

2018 BERICHT

Islamismus im Netz

Kontakt

jugendschutz.net
Wallstraße 11
55122 Mainz, Germany
Phone +49 6131 3285-20
Fax +49 6131 3285-22
buero@jugendschutz.net
www.jugendschutz.net

facebook.com/hassimnetz
twitter.com/hassimnetz

Autorinnen und Autoren

Patrick Frankenberger, Ingrid Hofmann,
Flemming Ipsen, Fehime Oezmen, Nava Zarabian

Verantwortlich

Stefan Glaser

Grafische Gestaltung

elements of art

Druck

Heinrich Fischer – Rheinische Druckerei GmbH

Stand

März 2019

jugendschutz.net arbeitet mit gesetzlichem Auftrag und ist das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet.



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



Liebe Leserinnen und Leser,

ein Leben ohne Facebook, Instagram und WhatsApp ist für viele Kinder und Jugendliche heute nicht mehr vorstellbar. Doch die Beliebtheit von sozialen Medien und Messenger-Diensten bei jungen Menschen machen sich auch islamistische Gruppen zunutze. Mit diesem Lagebericht zeigt jugendschutz.net, wie sie mithilfe der digitalen Plattformen an junge Menschen herankommen. Islamistische Akteure kommunizieren bewusst wie Jugendliche und bieten sich als Vertraute an, die die Sorgen, Ängste und Fragen junger Menschen verstehen und ihnen Orientierung geben wollen. Lebensnahe Angebote ködern Kinder und Jugendliche, regen zum Mitmachen oder zur Weiterverbreitung islamistischer Inhalte an.



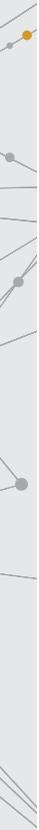
Wir müssen dafür sorgen, dass sich Kinder und Jugendliche in der digitalen Welt genauso sicher bewegen können wie im realen Leben. Mit dem Bundesprogramm „Demokratie leben!“ fördert das Bundesfamilienministerium daher zahlreiche Initiativen mit dem Ziel, die digitalen Kompetenzen junger Menschen zu stärken und sie für ideologische Inhalte und ihre Gefahren zu sensibilisieren. Wir müssen aber auch die Anbieter von Social-Media-Diensten in die Pflicht nehmen – denn sie sind es, die mit ihren Benutzungsrichtlinien relevante Standards setzen.

Eine wichtige Arbeit und Unterstützung leistet dabei das Team von jugendschutz.net. Ich danke jugendschutz.net, dass sie mit uns dafür arbeiten, Kindern und Jugendlichen eine unbeschwerte und sichere Teilhabe am digitalen Leben zu ermöglichen. Gemeinsam machen wir fit gegen extremistische Umtriebe im Netz, damit verhindert wird, dass Kinder und Jugendliche auf extremistische Abwege geraten – auch in der digitalen Welt.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink that reads "Dr. Franziska Giffey". The signature is written in a cursive, flowing style.

Dr. Franziska Giffey
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend



Seite 06 - 15

DIMENSIONEN UND TRENDS ISLAMISTISCHER PROPAGANDA

Jugendkulturelle Anknüpfungspunkte für islamistische Propaganda

#NichtOhneMeinKopftuch: Islamistische Mitmachkampagne via Twitter

Nach Anschlägen: Islamisten verbreiten Verschwörungstheorien

Militanter Dschihad: Zielgruppenorientierte Aufrufe zu Gewalt

Islamismus auf Instagram: Der militante Dschihad als "cooler" Lifestyle

Subtil und militant: Wandel islamistischer Propaganda auf Telegram

Seite 16 - 21

VERSTÖSSE UND MASSNAHMEN

Seite 22 - 23

ZAHLEN IM ÜBERBLICK

DIMEN SIONEN UND TRENDS

Islamistische Online-Propaganda wird in unterschiedlichsten Formen verbreitet. Mal subtiler, mal expliziter sollen Kinder und Jugendliche für das extremistische Weltbild geködert werden. Sie werden passend zu ihren Lebenswelten, Seh- und Nutzungsgewohnheiten angesprochen. Aufgegriffen werden Fragen und Themen, die Jugendliche interessieren. Vor allem über die beliebten Social-Media- und Messenger-Dienste können Kinder und Jugendliche auf islamistische Propaganda stoßen.

