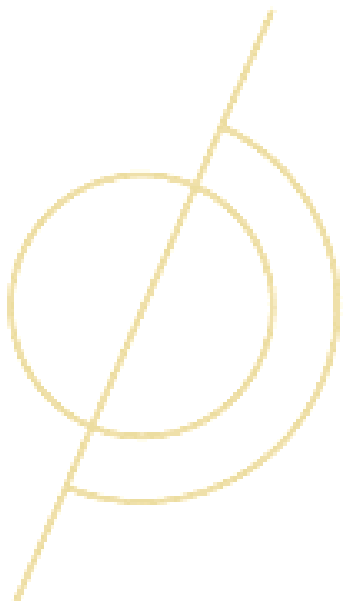


TPX BRIEFING 02/24

Frauen im Spektrum extremistischer Szenen



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Transfer Extremismusforschung	1
a. Narrative Kommunikation weiblicher Akteurinnen auf Instagram	1
b. Rechtsextreme Einstellungsmuster nach Geschlecht	2
c. Salafismus: biografische Transformationsprozesse junger Frauen	3
3. Monitoring	5
a. Frauen in salafistischen und islamistischen Online-Netzwerken – Plattformbezogenes Darstellungsmanagement?	5

Disclaimer

Das vorliegende Dokument zeigt rassistische, anti-muslimische, frauenfeindliche und homophobe Memes sowie Auszüge digitaler Debatten aus verschiedenen Online-Communities zu Demonstrations- und Verständniszwecken. Es wird ausdrücklich klargestellt, dass jegliche Zitate, Beispiele oder Diskussionen über jene Äußerungen nicht als Unterstützung oder Billigung solcher Ansichten zu verstehen sind. Vielmehr sollen sie als kritische Analyse dienen, um die schädlichen Auswirkungen dieser Ideologien zu beleuchten und Wege zu ihrer Überwindung aufzuzeigen.

1. Einleitung

Insgesamt 26 Beschuldigten um Heinrich XIII. Prinz Reuß wird vorgeworfen einen gewaltsamen Umsturz geplant zu haben. Wegen des erschreckend professionellen Organisationsgrades findet mittlerweile schon der dritte Prozess in drei unterschiedlichen Oberlandesgerichten u.a. wegen Mitgliedschaft einer terroristischen Vereinigung statt.¹ Ein Zusammenschluss von esoterischen Rechtsextremisten, die die „politische Führung“ beraten sollten, Anhänger*innen der Reichsbürgerbewegung und Mitgliedern aus der parlamentarischen Politik schmiedeten Pläne, wie sie am „Tag X“ mit Gewalt an die Macht kommen könnten. Wie gewaltvoll und auch detailliert die Putschpläne der Reichsbürger*innen waren, zeigt ein Blick auf die konstruierte Schattenregierung. Im Vordergrund hier: Birgit Malsack-Winkemann, ehemalige AfD-Bundestagsabgeordnete. Die Juristin galt als Schaltzentrale innerhalb der Szene.² Sie sicherte sich in der Schattenregierung den Posten der Justizministerin.

Nachdem im letzten [TPX-Briefing](#) der Frauenhass als omnipräsente und szenenabhängig essenzielle Narrative und Mobilisierungsstrategie extremistischer Bestrebungen beleuchtet wurde, widmet sich die vorliegende Ausgabe nun „der Rolle der Frau innerhalb der extremistischen Szenen“. Auf den ersten Blick scheinen Frauen in den Szenen unterrepräsentiert zu sein. Dass die extreme Rechte aber beispielsweise, als ausschließlich männliches Phänomen diskutiert wird, ist problematisch.

Lange Zeit wurde die Rolle der Frauen in den extremistischen Szenen von der Wissenschaft und der Präventionspraxis als Zielgruppe vernachlässigt. Von welcher intersektionalen Diskriminierungsformen sind sie als Frau besonders betroffen? Wie kommunizieren

Rechtsextremistinnen in den sozialen Medien? Welche Botschaften senden sie und über welche Themen sprechen sie? Wie sehen die biografischen Verläufe, Orientierungs- und Handlungsmuster junger Frauen in den salafistischen und islamistischen Szenen aus? All das sind Fragen, die von Politik, Wissenschaft und Präventionspraxis bisher unzureichend berücksichtigt wurden. Wird die Forschungslage dazu sondiert, fällt auf, dass die Hinwendungsgründe, Motivationen und Rollen der jungen Frauen in der extremen Rechten und dem extremistischen Islamismus und dessen Peripherie teilweise ähnlich sind.

Bevor konkrete Handlungsempfehlungen für die Online-Präventionsarbeit gegeben werden, wirft das erste Kapitel das Schlaglicht auf empirische Erkenntnisse aus der Extremismusforschung. Hier wird zum einen ein Überblick auf mögliche Kommunikationsstrategien von jungen Frauen überwiegend aus der „Jungen Alternativen“ via Instagram gegeben, bevor im Anschluss kurz auf das extremistische Einstellungspotenzial differenziert nach dem Geschlecht aus der Mitte-Studie eingegangen wird.

Im Anschluss daran wird in Kapiteln 2 c eine qualitative Studie zu biografischen Transformationsprozesse junger Frauen im Bereich des Salafismus vorgestellt und kritisch reflektiert. Welche Rollen spielen hier der Wunsch nach Zugehörigkeit, jugendkulturelle Elemente und Orientierungshilfen nach einer strikten Lebensführung. Kapitel 4 eröffnet dann abschließend in einem ausführlichen Monitoring einen Überblick über plattformbezogene Unterschiede der Inhalte und Kommunikationsformen junger Frauen in der salafistischen und islamistischen Szene.

