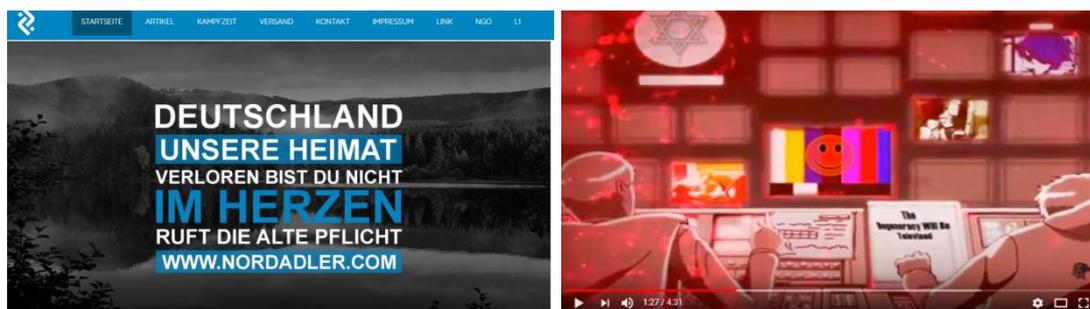


Abbildung: Webseite der Gruppe „Nordadler“ (links) und Szene aus dem Nordadler Video „NS – DER ÜBERMENSCH“ – der Schriftzug rechts liest: „The Degeneracy [Entartung] will not be televised“

Auf der Webseite der Gruppe „Nordadler“, die wie die meisten ihrer Profile in den sozialen Medien zu unserer Überraschung weiterhin verfügbar ist, wird die Weltanschauung der Gruppe detailliert erläutert. Besonders in den YouTube Videos gibt sich die Gruppe keinerlei

¹ <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2018-04/rechtsextremismus-nordadler-nationalsozialismus-antisemitismus-generalbundesanwalt-razzia>

Mühe, ihre nationalsozialistischen Verschwörungstheorien und Vernichtungsfantasien zu verheimlichen.



Abbildung: Glorifizierung des NS-Kollaborateurs Mohammed Amin al-Husseini (links) und Szene aus dem Nordadler Video „NS – Endsieg 2027 – 2033 Offenbarung/ Ragnarök/ Weltenbrand/ Apokalypse“

So fantasiert das Video „Endsieg 2027 – 2033 Offenbarung/ Ragnarök/ Weltenbrand/ Apokalypse“ einen militärischen Sieg des wiedererrichteten nationalsozialistischen Deutschlands über die Vereinigten Staaten in den späten 2020er Jahren herbei, während dem Atomwaffen auf New York geworfen und Hakenkreuzfahnen am Weißen Haus aufgehängt werden. In einem weiteren Video werden vermeintlich entartete liberale (als jüdisch protraitierte) Lebensentwürfe mit vermeintlichen „Übermenschen“ nicht-deutscher Herkunft kontrastiert. Wie in einem Artikel auf Belltower.News festgehalten wurde, sind offener Antisemitismus und Gewaltfantasien der Kern der „Nordadler“-Propaganda.² Die Überschneidungen im Bereich Antisemitismus und Gewaltverherrlichung sind sicherlich Teil der Erklärung für die zunächst kontraintuitiv erscheinende Verbindung zwischen Neonazis und Jihadisten in diesem Fall.