Daneben docken islamistische Gruppen an jugendkulturellen Phänomenen und Debatten an. Sie sprechen so ein möglichst großes und vor allem junges Publikum an. Oft knüpft die islamistische Propaganda dabei auch an das Gerechtigkeitsgefühl junger Menschen oder an Erfahrungen mit Rassismus und Diskriminierung an. Besonders in der niedrighschwelligigen Propaganda spielen aktuelle gesellschaftliche Debatten auf YouTube, Twitter, Instagram und Facebook eine Rolle. Animiert wird hier auch zu Mitmachkampagnen. An ihnen sollen sich Jugendliche beteiligen und die islamistischen Narrativen verbreitet werden.

Im Monitoring wurde beobachtet, dass die deutschsprachige Propaganda der terroristischen Organisation "Islamischer Staat" (IS) seltener vorkommt als in den Jahren zuvor. Beispielsweise ist die Verbreitung von Exekutionsvideos des IS deutlich zurückgegangen. Aufrufe, sich dem militanten Kampf anzuschließen und Attentate in westlichen Gesellschaften auszuführen, werden hauptsächlich auf dem jugendaffinen Dienst Telegram verbreitet. Mit Bildern und Videos wird der Dschihad auch auf anderen bei Jugendlichen beliebten Sozialen Medien glorifiziert und als heroischer und einzig wahrer "gottesfürchtiger" Lifestyle in Szene gesetzt.

Jugendkulturelle Anknüpfungspunkte für islamistische Propaganda

Zur Propagandastrategie islamistischer Gruppierungen gehört das Anknüpfen an jugendkulturelle Phänomene. Sie bedienen damit unmittelbar die Sehgewohnheiten Jugendlicher und holen sie in ihrer Lebenswelt ab, um für ihre Ideologie zu werben.

Ziel ist es, mit vielen Social-Media-Angeboten auch junge Userinnen und User zu erreichen, die bislang keine Berührung mit extremistischen Gruppierungen hatten. Damit die Propaganda möglichst viele wahrnehmen, greifen islamistische Akteure gezielt aktuelle Debatten, aber auch jugendkulturelle Phänomene auf. Durch das Anknüpfen an die Lebenswelten junger Menschen soll ein niedrigschwelliger

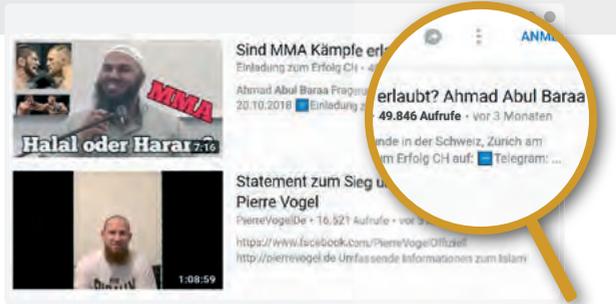
Zugang zur extremistischen Weltanschauung hergestellt werden. So wird ein einfacher SzeneEinstieg ermöglicht.

Kernelemente der Ideologie können eingängig visualisiert und schnell weiterverbreitet werden. Die "coole" Gestaltung und provokante Aussagen sollen auf Jugendliche attraktiv wirken und zum Teilen oder Liken animieren. Häufig zu finden sind Anleihen aus bekannten Comics, Filmen und Computerspielen. Ein Beispiel ist das verfremdete Logo des erfolgreichen und beliebten Spielfilms "Marvel's The Avengers: Infinity War". Der Wiedererkennungswert des Logos soll junge Menschen für die Botschaft empfänglich machen. Wie nebenbei wird so eine demokratiefeindliche Haltung propagiert.