¹Vgl. Der Generalbundesanwalt (Hrsg.): Pressemitteilung vom 12.12.2023, in: [Der Generalbundesanwalt - Homepage - Anklage gegen zehn Personen u.a. wegen Mitgliedschaft in oder Unterstützung einer terroristischen Vereinigung und Vorbereitung eines hochverräterischen Unternehmens vor dem Oberlandesgericht Frankfurt erhoben](#) (letzter Zugriff: 02.07.2024).

² Vgl. Legal Tribune Online (Hrsg): So soll Malsack-Winkemann aus dem Dienst entfernt werden, in <https://www.lto.de/recht/justiz/j/berliner-richter-in-malsack-winkemann-reichsbuerger-umsturz-disziplinarverfahren-eingeleitet-justizsenatorin/> (letzter Zugriff 02.07.2024).

2. Transfer Extremismusforschung

a. Narrative Kommunikation weiblicher Akteurinnen auf Instagram

Nach wie vor ist Instagram nicht zuletzt aufgrund der Niedrigschwelligkeit mitbestimmend für den öffentlichen Diskurs und den Meinungsbildungsprozess junger Menschen und damit auch Vehikel bei der Verbreitung rechtsextremen Ideologien und Narrativen. Kommunikationswissenschaftlerin Sandra Kero vom Center for Advanced Internet Studies (CAIS) GmbH hat in einer Studie untersucht, wie rechtsextreme Akteurinnen in Deutschland via Instagram kommunizieren. Zentral war dabei die Frage, wie die Plattform zur Verbreitung menschenfeindlicher Ideologien genutzt wird.

- Kero hat in einem Untersuchungszeitraum von 30 Tagen über 800 Story-Postings u.a. von vielen Accounts von JA-Mitgliederinnen erforscht
- Story-Funktion bei Instagram ist wegen der Schnelllebigkeit ein Katalysator bei der Verbreitung rechtsradikaler bis menschenfeindlicher Botschaften
- In Insta-Stories sind die Inhalte oft ungehemmter und unmittelbarer formuliert
- Zur detaillierten Analyse der Insta-Stories wurden 13 Kategorien, wie „Partei- und Regierungskritik“ oder „Antifeminismus“ gebildet
- Befunde der Studie waren u.a., dass Frauen in der Szene keine marginalen Rollen einnehmen
- „konservative, traditionelle Vorstellungen von Geschlecht, biologische Zweigeschlechtlichkeit, eine heteronormative Sexualität und konservative Familienmodelle seien „zum

Erhalt der idealisierten Volksgemeinschaft“ wesentlich in der rechtsextremen Denkschule³

- Fokus auf konservative Frauenrolle und Mutterschaft
- Feminismus-Debatte wird instrumentalisiert, um rassistische Weltbilder subtil und breitenwirksam in den gesellschaftlichen Diskurs zu tragen
- Unter dem „Deckmantel des Feminismus“ werden politische Feindbilder gestärkt, die politische Gegner und auch emanzipatorische Errungenschaften delegitimieren
- Frauen rücken bei Instagram als ideologische Multiplikatorinnen in den Vordergrund
- Geschlechterpolitische Themen werden entlang migrationsfeindliche und rassistische Narrative verhandelt und damit eine neue weibliche Zielgruppe erreicht
- Frauen spielen Schlüsselrolle auf Instagram
- Bilder in den Stories sind oft harmlose Inszenierung und politisch subtile Strategie
- Motive sind oft blonde Frauen in traditionellen Kleidern in der Natur, wodurch traditionelle Geschlechterrollen transportiert werden sollen
- Angst vor einer vermeintlichen „Überfremdung“ oder der Dämonisierung des „ausländischen Mannes“ wird verbreitet
- Inhalte werden insgesamt emotionalisiert

³ Vgl. Bitzan, Renate: Geschlechterkonstruktionen und Geschlechterverhältnisse in der extremen Rechten, in: Virchow, Fabian et. al. (Hrsg.):

Handbuch Rechtsextremismus, Düsseldorf 2017, S. 325-374.

b. Rechtsextreme Einstellungsmuster nach Geschlecht

Ein Blick in die Mitte-Studie⁴ zeigt, dass auch hier rechtsextreme Einstellungsmuster in soziodemografischen Bevölkerungsgruppen unterschiedlich verteilt sein können. Befunde der letzten Studien weisen immer wieder darauf hin, dass Frauen als Unterstützerinnen der extremen Rechten nicht unterschätzt werden dürfen.

- Nach Geschlecht hält die Mitte-Studie fest, dass sich zwischen Frauen und Männern große Ähnlichkeiten und nur tendenzielle Unterschiede in den Zustimmungswerten zu den Dimensionen rechtsextremer Einstellungen zeigen
- Unter Frauen wurde hier eine etwas höhere Zustimmung zur Dimension „Fremdenfeindlichkeit“ gemessen als bei der männlichen Kohorte
- Demgegenüber wurde eine höhere Zustimmung bei Männern bei der Dimension Nationalchauvinismus gemessen

- Ein statistisch signifikanterer Unterschied ist bei Antisemitismus zu sehen, der häufiger bei Männern gemessen wurde

In der Mitte-Studie werden Zustimmungswerte zu unterschiedlichen Einstellungsentwicklungen gemessen. Eine davon sind rechtsextreme Einstellungsmuster. Die Erhebung orientiert sich an der Konsensdefinition von Rechtsextremismus⁵, der Rechtsextremismus in 6 unterschiedlichen Dimensionen misst. Die Dimension „Fremdenfeindlichkeit“ ist in seiner Begrifflichkeit aber problematisch da sie stigmatisierend ist. Die Forscher*innen geben daher den Hinweis, dass mit „Fremdenfeindlichkeit“ die Beschreibung des Vorurteils gemeint ist und nicht die Beschreibung der Zielgruppe von Vorurteilen.

