



SCHWERPUNKT — ISLAMISTISCHE ONLINE-SZENE IN DEUTSCHLAND

Einbettung statt Eskalation.

*Fortschreibung der Akteurslandschaft, Brückennarrative und
Männlichkeit als Scharnier*

Berichtszeitraum Juli–September 2026 · Datenstand: 10 / 2026

Herausgeber	Alhambra Gesellschaft e.V.
Kontext	Projekt „Digitale Resilienz“
Version	1.0
Zielgruppen	Fachpublikum, Sicherheitsbehörden, Bildungseinrichtungen, Medien

Editorial

Berichtszeitraum	Juli–September 2026 (Fortschreibung von Trendreport Nr. 1/2026)
Erscheinungsdatum	Oktober 2026
Herausgeber	Alhambra Gesellschaft e.V. – Projekt Digitale Resilienz
Methodik	Eigene Social-Media-Feldrecherche (Themenbereiche Islamismus, Antisemitismus, Manosphere; ausgewertet werden 754 Beiträge aus 312 Konten, höchstens 30 je Konto; Datenstand 13.10.2026, einzelne Abbildungen und Werte mit abweichendem, jeweils angegebenem Stand; Follower-Zeitreihe 10.06.–18.08.2026, Stichtagserhebung 17.09.2026); Auswertung öffentlicher Quellen (BfV, DPI Wien, LfM NRW, BAG RelEx) und eigener Vorarbeiten
Hinweis	Die Feldrecherche ist anlassbezogen gewachsen und keine Stichprobe. Häufigkeiten beschreiben den eigenen Bestand, nicht das Feld.

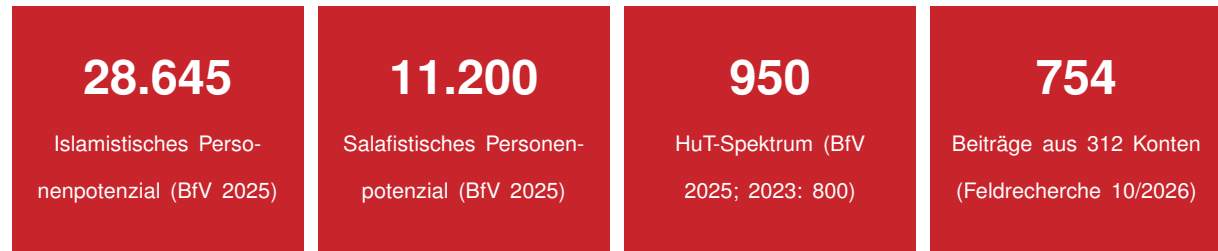
Einleitung

Der erste Trendreport des Projekts Digitale Resilienz (Datenstand Mai 2026) hat den reichweitenstärksten und behördlich am klarsten eingeordneten Kern der islamistischen Online-Szene in Deutschland kartiert: HuT-nahe Akteure nach dem Ende der Gruppenmarken Generation Islam und Realität Islam, salafistische Prediger und Influencerinnen, die Beschleunigerwirkung des 7. Oktober 2023 und die begrenzte Wirkung behördlicher Eingriffe. Er hat zugleich angekündigt, künftig die Übergangszone in den Blick zu nehmen: religiöse Speaker, die sich vom Salafismus abgrenzen, aber Versatzstücke derselben Narrative übernehmen, und popkulturell auftretende Formate, die die Grenze zwischen Empörungskommunikation und ideologischer Anschlussfähigkeit verwischen.

Dieser zweite Report löst diese Ankündigung ein und stützt sich dafür erstmals auf die eigene Feldrecherche des Projekts. Drei Befunde stehen im Mittelpunkt. Erstens: Vieles spricht dafür, dass Reichweite in der Szene weniger durch Eskalation als durch **Einbettung** entsteht. Kanäle, die überwiegend Frömmigkeits- und Alltagsinhalte zeigen, sammeln Reichweite, und ideologi-

sche Deutungen fahren mit. Zweitens: Das Narrativ einer staatlichen „**Assimilationsagenda**“ wirkt als Brückennarrativ, weil es an reale Erfahrungen und an Rahmungen außerhalb der Szene anschließt, ohne mit diesen identisch zu sein. Drittens: **Männlichkeit** ist ein Scharnier, über das global zirkulierende patriarchale Muster religiös umgedeutet werden.

Der Report schreibt außerdem die Akteurslandschaft aus Trendreport Nr. 1 fort. Die Reichweitenentwicklung wird erstmals als Zeitreihe dargestellt (Juni bis August 2026) und durch Stichtagswerte vom 17. September 2026 ergänzt.



Teil I: Fortschreibung der Akteurslandschaft

1.1 Übersicht: Reichweiten Juni bis September 2026

Die folgende Übersicht schreibt die Akteurstabelle aus Trendreport Nr. 1 fort und ergänzt Kanäle, zu denen in der eigenen Feldrecherche konkrete Belege vorliegen. Die Werte vom 10.06. und 18.08.2026 stammen aus der eigenen Feldrecherche; der Trend ist aus dieser Zeitreihe abgeleitet. Die Stichtagswerte vom 17.09.2026 wurden aus den öffentlichen Profilangaben erhoben. Wo keine Zeitreihe vorliegt, ist der Trend gegenüber Trendreport Nr. 1 (Mai 2026) angegeben und entsprechend gekennzeichnet.

Tabelle 1: Reichweitenentwicklung ausgewählter Akteure, Juni bis September 2026.

Akteur	Plattform	10.06.	18.08.	17.09.	Trend
Ahmad Tamim (ex-GI)	YouTube	66,1k	65,9k	65,9k	►
	Instagram	5,8k	5,9k	5,9k	►
	(persönlich)				
	X (@ahmta-mim9)	–	–	11,8k	–
Suhaib Hoffmann (ex-RI)	YouTube	30,1k	30,8k	31,1k	▲
	Instagram	40,3k ³	40,5k ³	41k	►
Bilal Oromo (ummah.newsde)	Instagram	–	–	58k	► ¹
Botschaft des Islam (BDI)	YouTube	–	–	274k	► ¹
	Instagram	–	–	66k ⁴	–
Abul Baraa	TikTok	112,7k	112,8k	113,1k	►
	YouTube	–	–	106k	► ¹
Hanna Hansen	Instagram	222,9k	228,3k	232k	▲
	TikTok	–	–	252,9k	► ¹
	YouTube	–	–	17,3k	▲ ¹
	X (@HannaHansen)	–	–	3,5k ⁶	–
Pierre Vogel	YouTube	–	–	69,9k	► ¹

Akteur	Plattform	10.06.	18.08.	17.09.	Trend
Abdelhamid (abdelhamidoffiziell)	TikTok	–	–	519,5k	► ¹
Muslim Interaktiv	–	–	–	–	•
politische_reflexion	Instagram	15,2k	15,7k	16k	▲
Yasin al-Hanafi	YouTube	–	–	18,5k	neu
	Instagram	–	–	42k ⁴	neu
	TikTok (alqadi1453_2)	–	–	17,9k	neu
ideen_akhi	TikTok	–	–	14,3k	► ²
gharibs_gedanken	Instagram	2,7k	2,7k	2,8k	►
islamkenntnisoffiziell (Einbettung) ⁷	TikTok	16,7k	19,9k	20,1k	▲
alimhamza3 (Einbettung) ⁷	TikTok	19,7k	25,0k	27,5k	▲
mormikrofon (Straßeninterview) ⁵	TikTok	221,4k	235,9k	241,3k	▲

Legende: ▲ wachsend, ▽ rückläufig, ► stabil, • erloschen, neu = erstmals erfasst, kein Vergleichswert aus Trendreport Nr. 1. ¹ Trend gegenüber Trendreport Nr. 1 (Mai 2026), keine Zeitreihe. ² Trend gegenüber Arbeitsstand Juni 2026, keine Zeitreihe. ³ Zeitreihe 05.07.–30.08.2026. ⁴ Wert vom 25.09.2026. ⁵ Reichweitenträger, nicht als islamistischer Akteur eingestuft (siehe 1.4). ⁶ Wert vom 20.10.2026. ⁷ Einbettungskanal, nicht als islamistischer Akteur eingestuft (siehe 2.2). Stichtagswerte sind von den Plattformen gerundet.

1.2 Profile: Entwicklungen seit Trendreport Nr. 1

Hanna Hansen

Hanna Hansen bleibt die reichweitenstärkste Influencerin des Bestands. Ihr Instagram-Konto wuchs zwischen Juni und September 2026 von 222.900 auf rund 232.000 Follower; das entspricht einem moderaten, stetigen Wachstum und nicht mehr der sprunghaften Dynamik der Jahre 2023 bis 2025. Auf TikTok ist die Reichweite seit Mai stabil (rund 253.000), auf YouTube gestiegen (von 14.000 auf 17.300 Abonnenten).

Neu erfasst ist außerdem ihr X-Konto (@HannaHansen, rund 3.500 Follower) mit 1.078 eigenen Beiträgen seit September 2024, überwiegend kurzen Kommentaren und Antworten. 281 davon sind für eine Einstufung zu kurz. Von den übrigen 797 sind 479 als unbedenklich eingestuft, 307

liegen im Graubereich mit einzelnen ideologischen Deutungen und 11 sind deutlich ideologisch. X ist für sie also ein Debattenkanal, nicht der Ort ihrer Lifestyle-Ansprache.