#NICHTOHNEMEINKOPFTUCH

Anfang April 2018 lösten einige Interviews mit Personen aus dem nordrhein-westpfälischen Integrationsministerium eine kontroverse Debatte über ein mögliches Kopftuchverbot für unter 14-jährige Schülerinnen aus. In einem Interview mit der Bild-Zeitung sprach sich Integrationsminister Joachim Stamp von der FDP dafür aus, ein solches Kopftuchverbot an Schulen zu überprüfen. Die Staatssekretärin Serap Güler vom Koalitionspartner CDU sprach sich ebenfalls für ein Kopftuchverbot für unter 14-jährige aus und erklärte: „Einem jungen Mädchen ein Kopftuch überzustülpen, ist pure Perversion. Das sexualisiert das Kind. Dagegen müssen wir klar Position beziehen.“³ Beide argumentierten, dass verhindert werden müsse, dass noch nicht religionsmündigen Kindern religiöse

² <http://www.belltower.news/artikel/terrorgruppe-nordadler-antisemitismus-als-gemeinsamer-nenner-von-islamisten-und>

³ <https://www1.wdr.de/nachrichten/landespolitik/kopftuchverbot-gueler-100.html>

Symbole aufgedrängt werden. Dagegen äußerte sich der Vorsitzende des Islamrats für Deutschland, Burhan Kesici, kritisch zu den Vorschlägen aus dem NRW-Integrationsministerium und verglich das angestrebte Kopftuchverbot mit einem Kopftuchzwang. Beide seien Musliminnen gegenüber „entmündigend“.⁴

Die islamistische Initiative „Generation Islam“, die laut Experten der in Deutschland seit 2003 verbotenen Gruppe Hizb ut-Tahrir nahesteht (mehr Hintergrundinformationen zu „Generation Islam“ und Hizb ut-Tahrir in unserem OCCI-Experteninterview mit Pierre Assisi von UFUQ auf S.), nahm die Diskussion um das Kopftuchverbot für unter 14-jährige zum Anlass für eine koordinierte Online-Kampagne. Es wurde gezielt zu einem „Wochenende der Empörung“ und einem „Twitterstorm“ aufgerufen. Dazu sollte der Hashtags #NichtOhneMeinKopftuch verwendet werden.



Abbildung: Aufruf zur Teilnahme am „Twitterstorm“ #NichtOhneMeinKopftuch

Die Kampagne #NichtOhneMeinKopftuch generierte für „Generation Islam“ und das Kopftuchverbot eine beachtliche Aufmerksamkeit. Der Hashtag wurde allein am Sonntag, den 15.04.2018 in über 100.000 Tweets benutzt. Dabei war die URL zu einer Petition gegen das Kopftuchverbot der am mit Abstand häufigste in diesen Tweets verschickte Link. Wohl auch dadurch schafften es die Gegner des Kopftuchverbots für unter 14-Jährige den Petitionsausfruf gegen das Kopftuchverbot schnell zu verbreiten, der letztendlich über 100.000 Unterschriften erhielt.



Abbildung: Petition gegen das Kopftuchverbot bei unter 14-jährigen (links)

⁴ <https://www.tagesspiegel.de/politik/integration-und-religion-nrw-loest-kontroverse-debatte-um-kopftuchverbot-fuer-junge-maedchen-aus/21155662.html>

Doch unter #NichtOhneMeinKopftuch fanden sich bei weitem nicht nur unterstützende Kommentare. So gab es zum einen Stimmen, die kritisch darauf hinwiesen, dass der Hashtag überwiegend von Männern verbreitet wurde und somit nicht als besonders repräsentativ für die Stimmen weiblicher Muslime einzustufen sei. Dies deckt sich durchaus mit unseren empirischen Daten, laut denen 71 % der User, die den Hashtag #NichtOhneMeinKopftuch benutzten und deren Geschlecht eindeutig bestimmbar war, männlich und nur 29 % weiblich waren.