Zustimmung zu den Dimensionen rechtsextremer Einstellungen nach Geschlecht 2022/23 (Angaben in Prozent)

Tabelle 3.4

	Männer (n = 972)	Frauen (n = 1.047)
Befürwortung Diktatur	6,7	6,5
Nationalchauvinismus	17,4	15,9
Verharmlosung des Nationalsozialismus	4,6	3,4
Fremdenfeindlichkeit	15,4	17,1
Antisemitismus**	7,2	4,3
Sozialdarwinismus	5,8	5,7
Manifest rechtsextremes Weltbild	7,7	8,9

Abbildung 1: Quelle und Darstellung: Küpper, Beate; Zick, Andreas (Hrsg.): Die distanzierte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2022/23, Bonn 2023, S. 74

⁴ Vgl. Küpper, Beate; Zick, Andreas (Hrsg.): Die distanzierte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2022/23, Bonn 2023.

⁵ Konsensdefinition Rex: Befürwortung einer rechtsgerichteten Diktatur, Nationalchauvinismus, Verharmlosung des Nationalsozialismus, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus und Sozialdarwinismus (vgl. Decker, Brähler & Geißler 2006).

c. Salafismus: biografische Transformationsprozesse junger Frauen

Review: Laura Dickmann-Kacskovic (2023): Junge Salafitinnen in Deutschland. Biographische Verläufe, Orientierungs- und Handlungsmuster. Eine qualitativ-empirische Studie, Bielefeld: transcript.

Die empirische Studie und Forschungsarbeit (Dissertation) von Laura Dickmann-Kacskovics beschäftigt sich mit der Gruppe junger Frauen, die in Deutschland sozialisiert wurden und sich im Laufe ihres Lebens dem Salafismus zuwandten. Sie behandelt die Fragen nach der „subjektiven Sinnhaftigkeit“, der „biografischen Erfahrungen“⁶ und den Bedürfnissen, die mit dieser Hinwendung abgedeckt werden. Ebenso werden lebensweltliche Entwicklungen und Veränderung, die mit dieser Transformation stattfinden, erfasst.

Die Forschung ist qualitativ angelegt, es geht also dabei nicht um repräsentative Ergebnisse, sondern um vertiefende Einblicke in biografischen Transformationsprozesse junger Frauen. Durch ihre religionswissenschaftliche Arbeit will die Forscherin auch einen Beitrag für die soziale Präventionsarbeit leisten und konkrete Empfehlungen bereitstellen.

➤ Wie ist sie vorgegangen?

Befragt hat L. D-K. Frauen, die in Deutschland sozialisiert wurden und sich indirekt oder direkt selbst dem Spektrum des „Salafiya“ zuordneten (die Daten von 2015-2017). Im Rahmen von Feldforschungen hatte L. D-K. Zugang zu 25 Frauen vornehmlich aus dem Mainstream-Salafismus. Die biografische Erhebung fand mit drei in muslimischen Familien aufgewachsenen Frauen und fünf Konvertitinnen statt.

⁶ Dickmann-Kacskovic, Laura: Junge Salafitinnen in Deutschland. Biographische Verläufe,

➤ Hauptergebnisse der Arbeit

Religiosität u. Bedürfnisse:

- Teilweise würden die Frauen über wenig religiöses Wissen verfügen, auch seien die Befragten nicht in der Lage gewesen, zwischen unterschiedlichen Strömungen und Ideologien zu unterscheiden. L. D-K sieht in ihrer Arbeit eine Bestätigung dessen, was die Praxis in der Präventionsarbeit ebenso erlebe.
- Der Gruppen-Aktivismus, die Kleidungspraktiken etc. und Zugehörigkeit zu einer Frauengruppe mit unterschiedlichen Aktivitäten hätten einen hohen Stellenwert für die religiöse Identifizierung als einer Person, die der „Salafiyya“ angehöre.
- Transzendente/religiöse Bedürfnisse begründen sich demnach in erster Linie sozial (Kontingenzbewältigung)

Distinktion und Ästhetik:

- Die These, der Salafismus als Ausdruck von Protest und Rebellion unter Jugendlichen⁷, sei „zu kurz gegriffen“ insbesondere bei den jungen Frauen im nicht-militanten Salafismus.
- Der Wunsch nach Zugehörigkeit aber auch der Wunsch nach klaren Regeln für Lebensführungsfragen spiele eine enorm bedeutende Rolle.
- Jugendkulturelle Identifikation über bestimmte Elemente (strenge Gläubigkeit, Dawa-Arbeit, Ästhetik, Anashids, Kleidung, Konsumpraktiken,

Orientierungs- und Handlungsmuster. Eine qualitativ-empirische Studie, Bielefeld 2014, S.9ff.

⁷ Vgl. Toprak & Weitzel 2017 etc.

Geschlechtertrennung, Mediennutzung) hätten eine konstituierende Funktion für die religiöse Identität.

- Ästhetische Distinktion im öffentlichen Raum (Schulklasse, Straße etc.). Diese Praktiken [...] müssen als Teil einer adoleszenztypischen Individuierung erachtet [...]“⁸ werden.

Fehlende soziale Bindungen:

- In ihrer Forschungsarbeit zeigt L. D-K auf, dass die befragten jungen Frauen vor ihrer Hinwendung zum Salafismus von Krisen und familiären Problemen berichten und [...] Macht- und Ohnmachtsverhältnisse in den familialen Beziehungserfahrungen [...]“⁹ vorweisen.
- Teilweise fehle es den jungen Frauen an freizeitgestalterischen Beschäftigungen und eigene sinnstiftende Tätigkeiten.
- L. D-K. identifizierte „dsyfunktionale Familiensysteme“¹⁰ und sieht die Hinwendung zum Salafismus darin begründet, dass diese Frauen nach klaren und strukturierten Familienverhältnissen mit traditionellen Rollenbildern suchen.
- Auch eine Art Romantisierung von klassischen Geschlechterrollen sei zu beobachten z.B. „*Ehemann als Beschützer*

Diskriminierung u.