Mit verfremdetem Film-Logo wird das Kalifat propagiert.
(Quelle: Telegram, belpa)

Wie Islamisten Events nutzen, die im Netz viel Gesprächsstoff bei einer jugendlichen Zielgruppe hervorrufen, zeigte der Mixed-Martial-Arts-Kampf zwischen Conor McGregor und Khabib Nurmagomedov. Anknüpfungspunkt für die islamistische Propaganda war, dass Nurmagomedov Muslim ist. In Videos wurde die Vereinbarkeit von Islam und MMA sowie die Rolle des Glaubens von Nurmagomedov für seinen Sieg thematisiert. Diese Videos wurden mit Versatzstücken der Ideologie verknüpft, um sie subtil an junge, an dem Event interessierte Menschen heranzutragen. Das Video eines salafistischen Predigers erreichte damit fast 50.000 Aufrufe bei YouTube. Damit verbunden war die Werbung für weitere salafistische Angebote auf Social-Media-Plattformen und auf Messenger-Diensten. Jugendliche wurden auf diese Inhalte aufmerksam gemacht, um sie zu indoktrinieren.



Salafisten nutzen Kampfsportereignisse, um auf ihre Online-Angebote zu locken. (Quelle: YouTube)

Ein weiteres Beispiel ist die öffentliche Rassismus-Debatte um den Rücktritt von Mesut Özil aus der Fußball-Nationalmannschaft, die auch in den Sozialen Medien diskutiert wurde. Islamisten befeuerten mit einer lebensweltnahen und emotionalen Ansprache die Diskussion. Damit versuchten sie an den Diskriminierungserfahrungen insbesondere muslimischer Jugendliche anzudocken. Propagiert wurden der Zusammenschluss "aller Muslime" und gleichzeitig die Abgrenzung gegenüber der Mehrheitsgesellschaft. Salafisten und andere islamistische Akteure wollen so gesellschaftliche Konfliktlinien vertiefen. Mit Fragen zur Identität, Zugehörigkeit, Anerkennung und Rassismus wollen sie junge Menschen erreichen und von ihrem Weltbild überzeugen.



Debatte um Mesut Özil: Islamisten greifen Themen auf, die Jugendliche emotional bewegen. (Quelle: Facebook, Generation Islam)

#NichtOhneMeinKopftuch: Islamistische Mitmachkampagne via Twitter

Die islamistische Gruppierung "Generation Islam" rief im April 2018 unter dem Hashtag #NichtOhneMeinKopftuch zu einem "Twitter-Storm" auf. Unter dem Vorwand, gegen ein angeblich drohendes Kopftuchverbot zu protestieren, nutzten islamistische Akteure den Hashtag, um ihre Botschaften breit zu streuen. Insbesondere junge Menschen wurden aufgefordert, sich in sozialen Netzwerken dagegen zu positionieren. Viele beteiligten sich

auch an der Debatte, darunter Politikerinnen und Politiker, ebenso Akteure aus der deutschen Hip-Hop-Szene.

Dies erhöhte die Reichweite der Kampagne.

Der Hashtag landete schließlich in den Twitter-Trends, der dann einem Massenpublikum angezeigt wurde.

Nicht nur die Initiatoren, auch weitere islamistische Akteure griffen die Diskussion auf und streuten ihre Propaganda.

Sie appellierten an das Gerechtigkeitsgefühl und potentielle Diskriminierungserfahrungen junger Menschen. Mit einem simplen Freund-Feind-Schema bauten sie ihr regelmäßig verwendetes Opfernarrativ aus. Viele Beiträge waren gut getarnt und sollten den Eindruck erwecken, dass sich "nur" gegen die Diskriminierung von muslimischen Frauen eingesetzt würde. Oft

steckten hinter diesen Profilen jedoch Unterstützerinnen und Unterstützer islamistischer Gruppierungen, die den Initiatoren dabei halfen, den Hashtag in die Twitter-Trends zu befördern.



Initiatoren der Kampagne zeigen ihren Erfolg:
Hohe Reichweite in den Twitter-Trends.

(Quelle: Twitter, Generation Islam; Original unverpixelt)

Nach Anschlägen: Islamisten verbreiten Verschwörungstheorien

Islamistische Anschläge und Attentate werden immer wieder genutzt, um Verschwörungstheorien und islamistische Narrative zu verbreiten. Nachdem der Attentäter von Straßburg, ein mutmaßlicher IS-Sympathisant, bei einem Schusswechsel mit französischen Sicherheitsbeamten zu Tode kam, nutzten verschiedene islamistische Akteure die Vorfälle, um über Social-Media-Kanäle ihre Verschwörungstheorien zu verbreiten. Demnach sei das Attentat eine "Inszenierung" gewesen, um von den Protesten der "Gelbwesten" in Frankreich abzulenken und den Islam in ein schlechtes Licht zu rücken.



