

Islamistische Propaganda in sozialen Medien

Lagebild 2026

~28.280

Islamisten gesamt (BfV 2024)

~11.000

Salafisten (BfV 2024) – Trendwende nach Rückgang

~850

HuT-Anhänger – 2x so viele wie 2019

Mio.

Reichweite islamistischer Content (kumuliert)

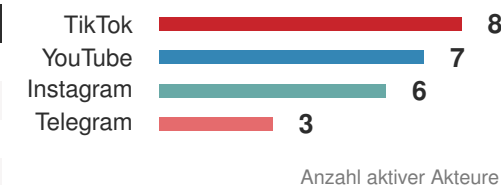
AKTEURSLANDSCHAFT – STAND ANFANG 2026

AKTEUR	SPEKTRUM	MAX. REICHWEITE	RECHTL. STATUS	TREND
Ahmad Tamim (ex-GI)	HuT-nah	~141k ges.	aktiv	▲
Abul Baraa	Salafismus	~275k ges., 28 Mio. Aufrufe YT	aktiv	▲
Pierre Vogel	Salafismus	~200k ges.	aktiv, rückläufig	▼
Abdelhamid	Salafismus	~790k ges., 10 Mio. Likes	Verurteilt (3 J., LG Düs seldorf 7/2025, n. rkr.)	▼
Botschaft Islam (BDI)	HuT-nah	~358k ges., anonym	aktiv	▲
Hanna Hansen	Salafismus	~14k YT, ~221k IG, ~253k TikTok	aktiv (VS NRW, BY BW)	▲
S. Hoffmann (ex-RI)	HuT-nah	~30k YT, ~40k IG, ~3k TikTok	Ermittlungen (Nov. 2025)	▶
Bilal Oromo (ex-GI)	HuT-nah	~70k IG	aktiv	▶
Muslim Interaktiv	HuT-nah	—	VERBOTEN 05.11.2025	●

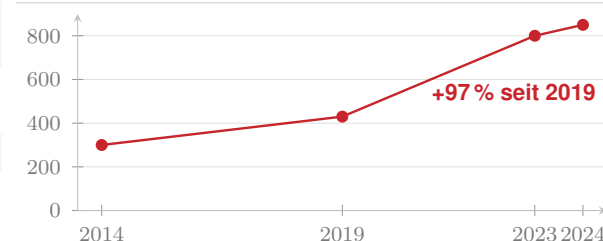
▲ wachsend ▼ rückläufig ▶ stabil ● erloschen | Alle Zahlen: Momentaufnahmen aus verifizierten Quellen

ENTWICKLUNG IN DREI PHASEN

PLATTFORMNUTZUNG NACH AKTEURSSCHWERPUNKT



HUT-ANHÄNGER IN DEUTSCHLAND 2014–2024



PHASE I

2013–2019

Aufbau & Professionalisierung. GI (2013) und RI (2015) als Flaggschiffe. YouTube als Hauptplattform. HuT-Anhänger: 300 → 430.

PHASE II

2020–2022

Pandemie als Beschleuniger. TikTok-Aufstieg. Nachwuchsakteure wie Abdelhamid erzielen rasant Follower. 210+ Extremismus-nahe Kanäle identifiziert (bpb).

PHASE III

Oktober 2023 – heute

7. Oktober als Katalysator. Postingfrequenz & Reichweite explodieren. Antisemitismus verbreitet sich über islamistische Nische hinaus. Behördliche Reaktion: MI-Verbot (11/2025), Razzien, Anklagen. Szene rebrandet sich – inhaltliche Wirkung bleibt.