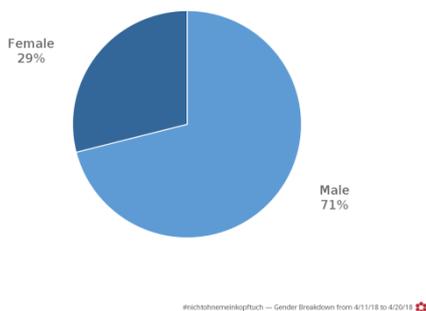


Abbildung: Geschlechterverteilung von Usern, die unter #NichtOhneMeinKopftuch gepostet haben

Schnell wurde die Kampagne auch von rechten Online-Akteuren instrumentalisiert, um xenophobe und muslimfeindliche Narrative zu verbreiten. So fanden sich unter dem Hashtag #NichtOhneMeinKopftuch schnell auch Kommentare wie „Wenn Muslime keinen Alkohol, keine Hunde, keine Bikinis, kein Schweinefleisch und keine Religionsfreiheit wollen, warum leben sie dann in Europa??“ oder „#NichtOhneMeinKopftuch ist der Beweis dafür, dass der Islam niemals zu Deutschland gehören sollte.“⁵ Laut dem Datenanalytisten Luca Hammer waren schlussendlich sogar mehr Accounts dem rechtsextremen als dem islamistischen Lager zuzuordnen, die den Hashtag benutzten.⁶

Allerdings kommt Hammer in seinen Analysen zu dem Schluss, dass die meisten Tweets aus dem Umfeld von „Generation Islam“ stammten, das besonders aktiv tweetete und sogar etwa 1000 Accounts kurz vor dem „Wochenende der Empörung“ erstellte. Beides, die hohe Aktivität einzelner und das Erstellen zusätzlicher Accounts, sagt sehr viel über das hohe Maß an Koordination aus. Dies stimmt mit unseren Ergebnissen überein, in denen wir beobachten können, dass sich der Hashtag außerhalb eines sehr kurzen Zeitraums am 15.04.2018, in dem eine hohe Anzahl von Tweets zum Thema gepostet wurden, kaum organisch verbreiten konnte. So wurde #NichtOhneMeinKopftuch bereits am Folgetag (16.04.2018) nur noch 25,000-mal benutzt und verschwand nach wenigen Tagen weitestgehend aus den Sozialen Medien. Und auch am 15.04.2018, als der Hashtag über

⁵ Die Kommentare wurden modifiziert, aber sinngemäß wiedergegeben, um die Identität der jeweiligen User zu schützen.

⁶ <https://kurier.at/chronik/weltchronik/nichtohneimeinkopftuch-wie-rechte-einem-islamistischen-flashmob-halfen/400022866>

100,000-fach verwendet wurde, geschah dies fast ausschließlich innerhalb von etwa vier Stunden. Interessanterweise kamen etwa 4 % der Tweets über #NichtOhneMeinKopftuch aus der Türkei.

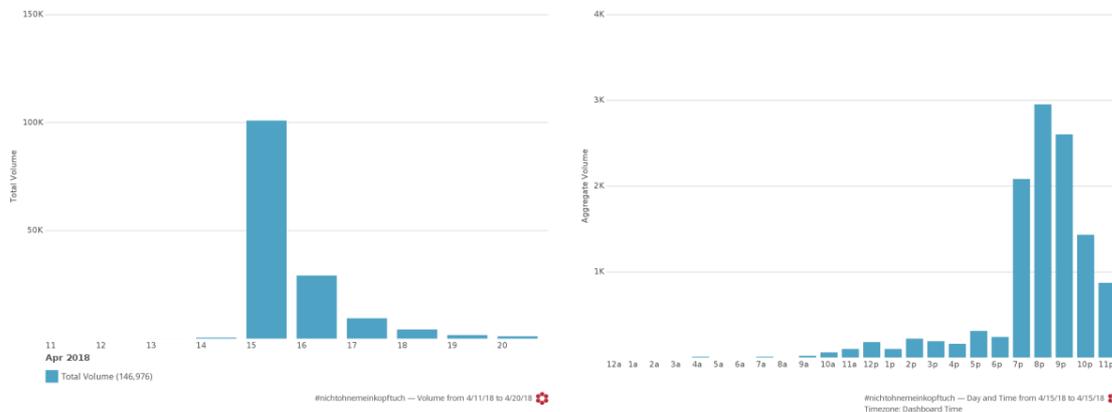


Abbildung: Verwendung des Hashtags #NichtOhneMeinKopftuch nach Tagen (links) und Verwendung des Hashtags #NichtOhneMeinKopftuch nach Uhrzeit am 14.04.2018 (rechts)