Verschwörungstheorien wurden auf islamistischen Facebook-Seiten verbreitet. (Quelle: Facebook, Einzelprofil; Original unverpixelt)

*Misstrauen
schüren
gegen den
Rechtsstaat.*

Die unterschwellige Propaganda schürt Ängste und Misstrauen gegenüber der Rechtsstaatlichkeit und zielt auf eine Abwendung von demokratischen Werten ab. Die Aufnahmebereitschaft solcher Botschaften schlägt sich in zahlreichen Kommentaren von Userinnen und Usern nieder. Darin zeigt sich auch die Attraktivität von Verschwörungstheorien: Sie bieten einfache Erklärungsmuster für komplexe Sachverhalte. Auf Jugendliche üben sie einen besonderen Reiz aus.

Militanter Dschihad: Zielgruppenorientierte Aufrufe zur Gewalt

Bilder und Videos, die den bewaffneten Kampf propagieren, werden für verschiedene Zielgruppen auch unterschiedlich aufbereitet. Richtet sich ein Propagandamaterial an Mädchen und junge Frauen oder an Jungen bzw. junge Männer, dann sind die gezeigten Personen in der Regel entsprechend Frauen oder Männer.

Beispielsweise veröffentlichte Hayat Tahrir as-Sham (HTS), eine der Al-Qaida nahestehende Terrororganisation, auf dem jugendaffinen Messenger-Dienst Telegram ein Video mit deutschen Untertiteln und adressierte deutschsprachige User: Der Protagonist spricht die "Brüder in Deutschland" direkt an.



Dschihadist ruft explizit in Deutschland lebende User zum militanten Kampf auf.

(Quelle: Telegram, Einblicke in Sham)

*"Brüder in
Deutschland" werden
direkt angesprochen.*

Er fordert sie auf, sich der Terrororganisation in Syrien anzuschließen, um das Leid in Syrien zu beenden. Schilderungen von getöteten Kindern und vergewaltigten Frauen in Syrien sollen Schuldgefühle hervorrufen und die Aufforderung untermauern. Ein Appell, der sich mit einer emotionalisierenden Ansprache und dem Aufruf zur Tat in erster Linie an junge User richtet.

Erstmals zeigte ein Propagandafilm der Terrororganisation "Islamischer Staat" Frauen bei Kampfhandlungen mit Sturmgewehren an der Seite von Männern in Schützengräben. Untermalt wurde die Szene mit einem Kampfgesang, der explizit Frauen dazu aufruft, sich dem militanten Dschihad anzuschließen. Der weiblichen Zielgruppe wird vermittelt, dass die von ihnen verübte Gewalt im Namen des IS legitim und erstrebenswert sei. Das sonst häufig propagierte Rollenbild als Hausfrau und Mutter wurde damit einmal mehr um das der "Kriegerin" erweitert: Mädchen und Frauen sollen sich aktiv am Kampf beteiligen.



Frauen werden als Kämpferinnen gezeigt, auch, um junge Männer zum militanten Dschihad zu bewegen.
(Quelle: Telegram; Original unverpixelt)

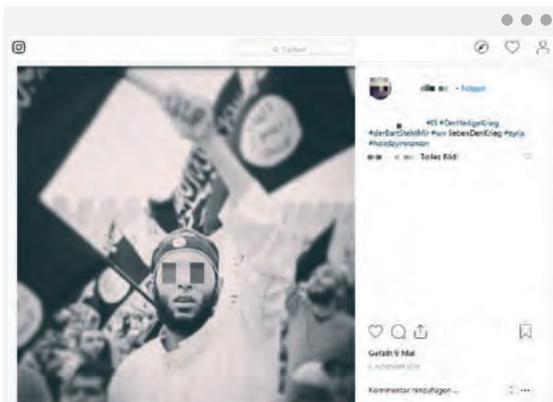


Der bewaffnete Kampf als erstrebenswertes Lebensziel für Mädchen und Frauen
(Quelle: Telegram, Fii.Amanillah)

Zugleich wurde an das Ehrgefühl junger Männer appelliert, anstelle der Frauen selbst zur Waffe zu greifen und sie zu beschützen. Da das Video selbst nicht in deutscher Sprache veröffentlicht worden war, verbreiteten deutschsprachige dschihadistische Kanäle auf Telegram einzelne Szenen des Clips in Form von kommentierten Bildern. So aufbereitet richtete sich die Propaganda auch an eine jugendliche Zielgruppe in Deutschland.