Neu seit dem ersten Report ist die strafrechtliche Dimension. Am 2. Juli 2026 durchsuchte die Kölner Polizei ihre Wohnung. Nach Angaben der Staatsanwaltschaft wird wegen des Verdachts ermittelt, in einem Beitrag vom April 2026 ein Kennzeichen einer verbotenen Organisation, das rote Dreieck der Hamas, verwendet zu haben; Datenträger wurden sichergestellt (WDR 2026). Es gilt die Unschuldsvermutung. Hansen hat die Maßnahme in ihren Kanälen selbst thematisiert und als Einschüchterung gerahmt. Ende Juli folgte eine Gegenkundgebung gegen ein von ihr beworbenes „Schwesternpicknick“ in Köln, das sie ebenfalls aufgriff. Die Muster ähneln sich: Behördliches und zivilgesellschaftliches Handeln wird in die Opfererzählung integriert und dadurch zur Bindungsressource.

Ahmad Tamim

Tamims YouTube-Reichweite ist stabil (65.900 Abonnenten). Auffällig ist die Entwicklung auf seinem persönlichen Instagram-Konto: Die Zahl der Beiträge stieg von 93 im Juni auf 133 im September, bei konstanter Followerzahl. Thematisch zeigt sich eine Verschiebung, die bereits im ersten Report als Beobachtungsauftrag notiert war. Neben den konfrontativen Mobilisierungsformaten stehen auf Instagram seit Juni 2026 erläuternde Beiträge zu Grundgesetz, Verfassungsschutz und Meinungsfreiheit, etwa „Warum sich Muslime nicht extra zum Grundgesetz bekennen müssen“ (06.07.2026) oder „Grundgesetz vs. Weltanschauung“ (11.07.2026). Die Beiträge übernehmen die Sprache der Verfassungsordnung, um die Loyalitätsfrage zurückzuweisen. Das nähert Tamims Stil dem erläuternden Modus Suhaib Hoffmanns an, ohne die Mobilisierungsfunktion aufzugeben. Der Standardtext seiner YouTube-Beschreibungen lautet unverändert: „Gegen Assimilation. Für Standhaftigkeit. Für unsere Umma.“

Auf YouTube erscheinen dieselben Beiträge als Kurzvideos (Shorts vom 6. und 11. Juli 2026) und erreichen 1.600 bis 3.350 Aufrufe. Die Langformate behandeln weiterhin geopolitische und Umma-Themen (Gaza, Iran, Syrien, die Lage der Schiiten als Teil der Umma), zuletzt auch den Wahlerfolg der AfD bei der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt am 6. September 2026 und seine Bedeutung für Muslime in Deutschland (Video vom 13. September 2026, rund 40.000 Aufrufe). Der erläuternde Verfassungsmodus ergänzt also das Mobilisierungsformat, ersetzt es nicht.

Deutlich sichtbar wird der Wechsel auf X. Dort setzt er auch früher ein als auf Instagram. Unter dem Konto @ahmtamim9 (rund 11.800 Follower; Profil: „gegen Reformislam / gegen politischen Binärcode: Assimilation oder Remigration“) veröffentlichte Tamim zwischen Juni 2025 und September 2026 rund 1.440 eigene Beiträge, davon 799 mit mindestens 280 Zeichen. Die Zahl sehr langer Texte mit mehr als 1.000 Zeichen lag von Juni bis November 2025 bei durchschnittlich 2,5 pro Monat, stieg im Dezember 2025 auf 11 und lag von Januar bis August 2026 bei 13 bis 20 pro Monat (Abbildung 1); einzelne Beiträge umfassen mehr als 5.000 Zeichen. Die Textlänge ist dabei nur ein Näherungswert für den erläuternden Modus.

Inhaltlich dominieren Repliken auf Journalistinnen und Journalisten, Politikerinnen und Politiker sowie muslimische Kritikerinnen und Kritiker: zum Kopftuchverbot, zur Deutung des Begriffs Islamismus als „ideologischer Kampfbegriff“ (eine in der Szene verbreitete Deutung, vgl. Kayman 2025, S. 30; Kayman 2026b), zu Verfassungsfragen und zu AfD-Wahlerfolgen. Die Beiträge argumentieren mit Grundrechten und Begriffsdefinitionen und wenden sie gegen staatliche und zivilgesellschaftliche Islamismusprävention. Von den 795 eingestuften Beiträgen sind in der eigenen Feldrecherche 159 unbedenklich, 585 liegen im Graubereich und 51 sind deutlich ideologisch. Sein X-Konto ist damit der Ort, an dem er den erläuternden Modus am weitesten treibt.

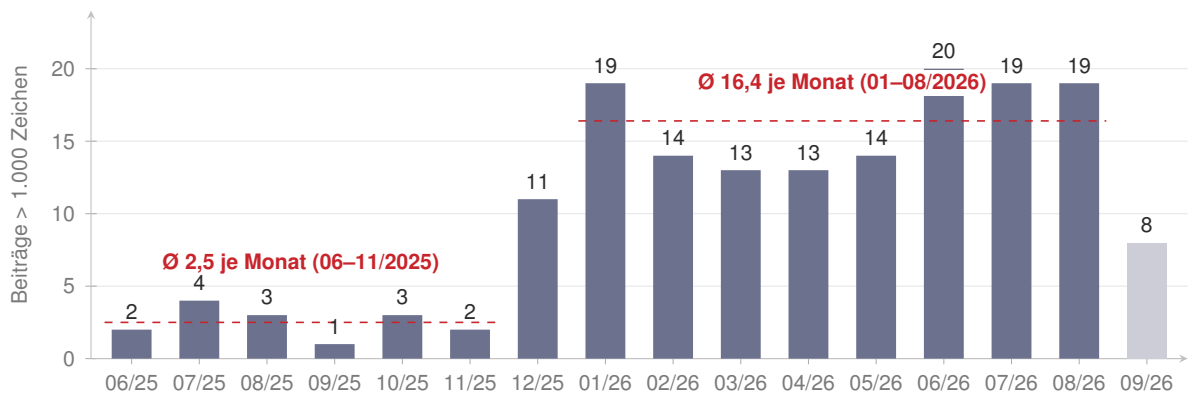


Abbildung 1. Sehr lange Beiträge (mehr als 1.000 Zeichen) von Ahmad Tamim auf X (@ahmtamim9) je Monat, Juni 2025 bis September 2026. September 2026 nur bis zum Erhebungstag (hell). Quelle: eigene Feldrecherche, n = 165 von 799 Beiträgen.

Suhaib Hoffmann

Hoffmanns Reichweite wächst leicht (YouTube 31.100, Instagram 41.000). Sein Profil unterscheidet sich deutlich von Tamim: Gut ein Viertel seiner 139 eingestuften Beiträge über alle Plattformen ist deutlich ideologisch, auf TikTok ist es ein gutes Drittel (35 Prozent, Abbildung 3), und dort ist nur einer von 34 Beiträgen reiner Alltagscontent. Zwei Motive prägen den Berichtszeitraum. Erstens die ausdrückliche Rahmung staatlicher Politik als „**Assimilationsagenda**“ (siehe 2.3). Zweitens die Auseinandersetzung mit Präventionsarbeit selbst: Eine Videoreihe zum Präventionsspiel „Wer ist Bilal?“ und das Video „Präventionsarbeit & Verfassungsschutz: Die gefährliche Verbindung“ (Mai 2026) stellen Prävention als Instrument dieser Agenda dar (siehe 2.5).

Bezeichnend ist Hoffmanns Zitat-Format. Er veröffentlicht O-Töne von Politikerinnen und Politikern, Talkshow-Gästen oder ausländischen Medien und setzt die Deutung in Titel und Bildunterschrift. Die ideologische Arbeit geschieht damit in der Rahmung, während der O-Ton selbst von anderen stammt.

Weitere Akteure aus Trendreport Nr. 1

- **Abul Baraa** ist über alle Plattformen stabil (TikTok 113.100, YouTube 106.000, Instagram 57.000).
- **Botschaft des Islam** hält auf YouTube unverändert 274.000 Abonnenten; auf Instagram (islambotschaft) folgen dem Kanal rund 66.000 Konten (Stand 25.09.2026).
- **Bilal Oromo** betreibt weiterhin ummah.newsde (rund 58.000 Follower gegenüber 59.500 im Mai).
- **Pierre Vogel** liegt auf seinem Hauptkanal bei 69.900 Abonnenten und damit auf dem Niveau des ersten Reports.
- **Muslim Interaktiv:** Mit dem Vereinsverbot vom 5. November 2025 ist die Marke verschwunden. Wie schnell die Szene auf Eingriffe reagiert, hatte Muslim Interaktiv schon zuvor gezeigt. Als TikTok den Kanal 2023 sperrte, stand am nächsten Tag ein neuer Account bereit, und die Sprecher betrieben daneben eigene Personenkonten, Raheem Boateng seit März 2025 auch einen YouTube-Kanal ohne Bezug auf die Gruppe im Namen (DPI 2025). Gegen Generation Islam und Realität Islam hat das Bundesinnenministerium im November 2025 Ermittlungen aufgenommen, weil beide dringend verdächtig seien, dieselben Verbotsgründe zu verwirklichen oder Teilorganisationen von Muslim Interaktiv zu sein (BMI 2025). Beide Gruppenmarken hatten sich schon im Mai und Juni 2025 aufgelöst, und ihre Kanäle laufen seither unter den Namen von Ahmad Tamim, Bilal Oromo und Suhaib Hoffmann weiter (Trendreport Nr. 1; Möller 2025, S. 4 f.). Eine organisatorische oder rechtliche Nachfolge ist damit nicht behauptet. An diesem Beispiel wird sichtbar, wie die Schnelligkeit sozialer Medien langwierige Verbots- und Sperrverfahren unterläuft, weil sich die Reichweite bereits auf andere Konten verlagert hat, wenn eine Maßnahme greift.