Selbstermächtigung:

- Alle befragten jungen Frauen berichten von Diskriminierungserfahrungen und Erlebnissen wie Othering und Stereotypisierung (vor ihrer salafistischen Phase) aufgrund ihrer religiösen oder kulturellen Zugehörigkeit als

„Muslima“ oder „Türkin“ im Alltag, auf der Arbeitssuche oder in der Schule.¹¹

- Diese Erfahrungen seien teilweise Schlüsselmomente für einige Frauen auf dem Weg ihrer Transformation zum Salafismus gewesen.
- In den salafistischen Kreisen würden diese Frauen dann die Anerkennung für ihre Kleidung (Niqab etc.), für ihre Bemühung um den Glauben sowie für ihre Anstrengung beim religiösen Wissenserwerb erhalten.

➤ Fazit:

Die religionswissenschaftliche Arbeit von L. D-K gibt einen wichtigen und vertiefenden Blick auf Transformationsprozesse. Auch wenn die Untersuchungsdaten nicht aktuell sind, sind die Ergebnisse für die Praxis u. Forschung von Bedeutung und decken sich mit vielen Beobachtungen.. Teilweise konkretisieren sie diese aber auch (z.B. die Protest-These). Daraus resümiert die Autorin drei Hauptempfehlungen für die Präventionsarbeit:

- Langfristige pädagogische Begleitung
- Soziale Bedürfnisse als Hauptmotiv
- Religion ist eine wichtige Ressource

Kritische Anmerkungen und Überlegungen:

- Die Handlungsempfehlung „Religion als Ressource“ ernst zu nehmen, ist ein wichtiger Aspekt, wird aber für die Anwendung in der Praxis nicht ausreichend diskutiert.¹²
- Die Bedeutung des Mediums „Internet“ ist Bestandteil salafistischer Transformation und sollte für solche Prozesse als konstituierender Bestandteil, im Sinne der Mediatisierungstheorie

⁸ Dickmann-Kacskovic, Laura (2014), S. 238

⁹ Ebd., S.239

¹⁰ Ebd., 238.

¹¹ z.B.: *als Muslima bist du auch gleich Expertin für den Islam*

¹² z.B.: Bedeutung von Theologie, Vertrauen und religiöse Zugehörigkeit, muslimische Sozialarbeiter:innen etc.

(Andreas Hepp, Friedrich Krotz etc.)¹³ stärkere Beachtung in der Forschung zum Salafismus finden.

- Der Stellenwert von unterschiedlichen Medienformate für differente Arten der medialen Selbstdarstellung für junge Salafistinnen sollten in der Forschung auch altersspezifisch mitbedacht werden.
- Beobachten wir /werden wir eventuell im Salafismus auch einen Generationswechsel beobachten (neue Prediger,

jüngeres Publikum) / z.B. junge Frauen, die in salafistisch-geprägten Familien aufwachsen (religiöses Wissen etc.)¹⁴ und was heißt das für die Präventionsarbeit?

3. Monitoring

a. Frauen in salafistischen und islamistischen Online-Netzwerken – Plattformbezogenes Darstellungsmanagement?

So wie verschiedene Umgebungen und Räume in der analogen Welt unterschiedliche soziale Normen und Strukturen verkörpern und gleichzeitig einfordern, so lassen sich auch in den digitalen Räumen verschiedene Muster feststellen. Die eigene online-Präsentation und das dortige Verhalten passt sich zwar der Umgebung und den anderen User*innen ein Stück weit an, jedoch entscheidet sich jede*r von der Profileinrichtung über das Content-Posting bis zur regelmäßigen Kommunikation stets neu und bewusst, was geteilt wird und was nicht. Beck und Jünger teilen dies auf in ein individuell nötiges Darstellungsmanagement für die eigene Identität, Beziehungsmanagement in Bezug auf die Kommunikation mit anderen sowie ein Informationsmanagement im Umgang mit

Inhalten jeglicher Art.¹⁵ Die Aktivität und Fähigkeiten in den jeweiligen Gebieten sind dabei nicht nur individuell, sondern auch je nach Plattform stark variabel. Messenger-Dienste, wie WhatsApp oder Telegram, dienen vorrangig der geschlossenen Kommunikation, Social-Media Apps wie Facebook, Instagram oder TikTok der offenen Selbstdarstellung, aber eben hauptsächlich auch dem passiven Konsum und Zugang zu Themen, Personen oder Gruppen im Netz.¹⁶

Zeigt sich auch ein genderbezogener Unterschied in der Nutzung und dem eigenen Management dieser Plattformen? Kulturübergreifend wird für Mädchen und Frauen ein höherer Druck in Bezug auf ihre Selbstdarstellung durch eine verstärkte Beobachtung und auch

¹³ Vgl. z.B. Krotz, Friedrich (2009): Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In: Lundby, Knut (ed.): Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York: Lang, p. 21–40.

kultursoziologische Theorie versteht Medien als ein Metaprozess, der sich kontextspezifisch verortet und ein Bestandteil menschlichen Handelns ist: z.B. wie religiöse Identität entsteht, praktiziert wird etc.

¹⁴ lange war die Rede "Reborn Muslim" im Kontext von salafistischen Transformationsprozesse gerade im migrantischen Kontext. Ebenso war ein Merkmal religiöser Selbstermächtigung auch mit einem

sich Abgrenzen vom traditionellem/klassischem Islam der Eltern die Rede.