OCCI – INTERVIEW: „GENERATION ISLAM“ UND ONLINE-ISLAMISMUS

Im Interview mit Pierre Asisi⁷

OCCI: Mitte April erreichte der Hashtag #nichtohnemeinKopftuch die Top-Trends von Twitter. Was war der Hintergrund dieses Hashtags und wie entwickelte sich die Kampagne in den sozialen Medien?

Pierre Asisi: Der Hashtag bezieht sich auf die Diskussion über ein mögliches Kopftuchverbot für unter 14jährige Schülerinnen in nordrhein-westfälischen Schulen. Initiiert wurde die Kampagne von der Online-Initiative „Generation Islam“, einer im deutschsprachigen Raum relativ einflussreichen islamistischen Seite. Durch eine koordinierte Aktion, an der auch andere Seiten aus der Szene mitwirkten, konnte sich der Hashtag rasch verbreiten und erfuhr Bekanntheit weit über islamistische Kreise hinaus. Eine Petition auf onlinepetition.de fand in Deutschland über 100.000 Unterstützer_innen. Das zeigt, wie sehr solche Kampagnen in eine breite Öffentlichkeit hineinwirken. Und das ist das eigentliche Problem: Diese Akteure schaffen es, über ihre Sichtbarkeit in sozialen Medien die Meinungsbildung auch jenseits ihrer eigenen Anhänger zu beeinflussen und Konflikte zu schüren. Zuletzt wurde #nichtohnemeinKopftuch dann von der „Identitären Bewegung“ gekapert, der wohl dynamischsten rechtsextremistischen Organisation.

⁷ Pierre Asisi arbeitet beim Berliner Verein UFUQ, bei dem er das Projekt „Bildmachen – Politische Bildung und Medienpädagogik zur Prävention religiös-extremistischer Ansprachen in Sozialen Medien“ koordiniert.

OCCI: Was ist „Generation Islam“ für eine Gruppe und welche Positionen vertritt sie? Was für Narrative verbreitet diese Gruppe über den Islam und über Muslime in Deutschland?

Pierre Asisi: „Generation Islam“ ist eine islamistische Gruppe, sie unterscheidet sich aber in mancher Hinsicht von Salafisten, die in Deutschland gemeinhin mit Islamismus assoziiert werden. Inhaltlich gibt es einige Parallelen zur salafistische Szene, auch wenn die Macher von Generation Islam und ähnlichen Seiten eher im ideologischen Umfeld der in Deutschland verbotenen Hizb ut-Tahrir anzusiedeln sind. Diese Nähe zur Hizb ut-Tahrir äußert sich vor allem im Leitbild eines globalen Kalifats, der Ablehnung von Nationalstaaten und dem sehr aktivistischen und letztlich sehr politischen Auftreten. Beobachter der Szene wie der Islamwissenschaftler Patrick Möller verweisen auch auf Verlinkungen dieser Seiten auf programmatische Schriften der Hizb ut-Tahrir.

Der Hizb ut-Tahrir geht es wie der „Generation Islam“ um eine Stärkung einer rigiden religiösen Alltagspraxis, aber vor allem auch um gesellschaftspolitische Themen wie internationale Krisen und Konflikte oder gesellschaftliche Ungleichheit und Armut. Dafür zitieren sie bisweilen auch linke Globalisierungskritiker oder anerkannte Wissenschaftler, was in dieser Form für Salafisten undenkbar wäre. Sie erreichen damit vor allem sehr bildungsnahe und politisch interessierte Jugendliche und junge Erwachsene.