1.3 Kanäle im Aufbau: Auswahl und Belege

Trendreport Nr. 1 stützte seine Einordnungen auf die Bewertungen von Sicherheitsbehörden und Dokumentationsstellen. Für kleinere Kanäle liegen solche Einstufungen nicht vor. Dieser Report nennt deshalb nur Kanäle, zu denen **mindestens ein dokumentierter Beleg** in der eigenen Feldrecherche vorliegt, und beschreibt die Inhalte, nicht eine Organisationszugehörigkeit. Weitere Kanäle, die im Rahmen der Feldrecherche erfasst sind, für die aber keine hinreichenden Einzelbelege vorliegen, werden nur als Kanaltyp beschrieben.

HINWEIS

Kriterien für die namentliche Nennung: (1) wiederkehrende Deutungsmuster, die den in Trendreport Nr. 1 beschriebenen Kategorien entsprechen; (2) mindestens ein dokumentierter, gegengelesener Beitrag in der eigenen Feldrecherche; (3) öffentlich zugängliches Konto mit relevanter Reichweite oder erkennbarer Vernetzung mit etablierten Akteuren. Die Nennung ist eine inhaltliche Beschreibung, keine behördliche oder strafrechtliche Einstufung.

Yasin al-Hanafi (YouTube 18.500) veröffentlicht längere Erklärformate. In einem Video vom Juni 2026 heißt es: „Nicht der Islam ist extremistisch, sondern eure Demokratie“. Im selben Beitrag werden Anpassungen „an die säkulare Assimilation“ kritisiert und DITIB-Imame als „Beamte des türkischen Staates“ abgewertet. Der Kanal verbindet damit Demokratieablehnung, Assimilationsnarrativ und innerislamische Abgrenzung. Trendreport Nr. 1 führte al-Hanafi nicht. Neben YouTube betreibt er ein Instagram-Konto (`_yasin_al_hanafi_`, rund 42.000 Follower) und das TikTok-Konto `alqadi1453_2` (17.900 Follower). Dieses tritt wie sein YouTube-Kanal unter dem Namen „MEDIENWIDERSTAND“ auf und bezeichnet sich im Profil als „die offizielle, politische Seite von Yasin Al-Hanafi“.

gharibs_gedanken (Instagram rund 2.800) ist klein, aber ideologisch konsistent. Der Name verweist auf das Entfremdungsnarrativ des Gläubigen als „Fremden“ in einer gottwidrigen Gesellschaft. Inhaltlich richtet sich der Kanal auch gegen muslimische Stimmen, die sich öffentlich gegen Islamismus positionieren: Ein Beitrag deutet deren Arbeit als Versuch des „säkularen Staates“, die Deutungshoheit über den Koran zu übernehmen, und unterlegt das mit der Koranstelle 2:11 („Gewiss jedoch sind sie selbst die, die Unheil stiften“).

politische_reflexion (Instagram rund 16.000, stetig wachsend) kombiniert politische Kommentierung mit religiöser Rahmung. Das Profil trägt den Slogan „#NieWiederStaatsräson“; im Sommer 2026 standen antimuslimische Vorfälle und die Kritik an deutscher Nahostpolitik im Vordergrund. Inhaltlich bewegt sich der Kanal im Deutungsrahmen HuT-naher Akteure (Staatsräson-Kritik, Umma-Solidarität, Rahmung antimuslimischer Vorfälle als systematische Ausgrenzung). Der Slogan geht auf eine Petition Suhaib Hoffmanns vom Oktober 2025 zurück, die Patrick Möller in einer Veröffentlichung von KN:IX connect dem Umfeld der Hizb ut-Tahrir zuordnet (Möller 2026); die Plattform openPetition versah die Petition mit einem Hinweis auf die Verbindung ihres Erstellers zur verbotenen Organisation. Ein Beitrag des Kanals vom 18. Januar 2026 beklagt die Abschaffung des Kalifats 1924 und verheißt dessen Rückkehr. Eine organisatorische Zuordnung ergibt sich daraus nicht.

ideen_akhi (TikTok 14.300, Anzeigenname „Durusst Hasan“) teilt Inhalte, die das NRW-Präventionsspiel „Wer ist Bilal?“ als „neues Level in der Assimilationspolitik“ beschreiben, und bewegt sich damit im Deutungsrahmen der HuT-nahen Akteure.

Darüber hinaus erfasst die eigene Feldrecherche einen **salafistischen Predigerkanal im Aufbau** (Instagram rund 12.000, YouTube rund 4.900), der Halal/Haram-Formate im Stil etablierter Prediger mit politischen Stellungnahmen verbindet. Für eine namentliche Nennung liegen noch keine ausreichenden Einzelbelege vor.

1.4 Transnationaler Content

Die Online-Räume, in denen junge Musliminnen und Muslime in Deutschland religiöse Orientierung suchen, enden nicht an Sprach- oder Staatsgrenzen. Menschen mit Migrationsgeschichte kombinieren in der Regel deutschsprachige Medien mit Angeboten aus den Herkunftsländern;

digitale Medien können grenzüberschreitende Beziehungen stärken und mehrfache Zugehörigkeiten fördern (Paasch-Colberg & Richter 2026). Für religiöse Inhalte bedeutet das, dass neben deutschsprachigen Akteuren auch türkisch- und arabischsprachige Prediger, Kanäle und Formate dieselbe Zielgruppe erreichen, oft außerhalb der Wahrnehmung deutscher Präventions- und Sicherheitsakteure.

Drei Mechanismen machen transnationalen Content präventionsrelevant:

- **Wahrnehmungslücke:** Beobachtung und Prävention in Deutschland arbeiten überwiegend deutschsprachig. Herkunftssprachliche Inhalte werden seltener erfasst und schwerer eingeordnet, weil kulturelle und religiöse Codes dekodiert werden müssen. Auch die Plattformen legen hier wenig offen. Die DSA-Transparenzberichte von TikTok und Meta weisen Moderationskapazitäten für Türkisch und Arabisch nicht gesondert aus; TikTok erwähnt diese Sprachen nur pauschal (Meta 2025; Meta 2026). Zugleich sank die Zahl deutschsprachiger Moderatorinnen und Moderatoren bei TikTok vom ersten Halbjahr 2025 bis zum ersten Halbjahr 2026 von 567 auf 339 (TikTok 2025; TikTok 2026).
- **Autoritätsimport:** Prediger aus den Herkunftsländern wirken über soziale Medien direkt in Gemeinde- und Jugendkontexte hinein. Für die türkischsprachige Szene hat Engin Karahan, Leiter des Projekts Digitale Resilienz, bereits 2022 beschrieben, dass hochideologisierte Akteure aus der Türkei wie Ebubekir Sifil und İhsan Şenocak intensiv in die Jugendarbeit der IGMG hineinwirken konnten (Karahan 2022). Für die İsmail Ağa Cemaati hält der Verfassungsschutz fest, dass die Predigten eines in die Türkei abgeschobenen Predigers seither „via Internet live nach Deutschland übertragen“ werden (BfV 2025, S. 274). Auch die eigene Feldrecherche erfasst türkischsprachige Predigerkanäle mit Reichweite in Deutschland.
- **Diaspora-Adressierung:** Transnationale Formate sprechen Musliminnen und Muslime in Europa gezielt als Diaspora an, als Gemeinschaft in der Fremde (türkisch *gurbet*), deren Glaube dort bedroht sei. Türkischsprachige Straßeninterviews greifen diese Adressierung auf (siehe unten). Über die DITIB, das Amt für Auslandstürken (YTB) und den Sender TRT Deutsch wirkt zudem eine identitätspolitisch aufgeladene Diasporapolitik der Türkei nach Deutschland hinein, deren Ausmaß noch nicht abzuschätzen ist (vgl. Güvercin 2026). Das schließt unmittelbar an das Assimilationsnarrativ an (siehe 2.3).

Hinzu kommt eine sprachliche Dimension innerhalb der Gemeinden: In einem öffentlichen Gespräch nannte Tuğrul Kurt, Professor für Islamische Theologie (Koranforschung) an der Universität Wien, Predigten in Herkunftssprachen, die junge Menschen nicht mehr hören wollen und oft nicht ausreichend verstehen, als möglichen Grund dafür, dass sie religiöse Orientierung in sozialen Medien suchen (Özsoy 2026; explorativer Hinweis, siehe 3.2).

Dass türkischsprachige Inhalte in sozialen Medien dennoch Reichweite erzielen, steht dazu nur scheinbar im Widerspruch, und vieles spricht dafür, dass der Unterschied im Register liegt. Die Predigt in der Moschee ist ein längerer Vortrag in gehobener religiöser Sprache, während die Formate in sozialen Medien Alltagstürkisch sprechen, wie es viele Jugendliche

aus Familie und Alltag kennen, und ihre Botschaft in kurze, leicht verständliche Einheiten mit eindeutiger Aussage zerlegen. Sie greifen dabei auf Topoi, Formate und Memes zurück, die Jugendlichen aus anderen Zusammenhängen vertraut sind, und stützen das Gesprochene durch Untertitel, Texteinblendungen und Titel, die die zugespitzteste Aussage herausstellen, sodass das Verständnis nicht am Hörverstehen eines ganzen Vortrags hängt. Hinzu kommt, dass Jugendliche diese Inhalte selbst auswählen, im eigenen Tempo und so oft sie wollen ansehen und darin eher Gleichaltrige oder die vermeintliche Stimme der Straße hören als eine Autorität, der sie zuzuhören haben. Kurt beschreibt im selben Gespräch, dass Jugendliche diesen Inhalten allein und oft in einem besonders verletzlichen Moment begegnen, ohne dass ein Kontrollmechanismus greift, und hält soziale Medien deshalb für gefährlicher als eine Predigt in der Moschee, die den Koran für eigene Zwecke einsetzt (Özsoy 2026). Wie viele der Aufrufe aus Deutschland stammen, weisen die Plattformen allerdings nicht aus, weshalb die Reichweite türkischsprachiger Beiträge nicht ohne Weiteres als Reichweite unter Jugendlichen in Deutschland gelesen werden kann.