Islamismus auf Instagram: Der militante Dschihad als "cooler" Lifestyle

Instagram gehört zu den größten und beliebtesten Social-Media-Plattformen. Es hat sich besonders bei Jugendlichen in Deutschland zu einem alltäglichen Mittel jugendkultureller Kommunikation entwickelt. Vor allem Bilder sowie kurze Videos werden ästhetisch in Szene gesetzt, geteilt und gelikt. Islamisten nutzen Instagram und seine attraktiven Features, um ihre Propaganda zu verbreiten. Harmlos wirkende, schick inszenierte Alltagsbilder oder beliebte Hashtags werden verwendet, um an Sehgewohnheiten und Nutzungsverhalten junger Userinnen und User anzuknüpfen.



#derBartStehtMir: Dschihadisten nutzen unverfängliche Hashtags, um IS-Propaganda zu verbreiten.
(Quelle: Instagram, Einzelprofil; Original unverpixelt)

Hashtags locken auf islamistische Profile.

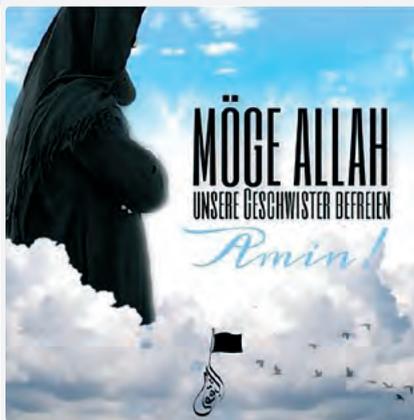
Sie sollen dadurch auf islamistische Profile gelockt und an die Ideologie herangeführt werden. Dort findet man dann beispielsweise Bilder von Dschihadisten, die als heroische Kämpfer in Szene gesetzt sind. Dieser Mix aus ästhetisierten Alltagsdarstellungen und Militanz soll einen "coolen" Lifestyle vermitteln.

Besonders problematisch: Islamisten machen sich den Explore-Feed der Plattform zunutze, der sich aus dem individuellen Nutzungsverhalten speist. Sucht jemand nach bestimmten Schlagworten, werden zukünftig im Explore-Feed der Userin bzw. des Users automatisiert Inhalte angezeigt, darunter auch klar extremistische Inhalte. jugendschutz.net entdeckte neben subtilen auch explizit dschihadistische Inhalte.

Subtil und militant: Wandel islamistischer Propaganda auf Telegram

Der Messenger-Dienst Telegram hat sich in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Verbreitungswege für islamistische Propaganda im Netz etabliert. Mit dem Tod und der Festnahme vieler Dschihadistinnen und Dschihadisten und dem Verlust territorialer Rückzugsräume in Syrien und dem Irak hat sich im Verlauf des Jahres auch die Online-Propaganda auf Telegram verändert. Es ist eine Verschiebung der dschihadistischen und der islamistischen Propaganda aus dem nicht-militanten Spektrum zu beobachten.

Zwar nahm die deutschsprachige Propaganda durch Sympathisantinnen und Sympathisanten der Terrororganisation IS ab. Dennoch wurde aus diesem Spektrum vermehrt dazu aufgerufen, den Kampf "zu Hause" (gemeint ist der Wohnort der Userinnen und User) fortzuführen. Auf Telegram wurden 2018 auch konkrete Anleitungen für den "heimischen Kampf" verbreitet, beispielsweise um Bomben zu bauen und Sprengstoffanschläge zu verüben. Vor allem junge Menschen werden dazu aufgerufen, den militanten Dschihad eigenständig auszuführen. In der Propaganda von Al-Qaida-nahen Gruppen wird nach wie vor dafür geworben, sich terroristischen Organisationen in Syrien anzuschließen.