Initiativen wie „Generation Islam“ sehen die Muslime in Deutschland und auf der Welt als eine existenziell bedrohte Gemeinschaft, die sich nur durch Zusammenschluss schützen kann – und auf der anderen Seite von der Mehrheitsgesellschaft abgrenzen sollte. Die meisten politischen und zivilgesellschaftlichen Partizipationsmöglichkeiten – etwa Wahlen – mit denen man etwas gegen die real existierende Diskriminierung von Muslimen tun könnte, sehen sie als haram, also verboten an. Eine relativ klare Abgrenzung gibt es von terroristischer Gewalt. Der Anschlag in Berlin beispielsweise wurde zunächst als Tat eines Muslims anerkannt, die aber nicht mit dem Islam vereinbar ist. Im Nachhinein wurde die Tat dann jedoch als Reaktion eines „Krieges gegen den Islam“ dargestellt, an dem seit dem 11. September auch Deutschland beteiligt sei. Das hatte schon sehr apologetische Untertöne. Auch wenn sich „Generation Islam“ also von solchen Gewalttaten abgrenzt, verstärken sie eine Polarisierung in „wir Muslime“ und „die Nichtmuslime“ und haben damit ihren Anteil an der Vergiftung des gesellschaftlichen Klimas.

OCCI: Eine weitere Gruppe, die im Zusammenhang mit „Generation Islam“ häufig genannt wird, ist „Realität Islam“? Wie schätzen Sie diese ein? Was sind die inhaltlichen Unterschiede zwischen den beiden Gruppen?

Pierre Asisi: Der Auftritt von „Realität Islam“ ähnelt jenem von „Generation Islam“. Unter #KopftuchistunserePflicht hat sich „Realität Islam“ ebenfalls sehr sozialmedienwirksam gegen das Kopftuchverbot positioniert. Diese Initiative hat auch die Online-Petition gestartet, die sich an den Petitionsausschuss des Bundestages richtet und mittlerweile das Quorum von 50.000 Unterstützenden locker bewältigt hat. Was genau für eine Strategie dahintersteckt, ist nicht einfach zu durchschauen. Es kann durchaus darum gehen, völlig legitim Druck auf die Legislative zu erzeugen. Es kann jedoch auch sein - und das ist Spekulation - dass die Initiatoren bereits erwarten, dass die Petition im Bundestag nur eine weitere polemische Auseinandersetzung auslöst. Das wäre mit Hinblick auf die Zusammensetzung des Bundestages und dem Ursprung der Petition wahrscheinlich und würde das islamistische Opfernarrativ weiter untermauern.

OCCI: Für wie einflussreich halten Sie „Generation Islam“, „Realität Islam“ und ähnliche Gruppen? Handelt es sich bei ihnen vor allem um ein Online-Phänomen?

Pierre Asisi: Ich selbst habe „Realität Islam“ in Berlin bereits zweimal Unterschriften für ihre Petition sammeln sehen, Poster hängen in dem einen oder anderen Laden, bestimmt sind die Mitglieder auch in der ein oder anderen Gemeinde aktiv. Die Sicherheitsbehörden gehen in Deutschland nur von etwas über 300 Anhängern der Hizb ut-Tahrir aus. Ich glaube jedoch, dass die Wirkung dieser Szene weniger in der Zahl der Mitglieder als in den Onlinediskursen liegt - die ja letztendlich sehr real sind, sie erreichen hier Menschen mit ihrer Message. Ein einfaches Like macht aber noch keine Indoktrinierung aus. Die meisten Follower werden im Grunde gewöhnliche Jugendliche sein, die wenig mit der Agenda einer Hizb ut-Tahrir anfangen können, aber für die Themen brennen, die dort behandelt werden.

OCCI: Bei unseren Analysen islamistischer Gruppen in den sozialen Medien haben wir beim ISD immer wieder den Eindruck, dass sich, zumindest auf den großen Plattformen, nur noch wenige explizit islamistisch-extremistische Seiten oder Profile finden lassen. Teilen Sie diese Einschätzung?