Türkischsprachige Straßeninterviews

Der reichweitenstärkste Beitrag der gesamten Feldrecherche stammt aus einem türkischsprachigen **Straßeninterview-Format** (*sokak röportajı*): Ein Video, in dem ein Passant erklärt, Wählen sei Schirk (Beigesellung) und wer wähle, sei ein Ungläubiger, erreichte 10,8 Millionen Aufrufe. Die erfassten Beiträge der Kanäle *mormikrofon* (TikTok 241.300), *realozcantv* und *kanaldunya7* (TikTok 387.500) erreichen zwischen rund 128.000 und 10,8 Millionen Aufrufe. Darin fordern Interviewte die Scharia oder die Auswanderung (Hidschra) aus Europa; in einem Beitrag erklärt ein Interviewter, im Ausland lebende Türkeistämmige seien „keine Muslime“, sondern nur „der Sprache nach“ Muslime, und müssten auswandern (eigene Übersetzung).

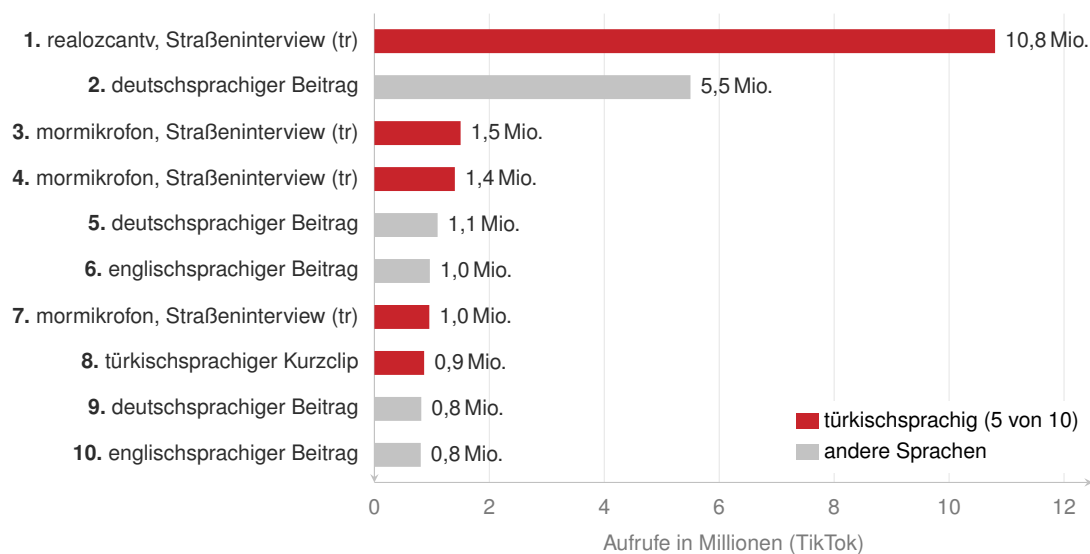


Abbildung 2. Die zehn reichweitenstärksten Beiträge der eigenen Feldrecherche nach Aufrufen; alle stammen von TikTok. Türkischsprachige Beiträge machen knapp 8 Prozent der ausgewerteten Beiträge aus, stellen aber fünf der zehn reichweitenstärksten, vier davon Straßeninterviews. Konten sind nur benannt, wenn sie im Text eingeordnet werden. Quelle: eigene Feldrecherche; reichweitenstärkste Beiträge aus dem vollen Bestand, Stand 30.09.2026; Sprachanteil aus den 754 ausgewerteten Beiträgen, Stand 13.10.2026.

Türkischsprachige Beiträge machen nur knapp 8 Prozent der ausgewerteten Beiträge aus, stellen aber fünf der zehn reichweitenstärksten Beiträge (Abbildung 2). Das Format ist kurz und konfrontativ und zeigt O-Töne ohne erkennbare Absenderideologie. Die Aussagen stammen von Interviewten; die Wirkung entsteht durch Auswahl, Schnitt und Wiederholung. Diese Kanäle sind deshalb als **Reichweitenträger** zu beobachten, ohne sie als islamistische Akteure einzustufen. Nach Kenntnis des Projekts werden sie von keinem deutschsprachigen Träger systematisch erfasst. Die Betreiber kommentieren nicht selbst und präsentieren ihre Formate als Stimme der Straße („Türkiye’nin Sokaktaki Sesi“, „Sokak konuşuyor“). In den sechs erfassten Beiträgen dieser Kanäle setzen die Titel jedoch die zugespitzteste Aussage der Interviewten als Zitat und verstärken so die Auswahl, etwa „Wer die Scharia nicht anerkennt und das wissentlich tut, fällt in den Unglauben“ (eigene Übersetzung).

Teil II: Einbettung und Brückennarrative

2.1 Phasen im Überblick

Die Phaseneinteilung aus Trendreport Nr. 1 wird um eine vierte Phase fortgeschrieben.

Tabelle 2: Phasen der Entwicklung der islamistischen Online-Szene in Deutschland 2013–2026.

Phase	Zeitraum	Charakteristika
Phase I	2013–2019	Aufbau und Professionalisierung. Generation Islam (2013) und Realität Islam (2015) gründen professionelle Formate. YouTube als Hauptplattform. Salafistisches Establishment (Vogel, Baraa) verankert.
Phase II	2020–2022	Pandemie als Beschleuniger. TikTok steigt als neue Plattform auf. Nachwuchsakteure bauen in kurzer Zeit Followerschaften auf.
Phase III	Okt. 2023–Mitte 2025	7. Oktober als Radikalisierungskatalysator. Anstieg von Posting-Frequenz, Follower-Gewinnen und antisemitischem Content; Mobilisierung zu Demonstrationen.
Phase IV	Mitte 2025–heute	Personalisierung und Einbettung. Auflösung der Gruppenmarken GI und RI (Mai/Juni 2025), Verbot von Muslim Interaktiv (11/2025). Reichweite verlagert sich auf Personenkonten, Einbettungskanäle und formatgetriebene Angebote; Prävention und Sicherheitsbehörden werden selbst zum Thema. HuT-Spektrum laut BfV auf 950 Personen gewachsen.

2.2 Einbettung statt Eskalation

Die Auswertung der eigenen Feldrecherche zeigt zwei unterschiedliche Produktionslogiken (Abbildung 3). **Ideologie-Kanäle** veröffentlichen kaum Beiträge ohne ideologische Deutung und erzielen Reichweite über Frequenz, Zuspitzung und aktive Kommentarräume. Bei Suhaib Hoffmann ist auf TikTok nur einer von 34 Beiträgen unbedenklich und gut ein Drittel (35 Prozent) deutlich ideologisch, beim takfiristisch-salafistischen TikTok-Kanal *tevhibdawah5* sind 12 Prozent der Beiträge unbedenklich und knapp die Hälfte (49 Prozent) deutlich ideologisch. **Einbettungskanäle** dagegen bestehen zu 60 bis 80 Prozent aus Frömmigkeits- und Alltagsinhalten; ideologische Deutungen sind Beiwerk. Zwei deutschsprachige Da'wa-Kanäle dieses Typs, *islamkenntnisoffiziell* und *alimhamza3*, gehören zu den am schnellsten wachsenden Konten im Bestand (TikTok +19 und +27 Prozent zwischen Juni und August 2026). Bei *islamkenntnisoffiziell* (TikTok rund 20.000 Follower) sind 78 Prozent der erfassten Beiträge

unbedenklich und 2 Prozent deutlich ideologisch, bei alimhamza3 (rund 27.500) 67 beziehungsweise 4 Prozent. Die Einordnung als Einbettungskanal beschreibt, wie ein Konto seine Inhalte mischt, und ist keine Einstufung als islamistischer Akteur.

Follower Jun–Aug

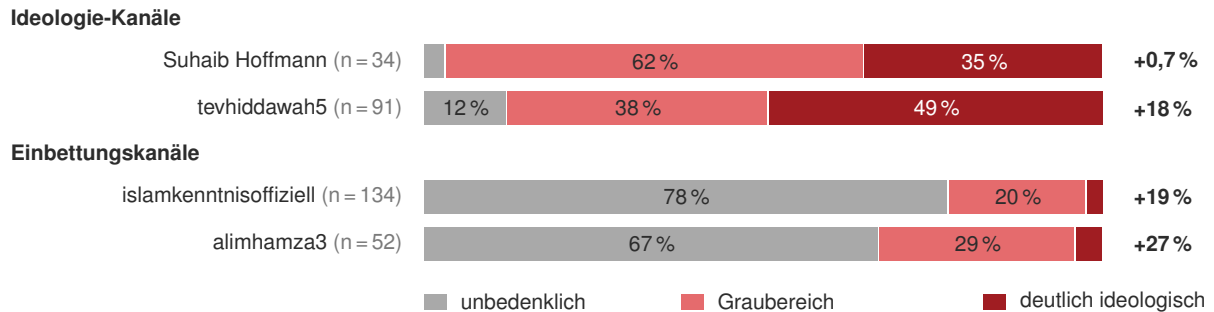


Abbildung 3. Anteil der Beiträge nach Einstufung und Follower-Wachstum auf TikTok (10.06.–18.08.2026) für zwei Ideologie- und zwei Einbettungskanäle. Anteile bezogen auf den vollen Bestand des jeweiligen Kontos, Stand 20.10.2026; Anteile unter 5 Prozent ohne Beschriftung.