¹⁵ Beck, Klaus, Jakob Jünger: Soziologie der Online-Kommunikation. In: Handbuch Online-Kommunikation (2. Auflage). Hg. von Wolfgang Schweige, Klaus Beck. Wiesbaden 2019: Springer VS, S. 7-34.

¹⁶ Dolff Gonzalez, Malena: Die Social-Media-Nutzung von Jugendlichen in Deutschland: Trends und Gewohnheiten, 2023. <https://blog.digimind.com/de/social-media-nutzung-von-jugendlichen-in-deutschland> (letzter Aufruf am: 11.06.2024).

Beurteilung des Contents durch andere User*innen festgestellt.¹⁷ Sexistische Hate Speech oder übergriffiges Verhalten (Cyber Stalking oder Belästigung) betrifft dabei jedes dritte Mädchen, Tendenz mit dem Alter steigend:¹⁸ Hat dies auch Auswirkungen auf das Online-Verhalten der weiblichen Zielgruppe in der Islamismusprävention? Was bedeutet dies für die Praxis? Beobachtungen dazu werden im Folgenden für die Social Media Plattformen Facebook, Instagram und TikTok wiedergegeben. Dabei sind die Nutzer*innen von Facebook durchschnittlich am ältesten, gefolgt von Instagram, und TikTok mit dem durchschnittlich jüngsten Nutzer*innengruppe der drei Plattformen.¹⁹

Facebook

Gemäß der allgemeinen Aktivität auf Facebook lässt sich auch bei weiblichen Userinnen ein relativ geringes Aufkommen verzeichnen, sowohl in Bezug auf die Profilanzahl als auch Inhalte des nicht-militanten Salafismus, takferistischen, militanten-Salafismus und politischen Islamismus.

In geschlechter-gemischten Gruppen sind Beiträge von Frauen prozentual weniger, aber durchaus vertreten. Der Inhalt unterscheidet sich dabei wenig von männlichen Profilen, wie das Teilen und Erinnern an Gebete, Sprüchen, religiöse Handlungen oder Thematisierung der Situation in Gaza mit Handlungsaufwurf. Bei der individuellen Profildarstellung ist jedoch bei den meisten aktiven, Mitgliederinnen der Vermerk „verheiratet“ zu finden, welches sich in der Häufigkeit nicht bei den aktiven, männlichen Mitgliedern wiederfinden lässt.

In den Kommentarspalten der HuT-nahen Gruppen (Generation Islam, Realität Islam, Botschaft des Islam) finden sich zu ca. einem Drittel weibliche Userinnen. Der Inhalt bezieht sich

dabei größtenteils auf Zustimmung, Gebete oder Wünsche an die Community.

Genutzt wird darüber hinaus die Möglichkeit einer geschlossenen Gruppe, welche den Zutritt für ausschließlich weibliche Mitglieder erlaubt. Überprüft wird dies oft durch eine kurze Sprachnachricht an einen der Admins. Innerhalb der Gruppen ist meist nur wenig Aktivität in Form von Beiträgen oder Kommentaren zu verzeichnen, meist von denselben wenigen Personen. Die Art der Beiträge lässt sich in folgende Kategorien unterteilen:

1. Religiöse Wünsche und Zitate

Die Begrüßung neuer Mitglieder mithilfe theologischer Zitate, das Rezipieren verschiedener Hadithe, Suren oder Gelehrten Aussagen sowie das Teilen von Videos männlicher Prediger ist ein beliebtes Mittel. Content dieser Art wird meist nur still zur Kenntnis genommen, vereinzelt mit wenigen Likes.

2. Politik und Gesellschaft

Besonders der Krieg in Gaza wird aktuell aufgenommen, um von der Lage vor Ort zu berichten. In den meisten Fällen ist dies direkt mit einer Möglichkeit zum Spenden verbunden und Hilfsorganisationen stehen im Mittelpunkt der Videos oder Beiträge. Meist erfolgt diese Art der Beiträge jedoch von wenigen, immer gleichen Einzelpersonen und es gibt wenig öffentliche Diskussionen in den Gruppen.

¹⁷ Roth, Raik, Saskia Draheim, Angela Tillmann, und Patrick Bettinger: Social Media und Geschlecht in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. Medienpraktiken Jugendlicher zwischen Teilhabepotenzialen und Exklusionserfahrungen. In: MedienPädagogik 20 (2023), S.407-438.

¹⁸ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2023 veröffentlicht: Jugendliche erfahren sexuelle Belästigung, Falschinformationen und Hasskommentare im Netz. In: Pressemitteilung

2/2023. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/PM_JIM-2023_final.pdf (letzter Aufruf am 20.06.24).

¹⁹ AboutMedia Internetmarketing GmbH: Der Altersquerschnitt relevanter (Social-Media) Kanäle im Vergleich. 2023. <https://www.aboutmedia.at/2023/06/der-altersquerschnitt-relevanter-social-mediakanaele-im-vergleich/> (letzter Abruf am: 20.06.2024).



Abbildung 2: Beispiel eines Spendenaufrufs für Menschen in Gaza auf geschlossenen Frauengruppen auf Facebook

3. Verkaufsangebote

Kleidung, Bücher, Spielsachen für Kinder und Reise- oder Lernangebote werden oft mit Bildern ohne erkennbare Personen / Gesichtern beworben. Zuweilen wird zum Verkauf bzw. Kontakt an andere Plattformen oder auch Messengerdienste wie WhatsApp verwiesen.



Abbildung 3: Beispiele Verweis auf externe Messengergruppen zum Verkauf von Kleidung etc. aus Frauengruppen auf Facebook

4. Kontakt- und Hilfesuche

Die meisten Reaktionen erhalten direkte, persönliche Ansprachen an die Community. Neben direkten Anfragen für Freundschaften oder anderen Offline-Begegnungen mit Verweis auf die Wohnregion gibt es auch Fragen zu persönlichen Situationen. Wenn nach finanzieller Unterstützung gefragt wird, sind die Reaktionen meist verständnisvoll und hilfsbereit, allerdings ist auch indirekt eine Skepsis oder Vorsicht zu verzeichnen (siehe Abbildung 3). Falls realweltliche Treffen oder Spenden aufgrund solcher Aufrufe überhaupt stattfinden, sind sie im Gruppenkontext für die (stille) Mitleserschaft nicht zu erkennen.