Pierre Asisi: Islamistische Seiten, die relativ offen Unterstützung für dschihadistische Gruppen werben, etwa „believers place – radikalisiere dich zum Guten“, werden von Facebook und anderen sozialen Netzwerken ziemlich schnell runtergenommen. Die größte

islamistische Plattform im deutschsprachigen Raum, „Die wahre Religion“, wurde jedoch erst mit dem Verbot durch den Bundesinnenminister im November 2016 abgeschaltet. Grundsätzlich besteht das Problem aber weniger in den explizit dschihadistischen Seiten, die beispielsweise für den sogenannten „Islamischen Staat“ Werbung machen, sondern in Seiten wie der „Generation Islam“, die die Themen von Jugendlichen aufgreifen und erst in einem zweiten Schritt islamistische Narrative vermitteln. Die Kampagne gegen das Kopftuchverbot ist dafür ein sehr gutes Beispiel: Viele Jugendliche erleben im Alltag Rassismus und für sie steht die Debatte um das Kopftuchverbot exemplarisch dafür, dass dieser Rassismus auch auf staatlicher Ebene eine Rolle spielt. Wenn sie diese Videos anschauen oder die Kampagne unterstützen, geht es ihnen zunächst nicht um das Kalifat oder um eine Islamisierung der Gesellschaft. „Generation Islam“ holt die Jugendlichen bei diesen Alltagsfragen ab – und unterbreitet dann ihr ideologisches Angebot, was für manche Jugendliche als Lösung ihrer Fragen und Sorgen erscheinen kann. Solche Seiten lassen sich aber in aller Regel nicht verbieten oder löschen, d.h. hier geht es für die Prävention um pädagogische Angebote, die Jugendlichen Alternativen zu islamistischen Narrativen anbieten.

OCCI: Wie kann den Narrativen von solchen islamistischen Gruppen effektiv begegnet werden?

Pierre Asisi: Das bloße Löschen dieser Seiten ist wie gesagt keine Lösung, es würde das islamistische Opfernarrativ wohl noch verstärken. Es geht vielmehr darum zu fragen, warum islamistische Seiten auf so viele Jugendliche so ansprechend wirken. Dies liegt zu einem großen Teil daran, dass die Themen, die diese Seiten bedienen – Ungerechtigkeit, Unterdrückung, Rassismus, Krieg – in anderen Feldern unzureichend behandelt werden - oder sogar in einer Art und Weise, die dazu beiträgt, dass muslimische bzw. muslimisch markierte Jugendliche vor allem als Problem wahrgenommen werden. Die Zugehörigkeit dieser Jugendlichen wird ihnen auch noch in der dritten und vierten Generation abgesprochen, während die „Generation Islam“ sie als vollwertiges Mitglied anspricht.

In den Sozialen Medien unterscheidet die Forschung zwei Grundsatzstrategien: Die Counter Narratives beziehen sich unmittelbar auf die problematischen (oder problematisierten) Inhalte und versuchen diese beispielsweise durch den Einsatz von Fakten oder Humor zu entkräften. Die Alternative Narratives versuchen andere Zugänge zu den Themen anzubieten. Unser Modellprojekt bildmachen besucht in diesem Sinne Schulklassen in Berlin und versucht in Workshops die Perspektiven dieser „ganz normalen“ Jugendlichen zu Identität, Zugehörigkeit und Religion in Form von Memes und Gifs einzufangen. Dies stärkt

die Jugendlichen ganz individuell im Umgang mit extremistischen Angeboten und ist außerdem ein kleiner Beitrag, um alternative Perspektiven im Diskurs sichtbar zu machen.

Wir sind selbst sehr gespannt auf die Ergebnisse und hoffen, dass die Jugendlichen so selbst die Themen behandeln können, die ihnen am Herzen liegen.

OCCI: Vielen Dank für das Gespräch!