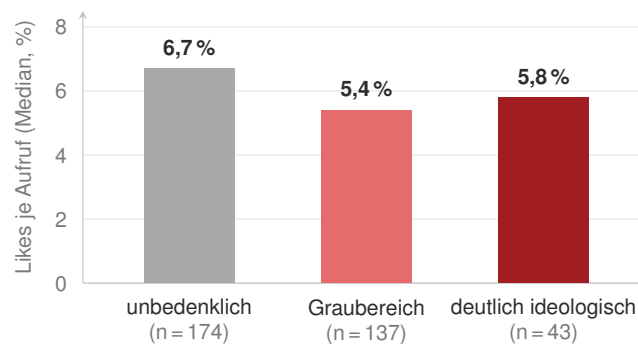


Abbildung 4. Zustimmung je Aufruf nach Einstufung: Unbedenklich eingestufte Beiträge werden pro Aufruf stärker belohnt als ideologische. Median der Like-Rate, n = 354 Beiträge mit Aufrufzahl (Auswahl mit höchstens 30 Beiträgen je Konto, ohne X). Convenience Sample. Quelle: eigene Feldrecherche, Stand 21.10.2026.

Hinzu kommt, dass unbedenklich eingestufte Beiträge je Aufruf mehr Zustimmung erhalten als ideologische (Abbildung 4). Für die Prävention folgt daraus: Eine Beobachtung, die an der Gefährlichkeit einzelner Inhalte ansetzt (gefahrenbasierte Beobachtung), erfasst die Einbettungskanäle nicht, obwohl gerade sie in diesem Bestand am schnellsten wachsen. Die Befunde deuten darauf hin, dass ideologische Deutungen in diesem Bestand eher über Einbettung als über Eskalation Anschluss finden. Das deckt sich mit dem Befund der Landesanstalt für Medien NRW, dass Vertrauen über geteilte Alltags- und Ausgrenzungserfahrungen aufgebaut wird, in das ideologische Botschaften anschließend eingebettet werden (LfM NRW 2025).

2.3 Das Assimilationsnarrativ als Brückennarrativ

In der eigenen Feldrecherche ist die Erzählung, der deutsche Staat wolle Muslime zu „anderen Muslimen“ machen, ein wiederkehrender Typ. Sie erscheint als „Assimilationsagenda“ bei Suhaib

Hoffmann (etwa zur Deutung eines islamfeindlichen Graffitos als „Folge der islamfeindlichen Assimilationspolitik“), als Standardformel in Tamims Kanalbeschreibungen, als Kritik an Anpassung „an die säkulare Assimilation“ bei Yasin al-Hanafi und als Rahmung von Präventionsangeboten. Das Narrativ verbindet reale Anlässe wie Kopftuchdebatten, islamfeindliche Vorfälle oder den Islamunterricht mit der Behauptung eines planvollen Identitätsentzugs. Gerade jungen Musliminnen und Muslimen wird in sozialen Medien vermittelt, der Staat erwarte von ihnen Assimilation und damit die Aufgabe ihres Glaubens (vgl. Kayman 2025, S. 33).

Seine Brückenfunktion hat das Narrativ, weil es nicht nur in der Szene zirkuliert. Das Protokoll einer Unterkommission des Außenpolitikausschusses der Großen Nationalversammlung der Türkei vom 2. April 2026 zur Auslandsarbeit der Religionsbehörde Diyanet ordnet die Rolle von Moscheen im Ausland ausdrücklich in die Abwehr von Assimilation ein. Die Ausschussvorsitzende Seda Gören sprach von der Rolle der Moscheen, Vereine und Religionsbeauftragten „in unserer Haltung gegen Assimilationspolitik“; der stellvertretende Diyanet-Präsident Fatih Mehmet Karaca nannte die Arbeit von DITIB, ATIB und anderen Vereinen das „größte Hindernis“ einer Assimilation, die unter dem Namen „Integration“ betrieben werde (TBMM 2026, eigene Übersetzung; Kayman 2026a). Religiöse Arbeit im Ausland erscheint dort als nationale Aufgabe der Bindung und Identitätssicherung. Eine solche Rahmung liegt, wie Engin Karahan an anderer Stelle formuliert hat, „gefährlich nahe an den Botschaften islamistischer Online-Milieus. Sie ist nicht identisch mit ihnen. Aber sie schafft den Resonanzraum, in dem aus politischer Entfremdung religiös aufgeladene Abwehr wird“ (Karahan 2026a).

EINORDNUNG

Die Überschneidung ist rhetorisch, nicht organisatorisch. Die DITIB ist der Diyanet strukturell untergeordnet; die IGMG ist formal unabhängig und keine staatliche Organisation, hat sich aber nach eigener Entscheidung personell und inhaltlich stärker an der türkischen Politik ausgerichtet (Karahan 2025a). Aus der Verwendung desselben Begriffs folgt weder eine Nähe dieser Verbände zum Islamismus noch eine Wirkungskette von der Gemeinde zur Szene. Dass Moscheegemeinden Jugendliche für islamistische Online-Angebote empfänglicher machen, ist nicht belegt. Für eine Kausalkette zwischen Moscheebindung und Radikalisierung gibt es keine Belege (ausführlich Kayman 2026c).

Die Grenze verläuft zwischen **Grundnarrativ** und **Aufbaunarrativ**. Kritik an Assimilationsdruck, an Diskriminierung oder an doppelten Maßstäben ist legitimer Teil politischer Auseinandersetzung und kein Indikator für Radikalisierung. Ideologisch wird sie dort, wo sie zur Verschwörungserzählung eines planvollen Identitätsraubs ausgebaut wird, wo Demokratie als Instrument dieses Raubs erscheint und wo daraus die religiöse Pflicht zur Abschottung abgeleitet wird.

Die eigene Feldrecherche zeigt zudem, dass islamistische Akteure die türkisch-islamischen Verbände selbst angreifen. Der takfiristisch-salafistische Kanal *tevhiiddawah5* erklärt, man

verrichte „kein Taraweeh in Ditib oder Milli Görüş“ (58.900 Aufrufe), und wirft den Verbänden Schweigen gegenüber „Tāghūt-Herrschern“ vor; Yasin al-Hanafi bezeichnet DITIB-Imame als „Staatsimame“. Das Brückennarrativ verbindet also Deutungen, nicht Lager (Abbildung 5).



Abbildung 5. Das Assimilationsnarrativ verbindet Deutungen, nicht Lager: Derselbe Begriff zirkuliert in der Szene und in der Rahmung türkischer Religionspolitik, ohne organisatorische Verbindung; islamistische Akteure greifen die türkisch-islamischen Verbände zugleich an. Schematische Darstellung auf Grundlage von Abschnitt 2.3.

2.4 Opferschaft als Querschnittsrahmung

Eng mit dem Assimilationsnarrativ verbunden ist die Rahmung der eigenen Gemeinschaft als Opfer. Sie ist kein eigenständiges Deutungsangebot, sondern begleitet nahezu alle Narrative, von der Israel-Delegitimierung bis zur Demokratieablehnung. Muslimfeindlichkeit und Diskriminierung sind in Deutschland real und gut dokumentiert (Unabhängiger Expertenkreis Muslimfeindlichkeit 2023). Die LfM-NRW-Studie zeigt, dass gerade junge Menschen mit Rassismus- und Ausgrenzungserfahrungen gezielt angesprochen werden (LfM NRW 2025).

Instrumentalisiert wird Diskriminierung dort, wo sie zum Beweis umgedeutet wird, dass nur die eigene Gruppe Schutz bietet. Prävention muss deshalb beides leisten: Muslimfeindlichkeit benennen, ohne sie an einen Extremismuskachscheln zu knüpfen, und die Instrumentalisierung von Diskriminierungserfahrungen benennen, ohne diese Erfahrungen zu relativieren (vgl. Karahan 2026b).

2.5 Prävention als Angriffsziel und als Resonanzraum

WARNUNG

Präventionsarbeit ist selbst Gegenstand islamistischer Propaganda. Unter Suhaib Hoffmanns Video „Präventionsarbeit & Verfassungsschutz: Die gefährliche Verbindung“ (Mai 2026) tragen 44 Prozent der Kommentare Zustimmungsmarker. In einem Kommentar werden die Präventionsstellen als „verlängerter Arm der Mediendiktatur Deutschland“ bezeichnet, ein anderer übernimmt Hoffmanns eigene Formel, Präventionsarbeit entspringe „der Assimilationsagenda des Staates“. Muslimische Präventionsfachkräfte werden aufgefordert, ihre Tätigkeit aufzugeben. Für Träger mit muslimischen Mitarbeitenden ist das ein Schutz- und Fürsorgethema.

Die Angriffe haben eine zweite Seite. Dass islamistische Akteure auf Präventionsangebote reagieren, zeigt, dass diese Angebote im Milieu wahrgenommen werden, und zwar dort, wo Präventionsarbeit nach eigener Einschätzung des Projekts sonst kaum hinreicht. Wenn ein reichweitenstarker Akteur zum Beispiel die Arbeit der Alhambra Gesellschaft aufgreift und als Spaltungsversuch deutet, trägt er deren Positionen in seine eigene Followerschaft, auch wenn er sie zurückweist. Dass innermuslimische Gegenstimmen in den Räumen wahrgenommen werden, in denen islamistische Deutungen zirkulieren, ist ein Ziel des Projekts Digitale Resilienz.