Mit glorifizierenden Bildern wird für Solidarität mit inhaftierten Islamisten geworben. (Quelle: Telegram, At Taqwa Media Center)

Neben der offensichtlichen dschihadistischen Propaganda wird vermehrt subtilere Propaganda auf Telegram verbreitet. Beispielsweise wird im Stil einer "Gefangenenhilfe" dazu aufgerufen, für "Geschwister in Not" zu beten und zu spenden. So wollen Islamisten sicherstellen, dass sich Inhaftierte und Angehörige auch nach dem Zerfall des IS nicht abwenden. Insbesondere soll so aber auch das für junge Menschen anziehende Bild einer starken Gemeinschaft mit "lebenden Märtyrern" aufrechterhalten werden. Die Taten der angeblich vom Feind zu Unrecht Inhaftierten werden so unterschwellig als gerecht legitimiert.

VER STÖSSE UND MASS NAHMEN

Maßnahmen gegen islamistische Angebote im Internet haben zum Ziel, Kinder und Jugendliche möglichst schnell vor Gefährdungen und Beeinträchtigungen zu schützen. jugendschutz.net kontaktiert daher Provider und Plattformbetreiber im In- und Ausland und fordert zur schnellen Löschung von Inhalten auf, die gegen gesetzliche Regelungen verstoßen.

Fälle, bei denen ein deutscher Verantwortlicher bekannt ist oder eine Indizierung angestrebt wird, leitet jugendschutz.net an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) weiter. Bei Inhalten, die eine konkrete Gefährdungslage erkennen lassen, wird das Bundeskriminalamt (BKA) informiert, um Gefahr für Leib und Leben abzuwenden.

Im Rahmen des Monitorings 2018 war ein Rückgang von unzulässigen Angeboten festzustellen. Auch reagieren die großen Plattformen auf die Meldung von Verstößen meist mit einer Entfernung von Beiträgen. Das Gefährdungspotenzial für Kinder und Jugendliche hat sich jedoch durch die subtile, lebensweltnahe Propaganda sowie die zunehmende Bespielung jugendaffiner Dienste kaum verringert. Fast alle relevanten islamistischen Angebote finden sich auf beliebten Social-Media-Plattformen. Den Betreibern der Plattformen kommt daher für den Schutz von Kindern und Jugendlichen eine besondere Bedeutung zu.

Großteil der Propaganda in Social Media

Insgesamt sichtete jugendschutz.net 2018 etwa 19.200 Angebote mit islamistischen Inhalten. In fast allen Fällen fand die Verbreitung über ausländische Server statt, das Gros über Social Media. Analysiert wurden etwa 17.500 Einzelbeiträge wie Postings und Kommentare, 950 Propagandavideos und 550 Profile mit islamistischem Hintergrund.

649 Angebote stufte jugendschutz.net als unzulässig ein. Insgesamt wurden dabei 872 Verstöße gegen jugendschutzrechtliche Bestimmungen registriert (2017: 786 Fälle, 1.547 Verstöße). In mehr als 85 % wurden die Fälle im Rahmen des kontinuierlichen Monitorings selbst entdeckt. Der Rest ging auf Hinweise von Partnerorganisationen, Jugendschutzeinrichtungen sowie Beschwerden von Userinnen und Usern über die Online-Meldestelle von jugendschutz.net zurück.

Über die Hälfte aller Verstöße (56 %) bezog sich auf die Verbreitung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen. Jeweils 20 % entfielen auf Kriegsverherrlichung (z.B. Glorifizierung des Dschihads) und 14 % auf Verletzung der Menschenwürde (z.B. Leidensdarstellungen von Kriegsgesopfern). Der Anteil an drastischen Gewaltdarstellungen (z.B. Videos von Hinrichtungen oder Folterungen) machte noch 6 % aus, ein Rückgang im Vergleich zum Vorjahr um 75 %. Grund hierfür ist der Rückgang deutschsprachiger IS-Propaganda im Jahresverlauf. Dies wiederum liegt an Tod oder Festnahmen vieler Akteure sowie dem territorialen Verlust der Terror-Organisation.

Bei 82% wurde durch eine direkte Kontaktaufnahme mit dem Anbieter eine Löschung oder Sperrung erreicht. Vier Fälle wurden zur unmittelbaren Gefahrenabwehr ans BKA abgegeben. Bei nur einem weiteren Angebot gab es Anhaltspunkte auf einen deutschen Verantwortlichen, so dass der Fall an die Kommission für Jugendmedienschutz abgegeben wurde. Die geringe Zahl an verfolgbaren Verstößen zeigt, dass islamistische Propaganda oftmals anonym verbreitet wird. Werden Klarnamen genutzt bzw. sind Personen eindeutig verantwortlich zu machen, so wird darauf geachtet, rechtlich nicht angreifbar zu sein.