Islamistische Propaganda in sozialen Medien

Lagebild 2026

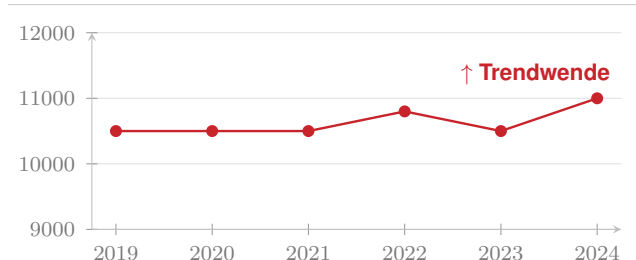


VOR & NACH DEM 7. OKTOBER 2023

SALAFISMUS-ANHÄNGER 2019–2024

5 KATEGORIEN ISLAMISTISCHER ONLINE-AKTEURE

Indikator	Vorher	Nachher
Posting-Frequenz	Moderat, geplant	Stark erhöht, reaktiv
Dominante Themen	Identität, Halal/Haram	Nahostkonflikt, Antisemitismus
Straßenmobilisierung	Vereinzelt	Regelmäßig, bundesweit
Reichweite	Islamistische Nische	Gaza-Hashtags
HuT-Anhänger	~800	~850 (2024)
Salafismus	~10.500	~11.000 (Trendwende)



Quelle: BfV, Jahresberichte 2019–2024

STRUKTURELLE VERSCHIEBUNGEN 2024–2026

K1 — Politisch-islamistisch
Demokratieablehnung, Wir/Ihr, Kalifat. Tamim, Hoffmann, MI.

K2 — Salafistisch-Lifestyle
Halal/Haram als Einstieg. TikTok. Baraa, Abdelhamid, Vogel.

K3 — Lifestyle-islamistisch
Islam als Popkultur. Für Außenstehende kaum erkennbar. BDI.

K4 — Antisemitisch-agitatorisch
Nahostkonflikt als Mobilisierung. Höchste Reichweite seit 7.10.2023.

K5 — Weibliche Accounts mit patriarchalen Rollenzuschreibungen
Lifestyle-Zugang für junge Frauen & Konvertitinnen. Stark wachsend. Paradigmatisch: Hanna Hansen.

△ Nach 7.10.2023 verschwammen Grenzen zwischen islamistischem Milieu und muslimischem Mainstream. Antisemitische Inhalte wurden auch von nichtmuslimischen Accounts verstärkt.

Personalisierung
GI/RI lösen Marken auf. Personenkonten schwerer zu verbieten.

TikTok primär
Kurzformat verdrängt YouTube bei der Erstsprache.

KI-Produktion
Voice Cloning, Bildsynthese ab 2024 nachweisbar.

Verbote begrenzt wirksam
MI verboten (11/2025). Inhalte laufen unter neuen Namen.

GESAMTBEWERTUNG

Die islamistische Online-Szene ist **organisierter, reichweitenstärker und adaptionsfähiger** als gemeinhin wahrgenommen. Was lange als Randphänomen galt, ist heute eine professionell betriebene, algorithmisch optimierte Medienstrategie mit nachweisbarer gesellschaftlicher Wirkung. Der **7. Oktober 2023** war kein Ursprung, sondern ein Beschleuniger: Er aktivierte latente Strukturen, steigerte den Content-Output vielfach und verschaffte islamistischen Narrativen – insbesondere antisemitischen Inhalten – eine ungekannte algorithmische Reichweite. Diese Inhalte blieben nicht in einer Echokammer: Sie verbreiteten sich in breiten muslimischen Gemeinschaften und wurden auch von nichtmuslimischen Accounts verstärkt. Die Grenze zwischen extremistischem Milieu und gesellschaftlichem Mainstream ist durchlässiger geworden.

Sicherheitsbehördliche Maßnahmen – Verbote, Razzien, Anklagen – sind notwendig, aber **nicht hinreichend**. Die Auflösung von Gruppenmarken wie Generation Islam und Realität Islam zugunsten personalisierter Accounts zeigt, wie flexibel die Szene auf behördlichen Druck reagiert: Die Inhalte leben weiter, die Followerschaften migrieren, die Ideologie bleibt unverändert. Gleichzeitig senkt der wachsende Einsatz generativer KI die Produktionskosten weiter und erhöht die Schlagkraft der Propaganda. Diesen Entwicklungen kann nicht allein mit repressiven Mitteln begegnet werden – es braucht **zivilgesellschaftliche Prävention**, die auf derselben medialen Höhe operiert: algorithmisch platziert, methodenkritisch und fest in den Gemeinschaften verankert.