Deutlicher noch zeigt sich das bei Ahmad Tamim. Seit dem Projektbeginn im April 2026 hat er auf X neunmal direkt auf Texte und Äußerungen von Murat Kayman und Eren Güvercin reagiert, die beide für die Alhambra Gesellschaft tätig sind und im Projekt Digitale Resilienz mitarbeiten; hinzu kommt eine Reaktion von Hanna Hansen. Die Beiträge reichen von ausführlichen Repliken bis zum Vorwurf, Kayman versuche, „Zwietracht innerhalb der islamischen Community zu säen“, und erreichten zusammen rund 42.000 Aufrufe.¹ Alle neun Beiträge Tamims bewegen sich nach der Einstufung der eigenen Feldrecherche im Register der legitimen Debatte (unbedenklich oder im Graubereich), nicht in dem der offenen Delegitimierung. Das macht die Auseinandersetzung anschlussfähig und für gefahrenbasierte Beobachtung unsichtbar.

Diese Resonanz ist ein Indikator für Reichweite, noch kein Nachweis von Wirkung. Ob Nutzerinnen und Nutzer die Gegenposition aufsuchen, sich mit ihr auseinandersetzen oder die Abwehr übernehmen, lässt sich aus Reaktionen allein nicht ablesen.

2.6 Kommentarräume

Die Befunde aus Trendreport Nr. 1 zu Kommentarspalten als eigenem Risikoraum bestätigen sich im eigenen Bestand, der Kommentare nur zu YouTube-Beiträgen umfasst. Drei Typen lassen sich unterscheiden: **autoritär-bestätigende** Räume, in denen der Akteur selbst moderiert und Segensformeln verteilt (bei Hoffmann und Tamim tragen je nach Video 27 bis 55 Prozent der Kommentare Zustimmungsmarker); **polarisierende** Räume unter journalistischen Beiträgen, in denen sich islamistische, muslimfeindliche und rechte Kommentare begegnen; und Räume, in denen sich der Kommentarstrang vom Video löst und **eigenständig Feindbilder gegen Personen** produziert. Unter einem Video zu einer Talkshow-Debatte nennen 70 von 390 Kommentaren einen bekannten Islamismuskritiker, die fünf meistgelikten sind ausschließlich Abwertungen seiner Person. Hinweise auf systematische Überleitungen in Messenger-Gruppen, wie sie die LfM-NRW-Studie beschreibt, sind im eigenen Bestand bislang nicht belegt, weil der Bestand keine TikTok- und Instagram-Kommentare enthält.

¹Repliken Tamims vom 17. Juli 2026 (Rolle islamistischer Akteure in der liberalen Gesellschaft), 24. Juli (Begriffsbildung und Argumentation), 1. August (rund 22.300 Aufrufe), 25. August (Parole „Islamismus stoppen“) und 8. September 2026 (Kinderkopftuch).

Teil III: Grauzone und Männlichkeit

Die fünf Kategorien aus Trendreport Nr. 1 (K1 politisch-islamistisch, K2 salafistisch-lifestyle, K3 lifestyle-islamistisch, K4 antisemitisch-agitatorisch, K5 weibliche Accounts mit patriarchalen Rollenzuschreibungen) bleiben der Bezugsrahmen. Die Anwendung in der eigenen Feldforschung hat allerdings gezeigt, dass zwei Kategorien an ihre Grenzen stoßen: K1 nimmt sehr unterschiedliche Deutungsangebote auf, von Demokratieablehnung über Takfir bis zum Kalifat, und Geschlechterordnung durchzieht alle Kategorien, nicht nur K5.

Dieser Teil ergänzt die Typologie deshalb um die in Trendreport Nr. 1 angekündigte Grauzone und behandelt Männlichkeit als Querschnittsthema.

3.1 Die Grauzone: Einbettung und Format

G1

Einbettungskanäle: religiöse Speaker und Da'wa-Formate

Akteure: Deutschsprachige Prediger- und Da'wa-Kanäle, die sich nicht als politisch verstehen und überwiegend Frömmigkeits-, Alltags- und Beziehungsinhalte veröffentlichen.

Kernmerkmale: Hoher Anteil unbedenklicher Inhalte; einzelne Beiträge mit Exklusivitätsanspruch („nur diese Auslegung ist gültig“), rigider Alltagsnormierung oder Abwertung anderer Muslime. Autorität entsteht vor allem über Reichweite und Nahbarkeit, weniger über eine ausgewiesene theologische Ausbildung. Die ideologisch anschlussfähigen Deutungen sind für Außenstehende kaum erkennbar.

Typische Themen/Formate: Frage-Antwort-Videos, Ermahnungen (Tod, Grab, Jenseits), Beziehungs- und Eheratschläge, Livestreams, Reise- und Seminarwerbung.

G2

Formatgetriebene Reichweite: Straßeninterview, Zitat-Rahmung, Reaction

Akteure: Türkischsprachige Straßeninterview-Kanäle; Zitat-Formate HuT-naher Akteure; Reaction- und Debattenformate.

Kernmerkmale: Die ideologische Deutung liegt in Auswahl, Schnitt, Titel und Bildunterschrift, nicht in der eigenen Aussage des Kanals. Hohe algorithmische Verbreitung, geringe Zurechenbarkeit.

Typische Themen/Formate: O-Töne von Passantinnen und Passanten zu Scharia, Wahlen oder Hidschra; kommentierte Ausschnitte aus Talkshows und Nachrichtensendungen; Reaktionen auf Predigten.

Abbildung 6 ordnet beide Typen der Grauzone neben den Ideologie-Kanälen und den Reaction-Formaten der Gegenrede ein.

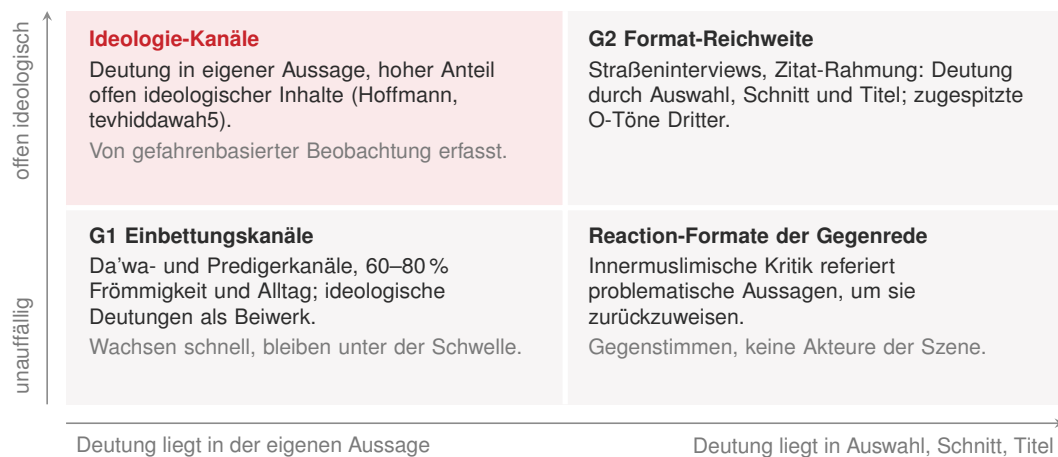


Abbildung 6. Ordnungsschema der Grauzone: Nur das rot hinterlegte Feld wird von einer Beobachtung zuverlässig erfasst, die an der Gefährlichkeit einzelner Inhalte ansetzt. Die Zuordnung ist qualitativ und keine Messung; sie fasst die Befunde aus Teil I und II zusammen.

3.2 Männlichkeit als Scharnier

Globale Muster, religiöse Umdeutung

Unter jungen Männern zirkulieren online Männlichkeitsbilder, die Dominanz, Kontrolle und Härte als einzig gültige Form von Stärke darstellen und Feminismus sowie queere Lebensweisen als Bedrohung inszenieren. Diese Muster sind nicht spezifisch muslimisch. In muslimischen Kontexten werden sie jedoch häufig **religiös umgedeutet**: Aus dem „High Value Man“ der Manosphere wird der fromme Patriarch, aus Kontrolle wird Schutz, aus Besitzlogik Verantwortung, aus weiblicher Unterordnung eine angeblich gottgegebene Ordnung (Karahan 2025b; Karahan 2026c). Religiöse Begriffe werden dabei umfunktioniert: Die schützende Eifersucht (*Ghīra*) wird zum Instrument der Überwachung, das Gebot, den Blick zu senken, zur Waffe gegen Frauen.

Das ist in vielen Fällen **Mimikry**. Der Kern ist eine global zirkulierende patriarchale Ideologie, die sich lokal ein religiöses Gewand sucht (Karahan 2026d). Für die Präventionspraxis folgt daraus zweierlei. Was vorschnell als „islamisch“ oder „traditionell“ gelesen wird, ist oft kein theologisches Phänomen. Und die Anfälligkeit entsteht durch die religiöse Verkleidung globaler Narrative und ist keine besondere Disposition muslimischer Jugendlicher.

Befunde aus der eigenen Feldrecherche

Im Bestand finden sich Männlichkeitsinhalte vor allem außerhalb der klassischen islamistischen Kategorien: in Beziehungskoaching-Formaten, die männliche Kontrolle als Fürsorge darstellen und sechsstelligen Aufrufzahlen erreichen („Ein wahrer Mann verkauft sich nicht für eine toxische Frau“), in Fitness-Formaten, die Krafttraining als religiöse Schutzpflicht des Mannes begründen, in „Männer-Retreats“ mit „Vorträgen über wahre Männlichkeit“ und in Selbstoptimierungsformaten

(„Männlichkeit beginnt mit Verantwortung“). Daneben stehen Inhalte ohne jeden religiösen Bezug, etwa Finanz- und Rollencontent aus der Manosphere, die dieselben Räume bespielen. Etablierte Akteure greifen das Thema auf, etwa in Beiträgen, die die Mehrehe als ehrliche Alternative zu Affären darstellen.