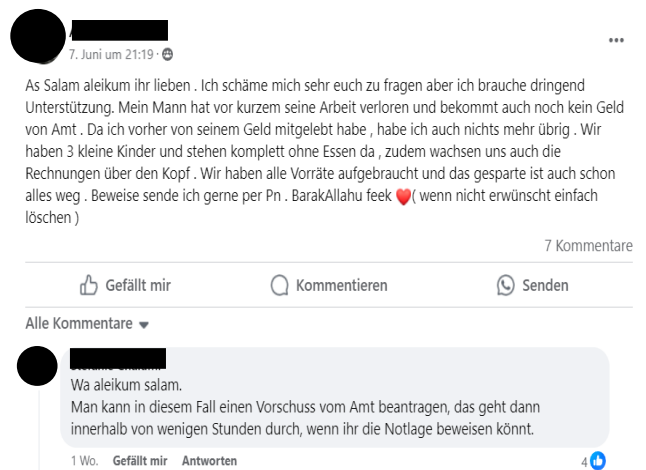


Abbildung 4: Hilfe bzw. Spendengesuch aus der Facebookgruppe "Schwesternzimmer"

Besonders die Kategorien „Verkauf“ und „Kontakt- bzw. Hilfesuche“ lassen Facebook durch ihre persönliche Verknüpfung mit der Offline-Welt als eine Art Zwischenmedium der analogen und digitalen Welt im Bereich weiblicher Kommunikation und Social-Media-Nutzung beschreiben. In Bezug auf Netzwerk-Schaffung und/oder Ausbau örtlicher Kontakte scheint Facebook von Bedeutung zu sein. Durch die niedrigen Mitglieder- und Beteiligungszahlen wird es jedoch vermutlich für immer weniger Personen relevant.

Instagram

Die ebenfalls von Meta geführte Plattform Instagram zeichnet sich durch den Schwerpunkt auf bildliche und ästhetische Darstellung aus, auch wenn sich eine Verschiebung in Richtung Video- und Storymaterial verzeichnen lässt. Die

mit Instagram verknüpfte Plattform X ist hauptsächlich textlastig für kurze Statements zur Diskussionsanregung ausgelegt und bietet in diese Richtung eine Ergänzung. Sie wird allerdings noch längst nicht von allen Userinnen genutzt.

Auch auf Instagram findet sich oft ein Verweis auf Youtube, Threads oder Messengerdienste, wenn es um eine Vertiefung des Themas und/oder des Kontaktes gehen soll. Werbung für Geschäfte und Offline-Veranstaltungen, oft nur für Schwestern, sind besonders in den Gruppenprofilen keine Seltenheit. Alltägliche Artikel und Vernetzungsmöglichkeiten wechseln sich mit Artikeln ab, die salafistische bis jihadistische Ideologien vermitteln. Als Beispiel können hier zum Verkauf angebotene Kinderbücher mit niedrigschwellig vermittelten Werten wie der Ablehnung von Demokratie oder ultra-konservative Geschlechterrollen genannt werden. Zum Beispiel Puppen für Kinder, bekleidet in rigiden Kleidungsnormen, wie Niqab oder mit Kämpfern assoziierten Stilen (Abaya zusammen mit Militärweste), werden zum Verkauf präsentiert.



Abbildung 5: Content zum Verkauf von Puppen auf Instagram

Die Mehrzahl der weiblichen Profile unter den Likes der identifizierten Gruppen und Akteuren hat eine private Kontoeinstellung bzw. teilt selbst keinen Content und nutzt neutrale Profilbilder. Somit lassen sich abseits der Vernetzungsindikatoren selten eine Einstufung der Inhalte vornehmen. Wenn nicht in der gleichen Häufigkeit wie männliche Profile, finden sich allerdings ebenso weibliche Konten, deren Inhalte dem aktivistisch-salafistischen, politisch-islamistischen bis militant-islamistischen zuzuordnen sind. Dabei werden sowohl theologische bzw. Gelehrtenverweise als auch

politisch-gesellschaftliche Themen wie die Nicht-Teilnahme an Wahlen, Mehrehe etc. besprochen.



Abbildung 6: Beispiel verschiedener Profilbild-Ästhetiken weiblicher spektrumsnaher Konten auf Instagram

Ein weiteres zu beobachtendes Phänomen bilden vermeintliche Life-Coaches bzw. Beratungskanäle „von Muslimas für Muslimas“, die sich hauptsächlich mit dem Thema Eheproblemen oder Erziehung beschäftigen. Während das meiste nachvollziehbar und in einer ansprechenden Ästhetik (Pastellfarben, Blumen, verspielte Schriftarten) daherkommt, lässt sich vereinzelt Content finden, der ein ultrakonservatives Frauenbild unterstützt und einen Übergang in militant-salafistische Strömungen ebnen kann, sowie vorab Legitimation zur weiblichen Entmündigung gibt.



Abbildung 8: An muslimische Frauen gerichteter Content weiblicher Coaches auf Instagram

TikTok

Gruppenstrukturen lassen sich auf TikTok weniger finden. Mitunter gibt es Ehepaar-Kanäle, die gemeinsam und anschaulich das Leben als „perfekte islamische Ehe“ zeigen und so diesem Bild gerecht werden möchten. Aber auch einzelne, weiblich geführte Konten mit einer großen Reichweite lassen sich auf TikTok finden. Thematisch werden in den Videos häufig Alltagsthemen angesprochen, mitunter durchaus humoristisch. Teilweise wird die Plattform auch genutzt, um empowernd bzw. prominenter gegen Vorurteile oder auch männliche Prediger zu sprechen, welches auf Meta weniger beobachtet werden konnte.

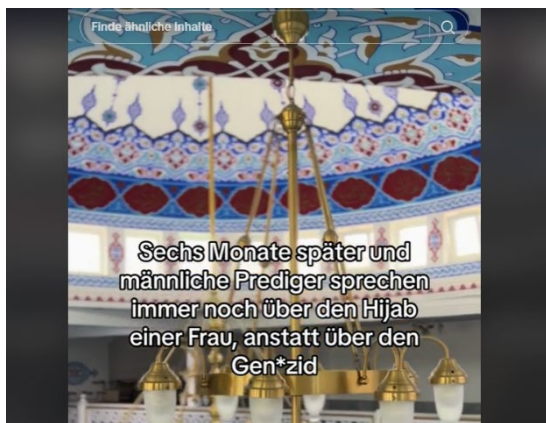


Abbildung 9: Beispiel weiblicher Content TikTok Gesellschafts-, Gender-, und Predigerkritik

Ebenfalls anders als bei den Meta-Plattformen findet sich häufig viel Aktivität in den Kommentarspalten. Diese dienen oft zum Teilen der eigenen Lebenswelt-Erfahrung, zum Beispiel in Bezug auf Konvertierung, antimuslimische Rassistenerfahrung, Familienerlebnisse oder Ehevorstellungen, angestoßen durch die (kurzen) Videos. Sobald sich Frauen in gewissen Strukturen auf TikTok zeigen, unabhängig der Darstellung, kommt es häufig zu Kritik in Bezug auf vermeintlich „unislamisches“ Verhalten. Oft geht es dabei um die Bedeckung und allgemeine äußere Darstellung, auch in Bezug auf der Nutzung von Schminke, (körperbetonte) Kleidung, Maniküre etc. Dazu äußern sich sowohl männliche und weibliche User*innen unter dem frauenerstellten Content, unabhängig des Videoinhaltes. Selten ist dabei eine übereinstimmende Meinung festzumachen, und es kommt durchaus zu selbstbewussten Diskussionen. Gerade unter militant-islamistischen Kanälen

sind jedoch somit kaum (lesbare) weiblichen Profile zu finden.



Abbildung 10: Beispiel persönliche Diskussion unter TikTok Video über theologische / quellenhafte Auslegung einer weiblichen Userin, dass die Stimme der Frau nicht Awrah (zu bedecken / verstecken) ist

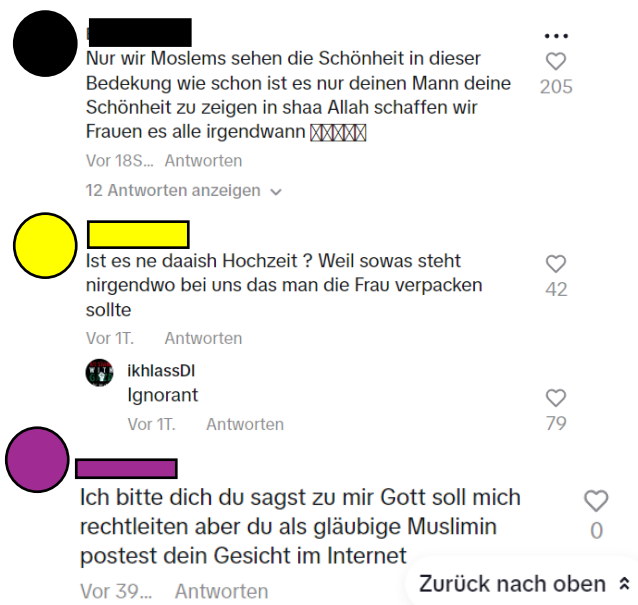


Abbildung 11: Kommentare über Bewertung der Darstellung der Frau im Content / Kommentaren

Plattform-bezogene Unterschiede in der Kommunikation von Frauen in der Zielgruppe:

In der Online-Kommunikation zeigen sich plattformbezogene Unterschiede in der Darstellung und Kommunikationsweise unter weiblichen Userinnen besonders in Bezug auf Öffentlichkeit und vorrangige Altersgruppe der Plattform.

In geschlossenen und persönlicheren Online-Räumen und bei jüngeren Nutzer*innengruppen zeigt sich im Vergleich zum öffentlichen Raum mit einem höherem Altersdurchschnitt eine gesteigerte Diskussionskultur bis hin zu provokantem Auftreten. Auf der Plattform Discord hat sich in der Praxis daraus resultierend das Schaffen eines Safe-Spaces als positiv erwiesen. Dort ist der Austausch über Alltagsthemen ebenso relevant wie über gesellschaftliche oder private Probleme, was oft einen Zugang auf der Beziehungsebene bietet.

Bezogen auf politische, theologische oder wirtschaftliche Themen gibt es im geschlossenen Kreis keinen Unterschied zwischen weiblichen und männlichen Usern. In offeneren Feldern zeigen sich weibliche Profile jedoch oft zurückhaltender in der Meinungsäußerung. Indirekte Indikatoren, darunter Vernetzung und Zustimmung in Form von Likes, können hier mehr Auskunft über unterstützte Inhalte geben.

Die Unterschiede in der Meinungsäußerung zwischen offenen und geschlossenen Räumen legen nahe, dass es sich bei geschlechtsbezogenen Unterschieden der Zielgruppe oft um plattform- oder umgebungsbezogene Erscheinungen handelt, und weniger um Unterschiede in Bezug auf Problemlagen oder Ideologien.