Direkte Kontakte zu Anbietern führen meist zum Erfolg

565 und damit 87 % aller Fälle registrierte jugendschutz.net in Social Media. Nach wie vor finden sich viele Verstöße auf YouTube (187, Vorjahr: 203), Telegram (95, Vorjahr: 68) und Facebook (65, Vorjahr: 74). Aber auch Instagram erwies sich 2018 im Rahmen des Monitorings als Dienst, über den unzulässige islamistische Angebote verbreitet wurden: 141 Fälle wurden dokumentiert. Dies ist besonders bedenklich, da der Dienst bei immer mehr Jüngeren beliebt ist.

Die über Jahre aufgebauten Kontakte zu den Global Playern tragen Früchte – bei allen Diensten hat sich die Löschquote erhöht. YouTube entfernte 99 % der durch jugendschutz.net gemeldeten Inhalte von seiner Plattform oder sperrte sie für den Zugriff aus Deutschland (Vorjahr: 92 %). Bei Instagram konnte durch die Kontakte zum Mutterkonzern ebenfalls die Löschung bzw. Sperrung fast aller Verstöße (98 %) erreicht werden. Bei Facebook gelang dies bei 82 % der Verstöße (Vorjahr: 68 %).

Nur der russische Dienst Telegram erwies sich erneut als verhältnismäßig sicherer Hafen für die Verbreitung dschihadistischer Inhalte. 2017 wurden aufgrund negativer Presse u.a. durch die Veröffentlichung der Erkenntnisse von jugendschutz.net 85 % aller gemeldeten Verstöße beseitigt. 2018 lag die Quote nur noch bei 58 %. Das fehlende Problembewusstsein bei der Unternehmensführung verhindert, dass bei dem Messenger islamistische Propaganda, die nicht dem IS zugeordnet werden kann, eingedämmt wird. In Anbetracht der zunehmenden Beliebtheit von Telegram müssen daher im Verbund von Politik und internationalen Partnern Handlungsansätze ausgelotet werden.



*Kontakte zu
Global Playern
effektiv.*

Bessere Vorsorge durch Betreiber beliebter Dienste nötig

Die massive Präsenz von Islamisten in jugendaffinen Diensten erfordert, dass Betreiber beliebter Dienste auch vorbeugende Schutzmaßnahmen ergreifen. Ein wichtiger Baustein sind umfassende Nutzungsbedingungen, die alle Interaktionsrisiken umfassen. Damit setzen Betreiber wichtige Standards zur Nutzung ihrer Dienste und markieren rechtliche und ethische Grenzen für die Verbreitung von Inhalten. Alle gesichteten Dienste zu Islamismus im Netz untersagen zwar die Verbreitung von Hass, Gewalt oder strafbarer Inhalte. Die radikalisierenden oder verrohenden Wirkungen jugendgefährdender Inhalte unterhalb strafrechtlicher Grenzen bleiben jedoch unberücksichtigt.



*Beschwerden
leichter
ermöglichen.*

Gut erreichbare und leicht zu handhabende Beschwerdesysteme, die zur schnellen Entfernung von Inhalten führen, sind unerlässlich. Bei YouTube, Facebook und Instagram stehen einfache Meldemöglichkeiten, beispielsweise unmittelbar unterhalb eines Videos zur Verfügung. Sie können aber nur von eingeloggten Userinnen und Usern genutzt werden. Personen ohne Account können schockierende oder verstörende Inhalte sehen und müssen die Beschwerdefunktion dann erst im Impressum oder Hilfebereich suchen. Die meisten Dienste löschen Inhalte schnell oder sperren sie zumindest für Deutschland, wenn sie durch jugendschutz.net gemeldet wurden. Dagegen zeigten Tests schlechtere Löschorquoten bei User-Beschwerden.

Zentraler Eckpfeiler eines Konzepts, das Kindern und Jugendlichen eine unbeschwertere Teilhabe am Netz ermöglicht, sind niedrigschwellige Rat- und Hilfesysteme. Sie müssen jungen Userinnen und Usern schnelle Unterstützung durch Beratungsstellen bieten, wenn sie von Islamisten angesprochen oder auf Rekrutierungsversuche aufmerksam werden. Bis auf Telegram haben zwar alle gesichteten Betreiber Bereiche, in denen sie allgemeine Informationen zu Sicherheit und zum Schutz der Privatsphäre bereitstellen. Insbesondere in Diensten, die verstärkt durch Islamisten genutzt werden, wären jedoch themenorientierte Hilfen und Informationen wichtig.

Der Einsatz technischer Mechanismen zur Erkennung extremistischer Inhalte wird in Anbetracht der Masse an Beiträgen in Social Media immer wichtiger. 2017 haben sich

Facebook, Microsoft, Twitter und YouTube verbündet und entwickeln seither gemeinsam im Rahmen des "Global Internet Forum to Counter Terrorism" Strategien, um die Verbreitung terroristischer Inhalte über ihre Dienste einzudämmen. Intelligente Systeme, mit denen Bild- und Textmaterial zuverlässig erkannt werden kann, existieren bereits. Sie müssen auch genutzt werden, um Kinder und Jugendliche vor islamistischer Propaganda und Rekrutierungsversuchen durch dschihadistische Gruppierungen zu schützen.



Bessere Rat- und Hilfesysteme für Jugendliche nötig.

Islamismus online in Zahlen

Social-Media-Dienste sind zentrale
Mittel zur Verbreitung
islamistischer Propaganda.

Anzahl der Verstöße und Fälle:

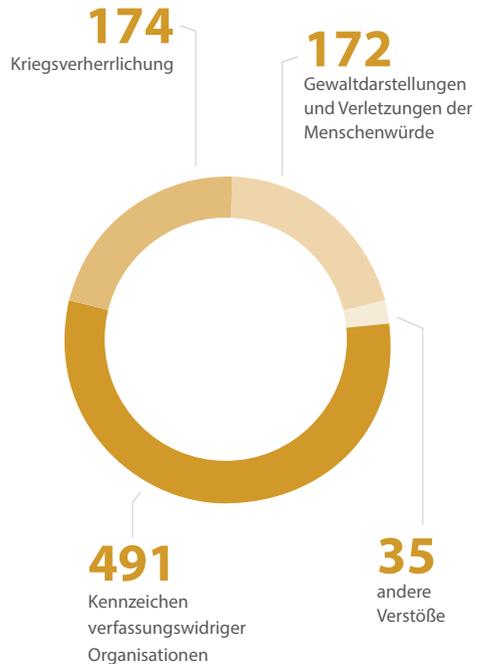
VERSTÖSSE
872

FÄLLE
649

Mehr als 85 % der Verstöße
fanden sich auf
YouTube, Instagram,
Telegram und Facebook.

19.200 Angebote gesichtet,
fast alle auf ausländischen Servern,
99 % in Social Media.

Strafbare Inhalte überwiegen bei den Verstößen:



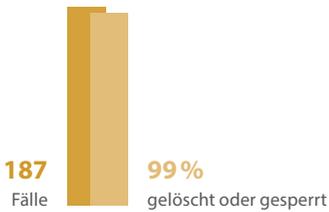
Direkter Kontakt zu Providern ist effektives Mittel

In **82 %**
aller Fälle Löschung oder Sperrung erreicht

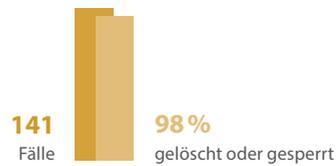
98 %
davon über direkten Kontakt mit Providern

Erfolge bei Global Playern

YouTube



Instagram



Telegram



Facebook



Andere Plattformen



Kindern und Jugendlichen ein gutes Aufwachsen mit Medien ermöglichen

jugendschutz.net ist das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet.

Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie drängt Anbieter und Betreiber, ihre Angebote so zu gestalten, dass Kinder und Jugendliche sie unbeschwert nutzen können. Sie nimmt über ihre Hotline Hinweise auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz entgegen und sorgt dafür, dass diese schnell beseitigt werden.

Verstöße im Netz können gemeldet werden unter:

www.hass-im-netz.info/melden
hotline@jugendschutz.net