Ein eigener Themenschnitt der Feldrecherche zu Männlichkeit und Geschlechterordnung umfasst 319 Beiträge, davon 271 aus dem Islamismus-Bestand. Knapp zwei Drittel stammen von TikTok; 186 Beiträge sind als unbedenklich eingestuft, 106 liegen im Graubereich und 21 sind deutlich ideologisch; sechs sind ohne Einstufung. Unter den beitragsstärksten Konten sind Da'wa-Kanäle, Beziehungskoaching-Formate und etablierte Prediger, aber auch innermuslimische Kritikerinnen, deren Reaction-Formate die Rollenbilder zurückweisen. Sie greifen die Aussagen auf, um ihnen zu widersprechen, und zählen damit zu den Gegenstimmen, nicht zur Szene. Der Schnitt belegt, wie stark Geschlechterfragen den Bestand durchziehen; eine Überschneidung mit säkularen Manosphere-Angeboten lässt sich daraus nicht ablesen, weil diese nicht systematisch erfasst sind.

Diese Inhalte werden in der Regel als wenig riskant eingestuft. Gerade darin liegt ihre präventive Relevanz: Sie leisten Erstsprache in einem Themenfeld, das junge Männer unmittelbar betrifft, und verbinden sich im Bestand häufig mit Alltagsnormierung und Überlegenheitsrahmungen gegenüber dem „Westen“.

Plattformdynamik und Einstellungsbefunde

Eine Studie des University College London und der University of Kent in Zusammenarbeit mit dem britischen Schulleitungsverband ASCL fand bei TikTok-Testprofilen innerhalb von fünf Tagen eine Vervierfachung misogynen Inhalte im Empfehlungsfeed; die Inhalte wurden überwiegend in spielerischen oder humorvollen Formen präsentiert (Regehr et al. 2024). Zugleich zeigt eine Auswertung realer YouTube-Nutzungsdaten, dass extremistische Inhalte vor allem von einer kleinen, bereits interessierten Gruppe konsumiert werden (Chen et al. 2023). Algorithmische Verstärkung ist belegt; eine automatische Radikalisierung Unbeteiligter ist es nicht.

Für die Einstellungsebene liefert eine repräsentative Schweizer Befragung Anhaltspunkte: 47,7 Prozent der 18- bis 24-jährigen Männer stimmen der Aussage zu, Gewalt sei manchmal notwendig; 41 Prozent der jungen Deutschschweizer berichten Bezüge zur Manosphere (Ribeaud, Buzzi & Theunert 2026). Die Studie weist keine Kausalität der Mediennutzung nach, und ihre Ergebnisse sind nicht ohne Weiteres auf Deutschland übertragbar.

Vergleichsfolie Rechtsextremismus

ANALOGIE

Die folgenden Aussagen stützen sich überwiegend auf Forschung zu Rechtsextremismus und Manosphere. Ihre Übertragung auf islamistische Online-Kommunikation ist ein Analogieschluss, kein islamismusspezifisch belegter Befund.

Jihadistische, rechtsextreme und männersupremazistische Gewalttäter teilen nach einer explorativen Fallstudie das Ziel einer extrem patriarchalen Ordnung, die antifeministisch und teils offen frauenfeindlich ist (Roose & Cook 2022). Die Manosphere arbeitet mit männlicher Opferidentität, naturalisierten Hierarchien und der Erzählung, Männer müssten aus einer feministischen Täuschung befreit werden („Red Pill“) (Ging 2019). Diese Erweckungslogik erinnert an Konversionserzählungen, wie sie auch islamistische Angebote kennen, wobei diese Parallele eine Deutung des Projekts ist. Queerfeindlichkeit kann als Brückennarrativ zwischen unterschiedlichen autoritären und ultranationalistischen Milieus wirken (Karahana 2026e), und auch das Bundesamt für Verfassungsschutz sieht in der Ablehnung von LSBTIQ einen möglichen „gemeinsame[n] Bezugspunkt für islamistische und rechtsextremistische Ideologien“ (BfV 2025, S. 236). Wie weit solche Parallelen tragen, ist allerdings offen, denn Pearson warnt davor, Islamismus und Rechtsextremismus über eine gemeinsame Krise der Männlichkeit gleichzusetzen, weil es für eine Entsprechung der Geschlechternormen beider Bewegungen kaum Belege gebe (Pearson 2019, S. 1256).

Die ideologischen Weltbilder bleiben unvereinbar: Islamistische und rechtsextreme Akteure definieren sich gegenseitig als Feinde. Die Ähnlichkeit liegt in den Mechanismen, nicht in den Inhalten. Wie häufig junge Menschen tatsächlich zwischen Manosphere- und islamistischen Angeboten wechseln, ist für Deutschland nicht untersucht.

HINWEIS

Weibliche Perspektive und offene Fragen. In einem öffentlichen Gespräch berichtete Tuğrul Kurt, Professor für Islamische Theologie an der Universität Wien, aus einer Erhebung unter jungen Musliminnen und Muslimen in Österreich von einer hohen Zustimmung zu Beschützer- und Kontrollbildern (Özsoy 2026). An anderer Stelle beschrieb er Social-Media-Prediger, die religiöse Autorität über Reichweite statt über Quellenprüfung beanspruchen: „Heute ist viral das neue Sahih“ (ZeKK 2026). Da die Ergebnisse der Erhebung noch nicht veröffentlicht sind, handelt es sich um explorative Hinweise.

Teil IV: Schlussfolgerungen und Implikationen

4.1 Kernerkenntnisse

- Die Reichweiten der etablierten Akteure sind seit Mai 2026 überwiegend **stabil**; Wachstum zeigt sich bei Hanna Hansen, bei Einbettungskanälen und bei türkischsprachigen Straßeninterview-Formaten. Am Verbot von Muslim Interaktiv wird sichtbar, wie schnell sich Reichweite auf Personenkonten verlagert und wie wenig langwierige Verbots- und Sperrverfahren dem entgegensetzen.
- Die Befunde sprechen dafür, dass Reichweite über **Einbettung** entsteht. Unbedenklich wirkende Inhalte erhalten je Aufruf mehr Zustimmung als ideologische, und ideologische Deutungen fahren mit. Gefahrenbasierte Beobachtung erfasst diese Kanäle nicht.
- Das **Assimilationsnarrativ** ist ein Brückennarrativ, weil es an reale Anlässe und an staatliche Rahmungen außerhalb der Szene anschließt. Die Überschneidung ist rhetorisch, nicht organisatorisch; islamistische Akteure greifen die Verbände selbst an.
- **Männlichkeit** ist ein Scharnier: Global zirkulierende patriarchale Muster werden religiös umgedeutet und leisten Erstansprache in Formaten, die als wenig riskant gelten.
- **Formate** wie Straßeninterview, Zitat-Rahmung und Reaction entziehen sich einer Beobachtung, die nur das Gesprochene auswertet. Die Deutung liegt in der Rahmung, nicht in der Tonspur.
- **Prävention** ist selbst Gegenstand der Propaganda; muslimische Fachkräfte werden gezielt adressiert. Zugleich zeigen die Reaktionen, dass innermuslimische Gegenstimmen im Milieu wahrgenommen und aufgegriffen werden.

4.2 Implikationen für die Praxis

Prebunking an den Brücken, nicht an den Endpunkten. Formate, die bei Kalifat oder Militanz ansetzen, erreichen die Zielgruppe zu spät. Wirksamer sind Formate an den Übergängen: dort, wo legitime Kritik an Diskriminierung in die Erzählung eines planvollen Identitätsraubs kippt, und dort, wo Frömmigkeit in Exklusivitätsanspruch übergeht.

Männlichkeit als Querschnittsthema in Schulungen. Pädagogische Fachkräfte brauchen Kenntnis der religiösen Umdeutung globaler Männlichkeitsmuster. Maßgeblich ist, patriarchale Dynamiken weder zu kulturalisieren noch aus Angst vor Stigmatisierung zu verschweigen. Der Zugang über Techniken, also wie ein Beitrag wirkt, trägt unabhängig von der religiösen Vorbildung der Fachkraft.

Beobachtung breiter anlegen. Wer die Szene beobachtet, muss Sprecherhaltung, Mehrsprachigkeit (insbesondere Türkisch und Arabisch) und die visuelle Ebene einbeziehen; Spektrumszuordnungen gehören auf die Ebene der Akteure, nicht einzelner Beiträge. Die Kommentarräume auf TikTok und Instagram sind eine Beobachtungslücke.

Regulierung und Befähigung ergänzen sich. Sperren einzelner Konten verringern die Aufmerksamkeit für die gesperrten Akteure messbar (Horta Ribeiro et al. 2025). Vereinsverbote erreichen die Szene dagegen nur begrenzt, wenn deren Akteure ihre Reichweite längst auf Personenkonten verlagert haben. Gleichzeitig betont die Jugend- und Radikalisierungsforschung, dass Jugendliche ihre algorithmische Umgebung aktiv mitgestalten und befähigt werden müssen, sie zu durchschauen (Polizzi 2025). Beide Ansätze sind komplementär.

Schutz für Fachkräfte. Träger sollten muslimische Mitarbeitende, die öffentlich sichtbar in der Prävention arbeiten, auf gezielte Anfeindungen vorbereiten und unterstützen.

Resonanz systematisch auswerten. Reaktionen islamistischer Akteure auf Präventionsinhalte sind ein verwertbarer Reichweitenindikator. Sie sollten künftig systematisch dokumentiert und darauf ausgewertet werden, ob sie Gegenpositionen in die Zielgruppe tragen oder vor allem Abwehr mobilisieren.

Forschungslücken benennen. Nicht belegt sind bislang: die Häufigkeit von Übergängen zwischen Manosphere- und islamistischen Angeboten in Deutschland; die Wirksamkeit von Deplatforming bei religiös-ideologisch gebundenen Netzwerken im Vergleich zu anderen Phänomenbereichen; und weibliche Einstiegsformate jenseits der männlich geprägten Meme- und Manosphere-Forschung.