Eine plattformübergreifende, häufig weiblich vertretende Kategorie ist der Verkauf diverser Artikel. Der Verweis von Kaufmöglichkeiten an private Kontakte oder geschlossene Messengerdienste, siehe der Telegramkanal „Tijara“ (Handeln), ist dabei relevant. Je nach Ausrichtung der Gruppe ist somit auf die anbietende Person oder Vereinigung zu achten. Während viele private Anbieterinnen lediglich einen Nebenverdienst etablieren möchten, gibt es auch Gruppen aus dem Spektrum des militanten Salafismus wie „FreeOurSisters“, die den Erlös konkret für Gefangenenhilfe aus Kriegsgebieten nutzen. Bei einigen kleineren bzw. nicht

einzuordnenden Gruppen besteht teilweise der Verdacht, dass diese harmlos scheinende Werbung als erste Kontaktabahnung genutzt werden kann. So berichtet eine Social-Media-Userin den Streetworkenden, dass sie über ein solches Verkaufsangebot von Hijab-friendly-Sachen in einer WhatsApp Gruppe landete, in der statt Verkaufsdetails dann tatsächlich eher theologische Diskussionen geführt werden. Bei Widerspruch oder anderen Ansichten wurde schnell der Glaube abgesprochen und die Userin mehrmals über verschiedene Profile aus der Gruppe privat zur „Rechtleitung“ angeschrieben wurde.

Generell ist die Vulnerabilität von Frauen in Social Media in Bezug auf Hate Speech und/oder Belästigung und Bevormundung von vielen Seiten in der vorliegenden Zielgruppe bemerkbar. Einige reagieren mit Schutzmechanismen und nutzen zum Beispiel die Einstellung „privates Konto“ oder verweisen auf den Status „verheiratet“, verzichten auf das öffentliche Zeigen der Person oder ihres Gesichts und halten sich in öffentlichen Meinungsäußerungen sowohl inhaltlich als auch in der Ausdrucksform zurück. Diese Schutzmaßnahmen lassen nicht direkt Rückschlüsse auf die Person und deren Einstellung zu. Gerade jüngere Profile zeigen sich auf Instagram und TikTok teilweise aktiver, müssen dabei aber oft mit Gegenreaktionen aus dem weiblichen oder männlichen, rechten oder islamistischen Spektrum rechnen. Reichweite und Zustimmung auf TikTok für weiblich produzierten Content ist in der Tendenz steigend, allerdings bei Weitem nicht vergleichbar mit männlichen Akteuren, besonders je militanter salafistischer / politisch-islamistischer / jihadistischer das Netzwerk oder der Inhalt wird.

Handlungsempfehlungen für die Praxis:

Streetworkende im Online-Bereich sollten sich der plattform-bezogenen Unterschiede bewusst sein und diese in ihrer Arbeit berücksichtigen. Abgesehen von generellen Unterschieden in der one-to-one oder one-to-many Ansprachemöglichkeiten je nach Plattform bietet sich gerade in öffentlichen Räumen an, schnellstmöglich auf eine privatere und geschütztere Kommunikationsmöglichkeit

zurückzugreifen. Durch das Schaffen von sicheren Räumen und das Verständnis der unterschiedlichen Kommunikationsweisen können Streetworkende effektiver mit ihrer Zielgruppe interagieren und deren Bedürfnisse besser verstehen.

Geschlossene Gruppen mit Zugang nur für Frauen sollten respektiert und nur von Frauen betreten werden. Dies gilt über Social Media hinaus für Messengerdienste. Abgesehen davon kann es sich als männlicher Streetworkender anbieten, gerade aus der „männlichen Sichtweise“ heraus Alternativen und Hilfe bei Indikatoren in offenen Kommunikationsräumen anzubieten. Empowerment und Wahrnehmen der Problemlagen funktioniert besonders gut, wenn es ganzheitlich verstanden wird und bestimmtes, z.B. Geschlechterfokussiertes Problemdenken, aufbricht.

Je jünger die Zielgruppe der Plattform, desto diskussionsfreudiger zeigen sich weibliche Nutzerinnen, siehe TikTok und Discord. Ob dies in direkter Korrelation steht oder nur eine Begleiterscheinung ist, bleibt jedoch unklar. Hier bietet es sich bisher jedoch besonders an, in Kontakt mit der Zielgruppe zu treten.

Wie in allen Monitoringberichten, geht es auch hier nur um eine grobe Übersicht zu Plattformbezogenen Merkmalen in Bezug auf weibliche Nutzerinnen im Themenfeld Islamismus. Wie bei männlichen Profilen gestaltet sich der Content oft hybrid in seiner Einordnung. Einzelne Indexpersonen müssen immer noch in ihrer Lebensweltlichen Gesamtheit und Meinung in Bezug auf die geteilten Inhalte individuell gesehen werden.



Impressum

Herausgeber und Kontakt

Thomasius Stiftung für internationale Bildung und Wissenschaft

Hansaallee 247a

40549 Düsseldorf

Tel: +49 211 5202730

<https://tpx-institut.de/>

info@thomasius-stiftung.de

Amtsgericht Düsseldorf

RegisterNr.: HRB 85782

Das Thomasius Research Institute ist ein Institut der Thomasius-Stiftung. Die Thomasius-Stiftung für internationale Bildung und Wissenschaft gGmbH ist eine gemeinnützige Körperschaft. Die Veröffentlichung erfolgt im Kontext der wissenschaftlichen Beratung und Prozessbegleitung der bundesweiten Präventionsprojekte Center for Education on Online Prevention in Social Networks (CEOPS) und street-work@online. Die Inhalte der Publikation werden allein von den Autor*innen erstellt und verantwortet.

Autor*innen:

Michael Bücken

Annika Scheeres

Samira Tabti

Stand:

Juli 2024