FAZIT

Die Befunde dieses Reports sprechen dafür, dass die islamistische Online-Szene Reichweite weniger dort gewinnt, wo sie am lautesten ist, als dort, wo sie am unauffälligsten wirkt: in Frömmigkeitsinhalten, in Erzählungen über Assimilation und in religiös umgedeuteten Männlichkeitsbildern. Prävention muss an diesen Übergängen ansetzen, und zwar präzise unterscheidend, ohne Generalverdacht und aus den Communitys heraus.

Quellenverzeichnis (Auswahl)

Die folgende Auflistung nennt die wichtigsten Quellen dieses Trendreports. Reichweitendaten sind Momentaufnahmen. Aussagen zur eigenen Feldrecherche beruhen auf dem Bestand des Projekts Digitale Resilienz (Datenstand 13. Oktober 2026). Engin Karahan, Murat Kayman und Eren Güvercin arbeiten im Projekt Digitale Resilienz. Ihre Veröffentlichungen werden zitiert, wo der Report auf dort entwickelte Analysen zurückgreift.

Bundesamt für Verfassungsschutz / Bundesministerium des Innern (2026): Verfassungsschutzbericht 2025. Berlin, 30. Juni 2026 (im Text zitiert als BfV 2025).

Bundesministerium des Innern (2025): Pressemitteilung zum Verbot von Muslim Interaktiv und Durchsuchungen bei Generation Islam und Realität Islam, 5. November 2025.

Chen, A. Y. / Nyhan, B. / Reifler, J. / Robertson, R. E. / Wilson, C. (2023): Subscriptions and External Links Help Drive Resentful Users to Alternative and Extremist YouTube Channels. In: Science Advances 9 (35), eadd8080. DOI: 10.1126/sciadv.add8080.

Dokumentationsstelle Politischer Islam / DPI (2025): Immer noch Jung. Hip. Islamistisch? Neue Entwicklungen bei Internet-Influencern mit Nähe zur Hizb ut-Tahrir. DPI Focus, Wien, Juni 2025.

Ging, D. (2019): Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere. In: Men and Masculinities 22 (4), S. 638–657.

Große Nationalversammlung der Türkei / TBMM (2026): Protokoll des Unterausschusses für Auslandstürken und verwandte Gemeinschaften des Außenpolitischen Ausschusses, Sitzung vom 2. April 2026 (türkisch).

Güvercin, E. (2026): Erdogan und der Neo-Osmanismus. Ankaras Machtfantasien. Jüdische Allgemeine, 1. August 2026. <https://www.juedische-allgemeine.de/politik/ankaras-machtfantasien/>

Horta Ribeiro, M. / Jhaver, S. / Cluet-i-Martinell, J. / Reignier-Tayar, M. / West, R. (2025): Deplatforming Norm-Violating Influencers on Social Media Reduces Overall Online Attention Toward Them. In: Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction 9 (2), S. 1–25. DOI: 10.1145/3710960.

Karahan, E. (2022): IGMG ohne „Milli Görüş“ – Fakt oder Fiktion? karahan.net, 28. Januar 2022. <https://karahan.net/de/blog/igmg-ohne-milli-gorus-fakt-oder-fiktion/>

Karahan, E. (2025a): Die Komfortzone der Komplexität. ethos-polis.info, 8. Oktober 2025.

Karahan, E. (2025b): Digitale Bildungsräume und Männlichkeitsbilder. ethos-polis.info, 2. Dezember 2025.

Karahan, E. (2026a): Nicht was Ankara will, was wir längst hätten wissen müssen. ethos-polis.info, 17. Mai 2026.

Karahan, E. (2026b): Die Komfortzone der Symmetrie. ethos-polis.info, 22. Mai 2026.

Karahan, E. (2026c): Gegen die Manosphere reicht kein erhobener Zeigefinger. ethos-polis.info, 19. Mai 2026.

Karahan, E. (2026d): Echte Männer? Warum Männlichkeitsbilder für die Radikalisierungsprävention zentral sind. ethos-polis.info, 30. Mai 2026.

Karahan, E. (2026e): Prävention ist keine Gesinnungsprüfung. ethos-polis.info, 8. August 2026.

Kayman, M. (2025): Nicht von dieser Welt. Muslimisches Selbstverständnis, Islamismus und die Rolle der Islamverbände. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 75 (16–19/2025), S. 29–34. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/islamismus-2025/561180/nicht-von-dieser-welt>

Kayman, M. (2026a): Was Ankara wirklich will – Ein Parlamentsprotokoll und was es für die deutsche Religionspolitik bedeutet. murat-kayman.de, 17. Mai 2026.

Kayman, M. (2026b): Generaltatsache – Über die Sprache, mit der wir uns nach dem Anschlag selbst entlasten. murat-kayman.de, 28. Juli 2026.

Kayman, M. (2026c): Doppelte Botschaften – Über den Irrtum, der unsere Debatten bestimmt. murat-kayman.de, 1. August 2026.

Landesanstalt für Medien NRW (2025): Digitale Grauzonen. Radikalisierungspotentiale von islamistischen Videos und Kommentarspalten. Durchgeführt von modus|zad. Ergebnisbericht September 2025, veröffentlicht am 14. Oktober 2025.

Meta Platforms Ireland (2025): DSA Transparency Report Facebook und Instagram, Januar–Juni 2025, 29. August 2025. <https://transparency.meta.com/reports/regulatory-transparency-reports/>

Meta Platforms Ireland (2026): DSA Transparency Reports Facebook (Juli–Dezember 2025, 28. Februar 2026) sowie Facebook und Instagram (Januar–Juni 2026, 28. August 2026). <https://transparency.meta.com/reports/regulatory-transparency-reports/>

Möller, P. (2025): Das Ende von Generation Islam und Realität Islam. Alter Wein in neuen Schläuchen. BAG RelEx / KN:IX connect, Berlin, Juli 2025.

Möller, P. (2026): Ein islamistischer Triumph gegen die Staatsräson? Die „Nie wieder Staatsräson“-Petition aus dem Umfeld der Hizb ut-Tahrir und ihre Anschlussfähigkeit in breiteren gesellschaftlichen Diskursen. BAG RelEx / KN:IX connect, Berlin, 21. Mai 2026. <https://www.bag-relex.de/nie-wieder-staatsraesonpetitionhut/>

Özsoy, N. (2026): Tuğrul Kurt ile Soysal Medya ve Gençlerin Dindarlık Algısı Üzerine Farklı Bir Söyleşi [Gespräch mit Tuğrul Kurt, türkisch; Zitate in eigener Übersetzung]. YouTube, 18. Juni 2026. <https://www.youtube.com/watch?v=m6IPz8DuNYw>

Paasch-Colberg, S. / Richter, C. (2026): Mediennutzung von Menschen mit Migrationsgeschichte. Kurzdossier Migration und Medien, Bundeszentrale für politische Bildung, 23. April 2026.

Pearson, E. (2019): Extremism and Toxic Masculinity: The Man Question Re-posed. In: International Affairs 95 (6), S. 1251–1270.

Polizzi, C. (2025): The Feed That Shapes Us: Extremism and Adolescence in the Age of Algorithms. GNET, 12. Dezember 2025.

Regehr, K. / Shaughnessy, C. / Zhao, M. / Shaughnessy, N. (2024): Safer Scrolling: How Algorithms Popularise and Gamify Online Hate and Misogyny for Young People. University College London / University of Kent / ASCL, Februar 2024.

Ribeaud, D. / Buzzi, A.-L. / Theunert, M. (2026): Männlichkeit im Wandel. Einstellungen, Lebensformen, Sexualität, Partnerschaft und Gewalt. Jacobs Center for Productive Youth Development, Universität Zürich, Juni 2026. DOI: 10.5167/uzh-434406.

Roose, J. M. / Cook, J. (2022): Supreme Men, Subjected Women: Gender Inequality and Violence in Jihadist, Far Right and Male Supremacist Ideologies. In: Studies in Conflict & Terrorism. DOI: 10.1080/1057610X.2022.2104681.

TikTok (2025): DSA Transparency Report January–June 2025. TikTok Technology Ltd., 29. August 2025 (Annex D aktualisiert 15. April 2026). <https://www.tiktok.com/transparency/en/dsa-transparency/>

TikTok (2026): DSA Transparency Report January–June 2026. TikTok Technology Ltd., 2026. <https://www.tiktok.com/transparency/en/dsa-transparency/>

Unabhängiger Expertenkreis Muslimfeindlichkeit (2023): Muslimfeindlichkeit – Eine deutsche Bilanz. Bundesministerium des Innern und für Heimat, Juni 2023.

WDR (2026): Polizei durchsucht Wohnung von Hanna Hansen. wdr.de, 10. Juli 2026.

ZeKK – Zentrum für Komparative Theologie und Kulturwissenschaften (2026): ZeKK Live – 45 Minuten mit Tugrul Kurt. Universität Paderborn, YouTube, 19. April 2026. <https://www.youtube.com/watch?v=K3f2StpMtkS>

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge (BAMF) oder des Bundesministeriums des Innern (BMI) dar. Für inhaltliche Aussagen trägt der Autor bzw. tragen die Autoren die Verantwortung.

Alhambra Gesellschaft e.V.

c/o STARTPLATZ

Im Mediapark 5, 50670 Köln

Telefon: 0221 84659977

Website: www.alhambra-gesellschaft.de

Projektwebseite: behind-the-feed.de

E-Mail: info@alhambra-gesellschaft.de

Gefördert durch:



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge